Universität Zürich[UZH]

Abschlussarbeit

zur Erlangung des

Master of Advanced Studies in Real Estate

Grundrisspräferenzen und Zahlungsbereitschaften unterschiedlicher Zielgruppen für eine zielgruppengerechte Immobilienentwicklung

Verfasser: Nils Escher

Eingereicht bei: David Naef, Partner bei Naef & Partner Gruppe

Abgabedatum: 08.09.2025

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis V

Abbildungsverzeichnis VI

Tabellenverzeichnis VII

Executive Summary VIII

1. Einleitung 1

1.1 Ausgangslage 1

1.2 Forschungsfrage 2

1.3 Relevanz 2

1.4 Thematische Abgrenzung 3

1.5 Methodik 5

2. Theorie zur bestehenden Literatur 6

2.1 Housing Life Cycle: Wohnbedürfnisse im Lebenszyklus 6

2.2 Grundrisspräferenzen 7

2.3 Zahlungsbereitschaft für Ausstattungsmerkmale 9

2.4 Marktsegmentierung in der Wohnforschung 12

2.5 Relevanz in der Immobilienentwicklung 14

3. Grundlagen zur Datenerhebung 15

3.1 Herleitung der Hypothesen 15

3.1.1 Hypothese zu den Präferenzen 15

3.1.2 Hypothese zur Zahlungsbereitschaft 16

3.2 Forschungsdesign 16

3.3 Datenerhebung 16

3.4 Stichprobe und Rekrutierung 16

3.5 Erhebungsinstrument 17

4. Quantitative Befragung 18

4.1 Einleitung in die Quantitative Befragung 18

4.2 Würdigung der Stichprobe 18

4.3 Beschreibung der Teilnehmenden 19
4.3.1 Altersverteilung der Stichprobe 19
4.3.2 Regionale Verteilung der Stichprobe 20
4.3.3 Haushaltsgrössen der Stichprobe 20
4.3.4 Wohnsituation der Stichprobe 21
4.3.5 Limitation 21
4.4 Auswertung nach Wohnformen 21
4.5 Clusteranalyse 23
4.5.1 Theorie zur Clusteranalyse 23
4.5.2 Clusterbildung 25
4.5.3 Einflussfaktoren auf die Clusterzugehörigkeit 27
4.5.4 Cluster Zusammensetzung 28
4.5.5 Fazit zu den Clustern 34
4.6 Zahlungsbereitschaft 34
4.6.1 Gesamtbetrachtung der Zahlungsbereitschaft 34
4.6.2 Zahlungsbereitschaft nach Clustern 35
4.6.3 Interpretation 37
5. Praxistransfer der Erkenntnisse auf Segmentierungsmodell 38
5.1 Einschränkungen im Vergleich zur FPRE-Segmentierung 38
5.2 Mapping der Cluster auf FPRE-Nachfragersegmente 38
6. Schlussbetrachtung 40
6.1 Vertiefte Diskussion 40
6.2 Diskussion zu den Clustern 41
6.3 Beantwortung der Forschungsfrage 42
6.3.1 Hypothese 1: Präferenzen 43
6.3.2 Hypothese 2: Zahlungsbereitschaft 43
6.3.3 Zusammenfassung 43
6.4 Relevanz der Ergebnisse für die Immobilienentwicklung 44

6.4.1 Evidenzbasierte Planung 44

6.4.2 Produkt- und Preisdifferenzierung 44

6.4.3 Vermarktung 45

6.5 Handlungsempfehlungen für zielgruppengerechtes Entwickeln 45

6.5.1 Clusterbasierter Wohnungsmix 45

6.5.2 Preisgestaltung 45

6.6 Limitationen 45

6.7 Weiterer Forschungsbedarf 46

7. Literaturverzeichnis 48

8. Anhang 55

Anhang 1: Fragebogen 55

Anhang 2: R-Code der Auswertung 59

Abkürzungsverzeichnis

ARE	Bundesamt für Raumentwicklung
BWO	Bundesamt für Wohnungswesen
C	Cluster
C$	kanadische Dollar
FPRE	Fahrländer Partner Raumentwicklung
KI	Künstliche Intelligenz
n	Anzahl Teilnehmer
ÖV	Öffentlicher Verkehr
R	Statistiksoftware R
WG	Wohngemeinschaft

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Housing Life Cycle (Siegert et al., 2017) 6
Abbildung 2: Sinus-Milieus Schweiz (Sinus, 2025) 12
Abbildung 3: Nachfragersegmente FPRE (M. Lehner, 2020) 13
Abbildung 4: Altersverteilung der Teilnehmer 19
Abbildung 5: Wohnregion der Teilnehmer 20
Abbildung 6: Haushaltsgrösse der Teilnehmer 20
Abbildung 7: Wohnsituation der Teilnehmer 21
Abbildung 8: Präferenzprofile der Wohnformen 22
Abbildung 9: Elbow-Methode Chart zur Bestimmung der optimalen Clusteranzahl 24
Abbildung 10: Präferenzprofile der fünf Cluster 26
Abbildung 11: Cluster 1: Wohnbereich und Büro/Homeoffice 29
Abbildung 12: Cluster 2: Wohnbereich und zweites Badezimmer 30
Abbildung 13: Cluster 3: Wohnbereich und Schlafzimmer 31
Abbildung 14: Cluster 4: Büro/Homeoffice 32
Abbildung 15: Cluster 5: Reduit und Wohnbereich 33
Abbildung 16: Mapping der Cluster auf das FFRE-Modell (M. Lehner, 2020) 39

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Getestete Grundrissmerkmale 2
Tabelle 2: Clusterbildung 25
Tabelle 3: Signifikanz Angabe der Einflussfaktoren (Variable) 28
Tabelle 4: Zahlungsbereitschaft allgemein 35
Tabelle 5: Zahlungsbereitschaft pro Cluster inkl. Präferenzschwerpunkte 36

Executive Summary

Der Schweizer Wohnungsmarkt ist seit Jahren von Angebotsknappheit und steigenden Ansprüchen an die Wohnqualität geprägt. Prognosen deuten auf einen strukturellen Fehlbestand von über 50’000 Wohnungen bis 2026 hin, insbesondere in städtischen Zentren. Vor diesem Hintergrund gewinnt zielgruppengerechte Immobilienentwicklung an Bedeutung. Sie ermöglicht, begrenzte Flächen effizient zu nutzen und dennoch den unterschiedlichen Bedürfnissen der Haushalte gerecht zu werden.

Die vorliegende Arbeit untersucht, ob verschiedene Zielgruppen (Singles, Paare, Familien, Wohngemeinschaften und Alleinerziehende) unterschiedliche Präferenzen hinsichtlich der Flächenaufteilung innerhalb von Wohnungsgrundrissen aufweisen und ob diese Präferenzen mit einer Zahlungsbereitschaft verbunden sind. Methodisch folgt die Untersuchung einem deduktiven Ansatz und kombiniert theoretische Grundlagen mit einer empirischen Erhebung. Auf Basis einer standardisierten Online-Befragung wurden 492 vollständig ausgefüllte Fragebögen ausgewertet. Abgefragt wurden soziodemografische Merkmale, Präferenzen für fünf zentrale Ausstattungsmerkmale (grosszügiger Wohn-/Essbereich, grosse Schlafzimmer, zweites Badezimmer, eigenes Reduit/Waschraum, separates Büro/Homeoffice) sowie die Zahlungsbereitschaft für diese Merkmale.

Die Ergebnisse zeigen, dass sich Grundrisspräferenzen nicht ausreichend über klassische Haushaltsformen erklären lassen, sondern erst durch eine datenbasierte Segmentierung in Form einer Clusteranalyse klar differenzierbar werden. Fünf Präferenztypen konnten identifiziert werden: (1) Kombination von grossem Wohnbereich und Büro/Homeoffice, (2) grosser Wohnbereich mit zweitem Bad, (3) grosser Wohnbereich und grosszügige Schlafzimmer, (4) monothematischer Fokus auf Homeoffice sowie (5) grosser Wohnbereich in Verbindung mit einem Reduit. Parallel dazu konnte nachgewiesen werden, dass die Zahlungsbereitschaft eng mit den identifizierten Präferenzschwerpunkten verknüpft ist. Haushalte sind bereit, für jene Merkmale einen Aufpreis zu bezahlen, die ihren individuellen Bedürfnissen entsprechen.

Aus diesen Befunden lassen sich praxisrelevante Implikationen ableiten. Es bietet sich ein clusterbasierter Wohnungsmix an. Zusätzlich kann die Preisgestaltung nicht ausschliesslich über die Wohnfläche erfolgen, sondern den funktionalen Mehrwert spezifischer Ausstattungen berücksichtigen. Damit leistet die Arbeit einen Beitrag zur evidenzbasierten zielgruppengerechten Immobilienentwicklung.

1. Einleitung

1.1 Ausgangslage

Der Schweizer Wohnungsmarkt steht seit Jahren unter Druck. Einerseits herrscht in vielen städtischen Zentren und wachstumsstarken Regionen ein struktureller Angebotsmangel, andererseits verändern sich die Erwartungen der Bewohner hinsichtlich der Wohnqualität (Leutenegger, 2025).

Prognosen zufolge wird die Schweiz bis 2026 über 50'000 Wohnungen zu wenig haben, was insbesondere in Städten zu steigenden Mieten und einer verschärften Wettbewerbssituation führt (Laubacher, 2023). Verschiedene Zielgruppen wie Singles, Paare, Wohngemeinschaften oder Familien haben teilweise unterschiedliche Wohnbedürfnisse (Leske & Budrich, 2013).

Vor diesem Hintergrund gewinnt die zielgruppenorientierte Immobilienentwicklung zunehmend an Bedeutung, das heisst Wohnkonzepte, die auf die primären Bedürfnisse der vorgesehenen Bewohner zugeschnitten sind (Karabağ & Alptekin, 2022). Begrenzte Landressourcen und steigende Grundstückspreise erhöhen den Druck, den vorhandenen Wohnraum effizient zu nutzen und gleichzeitig die Wohnqualität zu gewährleisten (Schellenbauer, 2018). Gleichzeitig verändert der demografische Wandel die Nachfrage: In der Schweiz sind über ein Drittel aller Haushalte Einpersonenhaushalte (37 %), gefolgt von Paarhaushalten ohne Kinder (27 %) und Familienhaushalte mit Kind(ern) (24 %) (Federal Statistical Office, 2025).

Diese unterschiedlichen Haushaltsformen stellen jeweils eigene Anforderungen an die Wohnungsaufteilung (Leske & Budrich, 2013). Eine zentrale Frage ist daher, wie sich eine gegebene Wohnungsgrösse optimal auf einzelne Räume verteilen lässt, um möglichst den Bedürfnissen der Bewohner gerecht zu werden.

Neben den Präferenzen ist auch die Frage von Bedeutung, ob und in welchem Ausmass Haushalte bereit sind, für bestimmte Grundrissmerkmale einen Aufpreis zu bezahlen. Denn nur wenn eine Zahlungsbereitschaft besteht, lassen sich aus möglichen Präferenzunterschieden auch ökonomisch tragfähige Handlungsempfehlungen für die Immobilienentwicklung ableiten.

1.2 Forschungsfrage

Aus dem beschriebenen Problemaufriss ergibt sich die zentrale Forschungsfrage dieser Arbeit:

Haben verschiedene Zielgruppen unterschiedliche Präferenzen bei der Flächenaufteilung innerhalb von Wohnungsgrundrissen und besteht für diese Präferenzen eine entsprechende Zahlungsbereitschaft?

Im Mittelpunkt stehen dabei fünf mögliche Ausstattungen eines Wohnraums:

Getestete Ausstattungen
Grosszügiger Wohn-/Essbereich
Grosse Schlafzimmer
Eigenes Reduit / Waschraum
Zweites Bad / Gäste-WC
Separates Büro / Home-Office

Tabelle 1: Getestete Grundrissmerkmale

Die Auswahl der fünf untersuchten Ausstattungsmerkmale erfolgte aufgrund ihrer hohen Relevanz im aktuellen Diskurs zur Wohnungsqualität in der Schweiz. Sie repräsentieren typische Zielkonflikte bei der Grundrissgestaltung, da verfügbare Wohnfläche meistens limitiert ist und Prioritäten gesetzt werden müssen. Die Merkmale decken unterschiedliche Dimensionen ab. Gemeinschaftliches Wohnen (Wohn-/Essbereich), privater Rückzug (Schlafzimmer), funktionale Zusatzräume (Reduit/Waschraum), Komfortsteigerung (zweites Badezimmer) sowie neue Nutzungsanforderungen im Zuge gesellschaftlicher Veränderungen (Büro/Homeoffice). Damit spannen sie ein breites Spektrum zentraler Wohnbedürfnisse auf, die für verschiedene Haushaltsformen in unterschiedlichem Masse bedeutsam sind. Ihre Auswahl ermöglicht es, Präferenzen und Zahlungsbereitschaften in einem realistischen Rahmen abzubilden und praxisrelevante Implikationen für die Immobilienentwicklung abzuleiten.

1.3 Relevanz

Die Beantwortung der Forschungsfrage besitzt sowohl wissenschaftliche als auch praktische Relevanz. Wissenschaftlich leistet die Arbeit einen Beitrag zur Schliessung einer Forschungslücke. Bisher fehlen in der Schweiz empirische Untersuchungen, welche die tatsächlichen Wohnpräferenzen verschiedener Haushaltsformen systematisch erheben. Eine Studie stellte bereits 2016 fest, dass die Verknüpfung vorhandener Marktdaten mit den konkreten Bedürfnissen der Mieterinnen und Mieter noch am Anfang

steht (Implenia, 2016). Hier setzt die vorliegende Untersuchung an, indem sie primäre Daten zu Grundrissvorlieben erhebt und auswertet.

Angesichts der aktuellen Dynamik im Schweizer Wohnungsmarkt kommt der Fragestellung eine hohe praktische Relevanz zu. Die zunehmende Flächenknappheit in vielen Regionen setzt klare Grenzen für den quantitativen Ausbau des Wohnungsbestandes (Hagen, 2025). Gleichzeitig steigen die Ansprüche der Bewohnerinnen und Bewohner an die Qualität und Funktionalität des Wohnraums kontinuierlich (Bastianello, 2015). Diese gegenläufigen Tendenzen erzeugen ein planerisches Spannungsfeld. Einerseits besteht der politische und gesellschaftliche Auftrag, durch Verdichtung den vorhandenen Siedlungsraum effizienter zu nutzen und damit dem Flächenverbrauch entgegenzuwirken, andererseits, führt die Verdichtung häufig zu kleineren Wohneinheiten, die dennoch hohen Komfort- und Ausstattungsanforderungen genügen müssen (ARE, 2025).

Für die Immobilienentwicklung bedeutet dies, dass Grundrisse so konzipiert werden sollten, dass sie auch bei begrenzter Fläche eine hohe Wohnqualität bieten und unterschiedliche Nutzungsbedürfnisse abdecken. Neue Projekte sollten unterschiedliche Menschen ansprechen und ihre Bedürfnisse berücksichtigen (Jevtić, 2024). In diesem Kontext ermöglicht Wissen über Grundrisspräferenzen eine bedarfsgerechte Planung. Zudem gewinnt die Thematik vor dem Hintergrund aktueller Entwicklungen bezüglich Wohnungsknappheit und Verdichtung weiter an Bedeutung (ARE, 2025) (Laubacher, 2023).

Die COVID-19-Pandemie hat das Homeoffice etabliert, was die Nachfrage nach einem zusätzlichen Arbeitszimmer deutlich erhöht hat (Siegrist, 2023). 61% der Schweizer Haushalte wünschen sich laut einer Befragung aus 2024 ein Büro in den eigenen vier Wänden. Gleichzeitig lehnt eine grosse Mehrheit (70%) eine Verkleinerung des Wohnraums ab (Veigl, 2024).

Insgesamt steht die Arbeit somit zwischen Wohnsoziologie, Immobilienökonomie und nachhaltiger Raumplanung. Sie liefert Erkenntnisse, die für Projektentwickler und Architekten in der Schweiz gleichermassen wertvoll sind.

1.4 Thematische Abgrenzung

Die Arbeit konzentriert sich ausschliesslich auf innerwohnliche Faktoren der Wohnungsqualität, insbesondere die Raumaufteilung und Grösse innerhalb der Wohnung. Nicht betrachtet werden externe Lagefaktoren (z.B. Standort,

Quartiersumfeld) oder architektonische Aspekte ausserhalb des Grundrisses (Gebäudearchitektur, Fassade). Ebenso nicht berücksichtigt werden Ausstattungsmerkmale einer Wohnung, die ausserhalb der eigentlichen Wohnfläche liegen, wie beispielsweise Balkone, Terrassen oder Kellerabteile. Solche Elemente können zwar einen wesentlichen Einfluss auf die Wohnzufriedenheit und den Marktwert einer Wohnung haben, stehen jedoch nicht im direkten Zusammenhang mit der inneren Flächenaufteilung, die im Zentrum dieser Untersuchung steht.

Die Untersuchung beschränkt sich auf den deutschsprachigen Schweizer Kontext. Spezialsegmente wie z.B. Luxus-Penthouses oder betreutes Seniorenwohnen bleiben unberücksichtigt, da hier sehr spezifische Anforderungen gelten, die in dieser Arbeit nicht berücksichtigt werden.

Der Fokus liegt auf den fünf definierten Haushaltstypen: Singles (Einpersonenhaushalte), kinderlose Paare (Zweipersonenhaushalte), Familien mit mindestens einem Kind, Wohngemeinschaften und Alleinerziehende. Andere Lebensformen (z.B. Patchwork-Familien) werden insofern nicht gesondert analysiert, sondern in die genannten Kategorien eingeordnet.

Die Fragestellung der Untersuchung ist so konzipiert, dass die Teilnehmer angeben, welche Merkmale und Raumcharakteristika für sie beim Umzug in eine neue Wohnung am wichtigsten sind. Auf diese Weise können Präferenzen unabhängig von einer festen Wohnungsgrösse erfasst werden, was eine breitere Vergleichbarkeit zwischen verschiedenen Haushaltstypen ermöglicht. Dieser Ansatz ermöglicht es, die relativen Prioritäten der Befragten für einzelne Merkmale isoliert zu untersuchen, ohne dass bestimmte Grössenanforderungen oder Grundrissvarianten den Entscheidungsprozess beeinflussen.

Die Studie befasst sich nicht mit Fragen der baulichen Machbarkeit, der Kosteneffizienz bestimmter Grundrisslösungen oder mit gesetzlichen Anforderungen wie Bauvorschriften. Obwohl solche Aspekte den allgemeinen Rahmen bilden, in dem die Immobilienentwicklung in der Praxis stattfindet, werden sie in dieser Arbeit weder diskutiert noch bewertet. Der analytische Fokus liegt ausschliesslich auf der Nachfrageseite, d. h. auf den Prioritäten der Bewohner, um Unterschiede in den Präferenzen verschiedener Zielgruppen zu ermitteln.

1.5 Methodik

Die Arbeit gliedert sich in einen theoretischen und einen empirischen Teil und folgt einem deduktiven Forschungsansatz. Ausgangspunkt bilden theoretische Überlegungen und Befunde aus der bestehenden Literatur. Der deduktive Ansatz ermöglicht es somit, bestehendes Wissen systematisch auf den untersuchten Kontext zu übertragen und empirisch zu validieren (Carl, 2017). Zunächst wird in Kapitel 2 die bestehende Literatur und Theorie zum Thema aufgearbeitet. Darauf aufbauend wird in Kapitel 3 das konkrete Forschungsdesign vorgestellt, gefolgt von der Quantitativen Befragung und Auswertung in Kapitel 4. Im Anschluss daran werden in Kapitel 5 die empirischen Ergebnisse auf ein bestehendes praxisorientiertes Segmentierungsmodell (FPRE-Nachfragersegmente) übertragen und deren Anwendbarkeit kritisch reflektiert. Kapitel 6 schliesst die Arbeit mit einer vertieften Diskussion, der Beantwortung der Forschungsfrage sowie praxisrelevanten Handlungsempfehlungen ab.

Die Untersuchung folgt einem quantitativen Forschungsansatz auf Basis einer standardisierten Online-Befragung. Ziel ist es, Präferenzen für ausgewählte Ausstattungsmerkmale von Wohnungen zu erheben, diese nach Zielgruppen zu segmentieren und Zusammenhänge mit soziodemografischen Merkmalen sowie der Zahlungsbereitschaft zu analysieren. In der Befragung werden soziodemografische Variablen erhoben, darunter Alter, Haushaltsgrösse, Wohnsituation und Region (städtisch, Agglomeration, ländlich). Die Stichprobe wird über eine Kombination aus persönlichem und beruflichem Netzwerk sowie einem professionellen Online-Panel rekrutiert.

Die Datenauswertung erfolgt mit der Statistiksoftware R, der zugehörige R-Code ist unter Anhang 2 dokumentiert. Zur Identifikation von Zielgruppen mit ähnlichen Präferenzmustern wird eine Clusteranalyse angewendet (Wiedenbeck & Züll, 2010). Grundlage dafür bildeten die z-standardisierten Wichtigkeitsbewertungen der fünf Ausstattungsmerkmale (Lenhard et al., 2018). Die optimale Clusterzahl wird mithilfe der Elbow-Methode bestimmt (Syakur et al., 2018). Zur Überprüfung von Zusammenhängen zwischen der Clusterzugehörigkeit und den soziodemografischen Merkmalen kommt der Chi^2-Test für kategoriale Variablen zum Einsatz (Biswal, 2025). Dieses methodische Vorgehen ermöglicht es, sowohl generelle Präferenztrends als auch differenzierte Muster zwischen den Zielgruppen zu erkennen (Biswal, 2025) (Wiedenbeck & Züll, 2010). Die Ergebnisse dienen als Grundlage für die Entwicklung datenbasierter Handlungsempfehlungen für eine zielgruppengerechte Immobilienentwicklung.

2. Theorie zur bestehenden Literatur

2.1 Housing Life Cycle: Wohnbedürfnisse im Lebenszyklus

Ein zentrales theoretisches Konzept in der Wohnforschung ist der Housing Life Cycle, welcher beschreibt, wie sich Wohnbedürfnisse und Wohnsituationen im Laufe des Lebens verändern (Morrow-Jones & Wenning, 2005).

