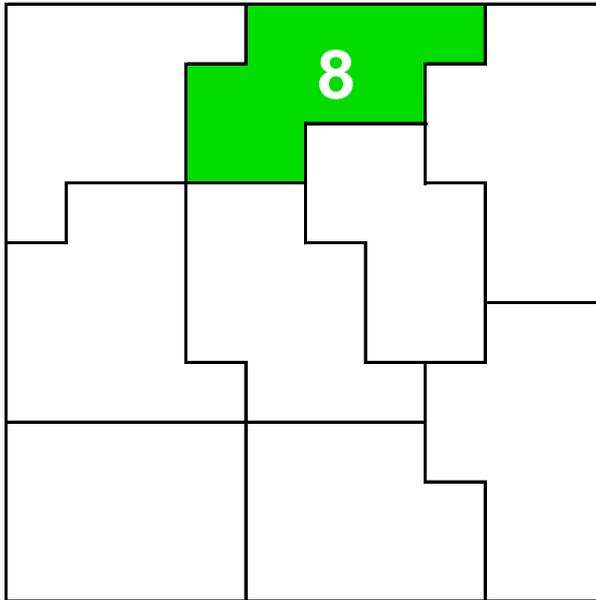


# Segment 8: Bildungsorientierte Oberschicht

Nachfragesegmente im deutschen Wohnungsmarkt

---



## 8.1 Bildungsorientierte Oberschicht: Einleitung

10,2 % der deutschen Haushalte zählen zur «Bildungsorientierten Oberschicht». Sie ist leistungsorientiert und legt Wert auf Modernität und Kultur. Die bildungsorientierte Oberschicht ist jünger als die bürgerliche Oberschicht, entsprechend ist auch der Anteil der Familien mit Kindern größer.



Die bildungsorientierte Oberschicht wohnt in großen und relativ teuren Mietwohnungen oder Eigentumswohnungen vor allem in den Großagglomerationen an ruhigen Lagen. Sie legt Wert auf eine distinguierte Ausstattung der Wohnung und hochstehende Architektur, sowohl im Neu- als auch im Altbau. Wichtige Standortfaktoren sind die Nähe zu kulturellen Einrichtungen, die Erschließung mit öffentlichen Verkehrsmitteln und die Ruhe im Quartier. Umschwung ums Haus ist von sekundärer Bedeutung.

## 8.2 Bildungsorientierte Oberschicht: 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.

### Frau Ebeling und Herr Adam, mittleres Paar

Hanna Ebeling arbeitet als Oberärztin im Krankenhaus. Sie lebt mit ihrem Partner Thomas Adam in einer geräumigen Eigentumswohnung, welche einen schönen Blick über den nahegelegenen See bietet. Thomas Adam ist Kinderarzt in seiner eigenen Praxis. Die Wohnung ist großzügig, hell und modern gebaut. In der Freizeit dreht sich beim Paar alles um das Golfspielen. Sie sind Mitglied im lokalen Club und die Ferien verbringen sie fast ausschließlich in Golfresorts. Thomas Adam ist geschieden und Vater zweier Kinder aus erster Ehe.

### Familie Reuter, Familie mit Kindern

Ralph Reuter lebt mit seiner Ehefrau Irene und mit Tochter und Sohn in einem Reiheneinfamilienhaus am Stadtrand einer mittelgroßen Stadt. Er hat Wirtschaftswissenschaften studiert und ist nun Mitglied der Konzernleitung einer Versicherung. Neben der Arbeit und der Familie bleibt nicht viel Zeit. Irene arbeitet Teilzeit als selbständige Logopädin. Neben dem Beruf schätzt sie die Zeit mit ihren Kindern. Im Haushalt hilft eine Putzfrau bei den anfallenden Arbeiten.

