



**Signifikanz der Breitbandversorgung  
am Immobilienmarkt für Ein- und Zweifamilienhäuser  
im ländlichen Raum**

**Verfasser:**

Prof. Dr.-Ing. Hans Joachim Linke  
Verm. Ass. Dipl.-Ing. Marisa Röder-Sorge  
IKGIS e.V.  
Fachgebiet Landmanagement  
Technische Universität Darmstadt  
Petersenstr. 13  
64287 Darmstadt

Gerrit Kaiser  
Am Eichelgarten 23  
65193 Wiesbaden

## **Inhaltsverzeichnis**

<b>1. Auftrag</b> .....	3
<b>2. Ablauf der Befragung</b> .....	3
<b>3. Klassifizierung der befragten Käufer</b> .....	4
<b>3.1 Grund des Kaufes</b> .....	4
<b>3.2 Haushaltstypen</b> .....	5
<b>3.3 Bildungsabschluss</b> .....	7
<b>3.4 Verteilung der Kauffälle nach AfB und Kreisen</b> .....	8
<b>3.5 Verteilung der Kauffälle nach Ortsteilgröße</b> .....	11
<b>3.6 Verteilung von Haushaltstyp und höchstem Bildungsabschluss nach Größe der Ortsteile</b> .....	13
<b>4. Signifikanz von Breitband bei der Kaufentscheidung</b> .....	13
<b>4.1 Verfügbarkeit von Breitband und Kaufentscheidung</b> .....	14
<b>4.2 Wichtigkeit von Breitband allgemein</b> .....	18
<b>4.3 Wichtigkeit von Breitband nach Landkreisen</b> .....	18
<b>4.4 Wichtigkeit von Breitband nach Haushaltstypen</b> .....	19
<b>4.5 Wichtigkeit von Breitband nach höchstem Bildungsabschluss im Haushalt</b> .....	20
<b>4.6 Wichtigkeit von Breitband nach Ortsteilgröße</b> .....	21
<b>5. Zusammenfassende Aussagen und Schlussfolgerungen</b> .....	22
<b>6. Schlussbemerkung</b> .....	24

## 1. Auftrag

Die HA Hessen Agentur GmbH (Auftraggeber) hat mit Schreiben vom 31.10.2012 das Institut für kommunale Geoinformationssysteme (IKGIS) e.V. (Auftragnehmer, Bearbeiter: Linke, Röder-Sorge, Kaiser) auf dessen Angebot vom 31.10.2012 (A12301) beauftragt eine schriftliche Befragung bei Käufern von Immobilien durchzuführen, um eine Signifikanz der Breitbandversorgung am Immobilienmarkt wissenschaftlich fundiert zu prüfen. Hierzu soll der Auftragnehmer beginnend mit dem 01.11.2012 und bis zum 28.02.2013 mit Unterstützung der Zentralstelle der Gutachterausschüsse für Immobilienwerte des Landes Hessen sowie der Gutachterausschüsse für Immobilienwerte bei den Ämtern für Bodenmanagement im Land Hessen eine schriftliche Befragung der Käufer von Immobilien durchführen. Der Fragebogen soll nach wissenschaftlichen Methoden erstellt und die Rückläufe sollen nach wissenschaftlichen Methoden ausgewertet werden. Bis zum 15.03.2012 ist ein Abschlussbericht mit einer Dokumentation der Ergebnisse zu erstellen.

## 2. Ablauf der Befragung

Der bei der Befragung verwendete Fragebogen (siehe Anhang 1) wurde von den Bearbeitern gemeinsam mit der Zentralstelle der Gutachterausschüsse für Immobilienwerte des Landes Hessen entwickelt und vom Fachgebiet Arbeits- und Ingenieurpsychologie der TU Darmstadt überprüft. Nachfolgend wurde er den Ämtern für Bodenmanagement (AfB), die Geschäftsstellen der Gutachterausschüsse für Immobilienwerte im Land Hessen sind (AfB Büdingen, AfB Fulda, AfB Heppenheim, AfB Homberg (Efze), AfB Limburg a. d. Lahn, AfB Marburg, AfB Korbach), mit der Bitte zugesendet, diese ihren eigenen Fragebögen an die Käufer von Ein- und Zweifamilienhäusern beizufügen. Die Befragung wurde auf die Gutachterausschüsse im ländlichen Raum beschränkt, da Breitband dort im Gegensatz zu Großstädten (die Gutachterausschüsse der Städte Darmstadt, Frankfurt, Gießen, Hanau, Kassel, Fulda, Marburg, Offenbach und Wiesbaden wurden nicht einbezogen) bisher nicht flächendeckend in höchster Qualität verfügbar ist. Insofern ist zu erwarten, dass bei Kaufentscheidungen im ländlichen Raum der Verfügbarkeit von Breitband eine besondere Bedeutung zukommt. Durch diese Fragebogenaktion können keine Kaufinteressenten erfasst werden, die wegen fehlender Breitbandversorgung nicht gekauft haben.

Bis zum 09.03.2013 lagen den Bearbeitern insgesamt 1.229 Fragebögen von allen einbezogenen Gutachterausschüssen vor. Dies entspricht derzeit einem Rücklauf von durchschnittlich ca. 25 % aller bis Anfang März versendeten Fragebögen. Aufgrund noch zu erwartender Rückläufe aus dem Versand des letzten Monats dürfte die tatsächliche Rücklaufquote deutlich höher liegen. Die in den eingegangenen Fragebögen enthaltenen Antworten bilden die Grundlage der nachfolgenden Auswertung.

### **3. Klassifizierung der befragten Käufer**

Um eine qualifizierte Aussage zur Signifikanz von Breitband am Immobilienmarkt für Ein- und Zweifamilienhäuser im ländlichen Raum zu ermöglichen, bedarf es zunächst einer geeigneten Klassifizierung der Käufer. Eine solche Klassifizierung wird aufgrund abstrakter Vorüberlegungen und in Kenntnis der Bestimmungsfaktoren eines Immobilienmarktes im Folgenden nach Haushaltstypen, nach dem höchsten Bildungsabschluss im Käuferhaushalt, nach der Ortsteilgröße, in denen die Kaufobjekte erworben werden, sowie nach dem Landkreis vorgenommen. Außerdem wird noch hinsichtlich des Zwecks des Kaufs unterschieden. Hieraus lassen sich Aussagen bezüglich der Signifikanz von Breitband bei der Kaufentscheidung im Hinblick auf die folgenden Fragen ableiten:

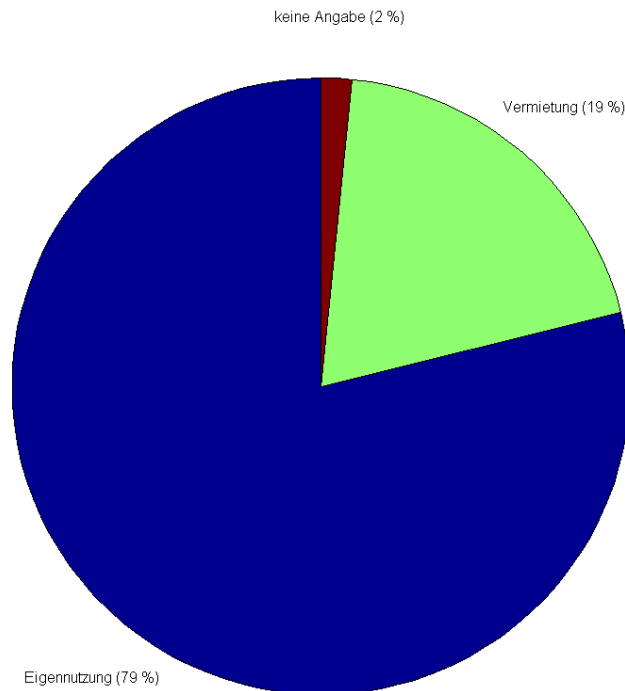
- Für welchen Zweck wird gekauft?
- Wer kauft?
- Wo wird gekauft?

Bei der weiteren Interpretation der Ergebnisse ist zu berücksichtigen, dass aus organisatorischen Gründen der Erhebungszeitraum landesweit nicht einheitlich war (siehe Abschnitt 3.4) und aufgrund der regionsbedingten Unterschiede der Häufigkeit von Kauffällen am Immobilienmarkt teilweise die Stichprobe für eine qualifizierte Aussage zu klein ist. Hierauf wird an geeigneter Stelle im folgenden Text hingewiesen.

#### **3.1 Grund des Kaufes**

Von den Käufern haben ca. 79 % ihre Immobilie zur Eigennutzung erworben, die übrigen zum Zwecke der Vermietung (siehe Abb. 1).

Eigentümer, die die Immobilie sowohl zur Eigennutzung als auch zur Vermietung gekauft haben (z. B. Zweifamilienhäuser), werden bei dieser Auswertung der Gruppe „Eigennutzung“ zugeschrieben.



**Abb. 1: Aufteilung der Käufer nach Eigennutzung (einschl. anteiliger Eigennutzung) und Vermietungsabsicht**

In der weiteren Auswertung werden vornehmlich die Fragebögen der Käufer weiter analysiert, die ihre Immobilie auch zur Eigennutzung erwerben. Hierbei wird angenommen, dass bei einem Erwerb zur Eigennutzung ein Breitbandanschluss eine höhere Bedeutung hat (siehe Abschnitt 4.1). Im Übrigen ist die Stichprobe der Erwerber zu Vermietungszwecken für eine weitere räumliche Unterteilung zu klein.

