

# Living in the Future

Die Zukunft des Wohnens

Harry Gatterer  
Cornelia Truckenbrodt



lifestyle foundation

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](mailto: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](mailto:info@lifestylefoundation.com)

Autoren: Harry Gatterer,  
Cornelia Truckenbrodt

Für den Inhalt verantwortlich:  
Matthias Horx

Layout: Günther Eder, [www.eigenarteder.at](http://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 Autorentduo 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



# OB



## Neue Räume

als Ausdruck einer Sinn suchenden Gesellschaft

Unsere Lebenseinstellungen und Biografieentwürfe ändern sich in immer kürzeren Zeiträumen, und die kollektive Frage nach Bedeutung und Sinn geht aktuell mit einer neuen Kultur der Langsamkeit einher. Im westlichen Europa wird im Arbeits- und Privatleben das Tempo allmählich reduziert. Die Tatsache, dass weniger Stress und Hektik Kreativität und Produktivität freisetzen, ist unübersehbar. Der Megatrend Gesundheit und die Frage nach der eigenen Lebensqualität rücken ins Zentrum der Aufmerksamkeit.

Diese neue Suche nach Sinn verlangt auch nach neuen Raumkonzepten. Klassische Strukturen haben ausgedient und müssen Neuem weichen. Dies zieht seine Spur durch (fast) alle Bereiche des Lebens und wird die Art und Weise, wie wir wohnen, massiv verändern.

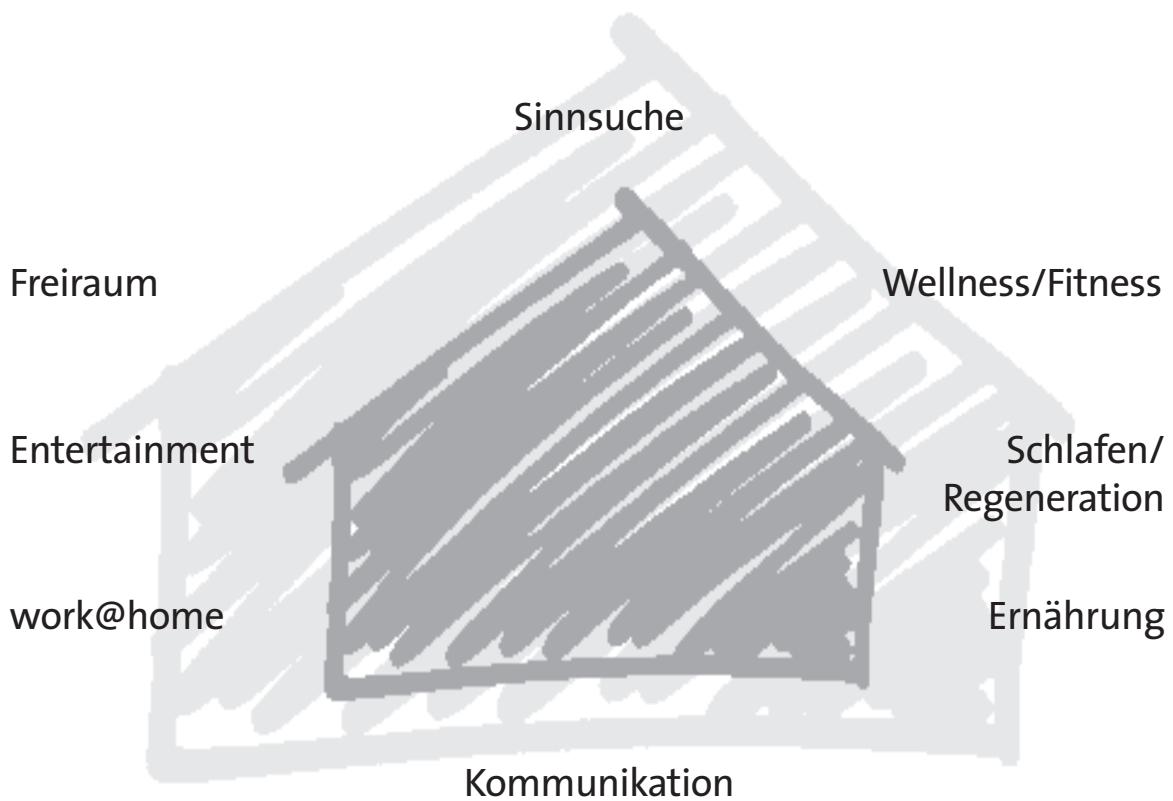
**Den Menschen wird klar, dass sie sich so gut wie IMMER in Räumen aufhalten.** Die Räume, in denen wir leben, werden durch den Menschen gestaltet und verändert. In einer ganzheitlichen Betrachtung erkennen wir aber, dass auch die **Räume den Menschen verändern.**

Das bedeutet, dass die Räume, in denen wir leben, ihre Wirkung auf uns haben. So wird uns ein buntes vielgestaltiges Umfeld vielleicht eher in Richtung Kreativität sensibilisieren. Große Fenster bringen uns der Natur und ihrer ruhigen Ausstrahlung näher, und edle Materialien steigern unser Selbstwertgefühl. Verändern sich also die Räume und deren Bedeutung, hinterlässt das eine klare Wirkung in unserem Leben. Wir sind kreativer, ruhiger und fühlen uns wohler ...

Um die neue Lebenseinstellung der Menschen zu manifestieren, müssen wir uns zuerst von den alten Bezeichnungen und Raumaufteilungen lösen. Dies bedeutet, dass die bislang verbreitete Einteilung in

**kochen – essen – wohnen – schlafen – waschen**

neuen Konzepten weicht, die sich ganz natürlich der Individualität und den Möglichkeiten des Einzelnen unterordnen.



Doch auch neue Konzepte müssen unsere Grundbedürfnisse berücksichtigen. Und wie wir spätestens seit Abraham Maslow wissen, ist unsere Gesellschaft längst über das Stadium der Grundbedürfnisse hinaus gewachsen und beginnt zu entdecken, was sich in der von Maslow als Spitze definierten Selbstverwirklichung noch befindet. Damit geraten wir in ein Feld der transmateriellen Sphäre. Es geht hier nicht mehr um den klassischen Nutzen oder Gebrauchswert, sondern um die Frage nach Identität, Selbstbestimmung und Spiritualität. In diesem Sinne werden sich unsere Wohn- und Lebensräume verändern und neue Wirkungsweisen mit sich bringen.

Die Benennung der neuen Räume spiegelt die neuen Nutzungsweisen und wird vom Individuum stärker selbst bestimmt. Im Folgenden werden die Schwerpunkte des zu Grunde liegenden Schemas erläutert.

# Kommunikation

ist der Grundstoff der zukünftigen Gesellschaft – Kommunikation mit Freunden und innerhalb der eigenen „Keimzelle“ (Familie, Partnerschaft, Freunde). Daher bildet Kommunikation auch einen Schwerpunkt der neuen architektonischen Lösungen. Miteinander reden, sich austauschen: Oft findet dies am klassischen Esstisch statt, der damit in seiner Funktion zur Kommunikationszentrale avanciert.

Aber weit mehr gerät der kommunikative Austausch in anderen Bereichen zur obersten Prämisse. So wird nicht nur beim Essen geredet, sondern auch schon bei der Zubereitung. Sofagruppen werden zu „Talkrunden“ und Sitzkissen gehören zur Grundausstattung – damit Kommunikation dort stattfindet, wo man sich gerade am wohlsten fühlt. Kommunikation ist der Kitt und die größte Aufgabe der Zukunftsgesellschaft. Das gilt innerhalb von Unternehmen gleichermaßen wie in kleinen Strukturen (Freundeskreis, Familie). Und diese Kommunikation findet zukünftig immer mehr im Privaten statt. Die Menschen ziehen sich wieder stärker in den traditionellen Nahbereich zurück.

Zu Hause kann man (auch als Gruppe) frei über die Gestaltung des Tages entscheiden. Von Gesellschaftsspielen, dem gemeinsamen Kochen bis hin zu kinoähnlichen multimedialen Events ist alles auch zu Hause erlebbar, und es dient der Kommunikation unter Gleichgesinnten.

Ein Symbol für diese Entwicklung ist neuerdings die Omnipräsenz von Sitzkissen. In allen Farben und Formen sind sie neuerdings in den Wohnungen zu finden. Das frei verwandelbare Sitzvergnügen entwickelt sich zum neuen Kult. Darauf bauen zum Beispiel der holländische Hersteller Moooi ([www.moooi.com](http://www.moooi.com)) oder die deutsche Sellando GmbH mit ihrem Kultmöbel „fatboy“ ([www.myfatboy.de](http://www.myfatboy.de)). Dieses laut Hersteller „etwas andere Wohnmöbel“ lässt sich in allen möglichen Situationen einsetzen und in vielen Farben gestalten.



