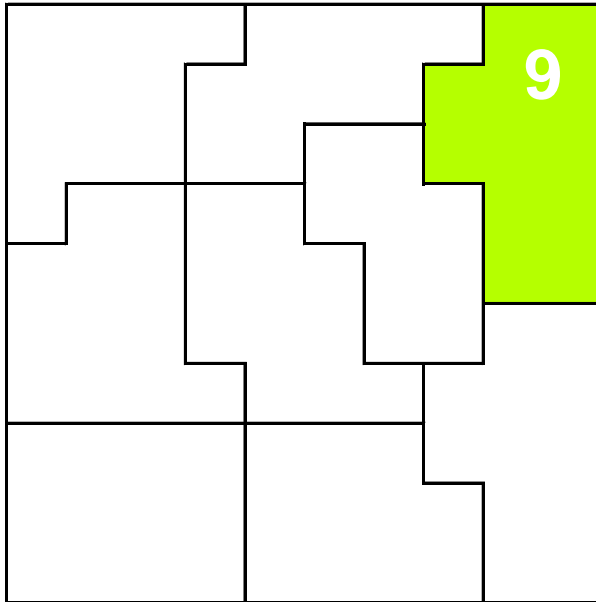


# Segment 9: Urbane Avantgarde

Nachfragersegmente im Wohnungsmarkt

---



## 9.1 Urbane Avantgarde: Einleitung

Gut 18 % der Schweizer Haushalte zählen zur Urbanen Avantgarde. Vorzugsweise lebt die Urbane Avantgarde in den Kernstädten der Gross- oder Mittelzentren. Ihr Ausbildungsniveau, ihre berufliche Stellung und ihre Einkommen sind überdurchschnittlich. Die urbane Avantgarde ist überdurchschnittlich jung, knapp 60% dieses Nachfragesegementes wohnt in Einpersonenhaushalten. Die Urbane Avantgarde führt einen stark stadtbezogenen Lebensstil, ist häufig beruflich und privat im Ausland. Neben dem hohen und flexiblen Arbeitspensum wird die Freizeit intensiv und meist ausserhalb der Wohnung gestaltet.



Die Urbane Avantgarde wohnt in grossen und relativ teuren Mietwohnungen mit 2 bis 3 Zimmern in den Zentren der Grossagglomerationen. Sie sind bereit, für das urbane Umfeld hohe Mieten zu zahlen, die Ausstattung der Wohnung ist weniger wichtig als das Umfeld. Da sie vergleichsweise häufig umziehen, bevorzugen sie Mietwohnungen privater und institutioneller Anbieter.

## 9.2 Urbane Avantgarde: 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.

### Herr Tanner, Mittlerer Single

Urs Tanner ist Architekt. Er wohnt in einer modernen Mietwohnung in einem zentralgelegenen Mehrfamilienhaus. Er hat das Haus selbst gebaut und die Wohnung ganz nach seinen Vorstellungen gestaltet. Seine Wohnung bedeutet ihm viel und er sieht in ihr auch ein Hilfsmittel um seinen Lebensstil zu zeigen und so sein Image zu transportieren. Dementsprechend lädt er oft Leute dahin ein. Er lebt in einer Partnerschaft aber mit getrennten Wohnungen (Living apart together). Beruflich ist er Teilhaber in einem Architekturbüro mit mittlerweile 15 Angestellten. Freizeit hat er nicht sonderlich viel.

### Herr Müller und Frau Schneider, Älteres Paar

Jürg Müller ist Verleger bei einer grossen Tageszeitung. Er hat sich mit seiner Partnerin Leonora Schneider, welche eine eigene Kommunikationsfirma führt, ein grosszügiges Loft gemietet. Das Loft hat einen grandiosen Ausblick über die Stadt und ist mit einem sehr hohen Ausbaustandard ausgestattet. Das Paar ist oft an Vernissagen und sonstigen öffentlichen Veranstaltungen anzutreffen. Sie sind gut bezahlte Doppelverdiener ohne Kinder. Geld ist stets genug vorhanden.

