

Nachfragersegmente im Wohnungsmarkt Konzeption & Überblick



Fahrländer Partner
Raumentwicklung
Barckhausstraße 1
60325 Frankfurt am Main

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

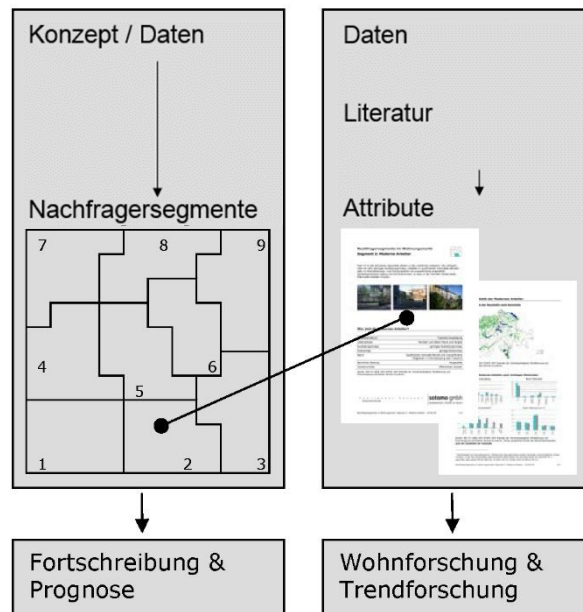
Gesamtkonzept

Grundlage für die Entwicklung der Nachfragersegmente bildet eine Klassifikation der deutschen Haushalte in den drei Dimensionen Soziale Schicht, Lebensstil und Lebensphase unter Einbezug von Bevölkerungs-, Einkommens- und Arbeitsmarktdaten. Insgesamt ist eine systematische Zuordnung der Haushalte jeder Gemeinde in jeweils 9 Nachfragesegmente und 9 Lebensphasen möglich. Seit 2006 berechnet und verwendet FPPE eine solche Segmentierung bereits für die Nachfrage auf dem Schweizer Wohnungsmarkt. Es werden konzeptionelle Elemente sowie Erkenntnisse aus der Schweizer Methodik übernommen.

Durch Fortschreibungsmodelle werden die Daten auf den jeweils letzten Stand aktualisiert sowie im Rahmen von Prognosen auch in die Zukunft projiziert.

Die Nachfragersegmente liegen auf Stufe der Gemeinden, Kreise, Bundesländer sowie Deutschland insgesamt vor.

Abb. 1: Gesamtkonzept



Quelle: Fahrländer Partner.

Das Gesamtkonzept für die Gruppierung des Wohnungsmarkts in neun Nachfragersegmente wurde 2006 in einer Zusammenarbeit von Fahrländer Partner und sotomo entwickelt.¹ Die verwendete Methodik wird auf die Datenlage und Eigenheiten des deutschen Wohnungsmarkts angepasst und – wo zulässig – übertragen. Bei der Konzipierung der Schweizer Nachfragersegmente konnte auf die Vollerhebung Volkszählung 2000 zugegriffen werden, welche nicht nur umfangreiche personen- und haushaltsspezifische Informationen enthält, sondern auch einen vertieften Einblick in die Wohnsituation der Haushalte liefert (siehe Abbildung 1). Dies erlaubt es, auf Basis soziokultureller Merkmale Gruppen zu bilden, welche sich in Bezug auf ihre Präferenzen, Bedürfnisse und Möglichkeiten im Wohnungsmarkt ähnlich sind. Werden nun die gleichen soziokulturellen Aspekte für die Segmentierung im deutschen Wohnungsmarkt verwendet, führt dies ebenfalls zu klar abgrenzbaren Gruppen in Bezug auf das Nachfrageverhalten am Wohnungsmarkt.

Der soziokulturelle Raster

Eine zentrale Grundlage für die Entwicklung der Nachfragersegmente ist die Klassifikation der deutschen Haushalte jeder Gemeinde im soziokulturellen Raster, der die Dimensionen Lebensstil und Soziale Schicht umfasst. Als Basis dazu dient die große Fülle von Informationen über die deutsche Bevölkerung in den Bereichen Arbeitsmarkt, finanzielle Situation, Haushaltsstruktur, Politik und Mobilität. Die Kombination verschiedener Datenquellen erlaubt eine fundierte und weitgehend objektive Einordnung aller Haushalte im soziokulturellen Raster.