### 3.2 Haushaltstypen

Für die weitere Beurteilung der Antworten der Fragebögen bedarf es einer Unterteilung nach Haushaltstypen, da nach den am Immobilienmarkt für Ein- und Zweifamilienhäuser üblichen Verhältnissen zu erwarten ist, dass die Nachfrage nach Breitband maßgeblich von der Zuordnung zu bestimmten Haushaltstypen abhängig ist. Als Haushaltstypen werden unterschieden:

- Familie mit heranwachsenden Kindern (zwei Personen zwischen 19 und 65 sowie mindestens eine Person unter 19)
- Familie mit erwachsenen Kindern (zwei Personen zwischen 30 und 65 sowie mindestens eine Person zwischen 19 und 30)
- Junges Paar ohne Kinder (zwei Personen zwischen 19 und 51)
- Älteres Paar ohne Kinder (zwei zwischen 51 und 60 / einer zwischen 30 und 50 und einer zwischen 51 und 60)
- (angehender) Seniorenhaushalt (zwei über 65 / einer über 65 und einer zwischen 51 und 65)
- Alleinerziehende mit heranwachsenden Kindern (eine Personen zwischen 19 und 50 sowie mindestens eine Person unter 19)

- Mehrgenerationenhaushalt (mindestens eine Person unter 19, mindestens zwei Personen zwischen 19 und 50 sowie mindestens eine Person über 65)
- Junger Einpersonenhaushalt (eine Person zwischen 19 und 30)
- Älterer Einpersonenhaushalt (eine Person zwischen 30 und 65)
- Senioreneinzelhaushalt (eine Person über 65)
- Sonstige

Die Analyse der Fragebögen nach Haushaltstypen (Abb. 2) zeigt, dass die Familien mit heranwachsenden Kindern und junge Paare ohne Kinder wie zu erwarten die Mehrheit (ca. 61 %) der Käufer stellt. Ebenfalls einen vergleichsweise hohe Anteil haben Familien mit erwachsenen Kindern, älteren Paare ohne Kinder, ältere Einpersonenhaushalte und (angehende) Seniorenhaushalte.

Die übrigen Haushaltstypen sind vergleichsweise selten vertreten:

- Haushalte von Alleinerziehenden; können sich vielfach keine Eigentumsimmobilie leisten,
- Mehrgenerationenhaushalte; sind heute nicht mehr in der früher üblich Häufigkeit anzutreffen,
- junge Einpersonenhaushalte; bilden noch kein Immobilieneigentum zur Eigennutzung,
- Seniorenhaushalte; sind vielfach mit Wohnimmobilien versorgt.

Die Gruppe die keinem bestimmten Haushaltstyp zugeordnet werden kann (sonstige) wird insbesondere von den Käufern bestimmt, die keine Angaben zu den Haushaltsmitgliedern gemacht haben. Sie ist mit einem Anteil von 9 % an der Gesamtprobe vergleichsweise gering, so dass angenommen werden kann, dass das ausgewählte Modell die Käufer am Immobilienmarkt zutreffend klassifiziert.

Die letztgenannten Haushaltstypen werden aufgrund der geringen Stichprobe im Folgenden nicht weiter differenziert betrachtet.

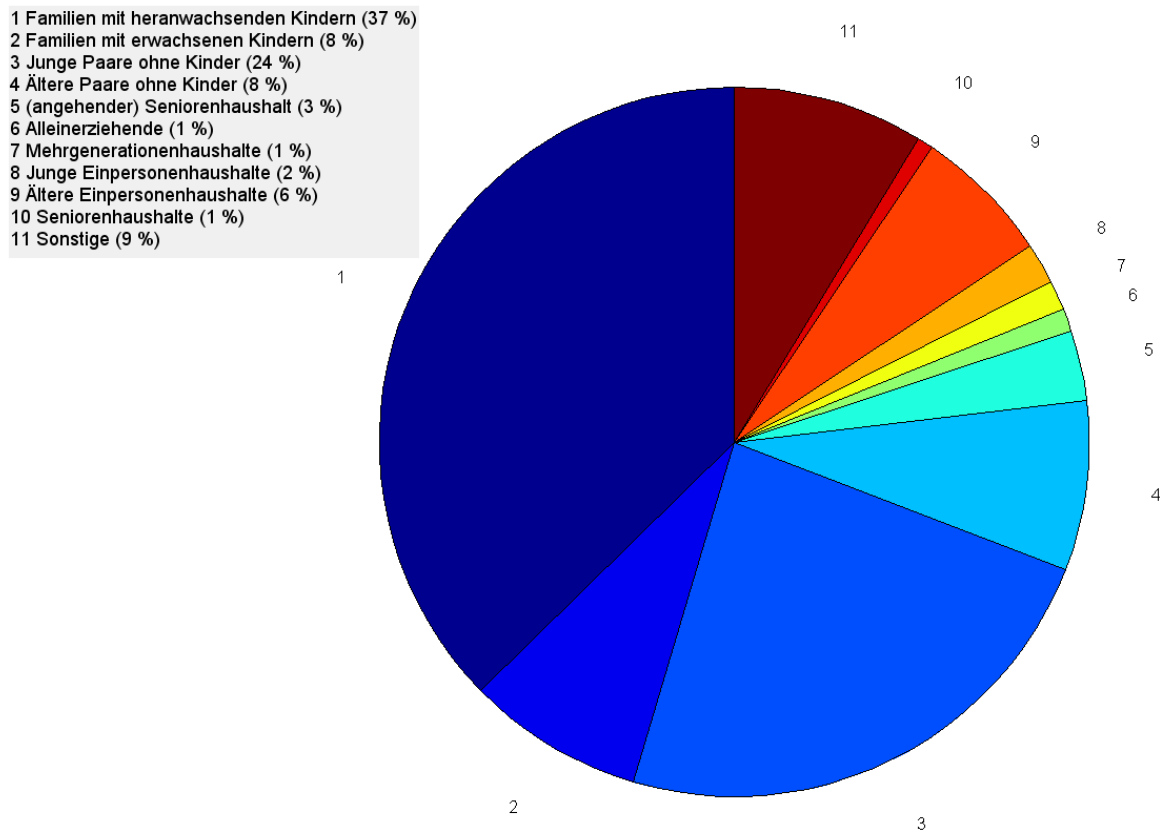
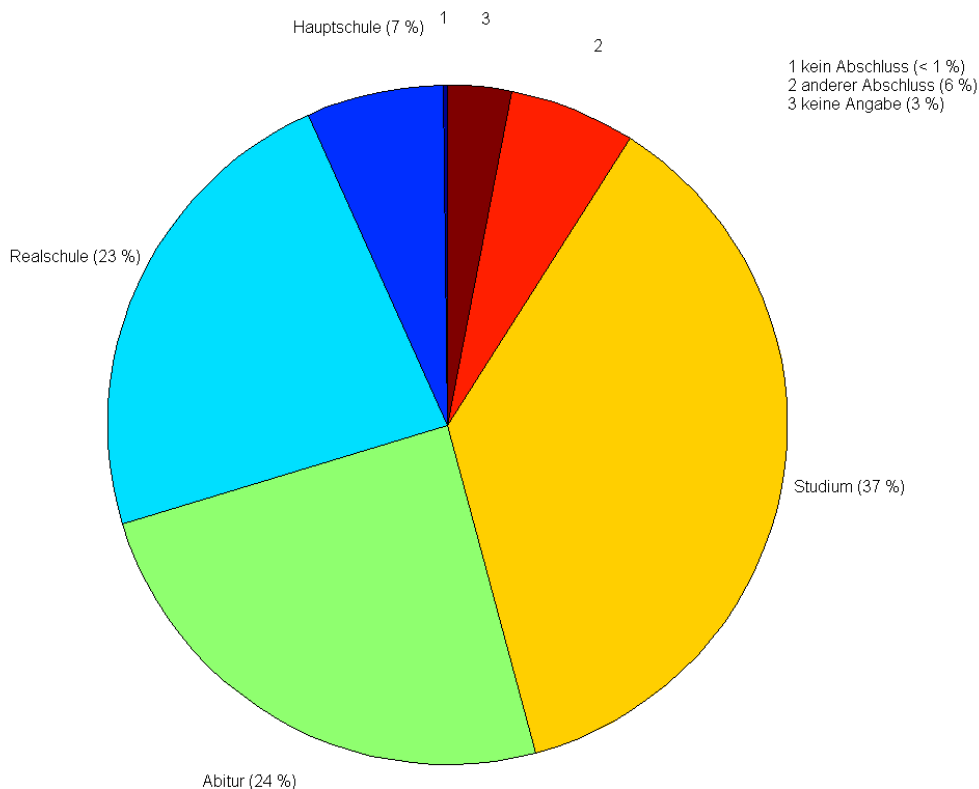


Abb. 2: Häufigkeit der Haushaltstypen

### 3.3 Bildungsabschluss

Neben den Haushaltstypen wird geprüft, ob auch der höchste im Haushalt des Käufers vorhandene Bildungsabschluss die Nachfrage nach Breitband bestimmt. Insofern erfolgte ebenfalls eine Klassifizierung der Käufer nach dem höchsten Bildungsabschluss. Hier zeigt sich, wie aufgrund der korrelierenden Einkommensverhältnisse zu erwarten (Abb. 3), dass Käuferhaushalte mit Studium als höchstem Bildungsabschluss den höchsten Anteil haben (ca. 37 %), gefolgt von den Klassen „Abitur“ und „Realschule“. Die Klasse „kein Abschluss“ und „keine Angaben“ wird wegen zu geringer Stichprobe und die Klasse „anderer Abschluss“ wird wegen fehlender Differenzierungsmöglichkeit bei den weiteren Analyse nicht eigenständig betrachtet.



