

Was wollen eigentlich die Bürger?

Dr. Frank Jost

vhw – Bundesverband für Wohnen und Stadtentwicklung e.V., Berlin

18. Kommunaler Erfahrungsaustausch 03.09.2009 in Schwerin

„Zukunftsfähige Baukultur in unseren Städten – Voraussetzungen und Strategien“

Familie A



Familie B



Objektive
Merkmale
(Auswahl)

Alter Haushaltsvorstand
Haushaltstyp
Haushaltseinkommen
Wohngeld
Wohnung

36
4-Pers.HH
2-3.000 Euro
nein
4 Zi, 110 qm

36
4-Pers.HH
2-3.000 Euro
nein
4 Zi, 110qm



**Soziodemographische
Zwillinge**



Eine Zielgruppe?

Warum Milieus?

Familie A



Familie B



Sinus-Milieus®: Beispiel Wohnzimmer

Familie A



Familie B



Sinus-Milieus®: Beispiel Küche

Familie A



Familie B



Objektive Merkmale
(Auswahl)

Alter Haushaltsvorstand
Haushaltstyp
Haushaltseinkommen
Wohngeld
Wohnung

38
4-Pers.HH
2-3.000 Euro
nein
4 Zi, 110qm

38
4-Pers.HH
2-3.000 Euro
nein
4 Zi, 110qm

Soziodemographische Zwillinge

Milieuprofil
(Beispielhaft)

Mobilität
Ortspräferenz
Bedeutung Wohnen
Wohnstatus-Absicht

Gering
Offen
Normal
Eigentum

Hoch
Stadt
Hoch
Offen

Wohnraum-nachfrage
(Beispielhaft)

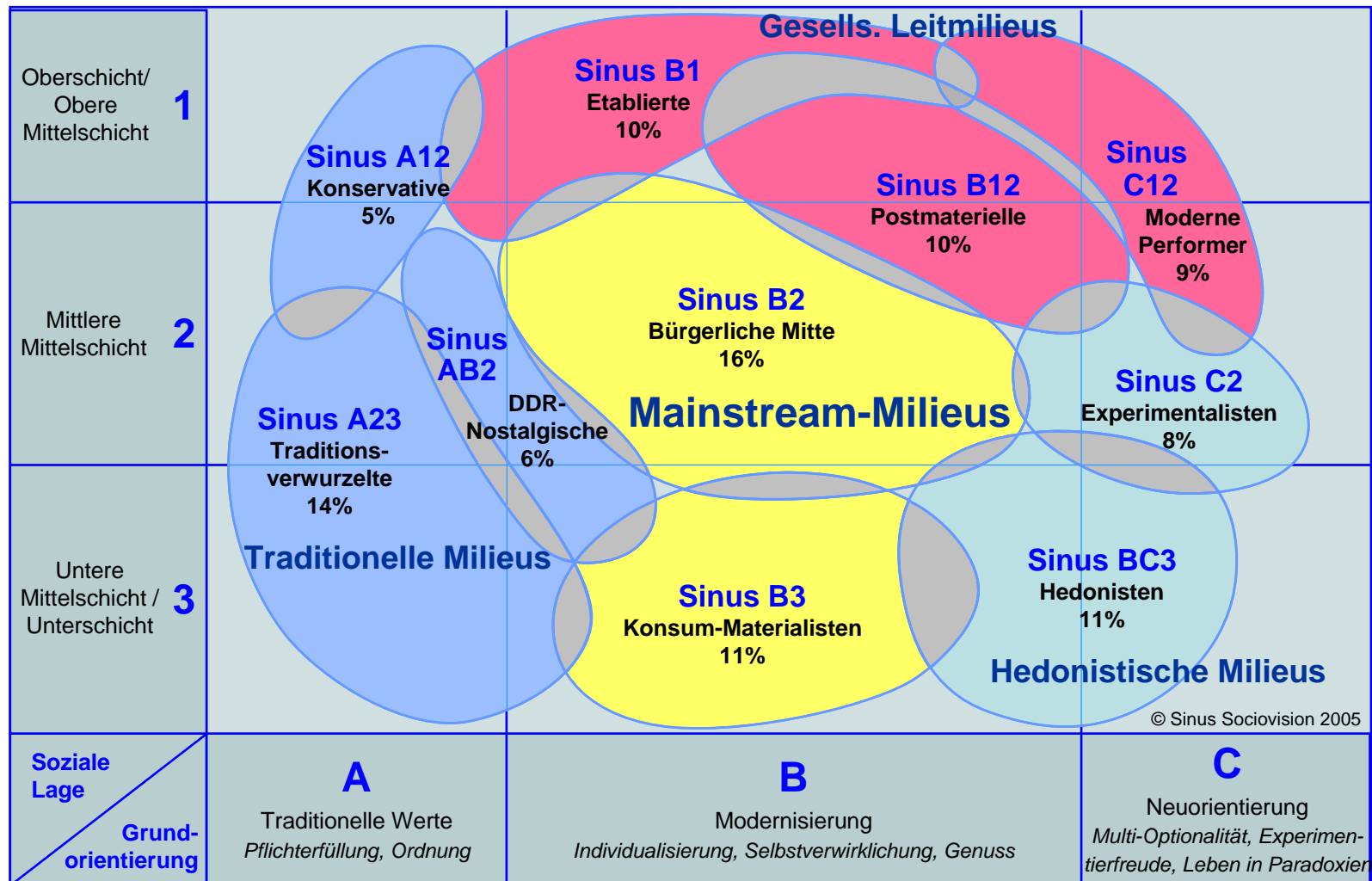
„Eigentum im Stadtumland“

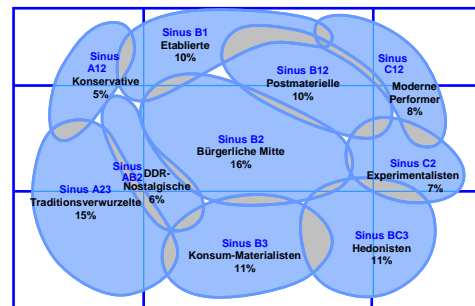
„Stadtwohnung/urbanes Flair“

Darum Milieus!

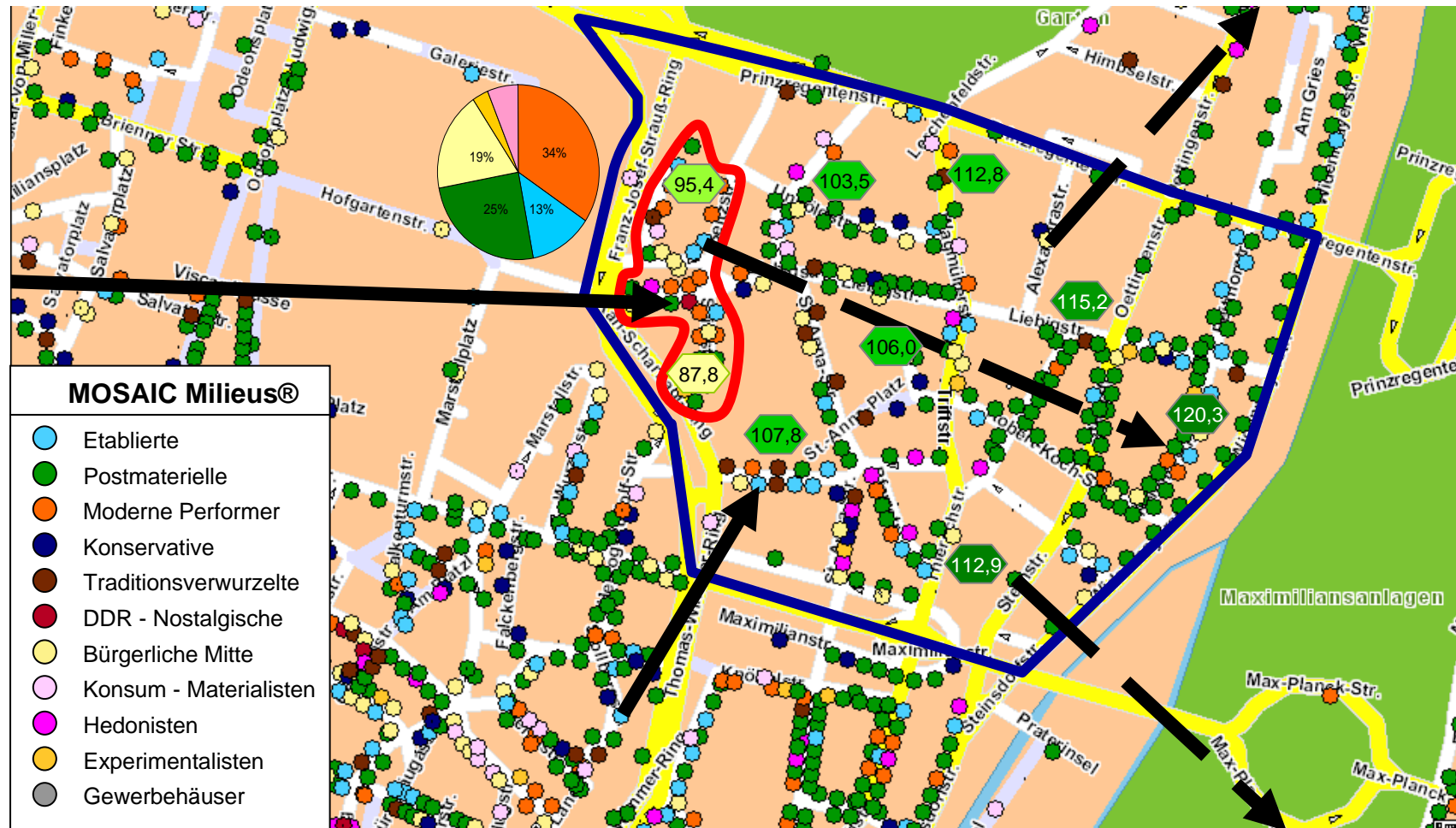
Sinus Sociovision: Die Sinus-Milieus® in Deutschland