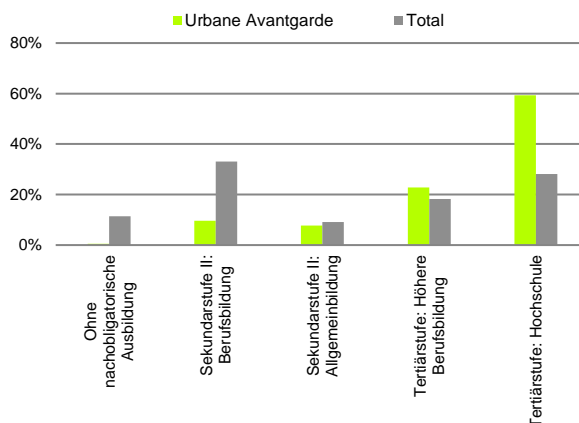
### Herr Neuenschwander, Junger Single

Andreas Neuenschwander arbeitet in einer Marketingagentur. Nachdem er von längeren Auslandsaufenthalten in Berlin und London in die Schweiz zurückgekehrt ist, hat er sich vorerst eine gutgelegene Wohnung mit vier Zimmern gemietet. Er plant sich in den nächsten fünf Jahren selbständig zu machen. Wohneigentum kommt für ihn im Moment noch nicht in Frage, denn ihm ist es wichtig möglichst mobil und ungebunden zu sein. Die Pläne in seinem Leben - und somit der Wohn- und Arbeitsort - können schnell wechseln.

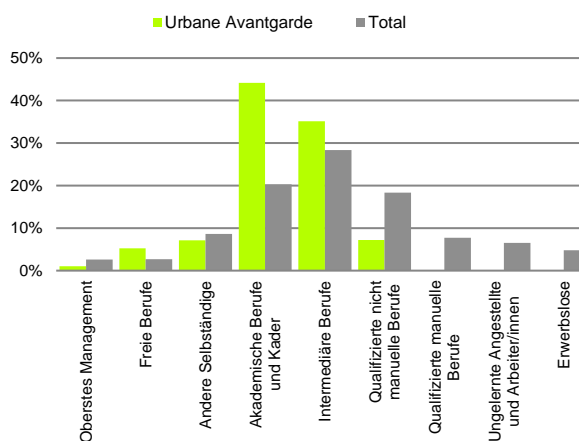
### 9.3 Wer ist die Urbane Avantgarde?

Charakteristikum Typische Ausprägung

Ausbildungsniveau Hohes Bildungsniveau

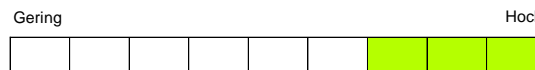


Beruf Akademische Berufe in kreativen Bereichen (Architektur, Kunst und Kommunikation)

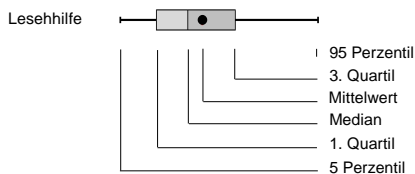
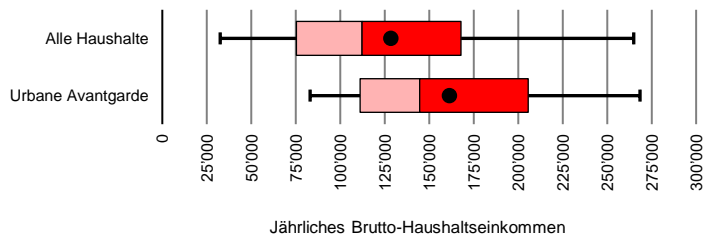


