

## Pay-TV

- Neues von Teleclub Seite 14
- Video-on-Demand via Web Seite 16
- Alle Pay-TV-Programme Seite 20

Nr. 5 | Mai 2009 | Fr. 7.50  
www.home-electronic.ch



# Unendliche Breiten

Erster Full-HD-Fernseher im 21:9-Kinoformat von Philips

## Günstiger Lichtspieler

Top: Der neue Heimkino-Beamer von Sanyo bietet Full-HD-Auflösung zu einem fairen Preis **Seite 24**

## Edle Kompaktanlage

Vital: Der SACD-Receiver RCD-CX1 von Denon überzeugt klanglich und sieht auch gut aus **Seite 32**

## Satreceiver vernetzt

Premiere: Der HD-Satreceiver UFS 922 von Kathrein dient als Mediaserver im Heimnetz **Seite 48**



# Wohnen 2018

In Wien ist kürzlich unter dem Titel «Wohnen 2018. Smart Living – Innovationen für Bewohner und Wohnungswirtschaft» ein bemerkenswertes Buch zu Entwicklungen und Trends der kommenden Jahre erschienen. Ein Interview mit Daniel Maerki, der es zusammen mit Andrea Schikowitz geschrieben hat. PIUS ACHERMANN

In der Schweiz ist das von Daniel Maerki geforderte «Gesamtkonzept» Smart Living ansatzweise bereits in der Überbauung Bonacasain Biel realisiert.

In ihrem Buch analysieren die Autoren, welche Handlungspotenziale (baulicher, technischer, ökonomischer und sozialer Natur) für die Akteure der Wohnwirtschaft bestehen, um die sich daraus ergebenden Chancen bestmöglich wahrzunehmen und eventuelle Herausforderungen frühzeitig zu erkennen und zu meistern.

## Was ist Smart Living?

Herr Maerki, Sie sagen in Ihrem neuen Buch «Wohnen 2018» einen Trend zu

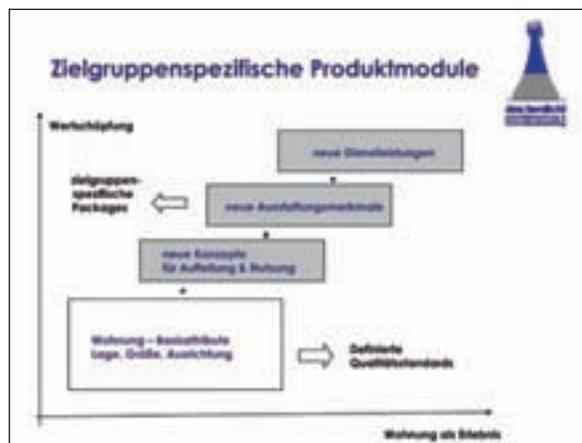
«Smart Living» voraus. Was verstehen Sie darunter?

Smart Living ist eine sehr umfassende, zukunftsorientierte Sicht des Wohnens, die soziale Aspekte, ökonomische Entwicklung, ökologische Prinzipien und technologische Innovationen miteinander vernetzt und das Verständnis von Wohnen auch um das Wohnumfeld erweitert.

Ein klassisches Beispiel ist der Smart-Home-Bereich. Viele Lösungen im Wohnbereich sind technologisch chic,

wurden aber von den Bewohnern nicht angenommen, weil sie das Wohnen verkomplizieren. Dies führte dann in weiterer Folge auch zu Widerständen gegen den Aufpreis.

Künftige Smart-Home-Konzepte müssen im sozialen Kontext der Bewohner und ihrer Bedürfnisse gesehen werden, sollten ökologischen Prinzipien wie massgeschneidertem Ressourceneinsatz folgen und ökonomisch leistbar sein. Wir sprechen in diesem Zusammenhang von Smart



Living. Man muss diese sozialen Zukunftstrends und die daraus resultierenden Bedürfnisse der Bewohner gut kennen, um kreative, intelligente und auch wertschöpfungsintensive Lösungen zu entwerfen. Vor allem solche, die helfen mit den heutigen komplexen Anforderungen leichter zurende zu kommen.

### Wohnhüllen allein genügen nicht

Die Herausforderung besteht nun darin, dass Wohnbaugesellschaften die Käufer bzw. Mieter einer Wohnung zwar nicht kennen, aber doch zielgruppenspezifische und/oder situative Angebote für sie entwickeln. Die Lage einer Wohnung bleibt natürlich ein entscheidendes Kriterium, aber viele soziale Entwicklungen mit ihren vernetzten Folgewirkungen werden das Wohnen der Zukunft beeinflussen.