Soziale Lage und Grund- bzw. Wertorientierung 2005

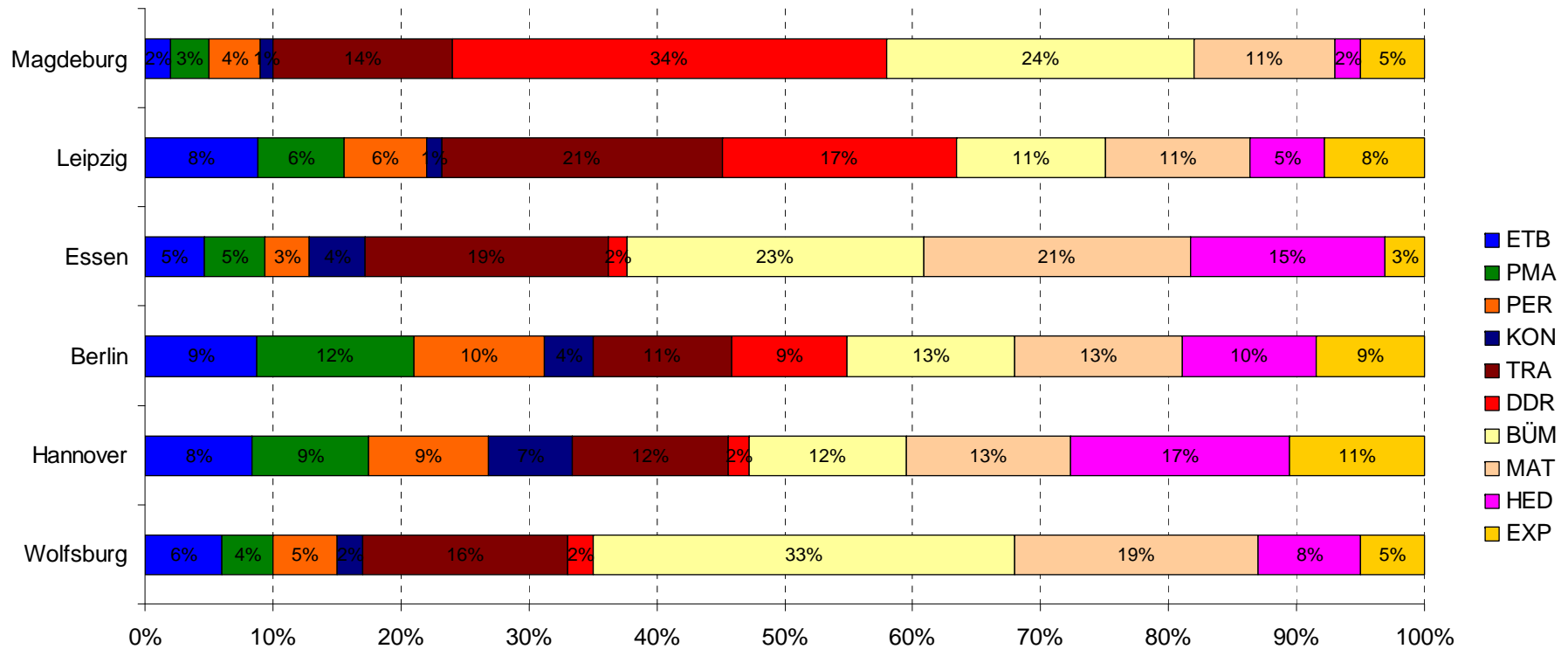




Wohnprofile



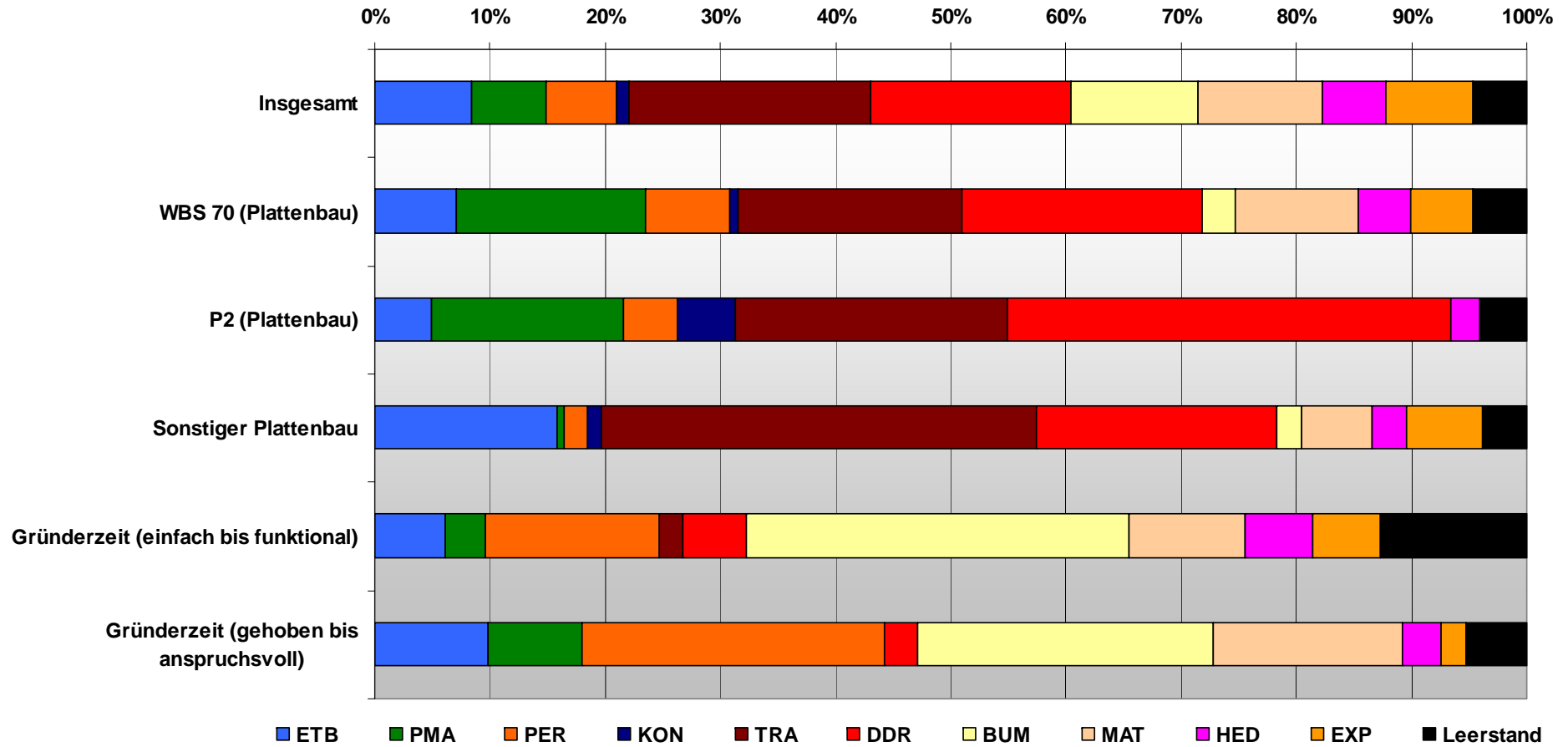
Microgeographische Daten: MOSAIC-Milieus® auf Hausebene



