



Center for Real Estate Studies

Steinbeis-Hochschule Berlin (SHB)

CRES Deutsche Immobilien-Akademie (DIA)

Tayfun Erbil

Einflussfaktoren des Erwerbs einer selbstgenutzten Immobilie

Eine empirische Studie für den deutschen Immobilienmarkt

Band 2 | Michael Lister, Heinz Rehkugler,
Marco Wölfle (Hrsg.)



Tayfun Erbil

Einflussfaktoren des Erwerbs einer selbstgenutzten Immobilie



Center for Real Estate Studies

Steinbeis-Hochschule Berlin (SHB)

CRES Deutsche Immobilien-Akademie (DIA)

Tayfun Erbil

Einflussfaktoren des Erwerbs einer selbstgenutzten Immobilie

Eine empirische Studie für den deutschen Immobilienmarkt

Band 2 | Michael Lister, Heinz Rehkugler,
Marco Wölfle (Hrsg.)



Impressum

© 2016 Steinbeis-Edition, Stuttgart

Alle Rechte der Verbreitung, auch durch Film, Funk und Fernsehen, fotomechanische Wiedergabe, Tonträger jeder Art, auszugsweisen Nachdruck oder Einspeicherung und Rückgewinnung in Datenverarbeitungsanlagen aller Art, sind vorbehalten.

Immobilienwirtschaftliche Schriftenreihe von CRES und DIA (Hrsg.)

Tayfun Erbil: Einflussfaktoren des Erwerbs einer selbstgenutzten Immobilie. Eine empirische Studie für den deutschen Immobilienmarkt

Michael Lister, Heinz Rehkugler, Marco Wölflé (Hrsg.) | Band 2

1. Auflage, 2016 | Steinbeis-Edition, Stuttgart

ISBN 978-3-95663-044-6

Zugl. Steinbeis-Hochschule Berlin, Dissertation 2015

Satz: Steinbeis-Edition

Druck: Printsystem GmbH, Heimsheim

Steinbeis ist weltweit im unternehmerischen Wissens- und Technologietransfer aktiv. Zum Steinbeis-Verbund gehören derzeit rund 1.000 Unternehmen. Das Dienstleistungsportfolio der fachlich spezialisierten Steinbeis-Unternehmen im Verbund umfasst Forschung und Entwicklung, Beratung und Expertisen sowie Aus- und Weiterbildung für alle Technologie- und Managementfelder. Ihren Sitz haben die Steinbeis-Unternehmen überwiegend an Forschungseinrichtungen, insbesondere Hochschulen, die originäre Wissensquellen für Steinbeis darstellen. Rund 6.000 Experten tragen zum praxisnahen Transfer zwischen Wissenschaft und Wirtschaft bei. Dach des Steinbeis-Verbundes ist die 1971 ins Leben gerufene Steinbeis-Stiftung, die ihren Sitz in Stuttgart hat. Die Steinbeis-Edition verlegt ausgewählte Titel aus dem Steinbeis-Verbund.

178586-2016-04 | www.steinbeis-edition.de

Geleitwort

Die Entscheidung für oder gegen den Kauf einer Immobilie stellt für viele Privatpersonen eine oftmals einmalige, vor allem aber angesichts des Kaufpreises die vom finanziellen Volumen her größte Kaufentscheidung des Lebens dar. In der Absatzwirtschaft gehört die Immobilie deshalb auch zu den High-Involvement-Produkten.

Die wissenschaftliche Auseinandersetzung mit der Immobilie ist weniger vertrieblich, als vor allem finanziell ausgerichtet. In zahlreichen Abhandlungen wird analysiert, unter welchen Umständen ein gekauftes Objekt gegenüber einem gemieteten zu einem höheren finanziellen Vorteil führt.