Berufliche Stellung Angestellte und Selbständige

Einkommen Hohes Einkommen

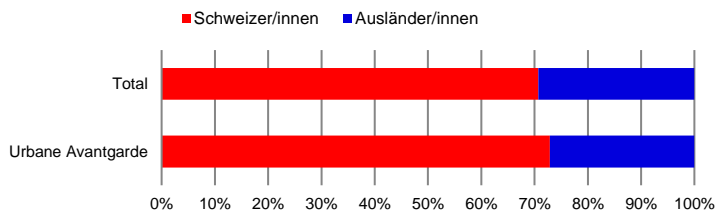


Verteilung der Einkommen



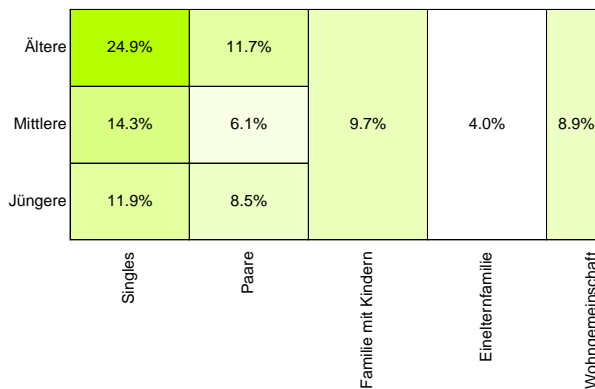
Charakteristik      Typische Ausprägung

Nationalität\*

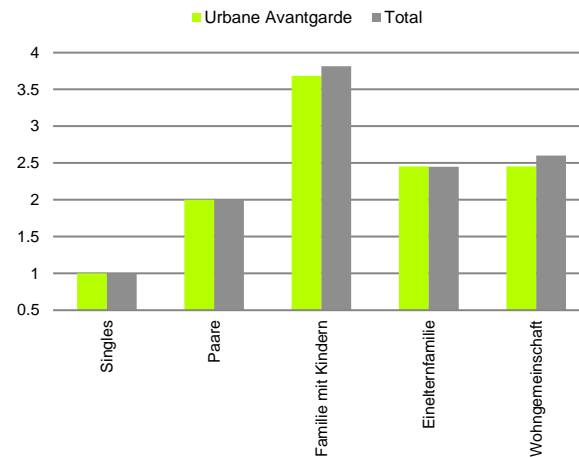


\* Berechnung auf Stufe Haushalte