Quelle: Microm

Haushalte nach dom. Milieus in Magdeburg und in Vergleichsstädten

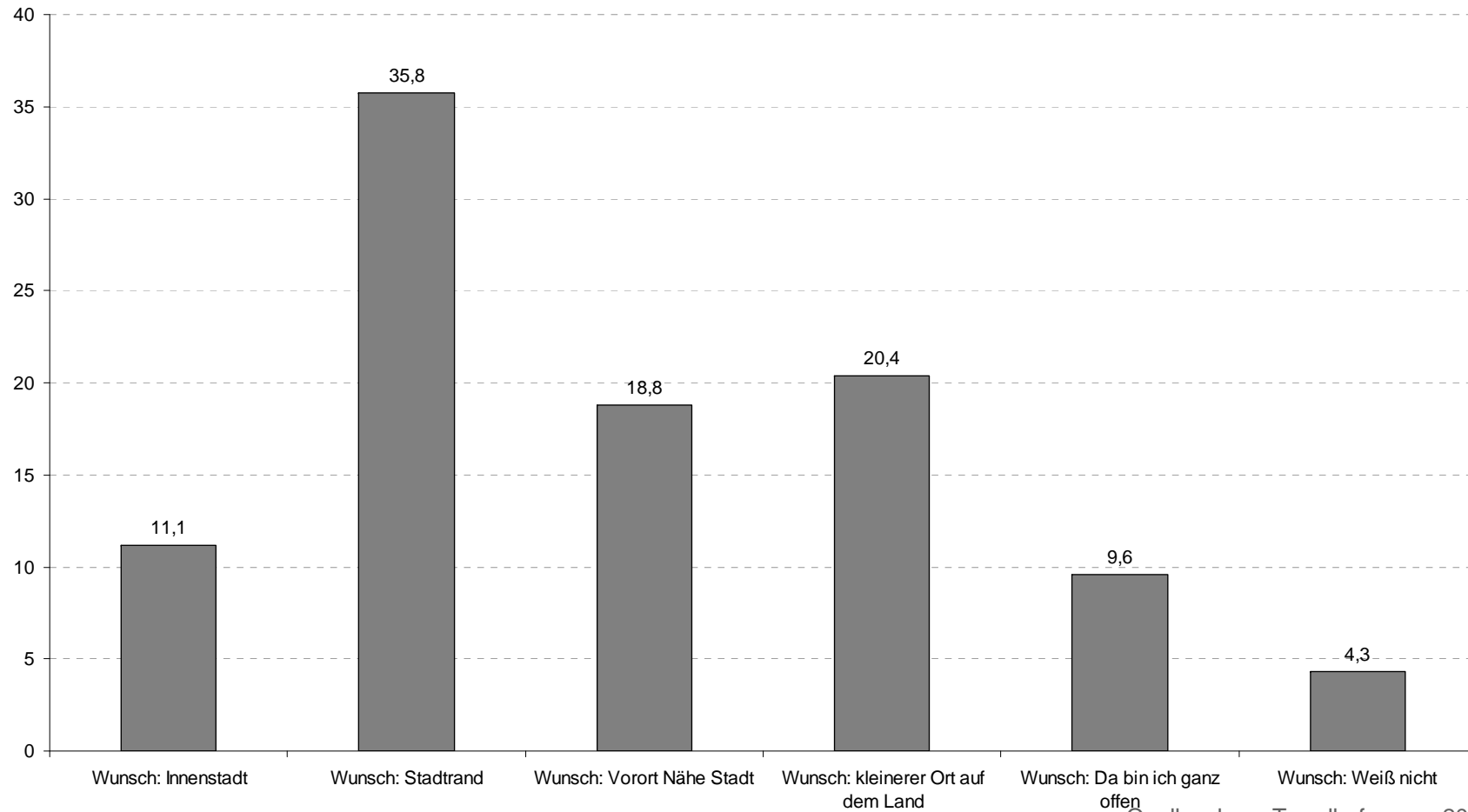
Anteil der Milieus in %



Leipzig: Milieustruktur in sanierten Gebäuden (2004)