Fraglos spielen die finanziellen Motive bei der Kaufentscheidung eine zentrale Rolle. Gleichwohl wird in der Praxis der Immobilienvermittlung – auch ohne einen empirischen Befund – rasch deutlich, dass sich Privatpersonen eben nicht alleine von finanziellen Überlegungen treiben lassen. So verdeutlicht z. B. das teilweise irrationale Verhalten bei immobilienwirtschaftlichen Auktionen mit übertriebenen Auktionszuschlagspreisen, dass es noch andere Determinanten geben muss.

Der Immobilienverband Deutschland IVD hat deshalb das CRES gebeten, in einer wissenschaftlichen Studie zu untersuchen, welche Faktoren auf welche Weise die Immobilienkaufentscheidung beeinflussen. Der Nutzen einer solchen Studie, sofern sie denn zu einem eindeutigen Ergebnis kommt, ist immens. Makler könnten besser verstehen, welche Bedürfnisse ihre Kunden haben und wie diese Bedürfnisse optimal befriedigt werden können. Die Politik würde im Idealfall besser erkennen, an welchen Stellen man Anreize setzen muss, um eine optimale Wohnbauförderung zu generieren. Vor diesem Hintergrund bestand die Aufgabe von Herrn Tayfun Erbil darin, die kaufbeeinflussenden Faktoren des Immobilienerwerbs im Rahmen einer empirischen Studie zu untersuchen.

In einem ersten, eher deskriptiven Teil wird das Konsumverhalten im Allgemeinen und Speziellen untersucht. Danach werden die Ergebnisse einer empirischen Analyse der Einflussfaktoren des privaten Immobilienkaufs präsentiert. Besonders hervorzuheben ist dabei der Einsatz der Zaltman Metaphor Elicitation Technique (ZMET). Hier hat Herr Erbil einen bemerkenswerten wissenschaftlichen Output generiert, indem er mit einer kleinen Gruppe gut ausgewählter Kandidaten mit psychologischer Unter-

stützung Interviews geführt und schließlich umfangreich mit Hilfe wissenschaftlich erprobter Verfahren ausgewertet hat. Dieses Vorgehen ist im höchsten Maße spannend. In der abschließenden kritischen Würdigung werden neben Limitationen und Implikationen für die immobilienwirtschaftliche Praxis vor allem auch Implikationen für die Wissenschaft herausgearbeitet. Hier ist insbesondere bemerkenswert, wie die Modifikationen der ZMET-Studie hergeleitet werden, um so ein neues Instrument für die Motivations- und Emotionsforschung zu generieren.

Insgesamt leistet Herr Erbil mit seiner Arbeit eine inhaltlich bemerkenswerte und mit innovativen Ideen gespickte Bearbeitung eines komplexen Themas. Neben der eingebrachten Methodenvielfalt ist vor allem die Modifikation der ZMET-Methode hervorzuheben. Deshalb ist Herrn Erbil eine große Verbreitung seines Werks zu wünschen.

Berlin, Januar 2016
Prof. Dr. Michael Lister

Vorwort zur Reihe

Seit 1995 engagiert sich die Deutsche Immobilien-Akademie DIA, eines der größten überregionalen Weiterbildungsinstitute für die Immobilien- und Finanzwirtschaft, mit steigendem Erfolg in der beruflichen Weiterbildung. Mehr als 1500 Teilnehmer pro Jahr absolvieren die unterschiedlichsten Studiengänge. Seit 1997 besteht ein Kooperationsvertrag mit der Universität Freiburg. Träger der gemeinnützigen Gesellschaft sind die Verwaltungs- und Wirtschafts-Akademie (VWA) für den Regierungsbezirk Freiburg e. V. und der Immobilienverband Deutschland (IVD).

Die DIA bietet ein vielfältiges Weiterbildungsangebot in den Bereichen Immobilienwirtschaft, Sachverständigenwesen und Vermögensmanagement – speziell für Berufstätige. Als Bildungsträger führt die Akademie qualifizierte, durch jährliche Zertifizierungsaudits geprüfte Seminare und Studiengänge im Bereich der berufsbegleitenden Erwachsenen-Fort- und Weiterbildung durch.

