

Service-Angebote im 2000-Watt-Areal

Ein Areal zum Leben erwecken



Einführung

Gefragt sind innovative Ansätze für eine nachhaltige Areal- und Quartierentwicklung. Neben Erfordernissen von Architektur, Energie und Mobilität geht es auch darum, verschiedene Aspekte aus den Bereichen Siedlungsform und Gesellschaft frühzeitig in die Areal-Planung zu integrieren. Im Zusammenspiel von neuen Technologien und soziokulturellen Überlegungen entstehen neue Dienstleistungen. Aus wirtschaftlicher Sicht ergeben sich Chancen für neue innovative Unternehmen.

Durch derartige Angebote erhöht sich die Wahrscheinlichkeit, dass die Bewohner ihren individuell gewählten Lebensstil mit deutlich tieferem Ressourcenverbrauch führen können. Zudem sind die umgesetzten Services von den Bewohner als positiver Beitrag zu einer hohen Lebens- und Wohnqualität in ihrem Areal wahrnehmbar.

Die vorliegende Dokumentation zeigt einen Überblick über mögliche Konzepte und konkrete Lösungen, welche mit Vorteil bereits in die Planung eines Areals Eingang finden, aber auch bei bestehenden Immobilien anwendbar sind. Das vorliegende Arbeitsmittel unterstützt Planer, Investoren, Eigentümer und Verwaltungen beim Aufbau eines Service-Konzeptes.

Die hier aufgeführten Beispiele von Service-Angeboten sind als Ideenpool und Ergänzung der bestehenden Grundlagen zu den 2000-Watt-Arealen zu verstehen. Diese Dokumentation ist jedoch nicht Bestandteil der Bewertungsgrundlagen des vom Trägerverein Energiestadt und dem BFE vergebenen Zertifikates «2000-Watt-Areal».

Ricardo Bandli / Fachspezialist 2000-Watt / Bundesamt für Energie BFE
Tel. +41 58 462 54 32 / ricardo.bandli@bfe.admin.ch

Kontakt Service-Angebote

Olaf Zanger / MojaConsult GmbH
Tel. +41 (0)79 763 91 80
olaf.zanger@mojaconsult.com

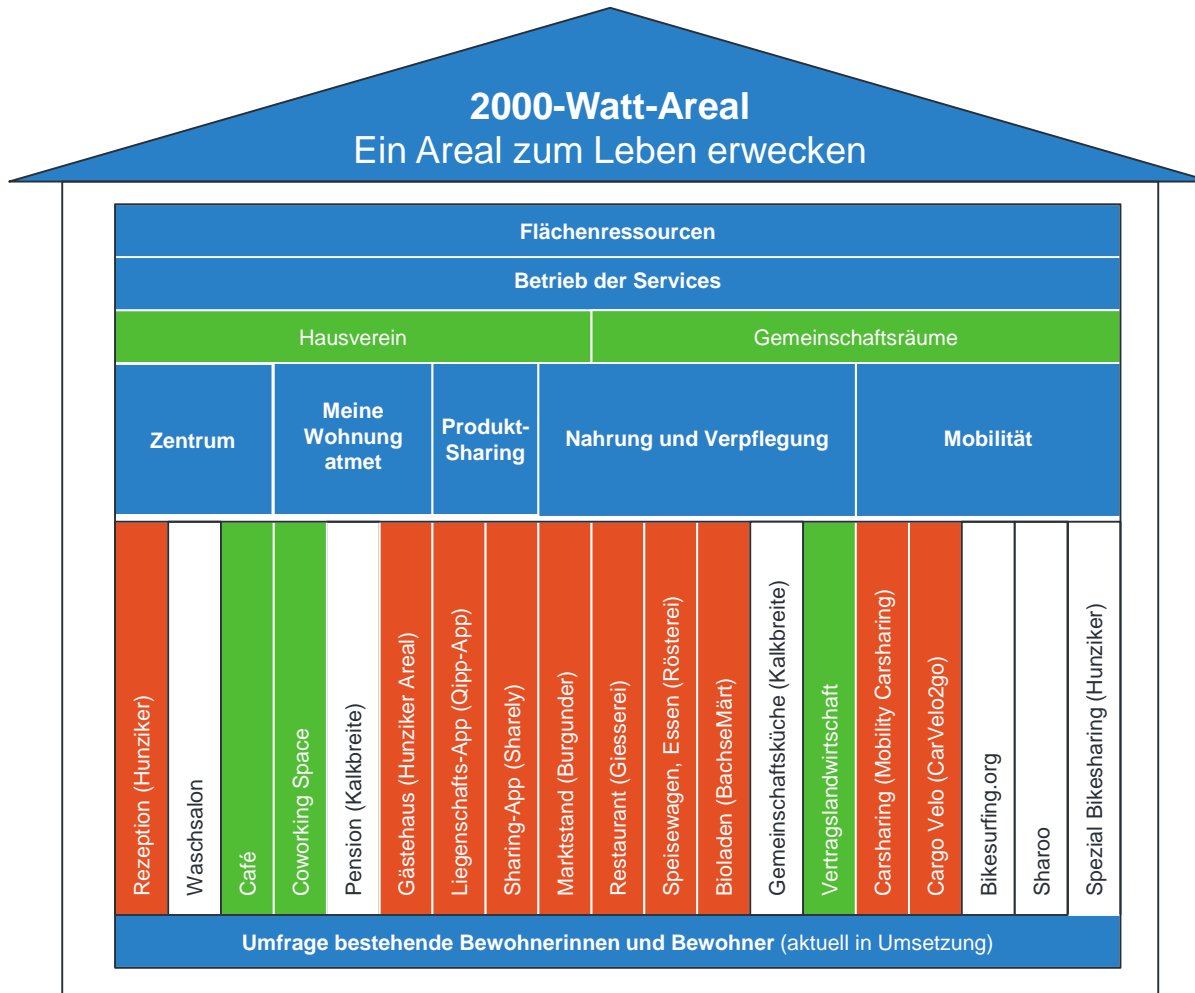
Projektleitung 2000-Watt-Areale

Heinrich Gugerli
Tel. +41 (0)79 704 26 82
heinrich.gugerli@2000watt.ch

Fachstelle 2000-Watt-Gesellschaft

Thomas Blindenbacher
Tel. +41 (0)44 305 93 60
thomas.blindenbacher@2000watt.ch

Areal-Services in der Übersicht



Das vorliegende Arbeitsmittel unterstützt Areal- und Gebäudeplaner, sowie Investoren beim Aufbau eines Service-Konzeptes.

In den einzelnen Bereichen wurde eine Auswahl von Lösungsansätzen und Fallstudien dokumentiert.

Legende

Thema: Dieses Thema wird diskutiert.

Lösungsansatz: Ein Lösungsansatz wird besprochen.

Fallstudie: Ein konkretes Beispiel einer Umsetzung wird besprochen.

Alternativen: Dies sind alternative Produkte, die nicht weiter besprochen werden.

Wie lassen sich gemeinsame Flächenressourcen betreiben?

Um was geht es?

Bei den diskutierten Services stellt sich häufig die Frage nach der Verantwortlichkeit für Unterhalt, Sauberkeit, Betriebsarbeiten und Betriebskosten. Einige typische Ansätze für die Umsetzung:

Verein: Diese Variante wird häufig in Gross-WGs, Gemeinschaftsküchen und Coworking Spaces gewählt. So entsteht gegenüber dem Eigentümer eine finanziell autonome und verantwortliche Organisation.

Mitarbeitergenossenschaft: Insbesondere Cafés, Restaurants und Bioläden werden gerne als Mitarbeiter-Genossenschaften organisiert. Die Fallstudie „Restaurant Ida“ zeigt eine solche Umsetzung.

Kundengenossenschaft: Vertragslandwirtschaften wie „meh als gmües“ können als Kunden-Genossenschaften organisiert werden.

Normale Dienstleistung: Einige Services werden bereits von professionellen Dienstleistern angeboten. Die Tragbarkeit der Geschäftsmodelle ist hier besonders abhängig von der Arealgrösse, dem Umland, der Standortqualität und davon, ob die Servicequalität zur tatsächlichen Kundschaft passt (Mietende und Quartierbevölkerung/-Angestellte).

Hausverein: Gemeinsame Ressourcen werden häufig über Hausvereine organisiert. Dies ist der Fall z.B. im Areal „Burgdorf Gyrischachen“. Diese Variante zeigt für gemeinsame Ressourcen (Grillstellen, Veranstaltungsräume, Sharing) sehr gute Ergebnisse. Die Eigentümer schliessen mit dem Hausverein einen Selbstverwaltungsvertrag. Arealgenossenschaften ersetzen die Ebene des Hausvereins direkt.



