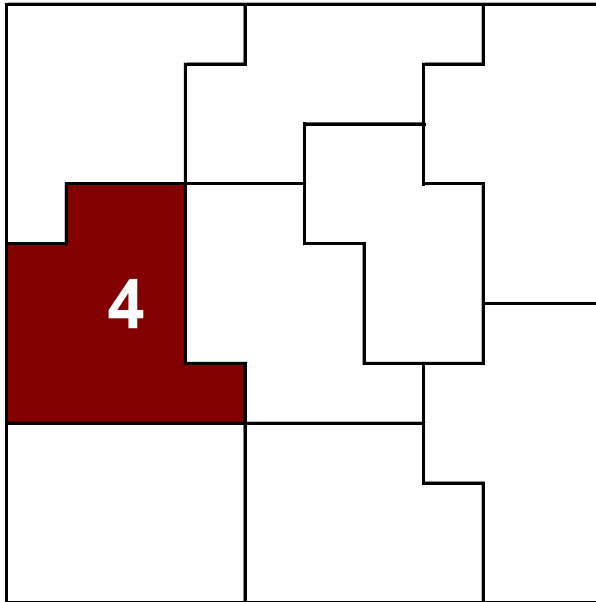


# Segment 4: Klassischer Mittelstand

Nachfragersegmente im Wohnungsmarkt

---



#### 4.1 Klassischer Mittelstand: Einleitung

Knapp 10 % der Schweizer Haushalte zählen zum Klassischen Mittelstand. Charakteristisch für den klassischen Mittelstand ist die klare Rollenteilung in der Familie: der Vater verrichtet die Erwerbsarbeit ausser Haus, die Mutter kümmert sich um Haus und Kinder. Im Konsum orientiert sich der Klassische Mittelstand an der bürgerlichen Oberschicht. Zentrale Werte sind Ordnung, Disziplin, Eigentum, Sparsamkeit und materielle Statussymbole.



Der klassische Mittelstand wohnt vorzugsweise in einem Einfamilienhaus mit eigenem Garten in einer ländlich wirkenden Umgebung in den Agglomerationen. Die Erreichbarkeit spielt eine sekundäre Rolle bei der Standortwahl, wichtiger ist das geeignete Objekt und das stimmige Wohnumfeld.

#### 4.2 Klassischer Mittelstand: Beispiele dreier fiktiver Haushalte

Die nachfolgenden Beispieltex te sollen einen schnellen Zugang zu den beschriebenen Nachfragersegmenten ermöglichen. Sie sind stark überzeichnet, klischeehaft und basieren nicht auf einer wissenschaftlichen Grundlage.

##### **Familie Müller, Familie mit Kindern**

Timo Müller ist Bankangestellter in der Filiale der Kantonalbank im Dorf, wo er als Kundenberater tätig ist. Er lebt mit seiner Ehefrau und den zwei gemeinsamen Kindern in einer eher modernen Neubauwohnung am Rand des Dorfes. Seine Frau Barbara kümmert sich um den Haushalt. Sie schätzen an ihrem Wohnort, dass man sich im Quartier kennt und den kurzen Schulweg ihrer Kinder, die noch die Primarschule besuchen. Er spielt im lokalen FC Fussball und ist auch im Vorstand des Vereins tätig. Die Familie ist sehr gut im Dorf integriert und sieht keinen Grund an einem zentraleren Ort zu leben.

##### **Ehepaar Studer, Mittleres Paar**

Hans und Erika Studer wirt en im Ochsen, einem gut bürgerlichem Restaurant, das in einer Agglomerationsgemeinde einer grossen Stadt steht. Hans hat eine Lehre als Koch absolviert und ist nun im eigenen Betrieb für die Küche verantwortlich. Erika macht alleine den Service. Sie leben über der Gaststube in einer Wohnung. In der Freizeit gehen sie meist mit ihrem Hund spazieren und schauen Fernsehen. Die meiste Zeit verbringen sie jedoch im eigenen Betrieb. Die Wohnung wird hauptsächlich zum Schlafen verwendet.