Der soziokulturelle Raster wird gebildet durch zwei grundlegende Dimensionen der gesellschaftlichen Differenzierung, der vertikalen sozialen Schichtung nach Bildung, Einkommen und beruflicher Stellung einerseits und der horizontalen Differenzierung nach Lebensformen und Grundorientierung andererseits.

¹ Siehe [Methodenbeschrieb](#) für die Nachfragersegmente im Wohnungsmarkt in der Schweiz.

Dimension Soziale Schicht

Die Dimension Soziale Schicht gibt Auskunft über die Ausstattung eines Haushalts mit ökonomischen und anderen gesellschaftlichen Ressourcen. Die Dimension reicht von statusniedrig bis statushoch und charakterisiert Bildung, beruflicher Stellung und Einkommen der Haushalte.

Tab. 1: Charakterisierung und Ausprägung der Dimension Soziale Schicht

Dimension	Ausprägungen	Charakterisierung
Soziale Schicht (10 Klassen)	statushoch	tertiäre Bildung
	.	hohes Einkommen
	.	obere Kader, freie Berufe
	.	
	statusmittel	mittleres bis hohes Bildungsniveau
	.	mittlere Einkommen
	.	höher ausgebildete Handwerker und Angestellte
	.	
	.	tiefes Bildungsniveau
	statusniedrig	geringes Einkommen
		ungelernte Arbeiter und Angestellte

Quelle: Fahrländer Partner.

Dimension Lebensstil

Die Dimension Lebensstil erfasst einstellungsbezogene Unterschiede der Haushalte.

In den letzten Jahrzehnten sind Lebensstile zunehmend zu wichtigen Merkmalen der gesellschaftlichen Differenzierung geworden. Neben dem traditionellen bürgerlichen Haushalts- und Familienideal der Nachkriegszeit haben sich verschiedene alternative Lebensformen etabliert (egalitäre Familienmodelle, Wohnen in Wohngemeinschaften, Living-together-apart). Die Pole der Dimension Lebensstil sind bürgerlich-traditionell und individualisiert, die sich in den Präferenzen bezüglich ihren Wohnstandortes und ihrer Wohnsituation unterscheiden.

Tab. 2: Charakterisierung und Ausprägung der Dimension Lebensstil

Dimension	Ausprägungen	Charakterisierung
Lebensstil (10 Klassen)	bürgerlich-traditionell	bürgerlich-traditionelles Familienmodell
	.	privatheits- & eigentumsorientiert
	.	Familien und ältere Haushalte
	.	ländlich-suburbane Regionen
	.	Mobilität mit eigenem PW
	.	
	.	egalitäres Familienmodell
	.	öffentlichkeitsorientiert
	.	Wohngemeinschaften und Kleinhaushalte
	.	städtisches Umfeld
individualisiert	Mobilität mittels öV und Langsamverkehr	

Quelle: Fahrländer Partner.

Dimension Lebensphase

Die Dimension Lebensphase verbindet in einer Typologie den Haushaltstyp und das Lebensalter der Haushaltsmitglieder.