### Ehepaar Sauer, älteres Paar

Sabrina Sauer ist Maschineningenieurin in einer großen Firma. Sie hat sich soeben mit ihrem Ehemann ein Einfamilienhaus im Grünen gekauft. Ihr Ehemann arbeitet bei einem großen Autohersteller in der Forschungsabteilung. Beim Bau des Hauses war ihnen die Nähe zum Arbeitsplatz und zum nächstgelegenen Zentrum sehr wichtig. Sie arbeiten beide viel und genießen ihren Rückzugsort. Bei der Planung und dem Bau des Hauses wurde darauf geachtet, dass genügend Platz für eine Familie vorhanden ist.

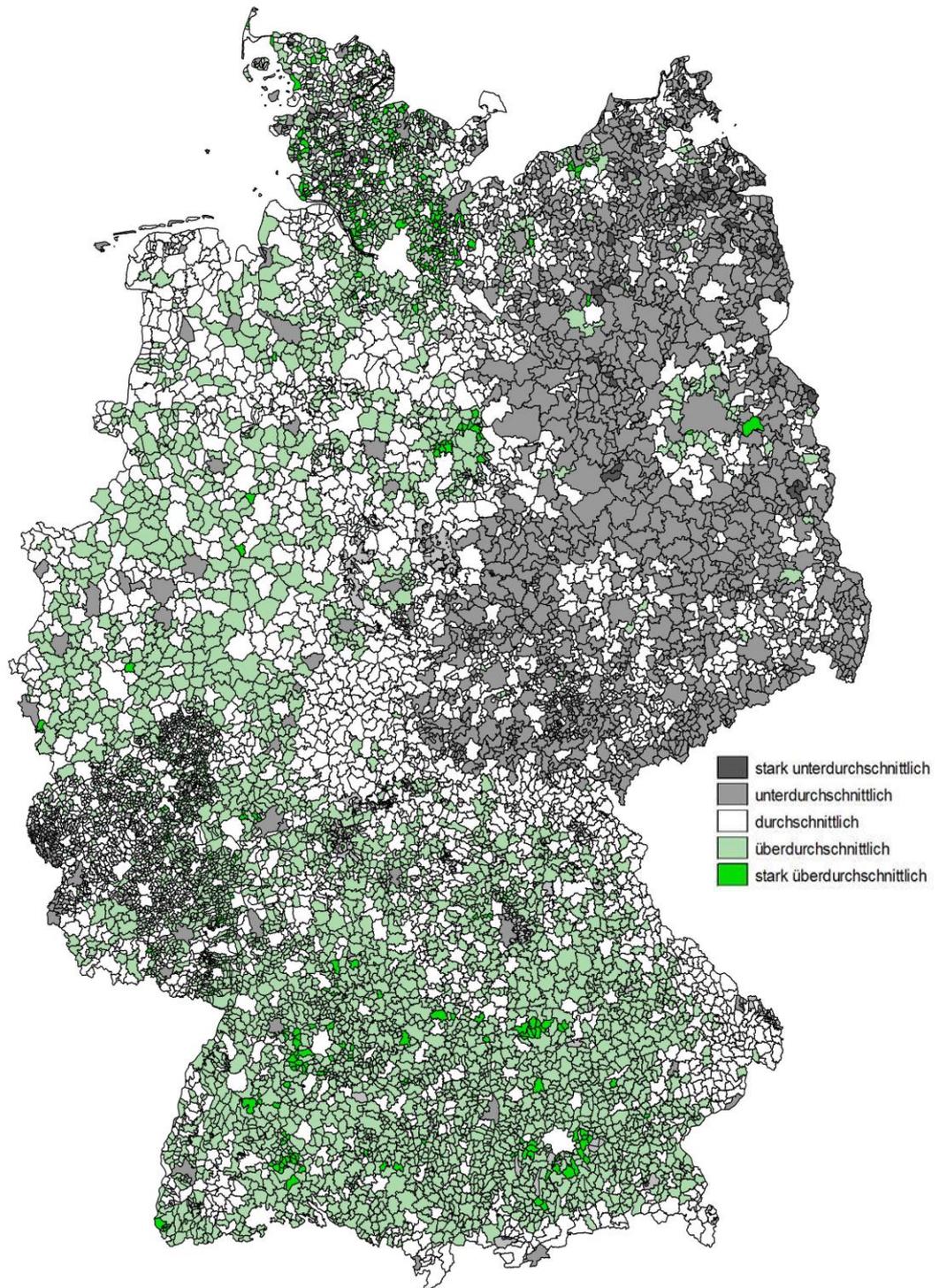
### 8.3 Wer ist die bildungsorientierte Oberschicht?