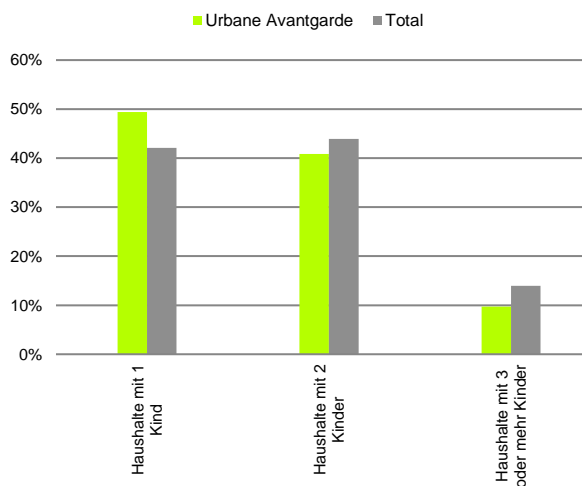
Lebensphasen      Singles



Durchschnittliche Anzahl Personen pro Haushalt      1.8 Personen

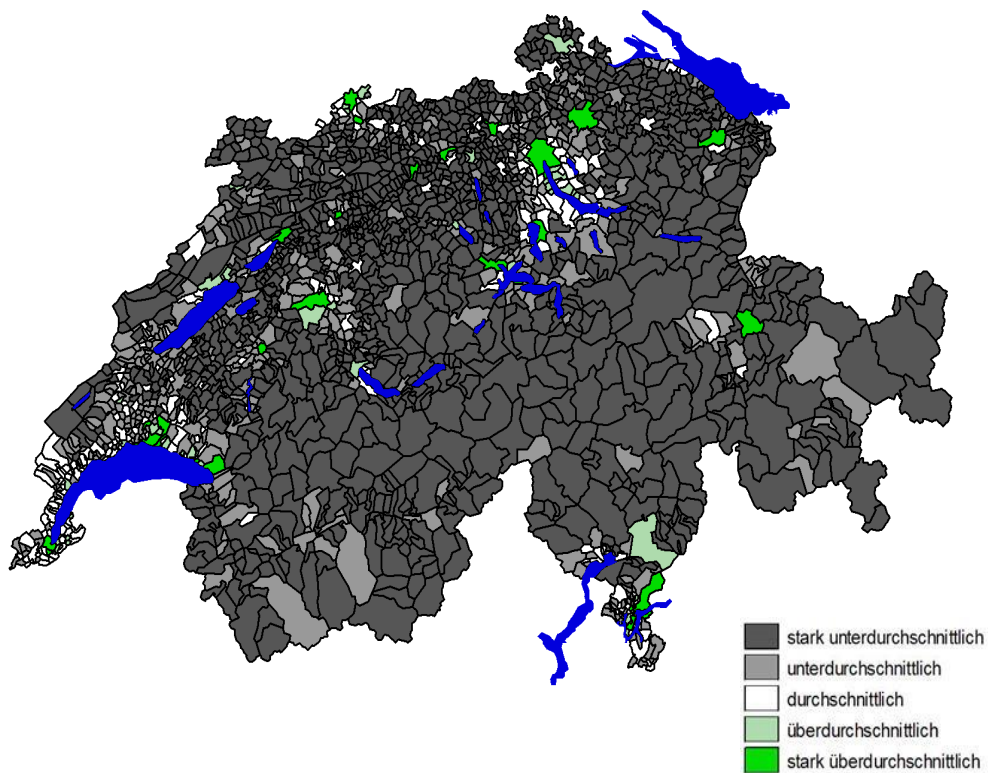


Durchschnittliche Anzahl Kinder (unter 25 Jahre) pro Familie      1.6 Kinder



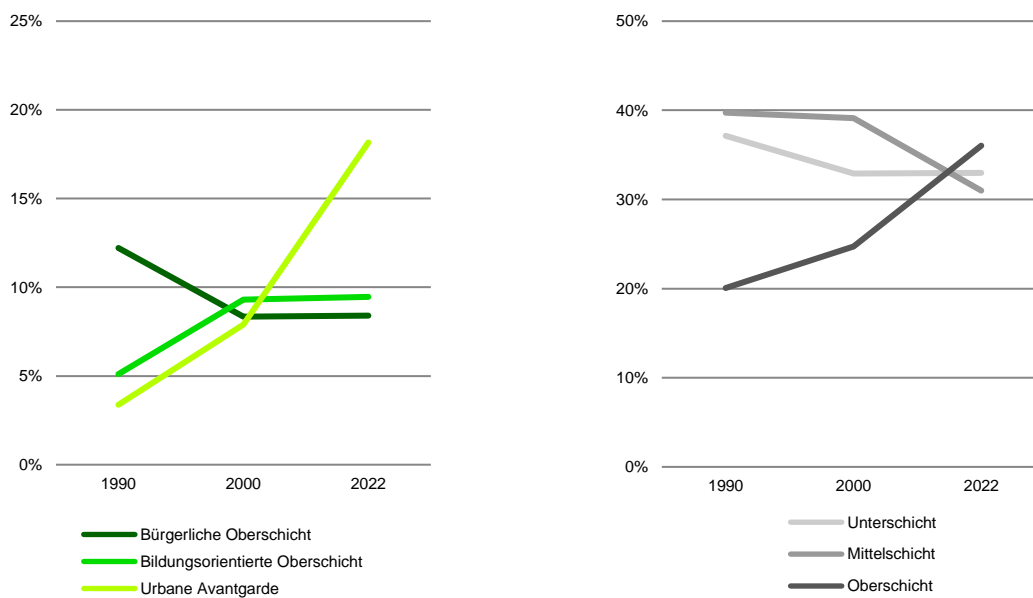
## 9.4 Urbane Avantgarde: Verteilung und Entwicklung