Concierge-Service: „James.ch“ (Zürich Albisrieden, Lausanne Beaulieu, Winterthur Rosenberg) zeigt anschaulich, wie Dienstleistungen direkt in Partnerschaft mit dem Investor angeboten werden können. Bei James handelt es sich vorderhand um eher hochpreisige Angebote. Die von „James“ gebotenen Services haben wenig Auswirkung auf die Nachhaltigkeit der Überbauung und werden entsprechend im Weiteren nicht diskutiert.

Hausverein

Angebot

Der Hausverein oder Arealverein ist besonders hilfreich im Hinblick auf die Übernahme von Verantwortlichkeiten für die im Areal angebotene gemeinsam genutzte Infrastruktur.

Der Verein ist Vertragspartner des Investors (npg-AG/Burgunder; Previs; Gesewo/Giesserei).

In kleineren Wohnbaugenossenschaften (WBG) übernimmt typischerweise die WBG die entsprechenden Aufgaben („mehr als wohnen“) in „Personalunion“.

Verein oder WBG geben sich gerne Unterstrukturen mit Arbeitsgruppen oder Quartiergruppen. Diese Gruppen kümmern sich um spezifische Anwohnersegmente (Jugendliche, Senioren) oder Themenkreise (Coworking, Mobilität, Quartier).

Mehrwert

Investor: Der Investor erhöht durch die Partizipation die durchschnittliche Mietdauer der Bewohnenden. Damit lassen sich Umtriebe und entsprechende Kosten reduzieren.

Familien, junge Erwachsene, Seniorinnen und Senioren: Über Arbeitsgruppen oder Quartiergruppen können sich die einzelnen Segmente zusammenschliessen und ihre Bedürfnisse artikulieren.

Themengruppen: Bereiche mit Bedarf an besonderem Know-how (Holzwerkstatt) oder besonderem Platzbedarf (Coworking) können anhand der entsprechenden Bedürfnisse organisiert werden.

Beachtenswert

Planung: Im Businessplan können mögliche Finanzflüsse zum Hausverein und Möglichkeiten für gemeinsame Infrastruktur vorgesehen werden.

Bau/Vermietung: Vor der Ausschreibung der Wohnungen sollten die Finanzflüsse und die Vertragssituation bezüglich Hausverein und gemeinsamer Infrastruktur definiert werden.

Betrieb: Im Betrieb ist seitens des Investors ein Ansprechpartner für den Hausverein zu definieren.

Flächenressourcen: Die Stärke des Hausvereins liegt primär in der Verwaltung von Gemeinschaftsangeboten und Flächen. Typische Angebote sind im Lösungsansatz „Gemeinschaftsräume“ aufgezeigt.

Personalressourcen: Vereine benötigen in der Schweiz im Minimum 2 Mitglieder zur Gründung. Für den Betrieb des Vereins entstehen besonders im Präsidium und in der Kassenbewirtschaftung Aufwände.

Kontakt: Breite Erfahrung hat der Verband der Wohnbaugenossenschaften Schweiz: www.wbg-schweiz.ch

MojaConsult bietet entsprechende Beratung: info@mojaconsult.com

Ansprache der Nutzenden:

Über Newsletter auf Email.

Die Verwaltung gemeinsamer Ressourcen wird neuerdings über Intranet-Web-Angebote abgewickelt.

Diese funktionieren auf dem PC ebenso wie auf dem Smartphone. Beispiele sind <http://anleitung.kalkbreite.net> und <http://hunzikernetz.ch> (mehr-als-wohnen).

Rahmeninformationen

Kosten: Hausvereine sind üblicherweise ehrenamtlich organisiert. Kosten entstehen für den Investor dadurch keine.

Hausvereine erheben einen Mitgliederbeitrag in der Grössenordnung von 50–100 CHF/Jahr.

CO₂: Der Hausverein ist ein „Enabler“ für gemeinsame Ressourcen.

Letztere erlauben die Wohnfläche zu reduzieren (weniger Energie) oder Produkte nicht selbst anschaffen zu müssen (Reduktion graue Energie).

Konditionen für die Bewohnenden: Je nach Areal können oder müssen Bewohnende beim Hausverein Mitglied werden. Tarife für einzelne Nutzungen sind für Mitglieder wesentlich tiefer (z.B. die Hälfte).

Erfahrungen

Hausvereine haben in der Schweiz eine lange Tradition. Sie werden auch von nicht genossenschaftlichen Organisationen genutzt (z.B. Burgdorf Gyrischachen; Pensionskasse Previs).

Hausvereine oder Arealvereine zeigen sich als adäquate und langfristig funktionierende Organisationsformen, welche Gruppen mit besonderen Bedürfnissen in Arealen gut integrieren können (z.B. Seniorinnen und Senioren in einer gemischten Liegenschaft; Previs).

Gute Erfahrungen wurden gemacht mit der Forderung, dass Quartiergruppen zumindest aus 5 Bewohnenden bestehen.

Ein Solidaritätsfonds zur Unterstützung gesellschaftlicher Projekte im Areal machen ehrenamtliche Arbeit zusätzlich attraktiv und stärken so den Zusammenhalt.

Im Burgunder erhält der Hausverein die Hälfte der Einnahmen der Fotovoltaikanlage als Beitrag zum Fonds.



Gemeinschaftsräume

Angebot

Verschiedene Angebote werden im Areal oder im Haus gemeinschaftlich bespielt.

Häufige Angebote sind: Veranstaltungsraum, Sitzungszimmer, Nähatelier, Velowerkstatt, Holzwerkstatt, Malatelier, Yoga- und Andachtsraum, Café/Kantine/Gemeinschafts-Wohnzimmer in Selbstverwaltung. Coworking-Raum, Sauna, Indoor-Spielplatz.

Organisationsform

Üblicherweise werden die Räume direkt durch den Hausverein / die Genossenschaft oder durch deren Arbeitsgruppen oder Quartiergruppen organisiert. Wo grössere Unkosten entstehen, wird gerne ein zusätzlicher Verein als Träger gegründet (Beispiel Grosshaushalt Kalkbreite, Coworking Spaces).

Mehrwert

Gemeinschaftsräume erlauben Zugriff auf Services, die alleine teuer oder unmöglich in Anschaffung und Unterhalt wären.

Beispielhaftes Angebot im Hunziker Areal: 3 Gemeinschaftsräume mit Küche, davon ein Wohnzimmer, Indoor-Spielplatz, Meditations-/Yoga-/Bewegungsraum, Werkstatt (Velo, Holz), Malatelier, Tauschhalle (Brocki), Seminarraum.

Angebot in der Kalkbreite: Flex-Arbeitsräume, 4 Boxen jährlich an Gruppen abgegeben (Yoga, Nähatelier, Malatelier).

Beachtenswert

Planung: Die Räume werden mit Vorteil sehr flexibel geplant, um eine Umwandlung in Wohnungen oder Gewerbeflächen ohne weitere bauliche Massnahmen und Kosten zu ermöglichen.

Bau/Einzug: Anreize für die Bewohnenden, sich über den Hausverein an der Bespielung der Gemeinschaftsflächen zu beteiligen, sind vorteilhaft.

Betrieb: Der Betrieb wird häufig vertraglich dem Hausverein übertragen (siehe Lösungsansatz „Hausverein“).

Flächenressourcen: Konzeptionell lassen sich Gemeinschaftsflächen von z.B. 1,5 % festzuschreiben (Hunziker Areal). Der Bedarf an Gemeinschaftsflächen verändert sich teilweise schnell. Entsprechend ist eine flexible Gestaltung bereits in der Planung vorzusehen. Gemeinschaftsräume sind mit Vorteil im Erdgeschoss anzusiedeln.

Personalressourcen: Die Gemeinschaftsflächen werden vom Hausverein betrieben. Der Aufwand des Liegenschaftsbetreibers wird dadurch minimiert.

Kontakt: Breite Erfahrung hat der Verband der Wohnbaugenossenschaften Schweiz: www.wbg-schweiz.ch

MojaConsult bietet entsprechende Beratung: info@mojaconsult.com

Ansprache der Nutzenden:

Aktivitäten in den Allmendflächen werden über das Intranet und die Newsletter bekanntgegeben (HunzikerNetz).

Betreuung der Nutzenden: Die Nutzenden werden über den Hausverein betreut.

Die Nutzungsverwaltung der Gemeinschaftsräume lässt sich leicht über offene Kalender bewerkstelligen (Burgunder; Google Kalender).

Rahmeninformationen

Kosten: Beispiel Gemeinschaftsraum Burgunder: Die Raumkosten sind in die Miet-Grundkosten integriert.

Die Vermietungspreise für den Gemeinschaftsraum werden sehr tief angesetzt.

