

# Wohnen war gestern Beyond the Abode

## Das Zuhause im Wandel der Zeit

**Globalisierung, eine alternde Gesellschaft, das Bedürfnis nach Eigenständigkeit und Individualität sowie die Möglichkeit einer Neuauflage von Wellness – die Veränderungen in unserer Gesellschaft brechen traditionelle Lebensformen zunehmend auf. Welche Trends werden unser Wohnen künftig prägen? Das Zukunftsinstitut ging dieser Frage mit der Studie „Living in the Future“ nach.**

## Home – sanctuary in a changing world

Globalization, an aging society, the need for autonomy and individuality and the opportunity to redefine wellness, are all chipping away from our traditional way of life. What developments will shape our lives in the future? The Zukunftsinstitut has taken a closer look at this issue with the study “Living in the Future”.

„Wohnst Du noch? Oder lebst Du schon?“ IKEA vermöbelt inzwischen nicht nur die halbe Welt, sondern trifft auch mit dem Werbeslogan ins Schwarze. Wohnen war gestern. Heute ist unser Zuhause der Ort, in dem wir uns selbst verwirklichen wollen. Denn wenn uns draußen ein eisiger Wind ins Gesicht bläst, ziehen wir uns gerne in die eigenen vier Wände zurück und machen es uns so richtig gemütlich. Um das Wohnen ist ein neuer hybrider Markt entstanden, der sich in den nächsten Jahren weiter entwickeln wird.

## Umbruch in der Gesellschaft

Der Umbruch in unserer Gesellschaft spiegelt sich in den eigenen vier Wänden wieder: Unser Zuhause wird perforiert von einem ganzen Bündel an Technologiesprüngen, gesellschaftlichen Veränderungen und Wandlungen in der kollektiven Bedürfnisstruktur. Was einmal unser trautes Heim war, wird in Zukunft zu einem Ort der heterogensten Anforderungen und Bedürfnisse. Dieses neue Zuhause muss erst gestaltet werden, und dazu braucht es eine Menge neuer Produkte, Ideen und Dienstleistungen.

## Die Neue Bürgerlichkeit

Doch mit einem Mehr an Möglichkeiten steigt parallel auch die Angst vor dem Neuen. Gefüttert durch instabile politische und wirtschaftliche Situationen sowie den Verlust ehemals vertrauter Werte und Moralvorstellungen, macht sich ein neuer Konservatismus breit. Der Rückfall in kleinbürgerliche Idyllen und familiäre Gemütlichkeiten ist die Konsequenz.

“Live your life, love your home.” IKEA supplies furniture to half of the world, and its advertising slogan hits the nail right on the head. Today, home is the place where we look for self-fulfillment. When we face an icy wind in the outside world, we tend to withdraw into our own four walls and make ourselves really comfortable. A new hybrid furnishing market has developed, which will continue to evolve in the years to come.

## A society in transition

The general transition in society is reflected within our own four walls. Advanced technology, social upheavals and changes in the collective set of needs are encroaching on our homes. What used to be our cozy home is being transformed into a place which must satisfy a very heterogeneous range of needs and expectations. However, this new home has not yet become a reality, and a lot of products, ideas and services will still need to be developed along the way.

## The new bourgeoisie

The prospect of greater possibilities is accompanied by the fear of the unknown. This fear, which is fed by political and economic instability and the loss of traditional values and moral frameworks, is promoting a new conservatism. The result is a return to an idyllic bourgeois world and familiar creature comforts.



Foto: Zukunftsinstitut

**Oben: Wir suchen nach dem Glück im Kleinen und schaffen uns mit Blümchenmuster und viel Dekor ein neues Nest.**

Top: We look for contentment in the small things and use floral patterns and a lot of decoration to create a new nest for ourselves.



Foto: Vitra



Foto: aka Ingenieure

## Mobile Häuser und mobile Möbel

Vorbei die Jahre, in denen Familien viele Jahre an ein und demselben Fleck lebten und über Generationen Möbel und Häuser vererbten. Globalisierung und wirtschaftliche Krisen veranlassen uns, immer häufiger von Ost nach West und von Nord nach Süd zu ziehen. Bedingt durch diese Entwicklung ändern sich unsere Bedürfnisse und Wünsche, die wir an Wohnungen und Möbel stellen. Während es einst Einbauküche und Schrankwand waren, die eine Wohnung komplett machten, zählen heute modulare Schränke, die flexibel platziert werden können, oder auch Möbel mit der Option zum leichten Ab- wie Aufbau und Transport.

