



Happy Neighbourhood Report 2019



Inhalt

PROLOG	
Wie man dem Glück die Tür öffnet	5
Kluge Köpfe.....	7
HAPPY QUEST-STUDIE	
Wohnglück und Lebensglück sind eng verknüpft	9
HAPPY INDEX 2019	
Zuhause gesucht – Glück gefunden	10
WOHNLÜCK	
Was macht aus vier Wänden ein echtes Zuhause?	12
DAS „HOUSE OF HAPPINESS“	
In welchem Stockwerk wohnt das Glück?	21
FUNKTIONALE ELEMENTE DES WOHNUMFELDS	
Das Fundament des Wohnglücks: Komfort im Alltag	24
EMOTIONALE ELEMENTE DES WOHNUMFELDS	
Ein gesunder Geist wohnt in einem gesunden Körper ... und in einem gesunden Umfeld	28
SOZIALE ELEMENTE DES WOHNUMFELDS	
Allein wohnen, gemeinsam leben: Unsere Haustür kann die Tür zum Glück sein	35
EXKURS	
Leider im Trend: Einsamkeit	42
SINNHAFITIGKEIT IM WOHNUMFELD	
Wohnen heißt dazugehören: Die eigene kleine Wohnwelt zusammenhalten und besser machen.....	45
DER SCHRITT IN DIE PRAXIS	
Das machen wir daraus	47
AUSBLICK	
Unser Weg zu einer glücklichen Gesellschaft.....	55
METHODISCHE ANLAGE	56
ÜBER BONAVA	57
KONTAKT	58

Wie man dem Glück die Tür öffnet

Unsere Welt hat sich in den vergangenen 50 Jahren rasant verändert: der Wandel von der Industrie- zur Dienstleistungsgesellschaft, die Globalisierung, die Digitalisierung. Diese tiefgreifenden gesellschaftlichen und technologischen Entwicklungen verändern auch unsere Lebensweise – als Einzelner und als Gesellschaft. Wir sind heute wohlhabender, gesünder und besser ausgebildet – aber sind wir auch glücklicher?

Wir bei Bonava glauben an das Glück. Nicht als abstrakten Begriff, sondern als konkretes und erstrebenswertes Gefühl, das uns durchs Leben trägt. Ganz besonders glauben wir an das Glücksgefühl, das in Wohnumfeldern entstehen kann.

Doch im Schatten des Fortschritts haben wir in den vergangenen 50 Jahren eines immer mehr verloren: die Beziehungen zu unseren Nachbarn. Bauweisen und -materialien haben sich radikal verändert, die Philosophie des Bauens hat mit dieser Entwicklung aber nicht Schritt gehalten. Wir erschaffen nach wie vor Gebäude, die in erster Linie uns und unserer Privatsphäre Schutz bieten. Aber damit isolieren sie uns auch voneinander. Wir müssen den eigentlichen Zweck von Häusern und Wohnungen und auch die Art und Weise, wie wir miteinander leben wollen, neu denken. Wie das geht? Indem wir den Status quo hinterfragen, um mehr zu erreichen.

Wir sind überzeugt, dass ein Wohnumfeld mehr ist als eine Ansammlung von Gebäuden. Es verbindet, schafft einen Raum, in dem wir uns austauschen, gemeinsame Erfahrungen sammeln und Freundschaften schließen. Kurz: Das, was wir Zuhause nennen, muss sich auch so anfühlen.

Wir bei Bonava sind auf der Suche nach all den kleinen und großen Faktoren, die ein perfektes Zuhause ausmachen und vielen Menschen ein glückliches Leben ermöglichen. Darum haben wir nun schon zum zweiten Mal unsere Studie „Happy Quest“ durchgeführt. Sie gibt Aufschluss darüber, was es braucht, dass Menschen sich in ihrem Wohnumfeld wirklich wohlfühlen – und welchen Beitrag kreative und intelligente Wohnkonzepte zu einer gesunden und vor allem glücklichen Gesellschaft leisten können. Für uns sind das keine theoretischen Erkenntnisse. Wir nutzen die Ergebnisse der „Happy Quest“, um Wohnumfelder zu schaffen, in denen Menschen sich geborgen und zuhause fühlen – Wohnumfelder in denen aus Nachbarn Freunde werden.

Die Studie „Happy Quest“ umfasst die acht Länder, in denen wir aktiv sind: Deutschland, Schweden, Finnland, Dänemark, Norwegen, Russland (St. Petersburg), Estland und Lettland. In diesem Report möchten wir Ihnen die deutschen Ergebnisse vorstellen und Sie mitnehmen, auf die spannende Suche nach dem Wohnglück.



Kluge Köpfe

In unserem Bericht kommen Experten zu Wort, mit denen wir über Wohnumfelder zum Wohlfühlen und die Ergebnisse unserer Studie Happy Quest gesprochen haben.

Ina Remmers

Mitbegründerin des deutschen digitalen Nachbarschaftsnetzwerks nebenan.de

Nebenan.de ist ein Online-Netzwerk, das hilft, Nachbarn im echten Leben miteinander zu verbinden. Über die Website können Menschen miteinander kommunizieren, planen und Erfahrungen aber auch Sachen austauschen. Remmers sieht die Digitalisierung als Chance für weniger Einsamkeit und mehr Zufriedenheit in Wohnumfeldern.

Sabina Renck

Coach, Rednerin, Podcasterin und Beauftragte der Global Happiness Organization

Als Expertin auf dem Gebiet der Positiven Psychologie arbeitet sie als Coach für Persönlichkeitsentwicklung. Außerdem ist sie Mitbegründerin von „På tal om lycka“, dem ersten wissenschaftlichen Podcast zum Thema Glück. Dort haben Wissenschaftler und Forscher Gelegenheit, verschiedene Aspekte des Glücksempfindens zu erörtern.

Kyle McKinley

Programmmanger des „Belonging Project“ der Universität Stanford

McKinley leitet das „Belonging Project“ in Stanford, eine breit aufgestellte, multidimensionale Initiative zur Förderung emotionaler Gesundheit und persönlichen Wohlbefindens durch Vernetzung mit den Campusgemeinschaften. Denn für ein zufriedenes Leben auf dem Campus ist das Gefühl von Zugehörigkeit entscheidend.

Scott Cloutier

Senior Sustainability Scientist, Julie Ann Wrigley Global Institute of Sustainability und Assistant Professor, School of Sustainability

Cloutier unterrichtet als Professor zum Thema Glück und Wohlbefinden in Wohnumfeldern. Aktuell leitet er das Projekt „Sustainable Neighbourhoods for Happiness“ (SNfH), eine mehrjährige Initiative für Forschung, Lehre und angewandte Nachhaltigkeitslösungen. Ziel der Initiative ist es, das Wohlbefinden in Wohnumfeldern und das Glücksempfinden der Bewohner zu steigern.

Mihaly Csikszentmihalyi

Distinguished Professor für Psychologie und Management, Gründer und Mitgeschäftsführer „Quality of Life Research Center“ (QLRC)

Mihaly Csikszentmihalyi ist emeritierter Professor für Psychologie und Management an der Claremont Graduate University. Darüber hinaus ist er Gründer und Mitgeschäftsführer des „Quality of Life Research Center“ (QLRC). QLRC ist eine gemeinnützige Forschungseinrichtung, die Untersuchungen im Bereich der Positiven Psychologie, also zu menschlichen Stärken wie Optimismus, Kreativität, Eigenmotivation und Verantwortungsgefühl durchführt. Er ist bekannt als Vater und Namensgeber des psychologischen Phänomens „Flow“.

Tim McCarthy

Geschäftsführender Direktor, Hart Howerton

Hart Howerton ist ein Team aus Planern, Architekten, Landschafts- sowie Innenarchitekten mit Sitz in New York und San Francisco. McCarthy leitet die Unternehmensforschung über gesunde Wohnumfelder. Er hat neun Planungsgrundsätze für mehr Gesundheit und Glücksempfinden in Wohnumfeldern aufgestellt.

Wohnglück und Lebensglück sind eng verknüpft

Was brauchen Menschen, um in ihrem Wohnumfeld glücklich zu sein? Diese Frage stellen wir uns bei Bonava jeden Tag. Klar ist nämlich: Vier Wände schaffen noch kein Zuhause, eine tolle Architektur noch keine Nachbarschaft und eine schöne Einrichtung noch keine Geborgenheit.

Aus einer Wohnung oder einem Haus wird erst durch einen alles entscheidenden Faktor ein echtes Zuhause: die Menschen, die darin leben.

Unsere Vision ist es, Wohnumfelder mit der weltweit höchsten Lebensqualität zu schaffen, in denen Menschen glücklich sein können. Mit diesem Anspruch gehen wir an jedes Projekt. Darum ist es uns so wichtig, die Wünsche und Bedürfnisse der Menschen zu verstehen und sie in der Planung unserer Bauprojekte einzubeziehen.

Wir wissen, dass Glück für jeden etwas anderes bedeutet und sich mit der Zeit verändern kann. Deshalb müssen wir immer wieder neu herausfinden, was die Menschen in ihren Wohnumfeldern glücklich macht. Mit unserer Studie „Happy Quest“ machen wir genau das: Nach 2017 haben wir 2019 erneut 8.582 Menschen detailliert zu ihrem Wohnumfeld und ihrem allgemeinen Lebensglück befragt, in Deutschland genau 1.000.

Ein wichtiges Ergebnis: Wohnglück wirkt sich positiv auf das Lebensglück aus. 64 Prozent der Menschen, die sich in ihrem Wohnumfeld besonders wohlfühlen, sind auch sehr zufrieden mit ihrem Leben im Allgemeinen. Von denjenigen, die sich in ihrem Wohnumfeld weniger wohlfühlen, sind dies lediglich 23 Prozent.

Die wichtigsten Aspekte für eine gute Lebensqualität im eigenen Zuhause sind für die Deutschen Ruhe, Geräumigkeit und der Schutz der Privatsphäre, etwa durch Sichtschutzvorrichtungen zu den Nachbarn. Aber auch Platz für Gäste ist für viele Befragte ein entscheidender Faktor, um sich Zuhause wohl zu fühlen. In diesem Report werden wir der Frage nachgehen, was aus Sicht der von uns befragten Menschen noch zu Wohnumfeldern zum Wohlfühlen beiträgt und wie wir mit unseren Bauprojekten dazu beitragen können, Wohnumfelder mit hoher Lebensqualität zu schaffen.

Von den Befragten, die sich in ihrem Wohnumfeld **am meisten wohlfühlen**, sind

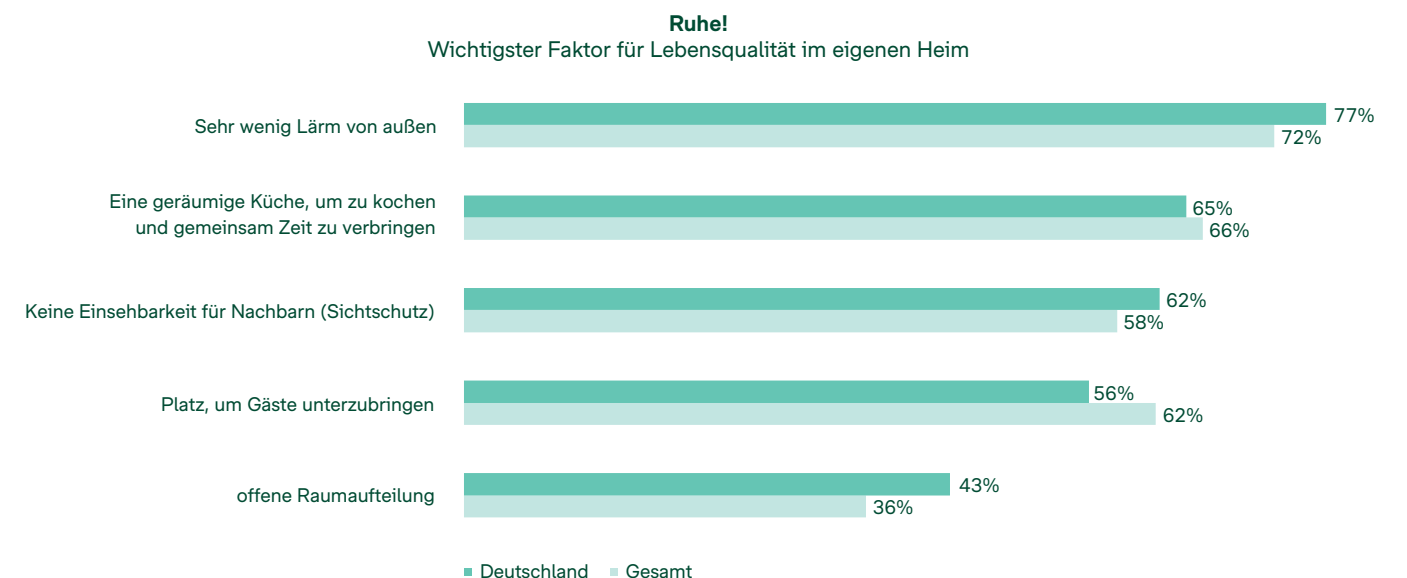
64%

sehr zufrieden mit ihrem Leben im Allgemeinen.

Von denjenigen, die sich in ihrem Wohnumfeld **wenig wohlfühlen**, sind lediglich

23%

sehr zufrieden mit ihrem Leben im Allgemeinen.



Frage: Bitte denken Sie über folgende Dinge nach, die für einige Menschen in einem neuen Zuhause zu einer guten Lebensqualität beitragen. Wie wichtig wären diese Aspekte für Sie (als Beitrag zu einer guten Lebensqualität in einem neuen Zuhause)? N=8.582 (Gesamt), N=1.000 (Deutschland); Antworten „wichtig“ und „sehr wichtig“ in Prozent.

Zuhause gesucht – Glück gefunden

Der Happy Index misst, wie zufrieden die Menschen mit ihrem Wohnumfeld sind. Wir ermitteln ihn, um sicherzustellen, dass wir uns bei der Suche nach dem Wohnglück mit unseren Projekten auf dem richtigen Weg befinden.

Für die Berechnung des Happy Index stellen wir drei Fragen:

- „In welchem Maße mögen Sie Ihr Wohnumfeld?“
- „In welchem Maße fühlen Sie sich in Ihrem Wohnumfeld zuhause?“
- „In welchem Maße fühlen Sie sich Ihrem Wohnumfeld verbunden?“

Die befragten Personen können sich jeweils auf einer Skala von 1 („überhaupt nicht“) bis 10 („zu 100 %“) einordnen. Die Antworten auf die drei Fragen gewichten wir gleich und rechnen sie dann in unseren Happy Index um. Das Ergebnis 2019: Die Deutschen erreichen auf der Skala des Happy Index 77

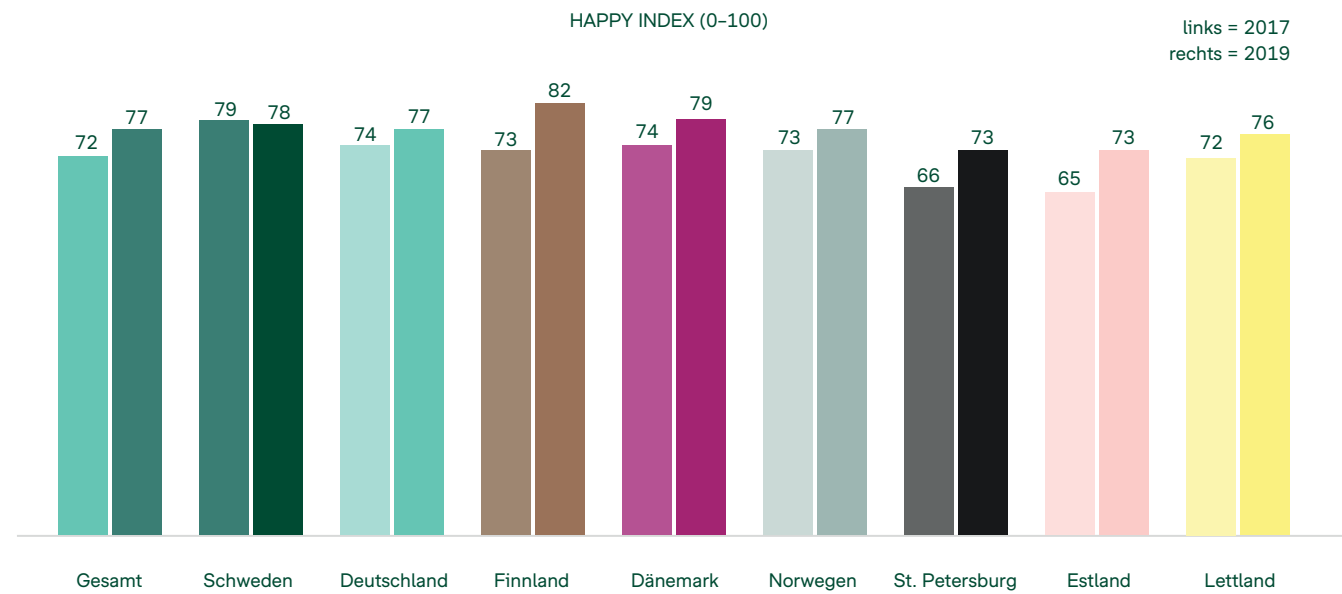
von 100 möglichen Punkten. Immerhin eine Steigerung um drei Punkte im Vergleich zu unserer ersten Studie 2017. Im Vergleich mit den anderen sieben untersuchten Ländern landet Deutschland damit auf dem vierten Platz.

Der Happy Index zeigt: Insgesamt ist die Zufriedenheit mit dem Wohnumfeld in allen untersuchten Ländern auf einem ähnlichen und recht hohen Niveau. Die Finnen sind laut dem World Happiness Report der Vereinten Nationen zurzeit nicht nur die glücklichsten Menschen der Welt, sondern bei unserem Happy Index mit 82 von 100 möglichen Punkten auch am zufriedensten mit ihrem

Wohnumfeld. Damit haben sie im Vergleich zu 2017 deutlich zugelegt. Damals lagen sie mit 73 Punkten gemeinsam mit Norwegen auf dem vierten Platz der von uns untersuchten Länder.

Neben Deutschland und Finnland stieg der Happy Index zwischen 2017 und 2019 auch in Dänemark, Norwegen, Estland, Russland (St. Petersburg) und Lettland an. Das einzige Land, das dem Trend nicht folgt, ist Schweden: 2017 lagen die Schweden mit einem Happy Index von 79 noch auf dem ersten Platz, 2019 geht der Index leicht auf 78 zurück, womit sie aktuell auf Platz drei liegen.

Zufriedenheit mit dem Wohnumfeld steigt
Deutschland liegt im Mittelfeld



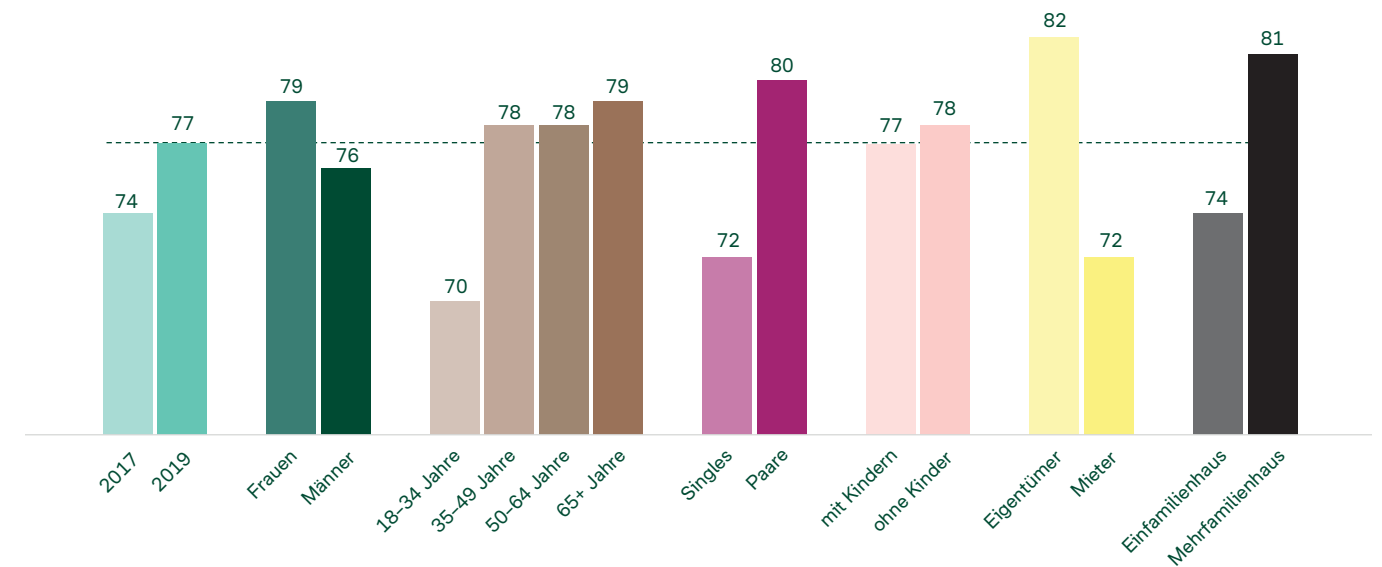
Fragen: In welchem Maße mögen Sie Ihr Wohnumfeld?, In welchem Maße fühlen Sie sich in Ihrem Wohnumfeld zuhause?, In welchem Maße fühlen Sie sich mit Ihrem Wohnumfeld verbunden? Die Antworten wurden in eine Skala von 1 („überhaupt nicht“) bis 10 („zu 100 %“) eingetragen und in einen Index von 1 bis 100 umgerechnet. Alle Fragen wurden gleich gewichtet.

Ältere und Paare zufriedener als Jüngere und Singles

Um zu erfahren, wer in Deutschland besonders glücklich in seinem Zuhause ist, haben wir uns die Ergebnisse genauer angesehen. Zusammengefasst lässt sich sagen: Frauen sind mit ihrem aktuellen Wohnumfeld etwas zufriedener als Männer. Ein deutlicherer Unterschied ergibt sich aus Alter und Beziehungsstatus: Menschen ab 35 Jahren sind deutlich zufriedener als die jüngeren, Paare deutlich zufriedener als Singles. Kinder machen laut unserer Studie keinen Unterschied für die Zufriedenheit im eigenen Zuhause – ob man mietet oder Eigentümer ist, dagegen schon: Eigentümer haben einen um zehn

Punkte höheren Happy Index als Mieter. Und auch diejenigen, die in einem Einfamilienhaus leben, sind zufriedener als Bewohner von Mehrfamilienhäusern.

So glücklich wohnen die Deutschen
Ältere Paare mit Einfamilienhaus sind am glücklichsten



Fragen: In welchem Maße mögen Sie Ihr Wohnumfeld?, In welchem Maße fühlen Sie sich in Ihrem Wohnumfeld zuhause?, In welchem Maße fühlen Sie sich mit Ihrem Wohnumfeld verbunden? N= 1.000 (Deutschland) Die Antworten wurden in eine Skala von 1 („überhaupt nicht“) bis 10 („zu 100 %“) eingetragen und in einen Index von 1 bis 100 umgerechnet. Alle Fragen wurden gleich gewichtet.

Status quo erfassen und verbessern

Den Status quo zu erfassen, ist nicht das einzige Ziel unserer Studie. Wir wollen wissen, was genau dazu beiträgt, dass Menschen sich in ihrem Zuhause wirklich glücklich fühlen. Um diese Frage zu beantworten, müssen

wir tiefer in den Alltag der Menschen eintauchen. Wir brauchen profundes Wissen über die Lebens- und Wohnsituation der Deutschen und darüber, wie beides ihr Glücksgefühl beeinflusst. Nur so können wir unsere

Projekte auf die Bedürfnisse hin maßschneidern, die bislang zu wenig berücksichtigt wurden.

