

F R A G E N K A T A L O G

zu persönlichen Wohnbedürfnissen für ENTWERFEN 5 „

Bitte beantworten Sie die folgenden Fragen so frei und offen wie möglich! Hier dürfen Sie alle Grenzen (finanzielle, soziale, etc.) überschreiten.

1. Brainstorming

Was sind meine Assoziationen zu den folgenden Begriffen?

Wohnung	Nachbarschaft (Umkreis 100-150m)	Quartier
Gemütlichkeit Privatsphäre Geborgenheit Eigenheim Lebensqualität Leben Schlafen Ausruhen Entspannen Motivation Partnerschaft Familie	Unstimmigkeiten Gemeinsame Interessen Neid Wetteifern Straßenfest Intimosphäre	Acker Teich Fische Wiesen Wanderwege Radfahren Laufen Sport Ruhe Stille Grün

2. Derzeitige Wohn- und Lebenssituation

2.1 Welche Qualitäten bietet mir:

- meine derzeitige Wohnung
- meine Nachbarschaft (Umkreis von 100- 150m)
- mein Quartier (Bezirk)?

Was liebe ich hier besonders?

ad1 fertiges essen (heiß), günstig, ger. Aufwand, Pflegeleicht

ad2 offen, Lebensfreude, Gemeinschaft, Zusammenhalt

ad3 Abgelegen, Stadtnähe, Grün, Natur, Frischluft, Kinderfreundlich, Tierfreundlich

Ruhe, Wald,

2.2 Was fehlt mir in

- meiner derzeitige Wohnung
- meiner Nachbarschaft (Umkreis von 100- 150m)
- meinem Quartier (Bezirk)?

Was stört mich hier besonders?

ad1 Platz, Privatssphäre, Räumlichkeiten, Identität, Rückzug,

ad2 Ehrlichkeit, Verständnis, Ordnungsliebe

ad3 Toleranz,

Intoleranz gegenüber Sportlern (Rad)

2.3 Wer wohnt in meiner Wohnung?

Eltern und Geschwister, Tiere

2.4 Wie oft habe ich Gäste zu Besuch?

Wie lange bleiben sie (einige Stunden, einige Tage, einige Wochen)?

nahezu täglich

Stunden, Tage

2.5 Wie sieht mein zeitlicher und räumlicher Tagesablauf im Moment an einem typischen Wochentag aus?

aufstehen 5 Uhr, frühstücken (Küche, PC), Bad, 6.15 zur Arbeit
Arbeit, 17.30 zu Hause, Bad, 18 – 20.30 Sport, PC und Abendessen, 22 Uhr schlafen

Wie sieht mein zeitlicher und räumlicher Tagesablauf an einem typischen Wochenende aus?

SA: 8 Uhr aufstehen, frühstücken, Bad, 9 Uhr Arbeit, 16 Uhr nach Hause, Bad bis 16.30, Radfahren bis 18.30, Freizeitgestaltung (Wohnzimmer oder auswärts)

SO: 8 Uhr aufstehen bis 9 Uhr frühstücken im Wohnzimmer, Bad, Sport bis 12, essen bis 13.30, Freizeitgestaltung

Wie sehen die zeitlichen und räumlichen Tagesabläufe meiner Mitbewohner an einem typischen Wochentag und am typischen Wochenende aus?

unter der Woche kaum Kontakt

gemeinsames frühstücken im Wohnzimmer, danach Wohnungspflege, 12 essen, Garten sonst entspannung (fernsehen, kommunikation)

2.6 In welchem Raum verbringe ich am meisten Zeit?

Zimmer

2.7 Wie sieht meine Freizeitgestaltung aus?

Welche Räume verwende ich dafür innerhalb und außerhalb meiner Wohnung?

Sport, PC/fernsehen

Zimmer, Fitnessraum, Wald

3. Wohnwünsche

Ich stelle mir vor, dass ich in naher Zukunft in eine andere Wohnung ziehe. Was wünsche ich mir?

Identität, Selbstverwirklichung

3.1 Funktionelles

3.1.1 Wie groß muss meine Wohnung sein?

Wie viele und welche Räume brauche ich?

Was möchte ich in diesen Räumen machen?