**Abb. 3: Häufigkeit des höchsten Bildungsabschlusses im Haushalt des Käufers**

### 3.4 Verteilung der Kauffälle nach AfB und Kreisen

Die räumlichen Verteilung der Käufer nach Landkreisen gibt einen Überblick über die Intensität des Grundstückshandels in den verschiedenen Kreisen (Abb. 4). Dabei ist zu berücksichtigen, dass die Erhebung aufgrund unterschiedlichen organisatorischen Vorbereitungsbedarfs nicht bei allen AfB zeitgleich beginnen konnte und daher die Anzahl der Kauffälle je Landkreis (Abb. 5) keinen Vergleich zwischen zwei Kreisen unterschiedlicher AfB-Zugehörigkeit hinsichtlich der Aktivität auf dem jeweiligen Immobilienmarkt zulässt. Daher wird im Folgenden die Zuordnung der Kreise zu den AfB angegeben, um Immobilienmarktaktivitäten von Kreise zu beurteilen, die zum gleichen AfB gehören:

AfB Büdingen (Main-Kinzig-Kreis, Wetteraukreis)

AfB Fulda (Landkreis Fulda, Vogelsbergkreis)

AfB Heppenheim (Bergstraße, Darmstadt-Dieburg, Groß-Gerau, Odenwaldkreis, Landkreis Offenbach)

AfB Homberg (Efze) (Hersfeld-Rothenburg, Schwalm-Eder, Werra-Meißner-Kreis)

AfB Limburg a. d. Lahn (Hochtaunuskreis, Limburg-Weilburg, Main-Taunus-Kreis, Rheingau-Taunus)



Nachweis einer Signifikanz der Breitbandversorgung am Immobilienmarkt

AfB Marburg (Lahn-Dill-Kreis, Landkreis Gießen, Marburg-Biedenkopf)

AfB Korbach (Landkreis Kassel, Waldeck-Frankenberg)

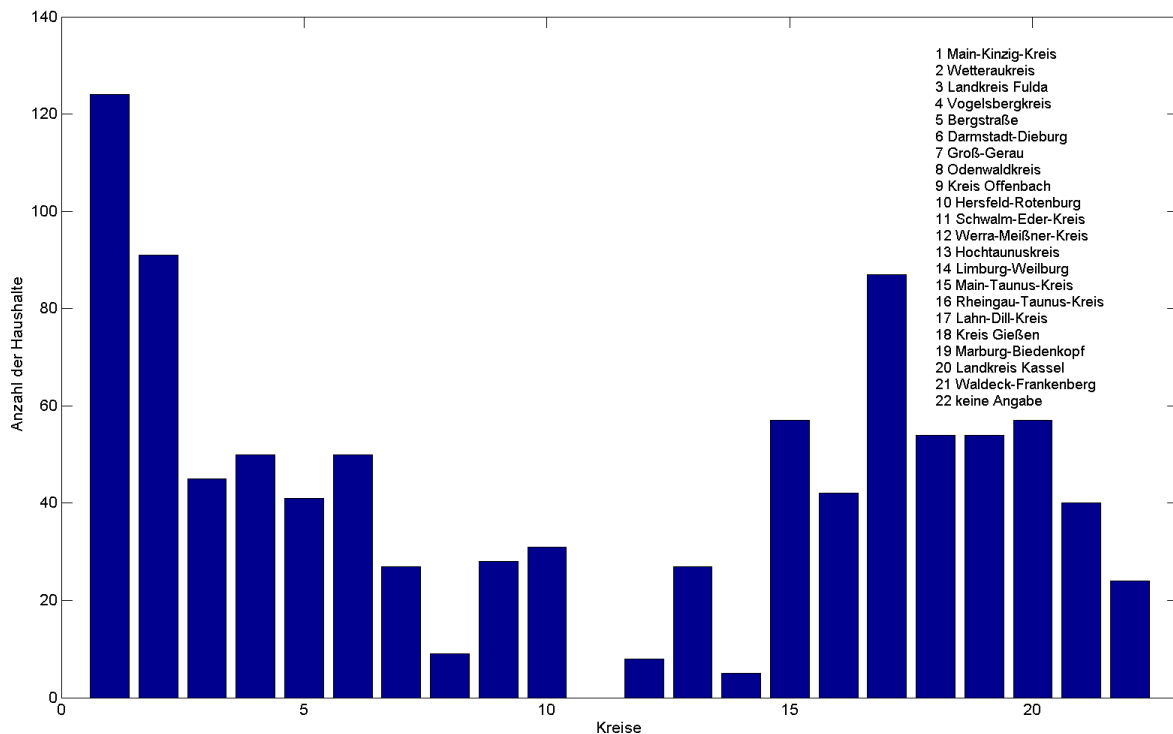
### Landkreise und kreisfreie Städte in Hessen



Abb. 4: Landkreise und kreisfreie Städte in Hessen (Quelle: wikipedia.de)

Wieso für den Schwalm-Eder-Kreis keine Kauffälle vorliegen, ließ sich leider nicht abschließend klären. Vermutlich ist der Briefumschlag mit den Fragebögen beim Versand vom AfB Homberg (Efze) an den Auftragnehmer verloren gegangen.

## Nachweis einer Signifikanz der Breitbandversorgung am Immobilienmarkt



**Abb. 5: Anzahl der Kauffälle nach Landkreisen**

Um die Aktivität auf den Immobilienmärkten der Landkreise beurteilen zu können, wird das Verhältnis der Kauffälle zur Einwohnerzahl heran gezogen (Abb. 6). Hierbei wird angenommen, dass die Rücklaufquote in allen Landkreisen ähnlich ist. Im Vergleich der Landkreise die einem AfB zugehören zeigen sich nur wenige Auffälligkeiten. So liegt die Anzahl der Kauffälle je Einwohner beim Hochtaunuskreis und dem Kreis Limburg-Weilburg gegenüber den ebenfalls zum AfB Limburg gehörenden Main-Taunus-Kreis und Rheingau-Taunus-Kreis deutlich niedriger. Ebenso liegt die Zahl der Kauffälle je Einwohner im Odenwaldkreis deutlich hinter allen anderen Kreisen im Bezirk des AfB Heppenheim. Im Bezirk des AfB Fulda fällt die hohe Anzahl an Kauffällen je Einwohner des Vogelsbergkreises gegenüber dem Landkreis Fulda auf.

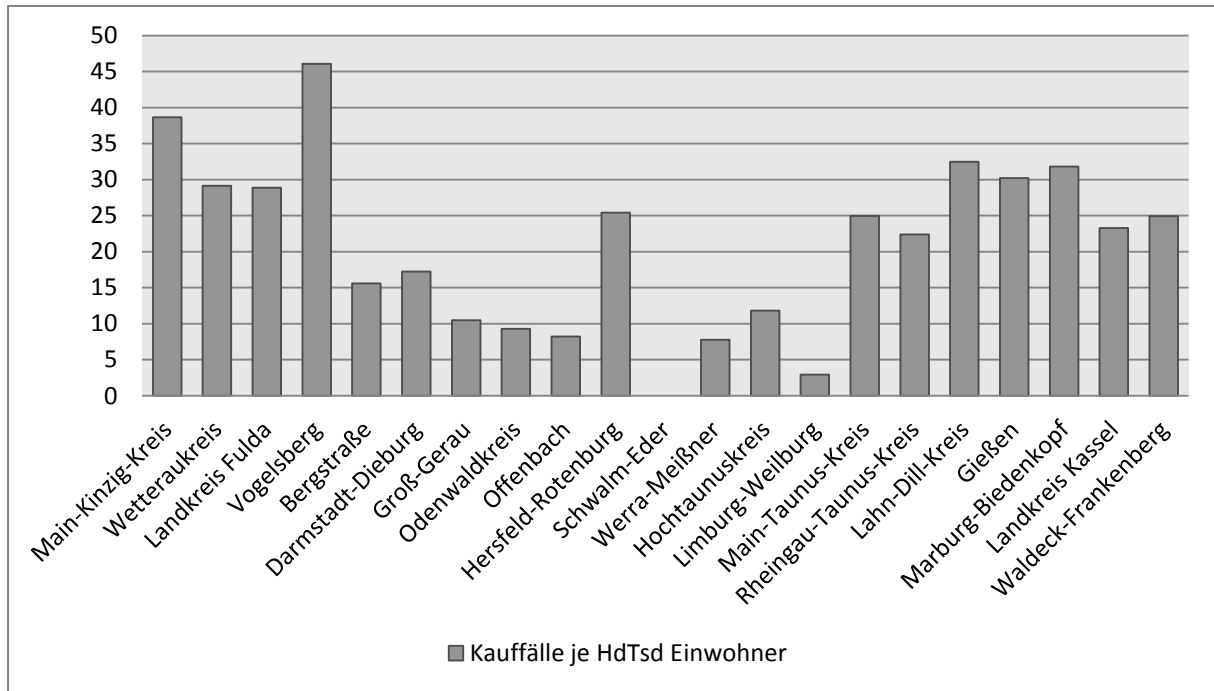


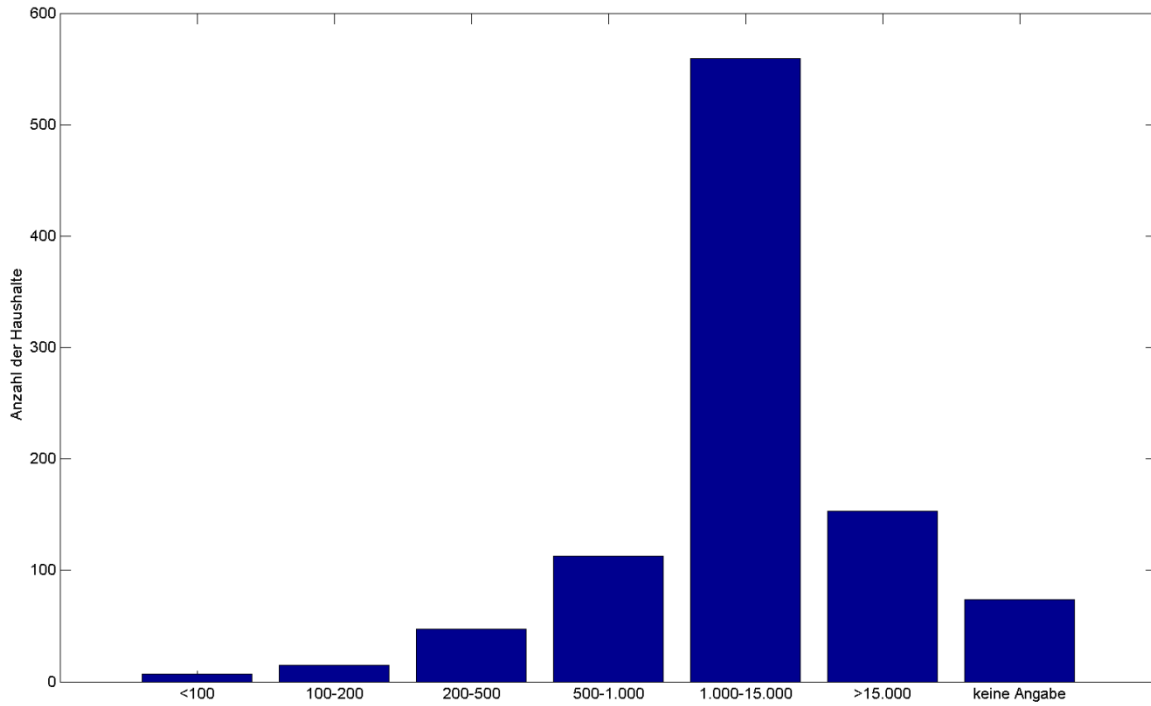
Abb. 6: Kauffälle je Hunderttausend Einwohner nach Landkreis

