

Living
in
the
Future

Die Zukunft
des Wohnens

Harry Gatterer
Cornelia Truckenbrodt

Impressum

Herausgeber:
Zukunftsinstitut GmbH
Robert-Koch-Str. 116E
D-65779 Kelkheim
Tel. +49 (0) 6174/9613-0, Fax: -20
E-Mail: info@zukunftsinstitut.de

Lifestyle Foundation
Harry Gatterer & Cornelia Truckenbrodt
Hans Reisch Straße 1
A-6330 Kufstein
Tel. +43 (0) 5372/63213, Fax 63559
E-Mail: info@lifestylefoundation.com

Autoren: Harry Gatterer,
Cornelia Truckenbrodt

Für den Inhalt verantwortlich:
Matthias Horx

Layout: Günther Eder, www.eigenarteder.at

© Zukunftsinstitut GmbH 2005
Alle Rechte vorbehalten
1. Auflage
ISBN 3-938284-09-9

Vorwort 006

Warum der Hype um die eigenen vier Wände nichts mit Spießertum zu tun hat

01 Erlebniswelt Privatheit 008

Die Geburt des privaten Lebens 009 | Stühle und Subjekte:
Die Geburt des Individuums findet im Sitzen statt 010 |
Acht Thesen zur Zukunft des Wohnens 011 |

02 Die Dynamik der Megatrends und wie sie das Leben von morgen prägen 018

Individualisierung und Tradition 020 | Mobilität 022 | Neo Natur 024 |
Graue Wohn-Revolution 027 | New Work 029 | Frauen 030 |

03 Neue Räume als Ausdruck einer Sinn suchenden Gesellschaft 032

Kommunikation 035 | Sinnsuche 037 | Ernährung 039 | Wellness 041 |
Schlafen 043 | Entertainment 045 | work@home 047 | Freiraum 048 |

04 Neue Technologien und deren Vernetzung erleichtern unser Leben 052

Vernetzung total 053 | Zukunftstechnologien in Haus und Haushalt 055 |
Design-Faktor Technik 058 | Smarte Zukunftshäuser 063 |

05 Neue Energien machen das Haus zur Quelle der Kraft 066

„Technische“ Energie 068 | Passivhäuser 070 | Solarenergie 072 |
Brennstoffzelle 075 | Mobile Energiequellen 077 |
„Natürliche“ Energie 080 | Baubiologie 081 | Wasser 082 |
Permakultur 084 | Feng Shui 086 | Geomantie 088 |

06 Style-Paradox 092

Reduktion 096 | Veredelung 098 | Natur & Design 100 |
Flow-Design 102 | Glocal Style 104 | High-End-Design 106 |

07 Typologie der Zukunftswohner 110

Der Basic Inhabitant 113 | Der Sheltered Inhabitant 115 |
Der Community Inhabitant 117 | Der Individual Inhabitant 119 |
Der Self-fulfilling Inhabitant 121 | Der Spiritual Inhabitant 123 |

Warum der Hype um die eigenen vier Wände nichts mit Spießertum zu tun hat

Liebe Leser,

als wir im vergangenen Jahr den „Trendreport“ konzipierten, war klar, dass wir nicht an den Themen Gardening, Homing etc. vorbeikommen. Und schon im Jahr 2003 war der Trend „Home Styles“ ein zentraler Bestandteil unseres jährlichen Trendüberblicks. Nachfragen von Kunden und beständiges Interesse von Seiten der Presse ließen bei uns den Wunsch entstehen, endlich einmal die „Zukunft des Wohnens“ als Studienthema direkt anzuvisieren.

Bausparverträge erleben eine Renaissance, Schrebergärten werden zum Lifestyle bei jungen Familien und vielen Leuten aus den Wissens- und Dienstleistungsbranchen, Design-Ikonen und Modelabels wagen einen Quereinstieg und beschäftigen sich mit unseren eigenen vier Wänden: „Sag mir, wie du wohnst, und ich sage dir, wer du bist“.

Alles das zeigt: Was wir gerade erleben, ist keineswegs die Geburt eines neuen Spießertums, kein Neo-Biedermeier. Um das Wohnen und um unser Zuhause ist ein neuer hybrider Markt entstanden, der sich in den nächsten Jahren zu einem Zukunftsmarkt entwickeln wird. Doch um diesen neuen Markt verstehen und entwickeln zu können, ist es wichtig, die signifikanten Veränderungen, die gegenwärtig die eigenen vier Wände ergreifen, zu verstehen.

Tatsächlich spiegelt sich in unseren eigenen vier Wänden in idealtypischer Weise eine Gesellschaft im Umbruch. Unser Zuhause wird momentan perforiert von einem ganzen Bündel an Technologiesprüngen, gesellschaftlichen Veränderungen und Wandlungen der kollektiven Bedürfnisstruktur. Was einmal trautes Heim war, wird in Zukunft zu einem Ort der heterogensten Anforderungen und Bedürfnisse. Dieses posttraditionale Zuhause muss erst gestaltet werden, und dazu wird es eine Menge neuer Produkte, Ideen und Dienstleistungen brauchen. Die zentralen Trends, die die Zukunft des Wohnens prägen werden:

- **Unsicherheitsgesellschaft.** Wohnen wird zum Rückzugsort (Komplexitätsüberhang der „Außenwelt“) und zum Ort der Selbstverwirklichung: „Hier kann ich alles nach meinen Vorstellungen steuern.“
- **Digitalisierung.** Gleichzeitig dringen Handel und Konsum immer stärker in unsere Privatsphäre ein und machen Einkaufen zu einer genussvollen Nebentätigkeit wie Blumengießen oder Rasenmähen.
- **New Work.** Darüber hinaus werden Tele- und Homeoffice-Arbeiter in den nächsten Jahren weiter zunehmen, wodurch sich die Grenze zwischen öffentlich und privat ein weiteres Mal verschiebt.

Um diesen aufregenden Wandlungsprozess in erhellender Weise beschreiben zu können, haben wir uns entschlossen, unsere Trendanalyse in Kooperation mit Spezialisten aus dem Bereich Lifestyle, Architektur und Wohnen zu machen. Mit der Lifestyle Foundation bzw. dem Autorenduo Harry Gatterer und Cornelia Truckenbrodt konnten wir für das Projekt inspirierende Partner engagieren. Hybride Märkte – und das werden die Märkte von morgen sein – benötigen einen kombinatorischen, mehrdimensionalen Zugang. Zusammen mit der Lifestyle Foundation freuen wir uns, Ihnen die Studie „Living in the future“ präsentieren zu können.

Wir wünschen Ihnen viel Spaß bei der Lektüre!

Dr. Eike Wenzel, Zukunftsinstitut