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

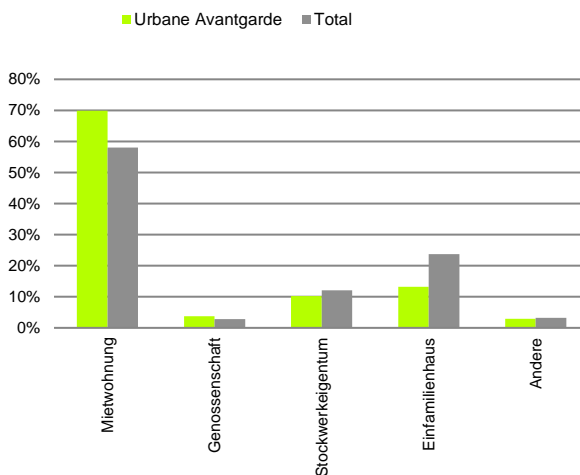


Quelle: Fahrländer Partner & sotomo.



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

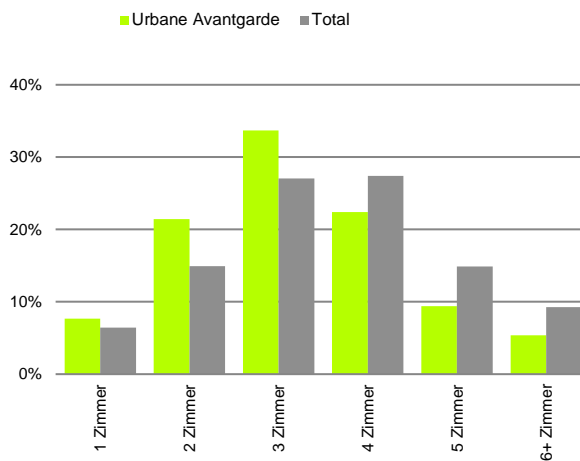
|          |                                    |
|----------|------------------------------------|
| Wohnform | Wohneigentumsquote 23% (Total 36%) |
|----------|------------------------------------|



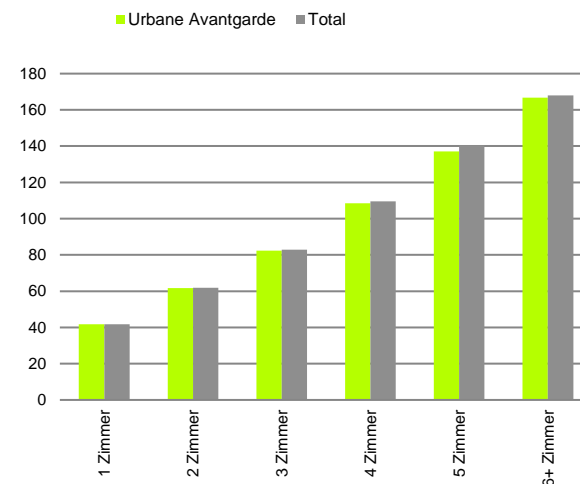
|                   |                      |
|-------------------|----------------------|
| Wohnungsgrundriss | Grosszügig und offen |
|-------------------|----------------------|

|             |        |
|-------------|--------|
| Architektur | Modern |
|-------------|--------|

|            |          |
|------------|----------|
| Zimmerzahl | 3 Zimmer |
|------------|----------|