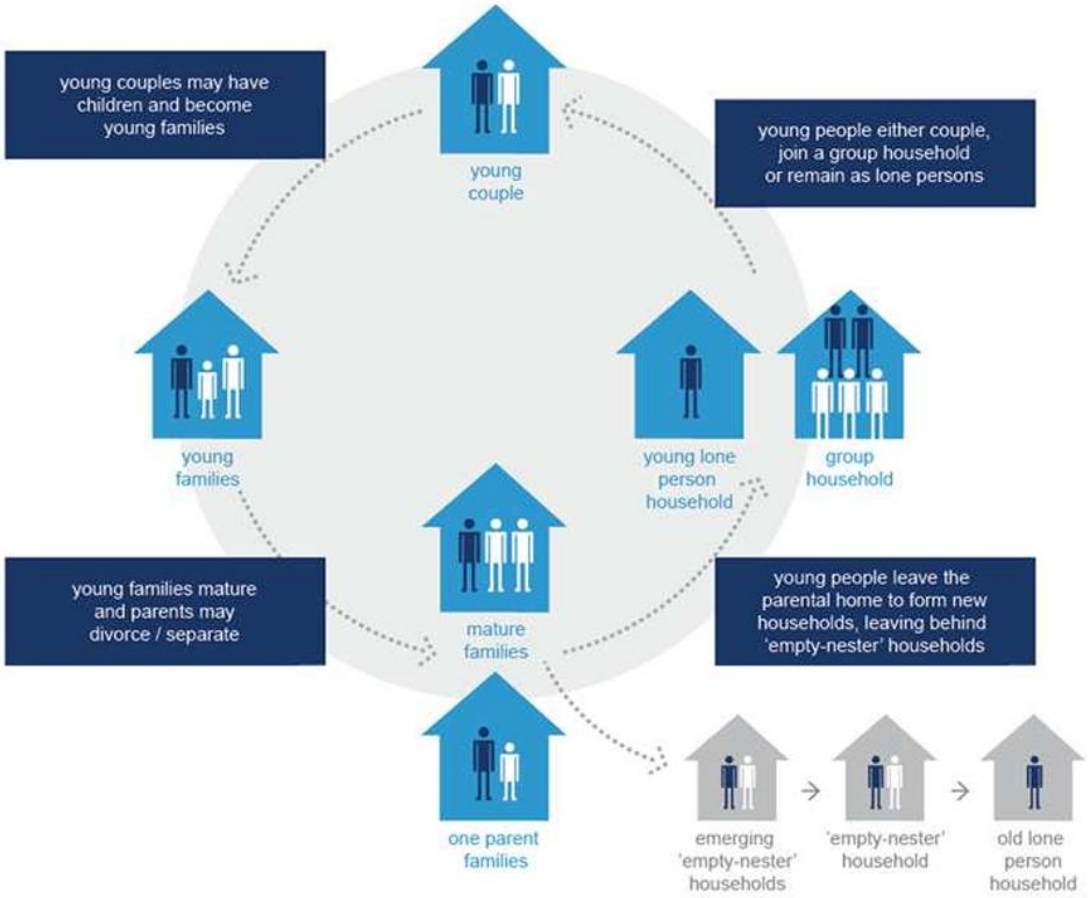

Abbildung 1: Housing Life Cycle (Siegert et al., 2017)

Dieses Konzept knüpft an die Idee des Familien- bzw. Haushaltslebenszyklus an. Demnach durchlaufen Haushalte typischerweise verschiedene Phasen, die jeweils mit spezifischen Wohnbedürfnissen verbunden sind, beginnend bei der ersten eigenen Wohnung im jungen Erwachsenenalter, über die Phase als Familienhaushalt mit Kindern, bis hin zu späteren Lebensabschnitten, in denen die Kinder ausziehen und sich die Anforderungen an die Wohnung erneut verändern (Morrow-Jones & Wenning, 2005).

Ein Modell in diesem Zusammenhang ist die housing ladder (Wohn-Trittleiter), welche einen stufenweisen Aufstieg auf dem Wohnungsmarkt annimmt. Gemäss dieser Theorie verbessern Haushalte mit zunehmendem Alter und steigendem Einkommen schrittweise ihre Wohnsituation, etwa durch Umzug in grössere oder hochwertigere Wohnungen bzw.

durch den Übergang vom Mieten zum Eigentum (Lersch & Vidal, 2014). Empirisch zeigt sich, dass wichtige Lebensereignisse wie Heirat und Familiengründung häufig mit einem Wechsel der Wohnform einhergehen, insbesondere dem Schritt ins Wohneigentum (Yang, 2009) (Lersch & Vidal, 2014). So weisen Studien etwa nach, dass der Nutzen eines Eigenheims für Familien mit Kindern besonders gross ist, da dieses in der Regel mehr Wohnfläche, zusätzliche Zimmer sowie privaten Aussenraum bietet (Cox & Stone, 2025). Wohneigentum kann an die nächste Generation vererbt werden, was es für Familien attraktiv macht.

Der Housing Life Cycle ist allerdings kein starrer Automatismus. Neuere Forschungen betonen, dass der lineare „Wohnaufstieg“ häufig von individuellen oder strukturellen Faktoren unterbrochen oder beeinflusst wird (Halket & Vasudev, 2014). So kann etwa eine Scheidung, ein Arbeitsplatzwechsel oder eine Wirtschaftskrise dazu führen, dass Haushalte von der angenommenen Leiter abweichen oder sogar einen Schritt zurückmachen. Morrow-Jones und Menning (2005) sowie Halket und Santhanagopalan (2014) zeigen beispielsweise Faktoren auf, die das klassische Ladder-Modell durchbrechen. Ebenso verweist Dieleman (2001) darauf, dass äussere Einflüsse wie Veränderungen im Beruf, finanzielle Situationen oder die Gründung bzw. Auflösung eines Haushalts die Wohnpräferenzen und -entscheidungen wesentlich prägen (Dieleman, 2001).

Insgesamt liefert das Housing-Life-Cycle-Konzept eine nützliche Rahmenstruktur, um zu verstehen, warum unterschiedliche Lebensphasen mit unterschiedlichen Wohnansprüchen einhergehen. Präferenzen von Wohnkonsument:innen hängen vom Alter und der Lebensphase ab und ändern sich mit dem Lebenszyklus systematisch. Die Präferenzen für Wohnraum sind nicht statisch, sondern entwickeln sich dynamisch im Laufe eines Lebens (Morrow-Jones & Wenning, 2005).

2.2 Grundrisspräferenzen

Unterschiedliche Haushaltstypen stellen unterschiedliche Anforderungen an Wohnungsschnitt und -ausstattung (Gao et al., 2013). Empirische Studien zeigen, dass Haushalte verschiedener Typen deutlich unterschiedliche Grundrisspräferenzen haben und bei der Wohnungswahl selektiv auf für sie wichtige Merkmale achten. Gao et al. (2013) quantifizierten etwa die Bewertungen von Wohnungsgrundrissen und identifizierten Privatsphäre, Ausrichtung (Belichtung), Stauraum und Anzahl der Zimmer als zentrale Kriterien, nach denen verschiedene Familienformen den Wohnungszuschnitt beurteilen. Familien in unterschiedlichen Lebensphasen (Wachstum vs. Schrumpfung)

priorisieren demnach abweichende Merkmale: Eine junge Familie legt Wert auf Kinderzimmer und Rückzugsmöglichkeiten, während ein Paar in späterer Lebensphase eher auf grosszügigen Wohn-/Essbereich und Gästebereich achtet.

Für Single- oder Paarhaushalte, welche weniger Personen unterbringen müssen, sind offene Wohn-Ess-Bereiche und multifunktionale Räume beliebt, die ein Gefühl von Grosszügigkeit trotz kleiner Wohnfläche vermitteln (Soub & Memikoğlu, 2020) (Gao et al., 2013). Gleichzeitig gewinnt seit der Covid-19-Pandemie das Homeoffice an Bedeutung (Siegrist, 2023): Gerade gut ausgebildete Singles und Paare suchen vermehrt nach Wohnungen mit einem zusätzlichen Zimmer, welches als Arbeitsraum genutzt werden kann. In einer aktuellen Untersuchung in Deutschland gaben viele junge Paare an, gezielt nach einer 3-Zimmerwohnung, statt 2-Zimmer zu suchen, um ein separates Arbeitszimmer einzurichten (Scheiner et al., 2023).

Das tägliche Arbeiten von zuhause erhöht die Ansprüche an die Wohnqualität insgesamt. Helligkeit, Schalldämmung und ausreichende Ruhebereiche sind für Homeoffice-Nutzer essentiell. Für Singles bedeuten Rückzugsräume oft vor allem, dass ihre Wohnung klar zoniert ist (z.B. Schlafnische getrennt vom Wohnbereich), um trotz begrenzter Fläche Privatsphäre zu ermöglichen (Gao et al., 2013).

Familien mit Kindern stellen die höchsten Anforderungen an Grundrisse (Flade, 1986). Hier sind genügend Schlafzimmer entscheidend, idealerweise hat jedes Kind ein eigenes Zimmer. Diese Zimmer sollten nicht nur zahlreich, sondern auch ausreichend gross sein, um als Spiel-, Lern- und Rückzugsort der Kinder zu dienen. Familien priorisieren zudem Stauraum stark, da mit Kindern der Bedarf an Lagerfläche (für Kleider, Sportgeräte, Spielsachen etc.) steigt (Gao et al., 2013). Ein Reduit oder eingebaute Schränke sowie ein Kellerabteil erhöhen die Attraktivität für Familien (Kerr, 2018).

Gerade seit verstärkter Homeoffice-Nutzung benötigen viele Familien ein Arbeitszimmer, das tagsüber als Büro und abends ggf. als Hausaufgaben- oder Gästezimmer dient. Weiter legen Familien Wert auf zwei Bäder (z.B. Elternbad plus Kinder-/Gästebad) oder zumindest ein zusätzliches Gäste-WC, um morgens Stosszeiten im Bad zu umgehen (Gao et al., 2013).

Die Wohnungsschnitte für Familien sollten idealerweise eine klare Trennung von Gemeinschafts- und Privatbereichen ermöglichen, etwa Schlaftrakte, die vom Wohnbereich akustisch getrennt sind (Riley, 2024).

Wohngemeinschaften (WGs) sind insbesondere in städtischen Räumen eine verbreitete Wohnform unter Studierenden und jungen Berufstätigen. Wesentlich ist, dass jedes Mitglied über einen privaten Rückzugsraum verfügt (Horizon, 2025). Entscheidend ist eine funktionale Struktur der Wohnung. Gemeinschaftsflächen wie eine Wohnküche oder ein Wohnzimmer dienen als sozialer Mittelpunkt, während zusätzliche Sanitärkapazitäten (z. B. zwei WCs oder Bäder) die Alltagstauglichkeit erhöhen und Nutzungskonflikte reduzieren (Vaziri, 2021).

Zusammenfassend unterstreicht die Literatur die Bedeutung zielgruppenspezifischer Grundrissgestaltung. Werden Wohnungszuschnitte an den Bedarf von Singles, Paaren, Familien oder WGs ausgerichtet, steigt die Wohnzufriedenheit der jeweiligen Gruppe. Umgekehrt können suboptimale Grundrisse dazu führen, dass Wohnungen am Markt weniger gefragt oder nur mit Preisabschlag vermietbar sind (Solovev & Pröllochs, 2021).

Wichtig ist, dass bei begrenzter Gesamtfläche eine klare Priorisierung der Flächen erfolgt, z.B. zwischen Wohnraum und Schlafzimmergrössen. Für welche Ausstattungsmerkmale Bewohner bereit sind, einen Aufpreis zu bezahlen, beleuchtet der nächste Abschnitt zum Thema Zahlungsbereitschaft.

2.3 Zahlungsbereitschaft für Ausstattungsmerkmale

Im wohnökonomischen Theorierahmen wird die Zahlungsbereitschaft für Wohnqualitäten als monetärer Ausdruck der Präferenz für bestimmte Ausstattungsmerkmale verstanden (Wing & Chin, 2003). Ein gängiges Modell zur Analyse ist der hedonische Preisansatz nach Rosen (1974). Dabei wird der Immobilienpreis als Funktion seiner Attribute betrachtet. Jede Eigenschaft (Wohnfläche, Zimmeranzahl, Lage, Ausstattung etc.) hat einen impliziten Preis, den Marktakteure bereit sind, dafür zu zahlen (Rosen, 1974).

Durch statistische Auswertung von Kauf- oder Mietpreisen lässt sich die marginale Zahlungsbereitschaft für ein zusätzliches Merkmal ermitteln (Rosen, 1974). Beispielsweise zeigt die hedonische Preisanalyse immer wieder, dass ein zweites Badezimmer einen signifikanten Mehrwert darstellt und einen Aufpreis bezahlt wird (Chan, 2014). Ähnlich haben Balkon oder Garten jeweils eigenständige Preiseffekte (Wing & Chin, 2003). Die hedonische Theorie geht davon aus, dass diese Aufschläge dem aggregierten Nutzen der Ausstattung entsprechen. Konsumenten zahlen also im Mittel genau so viel mehr, wie ihnen das Merkmal an zusätzlichem Nutzen stiftet. Allerdings bildet die Markttransaktion stets nur realisierte Präferenzen unter bestehenden

Budget- und Angebotsrestriktionen ab. Viele Haushalte können nicht alle gewünschten Merkmale bezahlen und müssen Kompromisse eingehen; hedonische Preise reflektieren daher auch Knappheiten (Rosen, 1974).

Um Präferenzen und Zahlungsbereitschaften unabhängiger zu erheben, nutzen Forscher Stated-Preference-Ansätze (Phaneuf & Requate, 2016). Dazu zählen Befragungsmethoden wie Bewertung (wie viel Aufpreis jemand für ein Merkmal X zahlen würde) und Discrete-Choice-Experimente (Steele, 2025) (Präsentation hypothetischer Wohnungsalternativen mit unterschiedlichen Merkmalen und Kosten). In solchen experimentellen Ansätzen werden Probanden gezwungen, Trade-offs zu machen, um daraus ihre Wertschätzung für einzelne Attribute abzuleiten.

Der Vorteil von Stated-Preference-Daten ist, dass sie nicht durch bestehende Angebotspakete limitiert sind und es durch die experimentelle Variation der Attribute möglich wird, den Einfluss einzelner, in der Realität oft stark korrelierter Wohnmerkmale getrennt zu identifizieren (Steele, 2025).

So liess eine Studie in Calgary Haushalte fiktive Wohnungsangebote bewerten, die sich systematisch in Merkmalen unterschieden; daraus liess sich z.B. berechnen, dass ein zusätzliches Schlafzimmer den Befragten im Mittel 155 kanadische Dollar (C$) Mietzuschlag pro Monat wert war. Gleichzeitig ergab sich, dass Nähe zum Arbeitsplatz pro Stunde Pendelzeitersparnis etwa 25 C$ wert ist, was den hohen Stellenwert der Lage relativ zur Wohnungsgrösse belegt (Hunt et al., 1994). Solche Ansätze zeigen auch Unterschiede zwischen Haushaltstypen auf: In dem genannten Beispiel hatten Haushaltsgrösse und Einkommen signifikanten Einfluss auf die Präferenzen. Grössere Familien waren bereit, deutlich mehr für einen zusätzlichen Raum zu zahlen als kleinere Haushalte, da für sie ein viertes Zimmer (z.B. für ein Kinderzimmer) einen höheren Nutzen stiftet als für einen Singlehaushalt (Hunt et al., 1994).

Generell bestätigt die Literatur, dass unterschiedliche Zielgruppen unterschiedliche Zahlungsbereitschaften für Wohnungsmerkmale haben. Familien mit Kindern zeigen eine höhere Zahlungsbereitschaft für Merkmale, die den Alltagsnutzen erhöhen, etwa ein zweites Bad oder mehr Stauraum. Für Familien sind solche Ausstattungen wichtig und sie sind bereit, dafür höhere Mieten oder Kaufpreise in Kauf zu nehmen (Wing & Chin, 2003). Singles dagegen gewichten Merkmale anders: Eine zentrale Lage oder ein Balkon mit Aussicht kann ihnen wichtiger sein als zusätzliche Zimmer, da sie weniger Fläche benötigen (Hunt et al., 1994). Entsprechend findet man bei kleineren Haushalten eine

höhere Zahlungsbereitschaft pro Quadratmeter Wohnfläche in bevorzugten Lagen (Weaver, 2025). Seniorenhaushalte wiederum sind bereit, für Barrierefreiheit und Service-Angebote (Lift, rollstuhlgängige Ausstattung, Nähe zu ÖV und Ärzten) mehr zu zahlen, während überdimensionierte Fläche für sie an Wert verliert (Young & Yoo, 2019). Diese Unterschiede verdeutlichen, dass Zahlungsbereitschaft immer im Kontext der Nutzung steht: Ein Wohnungsmerkmal bringt nur dann Nutzen, wenn der Haushalt es tatsächlich nutzt oder einen zukünftigen Nutzen antizipiert. Ein praktisches Beispiel sind Homeoffice-Räume: Nach 2020 ist die Nachfrage nach einem Arbeitszimmer sprunghaft gestiegen, allerdings vor allem bei jenen, die regelmässig von daheim arbeiten (Veigl, 2024).

Folglich zahlen Personen, welche regelmässig von zuhause arbeiten, höhere Mieten für Wohnungen mit einem extra Arbeitsraum oder Arbeitsbereich. Ähnlich verhält es sich mit langfristiger Nutzbarkeit von Wohnraum: Ein Merkmal wie z.B. ein flexibles Zimmer (das zunächst als Büro, später als Kinderzimmer genutzt werden kann) stiftet einen zusätzlichen Nutzen. Haushalte, die in die Zukunft planen, honorieren dies mit höherer Zahlungsbereitschaft, da die Wohnung mehrere Lebensphasen ohne Umzug abdecken kann (Schulz et al., 2023). Empirische Befragungen in der Schweiz bestätigen einige dieser Tendenzen. Gemäss Wüest Partner Immo-Barometer 2024 wären junge Haushalte zwar bereit, auf Luxus und Fläche zu verzichten, um Wohnkosten zu sparen, nicht jedoch auf einen Balkon oder Stauraum (Lüthi, 2024).

Diese Ergebnisse decken sich mit dem Prinzip der hedonischen Substitution: Bewohner machen trade-offs zwischen Merkmalen je nach persönlichem Nutzen (Rosen, 1974). Für Entwickler und Investoren bedeutet dies, dass zielgruppengerechte Ausstattung auch ökonomisch Sinn ergibt. Investitionen in die Merkmale, die eine bestimmte Zielgruppe schätzt und bezahlt, erhöhen die Zahlungsbereitschaft. So erzielt z.B. eine Familienwohnung mit optimal proportionierten Kinderzimmern, zwei Bädern und viel Einbaustauraum in ihrem Segment höhere Erlöse als eine vergleichbare Wohnung, bei der diese Punkte vernachlässigt wurden (Wing & Chin, 2003) (Flade, 1986). Insgesamt bietet der theoretische Rahmen aus hedonischer Preisbildung und Präferenzforschung wertvolle Hinweise darauf, welche Wohnqualitäten für welche Nachfragegruppen einen Mehrwert darstellen und wie stark dieser Mehrwert quantifizierbar ist. Dies untermauert die Ausgangsthese, dass Grundrisse abgestimmt auf Zielgruppen nicht nur wohnsoziologisch sinnvoll, sondern auch wirtschaftlich tragfähig ist.

Forschungslücken Schweiz: Schweizerische, repräsentative Analysen zu Grundrisspräferenzen nach Haushaltsform und zugehöriger Zahlungsbereitschaft sind bislang spärlich. BWO (Bundesamt für Wohnungswesen) Berichte und kantonale Statistiken liefern wertvolle Kontexte (Haushaltsstrukturen, Wohnmobilität, Wohnen im Alter), adressieren aber selten konkrete Trade-offs innerhalb des Wohnungsgrundrisses. Hier setzt die vorliegende Arbeit mit einem stated-preference-basierten, zielgruppenorientierten Design an (Phaneuf & Requate, 2016).

2.4 Marktsegmentierung in der Wohnforschung

In der aktuellen Wohnungsforschung und Immobilienökonomie werden zur Differenzierung der Nachfrage häufig soziodemografisch und lebensstilbasierte Marktsegmentierungen eingesetzt. Besonders etabliert sind dabei die Sinus-Milieus sowie die von Fahrländer Partner Raumentwicklung (FPRE) entwickelten Nachfragersegmente für den Schweizer Immobilienmarkt.

Die Sinus-Milieus stammen ursprünglich aus der Markt- und Sozialforschung und ordnen die Bevölkerung nach Lebensstilen und Werthaltungen. Sie verknüpfen sozioökonomische Parameter (z. B. Bildung, Einkommen, Berufsstatus) mit Wertorientierungen und Alltagsstilen. Dadurch entstehen idealtypische „Milieus“, die nicht nur ökonomische, sondern auch kulturelle und soziale Unterschiede abbilden (Sinus, 2025).

