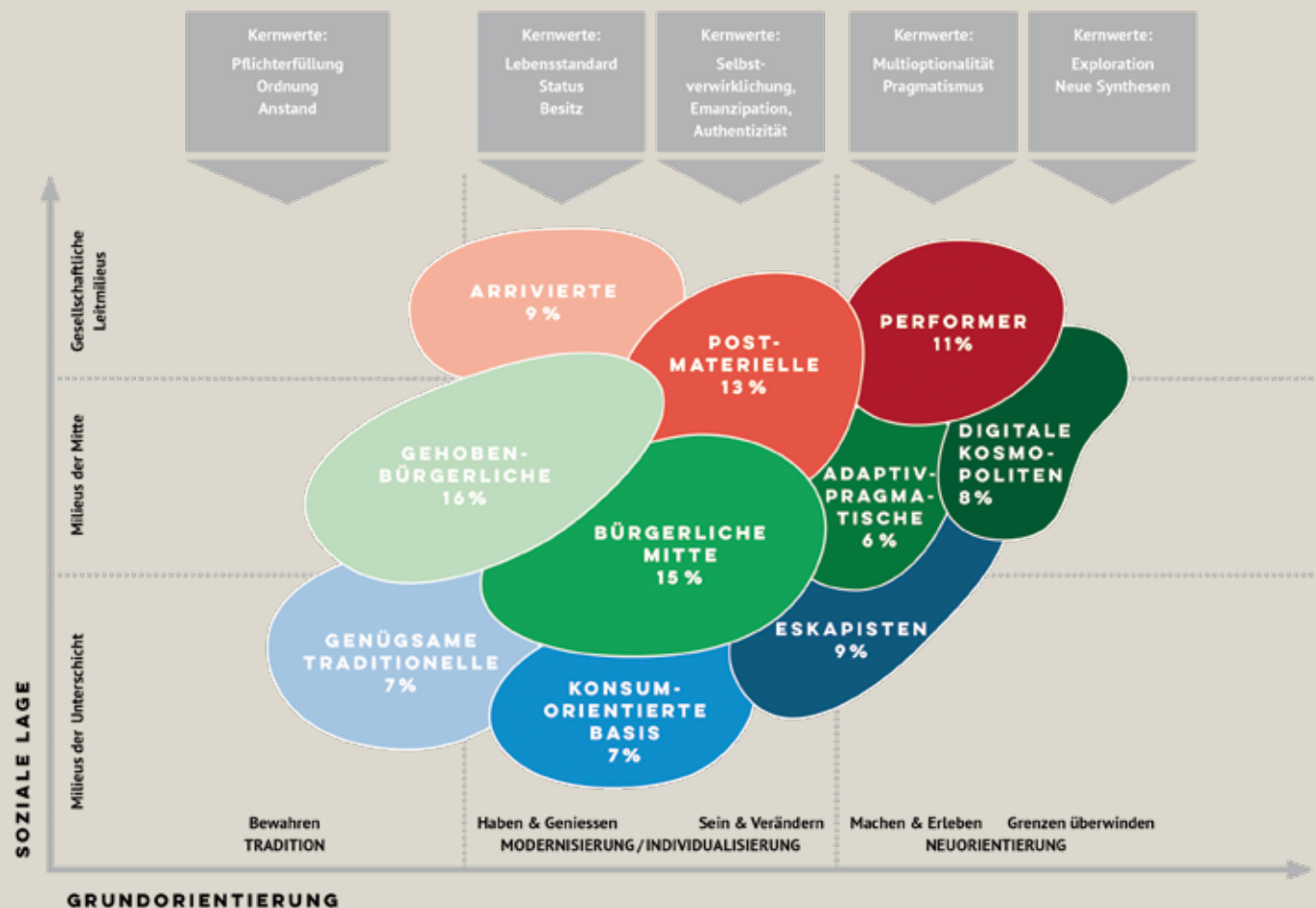


DURCHMISCHUNG ODER FOKUSSIERUNG?

Bauträger sind aus Vermarktungsüberlegungen gehalten, ihre Projekte auf klar umrissene Zielgruppen auszurichten. Die Publikation «Sinus-Milieus Wohn- und Lebenswelten Schweiz» zeigt, dass dies nicht im Widerspruch zur Forderung nach Durchmischung stehen muss. **TEXT – IVO CATHOMEN***

DIE ZEHN MILIEUS DER SCHWEIZER GESELLSCHAFT

Quelle: «Sinus-Milieus Wohn- und Lebenswelten Schweiz», www.wohnllebenswelten.ch



► SCHEINBARES DILEMMA

Soziale Durchmischung ist für Stadt- und Quartierplaner eine unumstössliche Maxime. Zuweilen führt dies so weit, dass sich Bauträger von Entwicklungsprojekten Auflagen hinsichtlich der Vielfalt des Wohnangebots gefallen lassen müssen – vor allem bei grösseren Entwicklungsge-

bieten. Allerdings gilt der Grundsatz nicht absolut. Das Bundesamt für Raumentwicklung (ARE) kommt in der Studie «Soziale Mischung und Quartierentwicklung: Anspruch versus Machbarkeit» zum Schluss, dass soziale Durchmischung eine Frage der Massstäblichkeit ist: Je grösser das Gebiet, desto heterogener, je kleiner der Perimeter,

desto homogener ist die Bevölkerung bezüglich ihrer sozialen Merkmale.