120 m²

Bad, extra WC, Küche, Wohnzimmer, Schlafzimmer, Freizeit/Fitnessraum,
Rückzugsraum (Ruhe)

Küche=Wohnküche (essen und kochen)

Bad=entspannung, Wohnzimmer=Gemeinschaft, entspannen,

Rückzug=Intimssphäre

3.1.2 Gibt es besondere Wünsche wo und wie zueinander die Räume situiert sein sollen?

Schlafzi. Bad WC

Küche Wohnzi, Esszi, (ein Wohnbereich)

3.1.3 Soll der Wohnung direkt ein Autoabstellplatz zugewiesen werden oder stört es mich nicht wenn ich auch mal 5 Minuten von Parkplatz zu Wohnung spazieren muss?

Auto direkt

3.1.4 Wie viele Wohneinheiten sollen sich idealerweise in einem Gebäude befinden?

Wie viele direkte Nachbarn möchte ich haben?

ad1 1

ad2 keinen

3.1.5 Werden die selben Personen in meiner Wohnung wohnen wie bisher?

Wenn nein, was ändert sich?

nein, Privatsphäre, Eigenaufwand größer, Finanziell, Zeitgestaltung, Ruhe

3.1.6 Wird / Soll sich mein Tagesablauf in naher Zukunft ändern?

nein, nicht ausschlaggebendes

3.1.7 Möchte ich meine Wohnung mieten oder kaufen? - kaufen

Wie viel bin ich bereit für die Miete/den Kaufpreis meiner Wunschwohnung aufzubringen?

(Miete inkl. BK und HK bzw. Kaufpreis)

600 monatl. ohne BK

3.2 Sinne und Gefühle

3.2.1 Möchte ich von der Sonne geweckt werden? - ja

Mag ich direkte Sonneneinstrahlung? -ja

3.2.2 Ich beginne meinen Tag barfuß in der Wohnung, wie fühlt sich der Boden vor dem Bett /im Badezimmer/Küche etc. an?

erfrischend, nicht fusselig oder staubig, rein, kühl

3.2.3 Was möchte ich hören wenn ich das Fenster öffne?

Vögel, Grillen,

3.2.4 Was möchte ich sehen wenn ich aus dem Fenster blicke?

Grün, Meer, Natur,

3.2.5 Welche Sinneseindrücke verbinde ich mit meiner zukünftigen

- Wohnung – entspannung, selbstbestimmung
- Nachbarschaft – Akzeptanz, Ehrlichkeit, Zusammenhalt, Gemeinschaft
- Quartier? – Natur, ruhig, freundlich, kollegial

3.2.7 Welche Farben und Formen verbinde ich mit meiner Vorstellung von Wohnen?

rund und weiß

3.2.8 Welche Bilder sehe ich wenn ich an mein Haus, meine Wohnung denke?

Terrasse, Pflanzen (Garten), Couch

3.2.9 Oft fühlt man sich auch in einem Hotelzimmer oder einer anderen Wohnung zu Hause was löst in mir ein Heimatgefühl aus?

4. Schnelle Fragerunde

Wenn meine Wohnung preisgünstig sein soll, verzichte ich eher auf hochwertige Materialien *oder* große Räume

Bedeutet für mich Nachbarschaft eher Gemeinschaft *oder* Anonymität *oder* nicht wichtig

Brauche ich ein Auto?
ja *oder* nein

Braucht mein Auto / Motorrad
Eine Garage *oder* einen Stellplatz im Freien?

Wichtiger ist mir
Privater Freibereich *oder* Gemeinschaftsgarten/-terrasse
Holz *oder* Beton
Urbanität *oder* Natur
bunt *oder* schwarz/weiß
aufwendig *oder* minimalistisch
Aktion *oder* Erholung
sesshaft *oder* immer unterwegs -- situationsabhängig
traditionell *oder* modern (zeitgemäß)
eckig *oder* rund
transparent *oder* massiv
funktionell *oder* gemütlich

Welches ist mein liebstes Verkehrsmittel?
Auto *oder* Motorrad *oder* Moped *oder*
Fahrrad *oder* meine Füße *oder* Bus *oder*
Straßenbahn *oder* U-Bahn *oder* Zug

Ist mir umweltbewusste Energienutzung wichtig?
ja *oder* nein

Soll man Holz lackieren?
ja *oder* nein

Kann ich mir vorstellen im selben Gebäude zu wohnen und zu arbeiten?
ja *oder* nein

Kann ich mir vorstellen in meiner Wohnung zu wohnen und zu arbeiten?
ja *oder* nein

Kann ich mir vorstellen in einer Wohngemeinschaft zu leben?

ja *oder* X nein

Was bedeutet Luxus für mich?