Im Sommer 2008 wurde auf Initiative der Deutschen Immobilien-Akademie (DIA) mit dem Center for Real Estate Studies CRES ein neues immobilienwirtschaftliches Institut an der Steinbeis-Hochschule Berlin (SHB) gegründet, um die Aktivitäten in Forschung und Lehre weiter vorantreiben zu können. Über die bisherigen Tätigkeiten der DIA hinausgehend, avancierte das CRES innerhalb kurzer Zeit zu einem der führenden Institute für duale und berufsbegleitende Studiengänge im Immobilienbereich.

In der Lehre besteht die Aufgabe des CRES in der Organisation und Durchführung von Studiengängen in der Fachrichtung Immobilienwirtschaft/ Real Estate. Als Steinbeis-Transfer-Institut kann das CRES duale und berufsbegleitende Studienprogramme mit den Abschlüssen zum Bachelor und Master sowie die Betreuung und Durchführung von Promotionen anbieten.

Ein universitäres Institut kann aber ohne Forschungoutput nicht existieren. Deshalb engagiert sich das CRES intensiv im Bereich der immobilienwirtschaftlichen Forschung, die natürlich auch ein wesentlicher Treiber der Lehrinhalte sein soll. Zu den vielfältigen Forschungsarbeiten der jüngeren Vergangenheit zählen z. B.:

- Marktstudie über das Angebot an Ferienimmobilien auf den Balearen
- Studie über den Zusammenhang von Lärm und Immobilienwert

- Unternehmens-Benchmark der Immobilienbranche
- Energetische Sanierung von Wohngebäuden – Wirtschaftlichkeit vs. Klimaschutz
- DIADAT – Stimmungsbarometer der Immobilienwirtschaft
- Betriebsvergleich der Immobilienunternehmen
- Überwälzung der Kosten energetischer Sanierung von Mietwohnungen
- Erschwinglichkeit von Wohneigentum in Deutschland
- Zinshausmarktbericht Deutschland
- u. v. m.

Der Forschungsoutput benötigt eine geeignete Veröffentlichungsplattform. Deshalb haben sich die wissenschaftlichen Leiter der DIA und des CRES entschlossen, eine neue Schriftenreihe zu etablieren. Unter dem Titel „Immobilienwirtschaftliche Schriftenreihe von CRES und DIA“ sollen fortan innerhalb der Steinbeis-Edition Werke erscheinen, die vom wissenschaftlichen Team der beiden Institutionen erarbeitet worden sind.

Band 1 und 2 dieser Reihe bilden die an der Steinbeis-Hochschule von Prof. Dr. Michael Lister betreuten Dissertationen von Herrn Tim Nädele zum Thema „Preistransparenz auf Immobilienmärkten“ und von Herrn Tayfun Erbil zum Thema „Einflussfaktoren des Erwerbs einer selbstgenutzten Immobilie – eine empirische Studie für den deutschen Immobilienmarkt“.

Das Team der Herausgeber hofft, den Lesern mit dieser Schriftenreihe interessante Beiträge zur immobilienwirtschaftlichen Forschung und so neue Impulse zur Weiterentwicklung dieses wirtschaftlich so bedeutenden Sektors liefern zu können.

Freiburg/Berlin, Januar 2016

Für das CRES

Prof. Dr. Michael Lister

Prof. Dr. Heinz Rehkugler

Prof. Dr. Marco Wölflle

Für die DIA

Prof. Dr. Bernd Raffelhüschen

Prof. Dr. Dr. h. c. Hans-Hermann Francke

Vorwort des Autors

Die vorliegende Arbeit, die sich mit den Einflussfaktoren des Immobilienkaufs privater Immobilienkäufer beschäftigt, wurde im März 2015 von der Steinbeis-Hochschule Berlin als Dissertation angenommen. Das Manuskript dazu habe ich 2014 fertiggestellt. Das Thema meiner Dissertation habe ich 2010 festgelegt. Dass ich diese Zeit unversehrt und ohne größere Blessuren überstanden habe, verdanke ich vielen Personen, die mich in den verschiedensten Situationen und Stationen meines Forschungsvorhabens unterstützt haben.