Was macht aus vier Wänden ein echtes Zuhause?

Um den Wohlfühlfaktor in Wohnumfeldern steigern zu können, müssen wir verstehen, wann sich Menschen in einem Wohnumfeld wohlfühlen.

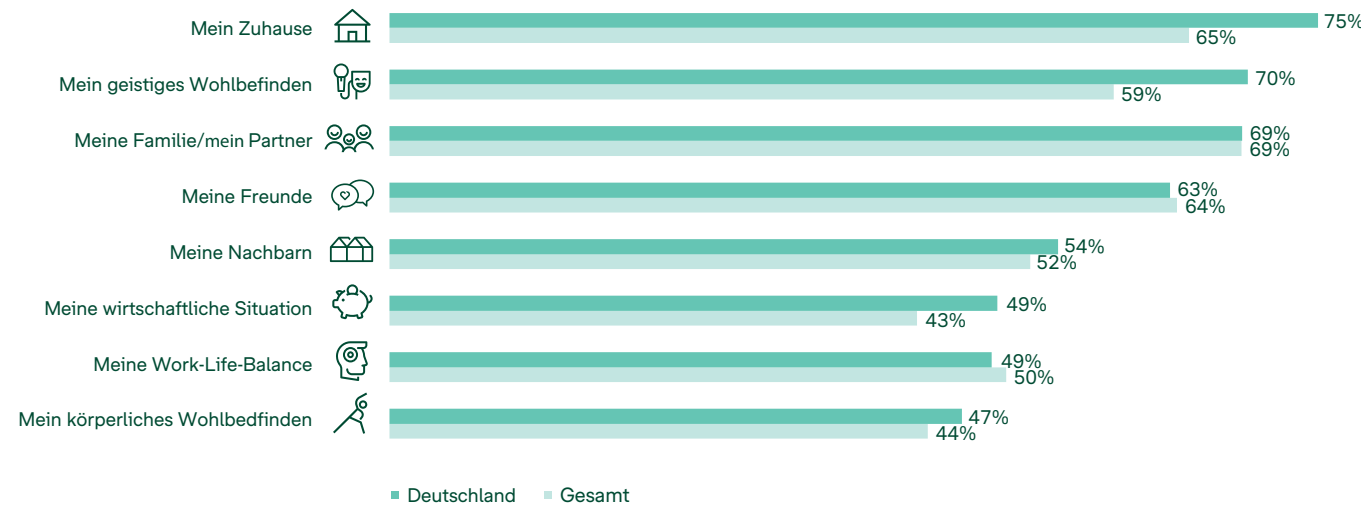
Darum haben wir die Menschen in unseren acht Märkten gefragt, welche Faktoren für sie wichtig sind, damit sie ein Wohnumfeld mögen und sich dort zuhause fühlen – und

inwieweit diese Faktoren in ihrem derzeitigen Wohnumfeld realisiert sind. Grundsätzlich sind die meisten Deutschen mit ihrem Zuhause schon zufrieden, mit 75 Prozent

sind das sogar mehr Menschen als in den anderen befragten Ländern (65 %).

Das ist top
Deutsche sind mit ihrem Zuhause, ihrer seelischen Balance und der Nachbarschaft am zufriedensten

FAKTOREN DER LEBENSZUFRIEDENHEIT



Frage: Wie zufrieden sind Sie insgesamt mit den folgenden Aspekten? N=8.582 (Gesamt), N=1.000 (Deutschland); Anteil der Personen, die auf einer Skala von 1 („sehr unzufrieden“) 10 („sehr zufrieden“) von 8 bis 10 ranken in Prozent.

Schaut man sich die Faktoren an, die für ein glückliches Wohnumfeld wichtig sind, steht die **Sicherheit** des Wohnumfeldes bei den Deutschen und den Befragten aller anderen Länder, mit Ausnahme Russlands (St. Petersburg), an erster Stelle: acht von zehn Deutschen (79 %) sagen, dass dies der wichtigste Faktor ist, um sich zuhause zu fühlen. Bei den meisten Befragten ist dies bereits erfüllt: 74 Prozent fühlen sich in ihrem derzeitigen zuhause sicher.

Fast ebenso wichtig ist den Deutschen eine **angenehme Atmosphäre** (78 %). Hier sehen die Menschen in Deutschland allerdings auch das größte Verbesserungspotenzial: Wunsch und Wirklichkeit gehen elf Prozentpunkte auseinander. Im Vergleich zu den anderen nordeuropäischen Ländern herrscht in Deutschland aber eine recht gute Wohnatmosphäre: Bei der Verwirklichung im aktuellen Wohnumfeld liegen die Ergebnisse elf

Prozentpunkte über dem Durchschnittswert der anderen Länder. Möglicherweise liegt das auch an den **guten nachbarschaftlichen Beziehungen**, die laut Happy Quest in Deutschland bei 60 Prozent der Befragten umgesetzt sind. Obwohl Deutschland im Bonava-Ländervergleich damit ein gutes Ergebnis erzielt, sehnen sich mehr Menschen nach guten Nachbarschaftsbeziehungen (68 %).

Ähnlich viel Luft nach oben sehen die Menschen in deutschen Wohnumfeldern bei der **günstigen Lage zu Lebensmittelgeschäften und Einkaufszentren** (71 % Wunsch versus 65 % Wirklichkeit). Tatsächlich geht die Einkaufsflächendichte in Deutschland seit dem Vormarsch des Online-Handels deutlich zurück. Im Ländervergleich der Happy Quest liegt Deutschland im hinteren Drittel der Einkaufsdichte in Wohnumfeldern. Die Vertrautheit mit der Umgebung, also **sich in seinem Wohnumfeld gut auszuken-**

nen, ist ein weiterer wichtiger Aspekt, um sich wirklich zuhause zu fühlen. Mit 69 Prozent liegt die Priorität in Deutschland deutlich über den durchschnittlichen 58 Prozent der anderen befragten Länder. Tatsächlich kennen sich die Menschen in Deutschland sogar besser in ihren Wohnumfeldern aus, als sie es sich wünschen: 76 Prozent geben an, eine gute Ortskenntnis zu haben.

Nachhaltiges Wohnen ist für die Mehrheit der Deutschen ein wichtiges Thema: 55 Prozent fühlen sich zuhause, wenn das Wohnumfeld einen umweltfreundlichen, nachhaltigen Lebensstil ermöglicht. Fast genauso viele (54 %) geben an, dass dies auf ihr Wohnumfeld zutrifft. Damit sind die Deutschen ein Vorreiter: Nimmt man alle acht untersuchten Länder zusammen, leben nur 36 Prozent der Befragten in Wohnumfeldern, die ein nachhaltiges Leben erlauben.

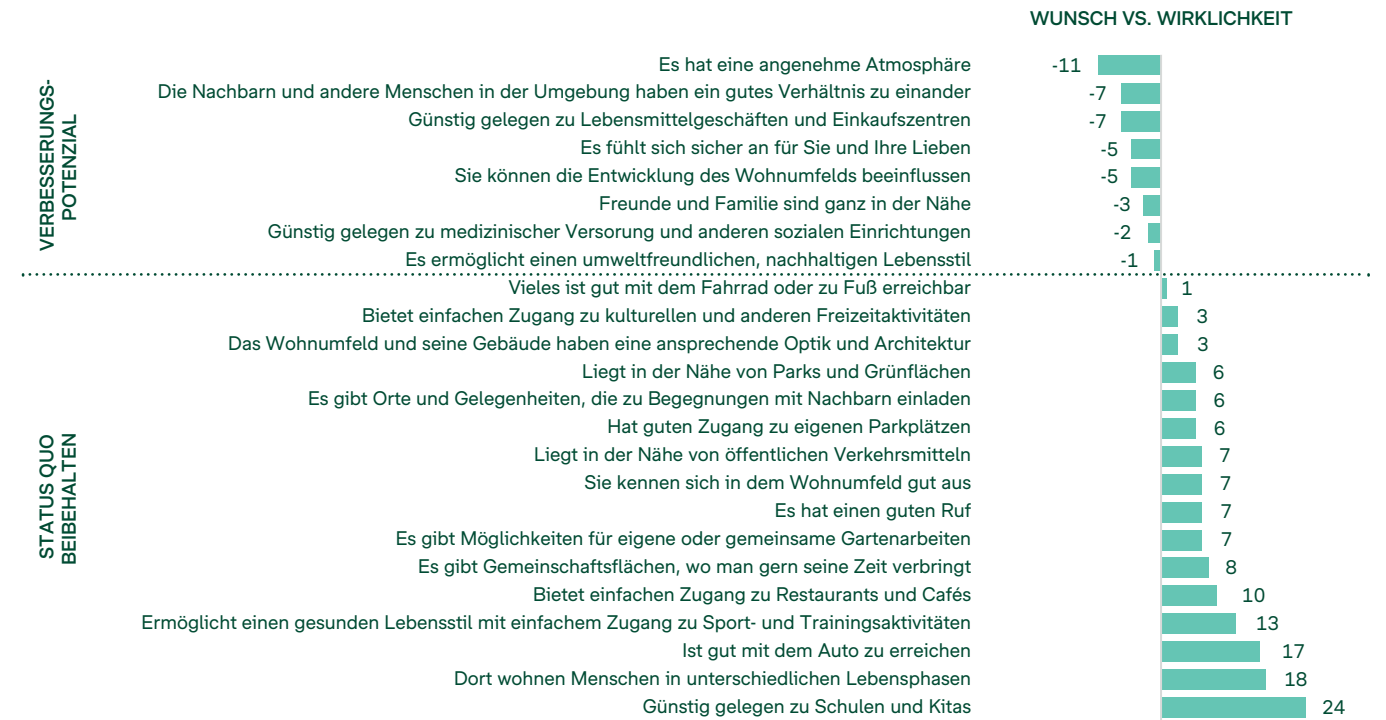
Eine ähnlich starke Abweichung vom Durchschnittswert aller untersuchten Länder nimmt Deutschland hinsichtlich der **ansprechenden Optik und Architektur von Wohngebieten** ein. Insgesamt sind laut Happy Quest die Gebäude und Wohnumfelder zu 36 Prozent ansprechend gestaltet – in Deutschland geben dagegen 51 Prozent der Befragten an, dass dies so sei. Auch bei den **nachbarschaftlichen Beziehungen** schneiden deutsche Wohnumfelder überdurchschnittlich gut ab: Gut 60 Prozent

geben an, dass sie zu ihren Nachbarn und anderen Menschen in der Umgebung ein gutes Verhältnis haben. Betrachtet man das Gesamtergebnis aller befragten Länder, erreicht dieser Faktor nur 50 Prozent.

In einigen Punkten übertrifft das aktuelle Wohnumfeld die Wünsche der Befragten deutlich. Dies sind die **Heterogenität der Nachbarschaft** hinsichtlich Alter bzw. Lebensphasen (18 Prozentpunkte mehr als gewünscht), die **Erreichbarkeit mit**

dem Auto (17 Prozentpunkte mehr als gewünscht) und die **Ermöglichung eines gesunden Lebensstils** mit einfachem Zugang zu Sport- und Trainingsaktivitäten (13 Prozentpunkte mehr als gewünscht).

Hier steckt Glückspotenzial
Größter Nachholbedarf bei Atmosphäre



Differenz zwischen Wirklichkeit im aktuellen Wohnumfeld vs. Wunschfaktoren, um ein bestimmtes Wohnumfeld zu mögen und sich dort zuhause zu fühlen.; N=1.000 (Deutschland)



Hier steckt Glückspotenzial

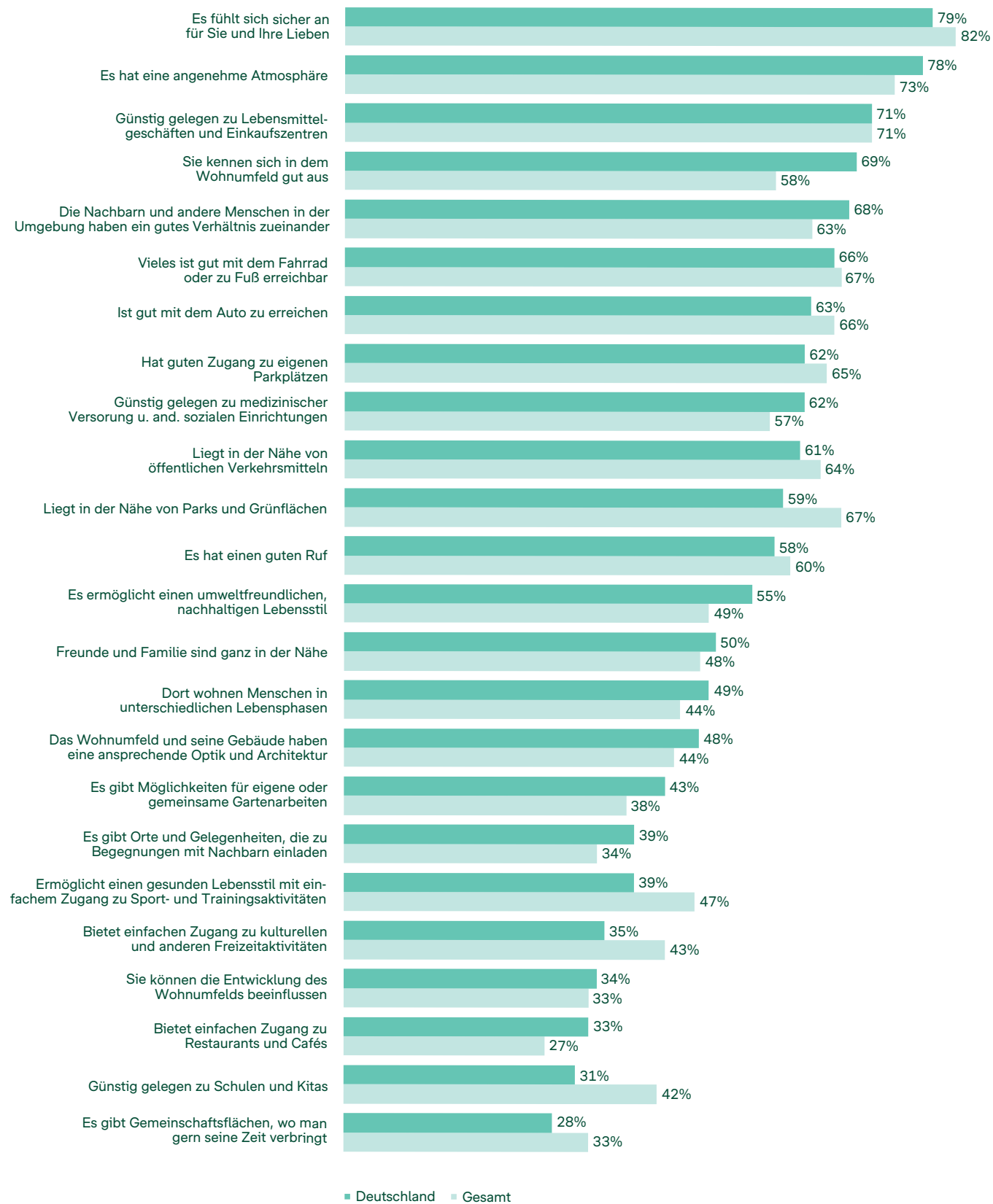
Betrachtet man die Wünsche an das eigene Wohnumfeld und die Wirklichkeit zeigt sich, dass die Deutschen den größten Nachholbedarf bei einer angenehmen Atmosphäre haben. Hier klaffen Wunsch und Wirklichkeit trotz positiver Entwicklungen in den letzten Jahren noch um elf Prozentpunkte auseinander.

Auch beim guten Verhältnis der Nachbarn zueinander und gut erreichbaren Einkaufs

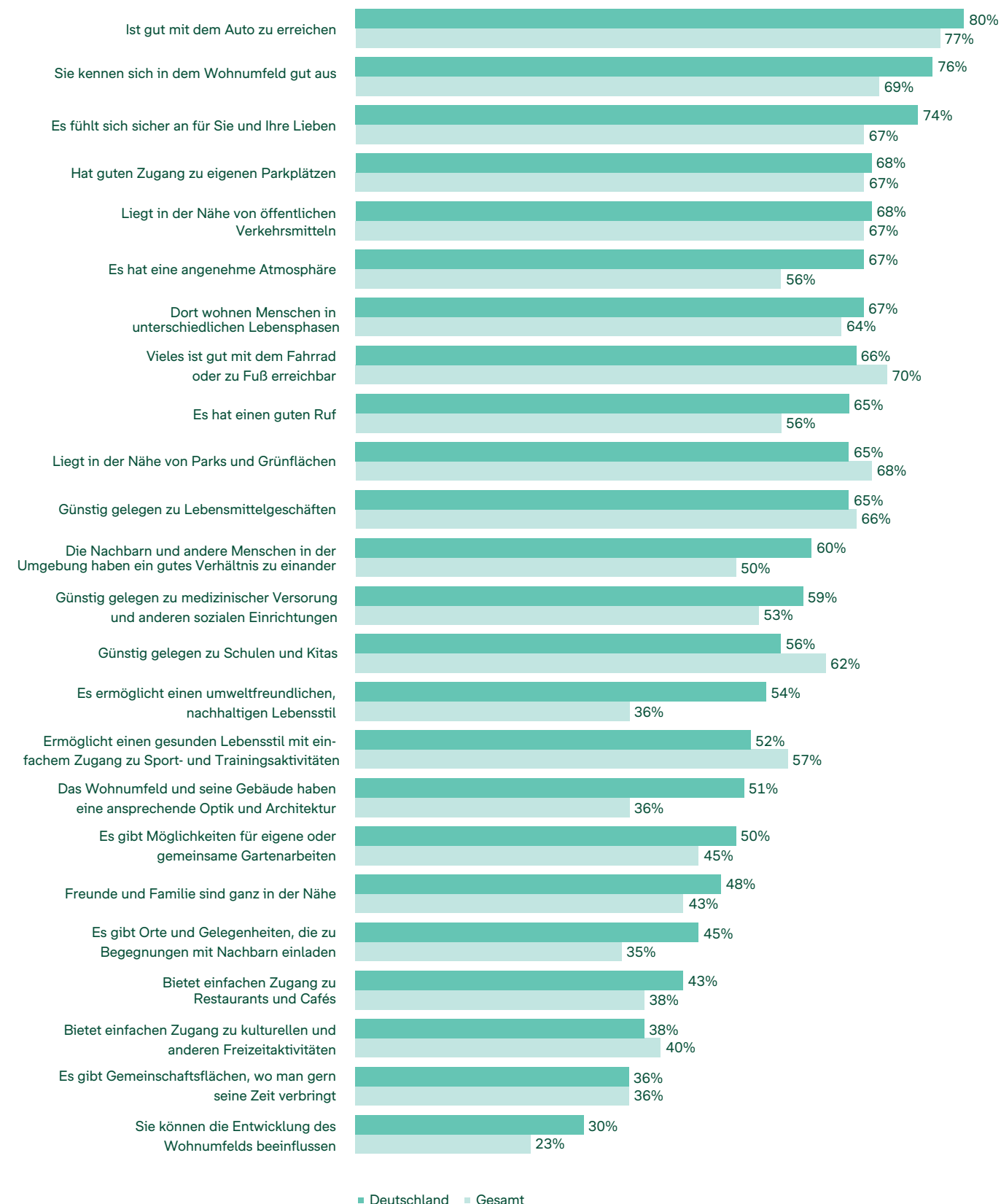
möglichkeiten gibt es aus Sicht der Deutschen Luft nach oben: Sieben Prozentpunkte liegen hier zwischen dem Wunsch und dem tatsächlichen Erleben im aktuellen Wohnumfeld.

Auf Platz drei finden sich die gefühlte Sicherheit und die Möglichkeit das eigene Wohnumfeld mitzugestalten, bei beiden Faktoren liegt die Abweichung bei fünf Prozentpunkten.

Wunschliste für das Wohlfühlen
Deutsche brauchen Sicherheit und eine gute Atmosphäre für ihr Wohnglück



Wirklichkeit in Wohnumfeldern
Deutschland schneidet gut ab, Nachbarschaft gelingt uns



Frage: Welche der folgenden Faktoren sind für Sie wichtig, damit Sie ein bestimmtes Wohnumfeld mögen und sich dort zuhause fühlen? N=8.582 (Gesamt), N=1.000 (Deutschland); Anteil der Personen, die auf einer Skala von 1 („völlig unwichtig“) bis 10 („sehr wichtig“) von 8 bis 10 ranken in Prozent.

Frage: In welchem Umfang sehen Sie diese Faktoren in Ihrem aktuellen Wohnumfeld erfüllt? N=8.582 (Gesamt), N=1.000 (Deutschland); Anteil der Personen, die auf einer Skala von 1 („überhaupt nicht“) bis 10 („vollkommen“) von 8 bis 10 ranken in Prozent.



Pluspunkte für deutsche Wohnviertel

Die Atmosphäre in den Wohnumfeldern wird hierzulande im Vergleich zu 2017 als wesentlich besser wahrgenommen: 2017 gaben nur 46 Prozent der Befragten an, in einer angenehmen Atmosphäre zu wohnen, 2019 hingegen 67 Prozent – ein Anstieg um 21 Prozentpunkte.

Auch die Optik konnte in Deutschland um elf Prozentpunkte zulegen. 2017 gaben 40 Pro-

zent der Happy Quest-Teilnehmer an, dass ihr Wohnumfeld und die Gebäude eine ansprechende Optik und Architektur haben, 2019 sagten das 51 Prozent.

Die Nachhaltigkeit des Wohnumfeldes und Möglichkeiten den Nachbarn zu begegnen, konnten sich in den zwei Jahren jeweils um neun Prozentpunkte verbessern.



Wohnwünsche ändern sich

2017 stand ein Wohnumfeld, das einen gesunden Lebensstil ermöglicht, mit 65 Prozent weit oben auf der Wunschliste der Deutschen. Auch der Zugang zu kulturellen und anderen Freizeitaktivitäten war 51 Prozent der Befragten sehr wichtig. 2019 ist die Möglichkeit, gesund zu leben, und der einfache Zugang zu kulturellen Angeboten nur noch für 39 Prozent bzw. 35 Prozent der Befragten wichtig.

Gute Architektur wird den Deutschen hingegen immer wichtiger: 2017 wünschten sich noch 40 Prozent ein Wohnumfeld mit ansprechender Optik, 2019 sind es bereits 51 Prozent.

Den größten Sprung machte die gute Atmosphäre des Wohnumfeldes: Sehnten sich 2017 knapp über die Hälfte der Befragten (52 %) danach, sind es 2019 78 Prozent.