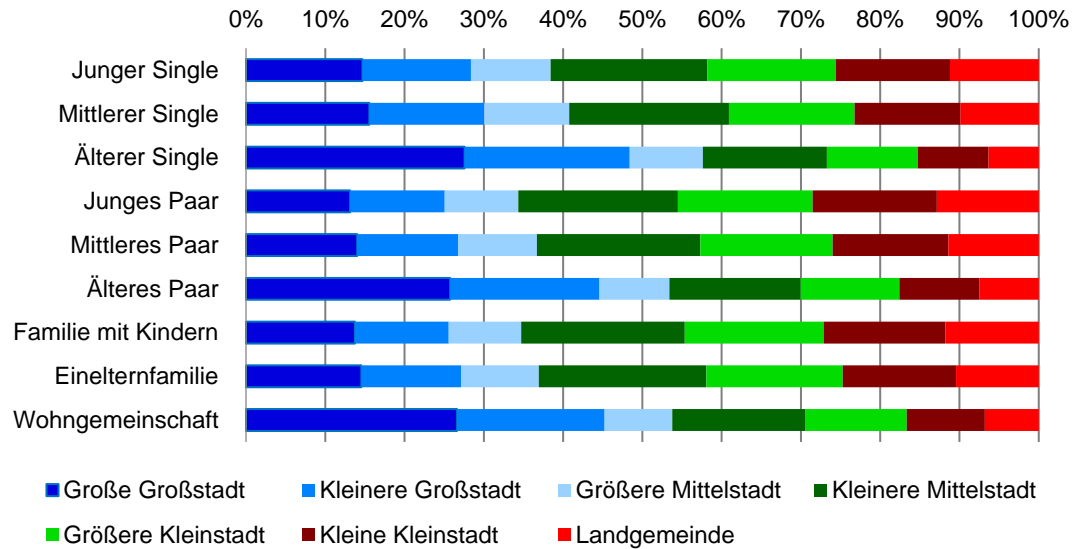
Mit der Verbindung dieser beiden Merkmale wird berücksichtigt, dass die Lebensphasen in der heutigen individualisierten Gesellschaft nicht starr an eine bestimmte Altersstufe geknüpft sind. Die neun unterschiedlichen Lebensphasen sind mit unterschiedlichen Bedürfnissen an den Wohnraum geknüpft.

Tab. 3: Ausprägungen der Dimension Lebensphase

Dimension	Ausprägungen	Charakterisierung
Lebensphase (9 Klassen)	junger Single	Alter: 20-34 J.
	mittlerer Single	Alter: 35-54 J.
	älterer Single	Alter: 55+ J.
	junges Paar	Alter: 20-34 J.
	mittleres Paar	Alter: 35-54 J.
	älteres Paar	Alter: 55+ J.
	Familie mit Kindern	Altersunabhängig
	Einelternfamilie	Altersunabhängig
	Wohngemeinschaft	Altersunabhängig

Quelle: Fahrländer Partner.

Abb. 2: 9 Lebensphasen nach Gemeindetyp des BBSR

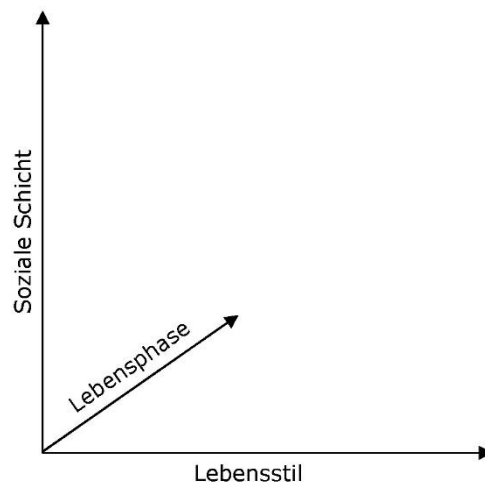


Quelle: Destatis, Bundesagentur für Arbeit, Statistische Landesämter, Mobilität in Deutschland (BMDV), Modellierung und Fortschreibung Fahrländer Partner.

Zusammenfassung zu Nachfragersegmenten im Wohnungsmarkt

Ausgehend von einer Einteilung der deutschen Haushalte anhand der drei Dimensionen, werden je nach Fragestellung geeignete Aggregate gebildet und mit den jeweiligen Möglichkeiten, Präferenzen und Bedürfnissen referenziert.

Abb. 3: Die drei Dimensionen der Nachfragersegmente



Quelle: Fahrländer Partner.

Im Wohnungsmarkt ergibt sich eine sinnvolle, handhabbare Vereinfachung durch Zusammenfassung des soziokulturellen Rasters in neun Nachfragersegmente, die ihrerseits in neun Lebensphasen unterteilt werden. Die räumliche Aggregation der Haushalte erfolgt auf Stufe Gemeinde, Kreis, Bundesland und Deutschland-

Die neun Nachfragersegmente repräsentieren unterschiedliche Teilgruppen der Gesellschaft, die sich in ihren Wohnpräferenzen und in ihren Möglichkeiten, diese Präferenzen im Wohnungsmarkt umzusetzen, grundlegend unterscheiden. Die detaillierte Beschreibung jedes der neun Segmente kann dem entsprechenden Factsheet entnommen werden.