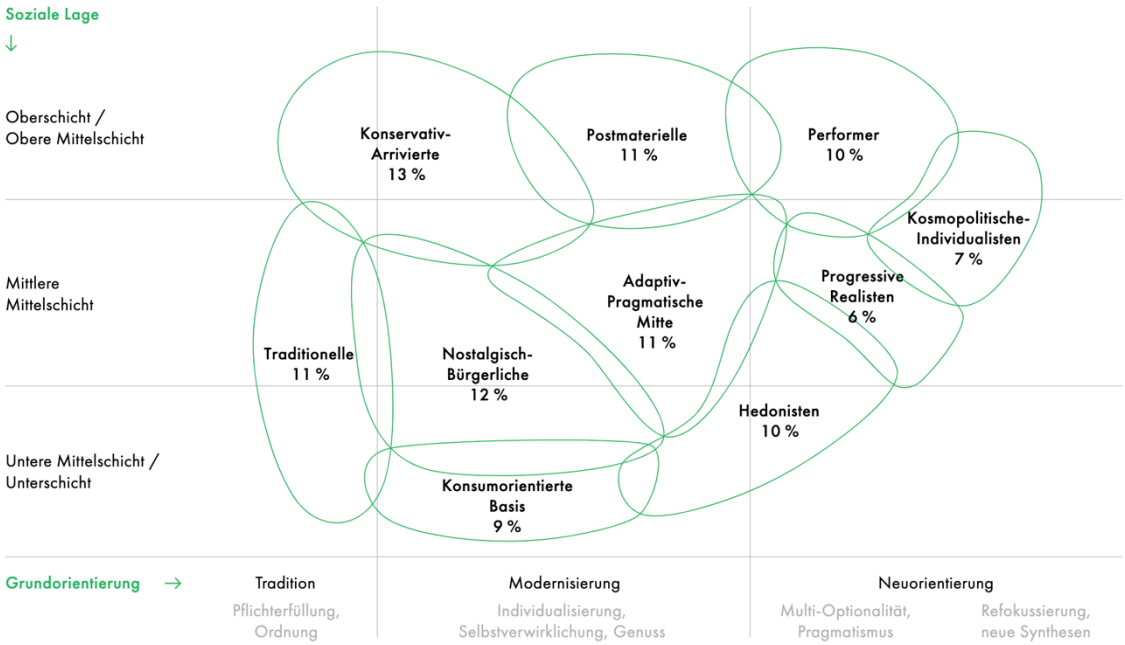

Abbildung 2: Sinus-Milieus Schweiz (Sinus, 2025)

Die Nachfragersegmente von FPRE hingegen fokussieren stärker auf den Wohnungsmarkt und kombinieren sozioökonomische Variablen (z. B. Einkommen, Haushaltsgrösse) mit wohnbezogenen Präferenzen und Lebensstilen (M. Lehner, 2020). Während die Sinus-Milieus primär aus der allgemeinen Sozialforschung stammen, sind die FPRE-Segmente spezifisch für den Immobilienmarkt entwickelt und bieten damit ein praxisnahes Instrument für die Projektentwicklung, Vermarktung und Wohnungsmarktanalyse. Insgesamt unterscheidet FPRE neun Nachfragersegmente, welche die Schweizer Wohnbevölkerung in idealtypische Gruppen gliedern (M. Lehner, 2020):

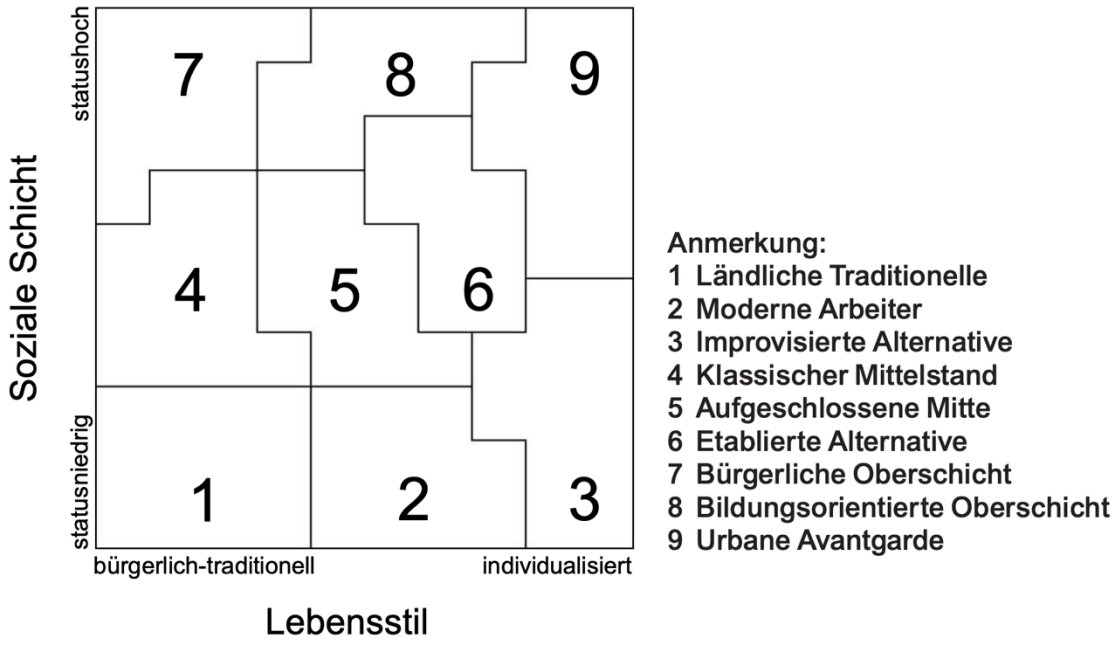

Abbildung 3: Nachfragersegmente FPRE (M. Lehner, 2020)

1. Ländlich-Traditionelle: traditionell orientierte Haushalte in ländlichen Räumen, häufig Familien oder ältere Paare, mit Fokus auf Eigentum und Bodenständigkeit.
2. Moderne Arbeiter: pragmatische Haushalte mit begrenzten finanziellen Mitteln, häufig in Miete, funktional orientiert.
3. Improvisierte Alternative: junge urbane Singles oder WGs, oft mit experimentellen Wohnformen, Flexibilität wichtiger als Komfort.
4. Klassischer Mittelstand: familienorientierte Haushalte der Agglomeration, stabil, ordnungs- und sicherheitsorientiert, oft im Wohneigentum.
5. Aufgeschlossene Mitte: breite gesellschaftliche Mitte mit vergleichsweise hohen Ansprüchen, kompromissbereit bei Lage oder Preis.
6. Etablierte Alternative: gebildete, selbstverwirklichungsorientierte Haushalte, häufig mit Homeoffice-Anteil, werteorientiert.

7. Bürgerliche Oberschicht: wohlhabende Haushalte, Villen oder grosse Eigentumswohnungen, Status- und Privatsphäre wichtig.
8. Bildungsorientierte Oberschicht: hochgebildete, einkommensstarke urbane Haushalte, Nähe zu Kultur- und Bildungsinstitutionen zentral.
9. Urbane Avantgarde: junge, mobile, hochgebildete Stadtbewohner, Ausstattung sekundär, zentrale Lage primär.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass die Sinus-Milieus eine breiter angelegte, wert- und lebensstilorientierte Typologie darstellen, während die FPRE-Segmente eine spezifisch auf den Immobilienmarkt zugeschnittene Differenzierung der Nachfragegruppen bieten. Letztere verbinden sozioökonomische Faktoren mit konkreten Wohnpräferenzen und sind dadurch besonders für die Wohnungsmarktanalyse und Projektentwicklung geeignet.

2.5 Relevanz in der Immobilienentwicklung

Wohnpräferenzen sind stark von Lebensphase und Haushaltstyp geprägt. Der Housing-Life-Cycle-Ansatz besagt, dass junge Singles oder Paare ohne Kinder tendenziell offene Grundrisse und urbanes Wohnen bevorzugen, während Familien mit Kindern mehr abgeschlossene Räume und Rückzugsorte schätzen (Siegert et al., 2017). Beispielsweise geniessen Einpersonenhaushalte oft eine grosszügige Wohnküche und verzichten eher auf Reduits. Familien legen dagegen Wert darauf, dass jedes Kind ein eigenes Zimmer hat und Stauraum (Keller, Reduit) vorhanden ist. Eltern kleiner Kinder begrüssen es laut bestehender Literatur, wenn der Wohnbereich bei Bedarf abtrennbar ist, etwa um Lärm oder Unordnung kurzfristig auszublenden (Yang, 2009) (Riley, 2024). Ältere Bewohner wiederum (sogenannte “Empty Nesters“, deren Kinder ausgezogen sind) tendieren oft dazu, in ihrer angestammten, relativ grossen Wohnung zu bleiben, obwohl sie einige Zimmer kaum noch nutzen (S. Lehner et al., 2024). Solche Unterschiede zeigen, dass es keinen universell perfekten Grundriss gibt.

In vielen Schweizer Städten herrscht angesichts des anhaltenden Wohnungsmangels akuter Handlungsdruck. Bis 2026 werden voraussichtlich über 50’000 Wohnungen fehlen (Leutenegger, 2025). Projektentwickler stehen also vor der Aufgabe, begrenzte Flächen so zu nutzen, dass möglichst marktgerechte Wohnungen entstehen. Dabei führt der Druck zur Verdichtung oft dazu, dass auf einem Grundstück so viele Einheiten wie möglich realisiert werden (ARE, 2025). Neubauten werden höher und die Wohnungen tendenziell kleiner, um mehr Menschen auf gleichem Raum unterzubringen. Während die Politik eine Verdichtung anstrebt, bleibt der Wunsch der Bewohner nach mehr Wohnfläche pro Kopf

ungebrochen, eine Herausforderung für die Immobilienentwickler und Architekten (Delbiaggio & Wanzenried, 2016) (ARE, 2025). Immer mehr Ein- und Zwei-Personen-Haushalte möchten zwar kleinere Einheiten (Zimmerzahl), aber dennoch kein beengtes Wohnen.

Marktanalysen betonen, dass neue Projekte möglichst unterschiedliche Menschen ansprechen und ihre Bedürfnisse berücksichtigen sollten (Joosten & von Malottki, 2020). Gerade vor dem Hintergrund hoher Bodenpreise und baurechtlicher Limitierungen (z.B. maximale Gebäudehöhen, Ausnutzungsziffern) sind Grundrisse oft ein Kompromiss: Jeder Quadratmeter wird optimal verwertet, darf aber die Wohnqualität nicht schmälern (Schellenbauer, 2018).

Vor diesem Hintergrund setzt die vorliegende Arbeit an dieser Schnittstelle an. Sie erhebt systematisch die Wohnpräferenzen verschiedener Zielgruppen. Dadurch leistet die Arbeit einen Beitrag zur evidenzbasierten Immobilienentwicklung in der Schweiz. Sie zeigt auf, wie begrenzte Flächen zielgruppengerecht genutzt werden können. Gleichzeitig werden Implikationen für die Zahlungsbereitschaft sichtbar, was die wirtschaftliche Umsetzbarkeit unterstützt.

3. Grundlagen zur Datenerhebung

3.1 Herleitung der Hypothesen

Auf Grundlage der in Kapitel 2 dargestellten theoretischen Überlegungen sowie der in Kapitel 1.2 formulierten Forschungsfrage lassen sich zwei zentrale Hypothesen ableiten. Ziel ist es, die aus der Literatur gewonnenen Hinweise in überprüfbare Annahmen zu überführen. Die aktuelle Literatur zeigt, dass sowohl Grundrisspräferenzen als auch Zahlungsbereitschaften in Abhängigkeit von haushaltsspezifischen Faktoren variieren können. In welchem Ausmass und in welcher Form diese Unterschiede in der Schweiz tatsächlich auftreten, soll durch die vorliegende Untersuchung überprüft werden.

3.1.1 Hypothese zu den Präferenzen

Verschiedene Zielgruppen weisen unterschiedliche Präferenzen hinsichtlich der Flächenverteilung in Wohnungsgrundrissen auf. Die Rangordnung der Merkmale variiert systematisch zwischen den unterschiedlichen Zielgruppen.

3.1.2 Hypothese zur Zahlungsbereitschaft

Die Zahlungsbereitschaft der Zielgruppen steht in Zusammenhang mit ihren Präferenzschwerpunkten. Haushalte sind insbesondere für jene Ausstattungsmerkmale bereit, einen Aufpreis zu akzeptieren, welche ihren Präferenzen entsprechen.

3.2 Forschungsdesign

Zur Überprüfung der in Abschnitt 3.1 formulierten Hypothesen wurde ein quantitatives Forschungsdesign mit experimentellem Charakter gewählt. Im Zentrum steht ein Stated-Preference-Ansatz, bei dem die Präferenzen der Teilnehmenden für unterschiedliche Grundrissvarianten systematisch erhoben werden. Dieses Vorgehen ermöglicht es, die Präferenzunterschiede zwischen den Zielgruppen systematisch zu erfassen und deren Zusammenhang mit der Zahlungsbereitschaft zu überprüfen. Ziel ist es, auf dieser Basis zu prüfen, inwiefern sich die theoretisch abgeleiteten Annahmen bestätigen lassen und welche Muster in den Präferenzen und Zahlungsbereitschaften im Schweizer Kontext erkennbar werden.

3.3 Datenerhebung

Die Erhebung erfolgt mithilfe eines standardisierten Online-Fragebogens, der drei Hauptbestandteile umfasst: Soziodemografische Merkmale (Alter, Haushaltsform, Region etc.), allgemeine Präferenzen hinsichtlich verschiedener Wohnbereiche (z.B. Wohn-/Essbereich, Schlafzimmer, Reduit) sowie die jeweilige Zahlungsbereitschaft. Der komplette Fragebogen ist unter Anhang 1 zu finden.

Die Ausstattungsmerkmale unterscheiden sich dabei gezielt in fünf Parametern:

- Grosser Wohn-/Essbereich
- Grosse Schlafzimmer
- Eigenes Reduit / Waschraum
- Zweites Badezimmer / Gäste-WC
- Separates Büro / Home-Office

Um Verzerrungen durch visuelle Kompetenzen oder unterschiedliche Interpretationen zu vermeiden, werden die Grundrissvarianten nicht grafisch, sondern rein textbasiert abgefragt.

3.4 Stichprobe und Rekrutierung

Die Rekrutierung erfolgte über zwei Kanäle: Einerseits wurde die Umfrage im privaten und beruflichen Umfeld der Forschenden Person verbreitet, andererseits wurde ergänzend

das professionelle Online-Panel von clickworker genutzt, um weitere Teilnehmende zu gewinnen (clickworker, 2025). Dieser duale Rekrutierungsweg soll eine möglichst breite Streuung ermöglichen. Gleichzeitig wird damit der Gefahr einer systematischen Verzerrung entgegengewirkt, die entstehen könnte, wenn lediglich eine Quelle genutzt würde. Die Rekrutierung fand in der ganzen deutschsprachigen Schweiz statt.

3.5 Erhebungsinstrument

Das Erhebungsinstrument bestand aus einem standardisierten Online-Fragebogen. Vor dem Feldeinsatz wurde dieser in einem Testlauf erprobt und auf Basis der gewonnenen Rückmeldungen hinsichtlich Verständlichkeit und Struktur angepasst, um die Validität der Erhebung zu gewährleisten. Der Fragebogen ist in drei Teile gegliedert. Im ersten Teil wurden soziodemografische Angaben erfasst (Alter, Haushaltsgrösse, Wohnsituation, Region), um die Präferenzangaben im späteren Verlauf nach Zielgruppen differenzieren zu können.

Im zweiten Teil standen die Präferenzen für die Wohnungsaufteilung im Vordergrund. Die Befragten hatten die Wichtigkeit ausgewählter Raummerkmale auf einer fünfstufigen Likert-Skala (1 = „gar nicht wichtig“ bis 5 = „sehr wichtig“) zu bewerten. Dieses Instrument eignet sich besonders, um subjektive Einschätzungen und Einstellungen differenziert zu erfassen. Die Skalierung erlaubt es den Befragten, Abstufungen in ihrer Bewertung vorzunehmen, wodurch sowohl die Richtung als auch die Intensität der Präferenzen sichtbar werden. Abgefragt wurden die fünf definierten Ausstattungsmerkmale:

- grosszügiger Wohn-/Essbereich
- grosse Schlafzimmer
- eigenes Reduit bzw. Waschraum
- zweites Badezimmer bzw. Gäste-WC
- separates Büro bzw. Homeoffice

Ergänzend wurde durch eine Priorisierungsfrage ermittelt, welches dieser Merkmale von den Befragten als das wichtigste angesehen wird. Diese Kombination aus Skalenbewertung und Priorisierung ermöglicht eine differenzierte Analyse sowohl absoluter Wichtigkeiten als auch relativer Präferenzen.

Der dritte Teil des Fragebogens erfasste die Zahlungsbereitschaft. Für jedes der fünf Merkmale gaben die Teilnehmenden an, ob sie bereit wären, für dessen Vorhandensein

einen höheren Preis zu akzeptieren. Die Antwortoptionen lauteten „Ja“, „Unsicher“ oder „Nein“.

Durch die Verknüpfung von Präferenzangaben, Zahlungsbereitschaft und demografischen Merkmalen liefert das Erhebungsinstrument eine belastbare Grundlage, um präferenzgeleitete Unterschiede zwischen verschiedenen Wohnformen und Lebenssituationen herauszuarbeiten. Auf dieser Basis können konkrete Handlungsempfehlungen für eine zielgruppenspezifische Immobilienentwicklung abgeleitet werden.

4. Quantitative Befragung

4.1 Einleitung in die Quantitative Befragung

Die quantitative Untersuchung basiert auf einer standardisierten Online-Umfrage, die insgesamt 492 vollständig ausgefüllte Fragebögen lieferte. Ziel war es, die Präferenzen verschiedener Zielgruppen hinsichtlich der Flächenaufteilung von Wohnungen sowie deren Zahlungsbereitschaft systematisch zu erfassen.

4.2 Würdigung der Stichprobe

Die vorliegende Untersuchung stützt sich auf eine Stichprobe von insgesamt 492 Personen aus dem deutschsprachigen Raum der Schweiz. Die Fallzahl ist ausreichend, um differenzierte statistische Analysen vorzunehmen und bildet damit die Grundlage für die Untersuchung von Präferenzunterschieden zwischen verschiedenen Zielgruppen.

Gleichzeitig ist die Zusammensetzung der Stichprobe kritisch zu reflektieren. So zeigt sich eine Schwerpunktbildung bei mittleren Altersgruppen (30–49 Jahre), während ältere Personen über 65 Jahre nur in geringer Zahl vertreten sind. Auch grössere Haushalte mit fünf oder mehr Personen sowie Alleinerziehende erscheinen in der Erhebung unterdurchschnittlich häufig. Darüber hinaus ist zu berücksichtigen, dass städtische Befragte überrepräsentiert sind, während Personen aus ländlichen Regionen vergleichsweise weniger stark vertreten sind. Diese Struktur spiegelt zwar die demografische Realität wider, wonach ein grosser Teil der Bevölkerung in städtischen Räumen lebt, kann jedoch zu einer gewissen Verzerrung zugunsten urban geprägter Präferenzmuster führen.

Positiv hervorzuheben ist, dass die Befragung trotz dieser Ungleichgewichte eine breite Streuung in Bezug auf Haushaltsformen, Wohnsituation und Regionen (Stadt, Agglomeration, ländlich) abbildet und damit ein vielfältiges Bild der Wohnpräferenzen liefert. Es handelt sich nicht um eine strikt repräsentative Stichprobe der Gesamtbevölkerung, da die Rekrutierung teilweise über ein Online-Panel sowie persönliche Netzwerke erfolgte. Damit besteht ein potenzielles Risiko einer Selbstselektion, wonach vor allem Personen mit einem erhöhten Interesse an Wohn- und Immobilienthemen zur Teilnahme tendieren könnten.

Die Zusammensetzung der Stichprobe erlaubt belastbare Analysen der zentralen Forschungsfrage. Hinsichtlich der Güte der Stichprobe ist festzuhalten, dass diese eine breite Streuung relevanter soziodemografischer Merkmale abbildet und damit eine solide Grundlage für die Untersuchung bietet.

4.3 Beschreibung der Teilnehmenden

4.3.1 Altersverteilung der Stichprobe

Die Stichprobe setzt sich überwiegend aus Personen mittleren Alters zusammen. Die grösste Gruppe bilden die 30–39-Jährigen mit 163 Teilnehmenden, gefolgt von den 40–49-Jährigen (117) und den 50–64-Jährigen (113). Die 18–29-Jährigen stellen 82 Personen, während die über 65-Jährigen mit 17 Teilnehmenden die eindeutig kleinste Altersgruppe darstellen.

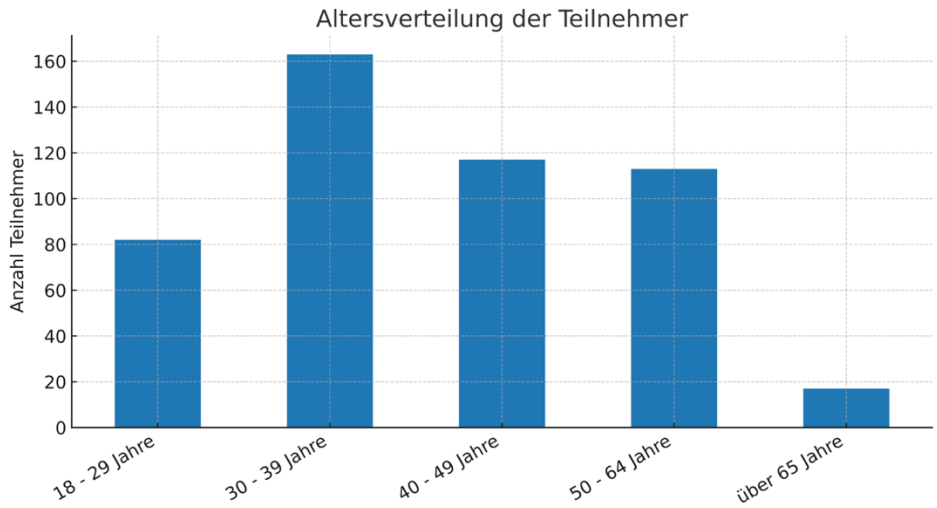

Abbildung 4: Altersverteilung der Teilnehmer

4.3.2 Regionale Verteilung der Stichprobe

Bezüglich Wohnregion lebt die Mehrheit der Befragten in einer Stadt (283 Teilnehmende). Ländliche Gebiete oder Dörfer sind mit 128 Personen vertreten, während Agglomerationen bzw. Vororte 81 Personen ausmachen.

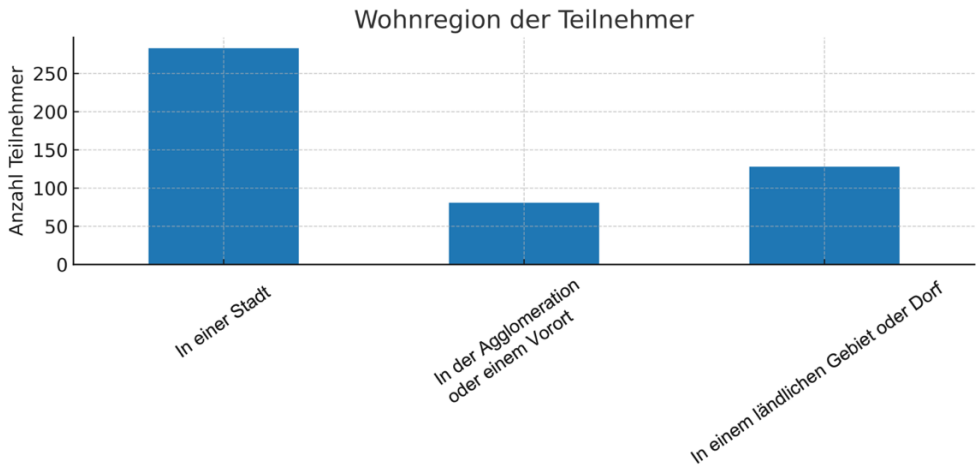

Abbildung 5: Wohnregion der Teilnehmer

4.3.3 Haushaltsgrössen der Stichprobe

Bei den Haushaltsgrössen stellen Zwei-Personen-Haushalte mit 206 Fällen die grösste Gruppe dar, gefolgt von Einpersonenhaushalten (130). Haushalte mit drei Personen (76) oder vier Personen (66) sind seltener, Haushalte mit fünf oder mehr Personen sind mit 14 Fällen deutlich unterrepräsentiert.