### 3.5 Verteilung der Kauffälle nach Ortsteilgröße

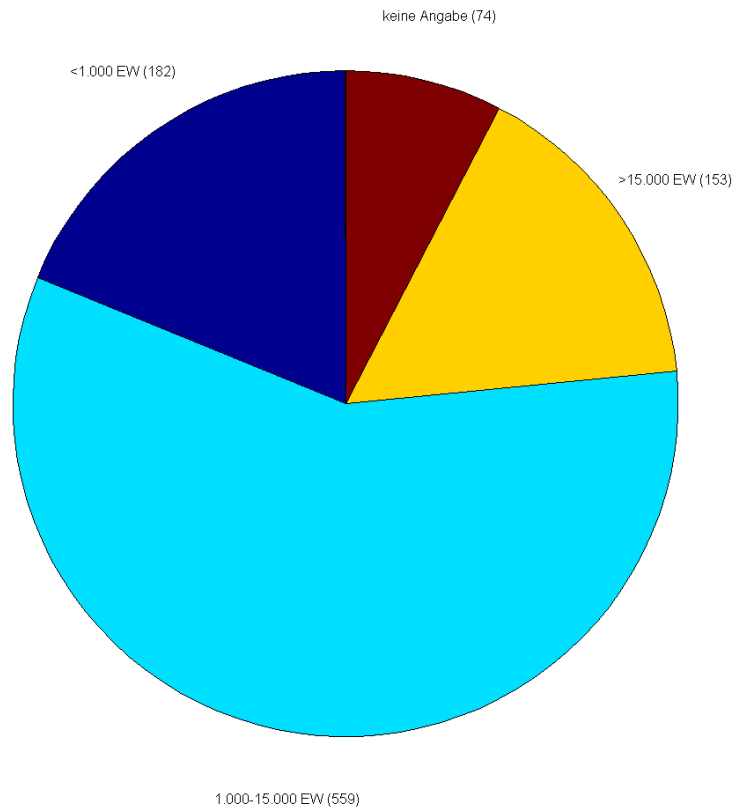
Weitere Aufschlüsse über das Käuferverhalten im Bezug auf Breitband sind von der Verteilung der Kauffälle nach Ortsteilgröße bezogen auf die dort lebenden Einwohner zu erwarten, in dem sich die gekaufte Immobilie befindet. In größeren Ortsteilen sollte grundsätzlich eine bessere Versorgung mit Breitband zu erwarten sein als in kleineren Ortsteilen. Die Übersicht über die Verteilung der Kauffälle nach Ortsteilgröße (Abb. 7) zeigt, dass sich die Kauffälle auf Ortsteile mit einer Einwohnerzahl von 1.000 bis 15.000 konzentriert. Für eine qualifizierte Aussage zu gering ist die Anzahl der Fälle bei den abgefragten Einwohnerklassen < 100 Einwohner, 100 bis 200 Einwohner, 200 bis 500 Einwohner und 500 bis 1.000 Einwohner. Daher werden diese zur Klasse < 1.000 Einwohner für die folgenden Analysen zusammen gefasst (Abb. 8).

Eine hessenweite Statistik zur Verteilung der Größe der Ortsteile der Gemeinden nach Einwohnern ist derzeit nicht verfügbar bzw. kann nur mit erheblichem Aufwand erstellt werden. Insofern liegen keine Informationen zur Anzahl der Ortsteile in Abhängigkeit von der Einwohnerzahl vor. Allerdings kann aufgrund der üblichen Siedlungsstruktur in Hessen davon ausgegangen werden, dass die Anzahl der Ortsteile mit einer Einwohnerzahl kleiner als 1.000 deutlich größer ist, als dies durch die dort getätigten Kauffälle derzeit den Anschein hat.

## Nachweis einer Signifikanz der Breitbandversorgung am Immobilienmarkt



**Abb. 7: Verteilung der Kauffälle nach Ortsteilgröße**



**Abb. 8: Häufigkeit der Kauffälle nach Ortsteilgröße**

### 3.6 Verteilung von Haushaltstyp und höchstem Bildungsabschluss nach Größe der Ortsteile

Die Überprüfung, ob die verschiedenen Haushaltstypen unterschiedliche Ortsteilgrößen präferieren (Tab. 1), zeigt, dass Familien mit heranwachsenden Kindern oder mit erwachsenen Kindern sowie angehende Seniorenhaushalte tendenziell eher größere Ortsteile, während junge Ehepaare ohne Kinder und ältere Paare ohne Kinder tendenziell eher kleinere Ortsteile bevorzugen.

Haushaltstyp / Ortsteilgröße	Haushalte absolut	Durchschnitt	< 1.000 EW	1.000 - 15.000 EW	> 15.000 EW
Familien mit heranwachsenden Kindern	336	41,1%	36,8%	41,7%	43,9%
Familien mit erwachsenen Kindern	67	8,2%	7,4%	7,6%	11,5%
Junges Ehepaar ohne Kinder	219	26,8%	31,3%	25,8%	25,2%
Älteres Paar ohne Kinder	68	8,3%	12,3%	7,8%	5,8%
(Angehender) Seniorenhaushalt	29	3,5%	3,7%	2,7%	6,5%
Älterer Einpersonenhaushalt	57	7,0%	5,5%	7,9%	5,0%
Sonstige Angaben	42	5,1%	3,1%	6,6%	2,2%

Tab. 1: Verteilung Haushaltstyp nach Ortsteilgröße

Die Überprüfung, ob die Haushalte nach ihrem höchsten Bildungsabschluss unterschiedliche Ortsteilgrößen präferieren (Tab. 2), zeigt dass Haushalte mit Studium als höchstem Bildungsabschluss tendenziell eher in die großen Ortsteile ziehen, während Haushalte mit Abitur, Realschule oder Hauptschule als höchstem Bildungsabschluss tendenziell eher in die kleineren Ortsteile ziehen. Eine Ursache hierfür wird die durchschnittlich höhere Wirtschaftskraft von Haushalten mit Studium als höchstem Bildungsabschluss gegenüber anderen Haushalten sein, bei gleichzeitig höheren Immobilienpreisen in den größeren Ortsteilen.

Höchster Bildungsabschluss / Ortsteilgröße	Haushalte absolut	Durchschnitt	< 1.000 EW	1.000 - 15.000 EW	> 15.000 EW
Studium	325	37,1%	25,3%	37,5%	49,3%
Abitur	221	25,2%	29,2%	25,4%	19,7%
Realschule	202	23,0%	28,1%	21,8%	21,7%
Hauptschule	54	6,2%	9,0%	5,9%	3,9%
Sonstige Angaben	75	8,6%	8,4%	9,5%	5,3%

Tab. 2: Verteilung höchster Bildungsabschluss nach Ortsteilgröße

## 4. Signifikanz von Breitband bei der Kaufentscheidung

Aufbauend auf den vorhergehenden allgemeinen Klassifizierungen erfolgt nachfolgend die Analyse der im Fragebogen enthaltenen Aussagen zur Signifikanz von Breitband beim Abschluss des Kaufvertrages. Dabei werden zunächst ohne weitere Klassifizierung alle Fragebögen hinsichtlich der Verfügbarkeit von Breitband analy-

siert (Abschnitt 4.1). Darauf aufbauend werden die Antworten der eigennutzenden Käufer hinsichtlich ihrer Kenntnis über die Verfügbarkeit von Breitband ihres Kaufobjektes nach Haushaltstypen, höchstem Bildungsabschluss im Haushalt und Ortsteilgröße untersucht. Die Analyse der Fragebögen hinsichtlich der Bedeutung der Verfügbarkeit von Breitband erfolgt nachfolgend allgemein (Abschnitt 4.2) und nach Landkreisen (Abschnitt 4.3) sowie unterschieden nach Haushaltstyp (Abschnitt 4.4), höchstem Bildungsabschluss im Haushalt (Abschnitt 4.5) und Ortsteilgröße (Abschnitt 4.6).