Die Einnahmen für den Raum gehen als Einkommen an den Hausverein.
Beispiel volle Miete
Gemeinschaftsraum Burgunder: 1–3 Std.: 15 CHF/Std.; 3–7 Std.: 25 CHF;
Ganzer Tag: 50 CHF
Möbiliar: 10 CHF; Geschirr: 10 CHF

Sonderkonditionen für die

Bewohnenden: Für Veranstaltungen, die für alle Bewohnende offen sind, ist die Nutzung kostenfrei. Für Bewohnende gilt der halbe Preis. Für Events externer Personen wird der volle Preis verrechnet.

CO₂: Almendangebote erlauben die Reduktion von privaten Flächen und Produktkäufen. Hierdurch wird Flächenenergie und graue Energie gespart.

Erfahrungen

Als funktional hat sich erwiesen, die Gemeinschaftsflächen flexibel für internen Gebrauch, für Privatgebrauch von Bewohnenden und für Externe gleichzeitig zu bewirtschaften.

Flexibilität in der Umgestaltung ist zentral. In der Giesserei wird aktuell diskutiert, die Bewohner-Bar mit Terrasse in der 5. Etage aufgrund von Lärm, unzureichender Erreichbarkeit und wenig sozialer Integration (sehen und gesehen werden) in eine Wohnung zurückzuwandeln. Als Ersatz werden Räumlichkeiten im Erdgeschoss in Betracht gezogen.



Wie lassen sich Flächenressourcen für Services finanzieren?

Worum geht es?

Wohnfläche produziert häufig die höchsten Renditen. Die im Weiteren beschriebenen Services benötigen jedoch hochwertige Flächen, bestenfalls im Erdgeschoss der Liegenschaften.

Umsetzung per Bebauungsvorschriften: Viele Gemeinden haben ein Interesse an den beschriebenen Angeboten. Die Gemeinden können via Bebauungsordnung die Ausnutzungsziffer oder erwartete Geschäftsflächen bzw. Dienstleistungsflächen steuern.

Umsetzung Dienstleistungsfläche im Erdgeschoss: Per Vertrag zwischen Gemeinde und Investor wird das Erdgeschoss für entsprechende Dienstleistungen ausgedient.

Teil der Grundkosten: Die Raumfläche wird auf alle Mietenden über die Kaltmiete umgelegt (Beispiel Gemeinschaftsraum Burgunder).

Teil der Nebenkosten: Gewisse Services können in den Mietnebenkosten abgebildet werden. Zentral ist hier die Abgrenzung. Kopplungsgeschäfte sind unzulässig.

INFO „Kopplungsgeschäfte“: Zum Mietverhältnis artfremde Produkte und Dienstleistungen dürfen nach Schweizer Recht nicht an einen Mietvertrag gekoppelt werden. Bei den beschriebenen Services ist dies nicht der Fall.



Kontakte

Schweizerischer Mieterverband, www.mieterverband.ch, 031 301 90 50

Dem Areal ein Zentrum geben

Worum geht es?

Der „Dorfplatz“ des Areals ist der Ort, um zu sehen und gesehen zu werden. Diese Qualität wird von Menschen im Sommer wie im Winter geschätzt.

Diese Aufgabe kann besonders gut erfüllt werden, wenn der entsprechende Ort für den Winter keinen (hochpreisigen) Konsumzwang impliziert, jedoch geheizt ist.

Kinder sollen erlaubt sein, idealerweise in ihrem eigenen Bereich Beschäftigung finden und trotzdem im Blickfeld der Eltern bleiben.

Das Zentrum hat idealerweise eine hohe Frequenz und wird entsprechend bei verschiedenen Betätigungen im Quartier durchlaufen, zum Beispiel beim Einkauf, auf dem Weg zum Waschsalon oder beim Leihen von Mobilitätsmitteln und Sharing von Utensilien.

Zugänge zu Rezeption, Cafés, Restaurants und Gemeinschaftsräumen sind idealerweise um dieses Zentrum positioniert:

Café: Das Café als Zentrum verbindet hochfrequentierte Orte im Gebäude. Der Haupteingang, die Rezeption, der Waschsalon und die Ausleihstätten sowie Veranstaltungsräume sind mit Vorteil nahe des Cafés gelegen.

Dorfplatz: Der Dorfplatz verbindet hochfrequentierte Orte innerhalb des Areals miteinander und bietet Sitzgelegenheiten mit und ohne Konsum. Der Dorfplatz hat seine Qualität primär im Sommer.

Rezeption: Verschiedene Funktionen werden gebündelt, mit Büro und Bibliothek.



Das Café: Mehrere Funktionen incl. Treffpunkt

Angebot: Das Café bietet einen Platz zum „Sein“ innerhalb der Liegenschaft. Der Blick ist frei zum Spielplatz und Spielzimmer. Zum Zmittag und evtl. zum Znacht gibt es ein Buffet. Selbstbedienung an der Bar erlaubt grössere Flexibilität bei den Personalressourcen.

Die Café-Infrastruktur kann zusätzliche Veranstaltungsräume bedienen.

Trägerschaft: Die Trägerschaft kann privatwirtschaftlich (AOZ, Hunziker Areal), genossenschaftlich (Giesserei) oder über die Mieterorganisation (Kalkbreite) ausgestaltet werden.

Zusätzliche Umsatzmöglichkeiten/Funktionen: Im Café können auch Rezeptions- und Bürofunktionen für die Liegenschaft angeboten werden. Eine Doppelbesetzung ist dann zu prüfen.

Mehrwert

Familien: Vom Café aus kann ich meine Kinder auf dem Spielplatz oder im Spielzimmer beobachten und dabei mit Nachbarn ein Getränk geniessen oder Home-Office arbeiten.

Junge Erwachsene: Hier erhalte ich was zu Essen, wenn es nicht lohnt, für mich alleine zu kochen. Abends treffe ich die Kollegen aus der Nachbarschaft.

Erwachsene: Hier treffe ich die Nachbarn. Zwischen den Malzeit-Zeiten kann ich hier arbeiten.

Senioren: Zweimal am Tag erhalte ich eine günstige Verpflegung. Abends treffen wir uns zum sozialen Beisammensein. Zwischendurch kann ich helfen. Da habe ich was Tolles zu tun und bleibe mit den Nachbarn im Gespräch.

Beachtenswert

Planung: Nähe zu Spielplatz und Spielzimmer sowie Meeting- und Veranstaltungszimmer sind vorzusehen.

Bau: keine

Betrieb: Die Führung und der Betrieb des Cafés wird mit Vorteil professionell durch geschultes Personal sichergestellt (siehe auch Fallstudie „Restaurant Ida“).

Flächenressourcen: Die geplante Fläche sollte auch privatwirtschaftlich zu betreiben sein. Dies für den Fall, dass Alternativen notwendig werden.

Personalressourcen: Zur mehrmaligen Reinigung täglich sind 1 bis 2 Personen vorzusehen. Barbetrieb oder Bedienung erfordern entsprechend mehr Personal.

Umsetzungsbeispiele

Halbprivate Umsetzung: Cafeteria für Bewohner und Mitarbeitende der angesiedelten Dienstleister (Kalkbreite).

Pantoffelbar im Betrieb des Hausvereins (Giesserei Winterthur).

Privatwirtschaftlich: Im Eingangsbereich (Kalkbreite).

Ansprache der Nutzenden: Das Café ist im Zentrum. Es ist stets präsen- ter Teil des Areals.

Weitere Kommunikation beschränkt sich entsprechend auf Tagesaktualität wie das Menu und die Bespielung des Veranstaltungsraumes.

Die Arealwebsite erhält mit diesen Informationen Relevanz für wiederkehrende Besuche.

Rahmeninformationen

Kosten: Das Café lässt sich bei Marktgerechter Führung in allen betrachteten Beispielen mit Marktgängigen Preisen führen.

CO₂: Das Café wirkt als Basis-Infrastruktur für einige Services mit CO₂-reduzierender Wirkung.

Spezialkonditionen der Liegenschaftsbetreiber für die Bewohnenden: Typische Spezialkonditionen im Markt sind Karten mit 11-für-10 Café Angeboten. Dies liesse sich über ein Abo-Modell noch weiter ausbauen.

Eine Alternative mit tieferen Preisen pro Konsumation sind als „Gemeinschaftsräume“ geführte Cantinen oder „Gemeinschafts-Wohnzimmer“ in Selbstbedienung.

Erfahrungen

Ist das Café am Zentrum und nahe einem wesentlichen Eingang positioniert, wird es zum natürlichen Ort, um zu sehen und gesehen zu werden (Beispiel Hunziker Areal).

In dieser Funktion ist es auch wirtschaftlich attraktiv zu betreiben.