Der italienische Möbelhersteller Edra hat sich auf Sofa-Konzepte spezialisiert, die vor allem Kommunikation fördern sollen. Die Sofas sind kipp-, dreh-, und wendbar und bieten Platz für unterschiedlichste Kommunikationsformen ([www.edra.com](http://www.edra.com)). Mit seinem Entwurf „flap“, ein Sofa, bei dem man auf beiden Seiten die Sitzfläche zur Lehne machen kann, kann sich die Benutzung des Möbels 100 %ig situativ auf die Kommunikationsbedürfnisse einstellen. Mit „cubista“ haben die Hersteller eine total verwandelbare Bauweise entwickelt. Die einzelnen Sofateile können frei nach Belieben zusammengestellt werden.

## Generationen-Haus: Neue Kommunikationsformen in der Wahlfamilie

Klaus und Marlis Zimmermann haben sich ihren Traum erfüllt. Seit 2001 lebt das Ehepaar im Mettmanner Hofhaus, gemeinsam mit 48 Erwachsenen und 15 Kindern. Hier, in einem ländlichen Neubaugebiet, wo tagsüber Vogelgezwitscher und Kinderlachen zu hören sind, besteht die Hausgemeinschaft aus einem bunten Mix aus Alt und Jung, Ehepaaren und Alleinstehenden sowie Menschen mit und ohne Handicap. „Hier ist das Leben“, meint Klaus Zimmermann, und seine Frau Marlis nickt dazu: „Wenn ich mir vorstelle, jetzt mit fast 70 allein in einer Etagenwohnung zu hocken, wo man oft schon zwei Türen weiter nicht mehr weiß, wie der Nachbar heißt, das wäre für mich der Horror“, sagt die 69-Jährige. Ihr gefällt das Wohnen mit ihrer Wahlfamilie: „Hier gibt es so viel Anteilnahme, und jeder kennt jeden.“ Und obwohl das Ehepaar nur eine Wohnung von insgesamt 21 in dem Komplex bewohnt, ist es doch irgendwie ihr Haus. Beide haben es mitgeplant – sechs Jahre lang.

Mehr Informationen unter:

[http://www.wdr.de/themen/panorama/11/alternative\\_wohnformen/index.jhtml?rubrikenstyle=panorama](http://www.wdr.de/themen/panorama/11/alternative_wohnformen/index.jhtml?rubrikenstyle=panorama)



„Am Anfang war Wellness – wir fühlten uns gestresst und wollten uns etwas gönnen, um unseren Körper und unsere Seele zu entspannen. Dann kam Selfness – die Suche nach dem authentischen, selbstkompetenten ICH. Doch der Körper und die Seele können nicht ins Gleichgewicht kommen, wenn der Geist nicht ebenfalls seine Balance erreicht. Deshalb steht in den nächsten Jahren eine starke Auseinandersetzung mit dem BEWUSSTSEIN bevor.“

MINDNESS heißt: schöner und produktiver denken lernen.

Matthias Horx im Trendreport 2005

## Sinnsuche

und die Einkehr bei sich selbst sind eine zentrale Aufgabe der Menschen einer so weit entwickelten Gesellschaft wie der unseren geworden. Diese Suche braucht Raum und Ruhe. Es wird also Räume geben, die der Affirmation und Sinnsuche dienen. In diesen Räumen wird es jedoch nicht viel geben. Eine weiche Unterlage, vielleicht Duft und meditative Klänge. Nichts im Außen soll die Suche im Innen ablenken. Hier findet auch keine klassische Kommunikation statt – außer im intimsten Kreis. Der Sinn-Raum wird somit als neue Klasse an Räumen die Wohn-Zukunft verändern. In kleineren Wohnungen kann es sich um einen Bereich handeln, der durch seine Flexibilität alle Einflüsse des Außen abschirmt. Die wesentliche Aufgabe dieses Raums ist das Cocooning, also die Abschottung aller Störfaktoren. Die Tätigkeiten in diesen Räumen gehen von Meditation bis zum Malen – man gibt sich der Muße hin und entlastet die Sinne.



Menschen wollen in ihrem Wohnumfeld mehr erleben als nur Gewohntes und sich spirituell weiterentwickeln. Das war auch das Ziel der Gründer der „Lifhorn Foundation“ in Schottland. Eine bereits 1962 gegründete Wohn- und Ausbildungs-Community mit dem Zweck der geistigen und spirituellen Entwicklung. Mit mittlerweile mehreren Tausend Mitgliedern, die nach einiger Zeit Leben in der Community diese Geisteshaltung mit zurück in die eigenen vier Wände nehmen ([www.findhorn.org](http://www.findhorn.org)).

> Der japanische Star-Architekt Tadao Ando ist weltweit für seine beeindruckenden Bauten bekannt. Ob öffentlicher Bau oder Wohnhaus, die Gebäude sind so gestaltet, dass schon das Betreten zu einem Erlebnis wird. Die Häuser schaffen Raum für persönliche Einkehr und Entwicklung. Seine Architektur lebt von „einer Spiritualität, die sich z.B. in den vom Architekten bevorzugten, ungewöhnlichen indirekten Zugangswegen und vor allem in seinem Raumgefühl äußert“ (Contemporary Architects Vol. 2 – Taschen Verlag). Ando gilt als ein Vorbild für eine aufkommende Architekten-Generation.

> Auch sind es die Gärten, die in „Sinn-Oasen“ verwandelt werden. „Optisch eindrucksvoll, ökologisch sinnvoll und mit einer spirituellen Ebene unterlegt“ (Arte, [www.arte-tv.com](http://www.arte-tv.com)) verwandelt z.B. der Engländer Ivan Hicks Gärten in mystische Inszenierungsräume. Er konfrontiert die Betrachter mit Gegenwelten zum Alltag. Dieser Trend ist in der modernen Gartenarchitektur durchaus zu spüren, womit sich auch die 13-teilige TV-Dokumentation „Neue Gartenkunst“ auf dem Fernsehkanal Arte auseinandersetzt.



# Ernährung

geht über das bekannte Stillen des Hungers weit hinaus. Kochzentren der Zukunft haben eine große Spanne des modernen Lebens abzudecken. Zum einen müssen sie den Faktor Zeit managen helfen – also die Möglichkeit, in kurzer Zeit ansprechende Nahrung zu zaubern. Auf der anderen Seite geht es um Gesundheit und die Umsetzung neuester Ess-Trends.

Jeder Mensch wird im Laufe seines Lebens die Ernährung öfter umstellen, um den für ihn passenden „Ess-Stil“ zu ergründen. Denn wir sind künftig alle aufgefordert, unsere Gesundheit von der Fremdverantwortung weg (Liberalisierung des Gesundheitssystems etc.) in die eigenen Hände zu nehmen, und das gelingt am besten mit Prävention. Also geht es um die Gesundheit der in Wohnungen lebenden Menschen.

Die dritte Anforderung wird die Kommunikation sein – denn das alles wird mit Freunden erlebt und inszeniert. Kochen ist längst zum Gesellschaftsevent aufgestiegen und bekommt (spätestens nach Jamie Oliver) einen neuen Reiz auch für eigentlich nicht am Kochen interessierte Menschen. Es geht um **Genuss, Geschwindigkeit und Gesundheit** (healthy fastfood, aber auch slowfood).



Die Anzahl der Menschen, die Kochkurse besuchen, steigt kontinuierlich. Sie wollen von den Profis (ob Sternekoch oder Ernährungsberater) lernen und das Erlernte in ihren eigenen vier Wänden nachmachen. Vom „better-aging-kochkurs“ ([www.kreativ-kueche.de](http://www.kreativ-kueche.de)) bis zur 5-Elemente-Lehre ([www.5elemente-versand.de](http://www.5elemente-versand.de)) wird extern gelernt und zu Hause gekocht.



Die Münchnerin Nina Gühring bietet den Service des „Mietkochens“ an. Sie plant und gestaltet für ihre Kunden einen unvergesslichen Abend – in deren Zuhause. Sie wirbt mit einem „entspannten Abend ohne Stress“ im privaten Umfeld ([www.nina-kocht.de](http://www.nina-kocht.de)). Die „Köchin auf Miete“ plant auch Events und Partys für ihre Kunden und hilft beim Organisieren rund um den heimatischen Herd.