#### **4.1 Verfügbarkeit von Breitband und Kaufentscheidung**

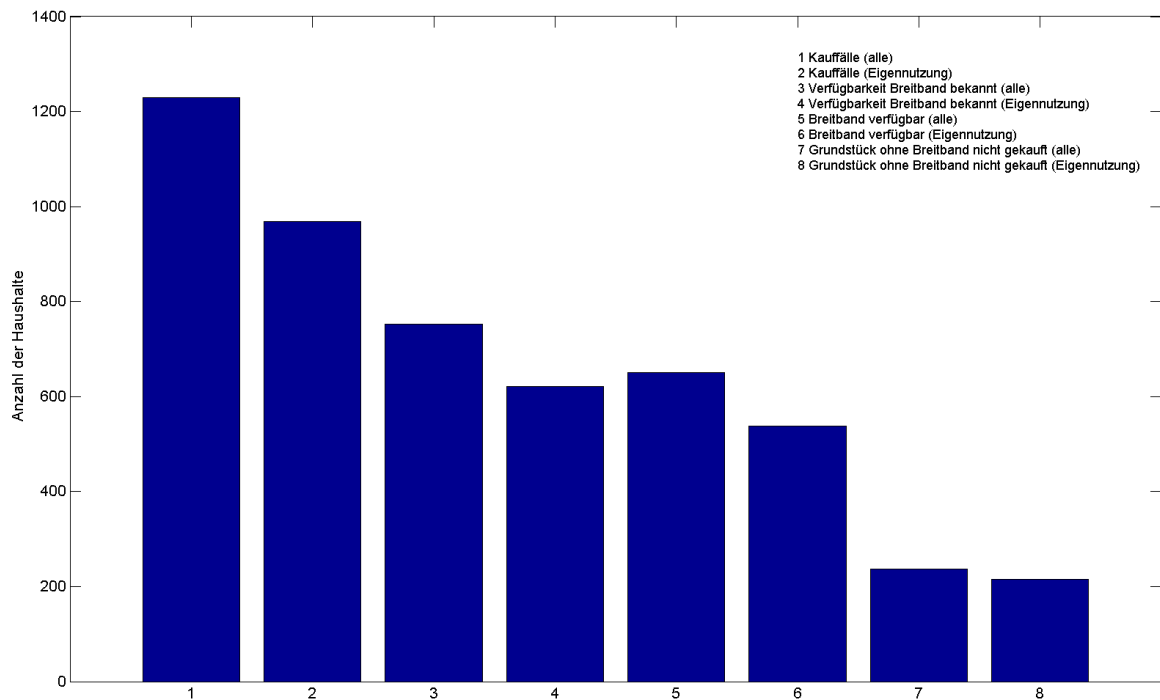
Mit der Fragengruppe 6 des Fragebogens soll das Wissen des Käufers über das Vorhandensein von Breitband bezogen auf sein Kaufobjekt ermittelt werden. Hierbei werden auch Immobilien einbezogen, die zu Vermietungszwecken erworben wurden (Abb. 9). Mit der Frage 6c soll darüber hinaus erfragt werden, ob bei vorhandenem Breitbandanschluss der Käufer die Immobilie auch erworben hätte, wenn kein Breitbandanschluss vorhanden gewesen wäre.

Lediglich etwas mehr als 60 % der Käufer ( 753 von 1229) geben an, Kenntnis über die Verfügbarkeit von Breitband zu haben. Dabei haben Käufer von Immobilien zur Eigennutzung (64 %, 622 von 969) ein höheres Interesse an einer Breitbandverfügbarkeit als Käufer, die die Immobilie zu Vermietungszwecken (50 %, 131 von 260) erwerben.

Ca. 55 % (538 von 969) der Käufer zur Eigennutzung und ca. 43 % (113 von 260) der Käufer von Vermietungsobjekten geben an, dass für ihre Immobilien Breitband verfügbar ist.

Käufer, die die Verfügbarkeit von Breitband für ihren Haushalt kennen, haben zu mehr als 80 % auch eine Zugangsmöglichkeit zu Breitband.

Ist Breitband verfügbar, geben ca. 40 % (216 von 538) der Käufer zur Eigennutzung und ca. 18 % (21 von 113) der Käufer von Vermietungsobjekten an, dass sie ihre Immobilie nicht erworben hätten, wenn Breitband nicht verfügbar gewesen wäre.



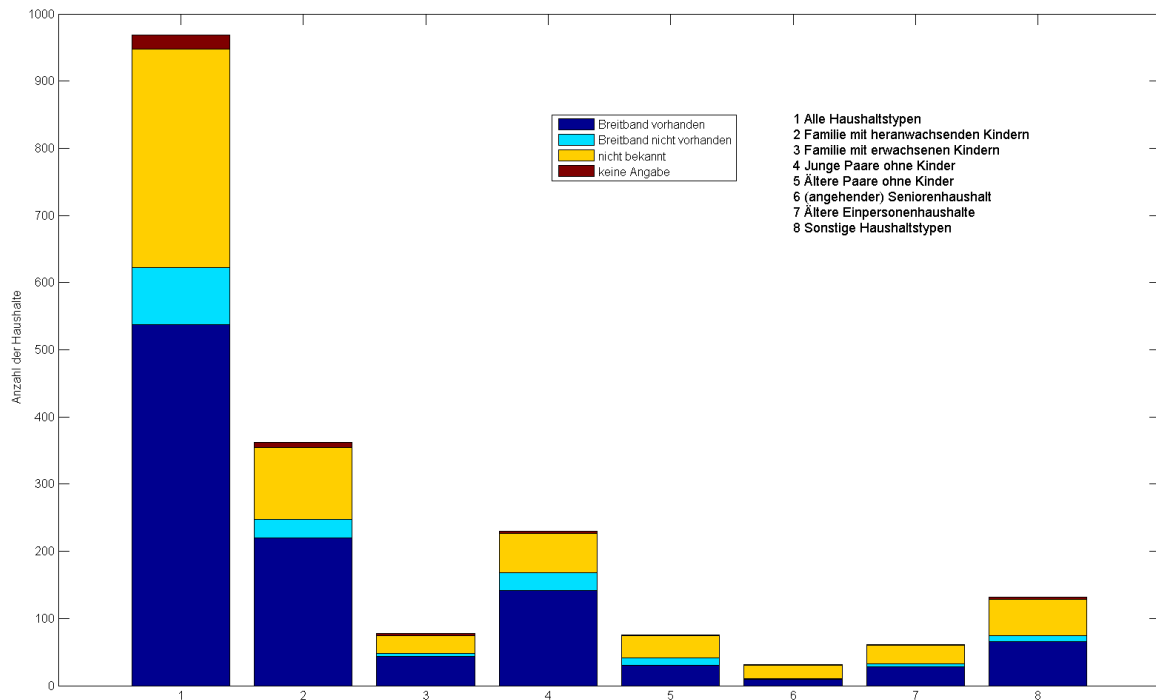
**Abb. 9: Wissen über Breitband und Kaufentscheidung**

Um weitere Aufschlüsse zum Käuferverhalten bei Eigennutzung zu erhalten, werden die Kauffälle, bei denen Breitband verfügbar ist, hinsichtlich des Einflusses von Haushaltstypen, höchstem Bildungsabschluss und Ortsteilgröße weiter differenziert betrachtet.

Bei der Analyse der Kauffälle nach Haushaltstypen (Abb. 10) fällt auf, dass das Wissen über die Verfügbarkeit der Breitbandversorgung ist in Haushalten von Familien mit heranwachsenden Kindern (knapp 70 %) und jungen Paaren ohne Kinder (ca. 73 %) deutlich höher als in (angehenden) Seniorenhaushalten (ca. 35 %), in älteren Einpersonenhaushalten (ca. 52 %) und in Haushalten älterer Paare ohne Kinder (ca. 54 %). Insgesamt ist der Anteil der Haushalte, die keine Kenntnis über das Bestehen einer Breitbandversorgung haben (ca. 35 %), (noch) sehr hoch.

Breitband ist bei Familien mit heranwachsenden Kindern (ca. 61 %) und jungen Paaren ohne Kinder (ca. 62 %) deutlich häufiger vorhanden, als bei anderen Haushaltstypen. Die Gruppe „junge Paare ohne Kinder“ sticht gleichzeitig mit einem hohen Käuferanteil an Immobilien ohne Breitbandverfügbarkeit (ca. 11 %) heraus. Hierzu zählt auch die Gruppe der älteren Paare ohne Kinder (ca. 15 %). Das fehlende Wissen über die Verfügbarkeit von Breitband ist vor allem bei älteren Paaren ohne Kinder (ca. 44 %), bei (angehenden) Seniorenhaushalten (ca. 61 %) und sowie älteren Einpersonenhaushalten (ca. 46 %) besonders ausgeprägt.

## Nachweis einer Signifikanz der Breitbandversorgung am Immobilienmarkt

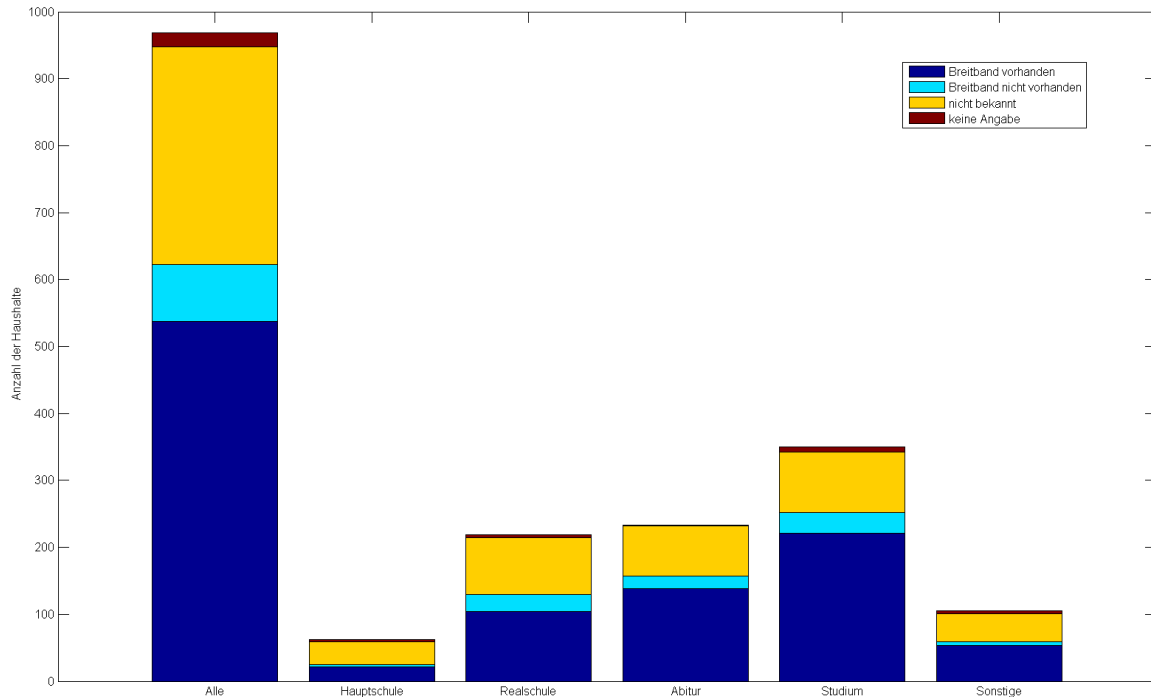


**Abb. 10: Bekanntheit und Vorhandensein von Breitband nach Haushaltstypen**

Bei der Analyse der Kauffälle nach höchstem Bildungsabschluss im Haushalt (Abb. 11) fällt auf, dass ein Breitbandanschluss bei der Käufergruppe mit Hochschulabschluss (ca. 35 %) bzw. mit Realschulabschluss (ca. 47 %) als höchstem Bildungsabschluss im Haushalt deutlich seltener vorhanden ist als bei der Käufergruppe mit Abitur (ca. 60 %) bzw. Studium (ca. 63 %) als höchstem Bildungsabschluss im Haushalt. Im Vergleich der Bildungsabschlüsse lässt sich außerdem festhalten, dass das Wissen über Breitband mit dem Bildungsabschluss steigt.

