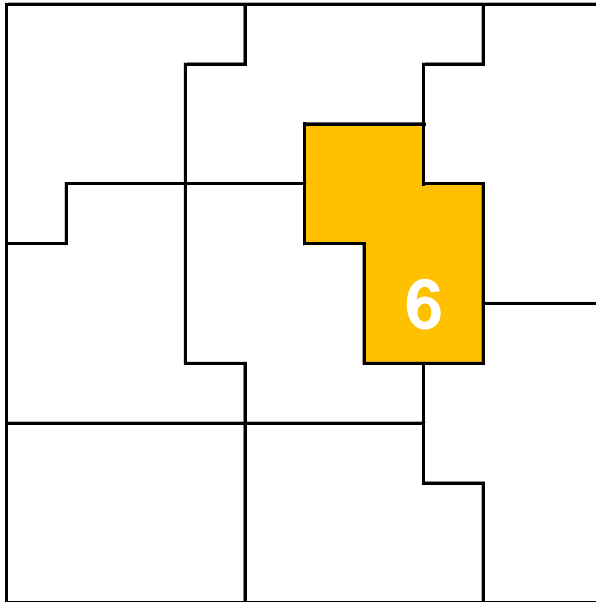


Segment 6: Etablierte Alternative

Nachfragesegmente im deutschen Wohnungsmarkt



6.1 Etablierte Alternative: Einleitung

13,9 % der deutschen Haushalte zählen zu den «Etablierten Alternativen». Selbstverwirklichung spielt in ihrem Leben eine wichtige Rolle, kulturelles Interesse, ökologisches und soziales Bewusstsein sind stark ausgeprägt. Wichtige Werte sind Natürlichkeit und Authentizität, während materielle Güter, Konsum und Prestigeobjekte einen eher geringen Stellenwert besitzen. Der Alltag und die Freizeitaktivitäten sind regionsbezogen, Ferienreisen sind häufig und weit weg.



Die etablierten Alternativen wohnen in mittelgroßen Mietwohnungen, im Stockwerkeigentum oder in einer Hausgemeinschaft. Gemessen an ihren finanziellen Möglichkeiten weisen sie eine vergleichsweise geringe Wohneigentumsneigung auf, das kulturelle Angebot und eine inspirierende Nachbarschaft sind entscheidender, sei dies in der Stadt, im suburbanen Raum oder auf dem Land.

6.2 Etablierte Alternative: Beispiele dreier fiktiver Haushalte

Die nachfolgenden Beispiele sollen einen schnellen Zugang zu dem beschriebenen Nachfragesegment ermöglichen. Sie sind stark überzeichnet, klischeehaft und basieren nicht auf einer wissenschaftlichen Grundlage.

Familie Scheerbaum, Familie mit Kindern

Jonas Scheerbaum ist Informatiker und hat einen guten Job bei einer Softwarefirma. Er arbeitet Vollzeit und mehrere Tage pro Woche von zu Hause aus. Seine Frau Karin ist ebenfalls berufstätig und arbeitet Teilzeit als Personalfachfrau. Ihre gemeinsame Tochter geht zwei Tage pro Woche in die Kinderkrippe. Ihnen ist wichtig, dass sie sich gemeinsam um die Erziehung der Tochter kümmern. Sie leben in einer familienfreundlichen Überbauung, wo Kinder gut in der grünen Umgebung spielen können.

Herr König und Frau Schmidt, mittleres Paar

Hans König lebt mit seiner Lebensgefährtin Annemarie Schmidt in einem Einfamilienhaus am Stadtrand. Er hat das Haus nach seinen Wünschen umgebaut und schätzt daran vor allem den schönen Garten, in dem er viel Zeit verbringt. Er arbeitet seit mehreren Jahren im Bauamt und freut sich auf die bevorstehende Pensionierung. Annemarie Schmidt gibt zu Hause Klavierunterricht. Sie besuchen gerne klassische kulturelle Veranstaltungen in der Stadt.

Familie Haaf, Familie mit Kindern

Susanne und Peter Haaf sind Oberstufenlehrer und arbeiten an derselben Schule. Sie leben mit ihren zwei gemeinsamen Kindern in einer geräumigen Eigentumswohnung in einer Großstadt. Wichtig ist ihnen, dass die Wohnung funktional und ruhig gelegen ist. Sie leben umweltbewusst und essen bevorzugt saisonale Produkte aus der Region und aus biologischem Anbau. Sie fahren meistens mit dem Fahrrad zur Arbeit und sind auch in der Freizeit eher sportlich tätig. In den Ferien unternimmt die Familie gemeinsam Individualreisen in entfernte Länder mit anderen Kulturen.