Dem Präsident der Steinbeis-Hochschule Berlin Herrn Prof. Dr. Dr. h.c. mult. Johann Löhn danke ich dafür, dass er mir mit der Annahme meines Forschungsvorhabens den Weg geebnet hat. Die hervorragende Infrastruktur, die er und seine Institution, vor allem mit den Doktorandenkolloquien, geboten haben, leistete einen wichtigen Beitrag dazu, dass ein reger Austausch mit Professoren und Doktoranden erfolgen konnte.

Der IVD Bundesverband förderte mich durch sein umfangreiches Netzwerk an Immobilienexperten, spannende Forschungsprojekte, an denen ich mitwirken durfte, und auch durch die Unterstützung der empirischen Studien im Rahmen meiner Dissertation. In Persona danke ich hier vor allem dem ehemaligen Bundesgeschäftsführer Herrn Sven Johns, der neben seinem persönlichen Einsatz mir stets fachlich zur Seite stand und mir wertvollen Input lieferte. Danke Sven! Ebenso danke ich dem ehemaligen Präsidenten des IVD, Herrn Jens-Ulrich Kießling, für die Unterstützung. Herrn Jürgen Michael Schick, dem amtierenden Präsidenten des IVD möchte ich herzlich für seinen unermüdlichen Einsatz für das CRES, aber auch für meine Arbeit danken. Herzlichen Dank für Ihre Unterstützung, Herr Schick! Aber auch allen anderen Mitarbeitern und Funktionären des IVD sowie der Deutschen Immobilien Akademie an der Universität Freiburg (DIA) bin ich zu Dank verpflichtet.

Diese Arbeit wäre natürlich ohne die Betreuung durch meinen Doktorvater, Herrn Prof. Dr. Michael Lister, nicht zustande gekommen. Ich kann mich noch sehr gut an seine Worte erinnern, dass die Dissertation einen anderen Menschen aus mir machen würde. Er behielt recht. Sein fachlicher Rat in allen Phasen der Dissertation schärfte und verbesserte meine Fähigkeiten, kritisch und strukturiert zu denken. Michael,

ich verdanke dir so viel! Des Weiteren danke ich Herrn Prof. Dr. Dres. h.c. Henner Schierenbeck für die Übernahme des Zweitgutachtens der Dissertation. Dank gebührt auch Herrn Prof. Dr. Heinz Rehkugler und besonders Herrn Prof. Dr. Dr. Helmut Schneider.

Neben aller fachlichen Unterstützung durch die genannten Personen möchte ich meinen engsten Freunden danken, die mich immer bei Laune gehalten haben und so dazu beitrugen, dass ich die Zeit relativ stressfrei überstehen konnte. Besonders hervorheben möchte ich Herrn Dr. Tim Sebastian Nädele, der nicht nur ein hervorragender Sparringspartner war, sondern auch ein guter Freund, mit dem ich die langen Dissertationstage gerne mit einem Cappuccino ausklingen lassen habe! Danke Tim!

Ich widme diese Arbeit meiner Mutter, meinem Vater und meiner Schwester, die mein Leben lang als wichtigste Stütze immer für mich da gewesen sind, egal wie abgedreht und kompliziert ich auch manchmal gewesen bin. Mama danke, dass du mit deiner ruhigen und fürsorglichen Art immer dafür sorgst, dass ich ausgeglichen bleibe. Danke Papa, dass du mich während meiner Dissertation immer ermutigt hast, stark, zielstrebig und nie mit dem bereits Erreichten zufrieden zu sein. Meiner Schwester Aysen danke ich besonders dafür, dass sie immer fröhlich ist und immer zur richtigen Zeit vor mir, hinter mir oder neben mir steht. Besonders in Erinnerung wird mir unser USA-Urlaub auf den letzten Metern meiner Dissertation bleiben. Das hat mir die nötige Kraft gegeben, noch einmal auf das Gaspedal zu drücken. Danke! Sizi çok seviyorum!

