

# Erfolgspotentiale der gemeinnützigen Wohnbauträger

Autor(en): **Schmid, Peter / Hauser, Urs / Daeniker, Hans Conrad**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Wohnen**

Band (Jahr): **83 (2008)**

Heft 1-2

PDF erstellt am: **07.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-107653>

## **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern. Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

## **Haftungsausschluss**

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.



Thesen für die Zukunft

## Erfolgspotenziale der gemeinnützigen Wohnbauträger

Der gemeinnützige Wohnungsbau spielt im Schweizer Mietwohnungsmarkt eine wichtige Rolle, und die Nachfrage nach seinen Wohnungen – preisgünstig und von guter Qualität – wird weiter zunehmen. Trotzdem ist die Bautätigkeit der Gemeinnützigen stark zurückgegangen, und die Identifikation mit der Genossenschaftsidee schwindet.

Welches sind die Voraussetzungen, damit sich der gemeinnützige Wohnungsbau weiterentwickelt? Die folgenden Thesen sollen dazu anregen, sich mit dieser Frage auseinanderzusetzen.

Von Peter Schmid, Urs Hauser,  
Hans Conrad Daeniker

### Zukunft heisst gemeinnützig, und gemeinnützig heisst auch sozial

Die Wohnbaugenossenschaften bieten Wohnraum für alle Bevölkerungskreise an. «Alle» bedeutet, dass Schwache nicht ausgegrenzt, sondern integriert werden. Wohnbaugenossenschaften, welche diesen Auftrag ernst nehmen und gezielt auch preisgünstigen Wohnraum für Menschen mit kleinem Einkommen, Menschen mit Behinderungen, kranke Menschen, ältere Menschen, kinderreiche Familien, Jugendliche ohne Zukunftschancen, Studierende, Ausländerinnen und Ausländer anbieten, werden im schweizerischen Wohnungsmarkt in Zukunft an Bedeutung gewinnen und sich durch diese Leistungen zusätzlich ganz besonders legitimieren.

### Zukunft heisst «mehr als wohnen»

«Mehr als wohnen» bedeutet, dass die Gemeinnützigen ihren Bewohnerinnen und Bewohnern und der Gesellschaft einen Zusatznutzen bieten. Die gegenseitige Hilfe, Vernetzung und die Förderung der Gemeinschaft und der Nachbarschaftshilfe spielen dabei eine zentrale Rolle. Zunehmend wichtig wird ein Angebot an Dienstleistungen, sei es für die Kinderbetreuung oder sei es für die Unterstützung von älteren Menschen. Zusatznutzen könnte auch heissen, Einkaufspools zu schaffen, Fahrgelegenheiten, Lerngruppen für Schüler, Begegnungsorte für Jugendliche, Unterstützung bei der Lehrstellensuche usw. Und nicht zuletzt Genossenschaftsfeste, wo man sich

trifft, sich freut und feststellt: Gemeinsam ist besser als einsam.

### Zukunft heisst Potenziale nutzen

Die gemeinnützigen Wohnbauträger haben viel Potenzial. Weiterentwicklung heisst in erster Linie auch, vorhandene eigene Potenziale überhaupt zu nutzen:

- Nutzung des brachliegenden Kapitals für eine verstärkte Neubautätigkeit und vermehrte Käufe von geeigneten bestehenden Liegenschaften dort, wo Neubau keinen Sinn macht.
- Verstärkung der gegenseitigen Kooperation bis hin zur Fusion, um Synergien zu nutzen und die Verwaltungen zu professionalisieren.
- Verstärkte solidarische finanzielle Unterstützung besonders der ausserstädtischen, kleineren Wohnbauträger, damit diese wachsen können.
- Aufwertung bestehenden Wohnraums und Anpassung an heutige und künftige Bedürfnisse, besonders auch im Hinblick auf den wachsenden Anteil von älteren Bewohnenden.
- Förderung der gemeinschaftlichen und sozialen Angebote und der Aktivitäten der Bewohnenden: eine an die heutige Zeit angepasste Umsetzung der Genossenschaftsidee.
- Bewusstseinsprozess gegen innen: Die Vorstände und Bewohnenden vieler Genossenschaften müssen in ihrer genossenschaftlichen Identität gestärkt und sich der Einzigartigkeit ihrer Branche bewusst werden.
- Tragen von Verantwortung auch für die Umwelt: Sparen von Energie und ver-

mehrter Einsatz von erneuerbaren Energien. Nur noch für Menschen unbedenkliche Materialien einsetzen und ökologische Aspekte berücksichtigen.

- Achten auf eine gemeinschaftsfördernde und vorbildliche Architektur, die mit guter Wohnqualität und geringen Baukosten langfristig attraktiven und preisgünstigen Wohnraum sichert.

### Zukunft heisst Partnerschaft mit der öffentlichen Hand

Der gemeinnützige Wohnungsbau verdankt seine grosse Bedeutung zum guten Teil der Unterstützung durch eine Jahrzehnte dauernde Wohnbauförderung der öffentlichen Hand. Die Gemeinwesen profitieren davon ihrerseits in vielerlei Hinsicht. Es liegt in ihrem Interesse, dass der gemeinnützige Wohnungsbau stark und aktiv bleibt. Darum macht Förderung – verstanden als Partnerschaft zur Erreichung gemeinsamer Ziele – weiterhin Sinn. Im Rahmen einer solchen «Public-Cooperative-Partnership» können die Gemeinwesen die Wohnbaugenossenschaften in vielfältiger Form – das heisst auch ohne direkte finanzielle Leistungen – unterstützen: indem sie Bauland zur Verfügung stellen, indem sie sich am Eigenkapital beteiligen oder Darlehen zu Selbstkosten leisten. Bei Bedarf können zusätzlich dazu Wohnungen für bestimmte Haushalte mittels vergünstigter Darlehen oder vergünstigtem Bauland gefördert werden. Insbesondere auf lokaler Ebene müssen deshalb die Beziehungen zur öffentlichen Hand intensiviert und Imagepflege für die Branche betrieben werden. ☺