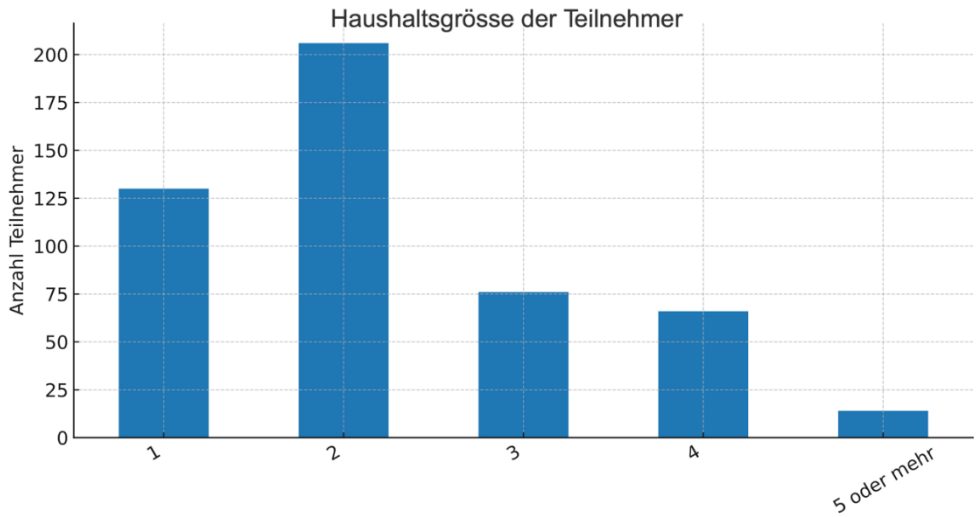

Abbildung 6: Haushaltsgrösse der Teilnehmer

4.3.4 Wohnsituation der Stichprobe

In Bezug auf die Wohnsituation leben die meisten Teilnehmenden mit Partner/in ohne Kinder (162), gefolgt von Alleinlebenden (130) und Paaren mit Kind(ern) (113). Wohngemeinschaften (67) und Alleinerziehende (20) bilden kleinere Gruppen innerhalb der Stichprobe.

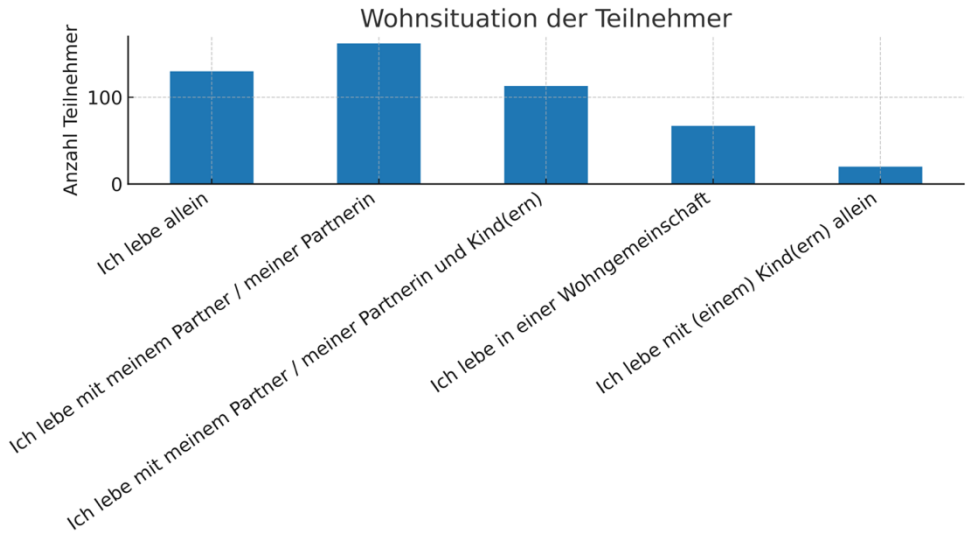

Abbildung 7: Wohnsituation der Teilnehmer

4.3.5 Limitation

Die Zusammensetzung der Teilnehmer stellt eine Limitation der Untersuchung dar, da Personen über 65 Jahre, Alleinerziehende sowie Haushalte mit fünf oder mehr Personen in der Stichprobe deutlich unterrepräsentiert sind. Für diese Gruppen ist die Fallzahl zu gering, um statistisch belastbare Aussagen zu treffen, weshalb die Ergebnisse nur eingeschränkt auf diese Bevölkerungssegmente übertragbar sind.

4.4 Auswertung nach Wohnformen

Als Ausgangspunkt wurde eine klassische Segmentierung nach Wohnformen vorgenommen, um zu prüfen, inwiefern sich Präferenzmuster bereits entlang dieser einfachen Gruppierung unterscheiden. Hierzu wurden die Teilnehmenden anhand ihrer Selbstauskunft in Kategorien wie „alleinlebend“, „Paarhaushalt ohne Kinder“, „Familienhaushalt mit Kindern“ oder „Wohngemeinschaft“ eingeteilt. Für jede Gruppe wurden die Mittelwerte der Wichtigkeitseinschätzungen für die fünf Raummerkmale berechnet.

Die grafische Darstellung erfolgte in Form von Spinnennetzdiagrammen, die die durchschnittliche Wichtigkeit je Merkmal pro Wohnform zeigen. Die Auswertung ergab gewisse Unterschiede: So bewerteten Familien grössere Schlafzimmer und Stauraum

tendenziell höher, während Alleinlebende den Wohn-/Essbereich stärker priorisierten. Allerdings zeigten sich auch Überschneidungen der Profile, und die Trennschärfe ist begrenzt.

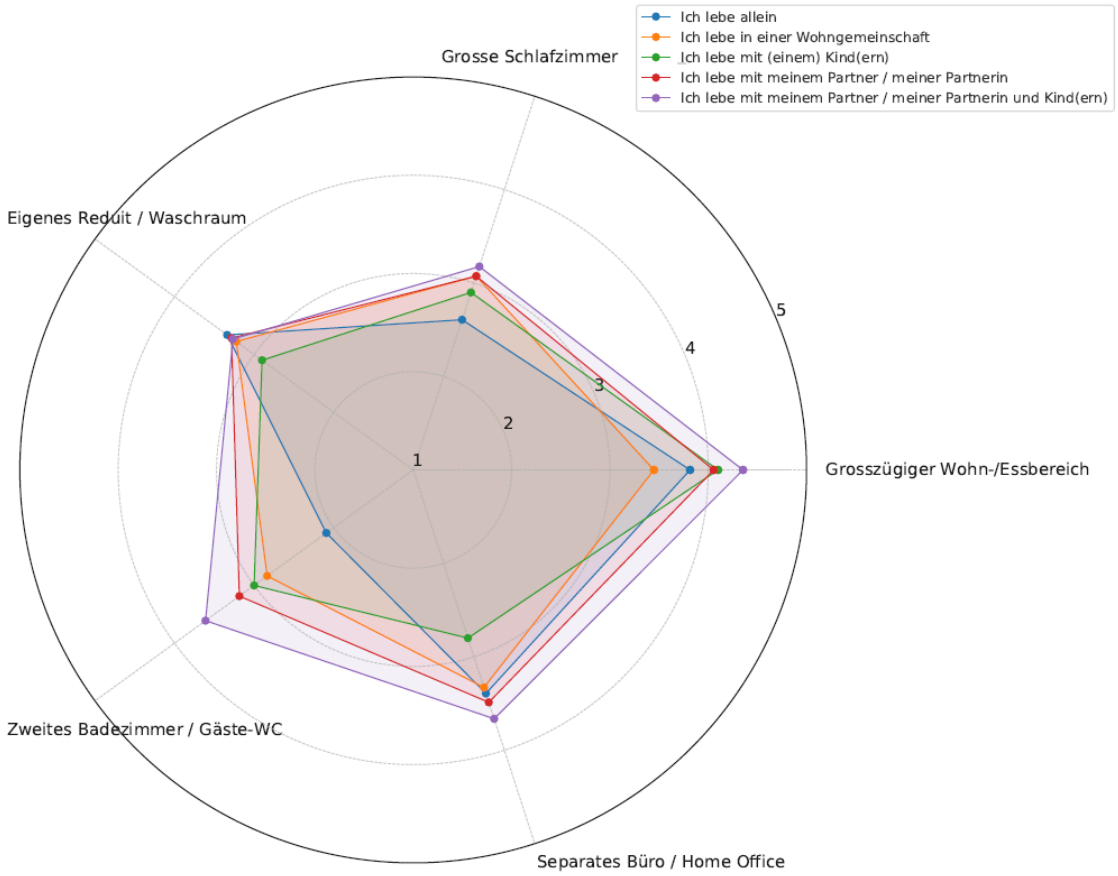

Abbildung 8: Präferenzprofile der Wohnformen

Das Spinnennetzdiagramm verdeutlicht die Unterschiede in den durchschnittlichen Bewertungen der Wohnungsmerkmale in Abhängigkeit der Wohnsituation. Auffällig ist, dass alleinlebende Personen beim zweiten Badezimmer beziehungsweise Gäste-WC den mit Abstand tiefsten Wert aufweisen. Dieses Ergebnis ist plausibel, da bei kleinen Haushalten der funktionale Nutzen eines zusätzlichen Badezimmers gering ist. Familienhaushalte hingegen, insbesondere Paare mit Kindern, bewerten sämtliche Merkmale vergleichsweise hoch. Für sie sind sowohl grosszügige Gemeinschaftsflächen als auch zusätzliche Rückzugs- und Funktionsräume von Bedeutung, was mit der grösseren Anzahl an Haushaltsmitgliedern und den damit verbundenen Anforderungen an Platz und Ausstattung in Einklang steht. Alleinerziehende benötigen in der Tendenz kein separates Homeoffice. Wohngemeinschaften unterscheiden sich insofern, als dass sie den Wohn- und Essbereich am geringsten gewichten. Dieses Muster legt nahe, dass das Zusammenleben in einer WG weniger auf grosse Gemeinschaftsflächen ausgerichtet

ist, sondern stärker von individuellen Rückzugsräumen geprägt wird. Insgesamt zeigt sich, dass sich die Präferenzprofile je nach Lebensform und Haushaltskonstellation unterscheiden. Die Ergebnisse decken sich mit den Erkenntnissen aus der Literaturanalyse, wonach grössere Haushalte eine umfassendere Ausstattung bevorzugen, während Einpersonenhaushalte und Wohngemeinschaften selektivere Prioritäten setzen.

Diese Beobachtung führte zur zentralen methodischen Überlegung. Wenn Wohnformen nur bedingt trennscharfe Gruppen bilden, könnte eine datengetriebene, multivariate Segmentierung, zum Beispiel mittels Clusteranalyse, zu aussagekräftigeren Ergebnissen führen.

4.5 Clusteranalyse

4.5.1 Theorie zur Clusteranalyse

Die bisherige Betrachtung nach Wohnformen beruht auf einer einzigen kategorialen Variable. Damit wird jedoch nicht das gesamte Muster der abgegebenen Wichtigkeitseinschätzungen genutzt. Die Clusteranalyse bietet demgegenüber den Vorteil, alle fünf Präferenzvariablen (Alter, Wohnform, Wohnregion, Haushaltsgrösse) gleichzeitig zu berücksichtigen. Sie ermöglicht es, Gruppen zu identifizieren, die sich nicht allein durch ein demografisches Merkmal, sondern durch die Kombination mehrerer Präferenzmuster unterscheiden.

Die Clusteranalyse ist ein exploratives Verfahren der multivariaten Statistik. Ziel ist die Aufteilung einer Menge von Beobachtungen in Gruppen (Cluster), sodass die Ähnlichkeit innerhalb eines Clusters möglichst hoch und zwischen den Clustern möglichst gering ist (Wiedenbeck & Züll, 2010).

In dieser Arbeit wurde das K-Means-Verfahren eingesetzt. Es beginnt mit zufällig gewählten Clusterzentren und ordnet jede Beobachtung dem nächstgelegenen Zentrum zu. Anschliessend werden die Zentren auf Grundlage der zugeordneten Punkte neu berechnet. Dieser Vorgang wiederholt sich, bis sich die Clusterzuordnung nicht mehr wesentlich verändert (Wiedenbeck & Züll, 2001).

Vor der Analyse wurden alle Präferenzvariablen z-standardisiert, um gleiche Gewichtung und Vergleichbarkeit sicherzustellen. Die Wahl der Clusterzahl (k) erfolgte mittels Elbow-Methode: Dabei wird für verschiedene Werte von k die innerhalb der Cluster verbleibende Varianz berechnet. Trägt eine Erhöhung von k nur noch geringfügig zur Varianzreduktion bei, spricht man vom „Knickpunkt“ oder „Elbow“. Der dabei

entstehende Kurvenverlauf weist typischerweise einen Punkt auf, an dem die zusätzliche Varianzreduktion mit steigender Clusterzahl deutlich abnimmt (Syakur et al., 2018). In der vorliegenden Untersuchung liegt dieser „Knickpunkt“ bei fünf Clustern. Bis zu dieser Anzahl führt jede Erhöhung der Clusterzahl zu einer substanziellen Reduktion der Varianz, während darüber hinaus nur noch marginale Verbesserungen erzielt werden. Zwar ist auch bei vier Clustern ein leichter Knick erkennbar, jedoch fällt die zusätzliche Varianzreduktion von vier auf fünf Cluster deutlich stärker ins Gewicht als diejenige von fünf auf sechs Cluster. Der Knick bei fünf Clustern ist daher methodisch relevanter, da die Veränderung der Inertia zwischen fünf und sechs Clustern nur noch geringfügig ausfällt. Die Wahl von fünf Clustern stellt somit den methodisch sinnvollen Kompromiss zwischen einer möglichst hohen Homogenität innerhalb der Cluster und einer gleichzeitig ausreichenden Trennschärfe zwischen den Clustern dar.

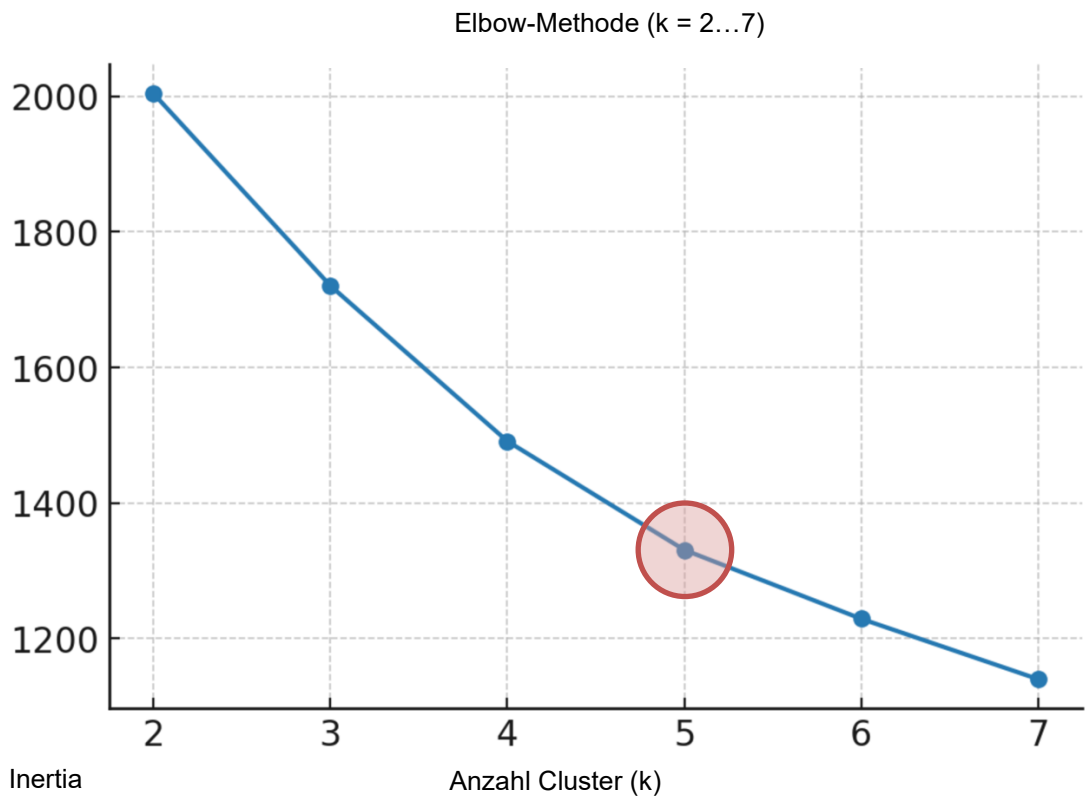

Abbildung 9: Elbow-Methode Chart zur Bestimmung der optimalen Clusteranzahl

Die Werte auf der Y-Achse geben die sogenannte Inertia wieder. Diese kennzeichnet die innerhalb der Cluster vorhandene Gesamtvarianz und wird als Summe der quadrierten Abstände aller Beobachtungen zu ihrem jeweiligen Clusterzentrum berechnet. Tiefere Werte weisen auf eine höhere Homogenität innerhalb der Cluster hin (Syakur et al., 2018). Würde jede einzelne Fragebogenbeantwortung ein eigenes Cluster bilden, läge die Inertia bei null, da keine Abweichungen innerhalb der Cluster mehr bestehen.

4.5.2 Clusterbildung

Die Analyse führte zu fünf klar unterscheidbaren Clustern mit jeweils eigenständigen Präferenzprofilen. Zur besseren Interpretierbarkeit wurden die Cluster anhand der zwei wichtigsten Raummerkmale benannt:

Cluster	Anzahl Personen (n)	Ausprägung
Cluster 1	n = 113	Wohnbereich und Büro/Homeoffice, hohe Gewichtung auf grossen Wohn-/Essbereich und einem separaten Arbeitszimmer
Cluster 2	n = 137	Wohnbereich und Zweites Bad, Präferiert grosszügigen Wohnbereich und ein zusätzliches Badezimmer
Cluster 3	n = 72	Wohnbereich und Schlafzimmer, Bevorzugen Wohnbereich und grössere Schlafräume
Cluster 4	n = 69	Büro/Homeoffice, Fokus nur auf einem Element (Büro)
Cluster 5	n = 101	Reduit/Waschraum und Wohnbereich, Starker Stauraumfokus, kombiniert mit Bedeutung des Wohnbereichs

Tabelle 2: Clusterbildung

Das Spinnennetzdiagramm zeigt die fünf ermittelten Cluster im Vergleich hinsichtlich der mittleren Bewertungen der untersuchten Wohnungsmerkmale auf einer Likert-Skala von 1 bis 5. Es wird deutlich, dass der grosszügige Wohn- und Essbereich in nahezu (ausser Cluster 4) allen Clustern hohe Werte erzielt und damit ein universell relevantes Ausstattungsmerkmal darstellt. Unterschiede ergeben sich jedoch bei den übrigen Merkmalen.

Cluster 1 weist eine besonders starke Gewichtung des separaten Büros beziehungsweise Homeoffice auf und kombiniert dies mit einer hohen Bewertung des Wohn- und Essbereichs.

Cluster 2 hebt sich dadurch ab, dass hier sämtliche Merkmale überdurchschnittlich hoch bewertet werden. Besonders deutlich sind die Spitzenwerte beim Wohnbereich und beim zweiten Badezimmer, doch auch Schlafzimmer, Reduit und Büro erreichen im Vergleich zu den anderen Clustern hohe Werte.

Cluster 3 zeichnet sich vor allem durch die vergleichsweise starke Gewichtung grosser Schlafzimmer aus, was auf den Wunsch nach grosszügigen Rückzugsräumen hinweist. Auffällig ist, dass grosse Schlafzimmer ausschliesslich in Cluster 2 und 3 eine hohe Relevanz aufweisen, während sie in allen übrigen Clustern durchgängig niedrig bewertet wurden.

Cluster 4 zeigt insgesamt eine eher moderate Bewertung aller Merkmale und insbesondere einen deutlich tieferen Wert beim Wohn- und Essbereich. Dies deutet darauf hin, dass für diese Gruppe weder grosse Gemeinschaftsflächen noch spezifische Ausstattungsdetails im Zentrum stehen, sondern ein insgesamt zurückhaltenderes Präferenzmuster.

Cluster 5 wiederum wird durch die klare Hervorhebung des Reduits beziehungsweise Waschraums geprägt, kombiniert mit einer hohen Bewertung des Wohnbereichs.

Abbildung 10: Präferenzprofile der fünf Cluster

Insgesamt wird damit sichtbar, dass sich fünf klar unterscheidbare Cluster herausgebildet haben, die durch spezifische Präferenzschwerpunkte charakterisiert sind. Die Abbildung veranschaulicht diese Trennschärfe deutlich und zeigt damit eine differenziertere

Segmentierung als die rein soziodemografische Einteilung nach Wohnformen. Während die Wohnformensegmentierung lediglich grobe Unterschiede zwischen Haushaltskonstellationen aufzeigt, erlaubt die Clusterlösung eine wesentlich präzisere Abgrenzung und macht unterschiedliche Ausstattungsprioritäten sichtbar. Dies bestätigt die Eignung der Clusterlösung zur Segmentierung und unterstreicht die Bedeutung einer zielgruppenorientierten Gestaltung von Wohnungsgrundrissen.

4.5.3 Einflussfaktoren auf die Clusterzugehörigkeit

Zur Analyse potenzieller Einflussfaktoren auf die Clusterzugehörigkeit wurde für alle untersuchten soziodemografischen Variablen der Chi²-Test angewendet.

Funktionsweise des Chi²-Test

Der Chi²-Test ist ein statistisches Verfahren zur Überprüfung, ob zwischen zwei kategorialen Merkmalen ein Zusammenhang besteht oder ob diese unabhängig voneinander sind. Dabei wird ermittelt, ob die beobachtete Verteilung der Merkmalsausprägungen signifikant von einer zufällig erwarteten Verteilung abweicht (Biswal, 2025). Ausgangspunkt ist eine Kontingenztabelle, welche die Häufigkeiten der Merkmalskombinationen abbildet (z. B. Altersgruppe × Cluster). Unter der Annahme, dass kein Zusammenhang besteht (Nullhypothese), lassen sich erwartete Häufigkeiten berechnen. Weichen die beobachteten Werte deutlich von den erwarteten ab, deutet dies auf einen statistischen Zusammenhang hin (Biswal, 2025).