Selbstverwirklichung

Ist es mir wichtig, dass meine Wohnung meiner Persönlichkeit entspricht?

ja X *oder* nein

Koche ich

gerne selbst X *oder* esse ich oft auswärts/wärme nur auf?

Ist es mir wichtig, dass ich mich mit meinem Wohngebäude identifizieren kann?

ja X *oder* nein wenn ja – in wie fern?

ausstrahlung

Kann ich mir gemeinschaftlich genutzte Bereiche vorstellen?

ja X *oder* nein wenn ja – welche?

Wohnzimmer und Küche/Essbereich

Was ist mein liebstes Möbelstück? Wie sieht es aus?

Couch ums Eck, weiß Leder

Welchen Wohntyp bevorzuge ich?

Einfamilienhaus, freistehend X *oder* Einfamilienhaus in

Siedlungsgemeinschaft *oder*

Doppelhaus *oder* Reihenhaus *oder*

Mehrparteienwohnhaus -> Wenn ja: Wie viele Wohneinheiten sollen sich dort max. befinden?

In welchem Geschoß bzw. in welchen Geschoßen (bei Wohnen auf mehreren Ebenen) würde ich gerne wohnen?

ganz oben

Für Welche Dinge benötige ich Stauraum?

Haushaltsgeräte, Sportutensilien

5. Statistik

Alter: 26 Jahre

Geschlecht: m X w

Familienstand

Alleinstehend X in Partnerschaft

Kinder wenn ja – wie viele? _____

Beruf / Tätigkeit:

Solarteuer_____

Höchste abgeschlossene Ausbildung:

Volksschule

Hauptschule

Polytechnikum

X Berufsbildende Schule ohne Matura

Lehre

AHS

BHS

Fachhochschule

Universitätsabschluss

Matura im 2. Bildungsweg

Sonstiges: _____

6. Verorten am Grundstück

Wo auf dem unten abgebildeten Grundstück würde ich mich platzieren? Bitte markieren!

[Beilage]

E 8/9

7. Zielgruppen nach Sigma und Horx

7.1 in welcher der Collagen auf den nächsten Seiten finde ich mich am ehesten wieder?











X



6.2 Zu welcher dieser Gruppen würde ich mich laut den Definitionen vom Zukunftsinstitut Horx am ehesten zuordnen?

Die Gruppen definieren sich wie folgt:

X Communi-Teen

Die COMMUNI-TEENS - Die jungen, durch die elektronischen Medien geprägten Bevölkerungsgruppen, deren Lebensprinzip im SOCIAL NETWORKING besteht. Die CommuniTeens reagieren auf die gestiegene soziale und räumliche Mobilität mit ausgeprägtem Networking. Sie wissen, wie wichtig Beziehungspflege ist und nutzen dafür die modernen Kommunikationsmittel. Das Internet ist für sie keine „Parallelwelt“, in die sie sich flüchten, sondern ein Hilfsmittel, um im analog-realen Leben den Anschluss an ihre „Bezugsgruppen nicht zu verlieren. Die CommuniTeens sind angetrieben von einem ausgeprägten Gemeinschafts- und Familiensinn, den sie auf ihren Freundeskreis erweitern. Sie wissen, dass sie in ihrem Leben viel stärker auf sich allein gestellt sind und suchen daher Rückhalt in tiefer gehenden sozialen Beziehungen.

In-Between

Die IN-BETWEENS – die „Postadoleszenten“, die zwischen 20 und 30 einen Zustand „flexibler Unsicherheit“ kultivieren. Die Inbetweens kennzeichnet, dass sie zwischen den Stühlen sitzen. Bei ihrem Übergang respektive Einstieg ins Berufs- und Familienleben unterliegen sie den sozialen Unwägbarkeiten und ökonomischen Zufälligkeiten, die sich in der modernen Gesellschaft nicht mehr grundsätzlich ausschließen lassen: Sie „switchen“ daher in jüngeren Jahren häufiger zwischen verschiedenen Lebenssituationen und Identitätsentwürfen hin und her. Durch ihren holprigen und verzögerten Berufseinstieg (Praktika, befristete Jobverträge, Projektarbeit oder Freiberuflichkeit) leben die Inbetweens in einem Zustand permanenter Mobilität und Umorientierung, der auch ihre privaten Beziehungen strapaziert und häufig zu einer ebenfalls vorübergehenden Angelegenheit macht.