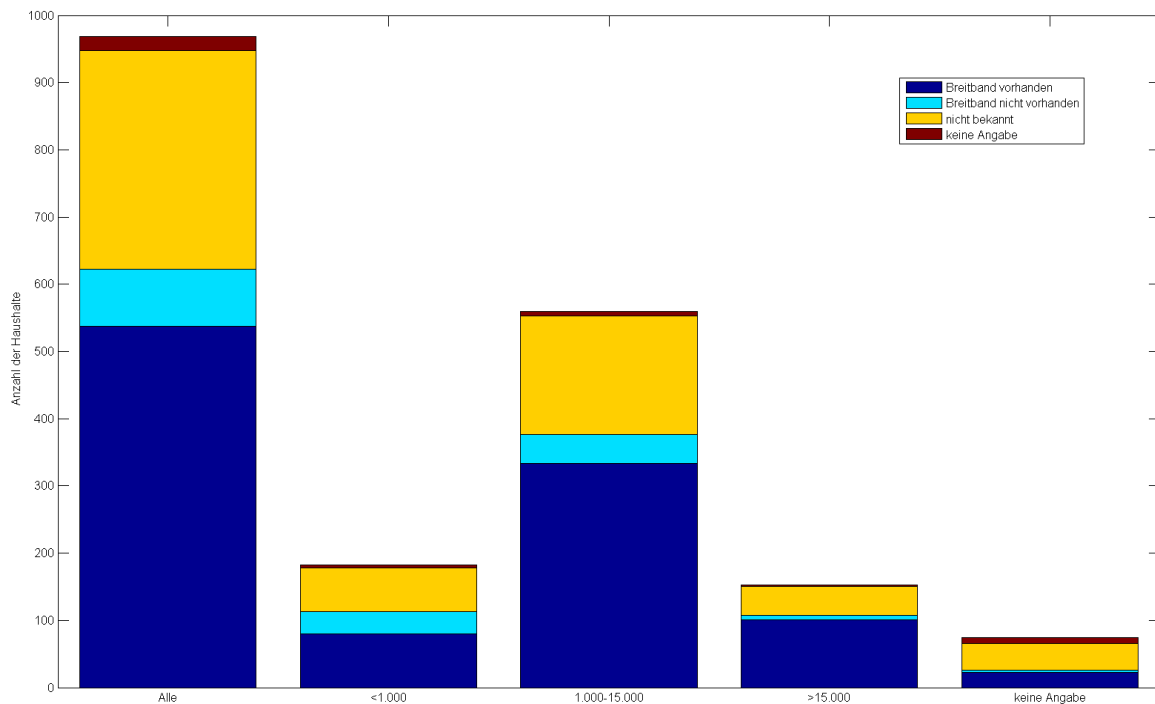


## Nachweis einer Signifikanz der Breitbandversorgung am Immobilienmarkt



**Abb. 11: Bekanntheit und Vorhandensein von Breitband nach höchstem Bildungsabschluss im Haushalt**

Bei der Analyse der Kauffälle nach Ortsteilgröße (Abb. 12) wird deutlich, dass in den Ortsteilen mit mehr als 1.000 Einwohnern Breitband nach Angaben der Käufer relativ häufiger vorhanden ist als in Ortsteilen mit weniger als 1.000 Einwohnern.



**Abb. 12: Bekanntheit und Vorhandensein von Breitband nach Ortsteilgröße**

## 4.2 Wichtigkeit von Breitband allgemein

In der Fragengruppe 8 wurde nach der Wichtigkeit der Verfügbarkeit eines Breitbandanschlusses für die Kaufentscheidung gefragt. Unterteilt wurde nach „sehr wichtig“, „ziemlich wichtig“, „mittelmäßig wichtig“, „wenig wichtig“ und „nicht wichtig“.

Die Auswertung der Angaben der Käufer mit Eigennutzung zeigt, dass ca. 35 % aller Käufer, die eine Einschätzung vorgenommen haben, bei Ihrer Kaufentscheidung die Verfügbarkeit von Breitband als „sehr wichtig“ oder „wichtig“ eingestuft haben. Erweitert man die Gruppe um die Käufer für die eine Breitbandversorgung „mittelmäßig wichtig“ war, so umfasst diese 65 % aller Käufer.

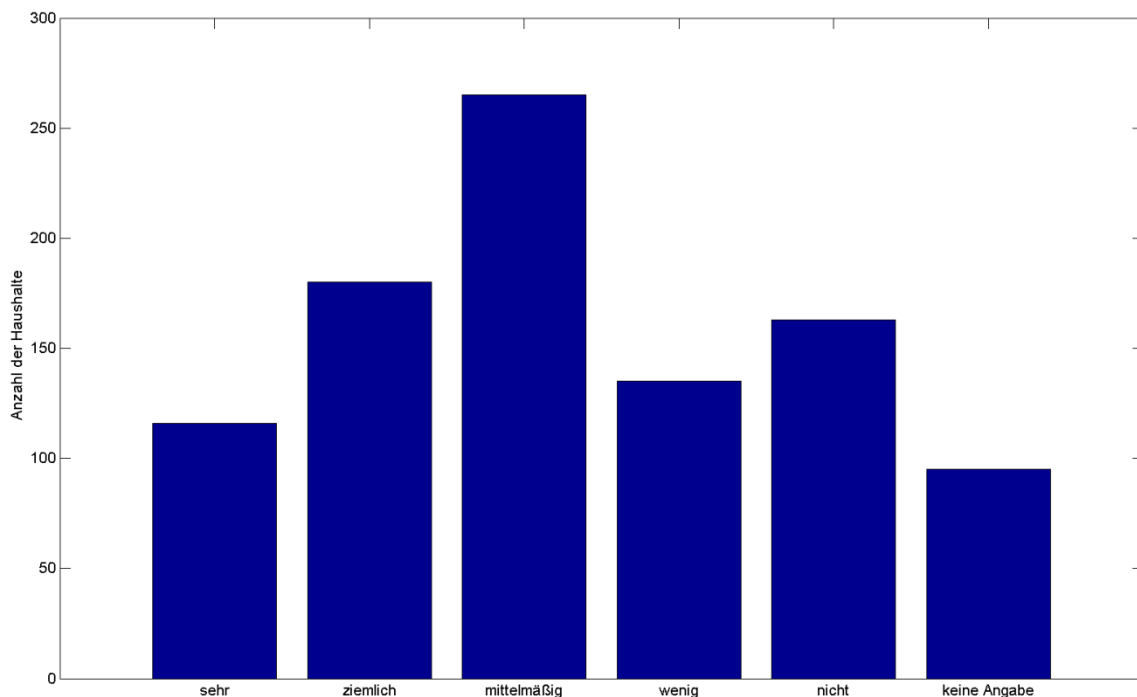


Abb. 13: Wichtigkeit von Breitbandanschluss bei Eigennutzung

## 4.3 Wichtigkeit von Breitband nach Landkreisen

Die Überprüfung der Gruppe der Käufer mit Eigennutzung auf eine Abhängigkeit bezüglich des Landkreises (Abb. 16) lässt keine eindeutige Strukturierung erkennen. Vielmehr ist die Stichprobe bisher in den meisten Landkreisen zu klein, um eine qualifizierte Aussage zu ermöglichen. Daher wird eine weitergehende Analyse bezogen auf die Landkreise im Folgenden nicht weiter vorgenommen.