Bedeutung des p-Werts

Der p-Wert steht in direktem Zusammenhang mit dem Chi²-Wert und ergänzt dessen Interpretation. Während der Chi²-Wert die Stärke der Abweichung zwischen beobachteten und erwarteten Häufigkeiten misst, liefert der p-Wert die Wahrscheinlichkeitseinschätzung, ob diese Abweichung auf einen echten Zusammenhang oder lediglich auf Zufall zurückzuführen ist (Murtaugh, 2014).

Der p-Wert gibt an, wie wahrscheinlich das beobachtete Ergebnis, oder ein noch extremeres, unter der Nullhypothese wäre. Ein p-Wert kleiner als 0,05 bedeutet, dass die Wahrscheinlichkeit, das Ergebnis rein zufällig zu erhalten, bei 5 % oder weniger liegt. In diesem Fall wird die Nullhypothese verworfen und von einem signifikanten Zusammenhang ausgegangen. Ein p-Wert höher als 0,05 weist darauf hin, dass der gefundene Unterschied auch durch Zufall erklärbar ist, weshalb kein statistisch nachweisbarer Zusammenhang vorliegt (Murtaugh, 2014).

Die Analyse umfasste die folgenden Variablen:

- Wohnsituation (z. B. alleinlebend, Paar ohne Kinder, Familie mit Kindern)
- Region (Stadt, Agglomeration, ländlicher Raum)
- Alter (fünf Altersgruppen)
- Haushaltsgrösse (Anzahl Personen im Haushalt)

Variable	*p-Wert*	*Interpretation*
Wohnsituation	<0.001	Stark Signifikant
Region	0.154	Nicht signifikant
Alter	0.043	Signifikant
Haushaltsgrösse	<0.001	Stark Signifikant

Tabelle 3: Signifikanz Angabe der Einflussfaktoren (Variable)

Interpretation

Wohnsituation: Die Verteilung der Wohnformen unterscheidet sich deutlich zwischen den Clustern. Bestimmte Cluster sind bei spezifischen Wohnformen über- oder unterrepräsentiert.

Region: Es konnte kein signifikanter Zusammenhang festgestellt werden, was darauf hindeutet, dass der Wohnort (städtisch vs. ländlich) keinen entscheidenden Einfluss auf das Präferenzmuster hat.

Alter: Die Alterszusammensetzung der Cluster ist nicht zufällig, einige Cluster weisen einen höheren Anteil jüngerer oder älterer Befragter auf.

Haushaltsgrösse: Die Haushaltsgrösse zeigt einen klaren Zusammenhang mit der Clusterzugehörigkeit.

4.5.4 Cluster Zusammensetzung

Die Clusteranalyse identifizierte fünf klar unterscheidbare Gruppen von Befragten, die sich hinsichtlich ihrer Präferenzschwerpunkte für unterschiedliche Grundrissmerkmale unterscheiden. Die folgende Beschreibung kombiniert die Ergebnisse der Auswertung und der statistischen Tests (Chi²-Test), um ein präzises Bild jedes Clusters zu zeichnen. Aussagen auf die geografische Lage der Cluster sind immer im Vergleich zu den anderen Clustern zu verstehen und nicht absolut.

Cluster 1, Wohnbereich und Büro / Home-Office

Dieses Cluster legt besonderen Wert auf einen grosszügigen Wohn-/Essbereich und ein separates Büro bzw. Homeoffice. Beide Merkmale erreichen im Mittel Werte im oberen Skalenbereich, während Reduit, zweites Badezimmer und grosse Schlafzimmer deutlich geringer gewichtet werden.

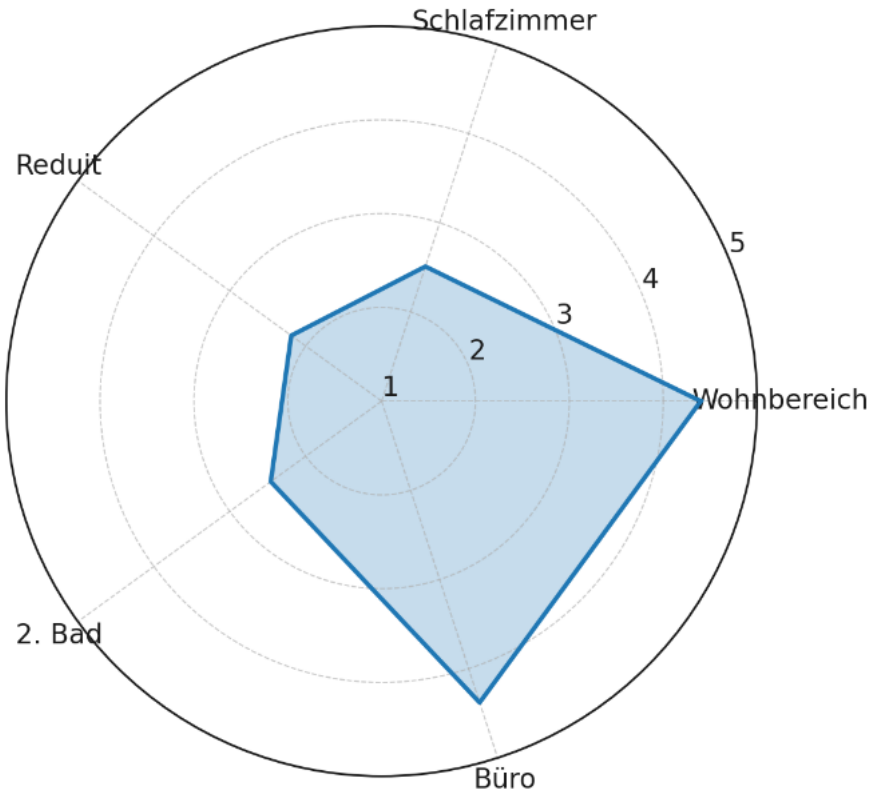

Abbildung 11: Cluster 1: Wohnbereich und Büro/Homeoffice

Demografie: Überdurchschnittlich hoher Anteil an Ein- und Zweipersonenhaushalten, tendenziell jüngere bis mittlere Altersgruppen.

- 57% sind zwischen 30 und 49 Jahre alt
- 75% ein und zwei Personen Haushalte
- 66% Leben allein oder mit dem Partner
- Hauptsächlich städtische Lage oder Agglomeration

Interpretation: Die Kombination aus grossem Wohnen und zusätzlichem Arbeitszimmer weist auf berufsaktive hin, die Wert auf eine grosse Gemeinschaftsfläche und räumliche Trennung von Arbeit und Wohnen legen.

Cluster 2, Wohnbereich und zweites Badzimmer

Die Mitglieder dieses Clusters bewerten einen grosszügigen Wohn-/Essbereich und ein zweites Badezimmer bzw. Gäste-WC besonders hoch. Auch das Reduit wird im Vergleich zu anderen Clustern überdurchschnittlich geschätzt. Auffällig, in diesem Cluster wurden alle Ausstattungsmerkmale hoch bis sehr hoch bewertet.

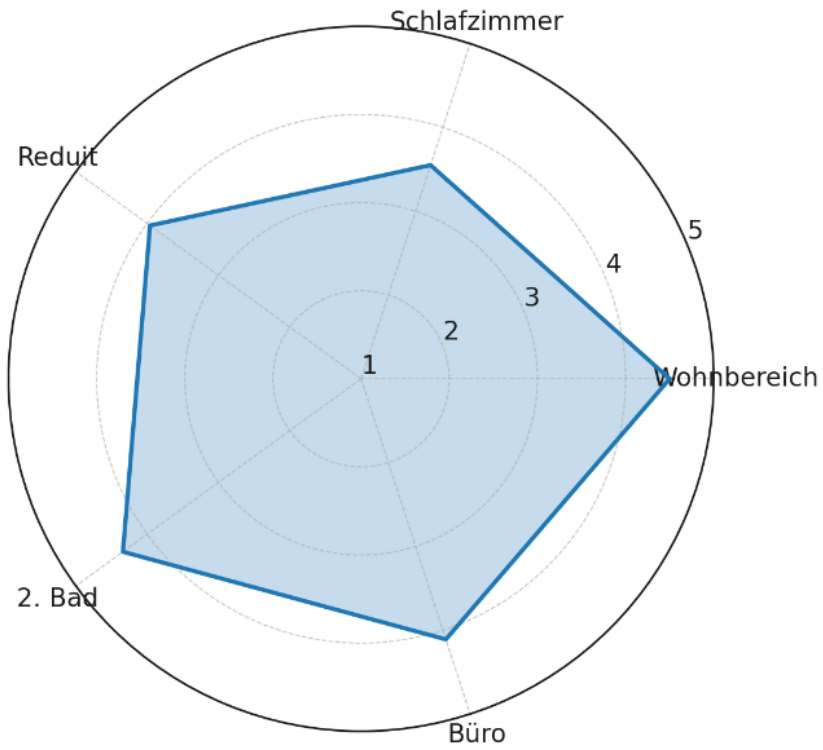

Abbildung 12: Cluster 2: Wohnbereich und zweites Badezimmer

Demografie: Überproportional viele grössere Haushalte, häufig Paare oder Familien mit Kindern. Altersstruktur überwiegend im mittleren Erwachsenenalter.

- 86% sind zwischen 30 und 64 Jahre alt
- 84% leben in Haushalten von 2 – 4 Personen
- 74% leben mit Partner:in oder mit Kind(ern) und Partner:in
- Überdurchschnittlich hoher Anteil in der Agglomeration angesiedelt

Interpretation: Der hohe Stellenwert eines zweiten Badezimmers spiegelt die funktionalen Anforderungen grösserer Haushalte wider, in denen parallele Nutzungsmöglichkeiten eine zentrale Rolle spielen. Bei Cluster 2 ist auffällig, dass alle Merkmale hoch bis sehr hoch bewertet wurden. Diese schätzen also alle getesteten Grundrisseigenschaften. Dieses Profil bestätigt den Befund der Literatur, wonach grössere Haushalte und insbesondere Familien insgesamt höhere Ansprüche an

Grundrisse stellen, da sie vielfältige Nutzungsbedürfnisse unter einem Dach vereinen müssen.

Cluster 3, Wohnbereich und Schlafzimmer

In diesem Cluster wird der Wohn-/Essbereich sehr hoch bewertet, gefolgt von grossen Schlafzimmern. Reduit, zweites Badezimmer und Büro sind dagegen von geringerer Bedeutung.

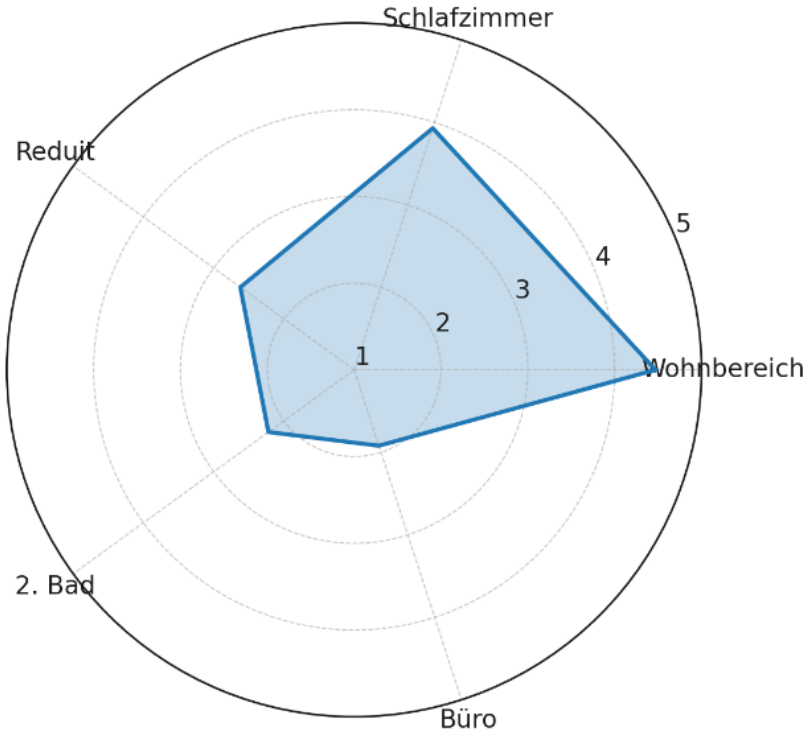

Abbildung 13: Cluster 3: Wohnbereich und Schlafzimmer

Demografie: Vorwiegend Zwei-Personen-Haushalte, oftmals Paare ohne Kinder. Altersstruktur eher jünger.

- 64% sind zwischen 18 und 39 Jahre alt
- 47% sind zwei Personen Haushalte
- 57% sind Paare mit oder ohne Kinder

Interpretation: Die Präferenz für grosszügige Schlafzimmer in Kombination mit einem grossen Wohnbereich deutet auf den Wunsch nach gleichermassen komfortablen Rückzugs- und Gemeinschaftsflächen hin.

Cluster 4, Büro / Home-Office

Die deutlich höchste Priorität liegt in diesem Cluster auf einem separaten Büro bzw. Homeoffice, während alle übrigen Merkmale im Mittel nur geringe Werte erreichen. Damit weist Cluster 4 als einziges eine monothematische Präferenzstruktur auf. Charakteristisch sind vor allem kleine Haushalte (Ein- und Zweipersonenhaushalte), deren Fokus auf der funktionalen Trennung von Arbeit und Wohnen liegt.

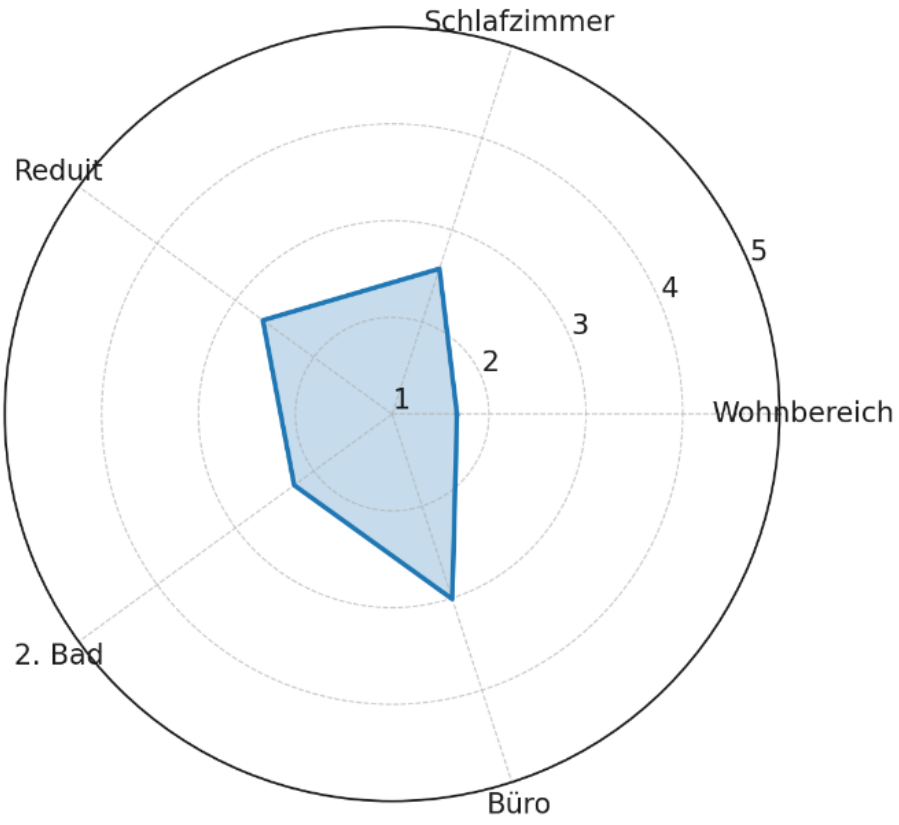

Abbildung 14: Cluster 4: Büro/Homeoffice

Demografie: Häufig Einpersonenhaushalte oder kleine Haushalte, Altersstruktur gemischt, leichter Schwerpunkt bei jüngeren Erwachsenen.

- 84% sind zwischen 30 und 64 Jahre alt
- 80% sind ein und zwei Personen Haushalte
- 65% sind alleinlebend und Paare
- Hauptsächlich in städtischen Lagen

Interpretation: Dieses Profil hat bis auf das Büro / Homeoffice alle Merkmale niedrig bewertet. Dies passt zu berufstätigen Einzelpersonen, welche keine grossen Ansprüche and Grundrissmerkmale haben, aber ein separates Büro schätzen. Bei diesem Cluster

könnten andere Punkte, wie z.B. eine zentrale Lage, entscheidender sein als Grundrissmerkmale.

Cluster 5, Wohnbereich und Reduit / Waschraum

In diesem Cluster steht ein eigenes Reduit im Zentrum der Präferenzen. Der hohe Stellenwert von Stauraum spiegelt die Bedeutung funktionaler Flächen für Ordnung wider. An zweiter Stelle folgt der Wohn-/Essbereich, während Merkmale wie Büro, zweites Badezimmer oder grosse Schlafzimmer deutlich nachgeordnet sind.

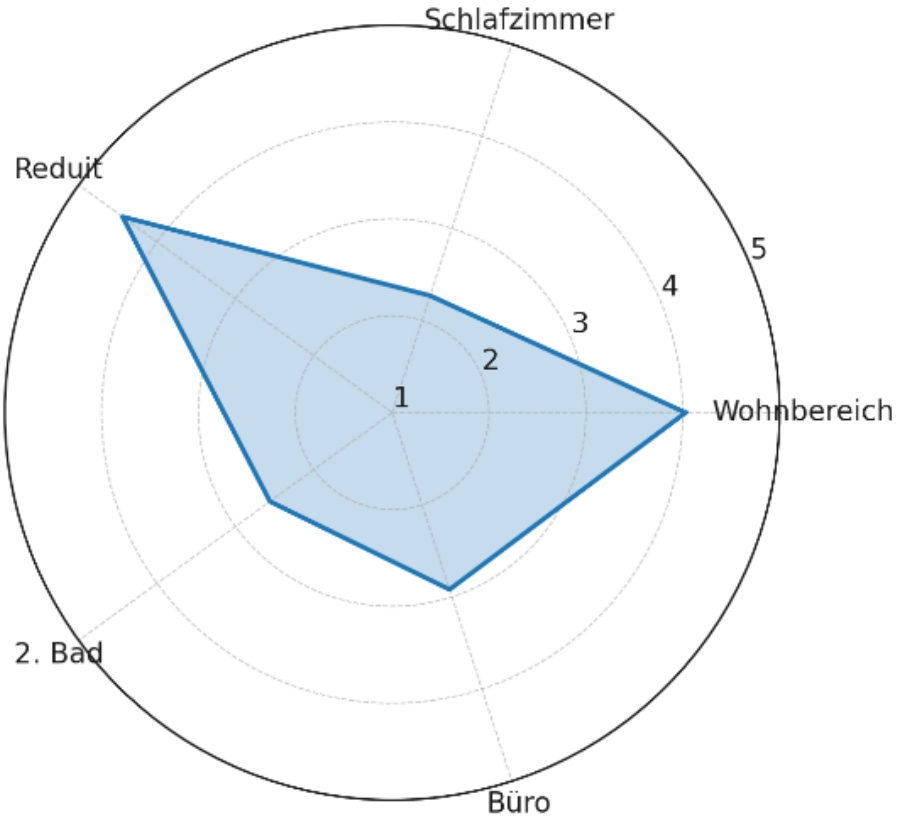

Abbildung 15: Cluster 5: Reduit und Wohnbereich

Demografie: Mischung aus Ein- und Zweipersonenhaushalten, Altersverteilung heterogen.

- 61% sind zwischen 30 und 49 Jahre alt
- 73% wohnen in ein und zwei Personen Haushalte
- 66% sind Alleinlebende und Paare
- Vergleichsweise hoher Anteil, welcher in ländlichen Regionen oder in der Agglomeration wohnhaft ist

Interpretation: Die Kombination aus hohem Stauraumbedarf und der Wunsch nach einem grossen Gemeinschaftsraum weist auf Haushalte hin, die Ordnung und Funktionalität mit einem grossen Wohnbereich verbinden möchten.

4.5.5 Fazit zu den Clustern

Die Ergebnisse der Clusteranalyse zeigen, dass sich trotz einer gewissen Übervertretung kleinerer Haushalte und städtischer Wohnlagen in der Stichprobe klare Muster in den Wohnpräferenzen identifizieren lassen. Besonders auffällig ist, dass der Wohn-/Essbereich in fast allen Clustern eine hohe Bedeutung besitzt, mit einer Ausnahme: Cluster 4, in dem das Homeoffice klar dominiert und der Wohnbereich vergleichsweise niedrig bewertet wird.

Die Differenzierung der Cluster zeigt damit verschiedene Schwerpunkte: Während in einem Teil der Gruppen (Cluster 1, 2 und 3) der Wohn-/Essbereich stets im Zentrum steht, wird er in Kombination mit anderen Merkmalen unterschiedlich ergänzt. Sei es mit einem zusätzlichen Badezimmer und Stauraum (Cluster 2), mit Schlafzimmern als Rückzugsräumen (Cluster 3) oder mit einem Büro als klar abgetrenntem Arbeitsbereich (Cluster 1). In Cluster 5 wiederum tritt der Wunsch nach zusätzlichem Stauraum in Form eines Reduits besonders stark hervor, was funktionale Aspekte in den Vordergrund rückt.

Methodisch ist zu berücksichtigen, dass gewisse demografische Gruppen in der Stichprobe übervertreten sind. Insbesondere kleinere Haushalte und städtische Wohnlagen. Trotz dieser Verzerrung sind innerhalb der Auswertung klare Unterschiede in den Präferenzmustern zu erkennen. Dies unterstreicht, dass die identifizierten Cluster reale und relevante Differenzierungen abbilden.

4.6 Zahlungsbereitschaft

4.6.1 Gesamtbetrachtung der Zahlungsbereitschaft

Die Zahlungsbereitschaft der Befragten für bestimmte Wohnungselemente liefert wichtige Hinweise darauf, welche Ausstattungsmerkmale als besonders wertvoll wahrgenommen werden.

Im Anschluss an die Analyse der Präferenzprofile wurde untersucht, in welchem Ausmass die Befragten bereit sind, für ausgewählte Ausstattungsmerkmale einer Wohnung mehr zu bezahlen. Die Befragten konnten für jedes Merkmal, „Ja“, „Nein“ oder „Unsicher“ antworten. Analysiert wurden sowohl die Gesamtverteilung der Antworten als auch die Cluster-spezifischen Unterschiede.