Abb. 4: 9 Nachfragersegmente im soziokulturellen Raster

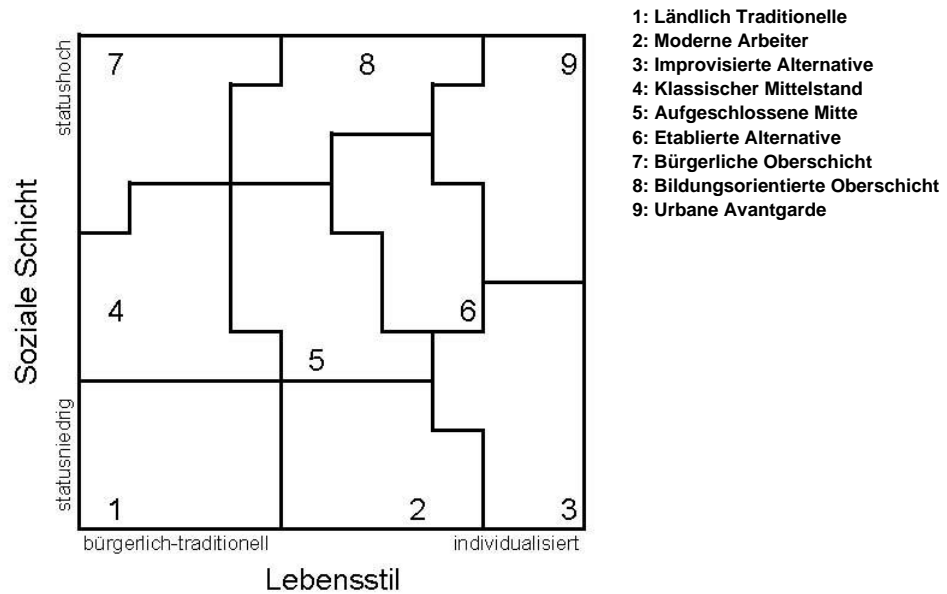


Abb. 5: 9 Nachfragesegmente nach Gemeindetyp des BBSR

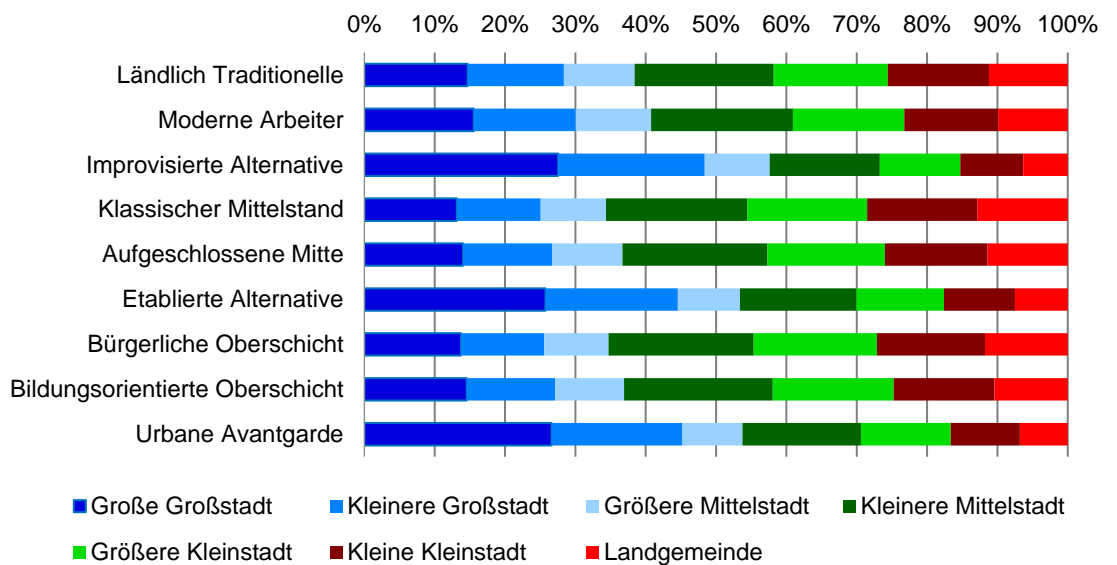
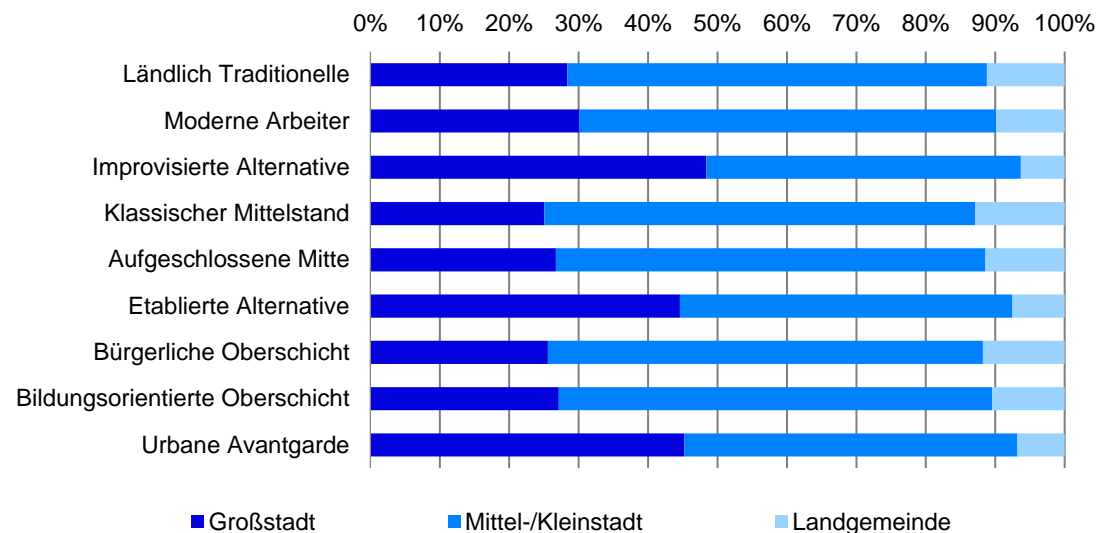


Abb. 6: 9 Nachfragesegmente nach Urbanitätsgrad



Quelle: Destatis, Bundesagentur für Arbeit, Statistische Landesämter, Mobilität in Deutschland (BMDV), Modellierung und Fortschreibung Fahrländer Partner.

Potenziale und Präferenzen der neun Nachfragesegmente

Die folgenden Tabellen und Abbildungen geben einen Überblick über die Charakteristik der neun Nachfragesegmente und zeigen die wichtigsten Unterschiede zwischen ihnen auf (die detaillierte Beschreibung der einzelnen Segmente finden sich in den entsprechenden Factsheets).

Tab. 4: IST-Analyse der Wohnsituation in der Dimension Lebensstil

bürgerlich-traditionell	Individualisiert
Hohe Wohneigentumsquote	Geringe Wohneigentumsquote
Präferenz für Einfamilienhaus	Präferenz für Mietwohnung, allenfalls Eigentumswohnung
Wohnen im Grünen	Wohnen im urbanen Umfeld

Quelle: Fahrländer Partner & sotomo.

Tab. 5: IST-Analyse der Wohnsituation in der Dimension Soziale Schicht

Statusniedrig	Statushoch
Wenig Potenzial für den Erwerb von Wohneigentum	Großes Potenzial für den Erwerb von Wohneigentum
Geringer Flächenverbrauch pro Person bzw. Äquivalenzperson	Hoher Flächenverbrauch pro Person bzw. Äquivalenzperson
Tiefer Ausbaustandard	Gehobener bis luxuriöser Ausbaustandard
Geringe Zahlungsbereitschaft für Lagequalitäten	Hohe Zahlungsbereitschaft für gute Lagequalitäten
Stark preissensitiv	Wenig preissensitiv

Quelle: Fahrländer Partner.

