

Wohnen ist keine Ware

Anna Barbara Züst

Claude Vaucher

Monika Hartmann Vaucher

Am 19. Januar 2011 wird uns bewusst, dass die «trift»-Grundstücke der «Trift AG» eine Ware, ein Handelsgut sind. Ein wenig ratlos hören wir uns an, was die Vertreterin einer Marketingfirma mit vielen Folien aufdeckt. Sie meint, grossen Gewinn könne «trift» beim Verkauf der unüberbauten Grundstücke machen oder auch durch den Verkauf von teuren Eigentumswohnungen. An dieser schönen Lage sei das offensichtlich. Oder wir sollen nur kleine Wohnungen bauen, denn auf dem Markt seien grosse Wohnungen in Horgen nicht gefragt.

Wohnungen als Ware, um Gewinn zu maximieren. Mit dieser Marketing-Sicht würde unser Wertekatalog zur Makulatur. Die von uns festgelegten Werte sind nicht das Resultat von Marketingüberlegungen, sie verstehen Wohnen als ganzheitliches System. Sie berücksichtigen die Ansprüche der Bewohner:innen nach Sicherheit und Komfort, nach Wohn- und Arbeitsräumen, in denen sie sich wohl fühlen. Sie beziehen die Ansprüche der Öffentlichkeit nach ressourcenschonenden Bauweisen und auch die Ansprüche der Geldgeber ein. Die Bewirtschaftung der Grundstücke erfolgt so, dass sie wirtschaftlich dauerhaft selbsttragend sind.

Wohnen ist keine Ware, sondern die Summe aller Ansprüche der Menschen und der Gesellschaft an Gebäude und Umwelt. Am Abend des 19. Januar 2011 ist uns klar geworden: «trift» wird das realisieren, was die Werte beinhalten, nicht was der Markt verlangt.