Young Globalist

Die YOUNG GLOBALISTS - Die jungen Karrieristen, die ihren kulturellen Radius globalisiert und ihren Lebensstil hochgradig mobilisiert haben. Wer bisher der Meinung war, dass Karrierewege in Zeiten von Unsicherheitsgesellschaft und Globalisierung nicht mehr planbar sind, wird durch die Young Globalists vom Gegenteil überzeugt. Young Globalists begegnen den Unsicherheiten und Unwägbarkeiten des modernen Lebens mit professionellem Life-Management. Job und Karriere sind für sie die zentralen Bestandteile der Identitätsfindung – wo immer es sie hin verschlägt, transnational, weltweit. Vor allem über berufliche Selbstverwirklichung holen sich die Young Globalists Selbstbestätigung und gesellschaftliches Ansehen.

Latte-Macchiato-Familie

Die LATTE-MACCHIATO-FAMILIEN - Die neuen Familien in den urbanen Ballungsgebieten, die ihre Rollen und Lebensstile nicht mehr traditionell gestalten – urbane Hedonisten mit Kids.

Die Latte-Macchiato-Familien zeichnen sich dadurch aus, dass sie ihren gewohnten modern-urbanen Lifestyle (Starbucks, Pizzaservice, Cocktailbar) ins Familienleben übernehmen. Es handelt sich bei ihnen um Jung-Familien, die sich bewusst für Kinder und ein Leben in der Stadt entschieden haben. Die Vorzüge der Großstadt (Mobilität, vielfältiges Kultur- und Konsumangebot) sind ihnen wichtig. Latte-Macchiato-Familien leben auf den ersten Blick einen unkonventionellen, alternativen Lebensstil, sind aber keine gesellschaftlichen Aussteiger oder Rebellen. Sie denken und handeln umweltbewusst, sind aber auch offen gegenüber technischen Innovationen. Sie legen Wert auf Qualität und Design und sind bereit, für schöne Dinge mehr zu zahlen.

Super-Daddy

Die SUPER-DADDYS, die neuen Väter, die ihr Leben nicht mehr um die Karriere, sondern um die elterlichen Rollen zentrieren.

Die Super-Daddys möchten über partnerschaftliches Familienleben nicht nur reden, sie möchten es leben. Auch wenn das bedeutet, dass sie fragmentierte Erwerbskarrieren akzeptieren müssen (aber das müssen Frauen auch). Die Super-Daddys verlangen das Big Picture: Beruflichen Erfolg, Glück, Zusammensein mit den Kindern, ein intaktes Familienleben, persönliche Selbstvervollkommnung – auch wenn sie das tagtäglich an die Grenzen der Belastbarkeit bringt. Der Einzug der Super-Daddys ins häuslich-familiäre Leben ist demnach Rückzug und kein Zeichen für eine Verweiblichung ihrer Rolle.

VIB

Die VIBs – die Spätkinderkrieger – Familien, die ihre Kinder erst in der dritten Lebensphase bekommen und dann ihre Lebens- und Arbeitswelt um die Kinder herum zentrieren.

VIB-Familien sind der gelebte Beweis dafür, dass Familienplanung mit Mitte bis Ende 30 noch nicht abgeschlossen ist. Die VIB-Eltern sind gesellschaftlich und beruflich etabliert. Viele ihrer Ziele haben sie bereits verwirklicht. Was ihnen zur Vervollkommnung des privaten Glücks noch fehlt, ist ein Kind. Das „späte“ Kind (meist bleibt es bei einem) betrachten die VIB-Eltern dann als logischen Anschluss an die bis dato erfolgreiche berufliche Karriere. Anders gesagt: Vorher war für ein Kind kein Platz im Leben – jetzt wird es dafür umso mehr zu einem großen Wunschprojekt. VIBs sind in der Regele Eltern mit hoher Schulbildung und einem bildungsbürgerlichem Hintergrund. Zu ihnen zählen aber auch soziale Aufsteiger, für die Bildung und Werte zentrale Bedeutung haben.

Tiger Lady

Die TIGER LADIES – die neuen nach Selbständigkeit strebenden Frauen um die 50.