- Ein Symbol der neuen Ernährungsorientierung ist der integrierte Dampfgarer. Als Prinzip aus der Gastronomie-Küche übernommen, hat das Kochgerät mehre Vorteile: Die Speisen werden mit Dampf gegart, wobei Vitamine & Co. in den Speisen erhalten bleiben. Mit dem Dampfgarer kann man aber auch einfach die Speisen des Vortags aufwärmen. Das mittlerweile erfolgreich am Markt etablierte Gerät erfüllt damit zwei Kernanforderungen: Gesundheit und Convenience ([www.imperial.de](http://www.imperial.de)).
- Auf den Balkonen und in den Gärten werden Kräuter und Gemüse selbst angebaut. Die Tomate aus der eigenen Züchtung ist wissentlich ohne chemische Zusätze und hat zusätzlich den emotionalen Mehrwert der persönlichen Pflege.
- Modular anordenbare Küchen verweisen auf die notwendige Flexibilität. Die Lebensumstände und Ernährungsgewohnheiten ändern sich mehrmals im Leben. Die Küche muss den veränderbaren Anforderungen gewachsen sein. Das System Bulthaup b3 ([www.bulthaupb3.com](http://www.bulthaupb3.com)) zeigt, dass Wandlungsfähigkeit nicht auf Kosten der Stabilität gehen muss. Durchdachte Flexibilität passt sich auch den Anforderungen an Kommunikationswünsche in der Küche (gemeinsames Kochen, Kinder ...) an. Durch die Modulbauweise können Elemente jederzeit ohne große Umbauarbeiten zugekauft werden. Das garantiert, dass die Küche auch dann noch funktioniert, wenn der Haushalt Zuwachs bekommt.



# Wellness

wird zwar als Begriff die nächsten Jahre nicht überleben, umso mehr hat sich aber die Grundeinstellung der ganzheitlichen Entspannung in unserem Leben eingenistet. So wird gerade der private Bereich zur Wellness-Zone erkoren. Wellness geht, wie wir wissen, weit über die körperliche Entspannung hinaus und zeigt sich ganzheitlich sowohl als Verbindung und Ausgleich von Körper, Geist und Seele. Die gestiegenen beruflichen Anforderungen des Lebens gieren nach einem Ausgleich. Genau so wie Muskeln ihre Leistung entwickeln, lernt der Mensch, seine geistige Leistung im Spiel durch Spannung und Entspannung zu entwickeln. Was in der Vergangenheit vergessen wurde – die Entspannung –, wird in der Zukunft zur Normalität. Und das abendliche Bier wird einer Entspannungsrunde im heimatlichen Wellness-Bereich weichen. Natürlich fließt hier das Grundbedürfnis der körperlichen Reinigung hinein und bekommt einen neuen Stellenwert.

Die Fitness wird bei all dem nicht zu kurz kommen. Die Menschen erkennen die Notwendigkeit eines gesunden Körper, 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: Die Professionalisierung der Haushalte hat auch den Bereich Sport und Fitness in den letzten Jahren zu einer neuen Größe avancieren lassen. In vielen Schlafzimmern befinden sich Fitnessmaschinen, in vielen Kellern Krafräume usw. Die dazugehörigen Geräte werden zunehmend eine Rolle in den Haushalten der Zukunft spielen.

Dass Fitnessgeräte nicht mehr aussehen müssen wie aus der Folterkammer, beweist der Hersteller Technogym ([www.technogym.com](http://www.technogym.com)) mit seiner innovativen Ausstattungslinie KINESIS. Trendige Hölzer und hochwertige Metalle veredeln die designten Geräte. Durch ihr eher wohnliches Ambiente passen sie sich ideal den modernen Lebensumfeldern an und werden Teil des Interieurs. „Der inspirierende Gedanke ist die Wiederentdeckung der Schönheit von freier und natürlicher Bewegung“, so das Unternehmen.

➤ Gesunderhaltung und Fitness werden somit immer mehr eine Tätigkeit für zu Hause. Auch wird der Bereich der Telemedizin die Krankenhäuser der Zukunft entlasten, da die Patienten mittels Biosensoren ihre Daten von zu Hause an den Arzt übermitteln. Frühwarnsysteme checken die Werte und geben Arzt und Patient schnelle Reaktionsmöglichkeiten. Solche Techniken verkürzen den Aufenthalt im Krankenhaus und ermöglichen neue Home-Care-Services.

➤ Um auf die Bräune auch in grauen Wetterzeiten nicht verzichten zu müssen, hat eine innovative Entwicklertruppe aus Holland ein Dusch-Solarium entwickelt. Der Bräunungs-Apparat wird an der Wand der Dusche montiert. Die Leistung der Leuchten ist so optimiert, dass die tägliche Duschzeit von ca. fünf bis sieben Minuten ausreicht, um eine bräunende Wirkung zu erkennen. Diese Innovation einer eigentlich alten Idee aus den 80er Jahren wurde erst durch den technischen Fortschritt der speziellen Leuchtmittel möglich. Das Produkt trifft genau den Nerv der Zeit und verbindet Convenience mit Wellness ([www.sunshowerurope.com](http://www.sunshowerurope.com)).

➤ Dass der Saunagenuss nach wie vor ein großes Thema ist, zeigt die Entwicklung im privaten Bereich. „Im privaten Premiumbereich wollen die Menschen nicht mehr nur eine Sauna, sondern eine ganze Wellness-Welt. Im unteren Marktsegment werden anstatt der Sauna nun Infrarot-Kabinen verkauft. Diese sind günstiger und für fast jeden leistbar. Der private Wellness-Bereich legt auf allen Ebenen zu“, bemerkt dazu der Sauna-Spezialist Klafs ([www.klafs.de](http://www.klafs.de)).

➤ Die Verwandlung des Bades in das Wellnesszentrum für zu Hause unterstützt auch der italienische Hersteller Boffi ([www.boffi.com](http://www.boffi.com)). Großzügige Arrangements von Duschen, in den Raum gestellten Badewannen und die zunächst fremd anmutende Kombination mit Sofas, Fauteuils und anderen weichen Sitzmöbeln sind Ausdruck dieser Entwicklung. Die Größe der Badezimmer spielt dabei eine maßgebliche Rolle. Ebenso das Einbinden des Bades in das Umfeld des Wohnens, in dem die Trennung zu den angrenzenden Räumen ihre Klarheit verliert. Große, transluzente Schiebetüren werden als räumliche Grenze zum anliegenden Schlafzimmer verwendet, um die beiden Räume optimal zu verbinden ([www.rimadesio.it](http://www.rimadesio.it)).



## Schlafen

wird gerade angesichts der oben beschriebenen, immer energieraubenderen Anforderungen an den Menschen zur Überlebensfrage. Durch intensiven und gesunden Schlaf lassen sich viele Probleme – körperlich, geistig oder beruflich – leichter lösen (oder entstehen erst gar nicht). Die Wichtigkeit des tiefen und festen Schlafes wird neu entdeckt. Somit ist der Schlaf die neue (schon immer vorhandene) Tankstelle für Energie, die der Körper dringend benötigt. Das Schlafzimmer wird von der Form-Sache zur Energie-Sache erhoben und neu definiert. Dementsprechend werden die Schlafzimmer der Zukunft ganz natürlich nach Raumenergien (Geomantie, Radiästhesie, Feng Shui ...) aus- und eingerichtet, um den Kraftnachschub zu garantieren.

„Auch der Schlaf hat sich evolutionsbiologisch verändert“, sagt Prof. Dr. Jan Born, Schlafforscher aus Lübeck. Und weiter: „Es scheint so, dass er um so ausgefeilter wird, je komplexer und größer die Anforderungen an die Informationsverarbeitung während der Wachphase sind. Der Mensch besitzt so wunderschöne regelmäßige Zyklen von Delta- und Traumschlaf! Der Schlaf ist etwas, was sich mit der phylogenetischen Entwicklung des Gehirns und mit der Leistung des Gehirns, komplexe Dinge zu analysieren, fortentwickelt hat.“

➤ Den Schlaf zu fördern und von störenden Einflüssen zu befreien, dazu dient u.a. der Netz-Freischalter. Das ist ein kleines Gerät, etwa so groß wie eine automatische Sicherung, die einfach im Sicherungskasten montiert wird. Netz-Freischalter erkennen automatisch, ob elektrische Verbraucher, wie z.B. Fernseher oder Lampen, ein- bzw. ausgeschaltet sind. Sind diese „Verbraucher“ ausgeschaltet, unterbricht der Stromsensor automatisch das 220-Volt-Wechselstrom-Netz. Damit schützt der Netzfreischalter vor „Elektrosmog“ und schafft ein gesundes, störfeld-freies Schlafklima für einen tiefen, erholsamen Schlaf ([www.ecolog-institut.de](http://www.ecolog-institut.de)).

➤ Der Schweizer Hersteller von Betten und Matratzen „Swissflex“ ([www.swissflex.ch](http://www.swissflex.ch)) arbeitet intensiv mit einem Wissenschaftsteam in Basel zusammen, um in einem Schlaflabor die optimale Matratze zu designen. Die Ergebnisse: Mit der richtigen Liegefläche lässt sich die Schlafdauer, aber vor allem die Tiefschlafphase erheblich verlängern. „Ein wichtiger Faktor für die körperliche und seelische Erholung des Menschen“, so der Anbieter. Das wirkt selbst bei schwer schlafgestörten Menschen erleichternd und gewährleistet in jedem Fall einen regenerativeren Schlaf für mehr Energie.

