

Wohnwelten – wie wir sind, so wohnen wir

Wie wollen Sie wohnen? Wenn Sie ein neues Zuhause suchen, geht es nicht nur um die Wohnung oder das Haus an sich. Sie kaufen sich auch in eine neue Nachbarschaft ein. Und da gilt: Gleich und gleich gesellt sich gern. Die meisten Menschen fühlen sich wohl, wenn ihre Nachbarn ähnliche Werte und Anschauungen teilen. Diese lassen sich oft schon am Wohnstil erkennen. Spannend. Dennoch geht es nicht um Schubladen oder die Abgrenzung sozialer Schichten – denn die Übergänge sind eher fließend. Gerade ich, als Zuhause-Vermittlerin schaue also nicht nur auf Steine, sondern auf die Menschen. Denn es geht darum, dass Menschen sich in ihren eigenen vier Wänden wohlfühlen sollen.

Das Heidelberger Sinus Institut beschäftigt sich mit Trends, Zukunftsszenarien und deren Auswirkungen auf die Lebenswelten der Menschen. Daraus entstanden sind die „Sinus-Milieus“, ein Zielgruppen-Modell, das Menschen nach ihren Lebensauffassungen und Lebensweisen gruppiert. Würden Sie sich eher den „verwurzelten Traditionellen“, dem „familienorientierten Mainstream“ oder den „spaßorientierten Antispießern“ zuordnen? Oder doch lieber der „aufgeklärten Bildungselite“ oder den „sozialkritischen Alternativen?“ Oder sind Sie gar „kreative Trendsetter“? Doch so tief will ich gar nicht ins Thema einsteigen, obwohl ich es hochinteressant finde. Denn jedes dieser Milieus bevorzugt die Wohnwelten, die seine Werte widerspiegeln. Und das schlägt sich nieder in Architektur, Design oder auch den Anforderungen an die Lage des eigenen Hauses oder der eigenen Wohnung.

Der aufgeklärten Bildungselite sind laut Sinus-Institut beispielsweise die Nähe zur Natur, eine gute Infrastruktur mit Einzelhandel sowie Freizeit- und Sportmöglichkeiten wichtig. Die medizinische Versorgung oder die Nähe zum Arbeitsplatz spielen eine eher untergeordnete Rolle. Anders verhält es sich bei dem familienorientierten Mainstream. Ihm ist es wichtig, nach der Arbeit wieder schnell zuhause zu sein, dafür verzichtet er lieber auf ein großes Kulturangebot in der Nachbarschaft. Die Menschen, die den gehobenen, finanziell starken Lebenswelten zuzuordnen sind, entscheiden sich eher selten zu einem Umzug in neu erschlossene Gebiete. Ebenso wie die kritischen Alternativen, die extrem sensibel auf Umweltprobleme achten.

70 bis 80 Prozent der Mieter und Käufer einer Immobilie stammen aus der näheren Umgebung, bzw. dem Umland. Die Analyse des Wohngebiets gibt somit Hinweise auf die wahrscheinlichste Käufergruppe. Wenn Sie also Ihr Haus verkaufen wollen und den „richtigen“ Käufer suchen, geht es nicht nur um die Kaufkraft des Käufers. Damit er bereit ist, sein Geld für Ihr Haus auszugeben, muss er sich mit Ihrer „Lebenswelt“ identifizieren können. Oder sich vorstellen können, dem traditionellen Haus eine moderne, individuelle Verjüngungskur zu verpassen.

Schauen Sie sich beispielsweise die Angebote der Fertighaus-Hersteller an: Geboten werden, der Landhaus-Stil, der mediterrane Stil, das praktische Familienhaus oder das angesagte kubische Würfel-Haus in schwarz-weiß. Das Aussehen des Hauses spiegelt die Einstellungen und den Wunsch seiner Bewohner nach einer bestimmten sozialen Zugehörigkeit.

Wie wollen Sie also wohnen? Wo möchten Sie sich zugehörig fühlen?