In der Kalkbreite in Zürich wurde das Café im Eingangsbereich quasi vom ersten Tag an angenommen.

Ein „Gemeinschaftsraum-Wohnzimmer“ wird im Hunziker Areal als offener Raum direkt am „Dorfplatz“ betrieben. Eine Quartiergruppe übernimmt die Organisation. Ziel ist ein selbstorganisierter Treffpunkt. Dies als Alternative zum Café.



Rezeption (Hunziker Areal)



Das Angebot

Die Rezeption ist als Anlaufstelle für die Mietenden positioniert. Eine Vielzahl von Funktionen sind hier vereint. Sie ist von 7.00 bis 19.00 Uhr geöffnet.

Hauptfunktion ist die Rezeption des Gästehauses. Das Büro der Genossenschaft mit den Quartiergruppen und die Funktionen der Immobilienverwaltung werden von den Büroräumen der Rezeption aus direkt gesteuert.

Verschiedenste Dokumentationen und generelle Informationen zum Areal sind hier erhältlich.

Weitere Funktionen sind die Annahme für die Reinigung, die Abwicklung von Abos (z.B. Sauna), der Zugang zum Meeting-Raum, die Ausleihe von Fahrrädern und Einkaufswagen sowie der Zugang zu einem Ausstellungsraum.

CO₂: Die Rezeption ist natürlicher Ansprechpartner für verschiedenste Services. Entsprechend können hier besonders reichhaltige Services angeboten werden.

Spezialkonditionen der Liegenschaftsbetreiber für die Bewohnenden: Einige Services sind nur für Anwohnerinnen und Anwohner.

Heutiges Angebot: Rezeption Gästehaus, Veloverleih, Hauptsitz Genossenschaft, Hausmeisterei, Infodesk mit Shop und Betrieb Ausstellungsraum, Entgegennahme von Paketen.

Kontakt

<http://www.mehralswohnen.ch>

Beachtenswert

Planung: Um den Rezeptionsbetrieb finanziell akzeptabel zu gestalten, ist die Akkumulation verschiedener Services vorteilhaft. Diese sollten geplant werden. Sinnvoll für eine Grössenordnung von ca. 250 Mietenden.

Bau/Vermietung: Aufbau der Lieferantenbeziehungen für einzelne Services.

Betrieb: Die Vielzahl der Angebote sollte über einen einfachen Verrechnungsschlüssel angeboten werden. Für fremde Services zum Beispiel über eine prozentuale Beteiligung am Umsatz.

Flächenressourcen: Je nach Bedarf für Büroflächen sind zwischen 30 und 100 Quadratmeter sinnvoll.

Personalressourcen: Während der Öffnungszeiten dauerhaft eine Person. Eine zweite Person sollte als Backup im Büro verfügbar sein.

Mehrwert

Im Areal eine Anlaufstelle zu haben mit bekannten Gesichtern.

Viele sonst schwieriger zu erfüllende Bedürfnisse lassen sich hier direkt befriedigen (Entgegennahme Pakete).

Die Rezeption ist in diesem Sinne eine multifunktionale Anlaufstelle. Über sie lassen sich unbürokratisch und flexibel auch zukünftige Bedürfnisse schnell abbilden.

Ansprache der Nutzenden: Die Rezeption selbst ist Teil der Kommunikation zwischen der Genossenschaft und den Bewohnenden bzw. Mitgliedern.

Die Kommunikation wird unterstützt durch das Intranet „Hunzikernetz“ mit den entsprechenden Info-Angeboten.

Erfahrungen

Der Betrieb des Gästehauses funktioniert trotz der eingeschränkten Öffnungszeiten der Rezeption sehr gut.

Über eine offene Gestaltung des Vorraumes inklusive einer Bibliothek und dem Zugang zum Waschraum und der Selbstbedienungskantine bietet die Rezeption der Kalkbreite ein hochwertiges Foyer.

Die Rezeption als offene Anlaufstelle unterstreicht und unterstützt das Konzept der schnellen und offenen Reaktion auf zukünftige Bedürfnisse der Bewohnenden.

Produkt-Sharing

Worum geht es?

Produkte werden zur allgemeinen Nutzung angeboten. Hauptsächlich handelt es sich um Werkzeuge, Küchengeräte, Sportgeräte, Freizeitgeräte und Gartengeräte.

Umsetzung als „Schwarzes Brett“-App (Fallstudie ALLTHINGS): Das von früher bekannte „Schwarze Brett“ wird liegenschafts- oder quartierbezogen in einer App umgesetzt.

Umsetzung als Sharing-App (Fallstudie Sharely): Per nationaler oder internationaler Plattform wird Produkt-Sharing frei umgesetzt. In der Liegenschaft oder dem Quartier wird die Wahl der genutzten App bekannt gemacht. Eine Integration in das Areal-Intranet ist in Zukunft denkbar.

Umsetzung als Kleinanzeigen-App: Eine typische Kleinanzeigen-App wird durch die Mieterschaft in der Liegenschaft bzw. im Quartier definiert. Diese wird genutzt, um Produkte zu teilen.

Flächenressourcen

Gemeinschaftsschrank auf Stock, Schliessfächer, Sharing-Keller bedient oder unbedient.

Personalressourcen

Die Produkte werden herausgegeben:

- durch die Anbietenden selbst,
- per Schlüssel zum Schliessfach/Schrank,
- über eine separate Bedienung (ehrenamtlich).



Kontakte

Sharing-Verband: sharecon.ch

Blog: Shareable.net

Andere Umsetzungsbeispiele

Kleinanzeigen-App (Craigslis.com, USA)

Andere Ressourcen

Studien: GDI Sharity (39/2013)

Areal- und Sharing-App (ALLTHINGS | HOME)



Fallstudie

Das Angebot

ALLTHINGS | HOME ist ein Framework, das die einfache Erstellung einer App für eine Siedlung ermöglicht. Die Erlenapp auf dem 2000-Watt-Areal Erlenmatt-West in Basel ist ein Beispiel für eine solche Umsetzung.

Die App zentralisiert alle Daten von eingebauten Geräten, stellt Energieverbräuche dar. Sie ist aber auch ein Kommunikationsort von und mit der Hausverwaltung und zwischen den Bewohnenden untereinander.

Modular aufgebaut, as-a-Service angeboten

Mein Quartier: Notfallnummern, Immobilienverwaltung, Historie, 2000-Watt; **Meine Wohnung:** Benutzerhandbuch, Pflegehinweise, Garantien; **Mein Energieverbrauch:** Strom und Wasser, Differenz zum letzten Monat und zum Quartier; **Service Center:** Der Draht zur Immobilienverwaltung für Reparaturen, Störungen mit Zustandsmeldung; **Neuigkeiten:** Auf dem Laufenden bleiben im Quartier, Festen, Generelles; **Schwarzes Brett:** Ausleihen, Dinge verschenken, verkaufen ...; ÖV-Abfahrtstafeln

Rahmeninformationen

Kosten: Setup abhängig von den eingesetzten Modulen, Betrieb 1–2 CHF pro Wohnung pro Monat.

CO₂: Die App nutzt die bestehende Infrastruktur (Smartphones). Das Angebot selbst läuft als Software-as-a-Service in der Cloud. Besondere CO₂-Vorteile entstehen durch den Kleinanzeigen-Markt zum Verkauf von gebrauchten Gegenständen (Wieder-Nutzung) und über die Reduktion von benötigten Werkzeugen und z.B. Küchenutensilien via Sharing. Die Integration von Energiedaten speziell mit dem Vergleich zur restlichen Überbauung führt gemäss Studien zu bis zu 10% CO₂ Einsparung über Verhaltensänderung.

Konditionen für die Bewohnenden: Die Erstellungs- und Betriebskosten der App sind in den Miet- und Nebenkosten enthalten.

Heutiges Angebot

Umsetzungsbeispiele: erlenapp umgesetzt als Website. Video auf <http://www.erlenmatt-west.ch/>

Kontakt: Umsetzung basierend auf ALLTHINGS | HOME von qipp ag www.qipp.com, stefan@qipp.com Lange Gasse 8, CH-4052 Basel, +41 58 637 37 00

Alternativen: Einzelapplikationen wie Whatsapp, Sharely.ch, Mobility Carsharing, Viadi, sbb.ch

Beachtenswert

Planung: Die zu integrierenden Datenservices müssen mit entsprechenden Schnittstellen zur App ausgerüstet werden.

Bau: keine.

Betrieb: Operations der App werden von qipp.com als Software-as-a-Service angeboten.

Flächenressourcen: keine.

Personalressourcen: Die Informationen müssen von den entsprechenden Anbietern selbst eingepflegt werden. Je nach Einsatz führt dies zu einer Zeitersparnis auch im Bereich Papierdokumentation.