➤ In dem ganzheitlichen LANS\_MED Concept des präventiv orientierten Wellness- und Gesundheitszentrums Lanserhof in Tirol ([www.lanserhof.at](http://www.lanserhof.at)) wurden die Zimmer und die Schlafbereiche streng nach geomantischen und baubiologischen Grundsätzen eingerichtet. Das Ergebnis: Menschen, die tief und lange schlafen, was für die meisten (aus der Unternehmerwelt stammenden) Gäste schon ein großer Fortschritt ist. Durch mobile Schlaflabors können die Phasen und Bewegungen während des Schlafs aufgezeichnet werden. Der Gast kann also im Nachhinein beobachten, wie er schläft. Dadurch entsteht die Möglichkeit, das „richtige Schlafen“ zu lernen, die ein Großteil der Gäste nutzt, wie der Geschäftsführer des Lanserhofes, Andreas Wieser, bestätigt.

➤ Die „Harmonie-Bettwäsche“ lifesign der Firma Samina soll vor störenden energetischen Einflüssen schützen und den Menschen in einen ruhigen Schlaf wiegen. Spezielle Symbole auf der Bettwäsche sollen dabei auf den Energiefluss im Körper positiv einwirken. In drei unterschiedlichen Farbvarianten kann der Konsument sogar die gewünschte Wirkung bestellen ([www.samina.at](http://www.samina.at)).

# Entertainment

ist aus dem modernen Leben nicht mehr wegzudenken. Der DVD Player hat alte Wiedergabe-Vehikel längst überholt, und das in kürzester Zeit. 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. Dementsprechend wird es dann eine neue Wohnraumeinteilung benötigen, die die Unterhaltungselektronik beherbergt. Es wird normal werden, dass eine zentrale Hi-Fi-Anlage die ganze Wohnung oder das ganze Haus wireless mit Sound versorgt. Dem „alten“ Wohnzimmer kommt damit eine neue Rolle zu.

Entertainment und die technologische Vernetzung spielen darüber hinaus im gesamten Haushalt der Zukunft eine tragende Rolle. Hinsichtlich der wenigen gemeinsamen Anwesenheitszeiten wird man „avatar-ähnlich“ kommunizieren und über das Mediensystem in Kontakt bleiben. Das geht weit über das heute bekannte Handy hinaus und wird zu einer permanenten Vernetzung führen. Die Entscheidung, off- oder online zu sein, liegt beim Einzelnen.



Die Multi-Room-Anlage von Revox ([www.revox.ch](http://www.revox.ch)) ist ein Produkt dieser neuen Wohngeneration. Mit dem zentralen Multimedia-System, das sich mittels einer Internet-IP-Adresse selbst über das Netz ansteuern lässt, dirigiert man das gesamte Bild- und Tonvergnügen im Haus. Ein Baustein kann die verschiedenen Räume mit unterschiedlicher Musik versorgen. Steuern lässt sich das Multi-Talent über die auf jeden W-LAN-tauglichen Handheld-PC installierbare Fernbedienungs-Software, aber auch von einem Computer aus oder über die in den Räumen fix installierten Bedienelemente.

Diese wirken wie Lichtschalter und integrieren sich damit in das Raumdesign. Die Musikanlage kann durch den direkten Internetzutritt die Musik direkt aus dem Netz saugen und in den gigantischen Festplatten-Speicher legen. Darauf können auch per Knopfdruck CDs abgespeichert werden. Automatisch erkennt die Anlage die CD und holt sich aus dem Internet den Interpreten, das Genre sowie die Titel der Musikstücke. Damit wird sichergestellt, dass man die von der CD auf die Festplatte kopierte Musik auch jemals „wiederfindet“. Getestet wird gerade die Bedienung mittels Sprachsteuerung – laut Revox keine „Zukunftsmusik“ mehr in der Unterhaltungselektronik des o.a. Herstellers.

Unter dem Stichwort „Mietergewinnung“ macht der digitale TV-Sender Premiere ([www.premiere.de](http://www.premiere.de)) Wohnungsvermietern das Angebot des Senders schmackhaft. Und das nicht umsonst. Der Sender hat kontinuierliche Abo-Zuwächse (aktuell 3,25 Mio. Abonnements) und ist, nach einer Konsolidierungsphase und dem Börsengang, auch wirtschaftlich fit. Für die kommenden Großereignisse wird technisch aufgerüstet. Die digitale HDTV-Technik, die für mehr Bildqualität vor allem auf Großflächenbildschirmen sorgen wird, wird anlässlich der Fußball-WM in Deutschland zum ersten Mal eingesetzt. Die Digitalisierung der Medienwelt zieht immer stärker ihre Bahnen in unsere Wohnungen.



## work@home

das Arbeiten zu Hause. Nach vielen vergeblichen Versuchen, die Telearbeit als Effizienzwerkzeug zu nutzen, wird sie in den kommenden Jahren neu entdeckt. Arbeiten zu Hause bedeutet, sich kreative Freiräume zu schaffen. Nachdenken, Schreiben, Lesen, kreative Übungen, im Internet forschen – all das sind Notwendigkeiten einer auf Wissen basierten Gesellschaft. Und diese Dinge werden wir zunehmend zu Hause machen. Das Heim wird somit zur FREEZONE der Unternehmen.

Auch hinsichtlich des Entstehens einer neuen kreativen Klasse erhält die geistige Heimarbeit neuen Schwung. Denn diese Menschen brauchen Platz für Kreativität und Spinnereien – und dieser Platz wird in den meisten Unternehmen nicht oder nur unzureichend geboten. Somit wird die Arbeit zu Hause ein ganz normaler Bestandteil einer hoch entwickelten Gesellschaft. Jedoch nicht als Effizienz-Werkzeug, sondern vielmehr als eine Plattform des Schaffens und Gestaltens, also eine Schutzzone und ein Inkubationsraum für Kreativität.



Die besten Ideen hat man oftmals unter der Dusche, beim Sport, beim Lesen – und natürlich in einer Umgebung, in der man sich wohl fühlt. So hat der Zimmermann Pete Nelson sein Büro außerhalb von Seattle in vier Metern Höhe in einer 100 Jahre alten Tanne geschaffen. Die fünf mal fünf Meter große Kabine hat Platz für Schreibtisch, Schrank, Fax, Drucker und einen Lesesessel. „Als ich noch in Seattle im Stadtzentrum arbeitete, wollte ich stets in die freie Natur. Heute bin ich selbständig, und ich muss mich ständig neu motivieren. Die Aussicht auf das Weideland und die Bäume vermittelt mir ein Gefühl von Freiheit.“

**„Kreativität entfaltet sich am ehesten an Orten, wo neue Ideen weniger Anstrengungen erfordern, um wahrgenommen zu werden.“**

**(Mihaly Csikszentmihalyi, „Glücksforscher“)**

# Freiraum

ist der Luxus der Penthouse-Bewohner und der Besitzer von Häusern mit Garten. Der von uns identifizierte Trend GARDENING macht aus der ehemals grünkarierten Spießervelt einen autonomen Life-Style-Kosmos. Die Gartenwelt wird zur erweiterten Relax-Zone auserkoren. „Gardening is the new sex“, titelte im vergangenen Jahr die Londoner „Times“. Die Gartencenter sagen schon heute Danke. Dabei wird sich dieser Trend zur Beschäftigung im Grünen fortsetzen und dafür sorgen, dass die im Job zunehmende Virtualisierung der Welt nicht überhand nimmt. Es geht um das Genießen der Natur und deren stimulierenden Einfluss auf unsere Wahrnehmung. Die Sinne werden angeregt, und ein tiefer Atemzug bringt nicht die durch Computer und künstliches Licht erwärmte Luft in die Lungen, sondern führt das Gefühl von Natürlichkeit und Verbundensein mit der Welt in unseren Körper.



Neben den klassischen Markisen werden in den Gärten und Terrassen immer mehr Sonnensegel eingesetzt. Das Unternehmen „sunsquare“ ([www.sunsquare.com](http://www.sunsquare.com)) hat sich darauf spezialisiert. Hier spricht man von der „Architektur des Schattens“. Ob etwas Regen oder pralle Sonne, die Segel machen die erweiterte Nutzung von Garten und Terrasse möglich. Auch wird man damit dem Anspruch an moderne Architektur gerecht.





Design für den Garten liefern mittlerweile fast alle Top-Markenhersteller der Möbelszene. Ob das von Philippe Starck designte Kunststoff-Sofa „Bubble-Club“ von Kartell ([www.kartell.com](http://www.kartell.com)) oder die extremen Outdoor-Möbel von extremis ([www.extremis.be](http://www.extremis.be)). Diese sollen sich – so der Hersteller – auf außergewöhnliche Weise dem alltäglichen Leben anpassen. Gerade die Grill-Feuerstelle „Qrater“ birgt viel Freiraum für romantische Lagerfeuer-Fantasien jenseits des Alltags. Man hat also im Design den Garten als Gestaltungs-Raum entdeckt und wertet damit die freien Flächen rund um die Häuser auf.