## Nachweis einer Signifikanz der Breitbandversorgung am Immobilienmarkt

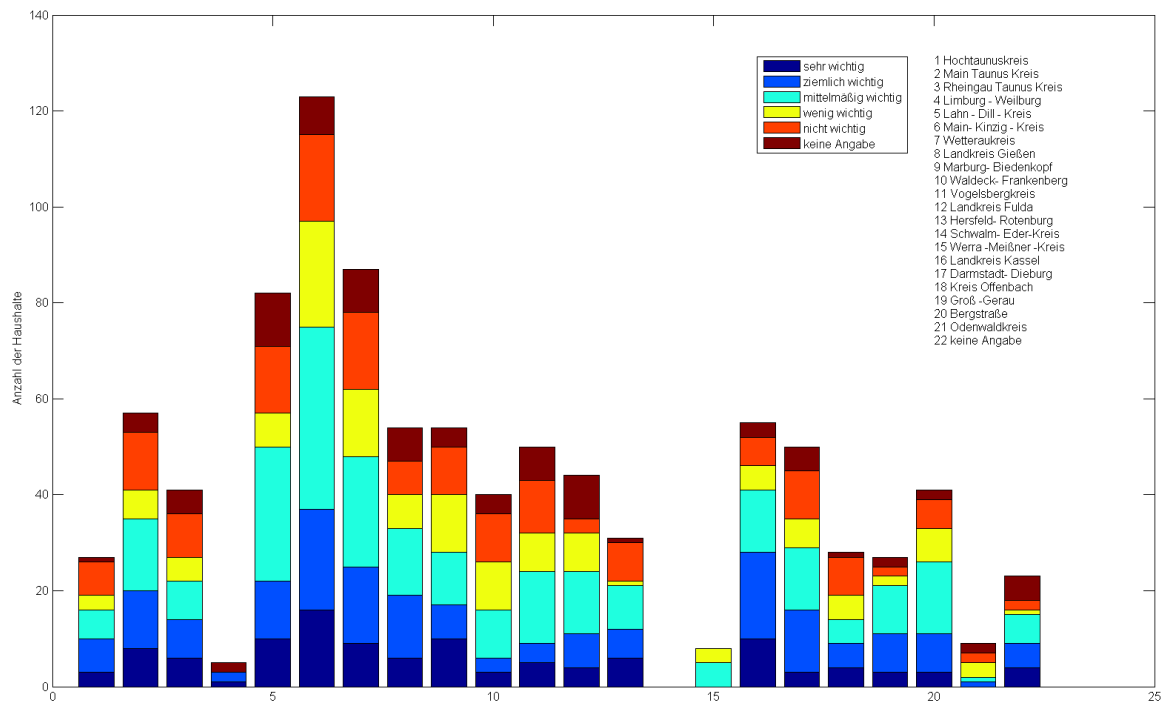
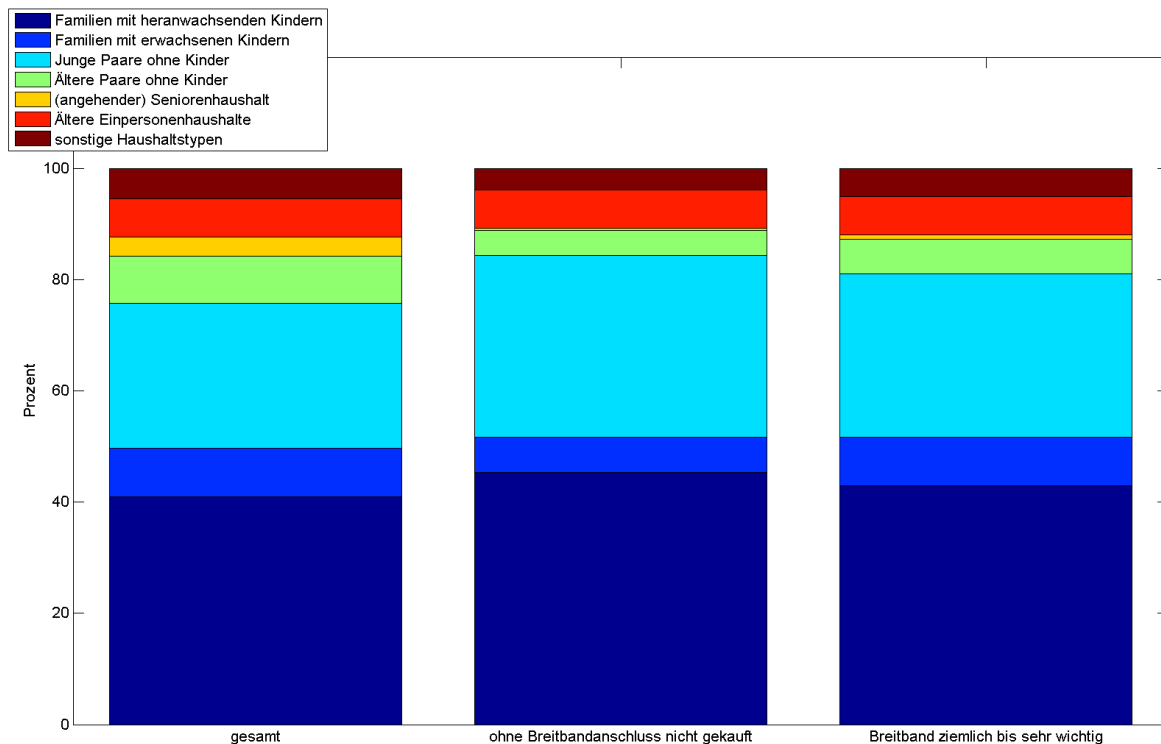


Abb. 14: Wichtigkeit von Breitbandanschluss nach Landkreisen

### 4.4 Wichtigkeit von Breitband nach Haushaltstypen

Überprüft man die Gruppe der Käufer mit Eigennutzung, die ohne einen Breitbandanschluss nicht gekauft hätten (Stichprobenumfang: 216), auf eine jeweilige Abhängigkeit bezüglich der Haushaltstypen (Abb. 13) zeigt sich, dass Familien mit heranwachsenden Kindern und junge Paare ohne Kinder sowie ältere Einpersonenhaushalte beim Immobilienkauf stärker auf die Verfügbarkeit von Breitband achten als ältere Paare ohne Kinder. Für (angehende) Seniorenhaushalte hat die Breitbandverfügbarkeit keine Bedeutung. Allerdings lässt die Größe der Stichprobe hier nur eine eingeschränkte Aussagekraft zu.

Die Auswertung der Frage, ob Breitbandverfügbarkeit für die Kaufentscheidung „sehr wichtig“ oder „ziemlich wichtig“ ist (Stichprobenumfang: 296), stützt jedoch die vorherigen Aussagen. Insbesondere Familien mit heranwachsenden oder erwachsenen Kindern und junge Paare ohne Kinder sowie ältere Einpersonenhaushalte berücksichtigen die Verfügbarkeit von Breitband bei ihrer Kaufentscheidung stärker als andere Gruppen. Für die Gruppe der „Älteren Paare ohne Kinder“ und „(angehende) Seniorenhaushalte“ ist dieses Kriterium deutlich weniger wichtig, auch wenn der Anteil an der Gruppe der Breitband als sehr wichtig und ziemlich wichtig einschätzt größer ist als der der seine Kaufentscheidung davon abhängig macht.

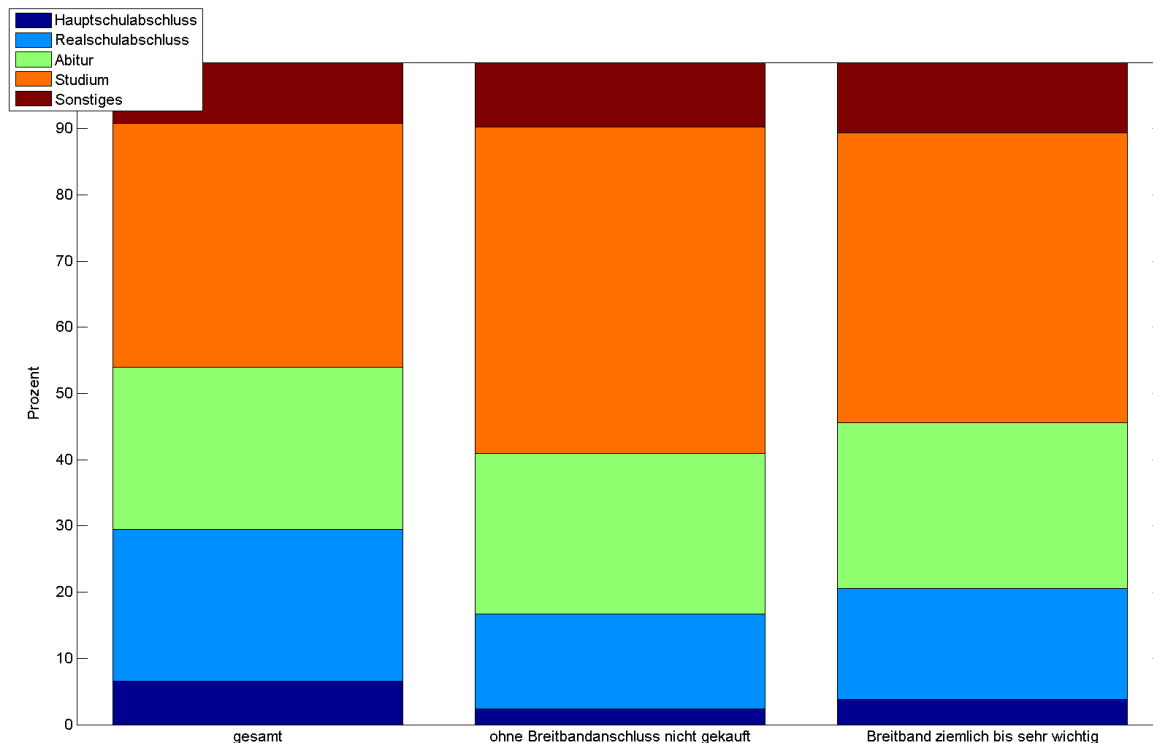


**Abb. 15: Käufer mit Eigennutzung, die ohne Breitbandversorgung nicht gekauft hätten, nach Haushaltstyp**

#### 4.5 Wichtigkeit von Breitband nach höchstem Bildungsabschluss im Haushalt

Überprüft man die Gruppe der Käufer mit Eigennutzung, die ohne einen Breitbandanschluss nicht gekauft hätten (Stichprobenumfang: 216), auf eine jeweilige Abhängigkeit bezüglich des höchsten Bildungsabschlusses im Haushalt (Abb. 14), bestätigt sich die bei der Analyse aller Kauffälle über die Kenntnisse des Vorhandenseins eines Breitbandanschlusses nach höchstem Bildungsabschluss im Haushalt (Abb. 11) gewonnene Erkenntnis: Haushalte mit Hauptschulabschluss oder Realschulabschluss als höchstem Bildungsabschluss sehen einen Breitbandanschluss bei ihrer Kaufentscheidung als weniger entscheidend an, während dieser für Haushalte mit Studium als höchstem Bildungsabschluss eine deutlich höhere Bedeutung hat.

Diese Tendenz bestätigt sich grundsätzlich auch aus der Auswertung der Frage, ob Breitbandverfügbarkeit für die Kaufentscheidung des jeweiligen Haushalts „sehr wichtig“ oder „ziemlich wichtig“ ist (Stichprobenumfang: 292). Interessant ist hier, dass die Käufer aus Haushalten mit Hauptschulabschluss oder Realschulabschluss als höchstem Bildungsabschluss hier dem Breitbandanschluss eine höhere Wichtigkeit beimessen als sich dies bei der Analyse der Kaufentscheidung zeigt.