Mehrwert

Familien: Schneller Austausch von Informationen untereinander.

Erwachsene: Wer kann was ausleihen?

Senioren: Mit ALLTHINGS können sie am sozialen Leben auf zusätzliche Art teilnehmen und damit leichter das eigene soziale Netz im Areal erhalten.

Immobilienverwaltung: Vereinfachung der Arbeitsabläufe, damit Zeit und Kosten sparen.

Investor: Themen wie Nachhaltigkeit, urbanes Wohnen und Arbeiten, Energieverbrauch, soziales Netz, Umwelt miteinander in Verbindung bringen.

Ansprache der Nutzenden

per Infomappe: Ein A4-Blatt stellt die App vor.

am Brett/Lift: Newsfeed der App per Bildschirm anzeigen.

per Email: Ein täglicher Newsletter konsolidiert die wichtigsten Informationen von Quartier und Hausverwaltung und weist auf die App hin.

Nutzerbetreuung: Ältere Nutzende müssen in die Nutzung eingewiesen werden. Dies kann durch deren Kindern oder bei der Wohnungsübergabe geschehen.

Erfahrungen

Die App wird pro Bewohner und Bewohnerin durchschnittlich einmal pro Tag genutzt.

Kern dieses grossen Erfolges ist die Integration der Registrierung in den Vermietprozess. Hierdurch sind die Mietenden von Beginn an eingebunden.

Dass gewisse wesentliche Angebote des Areals ausschliesslich über die App genutzt werden können, trägt weiter zur Nutzung bei.

Besondere Aufmerksamkeit (und Clicks) erhalten typische emotionale Themen (z.B. verlorener Hund).

Die Menge von Telefonanrufen an die Verwaltung konnte um 90 % reduziert werden.



Produkt-Sharing-Plattform (Sharely.ch)



Das Angebot

Produkte werden zur allgemeinen Nutzung zwischen Privatpersonen angeboten. Jeder kann mieten und vermieten: Werkzeuge, Küchengeräte, Sportgeräte, Freizeitgeräte, Gartengeräte.

Im Angebot sind: z.B. Schneeschuhe, Bohrmaschine, Beamer, Kanu, Objektive, Kameras, Buttonmaschine, Mixer, Schlitten, Tipi Zelt, Labelmaschine, Stichsäge, Bohrmaschine, Raclette, Fondue-Set, Nähmaschine.

Die professionell betriebene Plattform bietet eine Versicherungslösung und schafft klare Buchungsverhältnisse zw. Mietenden und Vermietenden.

Produkte ausserhalb der Liegenschaft

Durch die Nutzung einer schweizweiten Website werden für die Bewohnenden auch Objekte gefunden, welche nicht direkt im Areal, aber evtl. in der Nähe vorhanden sind.

Rahmeninformationen

Kosten: Ein Prozentsatz des Umsatzes wird an den Betreiber von sharely.ch abgegeben, der Rest (80 %) wird dem Vermieter ausbezahlt.

CO₂: Sharely erlaubt weniger Produkte im Umlauf zu haben und diese stärker zu nutzen. Dadurch wird hauptsächlich weniger „graues“ CO₂ bei der Produktion ausgestossen. Der Ausleihvorgang mit kurzen Wegen (solange keine Autofahrt involviert ist) selbst hat keine wesentliche CO₂-Last.

Konditionen für die Bewohnenden: Sharely sieht keine besonderen Benutzergruppen vor.

Kontakt

team@sharely.ch

Ergänzungen

- Repair Café (z.B. Giesserei Winterthur).
- Brockenhaus, Brocante oder Rot-Kreuz-Laden.
- „Schwarzes Brett“-App (Qipp Erlenmatt).

Beachtenswert

Planung: Basierend auf dem Sharing-Konzept sind entsprechende Schränke oder Räume und deren Bedienung einzuplanen.

Bau: -

Betrieb: Bei erhöhten Ausleihzahlen (mehrere am Tag) könnte eine Bedienung notwendig werden, z.B. zu einer speziellen Zeit.

Ressourcen

Flächen: Produkte können in Gemeinschaftsschränken oder einem entsprechenden Raum aufbewahrt werden. Bei Sharely.ch werden die Objekte dezentral (bei den Privatpersonen) gelagert. Die verleihende Partei mag in einem Areal auch an attraktivem Ort (z.B. Café oder Rezeption) erreichbar sein.

Es ist vorteilhaft, wenn dieser Ort mit kurzen Wegen und für Personen von ausserhalb gut zugänglich ist.

Personal: Eine (evtl. ehrenamtliche) Bedienung kann die Sauberkeit und Unversehrtheit der Leihobjekte erhöhen.

Mehrwert

Für alle: Beim Einzug oder jedes Jahr einige Dinge abtreten, die man lange nicht mehr gebraucht hat.

Familien: Noch ein Schlitten mehr für die Freundin der Tochter. Ein Sportgerät ausprobieren, bevor man es kauft.

Familien interessieren sich im Speziellen über Abwechslung bei Spielsachen und Sportgeräten für Kinder.

Junge Erwachsene: Interessieren sich primär für Sportgeräte.

Erwachsene: Das besondere Objektiv für eine Fotosession benutzen. Benötigen Sportgeräte, Werkzeuge und Küchengeräte.

Senioren: Etwas Sinnvolles für die Gemeinschaft machen. Mit Leuten der Liegenschaft in Kontakt kommen.

Die Sachen abtreten, aus denen die Eigentümer herausgewachsen sind.

Ansprache der Nutzenden

am Brett/Lift: Die App ist unter den Werkzeugen für die Liegenschaft aufzuführen.

per Newsletter: Neue Angebote aus dem letzten Monat in der Liegenschaft oder in der Nähe werden beispielhaft gezeigt.

Nutzerbetreuung: Die Betreuung der Anbieter und Ausleiher wird über die Plattform sichergestellt.

Erfahrungen

Die hohe Menge an verfügbaren Objekten an einem Ort führte bereits mehrfach zu einer Initialzündung von Sharing in einem Quartier.

Im Besonderen nachgefragt sind Werkzeuge und Küchengeräte.

Nahrung

Worum geht es?

Nahrung mit besonders tiefem Energie- und CO₂-Footprint wird auf preislich attraktive Art im Areal angeboten.

Umsetzung Marktstand (Fallstudie „Burgunder“): Einmal die Woche bietet ein Marktstand Gemüse aus der Region.

Umsetzung Vertragslandwirtschaft (Lösungsansatz): Pro Woche wird eine Tasche Gemüse zum Depot auf dem Areal gebracht (z.B. im Café oder bei der Rezeption).

Bioladen (Fallstudie „BachserMärt“): Im Areal bietet ein Ladenlokal passender Grösse Gemüse und Kleinigkeiten zur täglichen Versorgung an.

Supermarkt: Umsetzung eines Supermarktes direkt in der Liegenschaft (z.B. Warmbächliareal, Bern; nur bei grösseren Überbauungen).

Genossenschaftliche Integration: mit einem landwirtschaftlichen Betrieb (z.B. geplant bei Nena1; als Vertragslandwirtschaft).

Genossenschaftliches Restaurant: Ein Restaurant im Areal ist durch seine Genossenschaft direkt in der Anwohnerschaft verortet.

Kontakte

Verband der regionalen Vertragslandwirtschaften:
<http://www.regionalevertragslandwirtschaft.ch>



CO₂: 31% CO₂ verursacht in Mittel-Europa die Ernährung. Dies teilt sich auf in 12% Fleisch und Eier, 5% Milchprodukte, 2% Gemüse und Früchte, 1% Weizenprodukte und Gebäck (Quelle: eaternity.ch, online menu Klimarechner).

Laut eaternity.ch lässt sich der CO₂-Fussabdruck der Ernährung leicht halbieren. Biolandbau reduziert diesen bereits um 80%, regionale Güter sind besser als globale Produktion, Eingeflogenes hat bis zu 90-mal höheren CO₂-Abdruck wie mit Schiff importierte Produkte, saisonale Gemüse sind besser als diejenigen aus dem Kühlhaus.

Fleisch verursacht 17-mal mehr CO₂ als vegetarische Ernährung. Laut WWF stammt beim Schweizer Konsumenten 28% der Umweltbelastung aus der Ernährung.

Die Landwirtschaft verursacht 14% der CO₂-Gesamtemissionen (Quelle: Zore Torinesi).

Vertragslandwirtschaft

Angebot

Frisches Biogemüse von einem bekannten Feld aus dem Umland des Areals wird einmal wöchentlich in ein Depot des Areals geliefert.

Das Gemüse entspricht der Saison. Verschiedene Packgrößen werden angeboten. Der Verbraucher ist in den Anbau involviert.

