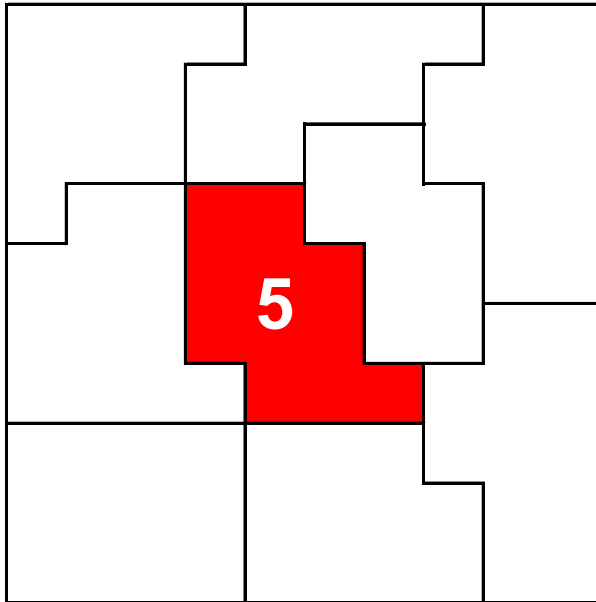


Segment 5: Aufgeschlossene Mitte

Nachfragesegmente im deutschen Wohnungsmarkt



5.1 Aufgeschlossene Mitte: Einleitung

10,7 % der deutschen Haushalte zählen zur «Aufgeschlossenen Mitte». Sie orientiert sich an den Werten und Normen der bildungsorientierten Oberschicht: Leistung, Modernität und Kultur. Im Vergleich zur bildungsorientierten Oberschicht sind ihre wirtschaftlichen Möglichkeiten jedoch begrenzter.



Die aufgeschlossene Mitte wohnt vor allem in geräumigen Wohnungen an suburbanen Lagen. Die Ansprüche an die Wohnung sind relativ hoch, beim Standort werden Kompromisse eingegangen.

5.2 Aufgeschlossene Mitte: 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 Meier, Familie mit Kindern

Sven Meier ist in einem Krankenhaus Physiotherapeut. Sein großes Ziel ist es, eine eigene Praxis aufzubauen. Er lebt mit seiner Frau Ursula in einem Einfamilienhaus auf dem Land. Ursula arbeitet Teilzeit in der Gemeindeverwaltung. Sie leben in einer neuen Wohnsiedlung am Dorfrand, in der alle Häuser ähnlich aussehen. Ihre zwei Kinder gehen in die Schule, nachmittags spielen sie mit gleichaltrigen Kindern in der Siedlung. Über die Kinder entwickelt sich in der Nachbarschaft auch ein reger Kontakt unter den Eltern.

Familie Haller, Einelternfamilie

Sabrina Haller ist medizinische Praxisassistentin. Sie ist nach der Trennung von ihrem Ehemann wieder ins Berufsleben eingestiegen. Nun lebt sie mit ihren Kindern in einer schönen, zweckmäßigen Wohnung, welche ruhig und naturnah gelegen ist. Die Kinder sind jedes zweite Wochenende beim Vater. Seit dem Auszug des Ehemanns ist das Geld knapp.

Ehepaar Miller, älteres Paar

Hans Miller ist gelernter Hochbauzeichner. Er arbeitet schon länger für ein ziemlich erfolgreiches lokales Architekturbüro. Zu seinen Aufgabengebieten zählt auch die Lehrlingsausbildung, die ihm sehr viel Spaß macht. Er lebt mit seiner Frau Theres, die Teilzeit als Bibliothekarin arbeitet, in einem Reiheneinfamilienhaus. Das letzte von drei Kindern ist vor Kurzem ausgezogen. Das Haus ist nun zwar etwas zu groß, aber es ist schon fast abbezahlt, und er und seine Frau fühlen sich darin wohl. Die Kinder haben alle studiert. Sie orientieren sich an der bildungsorientierten Oberschicht.