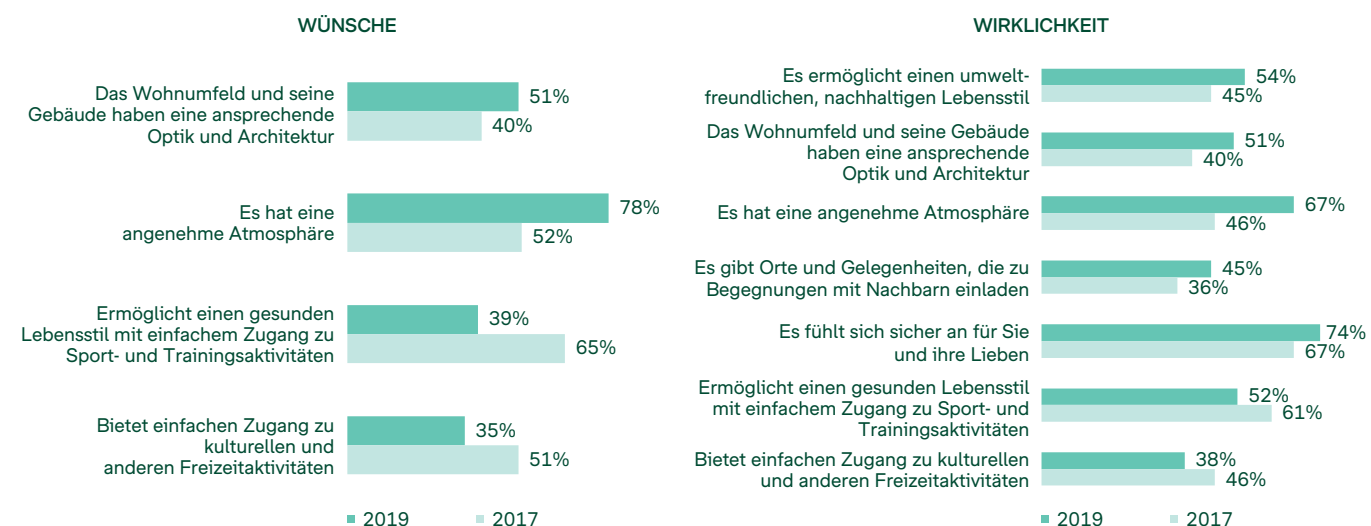


Was sich Familien mit Kindern wünschen

Die Wünsche von Menschen mit und ohne Kinder an ihr Wohnumfeld ähneln sich in den meisten Aspekten. Eine enorme Abweichung zeigt sich, wenig überraschend, bei der günstigen Lage zu Schulen und Kitas. Für 58 Prozent der Familien mit Kindern ist das wichtig – im Gegensatz zu 31 Prozent bei allen Studienteilnehmern.

Mit sieben Prozentpunkten Unterschied zum deutschen Gesamtergebnis sind für Familien mit Kindern außerdem Orte für Begegnungen mit Nachbarn, die Nähe zu Freunden und Familie sowie mit sechs Prozentpunkten Unterschied ein Wohnumfeld, das einen gesunden Lebensstil ermöglicht, etwas wichtiger für ihr Wohnglück.

**Das Traumhaus ändert sich
Atmosphäre und Optik werden wichtiger**



Bei Familien mit Kindern gibt es mit acht Prozentpunkten Differenz am meisten bezüglich der Lage zu Einkaufsmöglichkeiten aufzuholen, noch vor der guten Atmosphäre –

hier liegen bei ihnen nur sechs Prozentpunkte zwischen Wunsch und Wirklichkeit. Zusammen mit der Möglichkeit das eigene Wohnumfeld zu beeinflussen, nimmt sie bei

Familien Platz zwei der Verbesserungsmöglichkeiten ein. Danach kommen mit fünf Prozentpunkten Abweichung gut erreichbare medizinische und soziale Einrichtungen.

Frage: Welche der folgenden Faktoren sind für Sie wichtig, damit Sie ein bestimmtes Wohnumfeld mögen und sich dort zuhause fühlen? N=1.000 (Deutschland); Anteil der Personen, die auf einer Skala von 1 („völlig unwichtig“) bis 10 („sehr wichtig“) von 8 bis 10 ranken in Prozent.

Frage: In welchem Umfang sehen Sie diese Faktoren in Ihrem aktuellen Wohnumfeld erfüllt? N=1.000 (Deutschland); Anteil der Personen, die auf einer Skala von 1 („überhaupt nicht“) bis 10 („vollkommen“) von 8 bis 10 ranken in Prozent.

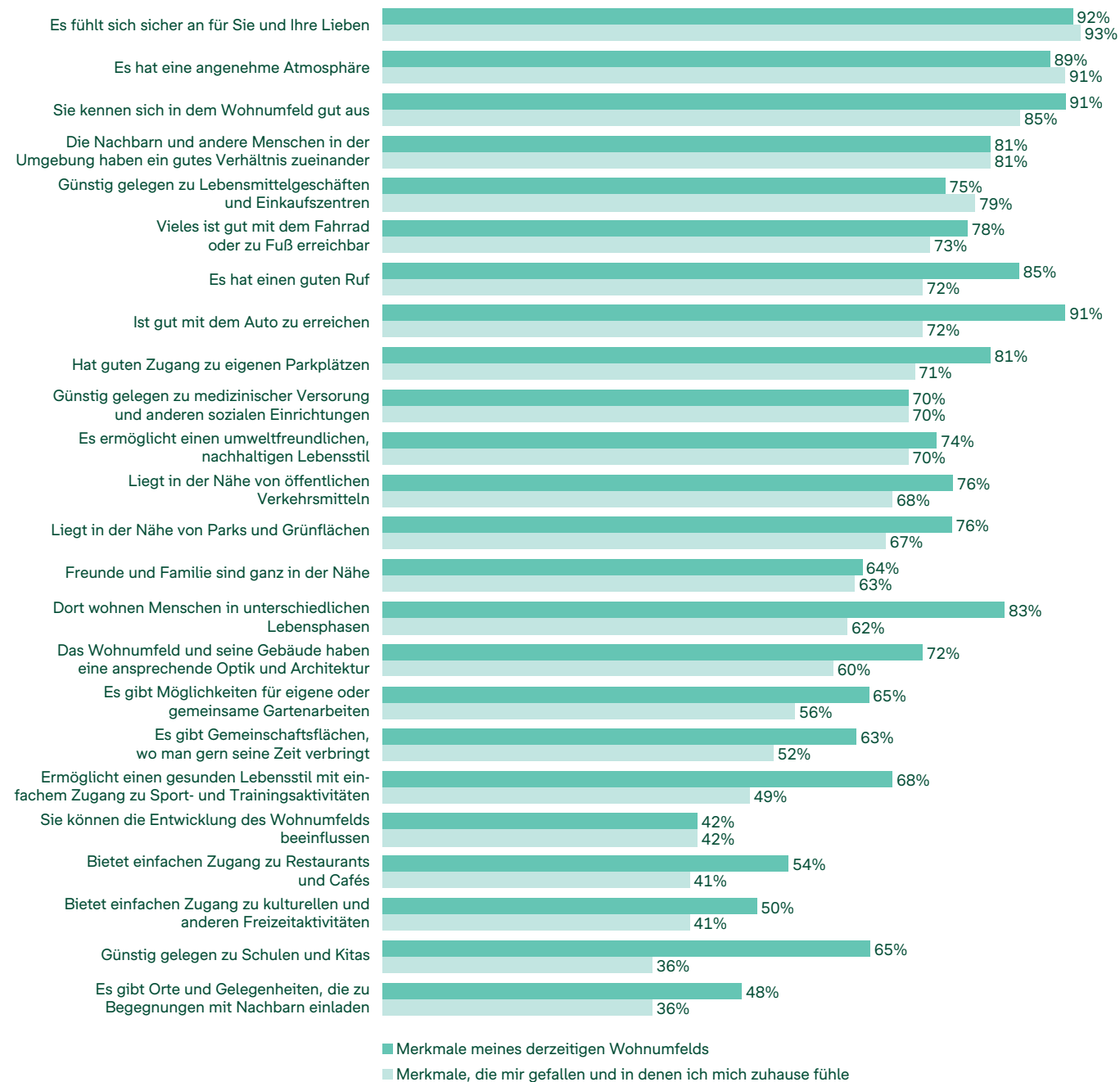
Die Zufriedenen haben, was den Unzufriedenen fehlt

Die Menschen in Deutschland, die sich in ihrem aktuellen Wohnumfeld am meisten wohlfühlen, wünschen sich für ihr Zuhause vor allem Sicherheit, eine gute Atmosphäre,

gute nachbarschaftliche Beziehungen und gute Voraussetzungen für einen nachhaltigen Lebensstil. Fragt man dieselbe Gruppe nach ihren derzeitigen Wohnsituationen, sind

diese Aspekte genau in dem Maße realisiert, wie sie es sich wünschen.

Wünsche „wohn“-zufriedener Menschen sind erfüllt
Gute Atmosphäre, nette Nachbarn und Nachhaltigkeit



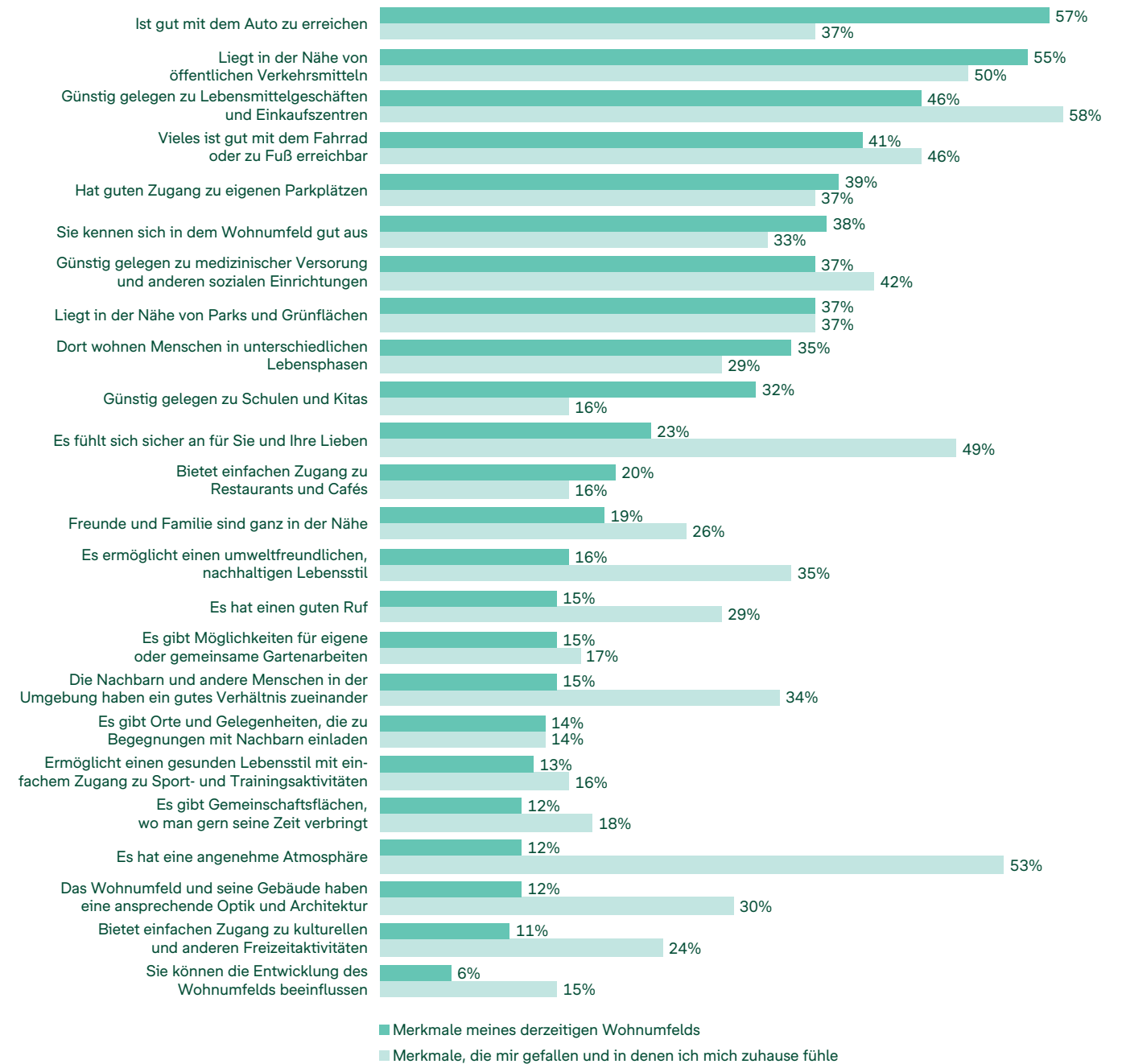
Fragen: Welche der folgenden Faktoren sind für Sie wichtig, damit Sie ein bestimmtes Wohnumfeld mögen und sich dort zuhause fühlen?; In welchem Umfang sehen Sie diese Faktoren in Ihrem aktuellen Wohnumfeld erfüllt? N=541 (wohnzufriedene Menschen Deutschland (Happy Index >80)); Anteil der Personen, die auf einer Skala von 1 („völlig unwichtig“) bis 10 („sehr wichtig“) von 8 bis 10 ranken in Prozent (Merkmale, die mir gefallen) u. Anteil der Personen, die auf einer Skala von 1 („überhaupt nicht“) bis 10 („vollkommen“) von 8 bis 10 ranken in Prozent (Merkmale meines derzeitigen Wohnumfelds)

Ganz anders bei den Befragten, die mit ihrem aktuellen Wohnumfeld unzufrieden sind: Auch sie wünschen sich, wenn auch auf einem deutlich niedrigeren Niveau, ein Gefühl der Sicherheit, eine angenehme Atmosphäre, ein gutes Verhältnis zu den

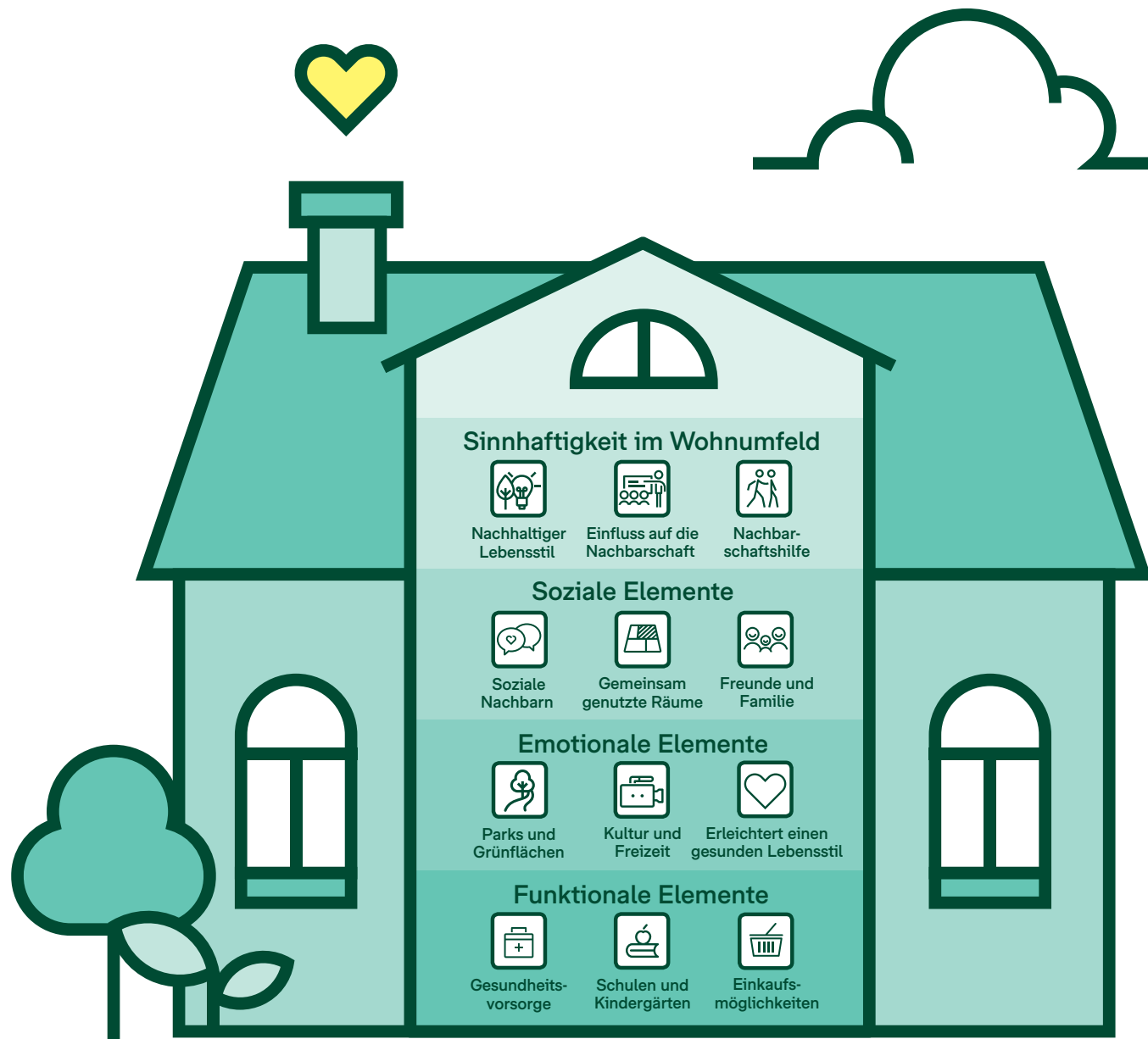
Nachbarn und einen umweltbewussten Lebensstil. Schaut man auf ihre aktuelle Wohnsituation zeigt sich allerdings, dass die Realität weit hinter die Erwartungen der Befragten zurückfällt – sicher ein Grund für ihre Unzufriedenheit. Lediglich die Nähe zum

öffentlichen Nahverkehr und zu Grünflächen sowie der Zugang zu eigenen Parkplätzen entsprechen ihren Wünschen an eine Wohngegend zum Wohlfühlen.

„Wohn“-unzufriedenen Menschen fehlt was Zufriedene haben
Aber auch funktionale Bedürfnisse sind nicht erfüllt



Fragen: Welche der folgenden Faktoren sind für Sie wichtig, damit Sie ein bestimmtes Wohnumfeld mögen und sich dort zuhause fühlen?; In welchem Umfang sehen Sie diese Faktoren in Ihrem aktuellen Wohnumfeld erfüllt? N=123 (wohnnunzufriedene Menschen Deutschland (Happy Index < 50)) Anteil der Personen, die auf einer Skala von 1 („völlig unwichtig“) bis 10 („sehr wichtig“) von 8 bis 10 ranken in Prozent (Merkmale, die mir gefallen) u. Anteil der Personen, die auf einer Skala von 1 („überhaupt nicht“) bis 10 („vollkommen“) von 8 bis 10 ranken in Prozent (Merkmale meines derzeitigen Wohnumfelds)



In welchem Stockwerk wohnt das Glück?

Die Ergebnisse unserer Studie zeigen, dass es verschiedene Bausteine braucht, damit Menschen sich in ihrem Wohnumfeld wohlfühlen. Das Wohnglück ist ein schrittweiser Prozess, bei dem unterschiedliche Bausteine tatsächlich aufeinander aufbauen.

Man kann das mit dem Modell der Bedürfnispyramide des US-amerikanischen Psychologen Abraham Maslow vergleichen. Maslow beschreibt die hierarchische Anordnung der allgemeinen menschlichen Bedürfnisse und Motivationen. Seine Bedürfnispyramide besteht aus insgesamt fünf Ebenen: den körperlichen Bedürfnissen (z. B. Essen und

Schlafen), den Sicherheitsbedürfnissen (z. B. Wohnen, berufliche und materielle Sicherheit), den sozialen Bedürfnissen wie Freundschaft und Liebe, den Individualbedürfnissen (z. B. Erfolg, Wertschätzung) und ganz zuoberst der Selbstverwirklichung (z. B. Hobbys, Persönlichkeitsentfaltung). Maslows Theorie besagt, dass Menschen

immer erst dann motiviert sind, die nächsthöhere Ebene zu erreichen, wenn die Bedürfnisse der darunterliegenden erfüllt sind.

Dasselbe Prinzip gilt für das Wohlfühlen im Wohnumfeld. Wir haben es in ein vierstöckiges Haus übertragen, unser House of Happiness.

Das „House of Happiness“

Das Erdgeschoss: funktionale Elemente des Wohnumfelds

Ganz unten sind die funktionalen Bedürfnisse angeordnet. Sind sie erfüllt, können wir stressfrei leben. Zu ihnen gehören beispielsweise die Lage unseres Zuhauses und die gute Erreichbarkeit von Lebensmittelgeschäften, des öffentlichen Nahverkehrs, von Schulen oder Ärzten.

Das erste Stockwerk: emotionale Elemente des Wohnumfelds

Wenn unser Wohnumfeld die funktionalen Elemente erfüllt, treten die emotionalen Bedürfnisse in den Vordergrund, die uns einen gesunden Lebensstil ermöglichen. Emotionale Bedürfnisse sind zum Beispiel Gesundheit und Wohlbefinden. Auf das Wohnen

bezogen, geht es etwa um den Zugang zur Natur oder zu Kultur- und Freizeitaktivitäten.

Das zweite Stockwerk: soziale Elemente des Wohnumfelds

Sind funktionale und emotionale Bedürfnisse erfüllt, kann das nächste Stockwerk unseres Hauses erreicht werden. Hier geht es um zwischenmenschliche Beziehungen und das Gefühl der Zugehörigkeit, also um nachbarschaftliche Beziehungen, Freundschaften, Liebe und die Familie. Damit soziale Bedürfnisse im Wohnumfeld erfüllt werden können, sind zum Beispiel auch Räumlichkeiten wichtig, die gemeinsam von den Nachbarn genutzt werden können – etwa Werkstätten, Fitnessräume oder auch Gästezimmer für Verwandte und Freunde.

Das oberste Stockwerk: Sinnhaftigkeit im Wohnumfeld

Nur wenn unser Wohnumfeld die Anforderungen der unteren Stockwerke erfüllt, können wir die Tür zum obersten Stockwerk unseres House of Happiness öffnen. Hier geht es um Dinge, die sich nicht nur positiv auf die eigenen Bedürfnisse, sondern auf die Gemeinschaft auswirken. Wer Gelegenheit hat, zur Verbesserung des Wohnumfeldes insgesamt beizutragen – sei es durch Ansätze für einen umweltverträglichen und nachhaltigen Lebensstil innerhalb der Gemeinschaft oder durch nachbarschaftliche Hilfe –, fühlt sich seinem Wohnumfeld noch stärker verbunden.

Je höher, desto glücklicher

Jedes Stockwerk unseres House of Happiness baut auf Fragen unserer Studie auf. So hilft uns dieses Modell, den Wohlfühlgrad in Wohnumfeldern zu untersuchen und zu vergleichen, wie wohl sich Menschen fühlen, bei denen die Anforderungen eines Stockwerkes, von zwei, drei oder sogar allen vier Stockwerken erfüllt sind. Dafür haben wir unser House of Happiness mit dem Happy Index verbunden.

Der Happy Index liegt in Deutschland bei 77. Um herauszufinden, wie sehr das Wohnumfeld den Indexwert – also die Zufriedenheit mit dem eigenen Leben – beeinflusst, haben wir analysiert, wie er sich verändert, wenn mehrere Ebenen des House of Happiness erfüllt sind.

Je mehr Stockwerke unseres House of Happiness erfüllt sind, desto zufriedener sind

Menschen mit ihrem Wohnumfeld und desto höher ist ihr Happy Index. Das Glücksempfinden steigert sich dabei von Stockwerk zu Stockwerk immer weniger stark, die Glucksprünge werden also kleiner. Interessant ist, dass die Menschen in den von uns untersuchten Ländern, erfüllte Bedürfnisse in den einzelnen Stockwerken unterschiedlich bewerten – denn ihr Vorhandensein führt zu unterschiedlichen Happy Indizes.