## Die Graue Wohn-Revolution

Die über 45-Jährigen und ganz besonders die über 60-Jährigen treten in letzter Zeit vermehrt als Immobilienerwerber hervor. Barrierefreies Wohnen, ein hohes Maß an Infrastruktur, serviceorientierte Angebote und neue Wohnformen werden daher beim Kauf einer Wohnung oder eines Hauses ausschlaggebend. Insbesondere auch neue Wohnformen werden durch den Boom der Alten interessant: Boarding-Häuser, Aparthotels oder Gemeinschaftswohnungen.

## Mobility instead of stability

The days are gone when families stayed in one place for many years at a time and passed down houses and furniture from generation to generation. Globalization and economic crises have scattered people in all directions. This of course has an impact on our needs and preferences when we select our houses and furniture. A built-in kitchen and massive cabinets used to make a house complete, but today we prefer modular cabinets that we can configure to suit our needs and furniture that is easy to put together, take apart and put on the moving van.

## The gray housing revolution

The over 45's and especially the over 60's have recently become more active in the real estate market. Life without barriers, excellent infrastructure, a good package of services and new modes of living are the key criteria which influence purchasing decisions. The gray boom is introducing a revolution in housing which is based on demand for boarding houses, apartment hotels and communal apartments.

**Links: Barrierefreie Räume, wie hier von Vitra realisiert, sind eine Herausforderung an den Innenarchitekten.**

**Darunter: Das Espace mobil Peter Haimerl und aka Ingenieure als Beispiel für mobiles Wohnen.**

Left: Creating barrier-free rooms, in this case realized by Vitra, poses a challenge for interior architects.

Below: Espace mobil by Peter Haimerl and aka Ingenieure – housing designed for mobility.

## Der alternde Kosmopolit

Der Duden sagt: Ein Kosmopolit (von griech. kósmos = Welt und pólis = Stadt[-staat]) – auch Weltbürger – ist ein Mensch, der seine Identität stärker mit seiner Zugehörigkeit zur Menschheit als Ganzem verbindet als etwa mit seiner Nationalität. In der Biologie ist eine Art dann „kosmopolit“, wenn sie weltweit verbreitet ist. Das Gegenteil sind endemische Tier- und Pflanzenarten, deren Vorkommen auf eine geografische Region begrenzt sind. Die Begrenzung auf eine Region ist für den heutigen Menschen nicht denkbar. Die Welt, haben wir das Gefühl, ist zusammengewachsen, Entfernungen lassen sich schneller und leichter überwinden, Business-Nomaden sind längst keine Seltenheit mehr. Egal, ob von Europa nach Übersee alle paar Wochen zwischen zwei Wohnsitzen pendelnd, oder, etwas schnelllebiger, unter der Woche in London arbeiten und in München leben. Firmen stellen auf „Brain oder Body Leasing“ um und holen sich die Arbeitskräfte dort, wo sie sich gerade in ihrem Lebensumfeld befinden. Die Angst um den Arbeitsplatz geht um, doch rund um den flexiblen Kosmopoliten entstehen neue Lebens- und Wohnkonzepte.

### Kein Trend ohne Gegentrend

Das bedeutet, es wird eine weitere Zunahme jener Menschen geben, die in zwei oder mehr Ländern leben und arbeiten. Gleichzeitig entwickelt sich eine Sehnsucht nach Stabilität, danach, „Wurzeln zu schlagen“, eine Sehnsucht nach Heimat, nach Sinn, nach dem Echten, Wahren. Womit wir beim Gegentrend sind. Als so genannten Nebentrend machen Zukunftsforscher das Erscheinen des „virtuellen Kosmopoliten“ aus. Aus Angst vor den immer größer werdenden „Risiken und Nebenwirkungen“ des Reisens holt er sich die Welt dank Internet und neuer Visualisierungs-/Bildschirmtechnik ins Haus.

### ... und wo wird der „alternde“ Kosmopolit wohnen?

Unsere Welt ist nicht nur globaler geworden, sondern die Gesellschaft auch hybrider. Durch diese Hyper-Individualisierung gibt es kaum noch die Möglichkeit, Mainstreams auszumachen. Jeder sucht und findet seinen ureigenen Weg. Und da gibt es viele Möglichkeiten: Eine Wohnung in der Heimat als „Basis“, und von dort aus vorübergehend reisen oder andere Satelliten haben, wo man gerne ist. Städte und Ferienregionen haben dafür als Standorte gute Chancen. Oder sich endlich dort niederlassen, wo man schon immer hin wollte. Und dabei wird neu sein, dass man Immobilien nicht mehr unbedingt „besitzen“ muss, man wird Wohnraum zunehmend „benutzen“.

Cornelia Truckenbrodt

Cornelia Truckenbrodt ist Mitautorin der Studie „Living in the Future“, erschienen im Verlag des Zukunftsinstitutes von Matthias Horx. Sie lebt in München und in den USA und ist Inhaberin zweier Firmen, die sich mit Trendkonzepten beschäftigen: [www.trends2market.com](http://www.trends2market.com) und [www.lifestylefoundation.com](http://www.lifestylefoundation.com).