Berlin, im April 2015
Tayfun Erbil

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	XIV
Tabellenverzeichnis	XV
Abkürzungsverzeichnis	XVI
Einführung	1
1. Teil: Konsumverhalten im Allgemeinen und Speziellen	5
A Entwicklung der Konsumforschung.....	7
I Forschungsansätze zum Entscheidungsverhalten	7
II Entwicklung der Konsumverhaltensforschung.....	7
III Bewertung der Forschungsansätze	10
B Entscheidungsverhalten von Konsumenten im Allgemeinen	13
I Einflussfaktoren des Kaufverhaltens	13
(1) Aktivierende Prozesse.....	13
(2) Werte	23
(3) Persönlichkeit	24
(4) Umwelteinflüsse.....	25
(5) Kognitive Prozesse	26
II Entscheidungsverhalten von Konsumenten	28
(1) Kaufentscheidungsarten.....	29
(2) Erklärungsmodelle des Entscheidungsverhaltens	30
(3) Kaufprozess.....	33
III Kritische Würdigung des Forschungsstandes	34
C Entscheidungsverhalten privater Immobilienkäufer.....	36
I Kategorisierung der modelltheoretischen Einflussfaktoren.....	36
(1) Finanzielle Faktoren.....	37
(2) Nichtfinanzielle Faktoren.....	44
II Kaufentscheidungsphasen	54
III Das Dilemma bestehender Modelle.....	57
(1) Untersuchungsdesign.....	57
(2) Anforderungsprofil eines immobilienwirtschaftlichen Kaufverhaltensmodells	58

2. Teil: Empirische Analyse der Einflussfaktoren des privaten Immobilienkaufs	61
A Methodisches Vorgehen	63
B Analyse kaufbeeinflussender Faktoren beim Immobilienkauf	70
I Qualitative Studie – Experteninterview.....	70
(1) Untersuchungsaufbau.....	70
(2) Empirische Ergebnisse.....	72
II Qualitative Studie – Zaltman Metaphor Elicitation Technique.....	85
(1) Methodik.....	85
(2) Ablauf der ZMET-Methode.....	91
(3) Untersuchungsaufbau.....	102
(4) Empirische Ergebnisse.....	104
III Quantitative Studie – Breitenbefragung.....	130
(1) Methodik.....	130
(2) Untersuchungsaufbau.....	137
(3) Empirische Ergebnisse.....	151
C Zusammenfassung und Interpretation der Forschungsergebnisse	192
3. Teil: Kritische Würdigung	195
A Implikationen für die Wissenschaft	197
I Konsumverhaltensforschung im Allgemeinen.....	197
II Übertragung der ZMET-Methode in Motivations- und Emotionsforschung.....	199
III Interaktion von Kaufmotiven.....	201
B Implikationen für die Praxis	202
I Gewerbliche Immobilienwirtschaft.....	202
(1) Professioneller Immobilienvertrieb.....	202
(2) Bauwirtschaft.....	208
(3) Banken.....	209
II Privater Immobilienverkauf.....	210
III Staat.....	212

C Limitationen und weiterer Forschungsbedarf.....	214
I Stichprobe & Forschungsmethodik.....	214
II Beitrag zur Theorieentwicklung	218
III Weiterführende Forschung.....	219
Fazit.....	223
Anhang	228
Literaturverzeichnis	240