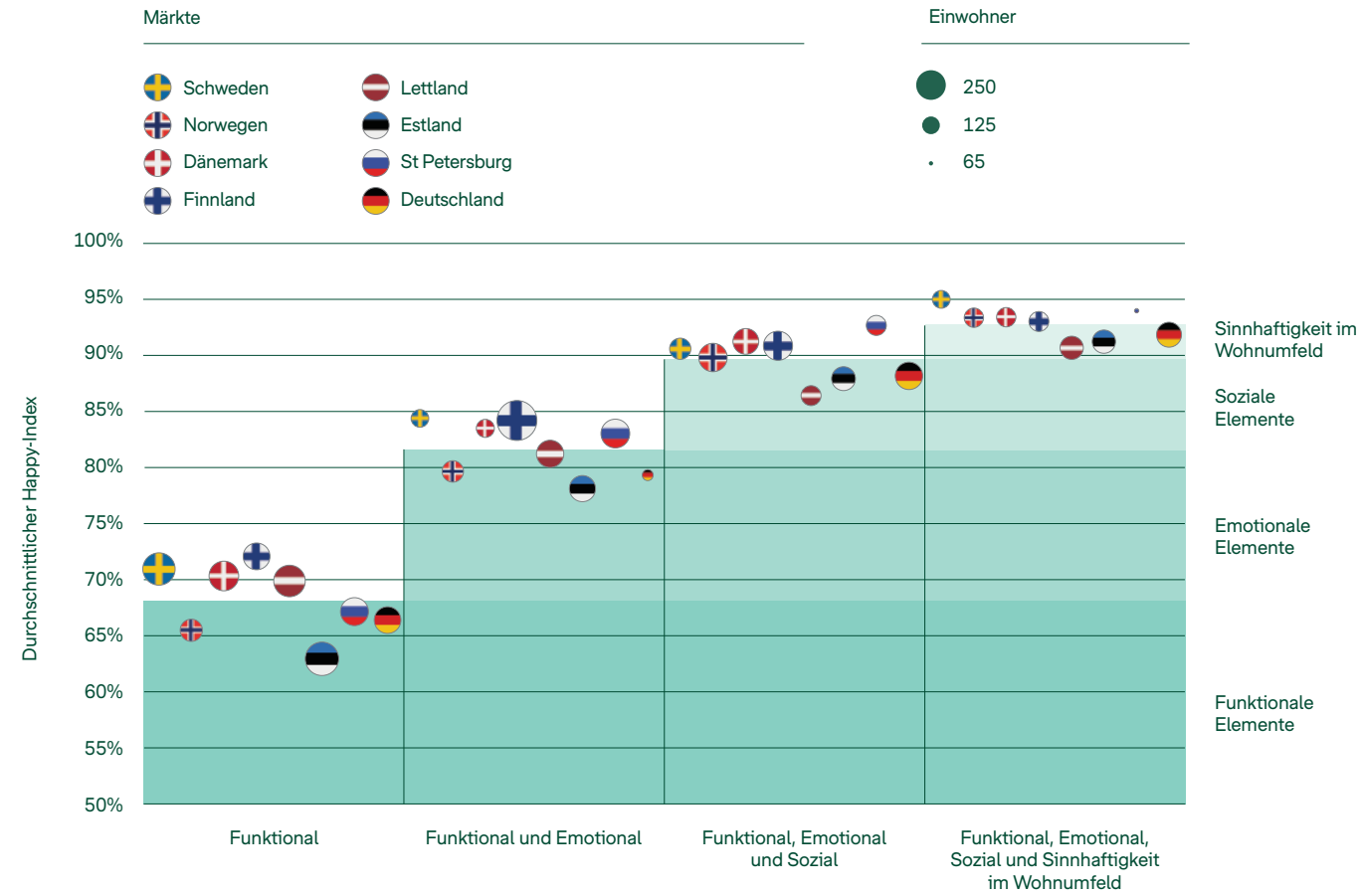
Im internationalen Vergleich aller untersuchten Länder leben in Deutschland mit 19 Prozent die meisten Menschen in einem Wohnumfeld, das alle vier Stockwerke des House of Happiness erfüllt. Allerdings gaben auch fast ein Drittel (30 %) der Befragten an, dass in ihrem Wohnumfeld nicht einmal die funk-

tionalen Bedürfnisse des Erdgeschosses erfüllt sind.

„Glücklichkeit ist keine Sofortmaßnahme, sondern eine Lebensart und eine Routine, bei der es beispielsweise darum geht, stets darauf zu achten, dass man seinen grundlegendsten Bedürfnissen gerecht wird: genü-

gend Schlaf, gesunde Ernährung und regelmäßige Bewegung. Tun Sie nicht nur einmal etwas Sinnvolles, sondern leben Sie Ihr Leben sinnvoll. Lassen Sie den Fluss des Lebens, Spiel und soziale Interaktionen zum Teil Ihrer Routine werden.“

Sabine Renck, Expertin für Positive Psychologie



Das Erdgeschoss

Jeder fünfte Deutsche lebt derzeit noch in einem Umfeld, das nur das Erdgeschoss des „House of Happiness“ umfasst: 20 Prozent der befragten Menschen geben an, dass in ihrem Wohnumfeld die funktionalen Bedürfnisse erfüllt sind, die emotionalen und die sozialen dagegen ebenso wenig wie das Gefühl, etwas Sinnhaftes für das gesamte Wohnumfeld zu schaffen. Der Happy Index dieser Personen beträgt 66, liegt also deutlich unter dem deutschen Durchschnitt.

Das erste Stockwerk

Knapp jeder Zehnte (9 %) gibt an, in einem Wohnumfeld zu leben, das neben den funktionalen auch die emotionalen Bedürfnisse erfüllt. Die Erfüllung der emotionalen Bedürfnisse scheint ein wichtiger Faktor für das Wohnglück zu sein: Der Happy Index macht bei dieser Gruppe der befragten Deutschen einen großen Sprung auf 79 – und liegt schon knapp über dem durchschnittlichen Wert von 77.

Das zweite Stockwerk

Bei 21 Prozent der Deutschen erfüllt das Wohnumfeld zusätzlich auch noch die sozialen Bedürfnisse. Auch dies ist mit einem deutlichen Anstieg des Happy Index verbunden, der bei diesen Personen bei 88 liegt.

Das oberste Stockwerk

Fast jeder fünfte Deutsche (19 %) lebt in einem Zuhause, das alle Kriterien unseres House of Happiness erfüllt. Der Einsatz für die Gemeinschaft und die positive Weiterentwicklung des Wohnumfelds ist das i-Tüpfelchen, wenn es um das Wohnglück geht: Der Happy Index steigt bei diesen Personen noch weiter auf 92 an.



Das Fundament des Wohnglücks – Komfort im Alltag

Das House of Happiness zeigt: Es gibt vier aufeinander aufbauende Bedürfnisstufen – symbolisiert durch die vier Stockwerke, die für maximales Wohlfühlen im Wohnumfeld erforderlich sind.

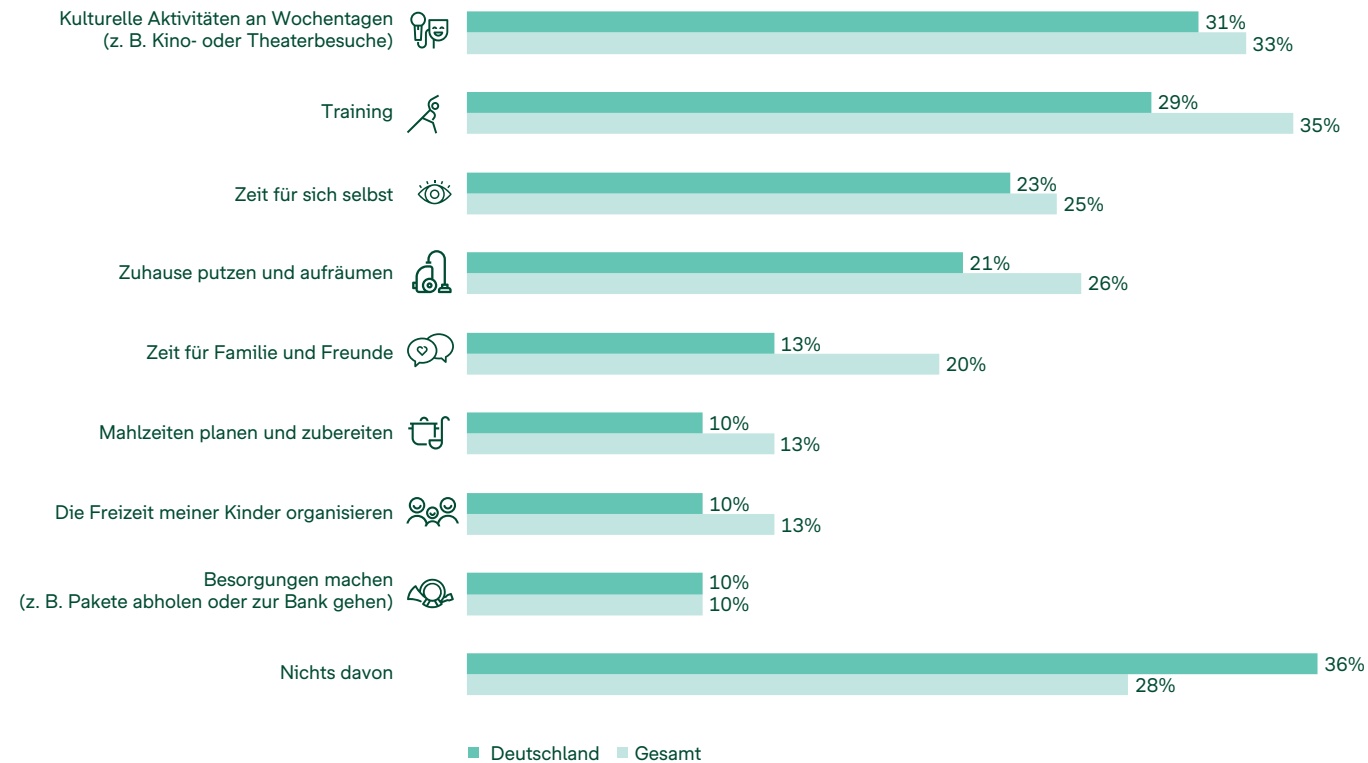
Für ein glückliches Leben ist es entscheidend, dass zunächst einmal die Voraussetzungen geschaffen werden, um Routinen problemlos in den Alltag zu integrieren, also die funktionalen Bedürfnisse erfüllt sind. Ein gutes Wohnumfeld schafft Freiräume. Den einen, „normalen“ Alltag gibt es nicht. Die Spielarten sind so vielfältig wie die Menschen selbst. Was aber für alle gilt: Für die grundlegenden, funktionalen Bedürfnisse wie Einkäufe und andere Besorgungen erledigen, Wäschewaschen oder Kochen, brauchen wir Zeit. Der Zeitaufwand für diese

Tätigkeiten ist im Idealfall aber sehr gering, da dann die emotionalen und sozialen Aktivitäten in den Vordergrund rücken können. Diese können das Glückempfinden in einer Weise steigern, wie es durch die schlichte Erfüllung funktionaler Bedürfnisse nicht möglich ist. Je besser also das Wohnumfeld in funktionaler Hinsicht aufgestellt ist, desto mehr Zeit bleibt für sinn- und glücksstiftende Tätigkeiten.

Die Ergebnisse der Happy Quest zeigen: Die Deutschen schaffen es – auch im Ver-

gleich zu den anderen untersuchten Nationen – ganz gut, ihren Alltag zu organisieren. Auf die Frage „Für welche der folgenden Dinge können Sie nur schwer Zeit im Alltag finden?“ gaben nur jeweils zehn Prozent der Befragten an „Besorgungen machen“, „Mahlzeiten planen und zubereiten“ und „Die Freizeit meiner Kinder organisieren“. Schwieriger wird es schon beim leidigen Thema Putzen und Aufräumen. Hier sagt bereits jeder Fünfte (21 %), dass dies nur schwer in den Alltag zu integrieren ist.

Zeitmanager wohnen glücklicher
Deutsche organisieren ihren Alltag gut, aber Defizite bei Kultur und Sport



Frage: Für welche der folgenden Dinge können Sie nur schwer Zeit in Ihrem Alltag finden? Wählen Sie bis zu drei Dinge aus, für die Sie nur schwer Zeit in Ihrem Alltag finden. N=8.582 (Gesamt), N=1.000 (Deutschland); Antworten in Prozent

Die Dinge, für die die Menschen in Deutschland tatsächlich weniger Zeit im Alltag finden, sind den emotionalen und sozialen Bedürfnissen zuzuordnen. Auch wenn diese eigentlich in den höheren Stockwerken unseres House of Happiness angesiedelt sind, müssen auch sie zunehmend in die Lebensplanung einbezogen werden.

Viele Menschen machen sich heutzutage mehr Gedanken darüber, ob sie Zeit haben, sich selbst zu verwirklichen, als darüber, wie sie Routinepflichten erledigen. Ganz oben auf der Liste der Dinge, für die im Alltag keine Zeit bleiben, stehen bei fast einem Drittel der Befragten (31 %) kulturelle Aktivitäten wie Kino- oder Theaterbesuche, ge-

folgt von Sport (29 %). Persönlich stecken die Deutschen laut den Ergebnissen unserer Studie eher zurück und nehmen sich lieber mehr Zeit für die Familie und für Freunde: Fast ein Viertel (23 %) gibt an, im Alltag kaum Zeit für sich selbst zu finden. Probleme, Zeit für die Familie und Freunde zu finden, haben dagegen nur 13 Prozent.

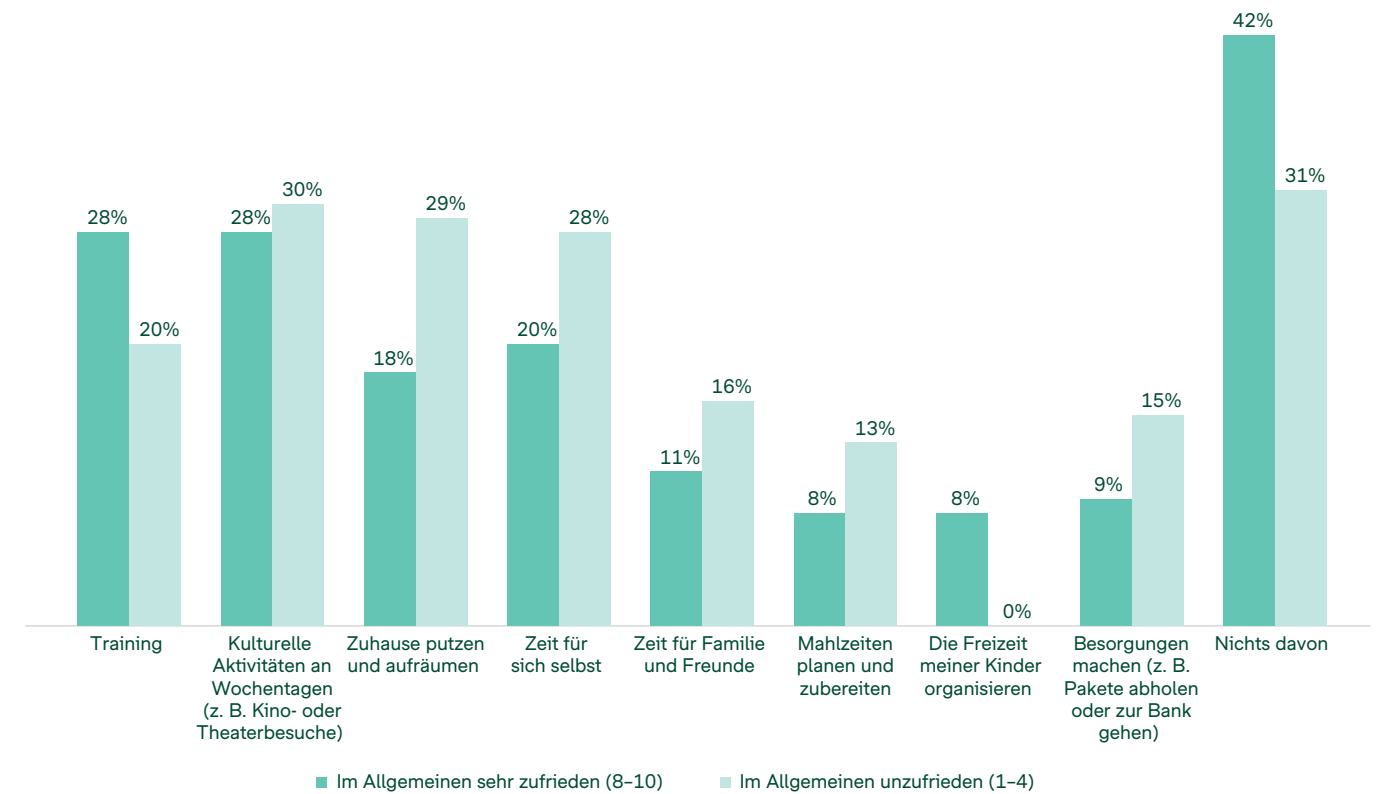
Unglückliche Menschen kämpfen mit ihrem Alltag

Vergleicht man die insgesamt weniger glücklichen mit den glücklicheren Menschen, zeigt sich, dass die weniger glücklichen deutlich mehr damit zu kämpfen haben, grundlegende Dinge wie Besorgungen (15 % gegenüber 9 %), Kochen (13 % gegenüber 8 %) oder Putzen und Aufräumen (29 % gegenüber

18 %) in ihren Alltag zu integrieren. Auch ihre emotionalen und sozialen Bedürfnisse wie Zeit für sich selbst (28 % gegenüber 20 %) oder Zeit für die Familie und für Freunde (16 % gegenüber 11 %) können sie im Alltag deutlich schlechter befriedigen.

Dieses Ergebnis deutet darauf hin, dass es die Menschen deutlich frustriert, wenn sie nicht imstande sind, die täglichen Routineaufgaben zu jonglieren. Gerade in einer Zeit, in der Dienstleistungen durch digitale Innovationen eigentlich immer unkomplizierter und leichter erreichbar werden.

Zeit für sich und andere macht glücklich
Ein gut gemanagter Alltag bietet glücksstiftende Freiräume



Frage: Für welche der folgenden Dinge können Sie nur schwer Zeit in Ihrem Alltag finden? Wählen Sie bis zu drei Dinge aus, für die Sie nur schwer Zeit in Ihrem Alltag finden. N=1.000 (Deutschland); Angaben in Prozent



Stärken sehen und nutzen – der mittelbasierte Komfortansatz

Wir sehen: Komfort endet nicht mit pragmatischen Anforderungen. Er umfasst auch emotionale und soziale Bedürfnisse wie Zeit für Kultur, Kreativität oder die Familie. Vor diesem Hintergrund müssen auch Wohnumfelder jeweils individuell für ihre Bewohner geplant werden. Mit maßgeschneiderten Lösungen, die von vorhandenen Ressourcen ausgehen und schon bei der Planung als Grundlage dienen. Nachbarschafts-Professor Scott Cloutier vom Julie Ann Wrigley Global Institute of Sustainability der Arizona State University in Tempe erklärt das so:

„Alles beginnt damit, dass man in die Gemeinschaft eintaucht und ihre Stärken herausfindet. Sie sind viel wichtiger als ihre Schwächen. [...] Darum geht es im mittelbasierten Komfort-Ansatz – um die Frage: Wo liegen die Stärken dieser Community. Mit ihr beginnt nachhaltige Planung.“
Scott Cloutier, Happy Neighbourhood Professor

Mihaly Csikszentmihalyi ist emeritierter Professor für Psychologie und befasst sich insbesondere mit dem Thema Glückseligkeit sowie dem Nutzen der praktischen Anwendung von Fähigkeiten. Wie Professor Cloutier, betont auch Csikszentmihalyi, dass vielfältige Aktivitäten wichtig sind, um unterschiedliche Persönlichkeiten anzusprechen. Während Cloutier jedoch davon ausgeht, dass Fachwissen und Interesse

bereits im Wohnumfeld vorhanden sind, ist es nach Csikszentmihalyi auch von grundlegender Bedeutung, Anregungen für neue Interessen zu geben:

„Ein gutes Wohnumfeld definiert sich heutzutage darüber, dass Kunst, Sport und Theater angeboten werden und die Menschen dort letztlich unterschiedliche Fertigkeiten ausüben können. Ich denke, was wir anstreben, ist Städte zu gestalten, die ausreichend differenziert sind.“

Mihaly Csikszentmihalyi, Professor für Psychologie

Durch ein vielfältiges Angebot für Hobbys und Aktivitäten kann ein Wohnumfeld die Wahrscheinlichkeit erhöhen, dass die Alltagsbedürfnisse vieler Menschen erfüllt werden.

Eine wichtige Erkenntnis aus unserer Studie: Genau jene emotionalen und sozialen Aktivitäten, die wir unbedingt in unseren Alltag integrieren möchten, sind oft die gleichen, die wir vorzugsweise mit anderen teilen. Gemeinschaftsräume für soziale Aktivitäten (22 % der Befragten wünschen sich diese), ein gemeinsamer Fitnessraum (20 %), Pflanzflächen (17 %) oder eine Werkstatt (16 %) – all dies sind mögliche Einrichtungen, um die emotionalen und sozialen Bedürfnisse im Alltag zu befriedigen.

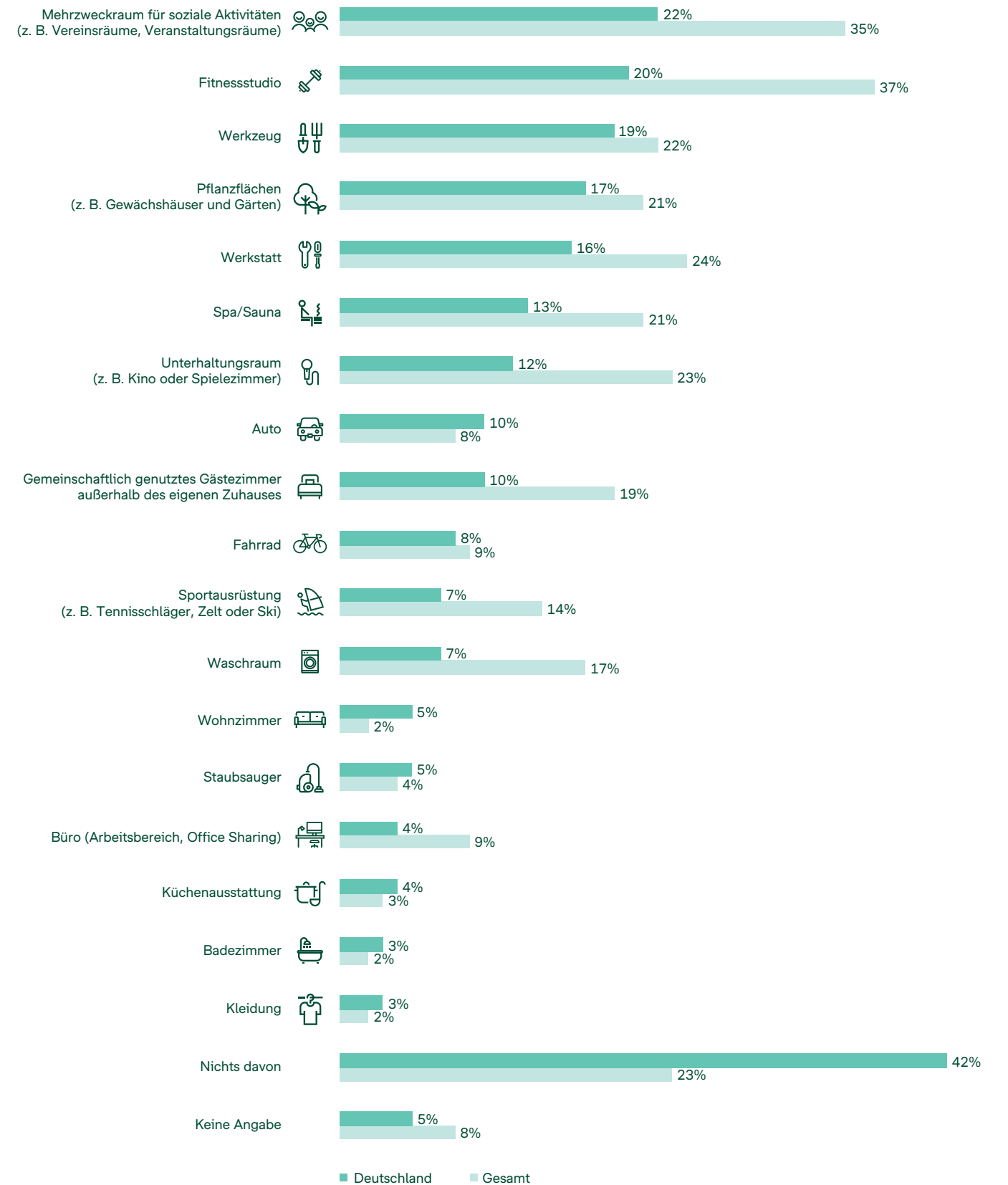


Meins, deins, unseres: die Idee des Teilens

Interessant: Die Idee des Teilens und gemeinschaftlicher Angebote – gerade im Wohnumfeld – ist bei den Deutschen im Vergleich zu den anderen untersuchten nordeuropäischen Ländern viel weniger verbreitet. Die deutschen Ergebnisse liegen zum Teil fast 50 Prozent unter den durchschnittlichen Gesamtergebnissen für alle untersuchten

Länder. Vor allem die Estländer, Russen (St. Petersburger) und Finnen sind hier viel weiter. Einzig beim Teilen von Autos und Fahrrädern liegen die deutschen Ergebnisse über bzw. auf etwa einem Niveau der Gesamtergebnisse. Ihr Auto wollen nur in Schweden mehr Menschen teilen (12 %) als in Deutschland, Norwegen und Finnland (jeweils 10 %).