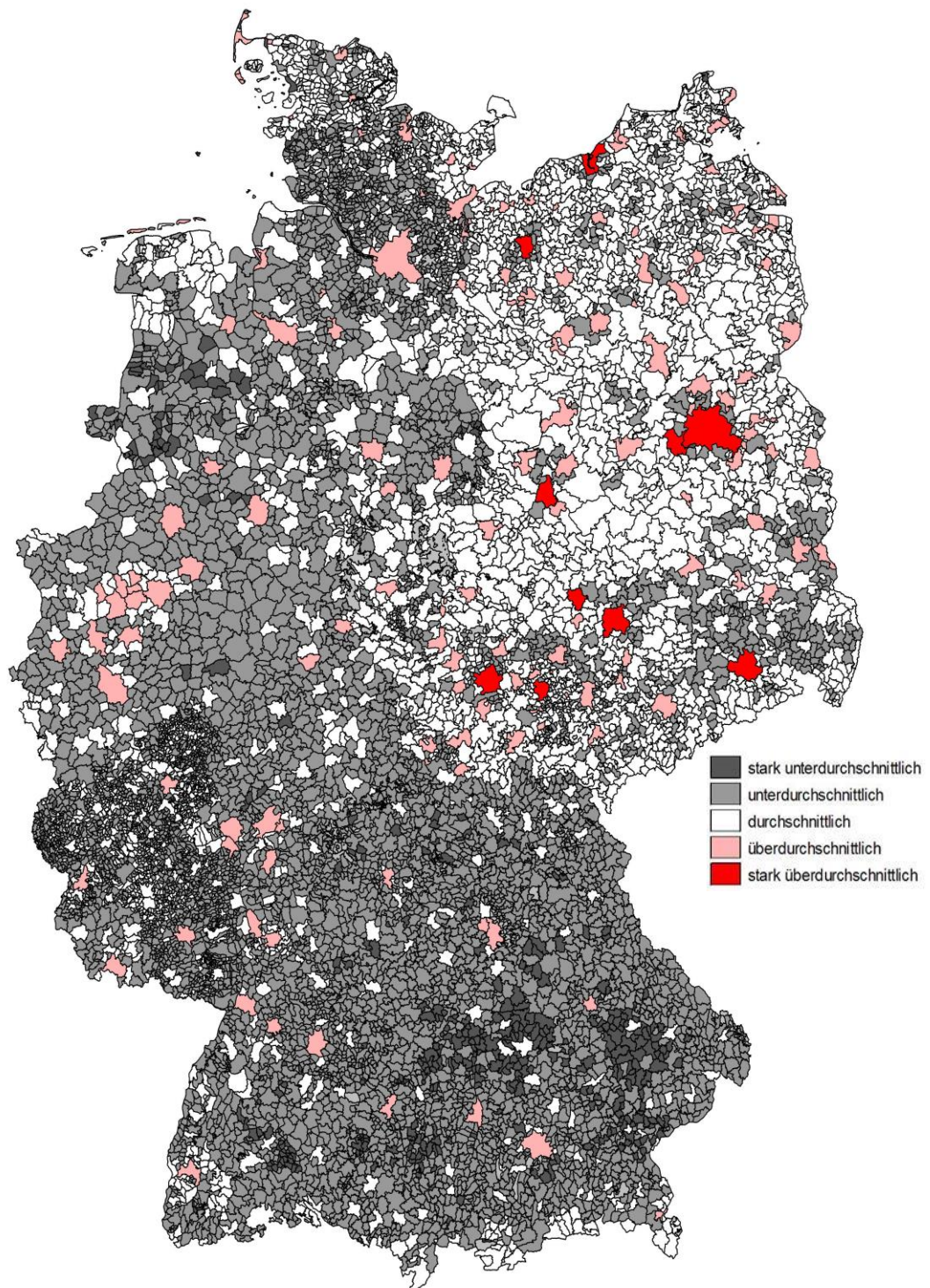
6.3 Wer ist die etablierte Alternative?

Charakteristikum	Typische Ausprägung
Ausbildungsniveau	Mittlerer bis hoher Bildungsstand
	Gering Hoch
Primäre Bildung	
Sekundäre Bildung	
Tertiäre Bildung	
Beruf	Intermediäre und qualifizierte nicht manuelle Berufe, häufig im staatlichen und sozialen Dienstleistungssektor (Gesundheitswesen, Bildung)
	Gering Hoch
Oberstes Management	
Freie Berufe	
Andere Selbständige	
Akademische Berufe und Kader	
Intermediäre Berufe	
Qualifizierte nicht manuelle Berufe	
Qualifizierte manuelle Berufe	
Unqualifizierte Tätigkeiten	
Berufliche Stellung	Intermediäre Stellung
Einkommen	Mittleres Einkommen
	Gering Hoch
	

Quelle: Fahrländer Partner.