Der Erfolg von TV-Shows wie „Mein Garten“ auf RTL, in denen private Gärten von öden und langweiligen Flächen in erfrischende und inspirierende Oasen verzaubert werden, verdeutlicht einmal mehr das Interesse am freien Raum. Die Bundesgartenschau 2005 in München stellt eine Fläche von 190 Hektar für seine Besucher zur Verfügung. Das ist doppelt so viel, wie die letzte Gartenschau in Rostock im Jahr 2001 bot (100 Hektar). Infos unter: [www.buga2005.de](http://www.buga2005.de)





# Optionale Räume

## Kinderzimmer

Kinder bekommen in unserer alternden Gesellschaft einen neuen Stellenwert. Die Geburt eines Kindes basiert immer mehr auf Wunsch-Szenarien und wird zum gemeinschaftlichen Event der familiären Keimzelle. Lebensläufe sind nicht mehr vordefiniert, sondern entwickeln sich in einer unvergleichlichen Freiheit.

In der Lernphase des Lebens erfahren Kinder schon früh den Umgang mit neuester Kommunikationstechnik und dürfen ihr kreatives „Begreifen“ der Welt vermehrt ausleben. Die Räume der Kinder müssen sich diesen Entwicklungen anpassen und Lösungen bieten. Je weniger Kinder geboren werden, desto mehr Bedeutung wird dem einzelnen Kind beigemessen.

Kinderzimmer werden von vergangenen Abstellräumen für Spielzeug und Bett der Kinder zum Lerncenter für das Leben umfunktioniert.

Buchtipps: »New Kidsroom Design« von E. Dallo (Daab) und »Neue Kinderzimmer« von J. Copestick (Dva)

## Stauraum

Der Stauraum der Zukunft erhält seine eigentliche Bedeutung zurück. Vielerorts wird es eigene Räume geben, welche zur Lagerung von Gegenständen dienen. Circa 15.000-25.000 „Dinge“ sind es, die in den Häusern und Wohnungen um unsere Aufmerksamkeit ringen und Platz brauchen. Eine klare Tendenz ist bereits erkennbar: Schlafzimmer und Schrankraum werden immer häufiger getrennt konzipiert. Das Aufbewahren der Speisen folgt wieder einem alten Muster der „Speisekammer“, und in den Eingangsbereichen befinden sich oft schon Abstellräume für Schuhe, Mäntel und dergleichen. Der Simplify-Trend wird in vielen Bereichen die bewohnten Räume „clean“ machen und Gegenstände in die jeweils dafür vorgesehenen Räume verbannen.

## Zusammenfassung

# Gesellschaftliche Veränderung braucht die dafür nötigen Räume

Sicherlich wird sich nicht in jeder Wohnung ein Sinn-Raum einrichten lassen. Doch die Bedeutung dieses Raumes wird in der Wohnung der Zukunft seinen Platz finden. Moderne Architektur wird durch ihre mobile und modulare Bauweise auch viel schneller auf die Ansprüche des individuellen Nutzers reagieren können. So wird es in Zukunft nicht mehr nötig sein, sich an einer vom vorherigen Mieter oder Eigner festgelegten Raumaufteilung zu orientieren. Hier ergeben sich in der Baubranche Notwendigkeiten für flexiblere Lösungen zur Veränderung von Wohnraum.

Individuelle Lebenskonzepte brauchen individuelle Lösungen. Der Business-Nomade wird sich schneller mit vorgegebenen Standards arrangieren, da er die Wohnung nicht als Heimat, sondern als Schlafgelegenheit nutzt. Sobald der Anschein nach einer längeren Nutzung auftaucht, wird obiges Raumkonzept greifen und in die vorgegebenen Wände integriert.

In Summe ergibt sich daraus eine neue Anforderung an die Architektur und das Interieur-Design. Flexibilität spielt genauso eine Rolle wie ein tiefes Verständnis für eine sich weiter entwickelnde Gesellschaft.



# Style-Paradox

Individualisierung lässt die Stile fusionieren.  
Alles ist möglich und erlaubt sowieso.



Mit einer zunehmenden Individualisierung in unserer Gesellschaft nimmt natürlich auch die Vielfalt der Wohn-Stile zu. Es wird diffus. Gedrängt durch den Megatrend Individualisierung, entwickelt der Einzelne seine persönliche Wohn-Welt, in der altbekannte Stile verschwimmen und durcheinander gemischt werden. Die Biedermeier-Kommode steht dann plötzlich neben bunten Plastik-Tischen, schwedische Selbstbau-Möbel „protzen“ neben Designklassikern, mediterrane Schränke ergänzen moderne Naturholz-Arrangements ...

Doch je mehr die Kunden ihren eigenen Wohnstil mixen, desto wichtiger wird es für den Anbieter, sich im Stil deutlich zu positionieren. Mit der Feminisierung entsteht eine neue Bedeutung von Stil-Bewusstsein. Kunden werden zukünftig in allen Preisebenen auf klare Stil-Welten reagieren – unabhängig davon, ob sie diese zu Hause 100%ig umsetzen oder nicht.



Je mehr die Style-Welten fusionieren, desto mehr braucht der Konsument „eindeutige Angebote“, um sich zurechtzufinden und um letztlich seine eigene Mischung zu kreieren.

Wohn-Anbieter in allen Bereichen müssen sich daher zukünftig klar outen und ihre Stilsicherheit beweisen. Das Bild der Styling-Zukunft ist eine Mixtur aus Fusion und erlaubten Brüchen. Dennoch kristallisieren sich Styles heraus, die als Orientierungspunkte der optischen Wohn-Welt von morgen gelten.

## Reduktion

Dahinter stehen:  
Purismus  
Sensual living  
Re-Spiritualisierung ...



## Veredelung

Dahinter stehen:  
Clanning  
Kennerschaften  
Connaissanceur living  
Style-Lust  
Retro ...



## Natur & Design

Dahinter stehen:  
Nachhaltigkeit  
LOHAS  
Tradition  
market of the real ...



## Flow-Design

Dahinter stehen:  
Spaß an Design  
Experimentieren  
Zeitgeist-Symbolik ...



## Glocal Style

Dahinter stehen:  
Kultur-Mix  
hybride Gesellschaft  
Minderheiten  
Globalisierung ...



## High-End-Design

Dahinter stehen:  
High-Tech  
Freiheit  
Hyper-Kreativität ...



# Reduktion

Die Reduktion lebt von der Innenorientierung der Menschen. Es geht um die „Entkoppelung“ von materiellen Gütern und um die Besinnung auf die eigenen Werte. Es ist ein Style, der die immaterielle Sinnorientierung ausdrückt. Es entstehen Räume, die vom Raum leben und von der spirituellen Ausstrahlung der Gebäude.

Das Styling ist Ausdruck des Simplify-Trends und lässt weg, was nicht wichtig ist.

## Signifikante Merkmale

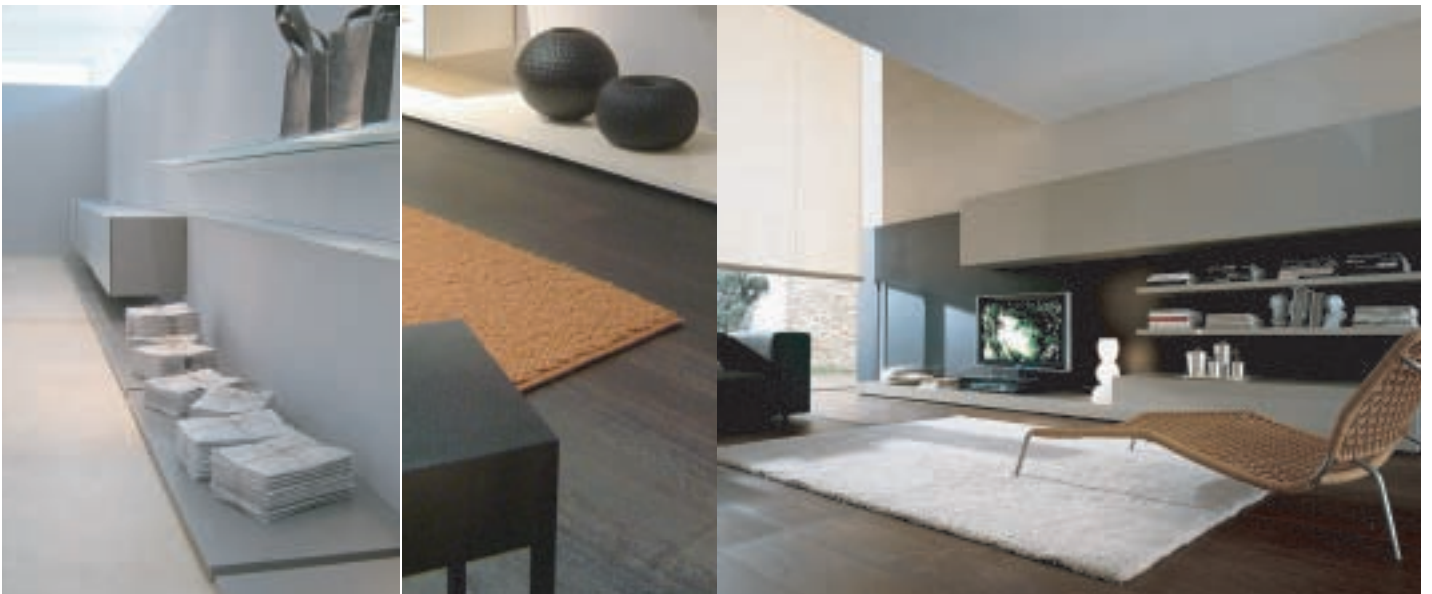
„Weniger ist mehr“ – der Grundsatz dieses Styles. Sparsamer Einsatz von Farben. Große, leere Flächen. Wenige Dekorgegenstände, diese jedoch mit starker symbolischer Wirkung. Hauptsächlich „echte“ Materialien, größtenteils natürlich belassen und/oder natürlich behandelt. Holz. Stein. Metall, akzentuiert oder technisch eingesetzt. Klare Linien, schlichte Formen, glatte Flächen, viel Licht – auch durch große Fenster in das Haus geholt. Design & Architektur gepaart mit Natürlichkeit.