Für Entwickler und Vermarkter von Wohnbauprojekten ist umgekehrt eine klare Fokussierung auf bestimmte Zielgruppen von Mietern und Käufern unabdingbar. Dies kommt in der Lage und besonders aber in der Ausgestaltung und Ausstattung der Liegenschaft zum Ausdruck. Viele Details machen hier den Unterschied, ob sich Interessenten angesprochen fühlen oder nicht. Die Publikation «Sinus-Milieus Wohn- und Lebenswelten Schweiz» zeigt, dass längst nicht jede Lage für jedes Zielpublikum ansprechend ist und dass bei der Planung des Baus Überlegungen über

ANZEIGE

www.visualisierung.ch

die künftigen Nutzer und deren Bedürfnisse einfließen müssen. In einer langwierigen und aufwendigen Arbeit hat eine Fachgruppe die vielfältigen Präferenzen von Milieus mit gleicher Werthaltung über die unterschiedlichen Wohn- und Lebensbedürfnisse der Schweizer Bevölkerung gelegt. Das Werk, bestehend aus einem Nachschlagekatalog und einem Online-Tool, ist von SVIT Schweiz und acasa Immobilienmarketing GmbH in Zusammenarbeit mit dem Sinus Institut herausgegeben worden.

Legt man die beiden Zielsetzungen – jene der sozialen Durchmischung und jene der Kundenfokussierung – übereinander, ergibt sich ein scheinbares Dilemma: Wie kann eine Fokussierung erreicht und gleichzeitig ein Beitrag an die gesellschaftlich angestrebte Durchmischung geleistet werden? Dies ist möglich, jedoch mit Einschränkungen, die – wie vom ARE richtig gefolgert – grösser sind, je kleiner der Planungssperimeter.

Während in einem Quartier oder einer Stadt alle sozialen Schichten abgebildet werden sollen, ist dies in einer einzelnen Wohnliegenschaft kaum möglich. Die Darstellung (siehe Abbildung) der zehn

sozialen Milieus zeigt, dass sich diese Milieus nicht nur hinsichtlich der Hauptdimensionen Grundorientierung und soziale Lage markant voneinander unterscheiden, sondern auch bezüglich ihrer Kernwerte. Genügsame Traditionelle unterscheiden sich beispielsweise nicht nur hinsichtlich ihrer finanziellen Ressourcen, sondern auch bezüglich ihrer Werte diametral von digitalen Kosmopoliten oder Performern. Die Erkenntnisse aus «Sinus-Milieus Wohn- und Lebenswelten Schweiz» legen nahe, dass längst nicht alle Milieus unter einem gemeinsamen Dach glücklich werden und ansatzweise auch nicht in einer gemeinsamen Wohnsiedlung.

DIE LEHREN AUS DEN SINUS-MILIEUS

Die grösste Übereinstimmung unter den Milieus hinsichtlich ihrer Kernwerte und Trendprofile bestehen zwischen den vertikal gegliederten drei Gruppen Tradition, Modernisierung/Individualisierung und

Neuorientierung. Das Trendprofil zeigt die soziokulturellen Basistrends der einzelnen Milieus. Die Trends lassen sich in die Grundtendenzen Progression, Verweigerung, Verzögerung und Anpassung einteilen. Die Profile der Milieus innerhalb dieser drei vertikalen Gruppen weisen eine grosse Übereinstimmung auf, auch wenn sie sich hinsichtlich ihrer sozialen Lage unterscheiden. Machen wir ein Beispiel: Das Profil von Eskapisten, Adaptiv-Pragmatischen, digitalen Kosmopoliten und Performern weisen eine signifikante Übereinstimmung auf. Das bedeutet, dass die Grundhaltung dieser Gruppen einander gleicht und ein Zusammenleben einfacher ist als zwischen Milieus mit grundsätzlich unterschiedlichen Werthaltungen. Für Entwickler und Vermarkter hat dies wesentlichen Einfluss auf die Struktur und Ausgestaltung des Bauprojekts sowie die «Sprache» der Vermarktung. ■

WEITERE INFORMATIONEN: WWW.WOHNLEBENSWELTEN.CH



*IVO CATHOMEN

Dr. oec. HSG, ist Herausgeber der Zeitschrift Immobilia.

ANZEIGE



Als schweizweit erster Gesamtsanierer aller Rohrleitungen im überbauten Raum empfehlen wir uns für die Rohrinnensanierung Ihrer Trinkwasser-, Bodenheizung-, Abwasser- und Gasleitung.






LT Experten AG · Firststrasse 25 · 8835 Feusisberg
www.LT-experten.ch · info@LT-experten.ch · Tel. 044 787 51 51