Lage, Lage, Lage

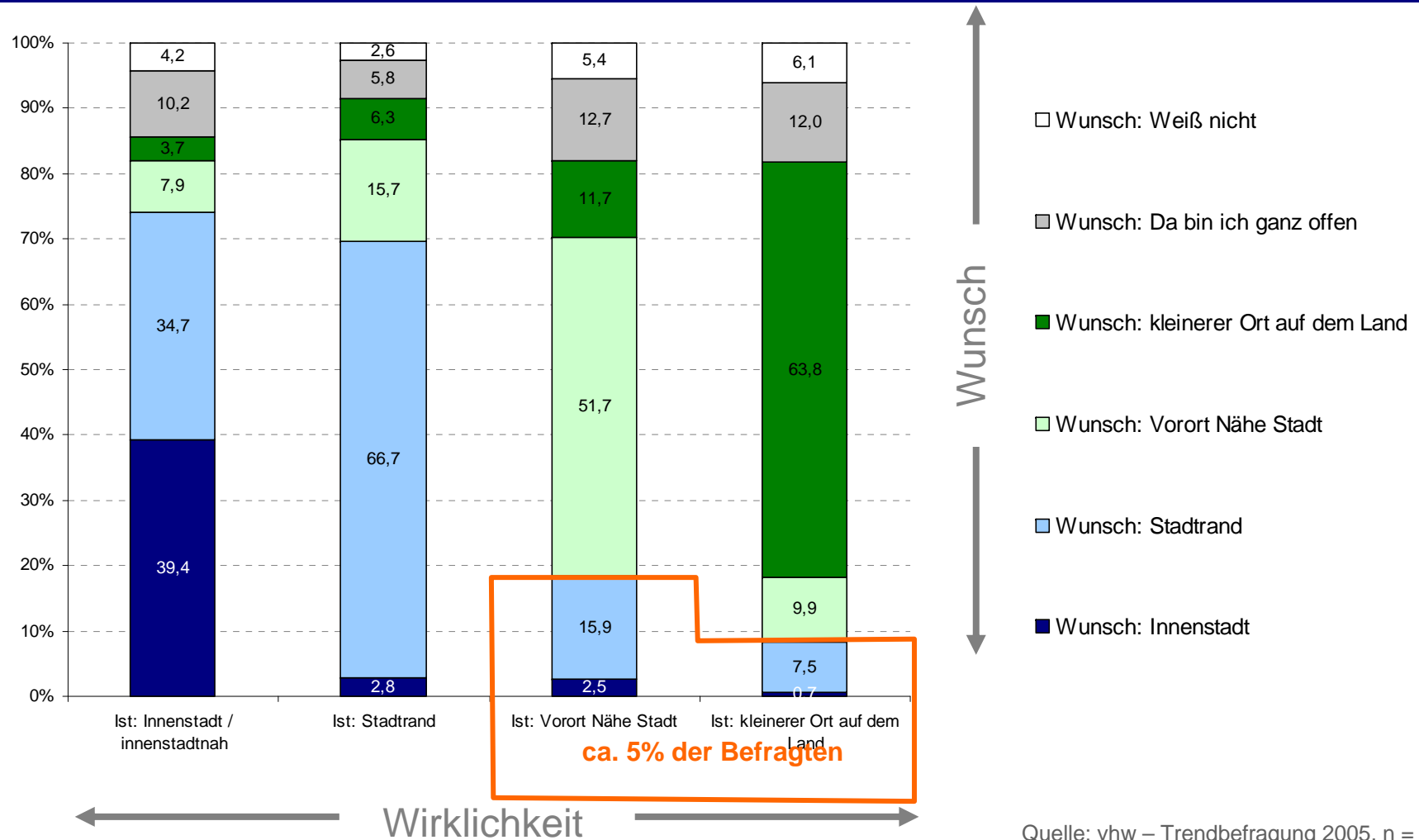
Trend 2005: Gewünschte Wohnlage



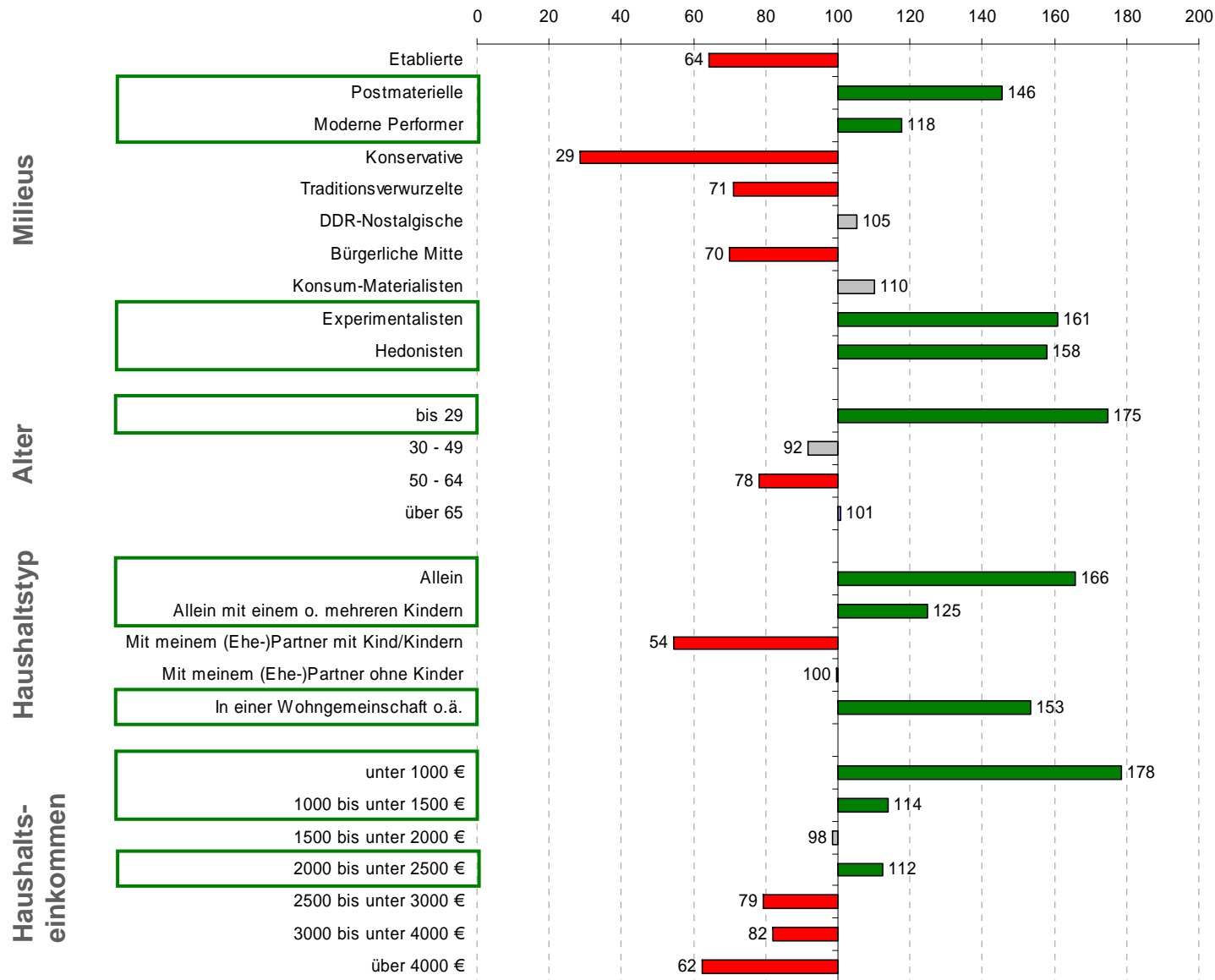
Quelle: vhw – Trendbefragung 2005, n = 2022



Jeder dritte Befragte nennt den Stadtrand als gewünschte Wohnlage nach einem Umzug. Der Stadtrand ist damit die beliebteste Wohnlage. Vermutlich verbindet er (aus Sicht der Befragten) die Wohnqualitäten Natur / Freiraum und Urbanität / städtische Infrastruktur.



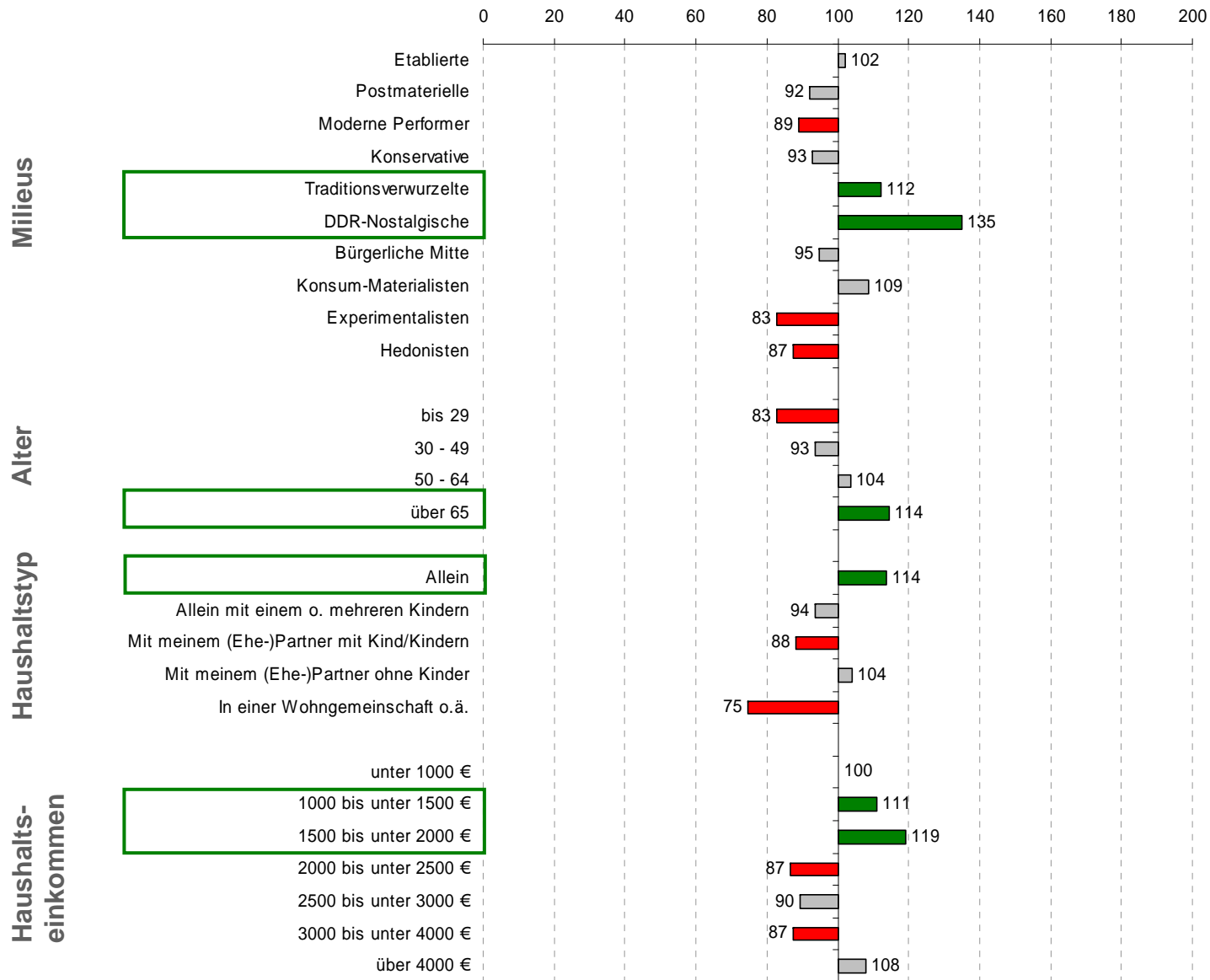
➔ Der Stadtrand ist auch die stabilste Wohnlage. Knapp 67% der dort Wohnenden wollen auch zukünftig am Stadtrand wohnen. Nur knapp 40% der Innenstadtbewohner wollen auch nach einem Umzug in der Innenstadt wohnen. Die Anteile der außerhalb der Stadt Wohnenden, die künftig in städtische Wohnlagen ziehen würden, ist dagegen äußerst gering (ca. 5% aller Befragten).