Charakteristikum	Typische Ausprägung
Ausbildungsniveau	Hohes Bildungsniveau
	Gering <span style="float: right;">Hoch</span>
Primäre Bildung	
Sekundäre Bildung	
Tertiäre Bildung	
Beruf	Akademische Berufe und Kader
	Gering <span style="float: right;">Hoch</span>
Oberstes Management	
Freie Berufe	
Andere Selbständige	
Akademische Berufe und Kader	
Intermediäre Berufe	
Qualifizierte nicht manuelle Berufe	
Qualifizierte manuelle Berufe	
Unqualifizierte Tätigkeiten	
Berufliche Stellung	Mittleres bis oberes Kader
Einkommen	Hohes Einkommen
	Gering <span style="float: right;">Hoch</span>
	

Quelle: Fahrländer Partner.

## 8.4 Bildungsorientierte Oberschicht: Verteilung

Differenz der Anteile der Gemeinde zu den deutschlandweiten Anteilen

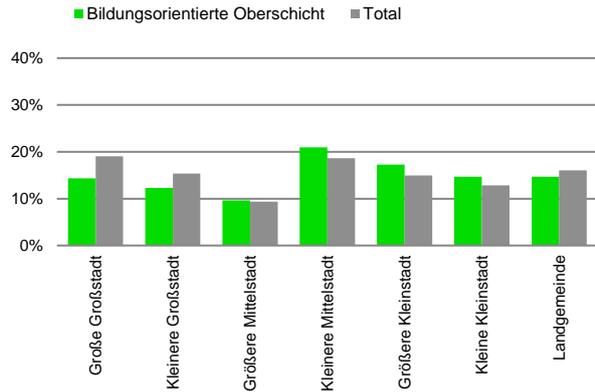


Quellen: Bundesamt für Kartographie und Geodäsie, Fahrländer Partner.

### 8.5 Wie lebt die bildungsorientierte Oberschicht?

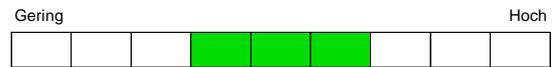
Charakteristikum	Typische Ausprägung
------------------	---------------------

Wohnort Kleinstädte, größere Mittelstädte

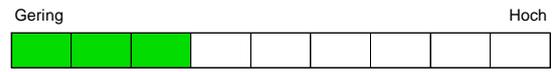


Wohnumfeld Suburban, Oberschicht, zentral, ruhig

Umzugsneigung Mittel



Preissensitivität Gering



Eigentumswohnungsquote Mittel



Einfamilienhausquote Hoch



Wohneigentumsneigung Hoch



Wohnungsgrundriss Großzügige hohe Räume, offen

Architektur Modern, extravagant oder stilvoll klassisch

Flächenbedarf pro Person Hoch



Quelle: BBSR, Fahrländer Partner.

Charakteristikum	Typische Ausprägung
Ausbaustandard	Hoch
	<p>Gering <span style="float: right;">Hoch</span></p> 
Materialisierung und Apparate	Hochwertig
Zahlungsbereitschaft für Ökologie	Mittel bis hoch
	<p>Gering <span style="float: right;">Hoch</span></p> 

Quelle: Fahrländer Partner.

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