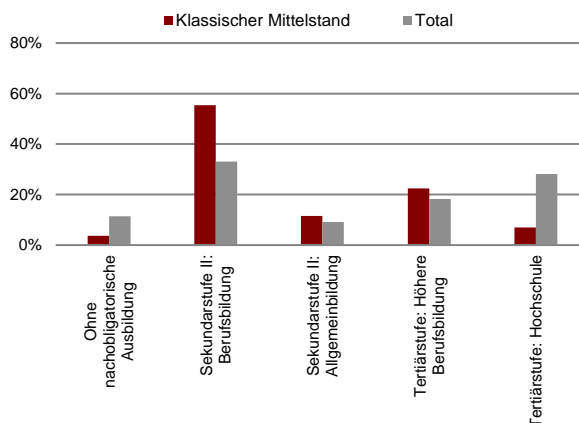
##### **Frau Lieberer, Älterer Single**

Sara Lieberer war Kindergärtnerin und wohnt schon seit langem alleine. Ihr Mann starb vor 12 Jahren. Sie ist mittlerweile 75 Jahre alt. Sie hat sich eine schöne Wohnung gekauft, welche sie liebevoll eingerichtet und dekoriert hat. Am meisten schätzt sie an ihrer Wohnung die Ruhe und Geborgenheit, welche diese bietet. Ausserdem braucht sie den Platz um ihre zahlreichen Bücher aufzubewahren. Sie ist selten unterwegs und somit viel zu Hause. Dementsprechend legt sie einen hohen Wert aufs Wohnen. Sie freut sich sehr wenn ihre Kinder mit den Enkelkindern zu Besuch kommen.

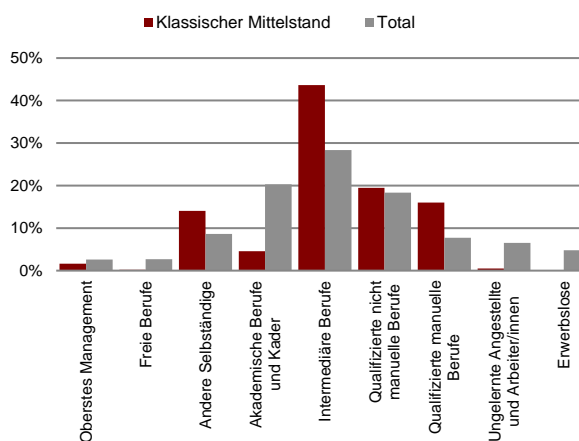
### 4.3 Wer ist der Klassische Mittelstand?

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

Ausbildungsniveau      Mittleres Bildungsniveau



Beruf      Intermediäre Berufe, selbständige Kleinunternehmer und mittlere Angestellte

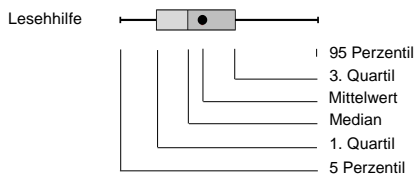
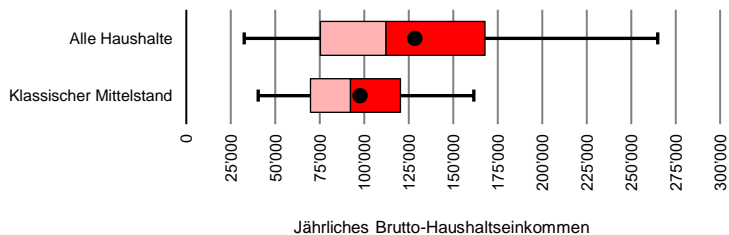