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Entwicklung der Konsumverhaltensforschung.....	9
Abbildung 2: Neobehavioristisches S-O-R-Modell.....	11
Abbildung 3: Semantisches Differenzial.....	22
Abbildung 4: Einstellungsmodell nach Ajzen / Fishbein.....	24
Abbildung 5: Totalmodell nach Howard und Sheth.....	31
Abbildung 6: Totalmodell nach Engel, Blackwell und Kollat.....	32
Abbildung 7: Kaufprozess.....	33
Abbildung 8: Zusammenfassung finanzieller Einflussfaktoren des Immobilienkaufs.....	37
Abbildung 9: Zusammenfassung nichtfinanzieller Einflussfaktoren des Immobilienkaufs.....	45
Abbildung 10: Zusammenfassende Darstellung aller untersuchten Motive.....	83
Abbildung 11: Auswertung der Experteninterviews.....	85
Abbildung 12: Bestandteile der ZMET-Methode.....	91
Abbildung 13: Darstellung Means-End-Chain.....	96
Abbildung 14: Matrix einer Means-End-Chain.....	98
Abbildung 15: Hierarchical Value Map.....	99
Abbildung 16: Ablauf der ZMET-Methode.....	102
Abbildung 17: Auszug aus Katalog mitgebrachter Bilder der Probanden der ZMET-Studie.....	107
Abbildung 18: Repertory Grid zur Selbstverwirklichung, Proband 9.....	120
Abbildung 19: Kognitive Landkarte aus einem ZMET-Interview, Proband 7.....	127
Abbildung 20: Kognitive Landkarte ZMET-Studie.....	129
Abbildung 21: Struktur der quantitativen Studie.....	141
Abbildung 22: Prüfung Modellprämissen: Heteroskedastizität.....	191

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Auswertung der Items der kognitiven Landkarte.....	125
Tabelle 2: Fehlerwahrscheinlichkeit bei Signifikanztests	132
Tabelle 3: KMO- und Bartlett-Test.....	154
Tabelle 4: Faktorenanalyse: Kommunalitäten	155
Tabelle 5: Faktorenanalyse: Faktorextraktion.....	157
Tabelle 6: Faktorenanalyse: Rotierte Komponentenmatrix	159
Tabelle 7: Cronbachs Alpha Werte aller extrahierten Faktoren	161
Tabelle 8: Logistische Regressionsanalyse: Modellanpassung	166
Tabelle 9: Logistische Regressionsanalyse: Güte der Anpassung.....	166
Tabelle 10: Logistische Regressionsanalyse: Pseudo-R ² -Statistik.....	167
Tabelle 11: Logistische Regressionsanalyse: Likelihood-Quotienten-Tests	167
Tabelle 12: Logistische Regressionsanalyse: Parameterschätzer.....	168
Tabelle 13: Multiple Regression: Koeffizienten, emotionaler Faktor	173
Tabelle 14: Multiple Regression: Modell, emotionaler Faktor.....	174
Tabelle 15: Multiple Regression: Modell, finanzieller Faktor	175
Tabelle 16: Multiple Regression: Koeffizienten, finanzieller Faktor.....	176
Tabelle 17: Multiple Regression: Modell, Lebenszyklus.....	177
Tabelle 18: Multiple Regression: Koeffizienten, Lebenszyklus	178
Tabelle 19: Multiple Regression: Einfamilienhauspräferenz, Modell.....	180
Tabelle 20: Multiple Regression: EFH-Präferenz, Koeffizienten	180
Tabelle 21: Multiple Regression: Faktoren / Objekteigenschaften, Modell	182
Tabelle 22: Multiple Regression: Faktoren / Eigenschaften, Koeffizienten	183
Tabelle 23: Prüfung Modellprämissen: Multikollinearitätsanalyse Teil 1.....	187
Tabelle 24: Prüfung Modellprämissen: Multikollinearitätsanalyse Teil 2.....	189
Tabelle 25: Prüfung Modellprämissen: Durbin-Watson-Test.....	190