Organisation

Vertragslandwirtschaften sind häufig als Verein oder Genossenschaft organisiert. Ein neuer Ansatz von Nena1 ist, den Landwirtschaftsbetrieb organisatorisch direkt in der Wohnbaugenossenschaft anzugliedern.

Mehrwert

Der Verbraucher kennt die Herkunft des Gemüses. Über die Sortenvielfalt lernt man Neues kennen. Die saisonale Auswahl wird vom Profi getroffen.

Familien: Das Gemüse muss nicht mehr eingekauft werden, sondern landet ohne grosses Nachdenken im Depot. Die Arbeit auf dem Feld erlaubt die einfache Integration von Kindern.

Kinder und junge Erwachsene: Erleben ganz direkt den Lebenszyklus von Nahrung auf dem Land.

Erwachsene: Legen sich auf eine bestimmte Menge von Gemüsekonsum fest. Damit ist es über das Jahr leichter, diese auch zu konsumieren.

Senioren: Diese können sind durch die Mitarbeit auf dem Feld körperlich aktiv und können sich so sinnvoll in die Gemeinschaft einbringen und haben sozialkontakt.

Beachtenswert

Planung: Ein gut zugängliches Depot mit Kellertemperaturen ist zu planen.

Bau: Aufbau der Partnerschaft zu einer Organisation.

Betrieb: Die Organisation benötigt Zugang zur Depotfläche.

Flächenressourcen

Einfach befahrbare, besonders im Sommer kühle Stellfläche von ca. 1 Quadratmeter

0.5–1.6 Hektaren, je nach Mitgliederzahl.

Personalressourcen

Die Felder werden von 1–2 Gärtnern durch den Anbieter professionell betreut.

Anbieter

<http://www.mehalsgmues.ch>

<http://www.radiesli.org>

Verband regionale
Vertragslandwirtschaft RVL

regionalevertragslandwirtschaft.ch

Ansprache der Nutzenden: Die hauptsächliche Kommunikation erfolgt über die Website des Anbieters. Zusätzlich wird über einen E-Mail-Verteiler kommuniziert.

Betreuung der Nutzenden: Rückfragen werden über E-Mail beantwortet.

Rahmeninformationen

Kosten: Vertragslandwirtschaft: kleiner Gemüsekorb zu 20 CHF/Woche

CO₂: Der prozentual höhere Anteil an Gemüsekonsum versus Fleisch, die kurzen Wege vom Feld zum Depot und die Saisonalität des Gemüses reduzieren den CO₂-Footprint wesentlich (siehe Eternity.org).

Konditionen für die Bewohnenden: Teilnahme an einer Vertragslandwirtschaft involviert typischerweise auch eigene Mitarbeit.

Konsumentinnen und Konsumenten helfen an 5–8 Halbtagen pro Jahr. Der Immobilienbetreiber ist nicht involviert.

Erfahrungen

Der kleine Gemüsekorb ist für Einzelpersonen zu gross.

Nachdem die Ansiedelung eines Bioladens aufgrund des unattraktiven Umlandes nicht möglich war, betreibt meh-als-gmues.ch in Zürich Seebach eine eigene Landwirtschaft.

Einmal wöchentlich wird Gemüse von der Landwirtschaft per Velo und Velo-E-Anhänger zum Hunziker Areal transportiert.



Marktstand (Burgunder)



Das Angebot

Ein Marktstand bietet direkt auf dem Areal frisches biologisches Gemüse vom Bio-Bauernhof. Dies jeden Mittwoch 17.00–19.00 Uhr.

Der Marktstand ist im Rahmen eines wöchentlichen Märtkalenders mit 7 Lokationen in Distanzen bis 20 Kilometer vom Hof.

Die Vorteile

Regionale Wertschöpfung, saisonales Sortiment, eigene Herstellung, sehr hochwertige Produkte.

Rahmeninformationen

Kosten: Werden vom Anbieter getragen.

CO₂: Die direkte Nähe von Produktion zu Verkauf reduziert die Logistikwege. Die Saat- und Kulturpflege finden teilweise mit dem Pferd statt. Der Bauernhof produziert auf 1000 Quadratmeter Photovoltaikstrom für den Eigenverbrauch und das Netz.

Die direkt vor Ort produzierten Produkte reduzieren die Produktlogistik.

Konditionen für die Bewohnenden: Der Marktstand ist finanziell vollständig autonom. Aufgrund der hohen Wertschöpfungstiefe können für ein sehr hochwertiges Produkt attraktive Preise geboten werden.

Heutiges Angebot

Gemüse der Saison oder aus eigener Vorratshaltung, Brot, Konfitüre, Milchprodukte, Fleisch und Eingemachtes (95% aus eigener Produktion).

Kontakt

Biohof Zaugg, 031 761 00 57
<http://www.biohofzaugg.ch/maerit>

info@biohofzaugg.ch

Beachtenswert

Planung: Relevanz ab einer Arealgrösse von 150–200 Bewohnenden. Ein befahrbarer Standplatz von ca. 10 x 10 Meter ist vorzusehen.

Bau: Kontakt mit dem Quartierverein kann in dieser Phase bereits aufgenommen werden. Der Standplatz wird vorgeschlagen. Die Einzugszeitpunkte, Mietersegment und Personenzahlen können diskutiert werden.

Betrieb: Mit Vorteil übernimmt ein Haus- oder Arealverein den Kontakt direkt mit dem Anbieter.

Flächenressourcen: 100 m² im Zentrum des Areals befahrbar.

Personalressourcen: Lockeren Kontakt halten per Haus- oder Arealverein.

Mehrwert

Familien: Eltern können einkaufen, während ihre Kinder im eigenen Quartier spielen können.

Kinder / Junge Erwachsene: Kinder bekommen direkten Kontakt zum Produzenten. Beim Tag der offenen Tür können sie den Hof besichtigen. So verstehen sie früh, wo ihre Nahrung herkommt.

Senioren: Schätzen die persönliche Bedienung besonders. Auch auf spezielle Bedürfnisse kann eingegangen werden (z.B. Blinde). Die räumliche Nähe ist von besonderem Vorteil inklusive der entsprechend kurzen Wege. Sie treffen wöchentlich die gleichen Menschen vom Quartier am Stand. Der Stand ist Mittelpunkt für den sozialen Austausch. Rezepte können beraten werden.

Ansprache der Nutzenden: Die Wahl für das konkrete Angebot per Hausverein schafft eine breite Akzeptanz und eine gewisse Verantwortung für das Funktionieren des Angebotes.

Integration in das E-Mailing über den Hausverein ist wünschenswert.

Betreuung der Nutzenden: Die Nutzenden werden direkt am Marktstand beraten. Der Hof hat für seine Kunden verschiedene Veranstaltungen über das Jahr.

Erfahrungen

Mieter und Mieterinnen haben sich selbst für den Marktstand entschieden. Hauptgrund war der Wunsch nach persönlicher Betreuung und Beratung.

Das Quartier selbst hatte bereits ein Interesse an entsprechenden Produkten. Es trägt den Stand über die zusätzliche Nachfrage mit.

Die Produktauswahl wächst seit der Einführung stetig.

Die Kundschaft plant primär am Wochenende. Unter der Woche nimmt der Planungswille ab. Wocheneinkäufe reduzieren sich entsprechend.

Inwiefern sich dieses Angebot trägt kommt auf Anfahrtsweg (maximal 20–40 km sind sinnvoll), Quartierkonkurrenz und die Kaufkraft der Bewohnenden an.

Freitagabend ist der optimale Zeitpunkt. Der Marktstand kann zu einer Art Gemeinschaftsveranstaltung vor dem Wochenende avancieren (Oberfeld, Ostermundigen). Stressfrei und hochwertig für den Besuch vom Wochenende einkaufen.

Die Kommunikation über Rundmails der Hausvereine funktioniert sehr gut.

Bioladen (BachserMärit)



Das Angebot

Frisches Gemüseangebot am langen Tisch. Refillangebot ohne Verpackung mit über 50 Produkten. Eine bediente Theke mit Fisch- und Milchprodukten; Brot, Patisserie- und Konditoreiprodukte.

Abgerundet wird das Angebot durch eine Auswahl an Schweizer Biersorten von Klein- und Kleinstbrauereien.

Über Mittag bietet der Laden von Montag bis Freitag warme Speisen zum Mitnehmen an.

Am Abend finden regelmässig Abendkurse rund um die nachhaltige Produktion, die Verarbeitung und den Genuss von Lebensmitteln statt.
www.sobre-mesa.com

Kosten: Das Produktangebot ist entsprechend der sehr hohen Qualität eher im oberen Preissegment angesiedelt

CO₂: Der Footprint wird reduziert durch „nachhaltige Produktionsmethoden (Demeter, Permakultur), effiziente Transportwege, kein Wegwerfen von Lebensmitteln vom Bauern über den Handel bis in die Läden, sparsamen Energieverbrauch, die Reduktion von Verpackungen und das Recycling von Abfallprodukten“.