Berufliche Stellung      Intermediäre Stellung

Einkommen      Mittleres Einkommen

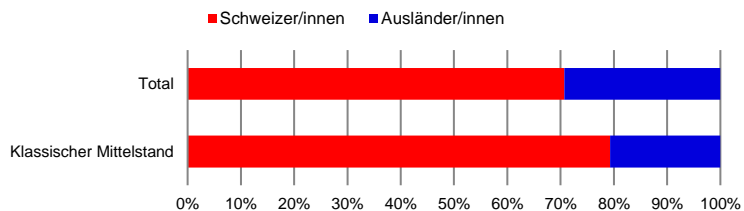


#### Verteilung der Einkommen



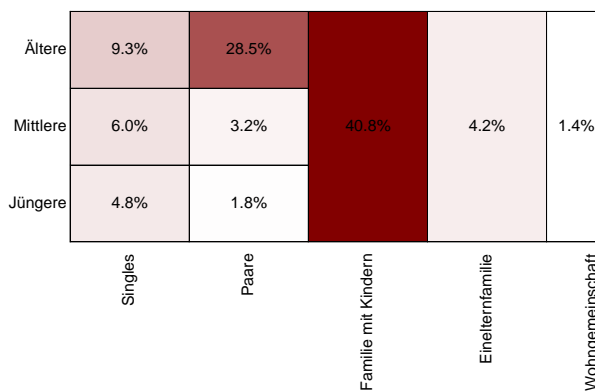
Charakteristikum Typische Ausprägung

Nationalität\*

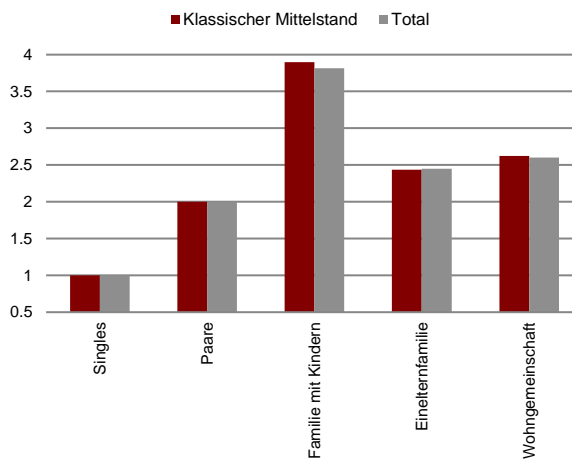


\* Berechnung auf Stufe Haushalte

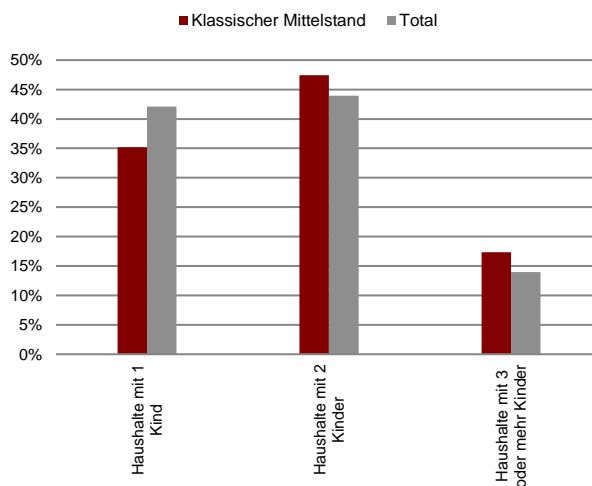
Lebensphasen Familien, ältere Singles und ältere Paare