6.4 Etablierte Alternative: Verteilung

Differenz der Anteile der Gemeinde zu den deutschlandweiten Anteilen

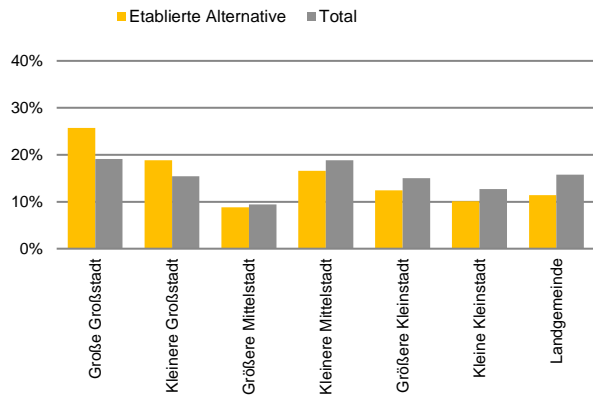


Quellen: Bundesamt für Kartographie und Geodäsie, Fahrländer Partner.

6.5 Wie lebt die etablierte Alternative?

Charakteristikum	Typische Ausprägung
------------------	---------------------

Wohnort **Großstädte**



Wohnumfeld **Gemischt, durchgrünt**

Umzugsneigung **Mittel**



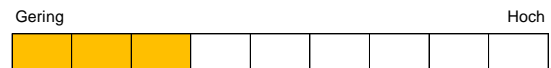
Preissensitivität **Mittel**



Eigentumswohnungsquote **Mittel**



Einfamilienhausquote **Gering, eher Hausgemeinschaft in Mehrfamilienhäusern**



Wohneigentumsneigung **Mittel**




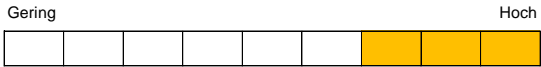
Wohnungsgrundriss **Geschlossen**

Architektur **Atmosphärisch, heimelig-modern, Präferenz für sanft renovierten Altbau**

Flächenbedarf pro Person **Mittel**



Quelle: BBSR, Fahrländer Partner.

Charakteristikum	Typische Ausprägung
Ausbaustandard	Mittel 
Materialisierung und Apparate	Natürliche Materialien, viel Holz
Zahlungsbereitschaft für Ökologie	Hoch 

Quelle: Fahrländer Partner.

6.6 Etablierte Alternative: Wohnumfeld

Der Prozess der Wohnungssuche ist durch Präferenzen und Restriktionen geprägt, die auf die Nachfrager einwirken. Dabei spielen bei den Nachfragesegmenten aus den sozial höheren Schichten die Präferenzen eine größere Rolle und bei den sozial tieferen Schichten die Restriktionen. Die folgenden Angaben beziehen sich auf das Endergebnis der dabei spielenden Prozesse.

Charakteristikum	Typische Ausprägung	
Präferenz für urbanes Umfeld	Mittel	<p>Gering Hoch</p>
Präferenz fürs Grüne	Mittel	<p>Gering Hoch</p>
Besonnung & Aussicht	Mittel	<p>Weniger wichtig Wichtig</p>
Erreichbarkeit Dienstleistungen	Sekundär	<p>Weniger wichtig Wichtig</p>
Erreichbarkeit Freizeit/Erholung	Sehr wichtig	<p>Weniger wichtig Wichtig</p>
Erreichbarkeit kulturelles Angebot	Sehr wichtig	<p>Weniger wichtig Wichtig</p>
Wichtigkeit der Außenräume	Sehr hoch	<p>Gering Hoch</p>
Kinderfreundlichkeit	Mittel	<p>Weniger wichtig Wichtig</p>

Quelle: Fahrländer Partner.

Disclaimer

Die Nachfragesegmente im Wohnungsmarkt basieren auf einer Klassifizierung von FPRE, die sich an zwei Dimensionen orientiert: soziale Schicht (ökonomische Dimension: Unterschicht – Mittelschicht – Oberschicht) und Lebensstil (Werteorientierung: von bürgerlich-traditionell bis individuell). Daraus resultieren neun Segmente, die sich im Hinblick auf ihre Wohnbedürfnisse und -präferenzen sowie ihre ökonomischen Möglichkeiten voneinander unterscheiden. Während für die Schweiz eine detaillierte Beschreibung der Nachfragesegmente auf der Grundlage von Einzeldaten aus der Volkszählung 2000 möglich war, wurde für Deutschland soweit wie möglich auf der Basis öffentlich zugänglicher Daten eine Darstellung vorgenommen. Wo keine Daten zur Verfügung standen, wurden, wenn dies plausibel erschien, in Analogie zur Schweiz Aussagen über die Nachfragesegmente getroffen.



Fahrländer Partner (Deutschland) AG
Raumentwicklung
Barckhausstraße 1
60325 Frankfurt am Main

+49 69 2475 689 250
info@fahrlanderpartner.de
www.fahrlanderpartner.de