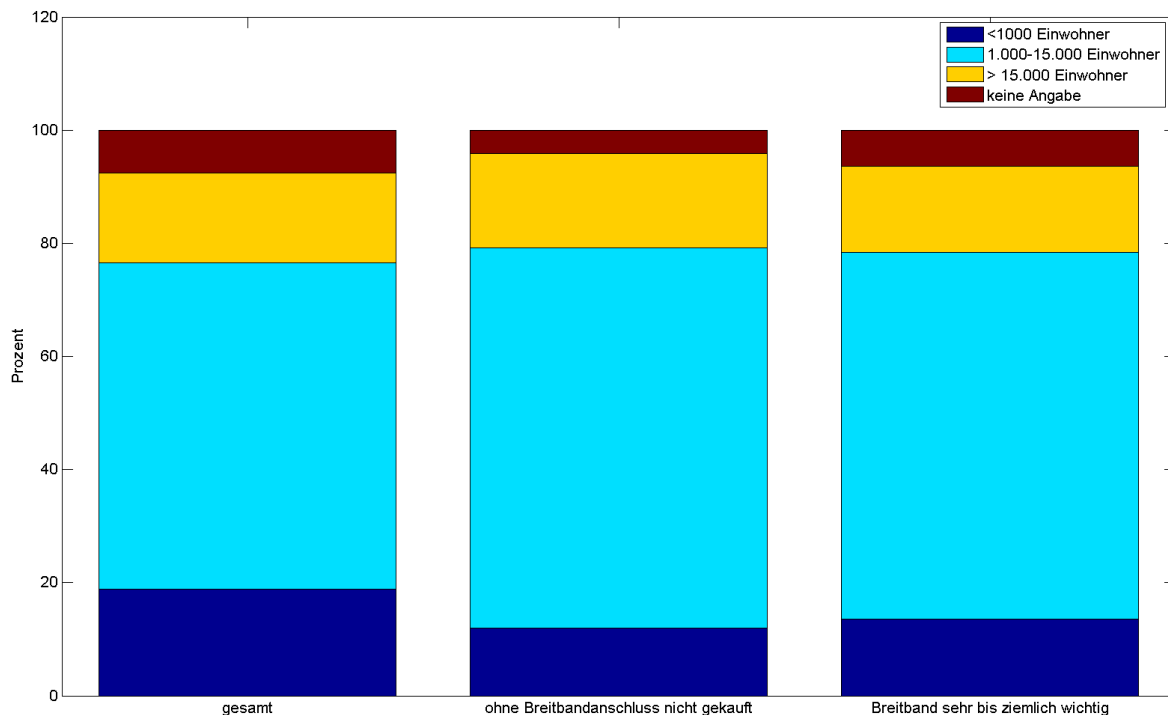


**Abb. 16: Käufer mit Eigennutzung, die ohne Breitbandversorgung nicht gekauft hätten, nach höchstem Bildungsabschluss im Haushalt**

#### 4.6 Wichtigkeit von Breitband nach Ortsteilgröße

Überprüft man die Gruppe der Käufer mit Eigennutzung, die ohne einen Breitbandanschluss nicht gekauft hätten (Stichprobenumfang: 216), auf eine jeweilige Abhängigkeit bezüglich der Ortsteilgröße (Abb. 17), zeigt sich, dass die Verfügbarkeit von Breitband in den Ortsteilen mit zwischen 1.000 und 15.000 Einwohnern als Entscheidungsgrund für den Immobilienkauf ein größeres Gewicht hat, als im Durchschnitt. Im Gegensatz dazu fällt die Verfügbarkeit von Breitband in den Ortsteilen mit unter 1.000 Einwohnern unterdurchschnittlich aus.

Dieses Ergebnis wird durch die Auswertung der Frage gestützt, ob Breitbandverfügbarkeit für die Kaufentscheidung „sehr wichtig“ oder „ziemlich wichtig“ ist (Stichprobenumfang: 296). Auch hier zeigt sich, dass die Käufer von eigengenutzten Immobilien in Ortsteilen kleiner 1.000 Einwohnern die Wichtigkeit der Breitbandversorgung höher einschätzen als sie dies bei der Kaufentscheidung selbst angegeben haben.



**Abb. 17: Häufigkeit der Käufer mit Eigennutzung, die ohne Breitbandversorgung nicht gekauft hätten, nach Ortsteilgröße**

## 5. Zusammenfassende Aussagen und Schlussfolgerungen

Aus den vorhergehenden Analysen lassen sich folgende Aussagen sowohl zum Immobilienmarkt im Allgemeinen als zur Signifikanz von Breitband bei der Kaufentscheidung belegen:

- Die Käufer von Immobilien sind zu über 60 % Familien mit heranwachsenden Kindern und jungen Paare ohne Kinder. Dies bestätigt die Annahme, dass der Immobilienerwerb vor allem von Haushalten mit jüngerer Altersstruktur erfolgt.
- Bei über 60 % aller Haushalte, die Immobilieneigentum zur Eigennutzung erwerben, hat ein Mitglied Abitur oder Studium als höchsten Bildungsabschluss. Dies bestätigt die Annahme, dass vor allem höhere Bildungsschichten Immobilieneigentum erwerben (können).
- Der Anteil von Kauffällen zur Eigennutzung in kleinen Ortsteilen (< 1.000 Einwohner) liegt bei ca. 20 %.
- Familien mit heranwachsenden oder erwachsenen Kindern sowie angehende Seniorenhaushalte erwerben tendenziell eher in Ortsteile mit größerer Einwohnerzahl während junge Paare und ältere Paare ohne Kinder tendenziell eher in Ortsteilen mit geringerer Einwohnerzahl kaufen.
- Haushalte mit Studium als höchstem Bildungsabschluss erwerben tendenziell eher in Ortsteilen mit größerer Einwohnerzahl während die Haushalte mit anderen Bildungsabschlüssen tendenziell eher in Ortsteilen mit geringerer Einwohnerzahl kaufen.

- Lediglich ca. 60 % der Käufer haben Kenntnis über die Verfügbarkeit von Breitband.
- Käufer, die die Verfügbarkeit von Breitband für ihren Haushalt kennen, haben zu mehr als 80 % auch eine Zugangsmöglichkeit zu Breitband.
- Wenn Breitband verfügbar ist, geben ca. 40 % der Käufer zur Eigennutzung und ca. 18 % der Käufer von Vermietungsobjekten an, dass sie ihre Immobilie nicht erworben hätten, wenn Breitband nicht verfügbar gewesen wäre.
- Das Wissen über die Verfügbarkeit der Breitbandversorgung ist in Haushalten mit jungen Bewohnern (Familien mit heranwachsenden Kindern und junge Paare ohne Kinder) deutlich höher als in Haushalten mit älteren Bewohnern ((angehenden) Seniorenhaushalte, ältere Einpersonenhaushalte, älterer Paare ohne Kinder). Insgesamt ist der Anteil der Haushalte, die keine Kenntnis über das Bestehen einer Breitbandversorgung haben (ca. 35 %), (noch) sehr hoch.
- Die Verfügbarkeit von Breitband ist in größeren Ortsteilen besser als in kleineren.
- Die Bedeutung der Breitbandversorgung für den Immobilienkauf sinkt mit dem Alter der Bewohner der Haushalte und mit dem Bildungsniveau.
- Für ca. 65 % aller Haushalte ist eine Breitbandversorgung von zumindest grundsätzlicher Bedeutung (ca. 14 % sehr wichtig, ca. 21 % ziemlich wichtig, ca. 30 % mittelmäßig wichtig).
- Für Haushalte mit höherem Bildungsabschluss (Abitur und höher) und mit jüngeren Bewohnern (Familien mit heranwachsenden Kindern und junge Paare ohne Kinder) ist die Breitbandversorgung ein entscheidendes Kriterium für den Immobilienkauf.
- Da Ortsteile mit weniger als 1.000 Einwohnern gegenüber größeren Ortsteilen regelmäßig eine geringere Verfügbarkeit von Breitband haben, werden eher Immobilien in größeren Ortsteilen gekauft. Dies ist natürlich kein alleiniger Entscheidungsgrund, sondern andere fehlende Elemente der Daseinsvorsorge werden ebenfalls mitzuberücksichtigen sein.

Aus diesen Aussagen lassen sich folgende Schlussfolgerungen ableiten, die zu ihrer Verifizierung noch weitergehende Untersuchungen erfordern:

- Eine Breitbandversorgung wirkt der Bildungswanderung im demografischen Wandel (Dauerhafter Wegzug von Heranwachsenden mit Aufnahme des Studiums) zumindest entgegen, indem sie dem Bedürfnisse jüngerer Bevölkerungsgruppen mit höherer Bildung nach Breitbandversorgung nachkommt.
- Käuferhaushalte mit geringem Bildungsabschluss messen der Breitbandverfügbarkeit eine höhere Bedeutung zu als dies bei ihrer Kaufentscheidung zum Ausdruck kommt. Gleichzeitig kaufen diese Haushalte aufgrund der geringeren Preise eher in kleineren Ortsteilen, wo die Breitbandverfügbarkeit geringer ist. Der Wille zur Eigentumsbildung verbunden mit den wirtschaftlichen Möglichkeiten dieser Haushalte führt hier ggf. zu einem Zurückstellen des Aspekts Breitband bei der Kaufentscheidung. Weiter zu untersuchen wäre, ob diese Entscheidung unter dem Aspekt erfolgt, dass durch den derzeit erfolgenden Ausbau des Breitbandnetzes und der daraus zu erwartenden höheren Verfügbarkeit eines Breitbandanschlusses, die Nutzung eines Breitbandanschlusses nur zeitlich aufgeschoben ist.

## **6. Schlussbemerkung**

Die sehr kurzfristige anberaumte Durchführung dieser Befragung wäre nicht möglich gewesen ohne die allzeit konstruktive und fördernde Zusammenarbeit der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in den Geschäftsstellen der Gutachterausschüsse für Immobilienwerte bei den Ämtern für Bodenmanagement und der Zentralen Geschäftsstelle der Gutachterausschüsse für Immobilienwerte des Landes Hessen (ZGGH), an ihrer Spitze Herr Klaus-Peter Weis. Hierfür danken die Bearbeiter dieser Studie ganz ausdrücklich.

**Darmstadt, 15.03.2013**

**Im Namen der Bearbeiter**