Die betrachteten Ausstattungsmerkmale entsprechen den in der Präferenzanalyse verwendeten fünf Kriterien (grosszügiger Wohn-/Essbereich, grosse Schlafzimmer, eigenes Reduit/Waschraum, zweites Badezimmer/Gäste-WC, Separates Büro/ Homeoffice).

Die Gesamtauswertung zeigt deutliche Unterschiede in der Zahlungsbereitschaft zwischen den einzelnen Ausstattungsmerkmalen.

Merkmal	*Ja (%)*	*Unsicher (%)*	*Nein (%)*
Wohnbereich	53.7	21.3	25.0
Schlafzimmer	18.5	28.0	53.5
Reduit/Waschraum	29.1	29.3	41.7
2. Bad/Gäste WC	31.1	21.3	47.6
Büro	42.3	21.1	36.6

Tabelle 4: Zahlungsbereitschaft allgemein

Die höchste Zahlungsbereitschaft besteht für einen grosszügigen Wohn-/Essbereich (53,7 %) sowie für ein separates Büro/Homeoffice (42,3 %). Die geringste Zahlungsbereitschaft wird für grosse Schlafzimmer (18,5 %) verzeichnet. Auffällig ist, dass der Anteil der „Unsicher"-Antworten insbesondere bei grossen Schlafzimmern (28,0 %) und beim Reduit/Waschraum (29,3 %) relativ hoch ist, was auf eine gewisse Unentschlossenheit bezüglich des wahrgenommenen Mehrwerts dieser Merkmale hinweist.

4.6.2 Zahlungsbereitschaft nach Clustern

Die Analyse nach Clustern verdeutlicht, dass die Zahlungsbereitschaft in hohem Masse mit den im Präferenzprofil identifizierten Schwerpunkten übereinstimmt. Die nachfolgende Tabelle weist für jedes Cluster den Anteil der Befragten (in Prozent) aus, die „Ja" zur Zahlungsbereitschaft für das jeweilige Ausstattungsmerkmal angegeben haben.

Die Werte erlauben damit einen direkten Vergleich der clusterinternen Zahlungsbereitschaft über die fünf Merkmale hinweg und eine clusterübergreifende Gegenüberstellung der gleichen Merkmale. Zur besseren Übersichtlichkeit werden in der Tabelle die jeweils favorisierten Merkmale pro Cluster, wie sie zuvor in der Clusteranalyse identifiziert wurden, farblich hervorgehoben. Diese Visualisierung erleichtert die Interpretation, da auf einen Blick erkennbar wird, dass die höchste Zahlungsbereitschaft jeweils genau bei jenen Ausstattungsmerkmalen liegt, die im

Präferenzprofil des entsprechenden Clusters dominieren. Dadurch wird die Kongruenz zwischen Präferenzschwerpunkten und Zahlungsbereitschaft nicht nur analytisch, sondern auch visuell deutlich gemacht.

Cluster	*Wohnbereich*	*Schlafzimmer*	*Reduit*	*2. Bad*	*Büro*
Cluster 1	61.9 %	6.2 %	8.0 %	19.5 %	64.6 %
Cluster 2	54.7 %	15.3 %	38.7 %	54.7 %	52.6 %
Cluster 3	77.8 %	56.9 %	16.7 %	9.7 %	13.9 %
Cluster 4	24.6 %	24.6 %	29.0 %	24.6 %	26.1 %
Cluster 5	45.5 %	5.0 %	48.5 %	31.7%	34.7 %

Tabelle 5: Zahlungsbereitschaft pro Cluster inkl. Präferenzschwerpunkte

Cluster 1, Wohnbereich und Büro/Homeoffice: Dieses Cluster weist eine ausgeprägte Zahlungsbereitschaft für einen grosszügigen Wohn-/Essbereich (61.9 %) und für ein separates Büro (64.6 %) auf. Die übrigen Merkmale werden deutlich seltener als aufpreiswürdig eingestuft. In Cluster 1 zeigen sich in der Zahlungsbereitschaft deutliche Unterschiede zwischen den beiden präferierten Merkmalen und den übrigen Ausstattungen, die nur sehr geringe Zustimmungswerte erreichen. Dieses Muster unterstreicht die klare Priorisierung auf zwei zentrale Elemente, während andere Merkmale für diese Gruppe kaum zahlungsrelevant sind.

Cluster 2, Wohnbereich und zweites Bad: Hier ist die Zahlungsbereitschaft für einen grosszügigen Wohn-/Essbereich (54.7 %) und ein zweites Badezimmer (54.7 %) gleichermassen hoch. Auch das Reduit wird mit 38,7 % überdurchschnittlich oft positiv bewertet. Diese Gruppe weist nicht nur in der Präferenzanalyse durchgehend hohe Bewertungen für alle untersuchten Ausstattungsmerkmale auf, sondern zeigt auch in der Zahlungsbereitschaft überdurchschnittlich hohe Zustimmungswerte (ausser beim Schlafzimmer). Dies verdeutlicht, dass Cluster 2 eine insgesamt hohe Wertschätzung für vielfältige Ausstattungsmerkmale hat und bereit ist, für ein breites Spektrum an Merkmalen einen Aufpreis zu bezahlen. Damit hebt sich dieses Cluster von den übrigen Gruppen ab, die jeweils selektivere Prioritäten setzen.

Cluster 3, Wohnbereich und Schlafzimmer: Mit 77.8 % verzeichnet dieses Cluster die höchste Zahlungsbereitschaft für den Wohnbereich im gesamten Sample. Die Zustimmung zu grossen Schlafzimmern (56.9 %) ist ebenfalls sehr hoch und spiegelt die Präferenzschwerpunkte wider. Auffällig ist, dass Cluster 3 als einziges Cluster eine Zahlungsbereitschaft von über 50 % für grosse Schlafzimmer aufweist und sich damit

deutlich von den übrigen Gruppen unterscheidet, in denen dieses Merkmal durchgängig nur eine untergeordnete Rolle spielt. Die Zahlungsbereitschaft für andere Merkmale ist hingegen gering.

Cluster 4, Büro/Homeoffice: In diesem Cluster liegt die Zahlungsbereitschaft für alle Merkmale auf einem niedrigen bis moderaten Niveau. Selbst bei den Hauptpräferenzen Büro (26.1 %) ist der Anteil zustimmender Befragter vergleichsweise gering. Cluster 4 weist bereits in der Präferenzanalyse durchgehend tiefe Bewertungen für alle Ausstattungsmerkmale auf. Dieses Muster bestätigt sich auch in der Zahlungsbereitschaft. Für keines der untersuchten Merkmale besteht eine ausgeprägte Zahlungsbereitschaft, was die insgesamt zurückhaltende Haltung dieser Gruppe gegenüber zusätzlichen Ausstattungsmerkmalen widerspiegelt.

Cluster 5, Wohnbereich und Reduit/Waschraum: Dieses Cluster zeigt eine hohe Zahlungsbereitschaft für ein Reduit (48.5 %) sowie für den Wohnbereich (45.5 %). Die weiteren Merkmale spielen eine untergeordnete Rolle. In Cluster 5 zeigt sich eine klare Übereinstimmung zwischen den Präferenzschwerpunkten und der Zahlungsbereitschaft. Sowohl das Reduit als auch der Wohn-/Essbereich verzeichnen die höchsten Zustimmungswerte, während die übrigen Merkmale deutlich seltener als aufpreiswürdig eingestuft werden. Damit bestätigt sich, dass die beiden zentralen Ausstattungsmerkmale dieses Clusters auch in der Zahlungsbereitschaft die grösste Relevanz besitzen.

4.6.3 Interpretation

Profilkongruenz: Die höchsten Werte liegen in den jeweils namensgebenden Merkmalen der Cluster (C). So zeigt C1 die stärkste Zahlungsbereitschaft für Büro (64.6%) und Wohnbereich (61.9%), C3 für Wohnbereich (77.8%) und Schlafzimmer (56.9%), und C5 für Reduit (48.5%) und Wohnbereich (45.5%). Dies bestätigt die in der Clusteranalyse identifizierten Präferenzschwerpunkte. Diese Muster zeigen, dass die Zahlungsbereitschaft nicht isoliert zu betrachten ist, sondern aus den jeweiligen Präferenzprofilen der Cluster hervorgeht. Für die Entwicklung und Vermarktung bedeutet dies, dass clusteradäquate Ausstattungspakete (z.B. Büro und grosszügiger Wohnbereich für C1; 2. Bad und Wohnbereich für C2) voraussichtlich die höchste Zahlungsakzeptanz erzielen.

5. Praxistransfer der Erkenntnisse auf Segmentierungsmodell

5.1 Einschränkungen im Vergleich zur FPRE-Segmentierung

Diese Arbeit und der Fragebogen legt den Schwerpunkt auf Grundrisspräferenzen und berücksichtigte damit vor allem funktionale Aspekte der Wohnung. Sozioökonomische Variablen wie Einkommen, Vermögen oder Bildungsniveau, die in den Nachfragersegmenten von Fahrländer Partner Raumentwicklung (FPRE) eine zentrale Rolle spielen, wurden nicht erhoben. Auch Aspekte wie Luxus, Status oder kulturelle Orientierung blieben unberücksichtigt (M. Lehner, 2020). Dies stellt eine Limitation dar, da die FPRE-Segmente auf einem deutlich breiteren Merkmalsspektrum beruhen.

In der Stichprobe ist ein überdurchschnittlich hoher Anteil an Personen aus städtischen Gebieten vertreten, daher spiegeln sich diese Anteile auch in allen Clustern wider. Aussagen zu „ländlichen“ Haushalten sind daher immer relativ zwischen den Clustern zu verstehen, nicht absolut für die Grundgesamtheit der Befragung. Trotz dieser Einschränkungen lassen sich aufgrund der erhobenen Grundrisspräferenzen sowie der relativen demografischen Unterschiede zwischen den Clustern klare Anzeichen erkennen, dass die gebildeten Cluster plausibel mit bestimmten Nachfragersegmenten von FPRE in Verbindung gebracht werden können.

5.2 Mapping der Cluster auf FPRE-Nachfragersegmente

Cluster 1 (Wohnbereich und Büro/Homeoffice) zeigt besonders hohe Werte im Wohn-/Essbereich sowie beim Büro/Homeoffice. Demografisch besteht dieser Cluster vorwiegend aus Zwei-Personen-Haushalten, die im Vergleich zu anderen Clustern überdurchschnittlich häufig in städtischen oder agglomerationsnahen Lagen anzutreffen sind. Diese Konstellation entspricht dem Segment 6 (Etablierte Alternative), das durch funktionale Grundrisse und Homeoffice-Nutzung geprägt ist. Zugleich bestehen deutliche Parallelen zum Segment 8 (Bildungsorientierte Oberschicht), in welchem urbane, gebildete Haushalte mit Homeoffice ebenfalls stark vertreten sind. Da der Aspekt „Luxusausstattung“ im Fragebogen nicht erhoben wurde, beschränkt sich die Argumentation auf die überlappenden Merkmale Urbanität, Bildung und Homeoffice.

Cluster 2 (Wohnbereich und zweites Bad) weist im Vergleich zu allen anderen Clustern die höchsten Werte über sämtliche Grundrissmerkmale hinweg auf. Demografisch ist in diesem Cluster der relative Anteil an drei- bis vierköpfigen Haushalten am grössten, häufig in der Agglomeration angesiedelt. Diese Merkmale sprechen für eine Zuordnung

zum Segment 4 (Klassischer Mittelstand), das typische Familienhaushalte mit traditionellen Komfortansprüchen umfasst.

Cluster 3 (Wohnbereich und grosse Schlafzimmer) legt den Fokus auf Komfort und Raumqualität, insbesondere auf grosszügige Schlafzimmer und Wohnbereich. Andere Merkmale werden moderat bewertet. Demografisch finden sich hier vergleichsweise viele Ein- und Zweipersonenhaushalte mittleren Alters. Diese Kombination passt zum Segment 5 (Aufgeschlossene Mitte). Beide Gruppen legen Wert auf Wohnqualität und Platz, sind aber gleichzeitig bereit, bei Lage Kompromisse einzugehen.

Cluster 4 (Büro/Homeoffice) wird stark von Einpersonenhaushalten geprägt, die im Vergleich zu den übrigen Clustern überdurchschnittlich oft in städtischen Lagen wohnen. Wohnpräferenzen konzentrieren sich hier fast ausschliesslich auf das Homeoffice, während andere Räume als weniger wichtig eingestuft werden. Dies entspricht dem Segment 9 (Urbane Avantgarde), das junge, urbane, gebildete Haushalte umfasst, für die Flexibilität und Lage wichtiger sind als umfassende Ausstattung.

Cluster 5 (Reduit/Waschraum und Wohnbereich) hebt die Bedeutung von Stauraum und Alltagsorganisation hervor. Der relative Anteil an zwei- bis dreiköpfigen Haushalten ist hier am grössten, wobei im Vergleich zu anderen Clustern auch mehr Personen aus der Agglomeration und ländlichen Räumen vertreten sind. Diese funktional-pragmatische Orientierung deckt sich mit dem Segment 2 (Moderne Arbeiter), das aus Haushalten besteht, die Wert auf Funktionalität und Preis-Leistung legen.

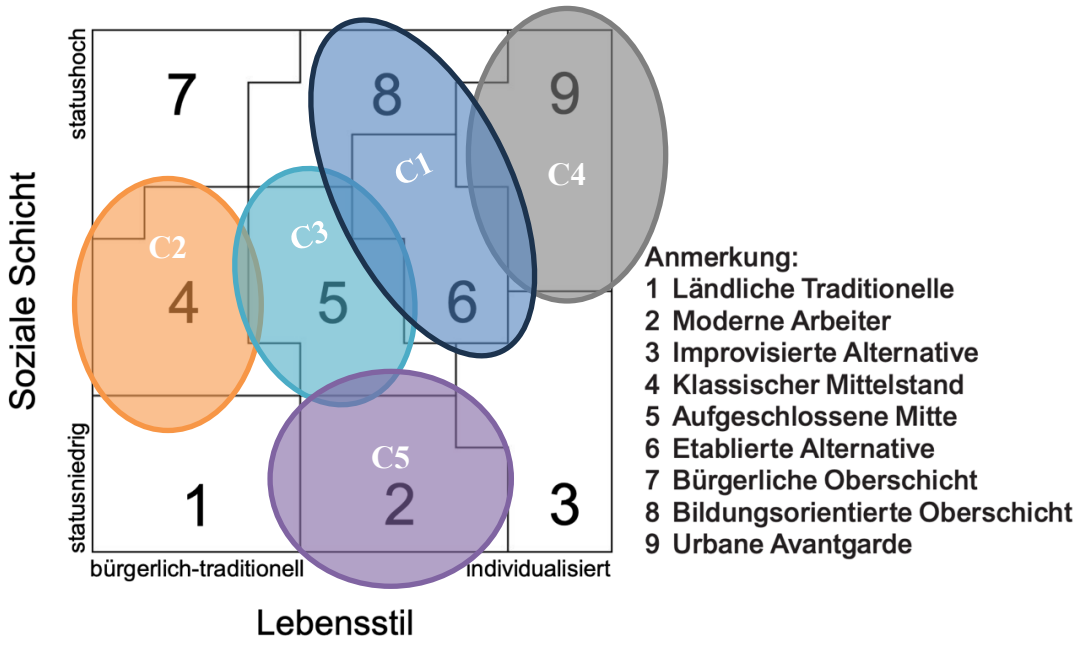

Abbildung 16: Mapping der Cluster auf das FFRE-Modell (M. Lehner, 2020)

Die Abbildung verdeutlicht, dass die gebildeten Cluster eine breite Abdeckung der von Fahrländer Partner definierten Nachfragersegmente ermöglichen. Auffällig ist, dass sich die Überlappungen primär im Zentrum des Modells konzentrieren, während die Segmente an den Rändern durch die Cluster weniger abgedeckt werden.

Nicht durch die Cluster abgebildet werden die Ländlich-Traditionellen (Segment 1), die Improvisierten Alternativen (Segment 3) sowie die Bürgerliche Oberschicht (Segment 7). Dass diese Gruppen in der Analyse fehlen, kann einerseits an den inhaltlichen Schwerpunkten des Fragebogens liegen, der primär auf Grundrisspräferenzen fokussierte. Andererseits könnte auch das Rekrutierungsverfahren der Befragten einen Einfluss haben, da bestimmte Bevölkerungsgruppen dadurch möglicherweise weniger stark vertreten waren.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, obwohl der Fragebogen thematisch enger gefasst war als die breiten FPRE-Segmente, bestehen Überschneidungen. Vier Cluster lassen sich je einem Segment zuordnen, während Cluster 1 sowohl Segment 6 (Etablierte Alternative) als auch Segment 8 (Bildungsorientierte Oberschicht) abdeckt. Die Argumentation stützt sich jeweils auf eine Kombination von Grundrisspräferenzen und relativen demografischen Besonderheiten innerhalb der Cluster, was eine nachvollziehbare und konsistente Zuordnung ermöglicht. Es ist aber darauf hinzuweisen, dass es sich bei diesem Abgleich nicht um eine systematische, strukturierte Analyse der Übereinstimmung zwischen den beiden Modellen handelt. Vielmehr dient die Darstellung als explorativer Vergleich, der erste Anhaltspunkte zu möglichen Parallelen aufzeigt. Eine vertiefte und methodisch stringente Analyse dieser Übereinstimmungen wäre Gegenstand weiterer Forschung und wird im abschliessenden Kapitel als potenzieller Forschungsbedarf hervorgehoben.

6. Schlussbetrachtung

6.1 Vertiefte Diskussion

Die Ergebnisse der Untersuchung belegen, dass Präferenzen für die Flächenaufteilung in Wohnungen deutlich nach Zielgruppen variieren und dass diese Unterschiede im Schweizer Kontext empirisch klar erfassbar sind.

Die zentrale Bedeutung des Wohn-/Essbereichs bestätigt sich. Vier der fünf gebildeten Cluster setzen diesen als oberste oder zweithöchste Priorität. Damit wird der in der

Fachliteratur mehrfach beschriebene Trend zu grossen Wohnbereichen auch in der quantitativen Analyse dieser Arbeit nachvollzogen.

Von ähnlich hoher Relevanz ist die Ausstattung mit zusätzlichen Funktionsräumen. Besonders Büro/Homeoffice und Reduit/Waschraum weisen in mehreren Clustern eine hohe Priorität auf und werden auch überdurchschnittlich oft als aufpreiswürdig bewertet. Dieser Befund spiegelt einerseits die seit der COVID-19-Pandemie verstärkte Integration von Homeoffice in den Arbeitsalltag wider, andererseits den funktionalen Mehrwert zusätzlicher Lager- und Abstellflächen in urban verdichteten Wohnsituationen.

6.2 Diskussion zu den Clustern

Die Clusteranalyse liefert im Vergleich zur Auswertung nach klassischen Wohnformen eine deutlich höhere Trennschärfe. Fünf klar voneinander abgrenzbare Präferenzprofile konnten identifiziert werden.

Cluster 1: Wohnbereich und Büro/Homeoffice. Hohe Gewichtung beider Merkmale, geeignet für urbane, berufsaktive Zielgruppen mit Hybrid-Work-Modellen.

Cluster 2: Wohnbereich und Zweites Badezimmer. Komfort- und Familienfokus mit paralleler Nutzungsmöglichkeit sanitärer Anlagen. Dieses Cluster umfasst überdurchschnittlich viele grössere Haushalte. Zusätzlich hat dieses Cluster im Vergleich zu den anderen Clustern alle Ausstattungsmerkmale überdurchschnittlich hoch bewertet.

Cluster 3: Wohnbereich und Schlafzimmer. Kombination aus Gemeinschaftsfläche und grosszügigen Rückzugsräumen, typisch für Paare ohne Kinder oder WG-taugliche Konstellationen.

Cluster 4: Büro/Homeoffice (Single-Attribut-Cluster). Die einzige Gruppe mit ausschliesslich einem dominanten Merkmal. Das Homeoffice steht an erster Stelle, alle anderen Ausstattungsmerkmale werden vergleichsweise gering bewertet.

Die Besonderheit von Cluster 4 ist, dass es als einziges Segment eine monothematische Präferenzstruktur aufweist. Während andere Cluster mehrere hoch gewichtete Merkmale kombinieren, steht hier die Funktionalität eines separaten Arbeitszimmers im Vordergrund, unabhängig von anderen räumlichen oder komfortbezogenen Aspekten.

Cluster 5: Reduit und Wohnbereich. Starker Fokus auf Stauraum bei gleichzeitig hoher Bedeutung des gemeinschaftlichen Wohnbereichs.

Überraschend fällt auf, dass grosse Schlafzimmer ausserhalb von Cluster 3 eine vergleichsweise geringe Bedeutung haben. Dies deutet darauf hin, dass verfügbare Fläche in vielen Zielgruppen eher in multifunktionale Zonen (Wohnen, Essen, Arbeiten) oder in funktionale Zusatzräume investiert wird, als in private Räume mit erhöhter Dimensionierung.

Die Analyse zeigt, dass jene Merkmale, die innerhalb der jeweiligen Cluster eine besonders hohe Bedeutung haben, gleichzeitig mit einer überdurchschnittlichen Zahlungsbereitschaft verbunden sind. Damit wird bestätigt, dass Präferenzschwerpunkte und Zahlungsbereitschaft eng miteinander verbunden sind. Somit kann eine zielgruppengerechte Grundrissgestaltung die wirtschaftliche Tragfähigkeit von Projekten steigern.

6.3 Beantwortung der Forschungsfrage

Die zentrale Forschungsfrage dieser Arbeit lautet:

Haben verschiedene Zielgruppen unterschiedliche Präferenzen bei der Flächenaufteilung innerhalb von Wohnungsgrundrissen und besteht für diese Präferenzen eine entsprechende Zahlungsbereitschaft?

Die Ergebnisse zeigen, dass beide Dimensionen, Präferenzbildung und Zahlungsbereitschaft, systematisch zwischen Zielgruppen variieren. Während die Auswertung nach klassischen Wohnformen erste Unterschiede sichtbar machte, jedoch nur begrenzt trennscharf blieb, ermöglichte die anschliessend durchgeführte Clusteranalyse eine deutlich differenziertere Abgrenzung. Es liessen sich fünf klar unterscheidbare Präferenzmuster identifizieren.