Durchschnittliche Anzahl Personen pro Haushalt 2.9 Personen

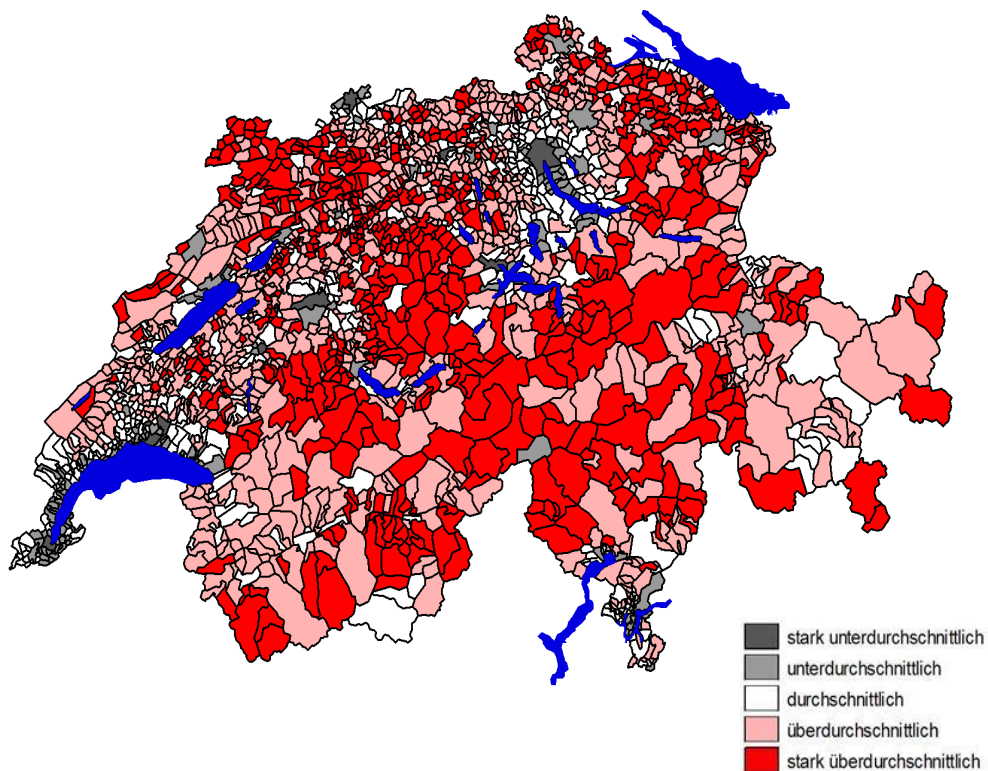


Durchschnittliche Anzahl Kinder (unter 25 Jahre) pro Familie 1.9 Kinder



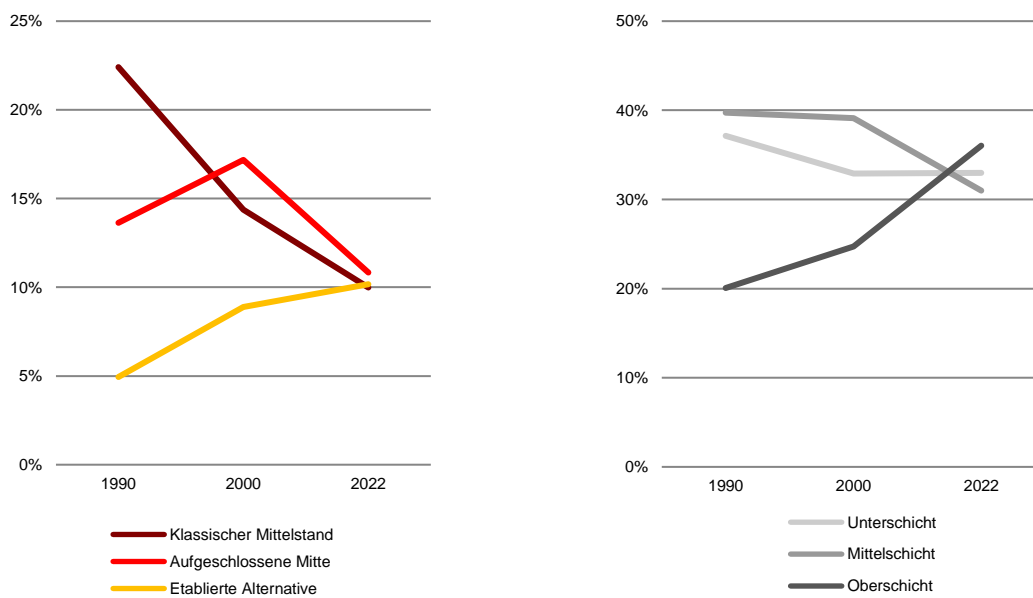
#### 4.4 Klassischer Mittelstand: Verteilung und Entwicklung

Differenz der Anteile der Gemeinde zu den schweizweiten Anteilen (2022)



Quellen: BFS, BFS Geostat / swisstopo, Fahrländer Partner & sotomo.

#### Entwicklung der Anteile der Nachfragersegmente und der Sozialen Schichten

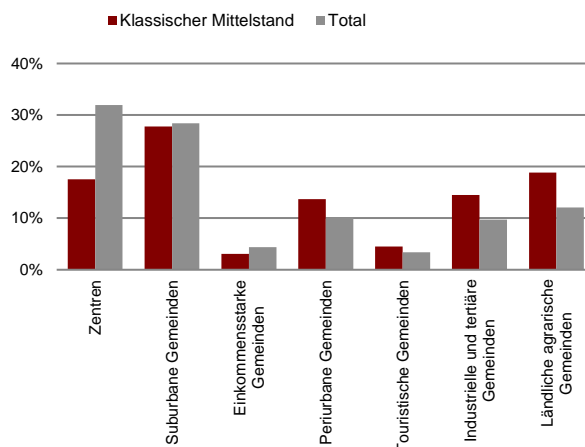


Quelle: Fahrländer Partner & sotomo.