Deutsche teilen nicht gern
 Gemeinschafts- und Fitnessräume aber noch am liebsten



Frage: Welche der folgenden Optionen würden Sie gerne mit Menschen teilen, die in Ihrem Wohnumfeld leben? Wählen Sie alle Alternativen aus, die Sie mit Ihren Nachbarn teilen möchten. N=8.582 (Gesamt), N=1.000 (Deutschland); Antworten in Prozent.

Ein gesunder Geist wohnt in einem gesunden Körper ... und in einem gesunden Umfeld

Glück und Gesundheit lassen sich nur schwer trennen. Neben beruflicher und finanzieller Sicherheit gilt Gesundheit als ebenbürtiger Faktor für Zufriedenheit. Doch wie lebt man gesund, wie trägt man zur bestmöglichen Erhaltung von körperlicher und seelischer Gesundheit bei?

Sich regelmäßig zu bewegen und ausgewogen zu ernähren ist natürlich wichtig für eine gute Gesundheit. Aber es spielen eben noch mehr Faktoren eine Rolle. Wir wissen zum Beispiel, dass sich Menschen ihrer Umgebung anpassen. Verhaltensweisen entstehen somit häufig dadurch, dass wir die Lebensweisen anderer in unserem Umfeld nachahmen. Das ist der Grund, warum auch das Wohnumfeld eine so große Bedeutung für das Wohlergehen der Menschen hat.

Hart Howerton ist einer der führenden Entwickler gesunder Wohnumfelder in den USA. Mit ihrem Konzept „Designing Complete Environments“ haben die Architekten, Designer und Landschaftsplaner des Unternehmens für einige der weltweit sensibelsten Umgebungen eine interdisziplinäre Perspektive geschaffen. Für Geschäftsführer Tim McCarthy ist dieser Planungsansatz nur logisch für einen ganzheitlichen Blick auf das Thema Gesundheit.

„Immer mehr Menschen gelangen zu der Erkenntnis, dass Gesundheit ein weitaus ganzheitlicheres Thema ist, das die früher getrennt betrachteten Aspekte Gesundheit und Wohlbefinden – zu denen auch geistige und spirituelle Gesundheit sowie Achtsamkeit gehören – vereint. Natürlich müssen wir aus dieser Entwicklung lernen und sie in die Planung unserer Wohnumfelder einbeziehen.“
Tim McCarthy, Geschäftsführer von Hart Howerton

Hart Howerton begann 2014 eine Kooperation mit dem Center for Design and Health der Universität von Virginia. Aus ihr gingen neun Planungsgrundsätze für mehr Gesundheit und Glücksempfinden in Wohnumfeldern hervor. Diese dienen nun bei allen neuen Wohnungsbauprojekten unter Federführung von Hart Howerton als Leitlinie.



Neun Planungsgrundsätze für mehr Gesundheit und Glücksempfinden in Wohnumfeldern

- 1. Intelligente Wahl der Lage**
Neue Entwicklungsprojekte sollten in der Nähe bestehender Wohngebiete oder Infrastrukturen liegen, speziell in Bezug auf den Nahverkehr.
- 2. Natur inbegriffen**
Sensible und natürliche Lebensräume in der und um die Wohnanlage sollten erhalten bleiben. Natürliche Bereiche sollten in die weitergefasste offene Raumplanung eingebunden werden.
- 3. Gemischte Nutzung**
Es sollten mehrere Nutzungszwecke angeboten werden, die innerhalb eines relativ kompakten Bereichs unterschiedlichen Bedürfnissen und sozialen Gruppen gerecht werden.
- 4. Die Mischung macht es**
Bei der Entwicklung von Wohnanlagen sollten unterschiedliche Haustypen und Wohnformen berücksichtigt werden. Es sollte dafür Sorge getragen werden, dass das Wohnraumangebot für alle Mitglieder der Gemeinschaft unabhängig von Hintergrund oder Alter realisierbar ist.
- 5. Beförderungsalternativen**
Es sollten Alternativen zur Autonutzung angeboten werden.
- 6. Besondere Plätze**
Zur Förderung von sozialer Interaktion und Aktivitäten sollten unterschiedliche, miteinander verbundene Gemeinschaftsplätze zur Verfügung stehen.
- 7. Zugang zu gesunden Lebensmitteln**
Durch nahegelegene landwirtschaftliche Betriebe, die Einbindung von Mustergärten und ein Angebot an gesunden Lebensmitteln über Bauernmärkte oder kleine Läden sollten gesunde Ernährungsgewohnheiten gefördert werden.
- 8. Lebenslanges Lernen ermöglichen**
Für alle Altersgruppen sollten Gelegenheiten zur intellektuellen Entwicklung und zum intellektuellen Austausch geboten werden, auch durch Bildungseinrichtungen, die von den Wohnanlagen aus zu Fuß erreichbar sind.
- 9. Nachhaltige Entwicklung**
Auf allen Ebenen sollte eine nachhaltige Entwicklung berücksichtigt werden. Etwa durch die Stadtgestaltung, durch Kombination und Lage von Nutzungszwecken, Gehwegnetze, eine nachhaltige Infrastruktur, soziale Programme oder Gebäudetechnik.

Natürlich glücklich

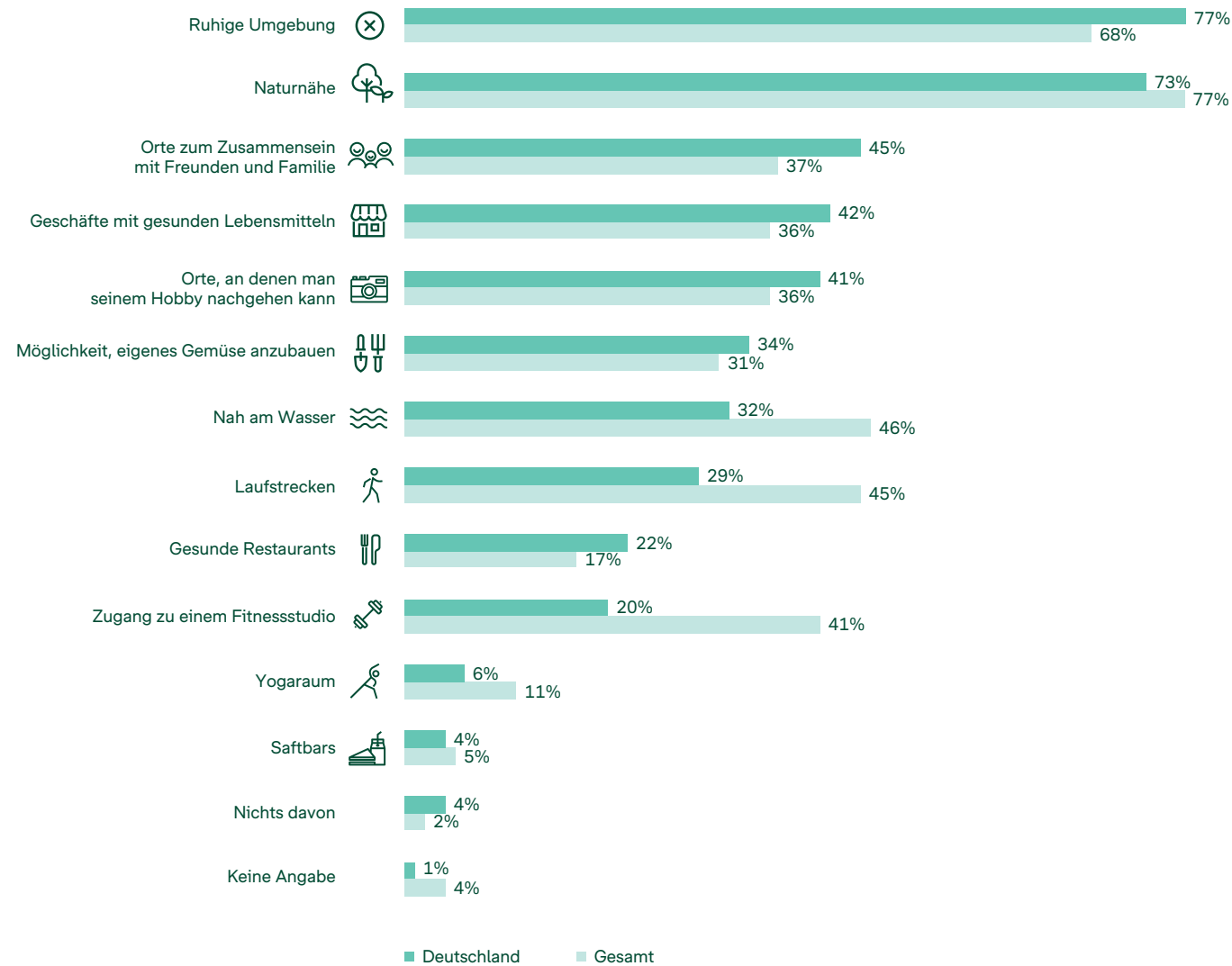
Die Ergebnisse unserer Studie unterstützen die ganzheitliche Betrachtung des Aspekts Gesundheit in Bezug auf das Wohnen. Bei der Beschreibung von Wohngebieten, die nach Meinung der Befragten einen gesunden Lebensstil am stärksten fördern, landeten in Deutschland nicht etwa Fitnessstudios ganz vorne, sondern eine ruhige Lage (77 %) und die Nähe zur Natur (73 %). Im Gesamtergebnis aller untersuchten Länder folgt an dritter und vierter Stelle mit 46 Prozent die Nähe zum Wasser und das Vorhandensein

von Laufstrecken (45 %). Beides scheint den Deutschen nicht ganz so wichtig zu sein, nur jeweils ein Drittel der Befragten (32 % bzw. 29 %) nannte diese Punkte als entscheidend für ein Wohnumfeld, das einen gesunden Lebensstil fördert. Orte zum Zusammensein mit Freunden und Familie (45 %), Geschäfte, in denen man gesunde Lebensmittel kaufen kann (42 %) und die Möglichkeit, seinem Hobby nachzugehen (41 %) sind ihnen deutlich wichtiger. Bei allen drei Punkten liegen die Deutschen in ihrer Einschätzung recht

deutlich über dem Durchschnittsergebnis aller Länder. Weitere Untersuchungen im Rahmen unserer Studie sprechen dafür, dass die Nähe zur Natur sowohl die körperliche als auch die geistige Gesundheit positiv beeinflusst.

Auch Familien mit Kindern halten eine naturnahe und ruhige Lage am wichtigsten für ein gesundes Leben.

Ruhe und Natur am wichtigsten
So sehen Deutsche ein gesundes Wohnumfeld



Frage: Welche der folgenden Dinge kennzeichnen Ihrer Meinung nach ein Wohnumfeld, das einen gesunden Lebensstil ermöglicht? Wählen Sie alle Alternativen aus, die Ihrer Meinung nach einen gesunden Lebensstil ermöglichen. N=8.582 (Gesamt), N=1.000 (Deutschland); Antworten in Prozent

Nicht zu trennen

Grüne Wohnumfelder sind gut für Körper und Seele



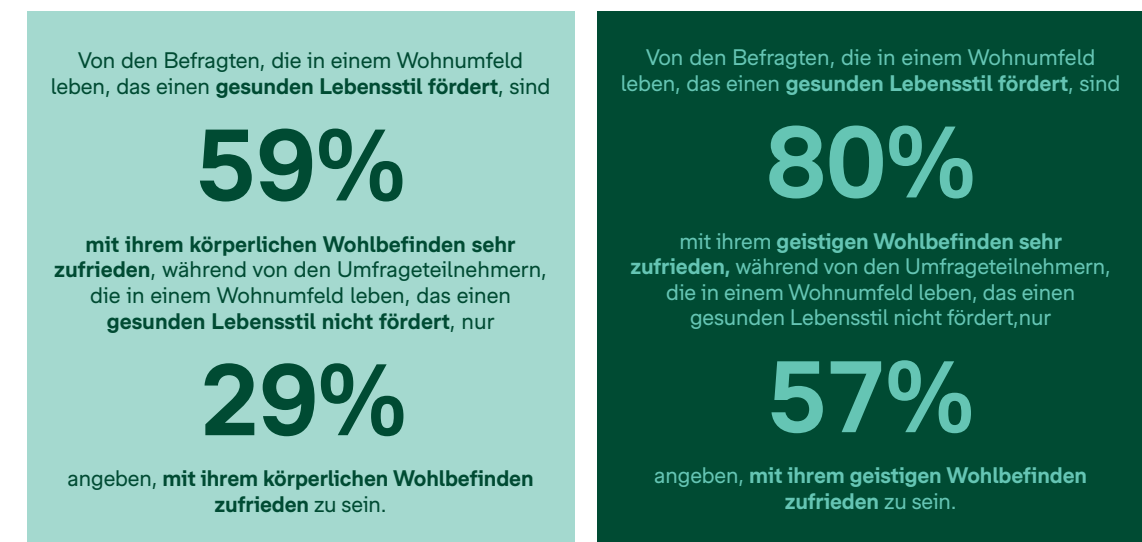
Gesundheit mit einplanen

Dass physische Umgebungen nicht nur die Gesundheit positiv wie negativ beeinflussen können, sondern auch unser Glücksgefühl, zeigen die Ergebnisse unserer Studie: Menschen, deren Wohnumfeld einen gesunden Lebensstil fördert, sind sowohl mit ihrem geistigen wie auch ihrem körperlichen Wohlbefinden zufriedener. Deutlich mehr als die Hälfte der Befragten (59 %), die in einem Wohnumfeld leben, das einen gesunden Lebensstil fördert, sind mit ihrem körperlichen Wohlbefinden

sehr zufrieden. Bei denen, deren Wohnumfeld einen entsprechend gesunden Lebensstil nicht fördert, sind es nur ein knappes Drittel (29 %). Ähnlich sieht es beim geistigen Wohlbefinden aus: 80 Prozent derer, deren Wohnumfeld einen gesunden Lebensstil fördert, sind hier sehr zufrieden. Bei denen, die in einem Umfeld wohnen, das einen gesunden Lebensstil nicht unterstützt, sind es 57 Prozent.

Zahlt sich doppelt aus

Ein gesunder Lebensstil steigert körperliches und geistiges Wohlbefinden



Ganzheitliche Gesundheit geht über emotionale Bedürfnisse hinaus

Tim McCarthy, Experte für gesunde Wohnumfelder, ist sich sicher, dass ein Zusammenhang zwischen körperlichem und geistigem Wohlbefinden besteht und darin der Grund für den großen Erfolg seiner „Neun Planungsgrundsätze für mehr Gesundheit und Glücksempfinden in Wohnumfeldern“ liegt.

Ein Wohnumfeld, das zu einem gesünderen Lebensstil ermutigt, fördert seiner Meinung nach das körperliche Wohlbefinden – und demzufolge wird sich auch die geistige Fitness erhöhen. Dafür sprechen auch die Ergebnisse unserer Studie.

Da Gesundheit zunehmend zum ganzheitlichen Thema und gleichbedeutend mit Glück und Wohlbefinden wird, ist sie nicht mehr ein rein emotionales Bedürfnis, sondern er-

streckt sich über alle Stockwerke des House of Happiness. Körperliches und geistiges Wohlbefinden sind nicht nur wichtig, damit sich Menschen gesund fühlen, sondern auch

für die Erfüllung gemeinschaftlicher Bedürfnisse und das Streben nach Sinnhaftigkeit.

Eng verbunden Körperliches und geistiges Wohlbefinden

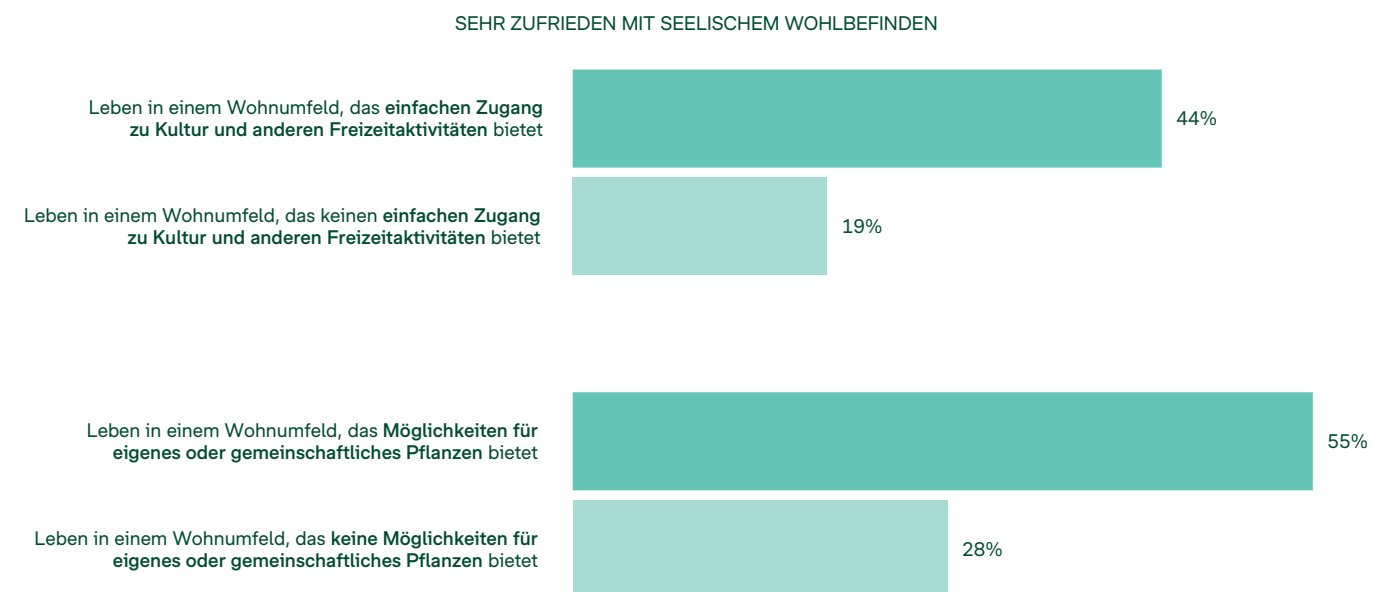


Kultur und Freizeit bringen Zufriedenheit

Freizeitaktivitäten sind ein weiterer Glücksfaktor, für den in gewisser Weise die Unterstützung durch das Wohnumfeld erforderlich ist. Wie wir in unserer Studie herausgefunden haben, steigert der Zugang zu Kultur und anderen Freizeitaktivitäten die Lebensqualität. Fehlen solche Erfahrungen, verringert sich das Glücksgefühl. Um das geistige Wohlbefinden in Wohnum-

feldern zu steigern, ist es daher vorteilhaft, wenn die Menschen Gelegenheit haben, regelmäßig zu beobachten, teilzunehmen oder selbst etwas zu schaffen. Das steigert die emotionale Zufriedenheit und ermöglicht es dem Einzelnen, in das nächste Stockwerk des House of Happiness zu gelangen.

Wertvoller Beitrag Wohnumfelder können seelisches Wohlbefinden steigern



N=700 (DE, sehr zufrieden mit seelischem Wohlbefinden)



Allein wohnen, gemeinsam leben: Unsere Haustür kann die Tür zum Glück sein

Es steckt tief in unseren steinzeitlichen Genen: Menschen brauchen andere Menschen, um zufrieden zu sein. Darin sind sich (nicht nur) Experten der Positiven Psychologie einig: Je erfüllter unsere Beziehungen sind, desto glücklicher fühlen wir uns.

Dem läuft eine aktuelle Entwicklung allerdings zuwider: Die Deutschen werden immer einsamer. Und nicht nur sie, auch in anderen europäischen Ländern breitet sich dieses Gefühl immer stärker aus. Betroffen sind gleichermaßen alte Menschen, jüngere und die, die in der Lebensmitte stehen. Genau deshalb sind Wohnumfelder wichtig, die soziale Kontakte mit den Nachbarn ermöglichen, denn sie bringen glücklichere Menschen hervor. Gleichzeitig verbreiten sich positive Emotionen gerade in Wohnumfeldern beson-

ders gut. Denn erfüllte zwischenmenschliche Beziehungen finden wir längst nicht nur bei den eigenen Eltern oder Kindern, Geschwistern, Freunden oder Liebespartnern, sondern auch ganz wörtlich nebenan: bei unseren Nachbarn. Das dritte Stockwerk unseres House of Happiness beschäftigt sich genau damit: Gemeinschaften in Wohnumfeldern aufzubauen, denen die Menschen sich zugehörig fühlen.

„Nachbarn können das Glücksgefühl mitunter sogar stärker beeinflussen als enge Freunde, die weit weg leben, einfach deshalb, weil man sie täglich sieht.“
Sabine Renck Expertin für Positive Psychologie

Es ist uns ein großes Anliegen, mit unseren Wohnprojekten auch die soziale Interaktion unter Nachbarn zu fördern. Darum müssen wir verstehen, wie sie möglich wird.

Gute Nachbarschaft steigert Lebensglück

Ein sozial geprägtes Wohnumfeld ist ein wichtiger Wohlfühlfaktor

Von den Befragten, die in Wohnumfeldern leben, in denen **Nachbarn und andere Menschen gute Beziehungen** pflegen, sind

63%

sehr zufrieden mit ihrem Leben im Allgemeinen.

Von den Befragten, die in Wohnumfeldern **ohne gute nachbarschaftliche Beziehungen** leben, sind lediglich

23%

mit ihrem Leben im Allgemeinen **sehr zufrieden**.

Tür an Tür: Glück wird größer, wenn man es teilt

Unser Schlüssel zum Glück kann unser Haustürschlüssel sein – wenn wir den zum Beispiel auch für Gemeinschaftsräume nutzen. Denn glückstechnisch sind unsere Nachbarn ein Schatz, den viele von uns einfach noch nicht gehoben haben. Unsere Studienergebnisse zeigen, dass Menschen mit guten nachbarschaftlichen Beziehungen auch zufriedener mit ihrem allgemeinen Leben sind. Deshalb haben wir die Menschen in unserer Studie gefragt, was einen idealen Nachbarn ausmacht.