Periodische Fortschreibung und Überarbeitung

Die ursprünglichen Verteilungen der Nachfragesegmente wurden 2018 basierend auf Bevölkerungs-, Einkommens- und Arbeitsmarktdaten berechnet. Aufgrund der räumlichen und zeitlichen Dynamik müssen die Segmente deshalb einerseits mengenmäßig fortgeschrieben werden, andererseits verändert sich auch die Bevölkerungsstruktur der Gemeinden.

Die Nachfragesegmente im Wohnungsmarkt werden deshalb jährlich basierend auf den aktuell verfügbaren Daten fortgeschrieben. So kann sichergestellt werden, dass insbesondere in Gemeinden mit großer Entwicklungstätigkeit den Veränderungen der Struktur durch Zuzüger entsprechend Rechnung getragen wird. Aber auch innerhalb des Bestands ergeben sich beispielsweise durch Fluktuation, Geburten und Todesfälle sowie durch Wegzüge der Kinder, Heiraten und Scheidungen Veränderungen.

Die Nachfragersegmente und insbesondere auch die Präferenzen und Möglichkeiten der einzelnen Segmente sind nicht statisch, sondern die Verteilungen werden sich künftig pointiert entwickeln. Einerseits ist vor dem Hintergrund der erwarteten soziodemographischen Veränderungen sowie der gesamtwirtschaftlichen Dynamik langfristig von massiven Verschiebungen der einzelnen Segmente auszugehen, andererseits werden sich auch die Präferenzen im Zeitverlauf verändern.

Regionalisierung

Die Daten liegen für Deutschland auf folgenden Regionalisierungsstufen vor:

- Gemeinde
- Kreis
- Bundesland
- Deutschland

Datengrundlagen & Datenstand

- Einkommenssteuerstatistik des statistischen Bundesamts DESTATIS und Auswertungen der Landesämter
- Beschäftigungsstatistik der Bundesagentur für Arbeit
- Mobilität in Deutschland des Bundesministeriums für Digitales und Verkehr
- Bundestagswahlergebnisse und Europawahlergebnis des Bundeswahlleiters
- Landtagswahlergebnisse der jeweiligen Landeswahlleitungen
- Umfangreiche Sekundärliteratur und Recherchen
- Eigene Datenbanken und Modelle

Zusätzliche Grundlagen für Konzeption (Schweizer Daten):

- Eidgenössische Volkszählung 2000 des Bundesamts für Statistik
- Jährliche Bevölkerungsfortschreibung des Bundesamts für Statistik (ESPOP)
- Jährliche Statistik der Wohnbautätigkeit des Bundesamts für Statistik

Literatur

Grundlagenliteratur

Fahrländer und Partner & sotomo (2009). Nachfragersegmente im Wohnungsmarkt Konzeption & Überblick, Zürich.

Bourdieu, P. (1987)

Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft. Suhrkamp, Frankfurt am Main.

Häussermann, H. & W. Siebel (2000)

Soziologie des Wohnens. Eine Einführung in Wandel und Ausdifferenzierung des Wohnens. Juventa Verlag, München.

Vester, M., P. von Oertzen, P. & H. Geiling (2001)

Soziale Milieus im gesellschaftlichen Strukturwandel. Zwischen Integration und Ausgrenzung. Suhrkamp, Frankfurt am Main.

Spezifische Literatur

Ecoplan & Fahrländer Partner (2007)

EFICAS - Langfristige Perspektiven im Schweizer Immobilienmarkt. Hrsg.: Pensimo Management AG, Stäubli Verlag, Zürich.

Heye, C. & J. van Wezemael (2007)

Herausforderungen des sozio-demographischen Wandels für die Wohnbauindustrie. disP Nr. 169. Vol. 43 (2), S. 41-55.

Matter, D. et al. (2008)

Wohnimmobilien 2008 – 2023. Hrsg.: BAK Basel Economics und Fahrländer Partner, Basel, Zürich.

Kontakt

Fahrländer Partner:

Dr. Stefan Fahrländer, sf@fpre.ch

Dominik Matter, dm@fpre.ch

Jaron Schlesinger, js@fpre.ch

Simona Hauri, sha@fpre.ch