Cornelia Truckenbrodt is co-author of the „Living in the Future“ study which was published by the Matthias Horx think tank. She lives in Munich and the US and owns two companies which perform trend research. [www.trends2market.com](http://www.trends2market.com) and [www.lifestylefoundation.com](http://www.lifestylefoundation.com).



## The Aging Cosmopolitan

The word cosmopolitan is derived from the Greek kósmos = world and pólis = city(state). A cosmopolitan is a citizen of the world who identifies more closely with humanity as a whole than with his or her own nationality. In biology, a species is „cosmopolitan“ if it is found in many parts of the world, whereas endemic animals and plants are prevalent in or peculiar to a particular geographical region.

People today cannot imagine being restricted to a specific region. We live with the feeling that the world has gotten smaller. It takes less time and effort to travel long distances, and business nomads are nothing unusual. Some travel back and forth across the ocean between two homes every few weeks, while others with even more energy work in London during the week and spend the weekends at home in Munich. Companies have turned to „brain or body leasing“ and recruit the best people wherever they happen to be. Unemployment is a threat, but the new cosmopolitan attitude creates new lifestyles.

### For every trend there is a counter-trend

What this means is that an increasing number of people will live and work in two or more countries. This new lifestyle will be accompanied by a longing for stability, roots, home, meaning and something genuine and authentic, in other words a counter-trend. Futurologists have identified the „virtual cosmopolitan“ as a related trend. To reduce the increasing „risks and side effects“ of travel, these people use the Internet and new visualization/display technology bring the world into their own homes.

### But where will the „aging“ cosmopolitan live?

We are faced not only with globalization but also with hybridization. Hyper-individualism has made it virtually impossible to identify the mainstream. Everyone is following their own personal roadmap, and there are a lot of possibilities. People establish a home in their native country as a base and then take short trips or have satellites in places where they like to spend time. Cities and holiday spots are popular locations. Others prefer to settle down where they have always wanted to be. What is new is that real estate will increasingly become something to „use“ rather than „own“.

Cornelia Truckenbrodt

Elita Wiegand (Düsseldorf) ist Gründerin des Business Clubs „innovativ.in“, der sich zum Ziel gesetzt hat, die Innovationskultur in Deutschland voranzutreiben.

Elita Wiegand (Düsseldorf, Germany) is foundress of the business club „innovativ.in“ which is aiming at advancing the innovations culture in Germany.

### Stichwort Wellness

Wellness wird zwar als Begriff die nächsten Jahre nicht überleben, umso mehr hat sich aber die Grundeinstellung der ganzheitlichen Entspannung in unserem Leben eingependelt. So wird gerade der private Bereich zur Wellness-Zone erkoren. Die Fitness wird bei all dem nicht zu kurz kommen. Die Menschen erkennen die Notwendigkeit eines gesunden Körpers, und tun immer mehr dafür. Das zeigt sich bereits in den letzten Jahren, in denen Fitness-Center einen wahren Boom erlebten. Und Fitness wird immer mehr ins eigene Heim geholt: In vielen Schlafzimmern befinden sich Fitnessmaschinen, in vielen Kellern Krafträume usw. Die dazugehörigen Geräte werden zunehmend eine Rolle in den Haushalten der Zukunft spielen.

### Stichwort Entertainment

Entertainment ist aus dem modernen Leben nicht mehr wegzudenken. Die Zukunft gehört der digitalen Vernetzung. Das Internet und dessen Ausbaustufen werden, sobald die Hardware bereit ist, alle bekannten Medien in sich absorbieren und die zentrale Rolle der Unterhaltung übernehmen. **Elita Wiegand**

### Wellness

The term „wellness“ will fade into the background within the next few years, but the concept of holistic relaxation has now become an integral part of our lives. The private sphere will become our wellness zone, and fitness will play a significant role. People realize the importance of a healthy body, and they are making an increasing effort to stay fit, as we can clearly see from the booming fitness center business. The role of fitness at home will grow over time. There are fitness machines in the bedrooms, weight lifting rooms in the basement, etc. This equipment will play a bigger role in the household of the future.

### Entertainment

Modern life would be inconceivable without entertainment. The future belongs to digital networking. As soon as the hardware is available, the Internet and its enhancements will absorb all of the rest of the media which we know today, and it will play the central role in the entertainment world. **Elita Wiegand**



Foto: Vitra

Auch im Privaten wird Wellness wichtiger.

Wellness now plays bigger role in the private sphere.



**TENTE** smiles:-) The World in Motion.

Für die bunte Welt der Kinder.



[www.tente.info/smiles](http://www.tente.info/smiles)