Spezialkonditionen der Liegenschaftsbetreiber für die Bewohnenden: Besondere Liefervereinbarung mit dem Grosshaushalt mit Sonderpreisen inklusive Konzept zu Zero-Waste.

Kontakt

BachserMärit Kalkbreite,
044 860 53 62,
<http://www.bachsermaert.ch>

Zusätzlich mögliche Angebote:
Option für Spielecke im Laden.

Andere Umsetzungen: Q-Laden,
WBG q-hof.ch

Beachtenswert

Planung: Auswahl eines Standortes mit guter Frequenz und passende Planung der Fläche in Absprache mit einem Anbieter.

Bau: Innenausstattung wird üblicherweise durch den Anbieter bewerkstelligt.

Betrieb: Der Betrieb wird durch den Anbieter gesichert. In kleineren Lokationen auch per assoziierten genossenschaftlichen Gruppen.

Flächenressourcen: Je nach Lokation z.B. 100 m² plus Lager.

Personalressourcen: ca. zwei Personen durch den Anbieter oder die Genossenschaft gestellt.

Mehrwert

Um die Wertschöpfung in der Landwirtschaft zu steigern, ist die Verbindung zwischen Stadt und Land von zentraler Bedeutung. Die Idee ist, die Grundversorgung im Areal und die Arbeitsplätze lokal und in der Landwirtschaft zu erhalten und die lokalen Produzentinnen und Produzenten zu stärken. Von der Website: „Ein erklärtes Ziel des BachserMärit ist ein respektvoller und nachhaltiger Umgang mit dem wertvollen Gut „Lebens-Mittel“.

Regionale, saisonale und naturbe-lassene Produkte haben im Bachser-Märit Vorrang, Frische steht im Mittel-punkt. Der BachserMärit fördert Manu-fakturen der Lebensmittelverarbeitung (Hofkäserei Rüebisberg, Dorfbäckerei Neu-hof Bachs usw.) sowie Betriebe der Lebensmittelverwertung und beteiligt sich an regionalen und nachhaltigen Initiativen der Landwirtschaft.“

Kinder: Es macht Spass, mit Refill Most und Milch zu „tanken“. Lebensmittel kann man hier ursprünglich sehen. Sogar die Produzenten können an einem Besuchstag kennengelernt werden.

Ansprache der Nutzenden: Geführt durch rundumkultur wird am runden Tisch mit allen Beteiligten (Produzent, Verarbeiterin, Ladenbetrieb, Kundin-nen und Kunden) gemeinsam über Gesamtentwicklungen, Zusammen-arbeit, Wertschöpfung, Preise, Solidarität, Teilhabe usw. beraten und verhandelt, woraus verbindliche Vereinbarungen entstehen.

Erfahrungen

Je nach Standort ist der Betrieb eines Bioladens schwierig abzubilden. Im Hunziker Areal konnte keine Organisation für den Betrieb gewonnen werden.

Slow Shopping mit wiederentdeckter Beziehung zwischen Kunden und Mitarbeitenden. Dies trifft auf besonderes Interesse bei der älteren Kundschaft.

Die Laufkundschaft und das weitere Einzugsgebiet um das Areal ist Kern für einen wirtschaftlichen Betrieb.

Abendveranstaltungen bringen eine gute Synergie zum Thema. Dies ist abhängig von einer flexiblen Ladeninfrastruktur.

Speiseangebot (Rösterei – Kaffee, Bar)



Das Angebot

Die Rösterei – Kaffee und Bar bietet jeden Mittag ein wechselndes Menu an. Täglich werden je ein vegetarisches und ein Fleischmenu angeboten.

Die Essensausgabe ist über einen Speiseausgabewagen bedient.

Küchen verschiedener Caterer alternieren über die Wochentage. Das Programm ist über die Woche stabil: Jahreszeitensuppen, thailändisches Curry, italienische Pasta und mediterrane Küche.

Seine besondere Anziehungskraft entwickelt die Rösterei durch ein spezielles Kaffeeangebot von ausgewählten Baristas.

Das Café selbst hat nur eine Bar, keine Kochküche. Die Lieferung erfolgt kurz vor Mittag.

Als Alternative werden auch Sandwiches und Salate angeboten.

Kosten

Die Preise betragen pro Menu 15 CHF inklusive Salat. Take-away wird zu 14 CHF geboten.

CO₂: Lokale, saisonale Zutaten werden zu einem günstigen Preis angeboten.

Ein Buffet-Angebot mit guter Planbarkeit der verkauften Menüs reduziert die Menge von übrig bleibendem Essen massgeblich. Das Kochen in grösseren Mengen erlaubt die professionelle Planung z.B. eine Nutzung von lokalen Produkten und saisonalem Gemüse.

Spezialkonditionen für Anwohnende: keine.

Kontakt

<http://www.roesterei.be>

Verschiedene Caterer als Lieferanten.

Andere Beispiele

Das „Hin & Weg“, Europastrasse Zürich, bietet verschiedene frisch angerichtete Salate sowie warme Paninos. Ein Menu wird nicht angeboten.

Der „Schichtwechsel“ in Liebefeld bietet zum Zmittag ein Menu und eine Suppe. Zusätzlich sind belegte Sandwiches und warme Paninos im Angebot.

Beachtenswert

Planung: Der mobile Speiseausgabewagen sollte gut bedienbar zu stellen sein.

Eine Nähe zum Veranstaltungsraum erlaubt ein zusätzliches Bespielen dieses Raumes.

Bau: -

Betrieb: Der Betrieb verlangt Professionalität. Planbarkeit der Menge an Essen erlaubt eine Reduktion der Kosten.

Flächenressourcen: z.B. 30 Plätze im Innenraum und ca. 20 Plätze aussen.

Sollte ein Angebot mit Selbstbedienung geplant sein, sind grössere Verkehrsflächen vorzusehen.

Personalressourcen: Wird bedient, sind zum Zmittag mindestens zwei Personen notwendig. Im Hintergrund führen zwei Personen die Gastronomie und das Team.

Mehrwert

Die Bewohnenden und Angestellte im Umfeld erhalten ein günstiges, geschmackvolles und hochwertiges Mittagsangebot zu einem günstigen Preis in attraktiver Atmosphäre.

Ansprache der Nutzenden: Über die Webseite wird Freitags das Wochenmenu publiziert.

Von Kommunikation über Email wird aufgrund des zusätzlichen Aufwandes wo möglich abgesehen.

Erfahrungen

Die Absatzplanung will gut eingestellt sein, um das finanzielle Risiko begrenzt zu halten.

Im Sommer ist die Menge der Essen durch die wetterabhängigen Terrassenplätze schwieriger zu planen.

Flexibilität wird im Sommer über zusätzliche Salate und Foccias, die selber gemacht werden können, erreicht.

Die Winterplanung ist aufgrund der begrenzten und wetterunabhängigen Fläche einfacher.

Zur Ergänzung werden abends thematische Events angeboten.

Auch Events für Externe werden gerne angeboten.

Hauptanziehung ist der exemplarisch gute Kaffee von auserlesenen Kleinbauern mit direktem Kontakt.

Restaurant Ida (Giesserei Winterthur)



Das Angebot

Aus der Vorstellung (ronorp.net): „Drei kleine Buchstaben, ein grosses Konzept: Das Genossenschaftsrestaurant Ida, kollektiv betrieben, legt in seiner Küche grossen Wert darauf, lokale saisonale Bioprodukte zu verwenden. Auch sein zweites Standbein, kulturelle Veranstaltungen von der Lesung über den Film- oder Spielabend bis hin zur Fotoausstellung, zeugt von einem glücklichen, wählerischen Händchen bei der Auswahl. Die Karte bietet sowohl dem eingefleischtesten Veganer (jop, ich bin mir der Ironie durchaus bewusst) als auch jedem Fleischtiger täglich Speisen, die ebenso gesund wie lecker sind.“

Beim Einzug in die Liegenschaft wurde das Restaurant Ida durch ein Kollektiv von 25 Personen betrieben.

Das Restaurant ist am Aussenrand des Giesserei-Areals gegenüber dem Eulachpark positioniert. Es bietet 60 Sitzplätze im Innenbereich auf 119 m² plus Küche. Im Aussenbereich werden 40–60 Plätze geboten.

Öffnungszeiten: Mo 17–23 Uhr / Di–Sa: 11–23 Uhr / So 10–22 Uhr

Kosten: ca. 4000 CHF Miete + 700 CHF Nebenkosten. Die Inneneinrichtung liegt bei zusätzlich 120'000 CHF, Pflichtdarlehen 50'000 CHF.