Trend 2005: Profil „Innenstadt- bezieher“

Wohnort „Innenstadt“
beim nächsten Umzug,
Indexabweichungen
vom
Bundesdurchschnitt
(=100)

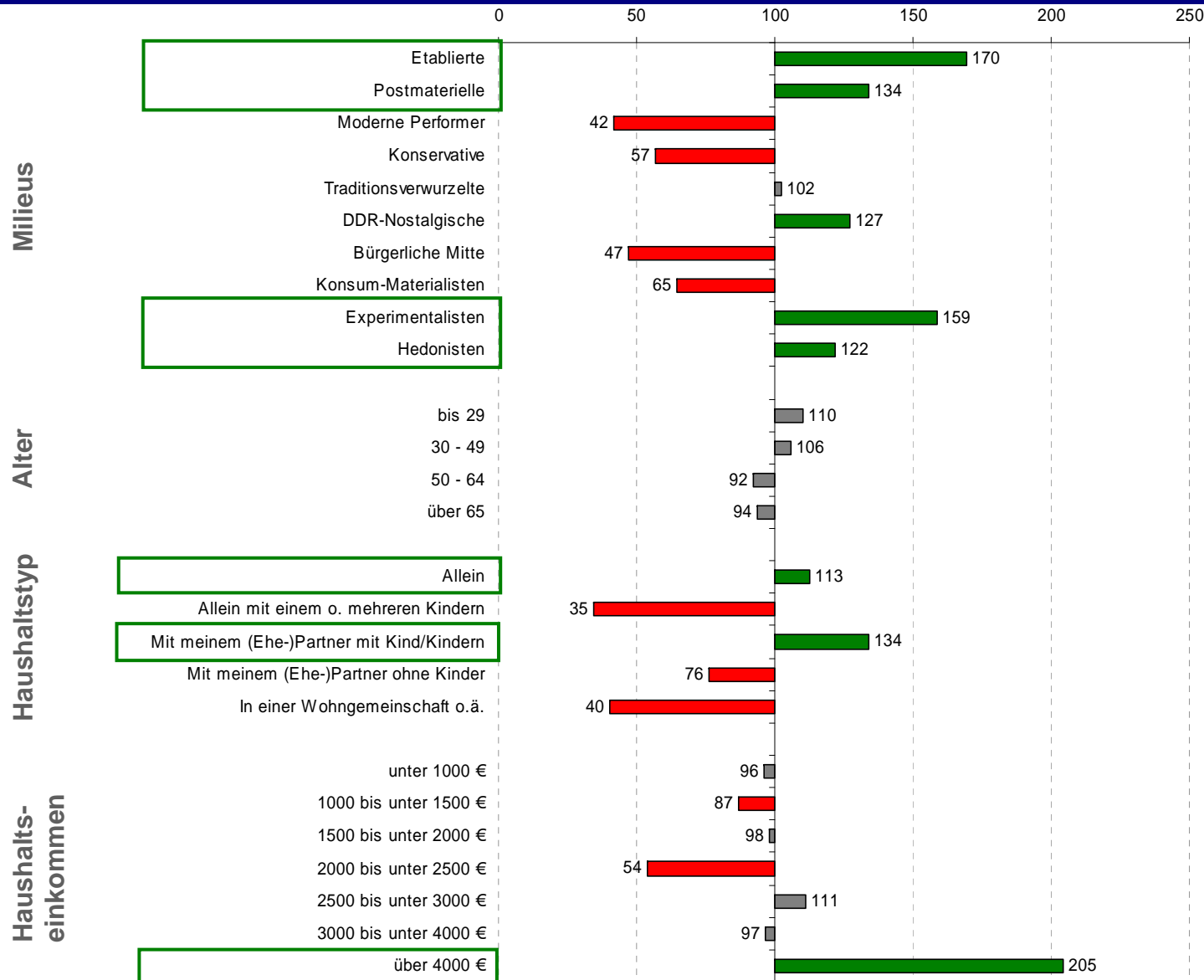
Das Profil der
Personen, die bei
einem Umzug die
Innenstadt als
Wohnstandort
wählen, ist stark
polarisiert.



Trend 2005: Profil „Stadttrand- bezieher“

Wohnort „Stadttrand“
beim nächsten Umzug,
Indexabweichungen
vom
Bundesdurchschnitt
(=100)

Das Profil der
Personen, die bei
einem Umzug den
Stadttrand als
Wohnstandort
wählen, ist kaum
polarisiert.



Trend 2005: Profil „Stadttrück- kehrer“

Derzeitiger Wohnort
„Vorort/ Land“,
nächster Wohnort
„Innenstadt/Stadtrand“,
Index vom
Bundesschnitt (=100)

Das Profil der
Personen, die
momentan noch
außerhalb der Stadt
wohnen und bei einem
Umzug einen
städtischen
Wohnstandort wählen,
ist deutlich von
bestimmten Gruppen
geprägt.

My home is my castle



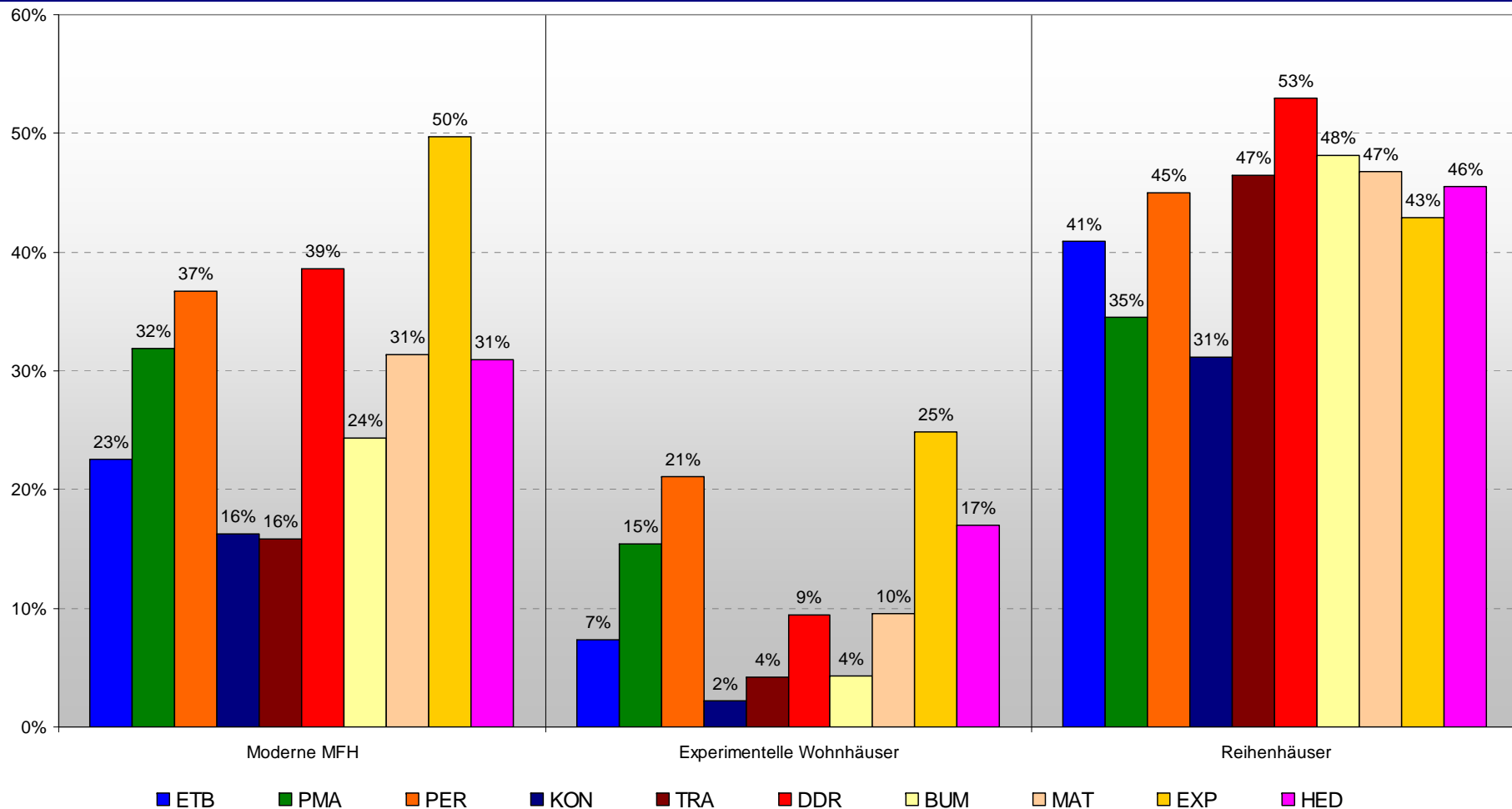
Trend 2005: „Moderne Mehrfamilienhäuser“