#### 4.5 Wie lebt der Klassische Mittelstand?

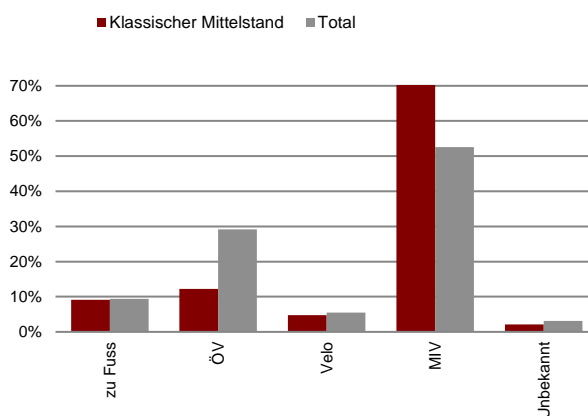
Charakteristikum Typische Ausprägung

Wohnort Suburbane und periurbane Gemeinden



Wohnumfeld Wohnquartiere im Grünen

Verkehrsmittel Motorisierter Individualverkehr



Umzugsneigung Mittel bis gering



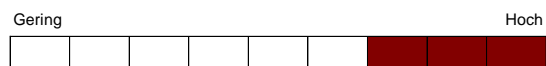
Preissensitivität Mittel bis hoch



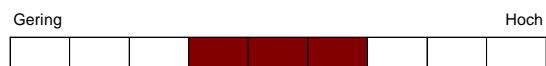
Eigentumswohnungsquote Mittel



Einfamilienhausquote Hoch

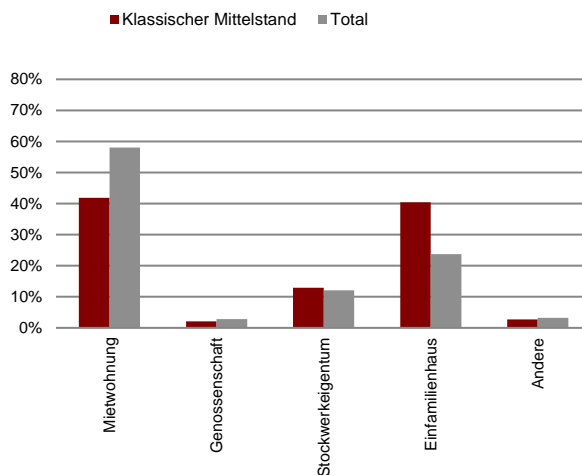


Wohneigentumsneigung Mittel



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

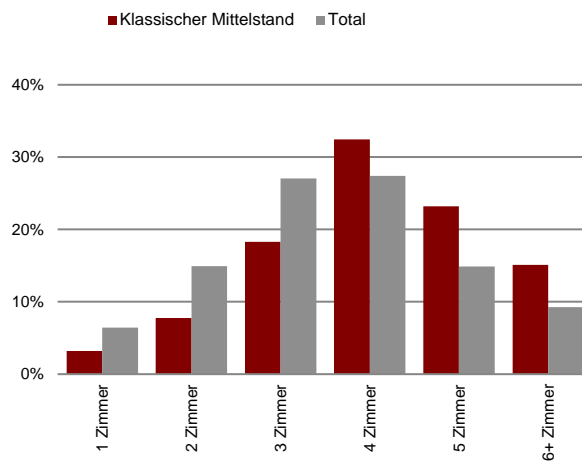
Wohnform	Wohneigentumsquote 53% (Total 36%)
----------	------------------------------------



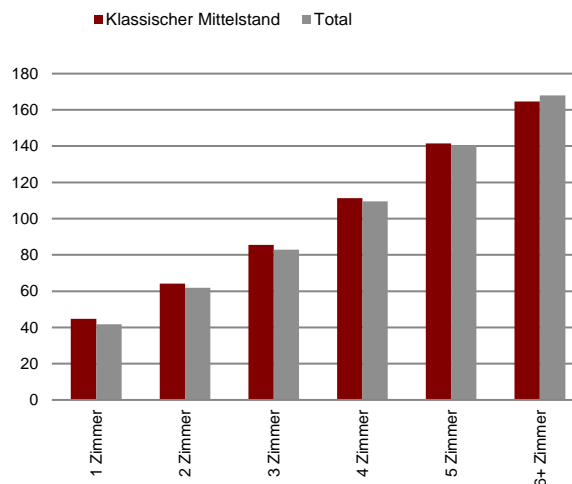
Wohnungsgrundriss	Herkömmlich, klare Hierarchie der Zimmer
-------------------	--