Ganz oben steht bei den Deutschen der Wunsch nach hilfsbereiten Nachbarn. 69 Prozent wünschen sich das. Abgesehen von den Dänen (71 %) ist ihnen das sogar deutlich wichtiger als den Menschen in den anderen untersuchten Ländern. Schlusslicht sind hier die Menschen in St. Petersburg: Nicht einmal die Hälfte (47 %) hätte hier gerne hilfsbereite Nachbarn. „Verlässlich, verantwortungsvoll und ordentlich“ folgt bei den Deutschen mit 50 Prozent auf Platz zwei. Damit sind die Deutschen hier gemein-

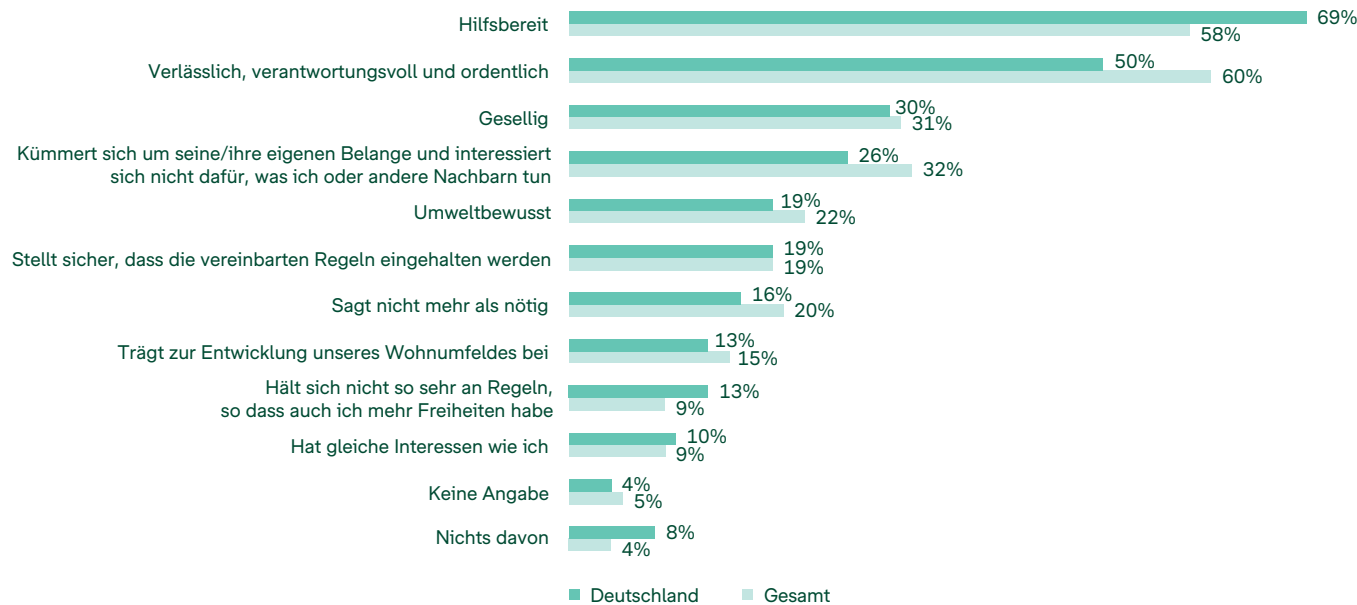
sam mit den Letten im Vergleich der acht untersuchten Länder auf dem letzten Platz. Ganz vorne liegen die Finnen: Über drei Viertel der Bevölkerung (76 %) wünschen sich hier ordentliche Nachbarn. Auf Platz drei folgt dann die Geselligkeit. Knapp ein Drittel (30 %) der Deutschen wünschen sich Nachbarn, die Spaß an gemeinsamen Aktivitäten haben. Bei Ergebnissen zwischen 22 Prozent (Estland) und 38 Prozent (Dänemark und Schweden) liegen die Deutschen hier im Mittelfeld.

Aber vielen sind Kontakte mit ihren Nachbarn offensichtlich auch suspekt, sie wollen am liebsten ihre Ruhe haben. Gesellige Nachbarn sind in Deutschland demnach ebenso beliebt wie Nachbarn, die sich „um ihre eigenen Belange kümmern“ und „sich nicht dafür interessieren“, was die anderen tun (26 %). Das ist in den anderen Ländern ähnlich: Besonders ausgeprägt ist dieser Wunsch bei den Finnen (59 %), die Dänen liegen hier mit nur 15 Prozent auf dem letzten Platz.

Am wenigsten mögen die Deutschen „laute“ Nachbarn (40 %), „Besserwisser“ (29 %) und „unordentliche oder schlampige“ Menschen (26 %). Nach den drei Verhaltensweisen gefragt, die man an Nachbarn am wenigsten schätzt, landen diese drei auch im Durchschnitt aller untersuchten Länder auf den ersten drei Plätzen – allerdings in anderer Reihenfolge. Nach den lauten Nachbarn (51 %), liegen die unordentlichen mit 42 Prozent insgesamt deutlich auf Platz zwei, gefolgt von den Besserwissern mit 28 Prozent.

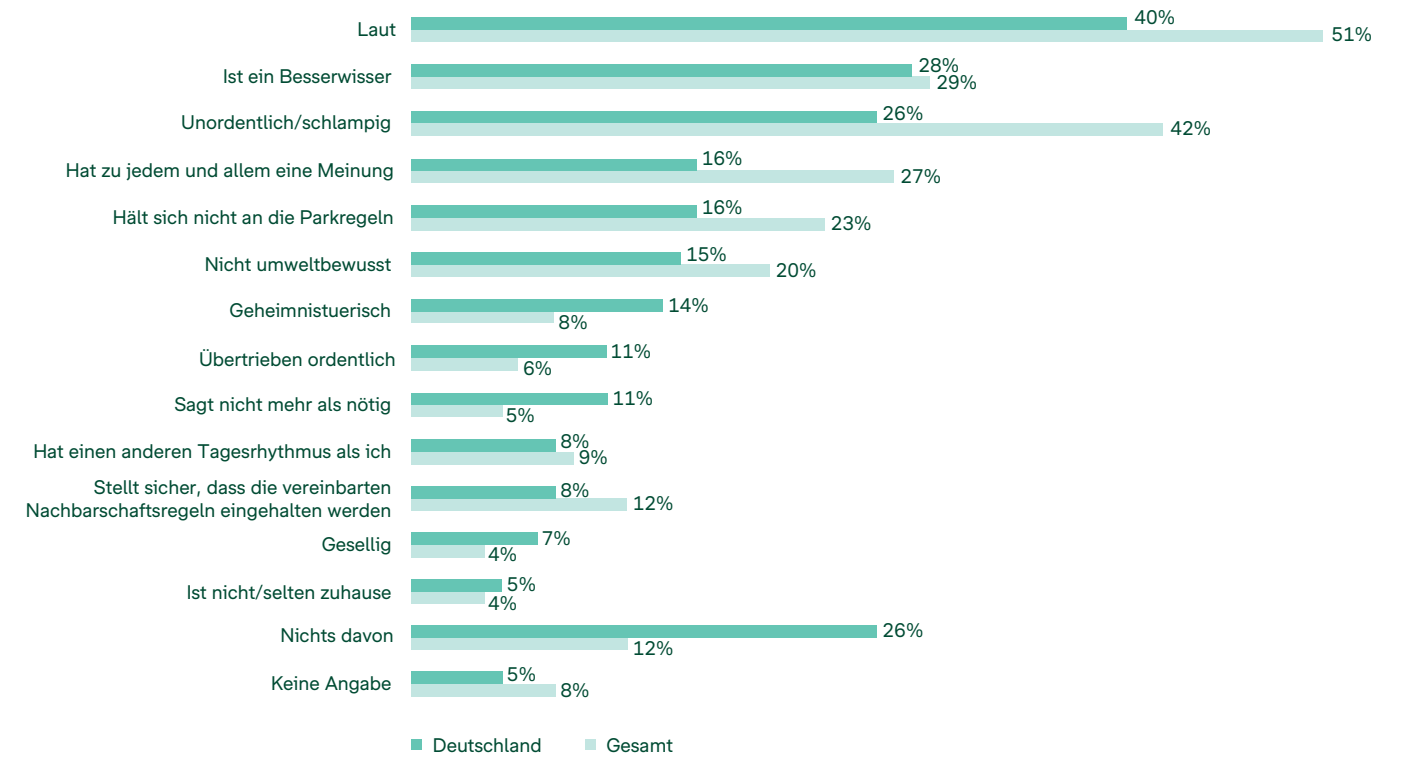
Interessant: Sowohl bei den lauten Nachbarn als auch bei den unordentlichen liegen die Deutschen auf dem letzten Platz im Vergleich der untersuchten Länder. Vielleicht ist der Leidensdruck bei uns einfach nicht so hoch. Besonders stark lehnen Menschen in St. Petersburg laute (66 %) und unordentliche Nachbarn (54 %) ab.

Nachbarschaftstugenden
Hilfsbereitschaft und Ordnung werden am meisten geschätzt



Frage: Welche der folgenden Aussagen beschreiben Verhaltensweisen, die Sie an einem Nachbarn schätzen? Wählen Sie die drei Verhaltensweisen aus, die für Sie bei einem Nachbarn am wichtigsten sind. N=8.582 (Gesamt), N=1.000 (Deutschland); Antworten in Prozent.

Der Anti-Nachbar
In Deutschland sind Besserwisser unbeliebter als Chaoten



Frage: Welche der folgenden Aussagen beschreiben Verhaltensweisen, die Sie nicht an einem Nachbarn schätzen? Wählen Sie die drei Verhaltensweisen aus, die Sie bei einem Nachbarn am wenigsten schätzen. N=8.582 (Gesamt), N=1.000 (Deutschland); Antworten in Prozent.



Sicherheit als Grundpfeiler der Gemeinschaft

Was können wir tun, um noch bessere Voraussetzungen für nachbarschaftliche Beziehungen zu schaffen? Scott Cloutier, Happy Neighbourhood Professor an der Arizona School of Sustainability, glaubt, dass vielen Menschen das Gefühl der Sicherheit fehlt:

„[...] Wenn man sich sicher fühlt und der Körper einem sagt, dass man sicher ist, dann hat man auch das Gefühl, sich öffnen und Kontakt zu anderen aufbauen zu können.“
Scott Cloutier, Happy Neighbourhood Professor

Doch Sicherheit ist nicht alles. Für ein soziales Miteinander bedarf es auch einiger Gemeinsamkeiten, die den Wertaustausch und Gespräche fördern. Dies könnte das Wohnumfeld selbst sein und die Tatsache, dass sich dessen Bewohner alle für denselben Ort als Lebensraum entschieden haben. Cloutier betrachtet dies als einen Katalysator für nachbarschaftliche Beziehungen:

„Die Zugehörigkeit zu einem Ort, für den man sich bewusst entschieden hat, ist für die Vernetzung enorm wichtig.“
Scott Cloutier, Happy Neighbourhood Professor

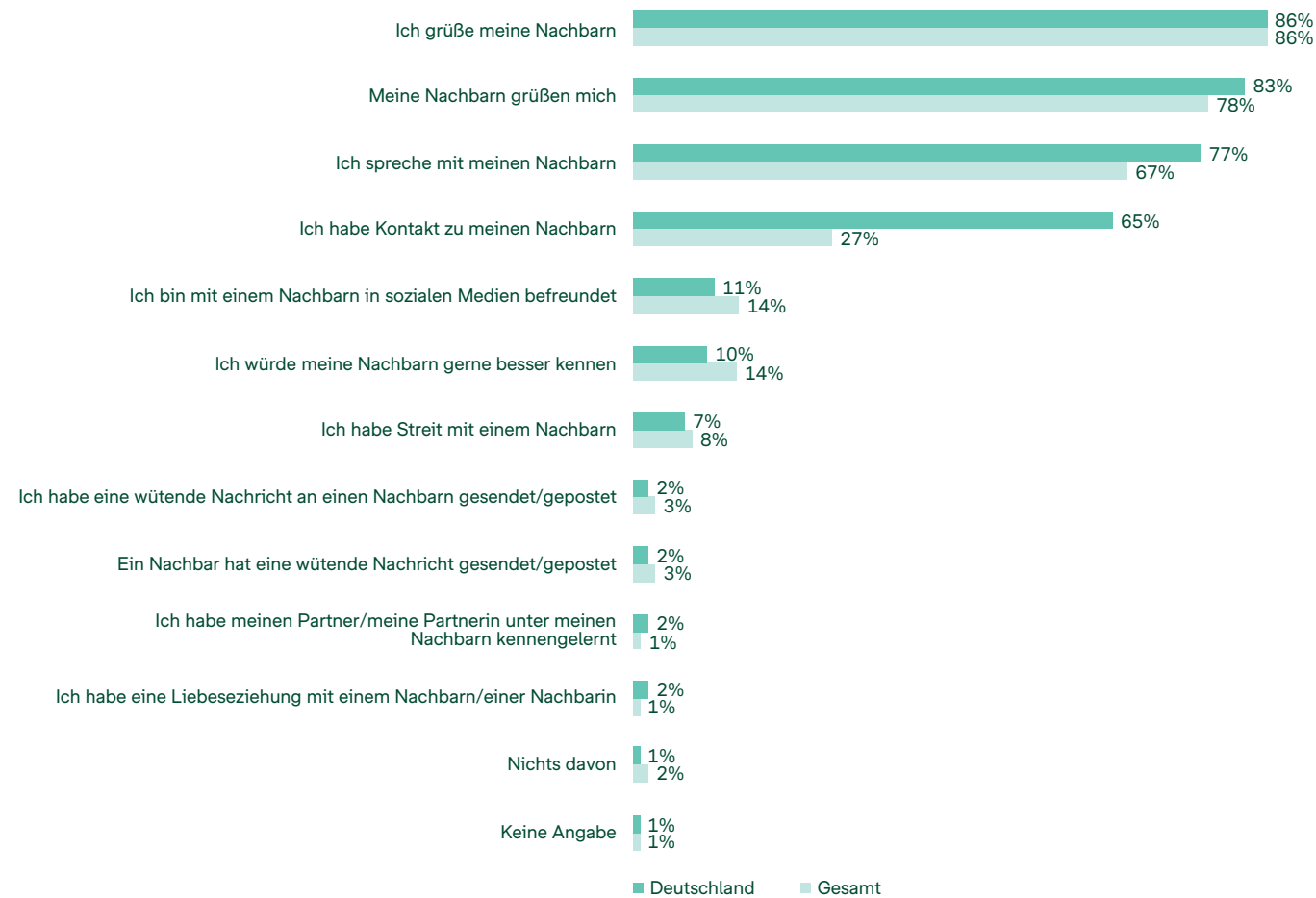


Nachbarschaftsmuffel – von wegen

Dass die Deutschen Nachbarschaftsmuffel sind, kann man nicht behaupten – zumindest im Vergleich mit den anderen nördlichen Ländern unserer Studie. Wir grüßen mehr, sprechen mehr und haben intensiveren Kontakt zu unseren Nachbarn. Gerade beim Kontakt liegen die Deutschen ganz weit vorne: 65 Prozent geben an, Kontakt mit ihren Nachbarn zu haben. Der Durchschnitt aller Länder liegt mit 27 Prozent mehr als die Hälfte unter dem deutschen Ergebnis. An zweiter Stelle nach Deutschland folgt hier Dänemark mit 34 Prozent. Am untersten

Ende liegen die Menschen in St. Petersburg. Hier gibt nur jeder Zehnte (10 %) an, Kontakt mit den Nachbarn zu haben. Allerdings haben die Menschen dort auch kaum den Wunsch, dies zu ändern. Der Aussage „Ich würde meine Nachbarn gerne besser kennen“ stimmen nur elf Prozent der befragten in St. Petersburg zu. Auch in den anderen Ländern ist dieser Wunsch nicht besonders ausgeprägt und bewegt sich zwischen zehn Prozent (Deutschland) und 17 Prozent (Dänemark und Estland).

**Deutsche sind keine Nachbarschaftsmuffel
Aber mehr Kontakt wünschen sich die wenigsten**



Frage: Welche der folgenden Aussagen beschreiben Ihre Beziehung zu Ihren Nachbarn? Wählen Sie alle Aussagen aus, die auf Sie zutreffen. N=8.582 (Gesamt), N=1.000 (Deutschland); Antworten in Prozent.

Gemeinsame Aktivitäten erzeugen Sinnhaftigkeit

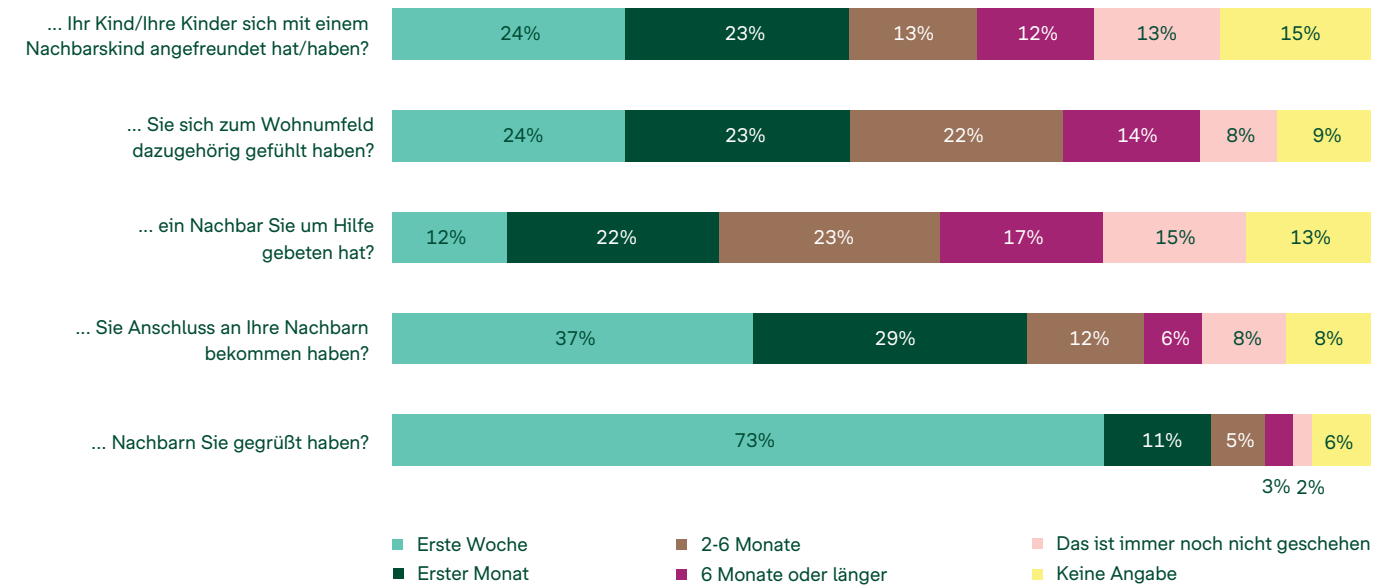
Neben einem gemeinsamen physischen Umfeld tragen auch gemeinsame Aktivitäten zu einer von sozialen Verbindungen geprägten Nachbarschaft bei und erhöhen das Zugehörigkeitsgefühl. McKinley erklärt dies anhand der Zugehörigkeit zu mehreren Domänen. Mit dem Begriff „Domäne“ bezeichnet er eine Gruppe von Aktivitäten, die Menschen

über ihre Interessen zusammenbringt – zum Beispiel Gartenarbeit, Geschichte oder Kochen. Für Menschen in sozialen Gemeinschaften ist es wichtig, dass sich das Zugehörigkeitsgefühl über mehrere Domänen erstreckt, damit weniger Instabilität entsteht, wenn eine Domäne sich verändert oder wegfällt.

Das Gefühl dazuzugehören ist eine Art Zauberstab, der innerhalb eines Wohnumfelds Gesundheit und Glücksempfinden wachsen lässt. Es kann außerdem innovative Lösungen hervorbringen, die dem Einzelnen, der Gemeinschaft und sogar der Gesellschaft insgesamt dienen.

Zuerst wird begrüßt

Wie lange hat es nach Ihrem letzten Umzug in ein neues Wohnumfeld gedauert, bis ...



Frage: Wie lange hat es nach Ihrem letzten Umzug in ein neues Wohnumfeld gedauert, bis ...? N =1.000 (Deutschland); Antworten in Prozent

**Zusammen ist man weniger allein:
Gemeinschaften Raum geben**

Wie lässt sich das Zugehörigkeitsgefühl der Bewohner zu ihrem Wohnumfeld steigern? Unser Zuhause ist ein persönlicher, intimer und sehr eigener Raum, in dem wir sein

können, wer wir sind. Aber es hebt das Glückslevel, wenn dieser Raum eine Art nachbarschaftliche Verlängerung findet. Damit Nachbarn zusammenkommen und

eine echte Gemeinschaft bilden, gibt es unterschiedliche Ansätze.

A: Der dritte Raum

Der „dritte Raum“ bezeichnet Gemeinschaftsbereiche außerhalb des Zuhauses, des Arbeitsplatzes und der Schule. Solche Orte sollen Menschen Gelegenheit für Aktivitäten, soziale Begegnungen und Kreativität geben. In Wohnumfeldern sind solche Aktivitäten wichtig für das Zugehörigkeitsgefühl. Die Bedeutung dritter Räume wird sowohl von den Teilnehmern unserer Studie als auch von Experten hervorgehoben.

In Deutschland wünschen sich 22 Prozent der Menschen Gemeinschaftsräume für soziale Aktivitäten in ihrem Wohnumfeld. 20 Prozent hätten gerne einen gemeinsamen Fitnessraum. Flächen, die man gemeinsam bepflanzen kann, wünschen sich 17 Prozent, eine Werkstatt, die allen Nachbarn offensteht, 16 Prozent. In den anderen untersuchten Ländern ist dieser Wunsch sogar noch deutlich ausgeprägter. Auf den ersten drei Plätzen stehen hier der Fitnessraum (37 %), Gemeinschaftsräume für soziale Aktivitäten (35 %) sowie die gemeinschaftliche Werkstatt (24 %).

Auf die Frage, welche Faktoren wichtig sind, damit man sein Wohnumfeld mag und sich

zuhause fühlt, geben 39 Prozent der Befragten „Orte und Gelegenheiten, die zu Begegnungen mit Nachbarn einladen“ an. Ein gutes Viertel (28 %) wünscht sich „Gemeinschaftsflächen, wo man gerne Zeit verbringt“. 43 Prozent hätten gerne „Möglichkeiten für eigene und gemeinsame Gartenarbeiten“. Tatsächlich sind die deutschen Wohnumfelder in diesen Bereichen laut Aussage der Befragten schon sehr gut entwickelt. Einzig bei den Gemeinschaftsflächen gibt es aus Sicht der Befragten etwas größeren Nachholbedarf. Hier liegen acht Prozentpunkte zwischen Wunsch und Wirklichkeit.