- Küchen des italienischen Herstellers Boffi ([www.boffi.com](http://www.boffi.com)) folgen dieser Reduktion und drücken viel mit wenig aus. Die Räume leben von viel Platz und der harmonischen Abstimmung der Materialien.
- Auch der italienische Polstermöbel-Hersteller living divani ([www.living-divani.it](http://www.living-divani.it)) lässt gerne Überflüssiges weg. Er konzentriert sich auf die schlichte Form, die zum Sitzen genügt und sich in die zurückhaltende Raum-Landschaft integrieren lässt.
- Der japanische Zen-Stil liefert die Basis für die Reduktion. Die Grundprinzipien dafür: 1.) den Geist des Ortes erkennen, 2.) dem Wesen der Natur gerecht werden, 3.) die Reduktion auf das Wesentliche, 4.) die Einfachheit in Form, Linie und Material ([www.garten-architektur.ch/zen-garten/](http://www.garten-architektur.ch/zen-garten/)).

#### **Wertewelt dieses Wohnstils**

**Sinnlichkeit, Klarheit, Intensität, Leichtigkeit,  
Einfachheit**





## Veredelung

Die „Veredelung“ beschreibt ein Styling, das vom klaren und starken Ausdruck lebt. Insignien von Wohlstand drücken sich in klaren und teils mutigen Formen aus. Qualität, Designbewusstsein und Kennerschaft spielen eine Rolle. Der „Hauch der Oberklasse“ ist hier unverkennbar. Die bewusste Abgrenzung zur Masse wird zelebriert und ein Arrangement der zeitgeistigen Möglichkeiten geboten. Alle Details sind perfekt abgestimmt und ergeben den sichtbaren Unterschied.

Neues Merkmal ist die verstärkte Rückbesinnung auf die guten alten Zeiten. Muster aus klassischen Stilepochen werden vor allem grafisch eingesetzt. Glanzpunkte (von Glas-Kristallen bis zu verchromten Oberflächen) deuten auf „neue Glanzzeiten“ hin. Es spiegelt sich die Lust am Styling wider. In Zeiten des „love-age“ lebt in dieser Stilwelt durchaus ein Hauch von Romantik und Verspieltheit auf. Das wird durch Farben, Muster und Details zum Vorschein gebracht.

## Signifikante Merkmale

Gekonnte Arrangements in der gesamten Abstimmung (vom Bild bis zur Lampe). Klare Farben und Formen. Edles Material. Hohe Qualität. Kunst – Kultur sind integrierter Bestandteil des Wohnens. Edle Muster und Dekore als Abrundung zu eigentlich modernen Formen. Stilmittel klassischer Epochen (von Jugendstil bis Barock) sind vor allem zweidimensional (in grafischen Mustern) nachempfunden.



Der Designer Philippe Starck spielt mit diesen Formen und lässt neue Raumkonzepte in edlem Style erscheinen. Als wohl bekanntester Vertreter der Design-Gilde ist er durchaus mit verantwortlich für die Entwicklung hin zum neuen Show-off der eigenen Lebenslust. In den von Starck entworfenen Hotels und Lokalen kommt dieser Trend deutlich zum Ausdruck ([www.philippe-starck.com](http://www.philippe-starck.com)).

- Möbelproduzenten wie der im Besitz von Ferrari-Boss Luca di Montezemolo befindliche Hersteller „Poltrona Frau“ ([www.poltronafrau.it](http://www.poltronafrau.it)) zelebrieren die Veredelung des Lebens. In dem Mix zwischen klassischen Formen und neuen Interpretationen schaffen sie ein unvergleichliches Flair.
- Auf seine ganz eigenständige Art inszeniert der ebenfalls italienische Hersteller flexform ([www.flexform.it](http://www.flexform.it)) diese Styling-Richtung. Wiederum aus klassischen Stilelementen holt sich das Unternehmen die Inspiration für moderne Wohnraum-Möbel.
- Tapeten im klassischen Design haben wieder Hochkonjunktur. Die großflächigen Musterungen finden den Weg als Akzentgeber in moderne Haushalte und veredeln das zeitgenössische Wohnambiente (u. a. [www.boehm-stoffe.at](http://www.boehm-stoffe.at)).
- Glanzpunkte für das Heim liefert der Glaskristall-Erzeuger Swarovski ([www.swarovski.com](http://www.swarovski.com)), der mit seinem neuen Lifestyle Engagement nun auch als Designelement in die Haushalte durchdringt. Nebst Fensterornamenten und hauseigenem Leuchtenprogramm entwickelt das Unternehmen in Kooperation (z. B. mit Selva-Möbel – [www.selva.it](http://www.selva.it)) Möbelkollektionen mit Swarovski-Ausschmückung.

#### **Wertewelt dieses Wohnstils**

**Ehrgeiz, Status, Extravaganz, Individualismus, Kunst**

# Natur & Design

Der Mega-Trend Gesundheit beschert uns eine neue Betrachtung der Natur. Hierbei entsteht auch im Wohnen ein Stil, der sich zum einen am Zeitgeist in der Formensprache orientiert und zum anderen die Nachhaltigkeit im Umgang mit der Natur respektiert. Hier geht es also um natürliche Materialien, ökologische Herstellungsprozesse und zeitgerechtes Design.

## Signifikante Merkmale

Natürliche Materialien größtenteils natürlich belassen und/oder behandelt. Holz. Stein. Natürliche Wandfarben. Metall, akzentuiert oder klar technisch eingesetzt. Design und Architektur gepaart mit Natürlichkeit.



Das österreichische Bundesland Vorarlberg gilt als architektonischer Vorreiter in diesem Stil. Als einstige Hochburg der Textilindustrie war man hier schon früh mit Styling und Design konfrontiert. Dieses Bewusstsein gepaart mit der Vorgabe natürlicher Ressourcen kultivierte ein neues Empfinden. Holz als Hauptbestandteil der Häuser, in moderner Schlichtheit eingesetzt und in einem Kanon aus echten Materialien finalisiert ([www.v-a-i.at](http://www.v-a-i.at), [www.proholz.at/werke\\_holz/holzbauten2.htm](http://www.proholz.at/werke_holz/holzbauten2.htm)).



- Der österreichische Möbel-Erzeuger Team 7 ([www.team7.at](http://www.team7.at)) hat mit seiner neuen Produktlinie den reddot designaward gewonnen. Die Kombination aus natürlichen Materialien in reduziertem Design ist für diese Auszeichnung verantwortlich. Der Hersteller geht damit in der Evolution der „Bio-Möbel“ in Richtung natur & design voran und baut seine Kompetenz in dieser Style-Welt aus.
- Der Versandhändler „Grüne Erde“ ([www.grueneerde.com](http://www.grueneerde.com)) hat sich auf natur & design spezialisiert. Hier bekommt man alles, was man sich rund um das Thema wünscht. Neben dem Versandhandel hat das Unternehmen auch eigene Shops in Deutschland und Österreich eröffnet, die sich im Glanz dieser neuen natürlichen Stilrichtung zeigen.
- Der Schweizer Teppich-Hersteller Ruckstuhl ([www.ruckstuhl.net](http://www.ruckstuhl.net)) verarbeitet ausschließlich nachwachsende Rohstoffe zu Teppichen. Darin hat das Unternehmen Tradition. Und darin, diese mit höchsten Design-Ansprüchen zu gestalten. Ruckstuhls Kollektionen werden international vertrieben und in Verbindung mit den Top-Möbelkollektionen präsentiert. Das Unternehmen verarbeitet seit 1881 mit „Qualitätsanspruch und Materialästhetik in ökologischer Konsequenz“ (Ruckstuhl).