Trend 2005: „Experimentelle Wohnhäuser“



Trend 2005: „Reihenhäuser“



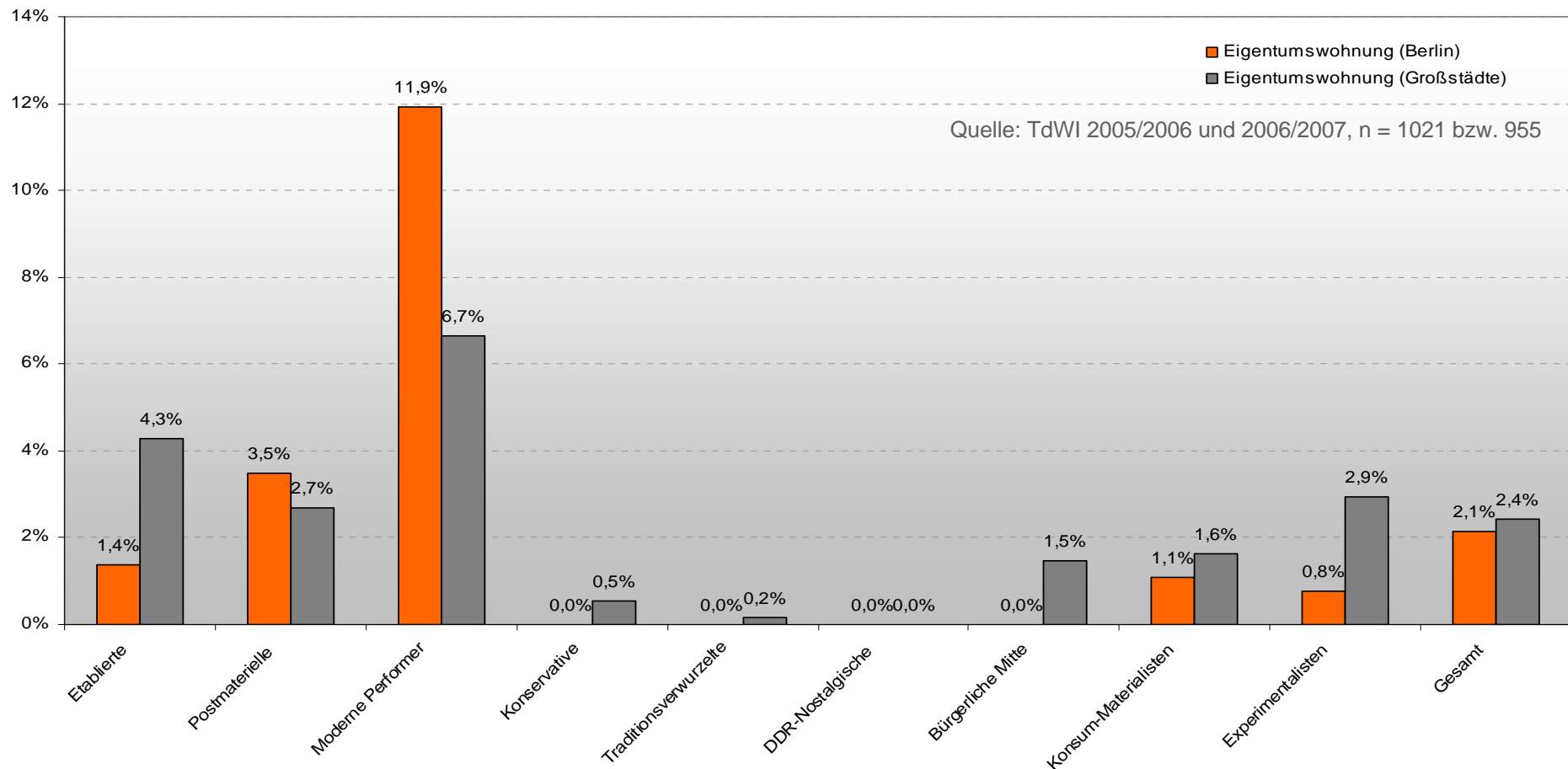
Gebäudeästhetik „Die gezeigten Gebäuden gefallen mir ‚sehr gut‘ oder ‚gut‘“, Anteil in % der Milieus

➔ Reihenhäuser liegen im Zuspruch deutlich vor experimentellen Wohnhäusern und bei den meisten Milieus auch vor modernen Mehrfamilienhäusern. Auffällig ist, dass EXP, PER, PMA und HED am ehesten von einer experimentelleren bzw. moderneren Architektur angesprochen werden. Sowohl die Mainstream-Milieus als auch die Traditionellen sind hier deutlich abgeneigert.

Wohnen im Eigentum – auch in der City

Berlin: Planung Erwerb Eigentumswohnung 2006

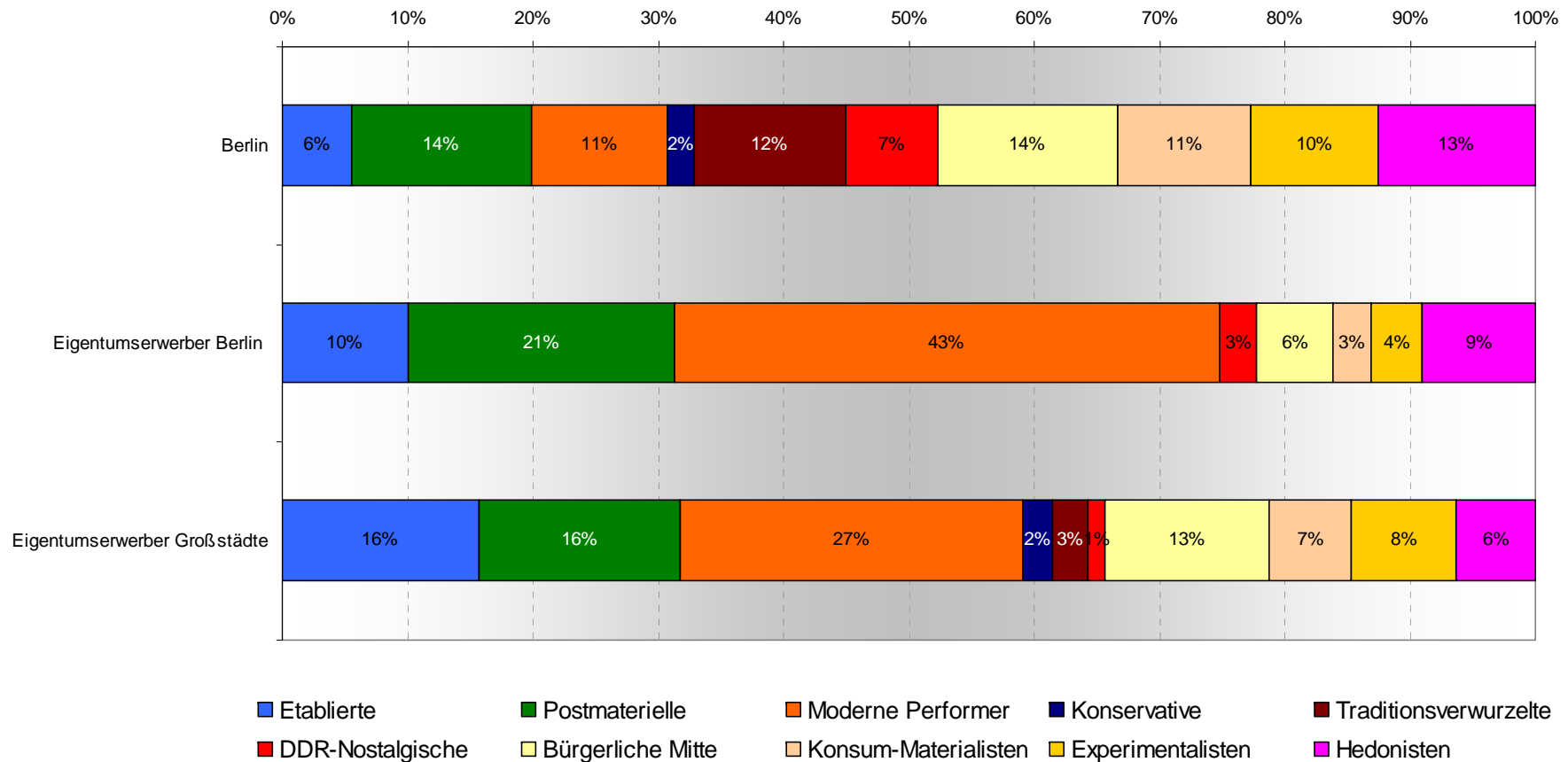
Innerhalb von fünf Jahren, Anteil in %, Vergleich mit Städten > 500.000 EW



Moderne Performer zeigen in Berlin eine noch höhere Nachfrage nach Etageigentum als in anderen Großstädten. Jeder Neunte plante 2006 in den kommenden fünf Jahren den Kauf einer Eigentumswohnung. Auffällig unterdurchschnittlich zeigen sich in diesem Punkt Berliner Etablierte.

Berlin: Milieustruktur der Wohneigentumserwerber

Anteil in %, Vergleich mit Berlin und Wohneigentumserwerbern in Städten > 500.000 EW



Quelle: TdWI 2006/2007, n (Berlin) = 955

➔ Die Wohneigentumsnachfrage wird in Berlin in erster Linie von Modernen Performern und in zweiter Linie von den Postmateriellen getragen. Beide Milieus zusammen stellen rund zwei Drittel des Nachfragepotenzials.