Für Scott Cloutier sind dritte Räume wichtig für die Vernetzung:

„Es ist absolut wichtig, dass es Orte gibt, an denen Menschen miteinander Kontakt aufnehmen, Gespräche führen, sich selbst mitteilen und Werte teilen können.“
Scott Cloutier, Happy Neighbourhood Professor

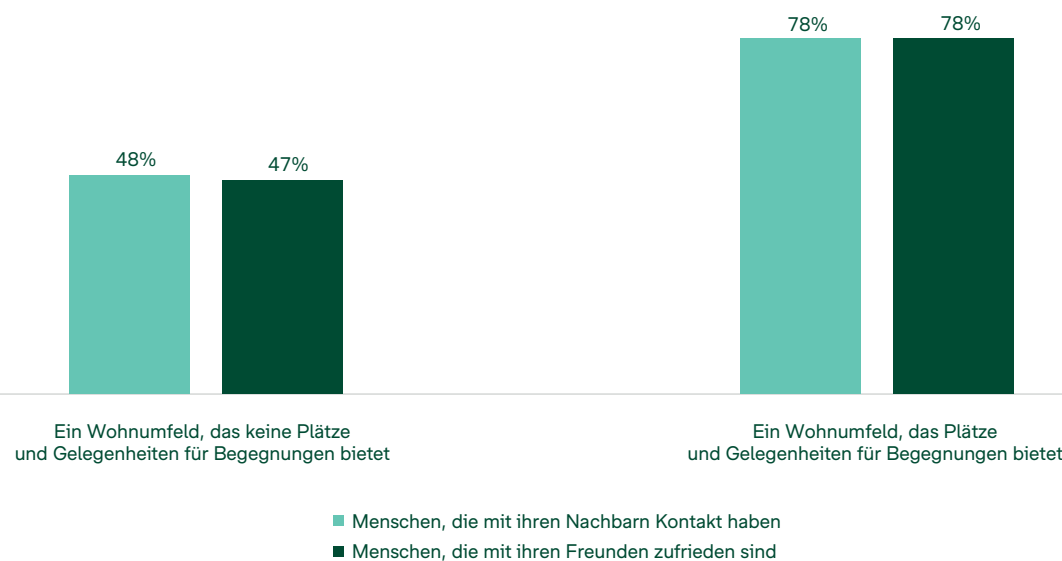
McKinley verweist auf einen weiteren Punkt, der berücksichtigt werden sollte:

„Die gemeinsam genutzten Orte müssen integrativ und zugänglich sein. Keine Gruppe sollte ausgeschlossen werden, stattdessen sollten alle willkommen sein.“
Kyle McKinley, Programm-Manager „Belonging Project“

Das heißt: In Wohnumfeldern werden auch Plätze und Orte benötigt, an denen die Menschen ohne Planung und festen Rahmen zusammenkommen können. Dritte Räume in Wohnumfeldern sollten deshalb nicht ausnahmslos zweckgebunden sein, sondern offen für persönliche Interpretation und Kreativität. Glücksexpertin Sabina Renck stimmt zu, dass dies eine wichtige Voraussetzung für den Aufbau sozialer Gemeinschaften ist:

„Spontane soziale Interaktionen gehören zu den tragenden Säulen einer Gemeinschaft. Daher ist es unverzichtbar, die Ausgangsbedingungen zu schaffen, die diese ermöglichen und dazu ermutigen.“
Sabine Renck, Expertin für Positive Psychologie

Gute Nachbarschaft braucht Platz
 Dritte Räume eröffnen nachbarschaftliche Beziehungen und sorgen für Zufriedenheit



N=1.000 (Deutschland); Angaben in Prozent.

B: Sharing Economy

Unter „Sharing Economy“ versteht man einen demokratisierten Marktplatz des gemeinsamen Konsums, zum Beispiel das Teilen von Waren und Dienstleistungen unter Nachbarn. Dadurch verstärkt sich die nachbarschaftliche Interaktion und soziale Wohnumfelder werden geprägt. Das Teilen ist auch wichtig für die Entwicklung einer nachhaltigeren Gesellschaft, da es den Konsum reduziert.

„Familien beherrschen das Teilen hervorragend, besonders, wenn es um Kindersachen geht: Kinder wachsen so schnell aus ihrem Spielzeug und ihren Kleidern heraus, dass es einfacher ist, diese weiterzugeben, als sie wegzuworfen oder im Keller zu verstauen. Es ist außerdem weniger zeitraubend als der Verkauf über eBay. Und die Weitergabe innerhalb des Wohnumfelds gibt einem das Gefühl, etwas Gutes für die Gemeinschaft zu tun. Manchmal stellen Leute Dinge auf eBay und gleichzeitig auf nebenan.de ein und merken dazu an: ‚Für meine Nachbarn wäre es kostenlos.‘“
Ina Remmers, Nachbarschaftsnetzwerk nebenan.de

„Teilen in Wohnumfeldern bedeutet auch, Dinge zu verschenken. Daraus können neue Kontakte entstehen, weil die Leute zum Dank oftmals einen Kuchen oder ein Glas selbstgemachte Marmelade vorbeibringen. Es ist schön zu sehen, wie sich dies immer wieder wiederholt und Nachbarn freundlich miteinander sind.“
Ina Remmers, Nachbarschaftsnetzwerk nebenan.de

C: Cyberhoods

„Cyberhood“ bezeichnet eine Online-Plattform für nachbarschaftliche Treffen. Dieser Trend im Bereich des sozialen Networking wird weltweit immer beliebter. Cyberhoods vereinfachen die komplizierten Aspekte von Nachbarschaft und sind voll und ganz auf die Vorteile ausgerichtet. Cyberhood-Expertin Ina Remmers über die Effekte, die sich nach ihrer Erfahrung für Wohnumfelder bislang ergeben haben:

„Online Communities erleichtern den ersten Schritt in die Offline-Gemeinschaft. Es gibt auch einen psychologischen Hintergrund, da in einer Cyberhood nur diejenigen positiv auf eine Anfrage reagieren, die bereit sind zu helfen. Wenn Sie an einer Wohnungstür klingeln, treffen Sie unter Umständen auch auf jemanden, der seine Bohrmaschine nicht verleihen möchte. Dadurch entsteht dann ein unangenehmer Moment. Heutzutage meiden Menschen soziale Situationen, in denen sie möglicherweise ein Nein als Antwort erhalten. Online sind die Hemmschwellen niedriger, in sozialen Kontakt mit den Nachbarn zu treten.“
Ina Remmers, Nachbarschaftsnetzwerk nebenan.de

„Der große Vorteil von Online-Nachbarschaftsplattformen besteht darin, dass sie Brücken von online zu offline bauen. Im Gegensatz zu anderen sozialen Netzwerken, die die gesamte Aufmerksamkeit der Online Community beanspruchen und keine Zeit für soziale Offline-Kontakte lassen, fördern Cyberhoods die persönliche Interaktion. Nachbarn können über das Online-Netzwerk in Kontakt treten, aber alles andere danach muss offline stattfinden, sei es nur, um etwas auszuleihen.“
Ina Remmers, Nachbarschaftsnetzwerk nebenan.de

Leider im Trend: Einsamkeit

Ein lange vernachlässigtes Thema bahnt sich seinen Weg in Politik und Gesellschaft: die Einsamkeit. Zeitgleich und weltweit rufen Politiker dazu auf, gezielt gegen die zunehmende Vereinsamung der Menschen vorzugehen.

Großbritannien hat seit 2018 sogar die erste Ministerin für Einsamkeit einberufen. In Australien und Japan gibt es ähnliche Forderungen. Und auch hierzulande wollen Gesundheitsexperten verschiedener Parteien eine Strategie und einen offiziellen Posten gegen die Vereinsamung schaffen.

Sie berufen sich dabei auf Ergebnisse einer Befragung des Deutschen Zentrums für Altersfragen. Demnach stieg die Zahl der 45- bis 84-Jährigen, die sich einsam fühlen von 2011 bis 2017 um rund 15 Prozent an. Aktuelle Zahlen der Splendid Research GmbH zeigen, dass auch jüngere Generatio-

nen stark vom Einsamkeitsgefühl betroffen sind: Fast ein Viertel der 18- bis 29-Jährigen und der 30- bis 39-Jährigen Deutschen gaben 2019 an, sich ständig oder häufig einsam zu fühlen.

Seele und Körper leiden

Trotz dieser großen Betroffenheit findet das Thema erst langsam Aufmerksamkeit in der Gesellschaft. Wer einsam ist, fühlt sich oft als Versager. Neben diesen psychischen Folgen wirkt sich langanhaltende Einsamkeit aber auch körperlich aus, wie eine Metastudie von 30.000 Probanden ergab: Einsamkeit ist für die Gesundheit demnach ebenso schädlich wie Rauchen, Übergewicht oder Bewegungsmangel. Denn Menschen, die dauerhaft einsam sind, leiden häufig unter Kopfschmerzen,

Kreislaufstörungen und Entzündungen. Zudem sind sie anfälliger für Infektionskrankheiten, Ess- und Schlafstörungen und Alkoholsucht.

Die Gründe für die Vereinsamung vermuten Politiker und Experten in der Individualisierung und Digitalisierung unserer Gesellschaft. Die Teilnehmer der Splendid Research-Studie geben bei der Frage nach den Gründen ihrer Einsamkeit ihre aktuellen Lebensum-

stände, wie zu viel Arbeit, einen Umzug oder eine Trennung als Hauptgrund an. Dabei soll uns das Einsamkeitsgefühl eigentlich als Warnsignal dienen. So wie das Hungergefühl den Körper daran erinnert zu essen, um zu überleben, signalisiert die Einsamkeit, den sozialen Kontakt zur Gruppe zu halten. Denn dieser war besonders in den Anfängen der Menschheitsgeschichte überlebenswichtig.

Nachbarschaft gegen Einsamkeit

Nach Aussage von Scott Cloutier, Professor für Nachbarschaftsforschung an der Arizona School of Sustainability, haben Nachbarn in der Regel einen positiven Effekt auf uns, schon allein deshalb, weil unsere Gehirne biologisch darauf programmiert sind zu glauben, dass unser Umfeld für uns überlebenswichtig ist. Vor dem Beginn der Neuzeit bildeten Nachbarn in ländlichen Gesellschaften ein soziales Auffangnetz. Man sah gegenseitig nach dem Vieh und gab bei schlechten Ernten Nahrungsmittel ab. Diese grundlegenden sozialen Konstrukte waren notwendig für das Funktionieren der Gesellschaft.

Tatsächlich führt die Isolation vom Umfeld dazu, dass Menschen einsamer und unglücklicher werden. Auch Tim McCarthy von Hart Howerton hält es nicht für gut, dass ältere Menschen häufig abgeschieden für sich leben, da dadurch das Risiko von Alkoholismus und Fettleibigkeit steige. Unter den jüngeren Nachbarn sieht Cloutier das Smartphone als einen der Gründe für den Rückgang der Interaktionen im Alltag:

„Das Problem liegt zum Teil darin begründet, dass wir so viel Zeit mit unseren eigenen Gedanken verbringen. So viel Zeit, in der wir uns lediglich gedanklich damit befassen, was als nächstes kommt, und dann gibt es Telefone

und andere Technik, die uns darin gefangen halten können. Wir denken nicht wirklich darüber nach, wie wir Verbindung zu anderen aufbauen können und warum wir das tun sollten.“

Scott Cloutier, Happy Neighbourhood Professor

Auch wenn es nicht den einen Faktor gibt, der alleinverantwortlich dafür ist, dass Menschen vereinsamen, ist es wichtig zu erkennen, wie vielschichtig dieses Problem tatsächlich ist. Nur über mehr Wissen können wir mit Zuversicht die Voraussetzungen für Verbesserung schaffen.



Immer mehr Single-Haushalte

Dem Statistischen Bundesamt zufolge, gab es 2016 in Deutschland 41 Prozent Einpersonenhaushalte. Im europäischen Vergleich ist das Platz fünf der Länder mit den meisten Alleinlebenden. Angeführt wird die Liste mit 52 Prozent Einpersonenhaushalten von Schweden, gefolgt von Litauen (43 %), Finnland und Dänemark (jeweils 42 %).

Das stabile Sozialhilfesystem und die erschwinglichen Preise für Singleapartments haben den Trend zum Alleinleben in Schweden wohl noch gesteigert. Allgemein nimmt dieser seit 30 Jahren in ganz Europa zu, weil junge Erwachsene früher ausziehen, später heiraten und Ehen häufiger geschieden werden.

Das Glück wohnt nebenan

Auch die Ergebnisse unserer Studie Happy Quest zeigen, dass Nachbarn ganz wesentlich dazu beitragen können, Einsamkeit vorzubeugen. Nachbarschaftliches Miteinander sowie Orte, an denen sich Nachbarn begegnen können, steigern das Glücksempfinden.

entgegenzuwirken. Und zwar indem man mithilfe der beiden oberen Etagen des House of Happiness – die sozialen Elemente und die Sinnhaftigkeit im Wohnumfeld – das Zusammengehörigkeitsgefühl und das Glücksempfinden der Menschen steigert.

Wohnumfelder bieten somit die perfekte Chance, der wachsenden sozialen Isolation

Vielleicht liegt die Lösung des Einsamkeitsproblems wortwörtlich nur um die Ecke.



Nachbarschaftsnetzwerke

In Deutschland gibt es ein großes Angebot nachbarschaftsbezogener Digitalplattformen, wie ehrenamtlich geführte Stadtteilblogs, lokale Gruppen in sozialen Medien oder professionelle, bundesweite Plattformen wie zum Beispiel nebenan.de. Alle verfolgen das Ziel, das Kennenlernen und den Austausch unter Nachbarn zu vereinfachen und so auch der Einsamkeit und Anonymität entgegenzuwirken. Besonders Alleinstehende, Zugezogene, Personen mit kleinen Kindern, aber auch Menschen, die wenig mobil sind, nutzen diese Angebote – vor allem in Großstädten.

Was zum Erfolg der Nachbarschaftsnetzwerke beiträgt? Zum einen senken die digitalen Medien die erste Hemmschwelle, um mit Nachbarn in Kontakt zu treten. Zum

anderen ist es durch die Plattformen einfacher, Gleichgesinnte in der Nachbarschaft zu identifizieren. So finden sich zum Beispiel Hundebesitzer zum Gassi gehen oder Pflanzenliebhaber für einen Gemeinschaftsgarten zusammen. Aber auch kurze Tauschgeschäfte oder Nachbarschaftshilfen kommen über die Plattformen zustande und reduzieren so das Gefühl der Einsamkeit.

„Wir kennen ganz viele Beispiele, bei denen aus Nachbarn echte Freunde geworden sind. Über die Plattform verabreden sie sich zuerst unverbindlich zum Feierabendbier, Tischtennis oder Kino und merken dann: Wow, da wohnen ja richtig nette Menschen in meiner Nähe!“

Ina Remmers, Nachbarschaftsnetzwerk nebenan.de

Wohnen heißt dazugehören: Die kleine eigene Wohnwelt zusammenhalten und besser machen

Wenn ein Wohnumfeld die Voraussetzungen der ersten drei Stockwerke erfüllt, ist es zum Greifen nah: das oberste Stockwerk. Im vierten Stockwerk des House of Happiness dreht sich alles um die Sinnhaftigkeit, die das Gemeinschaftsgefühl verstärkt.

Oft wird diese Sinnhaftigkeit von einigen wenigen Menschen initiiert, die das Wohnumfeld selbst und alle, die dazugehören, positiv beeinflussen.

Diese Menschen sind aus funktionaler, emotionaler und sozialer Sicht zufrieden mit ihrem Alltag und steigern infolgedessen ihr eigenes Glücksempfinden, indem sie andere glücklich und zufrieden machen. In Wohnumfeldern bedeutet dies, dass eine Handvoll Menschen die Rolle von Moderatoren übernehmen. Sie sorgen dafür, dass sich das Glücksempfinden ausbreitet, indem sie Aktivitäten planen, die die Gemeinschaft verbessern. Dadurch fühlen sich alle Mitglieder der

Gemeinschaft stolz, was wiederum ihr Zugehörigkeitsgefühl zum Wohnumfeld stärkt – und das Glücksempfinden bei allen. Scott Cloutier, Professor für Nachbarschaftsforschung, spricht bei diesen Nachbarschaftsmoderatoren von „sozialen Verbindungselementen“ und „Regeneratoren“. Damit schreibt er diesen Menschen eine wichtige Rolle zu, da sie Nachbarn entweder über die Planung sozialer Veranstaltungen miteinander in Kontakt bringen oder ihr Fachwissen und ihre beruflichen Fähigkeiten in den Dienst der Nachbarschaft stellen. Scott Cloutier bestätigt, dass diese Menschen die treibenden Kräfte, quasi Keimzellen nachbarschaftlicher Sinnhaftigkeit sind:

„Jeder kennt die Menschen innerhalb eines Wohnumfelds, die für Zusammenhalt sorgen und sich für die Nachbarschaft interessieren. Sie kennen jeden, organisieren Abendessen für die Gemeinschaft, sind Heiler, Yoga-Lehrer oder Gärtner. [...] Wie also können wir [sie] unterstützen? Wie können wir [ihnen] Ressourcen beschaffen und [ihnen] das Gefühl geben, dass [ihre] Bemühungen wertgeschätzt werden? [Sie] förder[n] schließlich den Zusammenhalt unserer Gemeinschaft.“
Scott Cloutier, Happy Neighbourhood Professor

Selbst aktiv gestalten

Menschen neigen dazu, das Verhalten anderer aus ihrer Umgebung nachzuahmen. Deshalb sind Nachbarschaftsmoderatoren so wichtig für ein Wohnumfeld zum Wohlfühlen. Diese Moderatoren leiten andere Nachbarn dazu an, sich sozial zu betätigen, sich um das gemeinschaftliche Umfeld zu kümmern und weiter Sinnhaftigkeit für das Wohnumfeld als Ganzes zu schaffen.

34 Prozent der Befragten in Deutschland sagen, dass die Möglichkeit, die Entwicklung des Wohnumfelds selbst beeinflussen zu können, ein wichtiger Faktor für ihr Wohlfühl in ihrem Zuhause ist. Allerdings ist dies nur bei 23 Prozent der Befragten tatsächlich möglich. Hier besteht also ein wichtiger Ansatzpunkt, den Menschen mehr Möglichkei-

ten zu bieten, die dazu bereit sind, die Gemeinschaft weiterzuentwickeln.

Familien mit Kindern ist es noch wichtiger das eigene Wohnumfeld mit zu entwickeln (38 %) als dem Durchschnitt der deutschen Befragten (34 %).

Hier zählt jeder Einzelne

Die Globalisierung und die sozialen Netzwerke können leicht den Eindruck vermitteln, dass unsere Welt schnelllebig ist und wir kaum eine Chance haben, etwas zu bewirken. In unseren Wohnumfeldern ist jedoch die lokale Perspektive entscheidend. Sie sind eigene Ökosysteme, in denen jeder Nachbar einen wichtigen Beitrag leistet und in der in der Lage ist, zur Verbesserung des gesamten Umfelds beizutragen. Daher ist es wichtig, dass das Wohnumfeld seinen Bewohnern

Material und Räume für Hobbys und Aktivitäten bietet. Letztlich aber sind es die Menschen selbst, die Initiativen und Energie in die Nachbarschaft einbringen, während die äußeren Bedingungen die Hilfsmittel dafür sind. Glücksexpertin Sabina Renck beschreibt, wie es sich anfühlt, lokal etwas zu bewirken:

„Ein nachhaltiges Leben, das geprägt ist von Gewohnheiten wie Recycling, erweckt ein Gefühl der Sinnhaftigkeit. Eine Lebensweise, die sich positiv auf das gemeinsame Wohnumfeld, das Land und die Welt als Ganzes auswirkt, verstärkt den Gewinn, Teil einer nachhaltigen Gemeinschaft zu sein. Sie ist nicht nur für den Einzelnen, sondern auch für das Wohnumfeld gut.“
Sabina Renck, Expertin für Positive Psychologie

Das machen wir daraus

Die Happy Quest-Studie und der daraus abgeleitete Happy Index sind für uns wertvolle Quellen, die uns zeigen, was Menschen in ihrem Zuhause glücklich macht.

Da wir in unserer Studie eine repräsentative Auswahl aller Menschen ab 18 Jahren befragen, die ein Haus oder eine Wohnung besitzen oder mieten, erhalten wir umfassende Einblicke in die Wohnwünsche der Bevölkerung.

Regelmäßig befragen wir darüber hinaus auch unsere Kunden. Wir möchten von ihnen zum Beispiel erfahren, wie es sich anfühlt, in ihrem neuen Zuhause von Bonava zu wohnen. Die Rückmeldungen analysieren wir sehr sorgfältig, interpretieren und verall-

gemeinern sie und bündeln sie dann zu übergeordneten Schwerpunktthemen. Auf dieser Basis entwickeln wir Ideen und Maßnahmen, die dazu beitragen, unsere Wohnprojekte optimal an die Wünsche der Bewohner anzupassen.



Beispiel: Baustelle mit Einblick

Das Bauvorhaben in Bonn-Ledenhof gliedert sich in zwei Abschnitte, damit die Menschen mit Beeinträchtigungen nicht ihre gewohnte Umgebung verlassen müssen und schnell einziehen können. Dennoch werden die Bauarbeiten einige Jahre dauern und der Bauzaun die Nachbarn entsprechend lange eingrenzen. Deshalb entstand die Idee, kleine Fenster in den Holzzaun einzusetzen. So können die Bewohner mitverfolgen, wie ihr zukünftiges Zuhause entsteht.



Beispiel: Alternativen bieten

In Berlin-Karlshorst wurde unser Bauzaun zur Gestaltungsfläche für eine Kreativitätsgrundschule. Durch erforderliche Abrissarbeiten hatte die Schule Flächen verloren, die zuvor von den Kindern genutzt wurden. Mit der farbenfrohen Gestaltung des Bauzauns konnten wir einen Ausgleich für die Schule und einen echten Hingucker schaffen.

Für all das Wissen aus der Happy Quest-Studie, dem Happy Index, unseren Kundenumfragen und aus bereits realisierten Projekten, haben wir außerdem eine Methodik entwickelt, die unsere Projektteams bei der Entwicklung neuer Wohnprojekte aktiv unterstützt. Alle relevanten Aspekte fließen in unser sogenanntes Happy Neighbourhood Tool ein. Es hilft uns dabei, Wohnumfelder zu schaffen, in denen sich die Menschen wohl, geborgen und wirklich zu Hause fühlen.

Das Modell des House of Happiness erlaubt es uns, bei der Entwicklung unserer Wohnumfelder intelligenter vorzugehen. Es erweitert unsere Aufgabe über die des Projektentwicklers hinaus zu etwas Größerem: Wir legen den Grundstein für gesundes und nachhaltiges Wohnen. Wir schaffen die

Voraussetzungen für Beziehungen, Gemeinschaften und ein Gefühl der Zugehörigkeit. Wir werden zum Impulsgeber für sinnvolle und nachhaltige Projekte. Kurz: Wir schaffen die Grundlage für Wohnumfelder, in denen Menschen aufleben, Freundschaften schließen, sich wohl und zuhause fühlen.

Indem wir unser House of Happiness mit den Ergebnissen des Happy Index zusammenführen, erkennen wir, welche Bedürfnisse für das Wohnglück besonders entscheidend sind und wie wir dafür sorgen können, dass Wohnumfelder die besten Voraussetzungen für echtes Wohlbefinden bieten. Konkret zeigt uns das House of Happiness, dass Wohnumfelder von unten nach oben entstehen müssen. Mit einer guten und an die Bedürfnisse der Menschen angepassten Planung, können die Wohnumfelder dazu

beitragen, dass die Kriterien für jedes einzelne Stockwerk erfüllt werden.

Den häufigen Wunsch nach einer günstigen Lage des Wohnumfeldes zu Einkaufsmöglichkeiten, medizinischer Versorgung, Kinderbetreuungseinrichtungen und sozialen Angeboten haben wir bei der Grundstückssuche stets im Hinterkopf. Denn eines ist klar: Nur wo sich Menschen wohlfühlen – und dazu gehört, wie das House of Happiness zeigt, eben zuallererst eine leichte Organisation des Alltags über kurze Wege und gute Anbindungen –, werden vier Wände zu einem echten Zuhause.