#### **Wertewelt dieses Wohnstils**

**Natur, Heimat, Familie, Gesundheit, Offenheit,  
Leichtigkeit**

#### **Die LOHAS als Megamarkt der Zukunft.**

LOHAS – also Lifestyle of Health and Sustainability – ist ein Lebensstil der Gesundheit und Nachhaltigkeit. Gesundheit wird als Lifestyle definiert und wie selbstverständlich im Alltag verankert. Keine Frage von Bio- und Öko-Optik mehr, keine Wollpullis und Schmuttel-Optik, sondern Genuss im Zeitgeist. Ein gesunder Lebensstil ganz im Sinne des neuen ganzheitlichen Ansatzes. Wie selbstverständlich lädt sich dieser mit Sinn und Ästhetik des Neuen auf und setzt Zeichen für anspruchsvolle Menschen. In den USA spricht man bereits von einem Drittel der Bevölkerung, das dieser Definition angehört. Laut der Organic Trade Association steigt der US-Umsatz von organischen Nahrungsmitteln seit 1990 jedes Jahr um 20 %.



## Flow-Design

Dieses Styling vermittelt den Zeitgeist der Gegenwart. Ein Spiel der „hippen“ Designer mit Formen und Farben. Kurzfristig entwickeln sich Moden (ähnlich der Modebranche), welche aufgegriffen und umgesetzt werden. Wichtige Attribute sind Andersartigkeit, Flüchtigkeit, Rätselhaftigkeit und Flexibilität.

Die Formensprache entspringt einem Gefühl für die Eskapismus-Sehnsüchte der Menschen. Es macht Spaß, lässt eine teilweise unwirkliche Welt entstehen und entführt damit die Menschen in ein Märchen aus Formen.

In seiner Anwendung wird dieses Styling vor allem punktuell eingesetzt, als Anker für Buntheit und Spaß im Leben. Es sind Dinge, die temporär einen hohen Lust-Faktor verbreiten. Auch Retro-Look im Stile der 70er Jahre wird immer wieder verarbeitet und neu durchgemischt. Muster (grafische und blumige Motive) und Ornamente werden neu inszeniert.

## Signifikante Merkmale

Bunt, neuartige Formen und Materialien, außergewöhnliche Nutzungsmöglichkeiten, variabel, Mobilität. Grafische Muster.



- Bekanntester Vertreter dieser Styling-Welt ist der Designer Karim Rashid ([www.karimrashid.com](http://www.karimrashid.com)). Mit seinen bunten Entwürfen und farbenfrohen Symbolen macht er Lust auf eine inszenierte Lifestyle-Welt. Rashid arbeitet branchenübergreifend in dieser Styling-Welt von Architektur über Fashion bis zum Möbeldesign.
- Mit buntem Kunststoff und mutigen Gebrauchsgegenständen machte sich der deutsche Hersteller Koziol ([www.koziol.de](http://www.koziol.de)) international einen Namen. Die Produkte des Herstellers, vorwiegend Wohn-Accessoires, leben von dem Witz und Spaß der farbenfrohen Lifestyle-Welt und blicken gleichzeitig auf eine lange Unternehmenstradition zurück.
- Gufram ([www.gufram.it](http://www.gufram.it)), ein italienischer Möbel-Hersteller mit hohem Spaß-Bezug, erfindet die Funktionen wie Sitzen und Liegen neu und kreiert außergewöhnliche Produkte mit viel Phantasie und hohem Designanspruch.
- „Wer sagt, dass man nicht über den Rand malen darf“ – so das Intro auf der Internet-Seite von Berlin-Tapete ([www.berlintapete.de](http://www.berlintapete.de)). Das Unternehmen hat sich auf die Anfertigung von individuellen Tapeten nach den Vorgaben der Kunden, Designer und Architekten spezialisiert. Individualisierung pur, die Spaß macht.
- Leuchten mit Fellen, große Farballons und auch Retro-Style bringt der belgische Hersteller Dark aufs Style-Parkett. ([www.dark.be](http://www.dark.be)). Auf der Homepage animiert der Hersteller: „Stop – be serious“!

#### **Wertewelt dieses Wohnstils**

**Rebellion, Mut, Impulsivität, Risikofreude, Spaß**



## Glocal Style

Die Sprache der Tradition und die Verbindung mit besonderen Orten dieser Welt sind die Basis für den glocal style. Die Globalisierung treibt die Vermischung der Menschen auf dem Planeten voran. Dieser Stil erinnert an die Wurzeln der Herkunft.

Ob Indisch, Arabisch, Marokkanisch, Kubanisch oder auf europäischen Traditionen aufbauend, entwickelt dieser Stil eine Beziehung zu Orten und Geschichten. Er erzählt die Story von Herkunft und Brauchtum. In unserer hybriden Welt vermengen sich diese Traditionen zu neuen Stilen und bilden nach dem Vorbild der World Music ein neues Verständnis für Welt-Kultur und eigene Historie.


Zum einen ist es also die Hinwendung zu den eigenen Wurzeln, aber auch eine Sehnsucht nach der Ferne und fremden Kulturen, die sich hier durchdringen.


## Signifikante Merkmale


Traditionelle, länderspezifische Formen. Viel Handwerk. Viele Details, die den jeweiligen Stil repräsentieren.




Der Versandhandel „orient style“ ([www.orient-style.de](http://www.orient-style.de)) hat sich auf den Import von orientalischen Möbeln und Dekorstücken konzentriert. Aus anfänglich persönlichem Interesse entstand ein Geschäft, das sich im glocal style ausbreitet. Mit den Produkten will man die Kunden in die phantasmagorischen Träumereien aus 1000+1 Nacht verführen.

- 

Von den Philippinen kommt „sea crest“ (<http://store.seacresttradingco.com>), ein Online-Shop für originales Wohnstyling des asiatischen Staates. Kooperationen von Herstellern tragen den Lebensstil des Landes in die Welt. Vom Dekorgegenstand bis zur kompletten Einrichtung kann man sich dabei alles über den Ozean schicken lassen.
- 

Baustoffe mit Geschichte hat das Unternehmen „Persch“ ([www.persch.com](http://www.persch.com)) im Angebot. Steine, Türen, Dachziegel ... werden aus alten historischen Gebäuden „errettet“, gereinigt und dann den Kunden angeboten. Diese Materialien erzählen von Tradition und von alten Zeiten. Gerade die Sehnsucht nach authentischen Erinnerungen lässt sich an diese Materialien ankristallisieren.
- 

Einen guten Einblick in die exotischen Style-Welten bietet die britische Homepage [www.uktvstyle.co.uk](http://www.uktvstyle.co.uk). Neben international neuesten Design- und Stylingtrends erhält man Informationen zu länderspezifischen Gestaltungsvarianten. Der TV-Sender UKTV Style hat sich auf Styling, Garten und Essen konzentriert und subsumiert somit eine breite Palette gesellschaftlicher Bewegungen.
- 

Bei dem ebenfalls in England ansässigen Einrichtungs-Versandhändler The Pier ([www.pier.co.uk](http://www.pier.co.uk)) können sich Kunden per Schnellsuchmenü entscheiden, welcher globalen Inspiration sie für ihre zukünftige Wohnungseinrichtung folgen wollen. So kann man sich dort durch den Orient, Amerika, Europa etc. wühlen und die Produkte dementsprechend auswählen.

### Wertewelt dieses Wohnstils

## Weltoffenheit, Fantasie, Nostalgie, Toleranz

Mehr über glocal style:

- »Havana Style« von Christiane Reiter
- »Ethno-Style« von Elizabeth Wilhide, Joanna Copestick
- »Morocco Style« von Angelika Taschen, Christiane Reiter
- »Oriental Lifestyle« von Anna Alos, Marcos Sandiumenge
- »Indian Interiors« von Deidi von Schaewen, Sunil Sethi

# High-End-Design

Vorangetrieben durch die technischen Möglichkeiten, entwickelt sich gerade eine starke Designbewegung hin zur völligen kreativen Freiheit. Besonders gut zu erkennen in der Architektur, wo Materialien verbogen, gedreht, bis ins Extrem ausgelastet werden, um letztlich eine ungekannte Sprache in der Form zu etablieren.

Diese Bewegung hat sich mittlerweile auch in die Design- und Interieur-Planung vorgewagt. Hier experimentieren die Avantgardisten mit neuen Materialien und häufig mit organischen Formen. Grundbedürfnisse (wie Sitzen, Liegen ...) werden hinterfragt und in einen neuen Kontext gesetzt.

Oft sind die entstehenden Formen Ausdruck von der Philosophie und Hyper-Kreativität des „Erschaffers“. Dadurch entsteht idiosynkratische Individualität – Projekte aus Architektur und Design wirken wie Kunststücke.

Bis vor kurzem noch der Architektur-Elite vorbehalten, etabliert sich dieses hoch selektive Styling auch immer mehr bei „normalen“ Wohnfragen.