Zielgruppen: Berliner Wohneigentumserwerber

	Höchste Ausprägung	Zweithöchste Ausprägung
Milieu	Moderne Performer	Postmaterielle
Haushaltsstruktur	Familien mit Kindern	Paare ohne Kinder
Altersschwerpunkt	30-40 Jahre	40-50 Jahre
Haushaltsnettoeinkommen (Schwerpunkt)	3000-4000 €	Über 4000 €

Milieu	Moderne Performer	
Haushaltsstruktur	Paare ohne Kinder (noch)	z.T. Familien mit Kindern
Alter (Schwerpunkt)	30-40 Jahre	
Haushaltsnettoeinkommen (Schwerpunkt)	3000-4000 €	

Objekt

- Repräsentativer, moderner Charakter
- Hohe Offenheit für individuelle Architektur
- Mittelgroße bis große Wohneinheiten (entsprechend Haushaltsstruktur)

Preisgestaltung

- Sehr guter Marktüberblick
- Wohnung auch als Anlageobjekt (Werthaltigkeit bzw. Wertentwicklungspotenzial)
- Kaufkraft überdurchschnittlich, aber (noch) nicht Toplevel

Ansprache

- Mit gezieltem und anspruchsvollem Marketing adressierbar (-> z.B. über Geomarketing)
- „Story“ muss stimmen, Produktschwächen werden schnell erkannt

Lage & Nachbarschaft

- Repräsentativität, Lebendigkeit
- Stadtrand, nicht unbedingt Innenstadt
- Gute Infrastruktur, kurze Wege (Zeitsparen!)

Wichtige Aspekte

- Bauträger, keine Baugruppen
- Gärten nicht unbedingt, aber privater Freiraum (Terrasse/ Balkon)

Nachfragepotenzial für Individualeigentum 2006

- 11.000 WE in fünf Jahren

Risiken

- Weiterhin Mietwohnung & Ausweichen in andere Kapitalanlageformen
- Ausweichen in Etageneigentum (Neu- & Altbau)
- Arbeitsplatzentwicklung, Ausweichen in andere Städte

Die junge, unkonventionelle Leistungselite: intensives Leben – beruflich und privat, Multi-Optionalität, Flexibilität und Multimedia-Begeisterung



Soziale Lage

- Jüngstes Milieu in Deutschland, Altersschwerpunkt unter 30 Jahre
- Hohes Bildungsniveau; viele Schüler / Studenten (oft mit Nebenjobs)
- Unter den Berufstätigen hoher Anteil (kleinerer) Selbständiger und Freiberufler (Start-ups), sowie qualifizierte und leitende Angestellte
- Hohes Haushaltsnettoeinkommen (gutsituierte Elternhäuser); bei den Berufstätigen gehobenes eigenes Einkommen

Grundorientierung

- Ausgeprägter Leistungsehrgeiz und Streben nach persönlicher Selbstverwirklichung und intensivem Leben: mobil, flexibel, innovativ und kreativ sein; seine Fähigkeiten erproben und seine Grenzen erfahren (sich beweisen, was man kann)
- Erfolg haben, wenn und wo sich Chancen auftun (Adaptive Achievement); viel Energie und (spielerische) Risikobereitschaft bei der Verfolgung seiner Ziele, kompromissloser Einsatz für "das eigene Ding" (Ich-AG)
- Im Beruf wie im Privaten: Hinterfragen von Normen, Konventionen und Vorgaben; ein intensives, abwechslungsreiches Leben führen, keine Festlegung auf ein bestimmtes Lebensmuster, Multi-Optionalität
- Verbindung von materiellem Erfolg und lustvollem Leben; Aufhebung der traditionellen Widersprüche wie Pflicht vs. Genuss, Beruf vs. Privatleben etc.

Lebensstil

- Postmodernes Lebensgefühl: anything goes; Experimentieren mit unterschiedlichen Lebensstilen, Integrieren von Einflüssen aus anderen Kulturen und Szenen (Lust auf das Besondere)
- Trendsetterbewusstsein, Zugehörigkeit zur jungen Elite; Offenheit gegenüber Globalisierung und Deregulierung, Selbstverständnis als Teil des global village
- Multimedia-Begeisterung, selbstverständliche Integration der neuen Medien in die Lebensführung (beruflich und privat); positive Einstellung zur modernen Technik (High-Tech-Faszination)
- Großes Interesse an sportlicher Betätigung (Trendsport, Extremsport, Fitness-Studio, Tennis, Squash etc.); Outdoor-orientierte Freizeitgestaltung (Kino, Disco, Kneipe, Events, Kunst)



Primärzielgruppe: Moderne Performer

Eindrücke - Wohnen

Schwerin, 3. September 2009



Milieu	Postmaterielle	
Haushaltsstruktur	Familien mit Kindern	z. T. Paare ohne Kinder
Altersschwerpunkt	40-50 Jahre	
Haushaltsnettoeinkommen (Schwerpunkt)	Über 4000 €	

Objekt

- Natürlicher, nachhaltiger, gewachsener Charakter, Ablehnung von zu starker Monotonie
- Generelle Offenheit für individuelle Architektur, aber stimmiges Gesamtbild wichtig
- Große bis sehr große Wohneinheiten (entsprechend Haushaltsstruktur)

Preisgestaltung

- Kaufkraft sehr hoch
- Emotionaler Produktbezug wichtiger als Niedrigstpreis
- Mehrausgaben für Langlebigkeit, Nachhaltigkeit, Energie- und Ressourcensparen

Ansprache

- Ablehnung von aggressivem Marketing
- Besser: Netzwerke, „Mundpropaganda“

Lage & Nachbarschaft

- Lebendigkeit und Innenstadt
- Gleichgesinnte Nachbarschaft
- Hohe Sensibilität in Bezug auf Umwelteinflüsse, v. a. Verkehrslärm

Wichtige Aspekte

- Baugruppen sehr vorteilhaft
- Nähe von Kultur und Natur (Gärten!)

Nachfragepotenzial für Individualeigentum 2006

- 8.000 WE in fünf Jahren

Risiken

- Weiterhin Mietwohnung
- Ausweichen in Etageneigentum (v.a. Altbau)
- Ausweichen in Gebrauchtimmobilien in gewachsenen Vierteln



Sekundärzielgruppe: Postmaterielle Eindrücke - Wohnen

Schwerin, 3. September 2009



Das aufgeklärte Nach-68er-Milieu: Liberale Grundhaltung, postmaterielle Werte und intellektuelle Interessen



Soziale Lage

- Breites Altersspektrum – von Anfang 20 bis zur Generation der "jungen Alten"; häufig größere Haushalte mit Kindern
- Hohe bis höchste Formalbildung (Abitur, Studium)
- Qualifizierte und leitende Angestellte und Beamte, Freiberufler; Schüler und Studenten
- Gehobenes Einkommensniveau

Grundorientierung

- Liberale Grundhaltung: Weltoffenheit, Toleranz, kosmopolitische Weltsicht; kritische Auseinandersetzung mit Übertechnisierung und Globalisierung (Primat der Lebensqualität)
- Postmaterieell geprägter Individualismus: Freiräume für sich selbst schaffen (auch gegen Sachzwänge), Zeitsouveränität und Entschleunigung; eigene Ideen realisieren, gegen starre Abläufe und Bürokratie
- Großes Vertrauen in die eigenen Fähigkeiten, souveräner Umgang mit beruflichen und familiären Herausforderungen; Leistungsbereitschaft und Durchhaltevermögen; materieller Erfolg, aber keine klassische Karriereorientierung
- Teilweise im Widerspruch: Verantwortungsethik (Umwelt, Ausländer, sozial Benachteiligte, Dritte Welt) versus Pflege der Lebenskunst (subtile Genüsse, Ästhetik, Bildung, Kultur)

Lebensstil

- Umwelt- und gesundheitsbewusste Lebensführung (Bioprodukte, Naturheilverfahren), Streben nach Gleichgewicht / Balance zwischen Körper, Geist und Seele (Fitness, Wellness)
- Selbstdefinition eher über anspruchsvolle intellektuelle und kulturelle Interessen und Engagements als über Status, Besitz und Konsum
- Anspruchsvolles und selektives Konsumverhalten ("weniger ist mehr"), Ablehnung sinnentleerten Konsums; Aversion gegen die Konsum- und Mediengesellschaft (besonders im Osten) – aber aktives Informationsverhalten (inklusive Internet)
- Ungebrochene Emanzipationsorientierung: Partnerschaftlichkeit in Ehe und Familie, Zurückweisung der traditionellen Rollenklischees

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit

10%

Sinus B1 "Etablierte"

