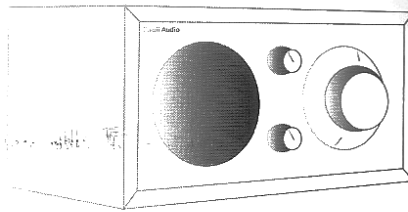


Heckenscheren teilen. Er hat trotzdem nicht die Sorge, dass bald auch Bauherren die Lust am Eigenheim verlieren könnten, im Gegenteil: „Der Wunsch nach Wohneigentum nimmt zu.“ Allerdings liegt die Summe eines durchschnittlichen Bausparvertrags bei 30 000 bis 40 000 Euro, viel zu wenig, um auch nur ein normales Reihenhaus in Stuttgart für 450 000 Euro finanzieren zu können.

Zwei Drittel der Sparsumme bei Wüstenrot wird deshalb in die Renovierung und Modernisierung bestehender Immobilien investiert: Wärmedämmung, neue Fenster, energieeffiziente Heizungen. An den Fassaden der modernisierten Häuser macht Nils-Christoph Ebsen immer häufiger eine interessante Beobachtung: „Früher brachten viele Hausbesitzer das Emaille-Schild der Württembergischen Feuerversicherung mit dem Logo einer züngelnden Flamme an. Jetzt entdecke ich oft diverse Energieeffizienz-Siegel. Ihren Nachbarn signalisieren die Eigentümer damit stolz, dass sie Geld ausgeben, um Werte zu erhalten und auf Nachhaltigkeit setzen. So etwas könnte sich zum neuen Statussymbol entwickeln.“

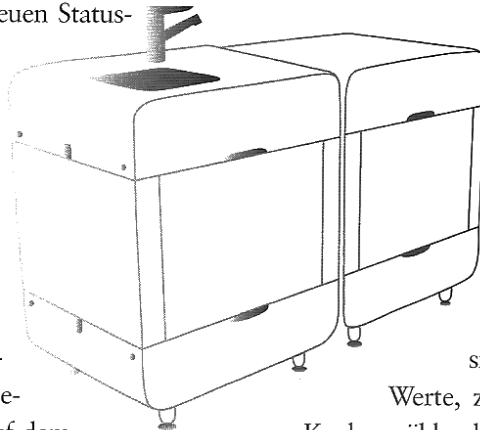
Solche Veränderungen, die man dem allgemeinen Wertewandel oder den unsteten Einkommen zuschreiben kann, lassen sich auch andernorts beobachten. Der prominenteste Statusverlierer ist das Auto, dem das iPhone und andere IT-Spielzeuge zumindest in der Großstadt-Avantgarde den Rang ablaufen: Mobil zu sein gilt als wichtig, ist aber nicht mehr unbedingt an den eigenen Wagen geknüpft, der ohnehin die meiste Zeit steht. Die Skiausrüstung auf dem neuesten technischen und modischen Stand, früher ein selbstverständliches Symbol gut situierter Sportler, wird heute gemietet.

„Der Markt ist um 50 Prozent runtergegangen. Die Industrie produziert heute vor allem für Verleiher, nicht für Endkunden“, sagt Ekkehard Stadie, Partner bei der Strategieberatung Simon-Kucher & Partners. „Die Einkommen der Bildungsschicht sind weiterhin hoch, aber die Unsicherheit über die Dauer dieses Einkommens und die selbst induzierte Jobwechselrate sind höher als früher“, sagt Stadie und nennt den Mobilfunkanbieter O2 als Paradebeispiel dafür, wie Unternehmen darauf reagieren: Der bot als erster Mobilfunk-Konzern einen Handy-Vertrag ohne Grundgebühr und Mindestlaufzeit an. Für eine Klientel, die sich so wenig wie möglich binden wolle, sei das höchst attraktiv. Stadie schätzt den Marktanteil des Unternehmens bei diesen Kunden auf bis zu 40 Prozent. „O2 hat dafür mehrere Innovations- und Marketingpreise bekommen, der Markt hat dieses Konzept mittlerweile kopiert“, sagt Stadie. Einen Controller-Preis wird das Unternehmen dafür aber wohl nie gewinnen, weil nun der Kunde entscheidet, wann beim Anbieter Umsätze entstehen.



Ein kleines Tischradio ist ein weiteres Beispiel für die veränderten Lebensgewohnheiten: Model One von Tivoli. Mit dem puristischen Design aus drei Drehknöpfen, zwei Leuchtdioden und einem Lautsprecher war das Holz-

kästchen von Anfang an das Gegenteil von den meterhohen und viele Tausend Euro teuren Hi-Fi-Türmen, die lange Zeit fester Bestandteil herkömmlicher Wohlstandsdarstellung waren. Auf der Suche nach „etwas Großem“ war der Geschäftsführer des bayrischen TAD-Audiovertriebs 2001 über eine Mailänder Messe gezogen – und bei Model One hängen geblieben. Lachte ihn die Branche damals dafür aus, beneidet sie ihn heute: Seit zehn Jahren verkauft TAD jährlich mindestens 50 000 Geräte, deren Preis sogar von 179 auf 199 Euro erhöht wurde, wie der Marketing-Chef Martin Koch erläutert: „Das ist absolut ungewöhnlich in einem Geschäft, in dem der Preisverfall üblicherweise nach wenigen Jahren einsetzt und Produkte dann durch ein Nachfolgemodell ersetzt oder ganz vom Markt genommen werden.“



Die modernen Lebensverhältnisse zeigen sich auch in der Küche. „Deutschlands Mittelschicht kocht häufig, ambitioniert, gesund und abwechslungsreich“, stellte das Forsa-Institut jüngst in seiner Studie „Lebensraum Küche 2011“ fest und erklärte: „Unsere Resultate bestätigen den allgemeinen Trend einer Rückbe-

sinnung auf klassische Tugenden und Werte, zu denen sich auch das anspruchsvolle Kochen zählen lässt.“

Doch der Durchschnittswert verkaufter Küchen dümpelt bei 5500 Euro. Die Modulküchen des Designbüros Stadtnomaden sind etwa doppelt so teuer, gleichen das aber durch einen großen Vorteil aus. „Wenn man umzieht und eine Küche an den Nachmieter weitergibt“, erklärt die Industriedesignerin Linda Altmann, „muss man Wertverluste hinnehmen.“ Ihre Küchenmodule hingegen – komplett aus Holz, keine Pressspanplatten – nimmt man einfach mit. „Unsere Kunden sehen darin einen Mehrwert, selbst wenn sie sich gerade eine Wohnung oder ein Haus gekauft haben“, sagt Altmann. „Die wollen sich die Dinge offenhalten, ihren Besitz nicht als Belastung erleben.“

Wenn sie dann tatsächlich weiterziehen, können sie die Möbel zerlegen, ohne eine einzige Schraube aus dem Holz zu drehen, da die Module nur mit Steckverbindungen versehen wurden. Noch einfacher ist der Umzug, wenn man die einzelnen Module der Küche im Ganzen transportiert – denn sie werden nur von Magneten zusammengehalten. „Mit einem stärkeren Ruck hat man sie auseinander.“ Zufall oder nicht: Das Geräusch dabei ist einem Mausclick sehr ähnlich. ■