Abkürzungsverzeichnis

AV	Abhängige Variable
Bd.	Band
bspw.	beispielsweise
bzw.	beziehungsweise
ca.	circa
d. h.	das heißt
et al.	et alii, et alia, et alteri
f.	folgende
ff.	fortfolgende
ggf.	gegebenenfalls
Hrsg.	Herausgeber
HVM	Hierarchical Value Map
i. d. R.	in der Regel
inkl.	inklusive
k. A.	keine Angabe / Angaben
Nr.	Nummer
o. Ä.	oder Ähnliches
o. V.	ohne Verfasser
S.	Seite
S-O-R-Modell	Stimulus-Organismus-Reaktions-Modell
TRA	Theory of Reasoned Action
TBA	Theory of Planned Behavior
ZMET	Zaltman Metaphor Elicitation Technique

Einführung

Forscher beschäftigen sich schon seit Jahrhunderten mit der Ergründung des Entscheidungsverhaltens des Menschen. In der Konsumverhaltensforschung ist es von Interesse, aus welchem Grund Kunden bestimmte Produkte bevorzugen, andere wiederum ablehnen. Konsumenten treffen dabei in der Regel keine rein rationale Kaufentscheidung. Der „homo oeconomicus“ wurde bereits vor Jahrzehnten als Utopie entlarvt. Forscher versuchen seitdem die Frage zu beantworten, inwiefern sich Konsumenten irrational verhalten und durch ihr Unterbewusstsein bei der Kaufentscheidung beeinflusst werden. Eine solche Irrationalität ist zum Beispiel bei der Auswahl von Produkten des täglichen Bedarfs oder anderer Konsumgüter wie Kaffee oder Elektronikartikel zu beobachten. Diese in der Konsumverhaltensforschung als „Low-Involvement-Käufe“ bezeichneten Käufe haben in der Regel keinen wesentlichen Einfluss auf das Leben eines Menschen. Anders verhält es sich bei strategischen Kaufentscheidungen, die mit einem hohen „Involvement“ des Konsumenten einhergehen. Konsumenten nehmen sich bei diesen Entscheidungen viel Zeit, wägen verschiedene Alternativen ab und entscheiden sich nach einem intensiven gedanklichen Prozess für die präferierte Alternative. Strategische Kaufentscheidungen, beispielsweise der Kauf eines PKWs oder einer Immobilie, haben einen besonderen und oftmals nachhaltigen Einfluss auf das Leben eines Menschen.

Vor allem beim Kauf einer Immobilie wird oftmals eine Entscheidung getroffen, welche einen sehr hohen finanziellen Aufwand und in der Regel eine jahrzehntelange Verschuldung mit sich bringt. Der Kauf einer Immobilie birgt nach Meyer und Wieand (1996) viele Risiken in sich, wie zum Beispiel das sogenannte Klumpenrisiko. Darunter wird die Konzentration eines wesentlichen Teils des Vermögens auf eine Assetklasse verstanden. Das Vermögen ist jahrzehntelang an ein immobiles Gut gebunden und deshalb nicht-fungibel. Weitere Risiken können die Veränderungen von ökonomischen Rahmenbedingungen mit sich bringen. Dazu zählen Arbeitslosigkeit, das Fallen von Immobilienpreisen oder das Ansteigen der Kreditzinsen im Rahmen einer Prolongation. Der aufgenommene Immobilienkredit bleibt von den veränderten Rahmenbedingungen unberührt und muss weiter bedient werden. Insofern setzt sich jeder Mensch mit dem Kauf einer Immobilie einer ungewissen Zukunft aus. Nichtsdestotrotz gehört die Bildung von Wohneigentum häufig zu den Zielen der Politik (SPD, GRÜNE 1998; CDU, CSU, SPD 2005; CDU, CSU, FDP 2009) und der meisten Bürger. In fast jeder Koalitionsvereinbarung der letzten Jahrzehnte ist ein Bekenntnis zur Bildung und Förderung von Wohneigentum nachzulesen und