*Sie sagen, dass mit sozialen Veränderungen neue Wohnbedürfnisse aufkommen. Was ändert sich?*

Es genügt nicht mehr, einfach nur Wohnhüllen zur Verfügung zu stellen – egal ob Miete oder Eigentum. Bewohner erwarten Gesamtlösungen, die auch Ökologie, Technologie, Dienstleistung einschliessen.

Da ist einmal der Trend zu den Einpersonenhaushalten mit der Folgewirkung der wachsenden Individualisierung. In manchen Teilen unserer Städte liegt dieser Anteil schon bei rund 70 Prozent aller Haushalte. Dann haben wir – damit im Zusammenhang – die wachsenden Scheidungszahlen (in Wien etwa werden 2 von 3 Ehen geschieden) mit den bekannten sozia-

len Folgen wie Patchworkfamilien und Alleinerziehende usw.

Weiter sind wir mit einem wachsenden Lebensalter konfrontiert, was neue Herausforderungen auch im Wohnbau mit sich bringt. Von 1995 bis 2050 haben wir eine Verdoppelung des Anteils der 65-Jährigen in der EU25.

Prägend für den Wohnbereich ist ferner die wachsende Zuwanderung (in manchem Kommunen haben wir heute einen Ausländeranteil von über 50 Prozent) mit ihrer Auswirkung auf soziale Konflikte und auch auf die Haushaltsgrösse) sowie die zunehmende (primär innereuropäische) Mobilität mit ihrem Trend zu multi-lokalen Wohnformen.

### Eine Brille für die Wohnungswirtschaft

*Was bedeutet dies für die Investoren?*

Nun ist die Wohnungswirtschaft hier zwar nicht blind, aber häufig etwas kurzsichtig. Mit unserem Buch wollen wir der Wohnungswirtschaft symbolisch gesprochen eine Art Brille zur Verfügung stellen, die helfen soll, diese künftigen Entwicklungen besser zu erfassen und dafür entsprechende Lösungen zu finden. Es bedarf einer intensiveren Auseinandersetzung mit künftigen gesellschaftlichen Trends. Dies erfordert von den Unternehmensorganisationen der Wohnungswirtschaftlichen Veränderungen und Anpassungen: strategisches Management, innovative Produktentwicklungen mit Fokus auf die auf sogenannten Soft Issues basierenden Eigenschaften und natürlich ein entsprechendes Marketing, Branding und zielgruppenspezifische Kommunikation.

## DIE AUTOREN

### Daniel O. Maerki



Der gebürtige Schweizer, aufgewachsen in Schweden, absolvierte ein Studium der Soziologie und Ökonomie sowie des Kunst- und Kulturmanagements in Österreich, mit Studienaufenthalten in den USA und in Kanada. Er hat beruflich ein breites Spektrum in der Stadtplanung und Regionalentwicklung sowie in der Strategie- und Kommunikationsberatung in öffentlichen und privaten Institutionen. Daniel O. Maerki ist u. a. Mitglied der World Future Society sowie der Schweizerischen Vereinigung für Zukunftsforschung.

### Andrea Schikowitz

Die Wienerin absolvierte das Studium der Soziologie und der Politikwissenschaft an der Universität Wien mit dem Schwerpunkt Wissenschafts- und Technologieforschung. Sie beschäftigte sich u. a. mit dem Bereich der Biowissenschaften und war an der Österreichischen Akademie der Wissenschaften an einem Projekt über die österreichische Bioethik-Kommission beteiligt.

Man könnte auch sagen, die Wohnungswirtschaft steht vor einer Transformation von einem Investitionsgüter- zu einem Konsumgütermarkt.

Die Wohnbaugesellschaften müssen also eine Dramaturgie des Wohnens herstellen, eine Story zu ihrem Wohnangebot erzählen, das Wohnen als Erlebnis verkaufen. Das ist der Trend der Zukunft.