Tiger-Ladys reagieren direkt auf die Fallstricke, über die ihre Mütter gestolpert sind: Sie bleiben reaktionsschnell und angriffslustig, auch wenn eine Beziehung in die Brüche geht oder die Karriere abstürzt. Tiger-Ladys haben ein großes Ziel vor Augen: in den Medien, an den Universitäten, in der Politik und in den Führungsetagen der Unternehmen. Dabei geht es ihnen nicht um die Durchsetzung egoistischer Interessen, sie sind keine Egozentrikerinnen und möchten auch nicht feminine Ausgabe eines männlichen Turbokarrieristen sein. Familie, Kinder und ein erfüllendes Beziehungsleben sind ihnen mindestens genauso wichtig. Tiger-Ladys, das sind die Frauen von morgen, die über die Bewerbungsrhetorik à la „Frauen und Behinderte werden bevorzugt eingestellt“, nur noch lachen können.

Silverpreneur

Die SILVERPRENEURE, die auch nach dem „Rentenbeginn“ weiterarbeiten, sich gesellschaftlich, politisch und beruflich engagieren.

Die Silverpreneure sind Senioren, die statt auf den Ruhestand zu setzen, sich über ihre weitere Teilhabe am Arbeitsleben bzw. den Einsatz ihrer im Beruf erworbenen Qualifikationen definieren. Über ihren „Ruhestand“ hinaus ist ihr

Lebensalltag deutlich von produktiver Tätigkeit geprägt – sowohl gegen Bezahlung als auch ehrenamtlich. Die Bandbreite reicht vom ehrenamtlichen Engagement als Senior-Experte, der mit seiner Erfahrung Unternehmen berät bis zum Power-Seller, der auf eBay einen Online-Shop für exklusive Weine betreibt. Zu den Silverpreneuren zählt auch die wachsende Zahl der Senioren-Studenten, die im reiferen Alter noch einmal eine Universität besuchen. Silverpreneure zeichnen sich durch ein ausgeprägtes gesellschaftliches Engagement aus. Sie setzen auf Nachhaltigkeit und aktive Beteiligung am politischen Prozess.

Greyhopper

Die GREYHOPPER, die freizeit-orientierten Alten mit hoher Konsum- und Reisepräferenz, die bald die „alternden 68er“ sein werden. Greyhopper sind der Beweis dafür, dass Alter und körperlich-geistige Abenteuer keine Gegensätze sein müssen. Im Unterschied zu den Silverpreneuren gehen dem Greyhopper-Lifestyle radikale(re) Brüche voraus: Die Greyhopper lösen sich bewusst von lange gelebten Kontinuität und Gewissheiten. Ihr zweiter Aufbruch ist noch einmal ein existenzielles Schlüsselmoment. Die Greyhoppers möchten noch einmal ein neues Leben beginnen, haben dafür aber nur begrenzte Lebenszeit zur Verfügung. Zweiter Aufbruch heißt (noch einmal): Unsicherheit, tabula rasa, Ressourcen aktivieren, Festplatte booten. In gewisser Weise eine zweite Pubertät. Hauptkennzeichen für den Greyhopper-Lifestyle sind denn auch Konsumgewohnheiten, Freizeitaktivitäten und persönliche Einstellungen, die wir spontan eher mit Jugendlichkeit oder jungem Erwachsenenleben assoziieren.

Super-Granny

Die SUPER GRANNYS – die erziehungs-aktiven Großeltern, die sich intensiv um ihre Enkel kümmern und dadurch jung und aktiv bleiben. Super-Grannys sind erfahrene und selbstbewusste Frauen jenseits des 55. Lebensjahres, die den so genannten dritten Lebensabschnitt aktiv und selbstbestimmt gestalten möchten. Auch wenn der späte Aufbruch der Super-Grannys sehr stark auf eigene Selbstverwirklichung zielt, distanzieren sie sich nicht komplett von tradierten Rollenanforderungen: Die gesellschaftlich engagierte und/oder familiär fürsorgliche Mutter, Oma oder Ur-Oma kommt bei ihr nicht zu kurz und gehört zum festen Bestandteil ihres Unruhestands. Die Umwälzungen der 68er-Bewegung haben die Super-Grannys direkt miterlebt. Viele von ihnen haben in ihrem Familien- und Erwerbsleben jedoch auch noch die Dominanz der verdienenden Männer in Beruf und Familienleben erlebt. Super-Grannys weichen mit ihrer Lebensphilosophie deutlich von den Biographien ihrer Mütter und Großmütter ab, die sich in der Regel selbstlos für die Familie aufopferten.