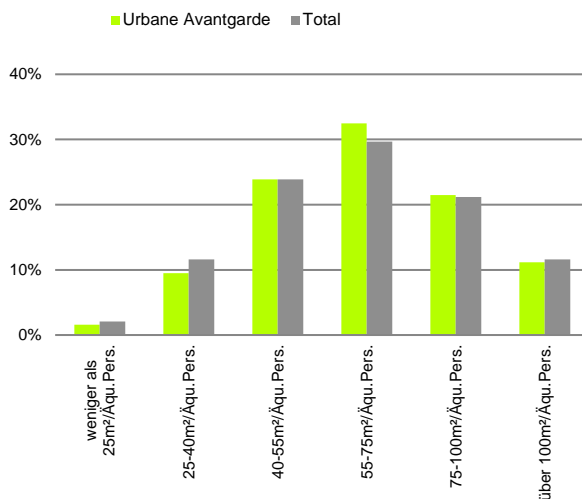


|                    |  |
|--------------------|--|
| Wohnfläche (in m2) |  |
|--------------------|--|

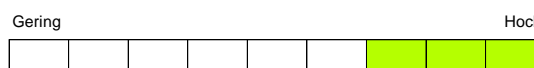


Charakteristikum Typische Ausprägung

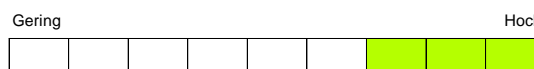
Wohnfläche pro  
Äquivalenzperson



Flächenbedarf pro Person Hoch

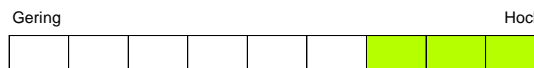


Ausbaustandard Hoch



Materialisierung und  
Apparate Hochwertig

Technische  
Ausrüstung Hoch ausgerüstet

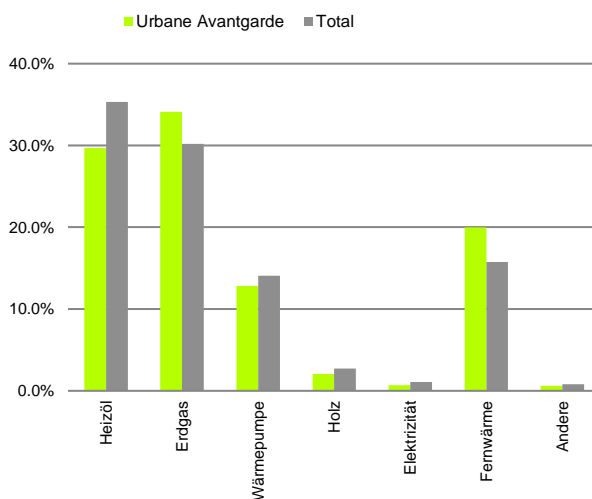


Zahlungsbereitschaft  
für Ökologie Mittel



Weitere spezifische  
Bedürfnisse Keine

Primärer Wärmeerzeuger\*



\* Berechnung auf Stufe Haushalte



## 9.6 Urbane Avantgarde: 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       | Sehr hoch                      | Gering <span style="float: right;">Hoch</span><br>               |
| Präferenz fürs Grüne               | Gering                         | Gering <span style="float: right;">Hoch</span><br>               |
| Besonnung & Aussicht               | Sekundär                       | Weniger wichtig <span style="float: right;">Wichtig</span><br>   |
| Erreichbarkeit Dienstleistungen    | Sekundär                       | Weniger wichtig <span style="float: right;">Wichtig</span><br>   |
| Erreichbarkeit Freizeit/Erholung   | Sekundär                       | Weniger wichtig <span style="float: right;">Wichtig</span><br> |
| Erreichbarkeit kulturelles Angebot | Sehr wichtig                   | Weniger wichtig <span style="float: right;">Wichtig</span><br> |
| Wichtigkeit der Aussenräume        | Durchschnittlich               | Gering <span style="float: right;">Hoch</span><br>             |
| Kleinräumige Erschliessung         | Keine spezifischen Bedürfnisse | Weniger wichtig <span style="float: right;">Wichtig</span><br> |
| Kinderfreundlichkeit               | Unwichtig                      | Weniger wichtig <span style="float: right;">Wichtig</span><br> |