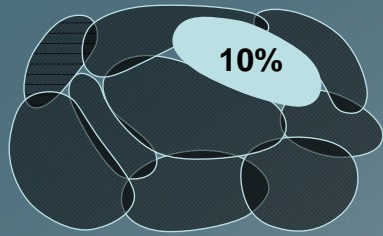
Das selbst-
bewusste
Establishment

Erfolgs-Ethik

Machbarkeits-
denken

Ausgeprägte
Exklusivitäts-
ansprüche





Sinus B12

"Postmaterielle"

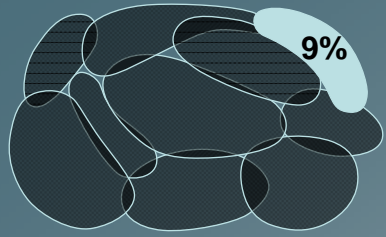
Aufgeklärte Nach-
68er

Postmaterielle
Werte

Kritisch gegenüber
Neoliberalismus und
Globalisierung

Vielfältige
intellektuelle
Interessen





Sinus C12 "Moderne Performer"

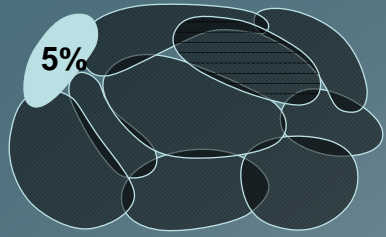
Die junge un-
konventionelle
Nachwuchs-elite

Intensiv leben:
Beruflich wie privat

Flexibel, mobil,
multioptional

Multimedia-
begeisterung





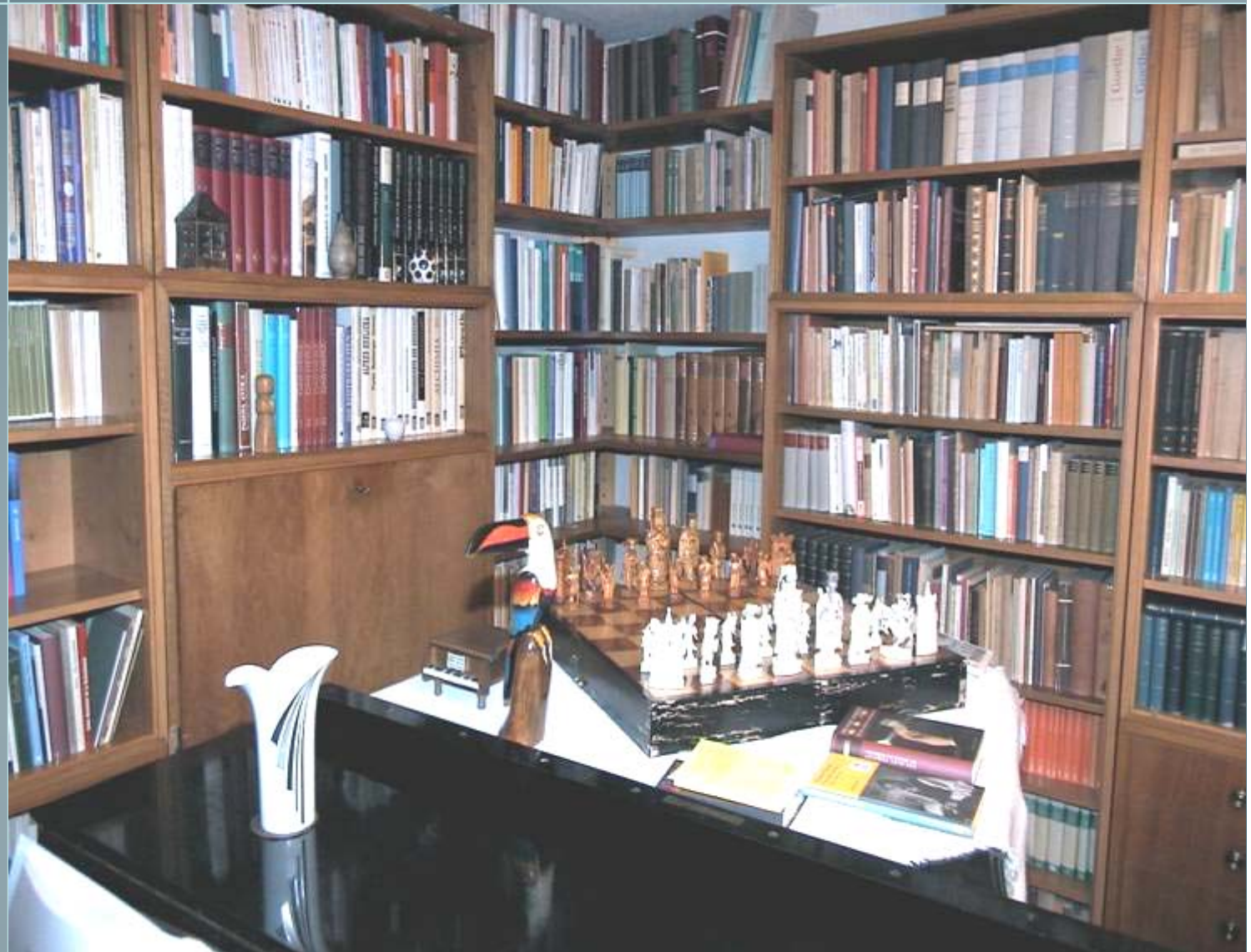
Sinus A12 "Konservative"

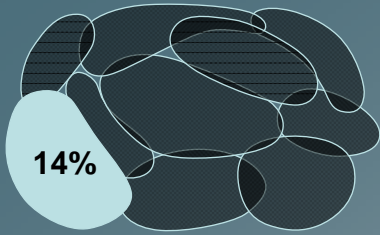
Das alte deutsche
Bildungs-
Bürgertum

Konservative
Kulturkritik

Humanistisch
geprägte Pflicht-
auffassung

Gepflegte
Umgangs-formen





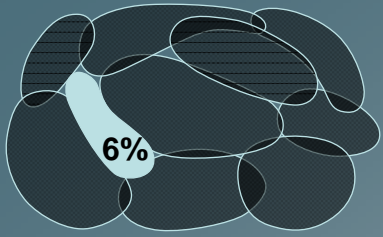
Sinus A23

"Traditionsverwurzelte"

Die Sicherheit und Ordnung liebende Kriegs- und Nachkriegsgeneration

Verwurzelt in der alten kleinbürgerlichen Welt bzw. in der traditionellen Arbeiterkultur





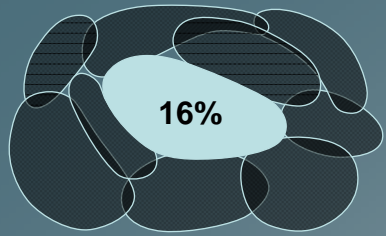
Sinus AB2 "DDR-Nostalgische"

Die resignierten
Wende-Verlierer

Festhalten an
preußischen
Tugenden

Altsozialistische
Vorstellungen von
Gerechtigkeit und
Solidarität





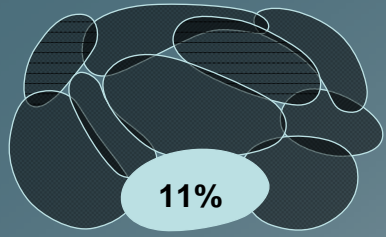
Sinus B2 "Bürgerliche Mitte"

Der Status-orientierte
moderne Mainstream

Berufliche
und soziale
Etablierung

Gesicherte
harmonische
Verhältnisse





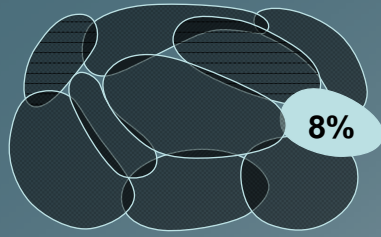
Sinus B3 "Konsum-Materialisten"

Stark
materialistisch
geprägte
Unterschicht

Anschluss halten an
die Konsum-
Standards des
Mainstreams

Häufig sozial
benachteiligt





Sinus C2

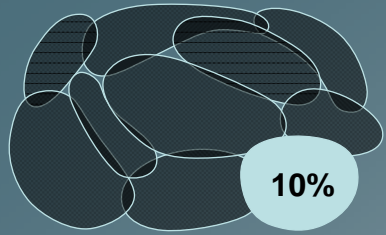
"Experimentalisten"

Extrem
individuali-
stische neue
Bohème

Spontaneität,
Originalität,
Leben mit
den Wider-
sprüchen

Selbst-verständnis
als Lifestyle-
Avantgarde





Sinus BC3 "Hedonisten"

Spaß-orientierte
moderne
Unterschicht
Action, Fun
& Escape

Verweigerung
gegenüber den
Konventionen und
Normen
der Leistungs-
gesellschaft