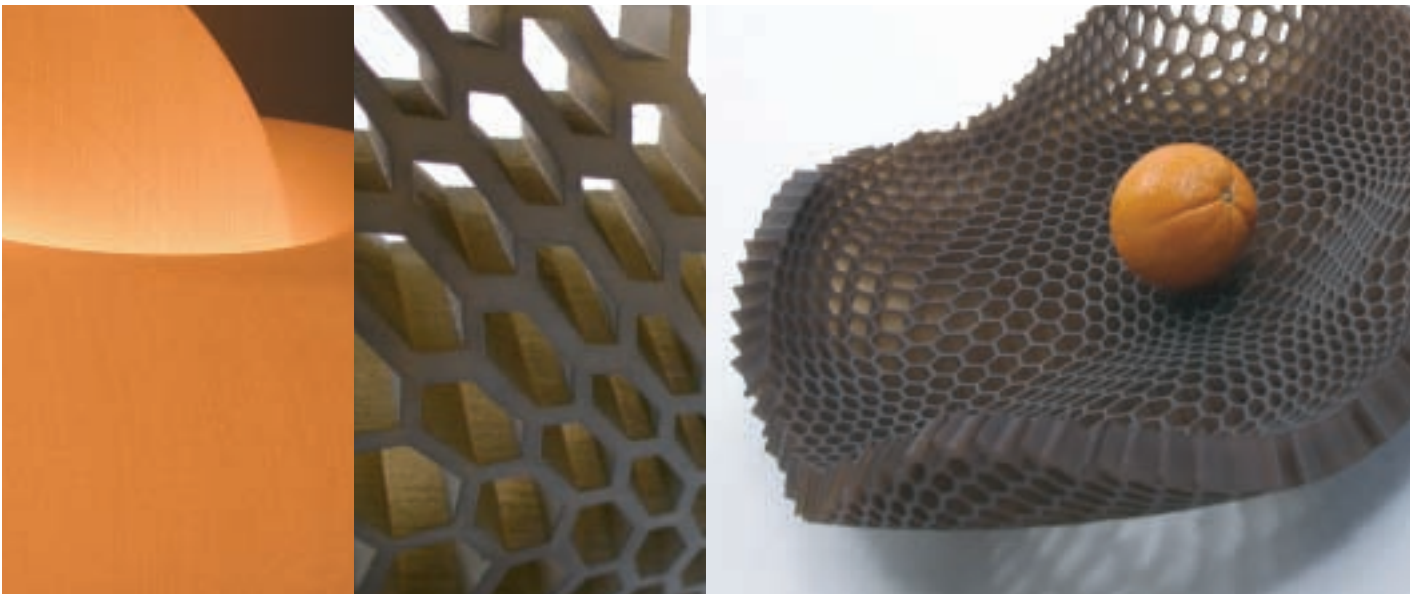


## Signifikante Merkmale

Andersartigkeit, Bruch gegen die Grammatik, neue Materialien oder Bekanntes neu geframed. Extreme Formen, freie Interpretationen. Oft organisch, die Natur als Vorbild (Bionik).

> Daniel Libeskind ([www.daniel-libeskind.com](http://www.daniel-libeskind.com)), der Gewinner des Architekturwettbewerbes rund um den Ground Zero (siehe Homepage), lebt in seiner Architektur die extreme Freiheit des Kreativen und die Möglichkeiten von unerwartetem Materialeinsatz. Ebenso arbeiten u. a. das Team um den britischen Architekten Sir Norman Foster ([www.fosterandpartners.com](http://www.fosterandpartners.com)) sowie die Star-Architektin Zara Hadid ([www.zaha-hadid.com](http://www.zaha-hadid.com)) in dieser extremen Ausbildung des Machbaren.

> Im Interieur Design zeigt sich das Unternehmen odue ([www.odue.it](http://www.odue.it)) höchst experimentierfreudig. Ganz an den organischen Formen der Natur orientiert sich die Gestaltungsweise der Italiener. Die Designer der Möbel selbst kommen ursprünglich nicht aus der Interieur-Szene, was eine neue und freie Betrachtung des Themas zulässt. Das Ergebnis sind auffallend gestaltete Produkte, die wie von einem anderen Stern wirken.



> Stark experimentell kommen auch die neuen Design-Versuche von Electrolux daher. Der weltweit tätige Elektrokonzern wagt sich mit aktuellen Designstudien in die Welt des High-End Designs. Erster lieferbarer Output dieser Produktinnovationen ist der Kühlschrank „oz“ der Konzerntochter Zanussi, der sich in seiner organischen Form deutlich von anderen kühlenden Schränken unterscheidet ([www.electrolux.com](http://www.electrolux.com)).

> Wie man neueste 3D-Technologien für provokante und neuartige Formgebung einsetzen kann, zeigt das Unternehmen Materialise ([www.materialise-mgx.com](http://www.materialise-mgx.com)). 1990 als Spin-off gegründet, gilt man heute weltweit als ein Vorreiter der „rapid-prototyping-Technologie“, in der man Formen aus dem Computer dreidimensional „ausdruckt“. Diese Technologie setzt die mittlerweile weltweit tätigen Spezialisten in technischen und medizinischen Bereichen ein. Mit einer eigenständigen Leuchtenkollektion ist es beispielsweise gelungen, sich auch in der Interior-Szene einen Namen zu machen. Durch diese einmaligen technologischen Möglichkeiten lassen sich Formen entwickeln, die sonst nicht vorstellbar wären.

### Wertewelt dieses Wohnstils

Experimentieren, Hyper-Kreativität, Kunst, Freiheit, Neugier, Techno-Innovation





„Design = Seele. Glauben Sie mir“, promotet der amerikanische Management-Guru Tom Peters in seinem Buch „re-imagine“. Er schreibt weiter: „Design ist, was meine Liebe weckt. LIEBE. Design ist, was mich WILD macht. Und DESIGN IST DER ENTSCHEIDENDE UNTERSCHIED ZWISCHEN LIEBE UND HASS!“

# Bildquellen

Seite 36	edra, <a href="http://www.edra.com">www.edra.com</a> Moooi, <a href="http://www.moooi.com">www.moooi.com</a>
Seite 37/38	<a href="http://www.photodisc.de">www.photodisc.de</a>
Seite 40	Sunshower, <a href="http://www.sunshowereurope.com">www.sunshowereurope.com</a>
Seite 43	Samina, <a href="http://www.samina.at">www.samina.at</a>
Seite 45	Lifestyle Foundation, <a href="http://www.lifestylefoundation.com">www.lifestylefoundation.com</a>
Seite 47	<a href="http://www.photodisc.de">www.photodisc.de</a>
Seite 48	Sunsquare, <a href="http://www.sunsquare.com">www.sunsquare.com</a>
Seite 49	extremis, <a href="http://www.extremis.be">www.extremis.be</a>
Seite 50	Magis, <a href="http://www.magis.it">www.magis.it</a>
Seite 59/62	<a href="http://www.photodisc.de">www.photodisc.de</a>
Seite 73	<a href="http://www.RolfDisch.de">www.RolfDisch.de</a>
Seite 83/84	<a href="http://www.photodisc.de">www.photodisc.de</a>
Seite 95	Lifestyle Foundation, <a href="http://www.lifestylefoundation.com">www.lifestylefoundation.com</a> Gufram, <a href="http://www.gufram.it">www.gufram.it</a> Malabar Concepts, <a href="http://www.malabar.ch">www.malabar.ch</a>
Seite 96/97	Poliform, <a href="http://www.poliform.it">www.poliform.it</a> Lifestyle Foundation, <a href="http://www.lifestylefoundation.com">www.lifestylefoundation.com</a>
Seite 98/99	Lifestyle Foundation, <a href="http://www.lifestylefoundation.com">www.lifestylefoundation.com</a> Selva, <a href="http://www.selva.it">www.selva.it</a> Rapsel, <a href="http://www.rapsel.it">www.rapsel.it</a>
Seite 100	Rupert Steiner / LP Architects, <a href="http://www.rubertsteiner.com">www.rubertsteiner.com</a> Lifestyle Foundation, <a href="http://www.lifestylefoundation.com">www.lifestylefoundation.com</a> Team 7, <a href="http://www.team7.at">www.team7.at</a>
Seite 102/103	Capelini Gufram, <a href="http://www.gufram.it">www.gufram.it</a> Dark, <a href="http://www.dark.be">www.dark.be</a> Magis, <a href="http://www.magis.it">www.magis.it</a> Lifestyle Foundation, <a href="http://www.lifestylefoundation.com">www.lifestylefoundation.com</a>
Seite 104	Malabar Concepts, <a href="http://www.malabar.ch">www.malabar.ch</a>
Seite 106/107/108	Lifestyle Foundation, <a href="http://www.lifestylefoundation.com">www.lifestylefoundation.com</a> odue, <a href="http://www.odue.it">www.odue.it</a> Materialise, <a href="http://www.materialise-mgx.com">www.materialise-mgx.com</a>