Dem steht aber gegenüber, dass das Wohnen mehr denn je leistbar bleiben muss. Diese Herausforderung gilt es zu bewältigen. Wir müssen uns überlegen, wie man eine zufriedenstellende Lösung für alle Bevölkerungsschichten finden kann. Denn wir beobachten wachsende Einkommensunterschiede. Zukunftsorientiert zu planen, bedeutet auch, Antworten hierfür zu finden. ➔➔



DAS KOMPETENZENTRUM

## Das Fernlicht



Beide Autoren sind Mitarbeiter von «Das Fernlicht», einem 2005 gegründeten internationalen Kompetenzzentrum für Zukunft und Lebenswelten mit Sitz in Wien. Daniel O. Maerki ist dessen Geschäftsführer. 2006 wurde zusätzlich die Smart Living Consulting GmbH gegründet. Info: [www.dasfernlicht.com](http://www.dasfernlicht.com)

Wir haben uns weniger mit dem Luxussegment auseinandergesetzt als vielmehr mit dem Mehrgeschosswohnbau. Und da öffnet sich – vor allem angesichts sinkender Haushaltsgrößen – ein grosses Feld für die Ressourcenteilung. Dies betrifft in Zukunft z.B. das Carsharing, aber auch Veranstaltungsräume und die gemeinsame Beschaffung von Verbrauchs- und Investitionsgütern. Ergebnis dieser Prozesse ist, dass man sich in Wohnquartieren wieder mehr miteinander auseinandersetzen muss. Themen wie Quartiermanagement werden wichtiger.

*Welche Rolle spielt dabei die Technologie? Smart-Home-Lösungen sind zwar am Markt häufiger anzutreffen, aber der grosse Durchbruch bleibt noch aus.* Es geht nicht nur um Dateninfrastruktur, sondern darum, umfassende Technologielösungen in den Anwendungskontext der Nutzer zu integrieren. Dem Nutzer ist die Technologie ziemlich egal, der will eine Lösung, die ihm das Leben erleichtert. Der Erfolgsfaktor dabei ist die Einfachheit

der Lösung. Die Menschen kämpfen heute immer mehr mit Stress verursachender Komplexität in der Alltagsorganisation.

Wir sehen daher zwei Geschäftsfelder in diesem Markt. Einerseits den Bereich der technikaffinen Bastler (do it yourself), die sich ihre Lösungen selbst entwickeln. Die kaufen meist via Internet ihre Komponenten zu sehr günstigen Preisen und entwickeln für ihren Eigenbedarf entsprechende Lösungen. Gefragt sind neben technischem Know-how auch entsprechende Neugier, Geduld und Zeit.

Andererseits gibt es das Luxussegment. Meist für grössere Einfamilienhäuser und/oder Dachböden werden Systemintegratoren beauftragt, massgeschneiderte Pläne zu konzipieren und sehr schicke Anwendungen zu entwickeln (meist mit aufwendigen Bussystemen und hochpreisigen Endprodukten sowie mit einem teuren Bedienpanel).

### Gesucht ist ein massentaugliches Produkt

Was unserer Meinung nach fehlt, ist ein massentaugliches Produkt, das einfach handhabbar ist und vor allem keinen Mehraufwand in der Planung, Montage und Konfiguration für Generalunternehmer bedeutet. IT- und Netzwerkkennnisse sind bei den Baugesellschaften noch rar, da sie vor allem mit den wachsenden ökologischen und energetischen Herausforderungen genug gefordert sind.

Zudem fehlt meist die umfassende Integration von Hausautomation und Digital-Home-Lösungen. Wir haben in den letzten drei Jahren eine solche

DAS BUCH

## Smart Living



Daniel O. Maerki, Andrea Schikowitz: Wohnen 2018. Smart Living – Innovationen für Bewohner und Wohnwirtschaft. 360 Seiten. IMV Medien AG. Preis: 39.90 Euro.

umfassende computerbasierte Wohnungssteuerung entwickelt, mit der ohne irgendwelche technische Kenntnisse sehr umfassende Funktionen wie Multimedia, Sicherheit, Komfort und Kommunikation über eine bedienerfreundliche Oberfläche am Fernseher mit der Fernbedienung gesteuert werden können und die auch sehr kostengünstig ist.

*Haben Sie schon konkrete Erfahrungen mit zu Ende gedachten Smart-Living-Konzepten?*

Nicht alle im Buch dargestellten Ideen, Konzepte und Beispiele sind brandneu, manche wurden dort und da auch schon umgesetzt, jedoch fehlt heute noch die Vernetzung der Konzepte. Eine gelungene Ausnahme ist das Wohn-Base®-Konzept, das wir für einen führenden mitteleuropäischen Projektentwickler kreiert haben, und das in der Zwischenzeit schon in zahlreichen Wohnbauprojekten umgesetzt wurde. Dieses Konzept hat sich am Markt sehr bewährt, und – das wissen wir aus mehreren Bewohnerbefragungen – dies hat auch zu hoher Bewohnerzufriedenheit und Kundenbindung geführt. ■