Darüber hinaus wurde ein enger Zusammenhang zwischen den geäusserten Präferenzen und der Zahlungsbereitschaft nachgewiesen. Befragte sind insbesondere für jene Merkmale bereit, einen Aufpreis zu akzeptieren, die sie zuvor als besonders relevant eingestuft haben.

Damit lässt sich festhalten, dass die Forschungsfrage positiv beantwortet werden kann. Zielgruppen unterscheiden sich sowohl in ihren Präferenzen für Grundrissmerkmale als auch in ihrer Zahlungsbereitschaft, die direkt mit diesen Präferenzen verknüpft ist. Die detaillierte Überprüfung erfolgt in den folgenden Abschnitten zu den beiden Hypothesen.

6.3.1 Hypothese 1: Präferenzen

Verschiedene Zielgruppen weisen unterschiedliche Präferenzen hinsichtlich der Flächenverteilung in Wohnungsgrundrissen auf. Die Rangordnung der Merkmale variiert systematisch zwischen den unterschiedlichen Zielgruppen.

Diese Hypothese wird durch die empirischen Befunde bestätigt. Bereits die Auswertung nach Wohnformen verdeutlichte, dass Familien grössere Schlafzimmer und zusätzlichen Stauraum stärker priorisieren, während Alleinlebende den Wohn-/Essbereich in den Vordergrund stellen. Die anschliessende Clusteranalyse ermöglichte eine noch präzisere Differenzierung. Fünf klar unterscheidbare Präferenzmuster wurden identifiziert, die von kombinierten Schwerpunkten (z. B. Wohnbereich und zweites Badezimmer in Cluster 2 oder Wohnbereich und Schlafzimmer in Cluster 3) bis hin zu einem monothematischen Profil (Cluster 4 mit ausschliesslichem Fokus auf Büro/Homeoffice) reichen. Die statistische Analyse zeigte zudem signifikante Zusammenhänge zwischen den Clustern und den demografischen Variablen Wohnsituation, Haushaltsgrösse und Alter. Damit lässt sich festhalten, dass unterschiedliche Zielgruppen tatsächlich unterschiedliche Grundrisspräferenzen aufweisen.

6.3.2 Hypothese 2: Zahlungsbereitschaft

Die Zahlungsbereitschaft der Zielgruppen steht in Zusammenhang mit ihren Präferenzschwerpunkten. Haushalte sind insbesondere für jene Ausstattungsmerkmale bereit, einen Aufpreis zu akzeptieren, welche ihren Präferenzen entsprechen.

Auch diese Hypothese wird durch die Ergebnisse gestützt. In allen Clustern zeigt sich, dass die höchste Zahlungsbereitschaft jeweils für genau jene Merkmale besteht, die im Präferenzprofil am stärksten gewichtet wurden. So weisen die Befragten in Cluster 1 eine ausgeprägte Zahlungsbereitschaft für Wohnbereich und Büro/Homeoffice auf, während in Cluster 3 der Wohnbereich und grosse Schlafzimmer dominieren. In Cluster 5 wiederum steht das Reduit und der Wohnbereich im Vordergrund. Dieses Muster unterstreicht die enge Kongruenz zwischen Präferenz und Zahlungsbereitschaft. Haushalte sind bereit, insbesondere für jene Ausstattungsmerkmale einen Aufpreis zu akzeptieren, die für sie von zentraler Bedeutung sind.

6.3.3 Zusammenfassung

Die Ergebnisse zeigen, dass unterschiedliche Zielgruppen nicht nur verschiedene Präferenzen bei der Grundrissgestaltung haben, sondern diese Präferenzen auch direkt mit einer entsprechenden Zahlungsbereitschaft verknüpft sind. Zielgruppengerechte

Grundrissgestaltung ist daher nicht nur aus wohnsoziologischer Sicht, sondern auch aus ökonomischer Perspektive sinnvoll und trägt zur wirtschaftlichen Tragfähigkeit von Immobilienprojekten bei.

6.4 Relevanz der Ergebnisse für die Immobilienentwicklung

Die Erkenntnisse dieser Arbeit weisen Implikationen für die strategische und operative Immobilienentwicklung auf.

6.4.1 Evidenzbasierte Planung

Die fünf identifizierten Präferenzcluster liefern ein empirisch fundiertes Raster, das es ermöglicht, Grundrissentscheidungen systematisch an den tatsächlichen Bedürfnissen unterschiedlicher Zielgruppen auszurichten. Für die Praxis der Immobilienentwicklung in der Schweiz bedeutet dies, dass Planungsprozesse nicht ausschliesslich auf Erfahrungswerten oder allgemeinen Markttrends beruhen müssen, sondern auf belastbaren empirischen Daten, die konkrete Nachfrageprofile abbilden. Dadurch lassen sich Grundrissvarianten gezielt auf jene Merkmale ausrichten, für die eine nachweislich hohe Zahlungsbereitschaft besteht. Insbesondere in einem Marktumfeld, das von Flächenknappheit, hohen Bodenpreisen und regulatorischen Verdichtungsvorgaben geprägt ist, trägt ein evidenzbasierter Ansatz dazu bei, Flächen effizient zu nutzen und die langfristige Wirtschaftlichkeit von Projekten zu sichern.

6.4.2 Produkt- und Preisdifferenzierung

Die identifizierten Präferenzcluster eröffnen die Möglichkeit, differenzierte Ausstattungspakete zu entwickeln, die spezifisch auf die Bedürfnisse einzelner Zielgruppen zugeschnitten sind. Auf diese Weise lassen sich standardisierte Wohnungstypologien überwinden und funktionale Nutzenaspekte in der Preisgestaltung berücksichtigen. Entscheidend ist dabei, dass sich Preisaufschläge nicht allein über die Wohnfläche begründen, sondern über den nachweisbaren Zusatznutzen einzelner Ausstattungsmerkmale, die in den Clustern als besonders relevant identifiziert wurden.

Für die Schweizer Immobilienpraxis bedeutet dies, dass die Miet- oder Verkaufspreise stärker zwischen Grundrissmerkmalen und den Präferenzen der Nachfrager ausgerichtet werden können. Dadurch wird eine differenzierte Marktpositionierung möglich, welche die Zahlungsbereitschaft gezielt adressiert und die Wettbewerbsfähigkeit von Projekten nachhaltig erhöht.

6.4.3 Vermarktung

Die identifizierten Clusterprofile lassen sich in differenzierte Vermarktungskonzepte übersetzen. Indem die jeweils zentralen Präferenzen der Segmente kommunikativ hervorgehoben werden, können Zielgruppen gezielt angesprochen und eine hohe Passung zwischen Angebot und Nachfrage signalisiert werden. Auf diese Weise wird es möglich, die Vermarktung nicht allein über generische Argumente wie Lage oder Preis zu gestalten, sondern die spezifischen funktionalen Nutzenaspekte in den Vordergrund zu stellen, die für die jeweilige Zielgruppe nachweislich relevant sind.

Für die Praxis bedeutet dies, dass die Vermarktung von Wohnungsangeboten konsequent nutzerzentriert erfolgen kann. Dadurch lässt sich die Aufmerksamkeit der relevanten Segmente gezielt steigern und die Zahlungsbereitschaft erhöhen.

6.5 Handlungsempfehlungen für zielgruppengerechtes Entwickeln

Die Analyseergebnisse ermöglichen konkrete, datenbasierte Handlungsempfehlungen für die zielgruppengerechte Planung und Realisierung von Wohnbauprojekten.

6.5.1 Clusterbasierter Wohnungsmix

Ein zentrales Element stellt die Entwicklung eines clusterbasierten Wohnungsmixes dar. Dabei empfiehlt es sich, pro Projekt z.B. drei bis vier klar profilierte Wohnungstypen zu realisieren, die sich an den in dieser Untersuchung identifizierten Clustern orientieren. Ein solcher Wohnungsmix deckt die identifizierte Spannbreite der Präferenzen ab und ermöglicht eine differenzierte Ansprache verschiedener Nutzersegmente. Für jedes Cluster lassen sich spezifische Mindeststandards ableiten, die im Planungsprozess berücksichtigt werden können.

6.5.2 Preisgestaltung

Die Preisgestaltung kann sich an den funktionalen Mehrwerten der einzelnen Merkmale orientieren. Preiszuschläge lassen sich somit nicht allein über die Wohnfläche begründen, sondern durch die gezielte Hervorhebung der spezifischen Nutzungsvorteile.

6.6 Limitationen

Die vorliegende Untersuchung unterliegt mehreren Limitationen, die bei der Interpretation der Ergebnisse berücksichtigt werden müssen.

Ein wesentlicher Punkt betrifft die Stichprobenstruktur. Bestimmte Bevölkerungsgruppen sind in der Erhebung unterrepräsentiert. Dazu zählen insbesondere Alleinerziehende, ältere Personen über 65 Jahre sowie Haushalte mit fünf oder mehr

Mitgliedern. Für diese Segmente ist die Fallzahl zu gering, um belastbare, statistisch abgesicherte Aussagen treffen zu können. Entsprechend sind die Ergebnisse für diese Zielgruppen nur eingeschränkt generalisierbar.

Darüber hinaus basiert die Datenerhebung auf einem Stated-Preference-Ansatz, bei dem die Teilnehmenden hypothetische Entscheidungen treffen (Phaneuf & Requate, 2016). Dieses methodische Vorgehen ermöglicht zwar eine klare Isolierung der Wirkung einzelner Ausstattungsmerkmale, bildet jedoch nicht alle Aspekte realer Entscheidungssituationen ab, in denen Faktoren wie Mietpreis, Lage oder Verfügbarkeit gleichzeitig eine Rolle spielen.

Ein weiterer methodischer Aspekt ist die Beschränkung der Untersuchung auf fünf innenräumliche Merkmale. Andere potenziell relevante Faktoren, beispielsweise Belichtung, Ausrichtung oder Lage, wurden nicht berücksichtigt. Nicht untersucht wurden zudem Aussen- und Nebenräume wie Balkone, Terrassen oder Keller. Die Einbeziehung solcher Merkmale könnte in künftigen Studien zusätzliche Erkenntnisse liefern und ein vollständigeres Bild der Wohnpräferenzen ermöglichen.

6.7 Weiterer Forschungsbedarf

Aus den dargestellten Limitationen ergeben sich mehrere Ansatzpunkte für weiterführende Untersuchungen.

Ein zentrales Potenzial liegt in der Erweiterung des Merkmalskatalogs, um neben den fünf in dieser Arbeit betrachteten innenräumlichen Ausstattungsmerkmalen auch weitere Faktoren wie Belichtung, Ausrichtung oder Lage in die Analyse einzubeziehen. Ebenso können künftig Aussen- und Nebenräume, etwa Balkone, Terrassen oder Keller, berücksichtigt werden. Auf diese Weise könnten umfassendere Präferenzprofile erstellt werden, die ein vollständigeres Bild der Wohnraumanforderungen unterschiedlicher Zielgruppen liefern.

Zudem könnte zukünftig die Untersuchung um eine feinere Erfassung von Lage- und Kontextfaktoren ergänzt werden, um mögliche Unterschiede innerhalb städtischer, suburbaner und ländlicher Teilmärkte präziser zu identifizieren. Auch könnten Kantone oder spezifische Regionen in der Schweiz mit in die Auswertung fliessen, um zu analysieren, ob und inwiefern sich z.B. Personen aus Bern von Personen in Zürich unterscheiden.

Ein weiterer Ansatzpunkt für zukünftige Forschung liegt in der vertieften Abstimmung der in dieser Arbeit identifizierten Cluster mit den von Fahrländer Partner entwickelten Nachfragersegmenten. Erste Überschneidungen konnten durch das Mapping bereits aufgezeigt werden, doch wäre es lohnend, diese Verbindung systematisch auszubauen. Sollten weitere empirische Analysen eine noch engere Übereinstimmung zwischen bestimmten Clustern und den etablierten FPRE-Segmenten bestätigen, ergäbe sich daraus die Möglichkeit, das bestehende Modell um konkrete Grundrisspräferenzen zu erweitern.

7. Literaturverzeichnis

ARE, B. für R. (2025). *Siedlungsentwicklung nach innen*. gefunden unter https://www.are.admin.ch/are/de/home/staedte-und-agglomerationen/strategie-und-planung/siedlungsentwicklung-nach-innen.html

Bastianello, D. (2015). *Vom kostengünstigen Wohnungsbau zur dichten Raumorganisation*. ETH Zürich, Departement für Architektur, Professur für Architektur und Bauprozess. https://www.research-collection.ethz.ch/entities/publication/81ade66a-3bcc-4dc9-9c4c-026ba2251107

Biswal. (2025). *Chi-Square Test: Formula, Types, & Examples*. Simplilearn.Com. https://www.simplilearn.com/tutorials/statistics-tutorial/chi-square-test

Carl, F. (2017). Forschungsansatz und Forschungsprozess der empirischen Untersuchung. In F. Carl (Hrsg.), *Gymnasium ohne Sitzenbleiben: Wie Lehrpersonen mit leistungsschwachen Schülerinnen und Schülern umgehen* (S. 211–244). Springer Fachmedien. https://doi.org/10.1007/978-3-658-15416-5_8

Chan, W. M. (2014). *Comparison of spatial hedonic house price models*. University of British Columbia. https://summit.sfu.ca/_flysystem/fedora/sfu_migrate/14416/FINAL%20PROJECT%20Wai%20Man%20Chan.pdf

clickworker. (2025). About clickworker—Your Data and Content Provider. *Clickworker.Com*. gefunden unter https://www.clickworker.com/about-us/

Cox, W., & Stone, L. (2025). *Homes for Young Families: A Pro-Family Housing Agenda*. Institute for Family Studies. https://ifstudies.org/report-brief/homes-for-young-families-a-pro-family-housing-agenda

Delbiaggio, K., & Wanzenried, G. (2016). *Wohnflächenkonsum und Wohnflächenbedarf* [Hochschule Luzern]. https://hub.hslu.ch/ifz/wp-content/blogs.dir/165/files/sites/6/2016/12/Wanzenried-Gabrielle_Delbiaggio-Katia_Studie-Wohnflaechenbedarf-und-Wohnflaechenkonsum_161213.pdf?

Dieleman, F. M. (2001). *Modelling residential mobility; a review of recent trends in research*. Urban Research centre Utrecht. http://www.individual.utoronto.ca/helderman/Dieleman_Modelling_residential_mobility.pdf

Federal Statistical Office. (2025, 17. Februar). *Private households by household type—2023 | Diagram*. Federal Statistical Office. gefunden unter https://www.bfs.admin.ch/asset/en/33827230

Flade, A. (1986). Evaluation of Housing Floor Plans with Regard to Meeting Family Needs. *Children, Youth and Environments*, *3*(1), 68–72.

Gao, X., Asami, Y., Zhou, Y., & Ishikawa, T. (2013). Preferences for Floor Plans of Medium-Sized Apartments: A Survey Analysis in Beijing, China. *Housing Studies*, *28*(3), 429–452.

Hagen, L. (2025, 1. Juli). *Warum die Schweiz zu wenig Wohnungen hat*. Aargauer Zeitung. gefunden unter https://www.aargauerzeitung.ch/schweiz/neue-studie-die-schweiz-hat-zu-wenig-wohnungen-jetzt-ist-klar-warum-ld.2790706

Halket, J., & Vasudev, S. (2014). Saving up or settling down: Home ownership over the life cycle. *Review of Economic Dynamics*, *17*(2), 345–366. https://doi.org/10.1016/j.red.2013.06.002

Horizon, S. (2025, 3. Juni). *The Psychology of Shared Living: What Tenants Actually Want in a Rooming House*. gefunden unter https://www.stonehorizon.com.au/stone-horizon-blog/the-psychology-of-shared-living-what-tenants-actually-want-in-a-rooming-house

Hunt, J. D., McMillan, J. D. P., & Abraham, J. E. (1994). Stated Preference Investigation of Influences on Attractiveness of Residential Locations. *Transportation Research Record*, *1466*. https://trid.trb.org/View/425325

Implenia. (2016, 29. September). *Modernisierungs- und Entwicklungsstudie von Implenia und der Hochschule Luzern rückt Zielgruppenbedürfnisse im Wohnungsbau in den Fokus*. https://implenia.com/medien/artikel/modernisierungs-und-entwicklungsstudie-von-implenia-und-der-hochschule-luzern-rueckt-zielgruppenbeduerfnisse-im-wohnungsbau-in-den-fokus/

Jevtić, A. (2024). *Immobilienproduktentwicklung: Eine umfassende Untersuchung für Unternehmen und Entwickler* [Thesis, Technische Universität Wien]. https://repositum.tuwien.at/handle/20.500.12708/197617

Joosten, H., & von Malottki, Dr. C. (2020). *Wohnquartiere zielgruppengerecht entwickeln*. BPD Immobilienentwicklung. https://www.bpd-immobilienentwicklung.de/media/ivkgggpt/bpd_publikation_zielgruppenprognose_stand2020_web.pdf

Karabağ, Ç., & Alptekin, G. Ö. (2022). Real Estate 4.0 & brand ('ed housing) positioning. *Journal of Construction Engineering, Management & Innovation*, *5*(4), 269–285. https://doi.org/10.31462/jcemi.2022.04269285

Kerr, J. (2018, Mai 25). The 7 Home Features Buyers Want the Most. *Organized Interiors Blog*. https://www.organizedinteriors.com/blog/home-features-buyers-want-most/

Laubacher, R. (2023, 7. März). *Wohnungsnot in der Schweiz—Soll der Staat eingreifen?* Schweizer Radio und Fernsehen (SRF). gefunden unter https://www.srf.ch/radio-srf-1/wohnungsnot-in-der-schweiz-soll-der-staat-eingreifen

Lehner, M. (2020, 3. August). *Nachfragersegmente im Büromarkt | FPRE*. gefunden unter https://fahrlaenderpartner.de/marktdaten/nachfragersegmente/nachfragersegmente-im-bueromarkt/

Lehner, S., Hohgardt, H., & Umbricht, B. (2024). *Wohnraumnutzung aus individueller Sicht: Was brauchen bzw. wünschen sich Herr und Frau Schweizer wirklich?* Bundesamt für Wohnungswesen BWO. https://doi.org/10.21256/zhaw-2502

Lenhard, A., Dettelbach, P., & Lenhard, W. (2018). *Kontinuierliche Normierung auf dem Prüfstand*.

Lersch, P. M., & Vidal, S. (2014). Falling Out of Love and Down the Housing Ladder: A Longitudinal Analysis of Marital Separation and Home Ownership. *European Sociological Review*, *30*(4), 512–524. https://doi.org/10.1093/esr/jcu055

Leske, & Budrich. (2013). *Lebensstile, Wohnbedürfnisse und räumliche Mobilität*. Springer-Verlag.

Leutenegger, M. (2025, 10. April). Wohnungsnot in der Schweiz: Wie schlimm es wirklich steht. *SWI swissinfo.ch*. gefunden unter https://www.swissinfo.ch/ger/demografie/wohnungsnot-in-der-schweiz-wie-schlimm-es-wirklich-steht/89132249

Lüthi, S. (2024, 3. Oktober). Wohnsituation und Wünsche der jüngeren Generation. *Wüest Partner*. gefunden unter https://www.wuestpartner.com/ch-de/2024/10/03/wohnsituation-und-wuensche-der-juengeren-generation/

Morrow-Jones, H. A., & Wenning, M. V. (2005). The Housing Ladder, the Housing Life-cycle and the Housing Life-course: Upward and Downward Movement among Repeat Home-buyers in a US Metropolitan Housing Market. *Urban Studies*, *42*(10), 1739–1754. https://doi.org/10.1080/00420980500231647

Murtaugh, P. A. (2014). In defense of P values. *Ecology*, *95*(3), 611–617. https://doi.org/10.1890/13-0590.1

Phaneuf, D. J., & Requate, T. (Hrsg.). (2016). Stated Preference Methods. In *A Course in Environmental Economics: Theory, Policy, and Practice* (S. 572–616). Cambridge University Press. https://doi.org/10.1017/9780511843839.023

Riley, B. (2024, 4. Dezember). 5 House Plans that Prioritize Family. *Patterson Homes*. gefunden unter https://www.pattersonhomes.com/designing-dreams-5-house-plans-that-prioritize-family-comfort/

Rosen, S. (1974). Hedonic Prices and Implicit Markets: Product Differentiation in Pure Competition. *Journal of Political Economy*, *82*(1), 34–55. https://doi.org/10.1086/260169

Scheiner, J., Frank, S., Gerwinat, V., Schimohr, K., & Wismer, A. (2023). *Homeoffice als Chance für den Wohnungsmarkt – und als Rolle rückwärts für die Verkehrswende*.

Schellenbauer, P. (2018, 21. Februar). *Land-use planning and the housing market of the future: Less regulations and particularly better*. https://sps.swiss/en/stories/story-detail/land-use-planning-and-the-housing-market-of-the-future-less-regulations-and-particularly-better

Schulz, R., Watson, V., & Wersing, M. (2023). Teleworking and housing demand. *Regional Science and Urban Economics*, *101*, 103915. https://doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2023.103915

Siegert, J., Foust, J., & Crakes, S. (2017). *Life-Cycle Housing*. https://scottcda.org/wp-content/uploads/2019/05/Life-CycleHousingPPTPrior-Lake_Presentation2017.pdf

Siegrist, S. (2023). *How remote working shapes where and how we live in the future*. KOF Swiss Economic Institute. gefunden unter https://www.euroconstruct.org/news/2023_08_ch/

Sinus. (2025). *Sinus-Milieus Schweiz* [SINUS Markt- und Sozialforschung 2025]. Sinus-Milieus Schweiz. gefunden unter https://www.sinus-institut.de/sinus-milieus/sinus-milieus-schweiz

Solovev, K., & Pröllochs, N. (2021). Integrating Floor Plans into Hedonic Models for Rent Price Appraisal. *Proceedings of the Web Conference 2021*, 2838–2847. https://doi.org/10.1145/3442381.3449967

Soub, N. M. H., & Memikoğlu, İ. (2020). *Exploring the Preferences for Micro-Apartments*. *8*(2).