Architektur	Klassisches Einfamilienhaus, traditionell
-------------	---

Zimmerzahl	3-5 Zimmer
------------	------------

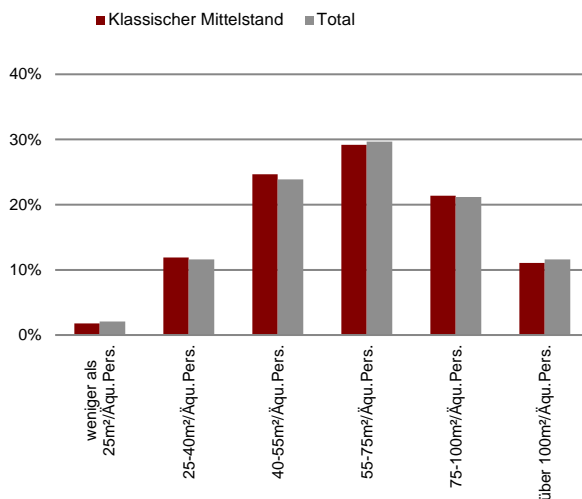


Wohnfläche (in m2)	
--------------------	--



Charakteristikum Typische Ausprägung

Wohnfläche pro Äquivalenzperson



Flächenbedarf pro Person Hoch



Ausbaustandard Mittel

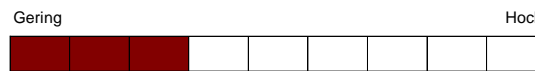


Materialisierung und Apparate Materialisierung eher konventionell, Apparate modern

Technische Ausrüstung Sekundär

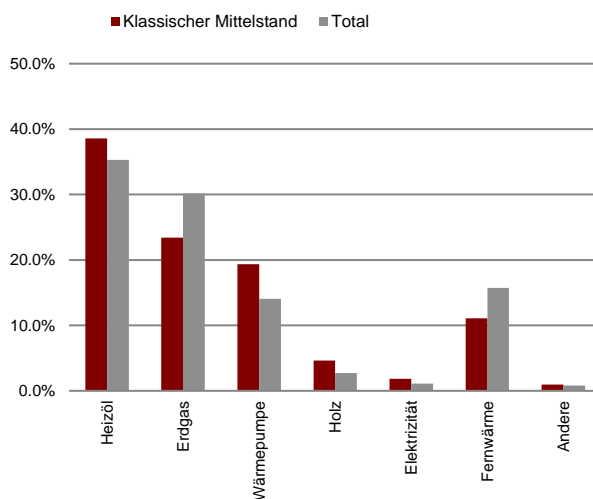


Zahlungsbereitschaft für Ökologie Gering



Weitere spezifische Bedürfnisse Keine

Primärer Wärmeerzeuger\*



\* Berechnung auf Stufe Haushalte



#### 4.6 Klassischer Mittelstand: Wohnumfeld

Der Prozess der Wohnungssuche ist durch Präferenzen und Restriktionen geprägt, die auf die Nachfrager einwirken. Dabei spielen bei den Nachfragersegmenten 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%;"> <span>Gering</span> <span>Hoch</span> </div>
Präferenz fürs Grüne	Sehr hoch	<div style="display: flex; justify-content: space-between; width: 100%;"> <span>Gering</span> <span>Hoch</span> </div>
Besonnung & Aussicht	Wichtig	<div style="display: flex; justify-content: space-between; width: 100%;"> <span>Weniger wichtig</span> <span>Wichtig</span> </div>
Erreichbarkeit Dienstleistungen	Sehr 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	Sekundär	<div style="display: flex; justify-content: space-between; width: 100%;"> <span>Weniger wichtig</span> <span>Wichtig</span> </div>
Wichtigkeit der Aussenräume	Hoch	<div style="display: flex; justify-content: space-between; width: 100%;"> <span>Gering</span> <span>Hoch</span> </div>
Kleinräumige Erschliessung	Wichtig	<div style="display: flex; justify-content: space-between; width: 100%;"> <span>Weniger wichtig</span> <span>Wichtig</span> </div>
Kinderfreundlichkeit	Wichtig	<div style="display: flex; justify-content: space-between; width: 100%;"> <span>Weniger wichtig</span> <span>Wichtig</span> </div>