Unsere Projektleiter haben bei der Auswahl passender Grundstücke aber nicht nur diese grundlegenden, funktionalen Aspekte im Kopf, sondern genauso jene, die in den

höheren Stockwerken des House of Happiness angesiedelt sind – etwa die Nähe zur Natur, Sportmöglichkeiten oder gut zu erreichende Kultureinrichtungen. Ihre Vision von einer glücklichen Nachbarschaft formulieren sie dann als interne Projektidee. Der tatsächliche Startschuss fällt nur für die Projekte, deren geplante Wohnumfelder die Chance bieten, das Leben der zukünftigen Bewohner zu bereichern.

Lange bevor wir auf einem Grundstück ein neues Wohnumfeld schaffen, machen wir uns viele Gedanken über die Bedürfnisse der späteren Bewohner. Wir planen, entwickeln und gestalten, damit das neue Zuhause zu unterschiedlichen Lebensabschnitten passt und jeder seinen Lieblingsplatz findet.

Unser Ziel ist es, dass die Menschen sich in ihrem neuen Zuhause wohlfühlen. Dies zu erreichen, verstehen wir aber nicht als Feinschliff am Ende unserer Arbeit. Vielmehr bilden alle Überlegungen den Ausgangspunkt und das Fundament unserer Planung. Darum sehen wir auch die Ergebnisse der Happy Quest-Studie als wertvollen Input für unsere kommenden Projekte.

Für Deutschland heißt das konkret, dass wir noch stärker zur Verbesserung der guten Atmosphäre und der nachbarschaftlichen Beziehungen in deutschen Wohnumfeldern beitragen möchten. Denn laut unserer Befragung gibt es genau hier am meisten Verbesserungspotenzial. Die Menschen wünschen sich ein gutes Verhältnis zu ihren Nachbarn und damit eine allgemein angenehme Atmosphäre in ihrem Wohnumfeld.

Außerdem ist es uns sehr wichtig, in unseren Wohnumfeldern Möglichkeiten für Begegnungen zu schaffen. Denn daraus kann nicht nur eine gute Atmosphäre, sondern ein echtes Gemeinschaftsgefühl entstehen. Dabei geht es um Orte, die multifunktional und für mehrere Generationen nutzbar sind. Also nicht nur um Spielplätze für Kinder, sondern zum Beispiel auch um Sitz- und Bewegungsmöglichkeiten für die Eltern. Oder darum, Gelegenheiten für Sport zu schaffen. Solche gemeinschaftlich nutzbaren Flächen lassen das eigene Zuhause größer erscheinen und schaffen die Voraussetzungen für nachbarschaftliche Begegnungen. Auch die Wege zwischen den Gebäuden können so gestaltet werden, dass sie dazu einladen, ein Straßenfest oder einen Flohmarkt zu veranstalten.

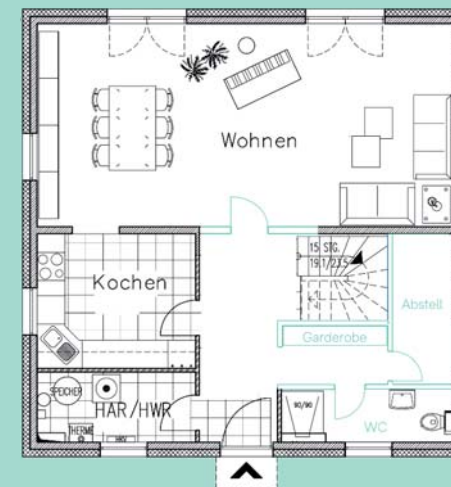
Beispiel: Attraktiv gestaltete Wohnwege

Durch geschickte Raumgliederung kann eine ruhige Privatstraße unterschiedlich genutzt werden. Beispielsweise verwandelt sie sich mithilfe von Lampions, Wimpeln, Gartenstühlen und Straßenkreide schnell zu einem gemeinsam genutzten Freiraum für Groß und Klein.



Beispiel: Abstellräume anbieten

Durchdachte Grundrisslösungen schaffen den Stauraum, den die Menschen sich in ihrem Zuhause wünschen. Durch eine veränderte Treppenfürung konnten wir zum Beispiel den nicht nutzbaren Raum im Flur reduzieren. So entstand nicht nur mehr Platz für den Hauswirtschaftsraum im Erdgeschoss, sondern gleichzeitig auch noch für das Bad im Obergeschoss.



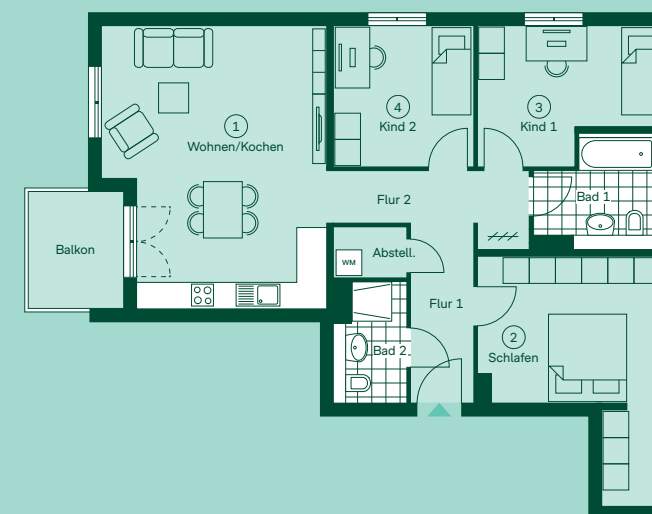
Beispiel: Flagge zeigen für Freundschaft

In Bonn-Ledenhof setzen wir ein inklusives Wohnprojekt um. Dort entsteht ein Wohnungsmix aus Einfamilienhäusern, förderfähigen Mietwohnungen und Mehrgenerationenhäusern für Menschen mit und ohne Beeinträchtigungen. Während der Bauphase unterstützte Bonava ein Kunstprojekt, bei dem gemeinsam mit den Quartiersbewohnern Flaggen gestaltet wurden. Die großen und kleinen Fahnen bereicherten als bunte Farbleckse das Baufeld.



Beispiel: Clevere Ideen für mehr Stauraum

Im Berliner Projekt Steglitzer Parkquartier sind die Nischen in den Treppenhäusern der Mehrfamilienhäuser einzelnen Wohnungen zugeordnet, sodass den Bewohnern zusätzlicher Abstellraum zur Verfügung steht.



Beispiel: Mehr Komfort für Radler und Co.

Bei den Studentenwohnungen in Heidelberg und Mannheim wurden überdachte und großzügige Abstellflächen für Fahrräder geschaffen. Sie sind vom Hauseingang gut zu erreichen und haben zum Teil begrünte Dächer.



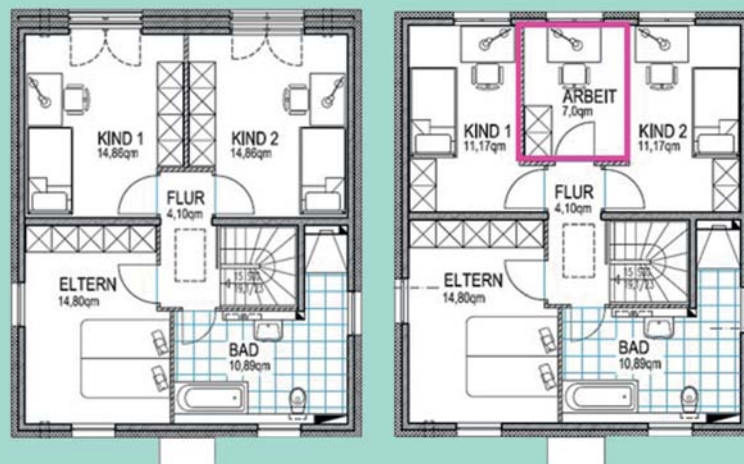
Beispiel: Gesunder Lebensstil direkt vor der Tür

Laufwege, die das Wohngebiet mit Wegen und Naherholungsgebieten in der Umgebung verbinden, ermuntern die Bewohner aktiv zu sein, etwa die Lafschuhe anzuziehen oder spazieren zu gehen.



Beispiel: Downsizing

Tendenziell verringert sich der verfügbare Wohnraum und muss daher noch effizienter genutzt werden. Arbeiten im Homeoffice und Familienzuwachs durch Patchwork-Beziehungen lassen zudem den Wunsch nach zusätzlichen Zimmern entstehen. Der Grundriss unseres Standard-Einfamilienhauses haben wir daher so angepasst, dass wahlweise eine Variante mit einem zusätzlichen Zimmer entsteht.



Beispiel: Einfach aktiv sein

Angepasst an Alter und Lebenssituation der Bewohner gestalten wir den Außenraum unserer Wohnprojekte mit vielfältigen Nutzungsmöglichkeiten wie Spiel- oder Fitnessbereichen, die bequem zu erreichen sind.

Bei unseren Wohnprojekten stehen wir immer auch im Dialog mit den zukünftigen Nachbarn. Gemeinsam mit der Bevölkerung vor Ort und den neuen Bewohnern schaffen wir die Basis für eine integrierte, vielfältige und nachhaltige Nachbarschaft, in der sich alle zuhause fühlen können. Mit unterschiedlichen Aktionen wollen wir uns zeigen, den Menschen vor Ort begegnen sowie Raum für Fragen und Gespräche schaffen.

Im Alltag muss alles möglichst reibungslos funktionieren, auch unser Zuhause. Denn nur auf diesem Fundament kann sich eine umfassende Zufriedenheit mit dem Wohnumfeld entwickeln. Bonava bietet daher Wohnräume mit funktionalen Grundrissen an. Unsere Planer berücksichtigen etwa den Wunsch nach mehr Stauraum in der eigenen Wohnung oder, im Hinblick auf volle Einkaufstaschen, nach kurzen Wegen von der Haustür bis zur

Küche. Durchdacht angebrachte Fenster schaffen helle Räume und gewähren trotzdem ausreichende Stellflächen für Schränke und Regale. Clevere Raumnutzung schafft auch zusätzlichen Platz außerhalb der eigenen vier Wände, zum Beispiel für zusätzliche Abstellflächen oder Stellplätze für Fahrräder.

Je nach Lebens- und familiärer Situation variieren die Ansprüche: Singles haben andere

Bedürfnisse als Rentner, Patchwork-Familien brauchen meistens noch ein Zimmer plus. Deshalb bieten wir variable Grundrisse an, die auch auf die Glaubensfrage „offene oder geschlossene Küche“ flexibel reagieren können.

Unsere Studie hat uns klar gezeigt: Damit ein Wohnumfeld im House of Happiness bis in die höheren Ebenen reicht, die über der

Befriedigung der funktionalen Bedürfnisse liegen, müssen wir den Bewohnern die Möglichkeit bieten, ihren Interessen und Hobbys nachzugehen. Ob Sporttraining, Gartenarbeiten oder Kunst und Kultur – nicht funktionale Tätigkeiten heben das Glücksgefühl. Da jedes Wohnumfeld einzigartig ist, müssen auch die Aktivitäten und Lösungen zur Erfüllung emotionaler und sozialer Bedürfnisse unterschiedlich sein. Darum planen wir jedes

unserer Projekte individuell. Natürlich wissen wir, dass möglichst vielfältige Angebote für Hobbys und Aktivitäten die Wahrscheinlichkeit erhöhen, dass die Bedürfnisse vieler Menschen erfüllt werden. Trotzdem suchen wir immer auch nach maßgeschneiderten Lösungen, um den Bewohnern ein Umfeld zu schaffen, in dem sie nicht nur wohnen, sondern richtig gut und glücklich leben können.

Gemeinschaftliche Räume, maßgeschneidert für die zukünftigen Bewohner unserer Projekte, sind ein weiterer wichtiger Baustein bei unseren Planungen und bedienen das zweite Stockwerk des House of Happiness.

Die Menschen erhalten damit die Gelegenheit, nicht nur mit ihren Familien und Freunden, sondern auch mit den Nachbarn Werte und Ansichten, aber auch ganz dinglich Sachen auszutauschen. Diese Möglichkeiten

und Aktivitäten stärken die Gemeinschaft und lassen sogar Freundschaften entstehen. Und allein zu wohnen, bedeutet nicht mehr zwangsläufig, im Wohnumfeld allein zu sein.

Beispiel: Gemeinsame Gärten und Terrassen

Gemeinschaftliche Angebote bieten den Bewohnern Platz für Aktivitäten, die sie in ihrem eigenen Zuhause nicht unterbringen können. Obst- und Gemüsebeete, Dachterrassen oder Homeoffice-Plätze unter freiem Himmel können allen zur Verfügung stehen und ihren Alltag bereichern. Nicht zuletzt dadurch, dass man hier den Nachbarn begegnet, mit ihnen einfach ins Gespräch kommt und fast wie von selbst Teil einer Gemeinschaft wird.



Beispiel: Ein Schuppen für alle

In unserem Wohnprojekt in Bonn-Beuel gibt es einen gemeinschaftlichen Geräteschuppen. Auch die darin enthaltenen Werkzeuge stehen allen Bewohnern zur Verfügung. Und im Tauschregal kann die Ernte mit den Nachbarn geteilt werden oder auch für die gemeinsamen Hochbeete der übrige halbe Sack Kräutererde, den man selbst nicht mehr braucht.



Mit multifunktionalen Gemeinschaftsflächen und -räumen werden viele Ebenen erfüllt, auch die oberste des House of Happiness, bei der sich alles um die Sinnhaftigkeit dreht. Denn das Gefühl sinnstiftend zu handeln und

zu leben, setzt sich aus vielen unterschiedlichen Aspekten zusammen. So ermöglicht unser Urban Gardening Projekt in Bonn-Beuel nicht nur Hobby-Gärtnern ihrer Leidenschaft zu frönen, sondern es fördert auch

einen gesunden Lebensstil und ist ein gemeinsames Projekt, für das alle Beteiligten die Verantwortung tragen. Es gibt ihnen das Gefühl, etwas Sinn- und Wertvolles für sich, die Gemeinschaft und die Umwelt zu tun.

Auch ein nachhaltiges Zuhause wird den Menschen immer wichtiger, das belegen die Ergebnisse unserer Studie eindeutig. Ein umweltfreundliches Wohnumfeld ist daher nicht nur für die Natur, sondern auch ganz mit-

telbar für den einzelnen Menschen gut, da es seiner Lebensweise einen übergeordneten und für ihn wichtigen Sinn verleiht. Eine energieeffiziente Bauweise, Planungen, die bewusst die Bedürfnisse einzelner Tierarten

berücksichtigen sowie durchdachte Baumpflanzungen im städtischen Bereich, sind Beispiele dafür, wie wir diesen Aspekt in unseren Projekten umsetzen.

Beispiel: Ein neues Heim für Spatz und Co

Die energetische Fassadendämmung bietet Gebäudebrütern wie Haussperling oder Zwergfledermaus keinerlei Nischen oder Öffnungen im Mauerwerk. Niststeine für Vögel und Quartiersbausteine für Fledermäuse helfen, die Wohnungsnot der fliegenden „Untermieter“ zu bekämpfen. Denn diese speziellen Steine schaffen vor und in der Dämmschicht Platz für Nischen, die sich zum Nisten eignen.



Beispiel: Energieeffiziente Gebäude

In vielen Wohnungsbauprojekten setzen wir für die Versorgung mit Wärme, Warmwasser und Strom ressourcenschonende, moderne Technik ein. Beispiele sind Photovoltaikmodule auf den Dächern oder Biomethan-Blockheizkraftwerke, die nahezu CO₂-neutral Wärme erzeugen.





AUSBLICK

Unser Weg zu einer glücklichen Gesellschaft

Welche Erkenntnisse hat uns unsere Suche nach dem Wohnglück gebracht? Unsere Studie hat deutlich gezeigt, dass Wohnglück nicht für jeden das Gleiche bedeutet. Bestimmte Wünsche und Grundbedürfnisse in Bezug auf das Wohnen ähneln sich jedoch bei vielen Menschen.

Diese Bedürfnisse visualisieren wir mit dem House of Happiness – ein Bild, das uns als Wohnprojektentwickler und -bauunternehmen nahe liegt. Indem wir den Prozess analysieren, durch den Menschen in ihrem Alltag glücklicher werden, wollen wir zu einer sichereren und besseren Gesellschaft beitragen. Einer Gesellschaft, in der wir soziale Vielfalt leben und gleichzeitig unsere individuellen Wünsche verwirklichen können.

Die Entwicklung des perfekten Wohnumfelds ist für uns dabei ein stetiger Prozess. Schritt für Schritt erweitern wir unser Wissen darüber, wie wir Wohnumfelder so gestalten können, dass sich die Menschen dort wohlfühlen. Indem wir unseren Kunden zuhören und versuchen ihre Bedürfnisse zu verstehen, können wir nicht nur ihren Alltag angenehmer gestalten, sondern auch die Basis für einen besseren, gesünderen und glücklicheren Lebensstil schaffen.

Eine wichtige Erkenntnis aus unserer Studie ist, dass wir mit Wohnumfeldern, die sich zu echten Gemeinschaften entwickeln, gesellschaftliche Probleme wie die zunehmende Vereinsamung der Menschen angehen können.

Schon länger ist bekannt, dass sich eine Gemeinschaft nur entwickeln kann, wenn ihre Mitglieder sich sicher fühlen. Diese Erkenntnis hat dazu geführt, dass viele geschlossene Wohnanlagen als notwendig erachtet wurden. Unsere Untersuchungen zeigen, dass das Gegenteil der Fall ist. Mauern behindern nachbarschaftliche Begegnungen eher – wir brauchen viel mehr fließende Übergänge, die die Menschen einladen, miteinander ins Gespräch zu kommen. Darum planen wir auch zukünftig offen gestaltete Wohnumfelder, in denen aus Nachbarn Freunde werden können.

Wir bei Bonava fordern uns jeden Tag neu heraus, denn wir möchten den Wohnbau nachhaltig verändern – indem wir bessere Häuser und Wohnungen bauen. Wir wollen Wohnumfelder schaffen, die das Leben vieler Menschen bereichern. Unsere systematische Suche nach dem Wohnglück werden wir fortsetzen und das erlangte Wissen in innovativen Wohnprojekten umsetzen, in denen Menschen glücklich sein können.

Methode Happy Quest 2.0

Institut: Cliente, Stockholm
 Methode: Online-Befragung (per Computer, Smartphone und Tablet)
 Grundgesamtheit: Personen ab 18 Jahren, die ein Eigenheim
 (Haus oder Wohnung) besitzen oder mieten
 Stichprobe: N=8.582 (in Dänemark (n=1.000), Deutschland (n=1.000), Estland (1.161),
 Finnland (n=1.270), Lettland (n=1.151), Norwegen (n=1.000),
 Schweden (n=1.000), Russland (St. Petersburg) (n=1.000))
 Erhebungszeitraum: Dezember 2018 bis Januar 2019
 Vorangegangene Studien: Happy Quest 2017

Wohnen zum Wohlfühlen

Bonava ist einer der führenden Projektentwickler im Wohnbau in Nordeuropa und Deutschland. Seit den 1930er-Jahren schafft Bonava Menschen ein neues Zuhause und ein Wohnumfeld zum Wohlfühlen. Heute beschäftigt Bonava 2.100 Mitarbeiter in acht europäischen Ländern – Deutschland, Schweden, Finnland, Dänemark, Norwegen, St. Petersburg, Estland und Lettland. Der Umsatz belief sich 2018 auf 1,4 Mrd. Euro. Bonava ist an der Börse NASDAQ in Stockholm gelistet.

Bonava in Deutschland

In Deutschland verbindet Bonava die wirtschaftliche Stärke eines Konzerns mit der Kompetenz vor Ort. 1964 als Industriebau Fürstenwalde gegründet, ist das Unternehmen inzwischen seit 55 Jahren im deutschen Immobilienmarkt aktiv. Das Analyseunternehmen bulwiengesa kürte Bonava 2019 zum siebten Mal in Folge zum aktivsten Projektentwickler für Wohnimmobilien in den deutschen Metropolen.

Bonava ist in Deutschland vor allem in seinem Heimatmarkt Berlin, in den Wachstumsregionen Hamburg, Rhein-Main, Rhein-Ruhr, Köln/Bonn, Rhein-Neckar/Stuttgart, Sachsen und entlang der Ostseeküste tätig. Als Bauträger und Projektentwickler treibt Bonava jährlich mehr als 160 Wohnbauprojekte voran. 2018 verkaufte das Unternehmen in Deutschland 2.436 Häuser und Wohnungen an Eigennutzer und Investoren. Die 1.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit Hauptsitz im brandenburgischen Fürstenwalde/Spree und in den regionalen Büros erzielten dabei einen Umsatz von 559 Mio. Euro.

Alles aus einer Hand

Bonava liefert seinen Kunden „Alles aus einer Hand“. Vom ersten Gespräch über die Planung bis hin zum Einzug – Bonava versteht sich als Begleiter auf dem Weg zum neuen Zuhause. Von der Vermessung des Grundstücks über die Architektenleistung, die Behördengänge, die Erdarbeiten, den Bau des Hauses bis hin zu den Malerarbeiten – Bonava vereint sämtliche Leistungen unter einem Dach und kümmert sich um alles.

Bonava nimmt seine Verantwortung gegenüber den Kunden, der Gemeinschaft, künftigen Generationen und der Umwelt wahr. Damit Menschen und Umwelt im Einklang miteinander leben können, setzt Bonava auf neue Technologien, wählt Baumaterialien sorgfältig aus, baut ressourcensparend und unterstützt die künftigen Bewohner bei einer späteren nachhaltigen Lebensweise. Für eine nachhaltige Zukunft entwickelt Bonava Häuser und Wohnungen unter Berücksichtigung ökonomischer Kriterien und schafft in sozialer Verantwortung Wohnumfelder, die den aktuellen Bedürfnissen genauso wie den künftigen Anforderungen an den Wohnbau gerecht werden.

Unsere Vision

Die Vision von Bonava ist es, Wohnumfelder mit höchster Lebensqualität zu schaffen, in denen Menschen glücklich sein können. An der Verwirklichung dieser Vision arbeitet Bonava zusammen mit Partnern und Kunden, seien es Investoren oder Käufer von selbstgenutztem Wohneigentum. Mit ihnen gemeinsam findet Bonava heraus, was Menschen in ihrem Zuhause glücklich macht. Es geht um Zuhause und Wohnumfelder – homes and neighbourhoods. Dafür steht der Unternehmensname: Das schwedische Wort „bo“ heißt Wohnen und „nav“ bedeutet Mittelpunkt.

Bonava Deutschland GmbH
Am Nordstern 1
15517 Fürstenwalde

Unternehmenskommunikation
Katja Kargert
Katja.Kargert@bonava.com

Customer Insight
Emilia Almér Henßen
homes.neighbourhoods@bonava.com

bonava.de

Haftungsausschluss:
Alle Angaben und Darstellungen wurden mit größter Sorgfalt ausgesucht und auf ihre Richtigkeit zum Zeitpunkt der Prospektherausgabe hin überprüft.
Eine Gewähr für die Vollständigkeit und Richtigkeit aller Informationen wird nicht übernommen. Stand: November 2019.

Bildverweise:
S. 1, 6, 7, 23, 28, 29 Anders Linden; S.34, 44 Maskot; S. 48 OC Optical Creations/www.conrady.net; S. 51 Johner Images; S.54 Pexels
Zusätzlich wurden Bilder und Grafiken von Bonava verwendet.

**Wir schaffen Wohnumfelder
mit höchster Lebensqualität,
in denen Menschen
glücklich sein können.**