Steele, A. (2025). *Behavioral Science, Applied.* The Decision Lab. https://thedecisionlab.com/reference-guide/statistics/discrete-choice-experiment

Syakur, M. A., Khotimah, B. K., Rochman, E. M. S., & Satoto, B. D. (2018). Integration K-Means Clustering Method and Elbow Method For Identification of The Best Customer Profile Cluster. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, *336*(1), 012017. https://doi.org/10.1088/1757-899X/336/1/012017

Vaziri, N. (2021). *Der ideale Grundriss für Rendite-Immobilien?!* ThinkImmo. gefunden unter https://thinkimmo.com/blog/der-ideale-grundriss-für-rendite-immobilien

Veigl, S. (2024). *Studie über Wohnraumnutzung in der Schweiz*. ZHAW. https://impact.zhaw.ch/de/artikel/viele-zimmer-und-ein-buero

Weaver, S. (2025, 18. August). *New homes are smaller – but more expensive – per square foot, study finds* [Text.Article]. FOX Local; LiveNOW from FOX | Breaking News, Live Events. gefunden unter https://www.livenowfox.com/news/new-homes-smaller-more-expensive-per-square-foot-study

Wiedenbeck, M., & Züll, C. (2001). *Klassifikation mit Clusteranalyse: Grundlegende Techniken hierarchischer und K-means-Verfahren* (Bd. 10). Zentrum für Umfragen, Methoden und Analysen -ZUMA-.

Wiedenbeck, M., & Züll, C. (2010). Clusteranalyse. In C. Wolf & H. Best (Hrsg.), *Handbuch der sozialwissenschaftlichen Datenanalyse* (S. 525–552). VS Verlag für Sozialwissenschaften. https://doi.org/10.1007/978-3-531-92038-2_21

Wing, & Chin. (2003). A Critical Review of Literature on the Hedonic Price Model. *ResearchGate*. https://www.researchgate.net/publication/255726402_A_Critical_Review_of_Literature_on_the_Hedonic_Price_Model

Yang, F. (2009). Consumption over the life cycle: How different is housing? *Review of Economic Dynamics*, *12*(3), 423–443. https://doi.org/10.1016/j.red.2008.06.002

Young, L. S., & Yoo, S. (2019). Willingness to pay for accessible elderly housing in Korea. *International Journal of Strategic Property Management*. https://doi.org/10.3846/ijspm.2019.11095

8. Anhang

Anhang 1: Fragebogen

**1. Leben Sie aktuell in einem eigenen Haushalt (alleine, mit Partner:in, Kindern oder in einer WG), für den Sie (mit)verantwortlich sind? **

- Ja
- Nein → [Beenden mit Dank]

**2. Wie alt sind Sie? **

- Unter 18 Jahre → [Beenden mit Dank]
- 18–24
- 25–34
- 35–44
- 45–54
- 55–64
- 65 oder älter

Soziodemografische Angaben

**3. In welcher Region wohnen Sie? **

- In einer Stadt
- In der Agglomeration oder einem Vorort
- In einem ländlichen Gebiet oder in einem Dorf

**4. Wie viele Personen leben derzeit in Ihrem Haushalt? **

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5 oder mehr

**5. Welche der folgenden Aussagen beschreibt Ihre Wohnsituation am besten? **

- Ich lebe allein
- Ich lebe mit meinem Partner / meiner Partnerin
- Ich lebe mit meinem Partner / meiner Partnerin und Kind(ern)
- Ich lebe nur mit (einem) Kind(ern)
- Ich lebe in einer Wohngemeinschaft

**6. Angenommen, Sie ziehen jetzt in eine neue Wohnung: Was ist Ihnen dabei am wichtigsten? (max. 2 auswählen) **

[Mehrfachantwort – max. 2]

- Grosszügiger Wohn-/Essbereich
- Grosses Schlafzimmer
- Reduit / Eigener Waschraum
- Zweites Badezimmer / Gäste-WC
- Separates Büro / Home Office

**7. Wie wichtig sind Ihnen die folgenden Räume in einer Wohnung? (1 = gar nicht wichtig, 5 = sehr wichtig) **

Wohnbereich	Bewertung
Grosser Wohn-/Essbereich	○ ○ ○ ○ ○
Grosses Schlafzimmer	○ ○ ○ ○ ○
Separates Büro / Homeoffice	○ ○ ○ ○ ○
Reduit oder Abstellraum	○ ○ ○ ○ ○
Eigener Waschraum	○ ○ ○ ○ ○
Zweites Bad oder Gäste-WC	○ ○ ○ ○ ○

**8. Bitte ordnen Sie die folgenden fünf Aspekte nach Ihrer persönlichen Priorität bei der Wohnungsgestaltung. **

(1 = höchste Priorität, 5 = niedrigste)

- Grosszügiger Wohn-/Essbereich
- Grosses Schlafzimmer
- Reduit / Eigener Waschraum
- Zweites Badezimmer / Gäste-WC
- Separates Büro / Home Office

**9. Vorausgesetzt, dass ihr verfügbares Haushaltsbudget dies zulassen würde, wären Sie bereit, für eine Wohnung, die genau Ihren Bedürfnissen bezüglich Raumaufteilung und Raumgrösse entspricht, mehr zu bezahlen als für eine Standardwohnung in gleicher Lage, Qualität und mit gleicher Fläche? **

- Ja, bis zu 5 % mehr
- Ja, bis zu 10 % mehr
- Ja, bis zu 15 % mehr
- Ja, über 15 % mehr
- Nein, ich wäre nicht bereit, mehr zu zahlen

**10. Wären Sie bereit, für die folgenden Ausstattungsmerkmale einer Wohnung mehr Miete zu zahlen als für eine vergleichbare Wohnung ohne diese Merkmale – bei gleichbleibender Wohnfläche? **

	Ja	Unsicher	Nein
- Grosszügiger Wohn-/Essbereich	X	X	X
- Grosses Schlafzimmer	X	X	X
- Reduit / Eigener Waschraum	X	X	X
- Zweites Badezimmer / Gäste-WC	X	X	X
- Separates Büro / Home Office	X	X	X

** Schluss - Dankens Formulierung für Teilnehmer hier schreiben **

Anhang 2: R-Code der Auswertung

```
required_pkgs <- c(
  "readxl", "dplyr", "tidyr", "stringr", "janitor",
  "ggplot2", "purrr", "tibble", "forcats", "scales", "fmsb"
)
new_pkgs <- required_pkgs[!(required_pkgs %in% installed.packages()[,"Package"])]
if(length(new_pkgs)) install.packages(new_pkgs, dependencies = TRUE)
invisible(lapply(required_pkgs, library, character.only = TRUE))

set.seed(42)

# Pfad zur Excel-Datei
excel_path <- "Gesäuberte Daten UZH Umfrage CUREM Masterarbeit.xlsx"
sheet_name <- "Tabelle1"

# Daten laden -----------------------------------------------------
raw <- readxl::read_excel(excel_path, sheet = sheet_name)
df  <- raw %>% janitor::clean_names()

# Hilfsfunktionen -------------------------------------------------
`%ni%` <- Negate(`%in%`)
```

```
# Originalspaltennamen (mit Zeilenumbrüchen) ermitteln, um die 5 Merkmale & Variablen robust zu finden

col_lookup <- tibble(orig = names(raw), clean = names(df))


pick_col <- function(pattern){

  # sucht in den Originalnamen, gibt bereinigten Namen zurück

  idx <- stringr::str_which(col_lookup$orig, pattern)

  stopifnot(length(idx) == 1)

  col_lookup$clean[idx]

}


# Relevante Variablen (per Muster) --------------------------------

col_wichtig_wohn   <- pick_col("Wie wichtig.*\\[Grosszügiger Wohn-/Essbereich\\]")

col_wichtig_schlaf <- pick_col("Wie wichtig.*\\[Grosse Schlafzimmer\\]")

col_wichtig_reduit <- pick_col("Wie wichtig.*\\[Eigenes Reduit / Waschraum\\]")

col_wichtig_bad    <- pick_col("Wie wichtig.*\\[Zweites Badezimmer / Gäste-WC\\]")

col_wichtig_buero  <- pick_col("Wie wichtig.*\\[Separates Büro / Home Office\\]")


col_alter          <- pick_col("^Wie alt sind Sie")

col_region         <- pick_col("^In welcher Region wohnen Sie")

col_hhgr           <- pick_col("^Wie viele Personen leben derzeit in Ihrem Haushalt")

col_wohnsit        <- pick_col("^Welche der folgenden Aussagen beschreibt Ihre Wohnsituation")
```

```
col_pay_wohn <- pick_col("^Wären Sie bereit.*\\[Grosszügiger Wohn-/Essbereich\\]")
col_pay_schlaf <- pick_col("^Wären Sie bereit.*\\[Grosse Schlafzimmer\\]")
col_pay_reduit <- pick_col("^Wären Sie bereit.*\\[Eigenes Reduit / Waschraum\\]")
col_pay_bad <- pick_col("^Wären Sie bereit.*\\[Zweites Badezimmer / Gäste-WC\\]")
col_pay_buero <- pick_col("^Wären Sie bereit.*\\[Separates Büro / Home Office\\]")

# Kurznamen für spätere Tabellen/Grafiken
pref_cols <- c(
  Wohnbereich = col_wichtig_wohn,
  Schlafzimmer = col_wichtig_schlaf,
  Reduit = col_wichtig_reduit,
  `2. Bad` = col_wichtig_bad,
  Büro = col_wichtig_buero
)

pay_cols <- c(
  Wohnbereich = col_pay_wohn,
  Schlafzimmer = col_pay_schlaf,
  Reduit = col_pay_reduit,
  `2. Bad` = col_pay_bad,
  Büro = col_pay_buero
)
```

```
# Stichprobenbeschreibung ---------------------------------------------
tab_perc <- function(x){
  x <- factor(x)
  tb <- as.data.frame(table(x, useNA = "ifany"))
  tb$perc <- round(tb$Freq / sum(tb$Freq) * 100, 1)
  tb[order(tb$Freq, decreasing = TRUE),]
}

alter_tab   <- tab_perc(df[[col_alter]])
region_tab  <- tab_perc(df[[col_region]])
hhgr_tab    <- tab_perc(df[[col_hhgr]])
wohnsit_tab <- tab_perc(df[[col_wohnsit]])

print(list(Alter = alter_tab, Region = region_tab,
           Haushaltsgroesse = hhgr_tab, Wohnsituation = wohnsit_tab))

# Wohnformen-Mapping & Radar ----------------------------------
# Mapping exakt wie verwendet (inkl. Space am Ende beim Alleinerziehend-Original)
df <- df %>%
  mutate(
    wohnform = dplyr::case_when(
      df[[col_wohnsit]] == "Ich lebe allein" ~ "Alleinlebend",
      df[[col_wohnsit]] == "Ich lebe in einer Wohngemeinschaft" ~ "Wohngemeinschaft",
```

```
    df[[col_wohnsit]] == "Ich lebe mit (einem) Kind(ern) " ~ "Alleinerziehend",
    df[[col_wohnsit]] == "Ich lebe mit meinem Partner / meiner Partnerin" ~ "Paar ohne Kinder",
    df[[col_wohnsit]] == "Ich lebe mit meinem Partner / meiner Partnerin und Kind(ern)" ~ "Familie mit Kindern",
    TRUE ~ NA_character_
  )
)

# gewünschte Reihenfolge
wohnform_order <- c("Alleinlebend","Wohngemeinschaft","Alleinerziehend","Paar ohne Kinder","Familie mit Kindern")

wohnform_means <- df %>%
  group_by(wohnform) %>%
  summarize(across(all_of(pref_cols), ~mean(as.numeric(.), na.rm = TRUE))) %>%
  ungroup() %>%
  filter(wohnform %in% wohnform_order) %>%
  mutate(wohnform = factor(wohnform, levels = wohnform_order)) %>%
  arrange(wohnform)

# Radarplot mit fmsb (Skala 1..5, nur ganze Ticks)
radar_df <- wohnform_means %>%
  select(-wohnform)
```

```
# fmsb braucht top/bottom rows (max/min) vorneweg
radar_mat <- rbind(
  rep(5, ncol(radar_df)),
  rep(1, ncol(radar_df)),
  as.matrix(radar_df)
)
radar_mat <- as.data.frame(radar_mat)
colnames(radar_mat) <- colnames(radar_df)
rownames(radar_mat) <- c("max","min", as.character(wohnform_means$wohnform))


op <- par(mar = c(1,1,1,1))
fmsb::radarchart(
  radar_mat,
  axistype = 1,
  seg = 4,            # ergibt Ticks bei 1,2,3,4,5
  cglty = 1,
  cglwd = 0.8,
  cglcol = "grey70",
  axislabcol = "grey20",
  vlcex = 0.9,
  title = "Präferenzprofil nach Wohnformen (geordnet, ganze Skala)"
)
legend("topright", legend = rownames(radar_mat)[-c(1,2)], bty = "n", cex = 0.8)
par(op)
```

```
# Pakete

install.packages(c("readxl", "dplyr", "stringr", "ggplot2", "fmsb"), dependencies = TRUE)

library(readxl)

library(dplyr)

library(stringr)

library(ggplot2)

library(fmsb)


# Clusteranalyse ) ----------------------------------------------------------------------------------
---

# ----------------------------------------------------------------

# 1) Daten einlesen

# ----------------------------------------------------------------

# Pfad ggf. anpassen:

file_path <- "CUREM_Daten Quantitative Befragung Cluster.xlsx"

raw <- read_excel(path = file_path, sheet = "Tabelle1")


# ----------------------------------------------------------------

# 2) Nur 1–5-Skalenfragen auswählen

# (erkennbar an der Frageformulierung "Wie wichtig sind Ihnen ...")

# ----------------------------------------------------------------
```

```
scale_cols <- names(raw)[str_detect(names(raw), fixed("Wie wichtig sind Ihnen", ignore_case = TRUE))]

X <- raw[, scale_cols]


# Sicherheit: Spalten als numerisch casten (falls als Text eingelesen)

X <- X %>%

  mutate(across(everything(), ~ suppressWarnings(as.numeric(.))))


# Zeilen mit NAs verwerfen (wie in der Python-Analyse)

X <- X %>% tidyr::drop_na()


# ------------------------------------------------------------

# 3) Z-Standardisierung

# ------------------------------------------------------------

X_scaled <- scale(X)

# (Matrix -> data.frame, Namen behalten)

X_scaled <- as.data.frame(X_scaled)

colnames(X_scaled) <- scale_cols


# ---------------------------------------------------------

# 4) Elbow-Chart (k = 2..7)

# ----------------------------------------------------------

set.seed(42)

k_range <- 2:7
```

```
inertia <- sapply(k_range, function(k) {
  km <- kmeans(X_scaled, centers = k, nstart = 10, iter.max = 300)
  km$tot.withinss
})

elbow_df <- data.frame(k = k_range, inertia = inertia)

ggplot(elbow_df, aes(k, inertia)) +
  geom_line() +
  geom_point() +
  labs(title = "Elbow-Methode zur Bestimmung der Clusteranzahl",
       x = "Anzahl Cluster (k)",
       y = "Inertia (Sum of Squared Distances)") +
  theme_minimal(base_size = 12)

# ----------------------------------------------------------
# 5) K-Means mit k = 5
# ----------------------------------------------------------
set.seed(42)
km5 <- kmeans(X_scaled, centers = 5, nstart = 10, iter.max = 300)
clusters <- km5$cluster
```

```
# ----------------------------------------------------------------
# 6) Spinnennetz (Radar) der Clusterprofile
#    - wir berechnen Mittelwerte (1–5 Skala) je Cluster *auf den Originalwerten*,
#      damit die Achse 1..5 Sinn ergibt.
# ----------------------------------------------------------------


# Kurze, gut lesbare Labels aus eckigen Klammern extrahieren (falls vorhanden)
short_labels <- function(v) {
  out <- str_match(v, "\\[([^\\]]+)\\]$")[,2]
  out[is.na(out)] <- v[is.na(out)]
  out
}
labels <- short_labels(scale_cols)


# Clusterprofile (Mittelwerte 1..5)
profile <- X %>%
  mutate(.cluster = clusters) %>%
  group_by(.cluster) %>%
  summarise(across(all_of(scale_cols), ~ mean(.x, na.rm = TRUE)), .groups = "drop") %>%
  arrange(.cluster)


# fmsb erwartet:
# - erste Zeile: Max-Werte; zweite Zeile: Min-Werte
```

```
# - danach je Gruppe/Cluster eine Zeile
radar_df <- rbind(
  setNames(as.list(rep(5, ncol(X))), scale_cols),
  setNames(as.list(rep(1, ncol(X))), scale_cols),
  as.data.frame(profile[ , scale_cols])
)
rownames(radar_df) <- c("MAX", "MIN", paste0("Cluster ", profile$.cluster))

# Für schönere Achsenbeschriftungen ersetzen wir Spaltennamen im Objekt
colnames(radar_df) <- labels

# Plot
op <- par(mar = c(2, 2, 4, 8))  # Platz für Legende rechts
colors_border <- c("#1B9E77","#D95F02","#7570B3","#E7298A","#66A61E")
colors_in    <- scales::alpha(colors_border, 0.20)

radarchart(
  radar_df,
  axistype = 1,            # 1..5 konzentrische Kreise
  seg = 4,                 # 4 Segmente -> 1..5
  cglty = 1, cglwd = 0.8,   # Gitterlinien
  cglcol = "grey80",
  pcol  = colors_border,
  pfcol = colors_in,
```

```
  plwd  = 2,
  plty  = 1,
  title = "Spinnennetz-Diagramm der Clusterprofile (k = 5)"
)

legend("right",
       legend = paste0("Cluster ", profile$.cluster),
       col = colors_border, pt.bg = colors_in,
       lty = 1, lwd = 2, bty = "n", xpd = TRUE)

par(op)
```

```
# Einflussfaktoren per Chi2  ---------------------------------
sub <- df %>% filter(!is.na(cluster))

# Wohnsituation vs Cluster
tbl_wohn <- table(sub[[col_wohnsit]], sub$cluster)
chi_wohn <- chisq.test(tbl_wohn)

# Region vs Cluster
tbl_region <- table(sub[[col_region]], sub$cluster)
```

```
chi_region <- chisq.test(tbl_region)


# Alter (kategorial) vs Cluster

tbl_alter <- table(sub[[col_alter]], sub$cluster)

chi_alter <- chisq.test(tbl_alter)


# Haushaltsgrösse (kategorial) vs Cluster

tbl_hh <- table(as.character(sub[[col_hhgr]]), sub$cluster)

chi_hh <- chisq.test(tbl_hh)


chi2_results <- tibble(

  Variable = c("Wohnsituation","Region","Alter","Haushaltsgrösse"),

  Chi2 = c(chi_wohn$statistic, chi_region$statistic, chi_alter$statistic, chi_hh$statistic)
%>% as.numeric(),

  p_value = c(chi_wohn$p.value, chi_region$p.value, chi_alter$p.value, chi_hh$p.value)

)

print(chi2_results)


# Zahlungsbereitschaft ----------------------------------------

# Werte sind "Ja", "Nein", "Unsicher" – prüfen & Anteile gesamt

check_levels <- map(pay_cols, ~ sort(unique(df[[.x]])))

print(check_levels)


# Gesamt: Anteil "Ja" / "Unsicher" / "Nein" pro Merkmal
```

```
pay_total <- map_df(names(pay_cols), function(lbl){
  v <- df[[pay_cols[[lbl]]]]
  tibble(
    Merkmal = lbl,
    Ja = mean(v == "Ja", na.rm = TRUE)*100,
    Unsicher = mean(v == "Unsicher", na.rm = TRUE)*100,
    Nein = mean(v == "Nein", na.rm = TRUE)*100
  )
}) %>%
  select(Merkmal, Ja, Nein, Unsicher) %>%
  mutate(across(c(Ja,Nein,Unsicher), ~round(., 1)))

print(pay_total)

# Je Cluster: Anteil "Ja" pro Merkmal
pay_by_cluster <- sub %>%
  group_by(cluster) %>%
  summarize(across(all_of(pay_cols), ~mean(. == "Ja", na.rm = TRUE)*100)) %>%
  ungroup() %>%
  arrange(cluster)

# Spalten benennen
colnames(pay_by_cluster) <- c("Cluster", names(pay_cols))
pay_by_cluster <- pay_by_cluster %>%
```

```
  mutate(across(-Cluster, ~round(., 1)))


# Cluster-Namen mergen
pay_by_cluster <- pay_by_cluster %>%
  left_join(cluster_means %>% select(cluster, cluster_name), by = c("Cluster" = "cluster")) %>%
  relocate(cluster_name, .after = Cluster)


print(pay_by_cluster)


# Je Cluster (nur „Ja“)
ggplot(pay_by_cluster %>% pivot_longer(cols = all_of(names(pay_cols)), names_to = "Merkmal", values_to = "Ja_Prozent"),
       aes(x = fct_reorder(paste0("C", Cluster, " – ", cluster_name), Cluster), y = Ja_Prozent, fill = Merkmal)) +
  geom_col(position = "dodge") +
  coord_flip() +
  scale_y_continuous(labels = percent_format(scale = 1)) +
  labs(title = "Zahlungsbereitschaft („Ja“) je Cluster", x = "", y = "Anteil Ja (%)") +
  theme_minimal()
```

Danksagung des Autors

Ein besonderer Dank gilt Herrn David Naef für die Bereitschaft, diese Masterarbeit zu betreuen, sowie für die wertvolle Unterstützung und Begleitung während des gesamten Arbeitsprozesses.

Dank gebührt ebenso allen Teilnehmerinnen und Teilnehmern der quantitativen Befragung. Ihre Bereitschaft, Einschätzungen und Präferenzen zu teilen, hat die empirische Untersuchung und damit die vorliegenden Analysen erst ermöglicht.

Stellungnahme zu künstlicher Intelligenz

Im Rahmen der Erstellung dieser Arbeit wurde Künstliche Intelligenz (KI) in unterstützender Funktion eingesetzt. Konkret unterstützte KI bei der Recherche relevanter Literatur sowie punktuelle sprachliche Unterstützung, etwa bei der Korrektur von Grammatik und Rechtschreibung oder bei der Formulierung zur sprachlichen Präzisierung. Die inhaltliche Verantwortung sowie die wissenschaftliche Argumentation liegen vollständig beim Verfasser dieser Arbeit.

Ehrenwörtliche Erklärung

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und ohne Benutzung anderer als der angegebenen Hilfsmittel angefertigt habe. Mir ist bekannt, dass ich die volle Verantwortung für die Wissenschaftlichkeit des vorgelegten Textes selbst übernehme, auch wenn KI-Hilfsmittel eingesetzt und deklariert wurden. Alle Stellen, die wörtlich oder sinngemäss aus veröffentlichten oder nicht veröffentlichten Schriften entnommen wurden, sind als solche kenntlich gemacht. Die Arbeit ist in gleicher oder ähnlicher Form oder auszugsweise im Rahmen einer anderen Prüfung noch nicht vorgelegt worden.

Cham, den 01.09.2025

_____

Nils Escher