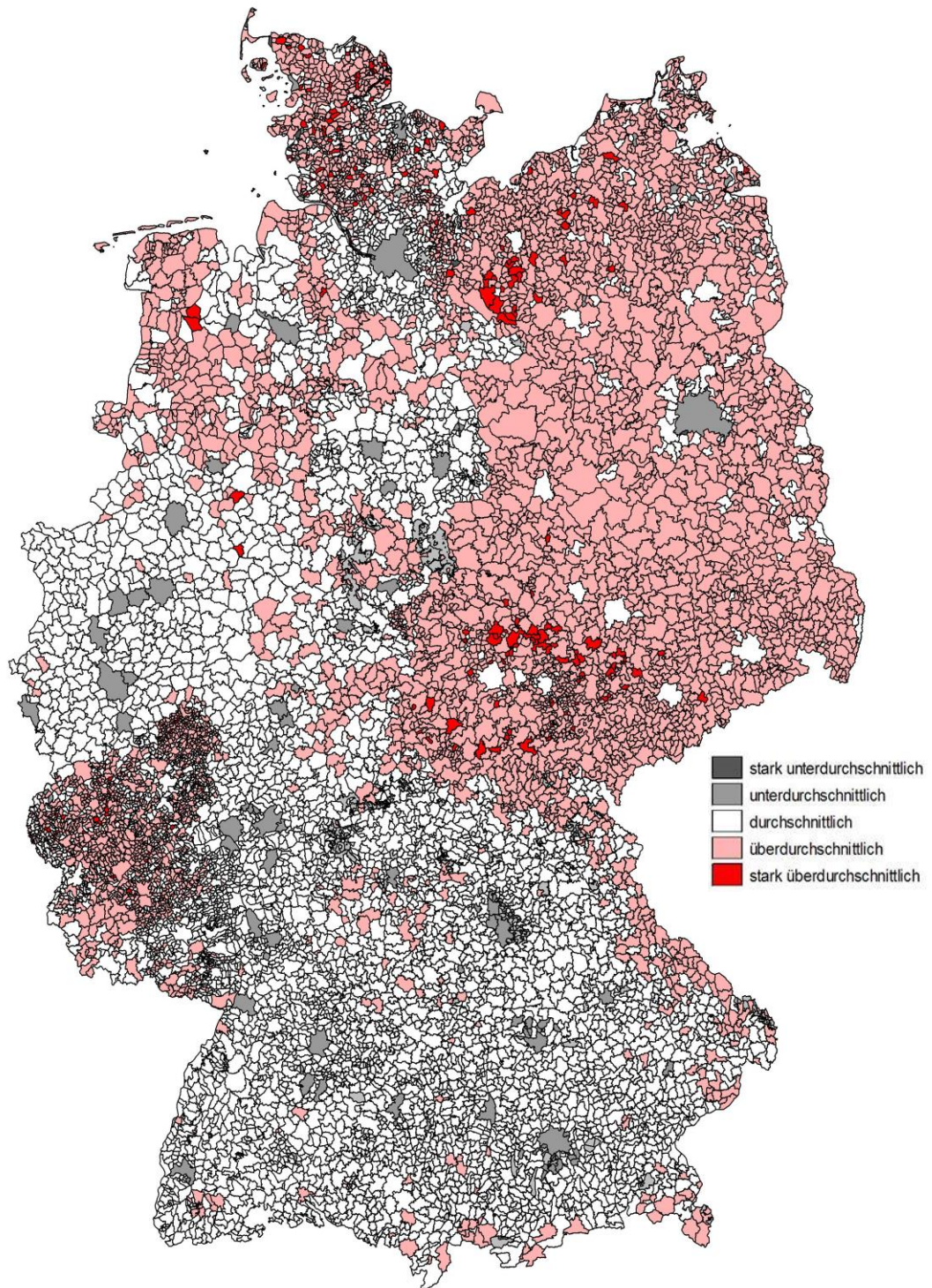
5.3 Wer ist die aufgeschlossene Mitte?

Charakteristikum	Typische Ausprägung
Ausbildungsniveau	Mittleres Bildungsniveau
	Gering Hoch
Primäre Bildung	
Sekundäre Bildung	
Tertiäre Bildung	
Beruf	Intermediäre und qualifizierte nicht manuelle Berufe
	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.

5.4 Aufgeschlossene Mitte: Verteilung

Differenz der Anteile der Gemeinde zu den deutschlandweiten Anteilen

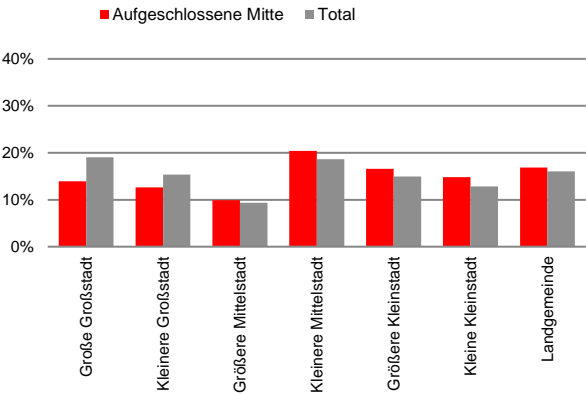


Quellen: Bundesamt für Kartographie und Geodäsie, Fahrländer Partner.

5.5 Wie lebt die aufgeschlossene Mitte?

Charakteristikum Typische Ausprägung

Wohnort Kleinstädte, Mittelstädte



Wohnumfeld Verdichtet

Umzugsneigung Mittel



Preissensitivität Mittel



Eigentumswohnungsquote Mittel



Einfamilienhausquote Mittel



Wohneigentumsneigung Mittel





Wohnungsgrundriss Großzügig

Architektur Eher modern

Flächenbedarf pro Person Hoch



Quelle: BBSR, Fahrländer Partner.

Charakteristikum	Typische Ausprägung
Ausbaustandard	Mittel 
Materialisierung und Apparate	Mittel
Zahlungsbereitschaft für Ökologie	Mittel 

Quelle: Fahrländer Partner.

5.6 Aufgeschlossene Mitte: 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	Gering	<div style="display: flex; justify-content: space-between; width: 100%;"> Gering Hoch </div>
Präferenz fürs Grüne	Sehr hoch	<div style="display: flex; justify-content: space-between; width: 100%;"> Gering Hoch </div>
Besonnung & Aussicht	Wichtig	<div style="display: flex; justify-content: space-between; width: 100%;"> Weniger wichtig Wichtig </div>
Erreichbarkeit Dienstleistungen	Wichtig	<div style="display: flex; justify-content: space-between; width: 100%;"> Weniger wichtig Wichtig </div>
Erreichbarkeit Freizeit/Erholung	Wichtig	<div style="display: flex; justify-content: space-between; width: 100%;"> Weniger wichtig Wichtig </div>
Erreichbarkeit kulturelles Angebot	Durchschnittlich	<div style="display: flex; justify-content: space-between; width: 100%;"> Weniger wichtig Wichtig </div>
Wichtigkeit der Außenräume	Hoch	<div style="display: flex; justify-content: space-between; width: 100%;"> Gering Hoch </div>
Kinderfreundlichkeit	Wichtig	<div style="display: flex; justify-content: space-between; width: 100%;"> Weniger wichtig Wichtig </div>

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