CO₂: Lokale, saisonale Bio-Küche in grösseren Mengen angerichtet.

Spezialkonditionen der Betreiber für die Bewohnenden: keine.

Kontakt: Therese Breitenmoser

theres.breitenmoser@gesewo.ch

052 214 04 85

Andere Umsetzungsbeispiele

Café Gästehaus Hunziker, durch einen sozialen Betrieb AOZ geführt.

Café Babek, Hin & Weg, Wohnzimmerbar, alle Kalkbreite.

Gemeinschaftsküche Karthago mit Saal und Anmeldung.

Beachtenswert

Planung: Nebst der Planung des Restaurants wird mit Vorteil konzeptionell für einen Grundumsatz aus dem Areal selbst gesorgt, z.B.

- als Frühstücks- oder Abendessensplatz eines Gästehauses
- als Mittags-Verpflegungsort für Büroangestellte
- mit Essensabo für die Anwohner (vergl. Gemeinschaftsküche)
- durch einen Mittagstisch für Anwohnerkinder,
- kulinarische Mitversorgung des Veranstaltungsraums.

Bau: Es ist zu entscheiden, inwiefern die Inneneinrichtung durch den Betreiber gestellt wird (üblich).

Betrieb: keine.

Flächenressourcen: ca. 300 m², aufgeteilt in Küche, Innenraum, Aussenraum und Lager. Sinnvollerweise verknüpft mit Veranstaltungsraum und/oder Gästehaus.

Personalressourcen: Angestellte

Mehrwert

Familien: Einen Café geniessen, während die Kinder im Park oder auf dem Spielplatz spielen.

Junge Erwachsene: Treffpunkt direkt am Park.

Erwachsene: Besonders gesundes und nachhaltiges Essen direkt vor Ort.

Senioren: Erhalten einen Mittagstisch mit sozialem Anschluss direkt im Mehrgenerationenhaus.

Nutzerbetreuung

Die Lokation ist gegenüber der Strasse am Ostende des Eulachparks.

Der Veranstaltungsraum ist angeschlossen. Gästezimmer und Spielplatz sind nicht in der Nähe.

Ansprache der Nutzenden

Über Facebook, Website, Google Maps und die einschlägigen Restaurantseiten für Winterthur und die Schweiz.

Erfahrungen

Im Angebot waren ein Mittagsmenu sowie à la carte am Mittag und Abend.

Die Umgebung der Lokation war zum Bezug noch wenig bebaut. 2016/17 werden weitere Wohnungen, eine Schule und eine Dreifach-Turnhalle fertiggestellt.

Die Küche und Bedienung wurde unter der Woche durch häufig wechselnde Mitarbeitende betreut.

Die Qualität lässt sich durch im Gastgewerbe erfahrene Mitarbeitende leichter halten.

Der Betrieb wurde nach knapp 2 Jahren aufgrund von zu geringem Umsatz geschlossen.

Flexibel mobil

Worum geht es?

Das Angebot im Areal trägt wesentlich zur Reduktion von Mobilität bei. Für die übrige Mobilität gibt es heute eine wachsende Breite im Angebot. Insbesondere der Transport von Gütern bedingt besondere Fahrzeuge in Einzelsituationen. Diese im Sharing anzubieten ist entsprechend besonders vorteilhaft.

Umsetzung mit ÖV: 2000-Watt-Areale sind allgemein mit sehr gutem ÖV-Anschluss konzipiert.

Ergänzung per Carsharing (Fallstudie „Mobility“): Carsharing bietet das Auto für die besonderen Anforderungen. Bei grösseren Arealen können auch spezielle Fahrzeuge angeboten werden.

Cargo-Bike-Sharing (Fallstudie „carvelo2go“): In Zusammenarbeit von Lösungsanbieter und lokalem Laden oder Café steht ein Cargo-Bike im Sharing zur Verfügung.

Umsetzung Mobilitätsstation: Erste Areale decken weitere Nischen ab. Speziell zu nennen sind Cargo-Velos, Einkaufswagen und Kinder- oder Lastenanhänger (Mobilitätsstation Hunziker Areal).

Kontakte

VCS.ch

Andere Umsetzungsbeispiele

Sharoo.com (Peer 2 Peer Car Sharing)

Catch-a-car (Basel).



Cargo-Velo-Sharing (carvelo2go)



Das Angebot

Elektrische Lastenräder (auch eCargo-Bikes) eignen sich dank der Ladefläche perfekt für den Transport von Kindern und Alltagsgütern.

Über [carvelo2go.ch](https://www.carvelo2go.ch) können stundenweise elektrische Lastenräder gebucht werden. Die Cargo-Bikes befinden sich an über die Stadt verteilten Stationen, wo sie von sogenannten „Hosts“ betreut werden. Hosts sind quartierbezo-gene Betriebe wie Cafés und Geschäfte, welche den Kunden die Schlüssel aushändigen und den Akku aufladen. Im Gegenzug können sie die Fahrräder während bestimmten Zeiten selber zu reduzierten Tarifen nutzen. Die Kunden bringen die Lastenräder nach dem gebuchten Zeitraum zum Host zurück.

Für Areale und Quartiere bietet carvelo2go die Möglichkeit für geschlossene Nutzerkreise für einzelne Fahrzeuge. In diesem Falle sind alle Parameter wie Tarifstruktur etc. frei wählbar. Das Areal unterstützt im Gegenzug bei der Finanzierung des Angebotes.

Kosten: Die Ausleihe wird mit einem degressiven stündlichen Tarif verrechnet; Die maximale Mietdauer beträgt 72 Stunden. Carvelo2go finanziert sich ausschliesslich aus diesen Stundentarifen. Für den Liegenschaftseigentümer entstehen keine Kosten. Aktuelle Preise finden sich auf der Website.

CO₂: Der Einsatz von Lastenrädern weist ein grosses Potential zur Substitution von Auto-Strecken auf. Studien zeigen, dass die Hälfte aller motorisierten Gütertransporte in europäischen Städten mit dem Cargo-Bike bewerkstelligt werden könnten. Zudem bieten sich Lastenräder als Alternative zum Auto beim Kindertransport an.

Konditionen für Bewohnende: Entweder kommt das reguläre Carvelo2go-System zum Einsatz oder ein für das betreffende Areal oder Quartier spezifisch angepasstes Modell.

Kontakt: carvelo2go
c/o Mobilitätsakademie
058 827 34 22
info@carvelo.ch

<https://www.carvelo2go.ch/>

carvelo2go wird aktuell in Bern und Basel betrieben. Weitere Städte sollen folgen.
<https://www.carvelo2go.ch/standorte/>

Beachtenswert

Planung: Abstellplätze einplanen; als Hosts kommen primär Einrichtungen mit möglichst langen Öffnungszeiten in Frage.

Bau: keine weiteren Infrastrukturen notwendig

Betrieb: Host und Wartungspartner identifizieren; Buchungsplattform über carvelo2go.

Flächenressourcen: Ein Cargo-Bike benötigt eine Abstellfläche von ca. 1 x 2.5 m, nach Möglichkeit an gut frequentiertem Standort. Mit Vorteil gedeckt und mit Zugang für das ganze Quartier.

Personalressourcen: Ladung und Ausgabe der Batterie sowie Übergabe des Schlüssels durch den Host; Wartung durch Velomechaniker oder Sozialwerk.

Mehrwert

Durch carvelo2go werden sowohl Transporte von privaten Haushalten wie auch von Betrieben unkompliziert und nachhaltig leistbar.

Familien: Bis zu zwei Kinder lassen sich im Cargo-Bike sicher zur Kinderkrippe, zum Kindergarten oder zur Schule fahren. Auch für Ausflüge ist das Cargo-Bike bestens geeignet.

Weitere Haushalte: Das Cargo-Bike ermöglicht einen komfortablen Transport von Alltagsgütern wie Einkäufen.

Betriebe: Die Hosts und weitere Kleinbetriebe nutzen das Cargo-Bike für Materialtransporte, Ent- und Versorgungsfahrten und Kundenlieferungen.

Kanäle der Ansprache

Standort: Das Cargo-Bike steht bestenfalls sehr prominent im Hauptzugangsbereich der Liegenschaft oder an anderen gut frequentierten Bereichen.

Infomappe: Auf das Angebot sollte beim Einzug per Informationsmappe aufmerksam gemacht werden.

Nutzerbetreuung: Die Nutzenden werden primär an den Ausleihstellen von den Hosts betreut. Bei speziellen Fragen oder technischen Problemen steht der Betreiber der Plattform mit einer Hotline zur Verfügung.

Erfahrungen

carvelo2go konnte mit grossem Zuspruch von Nutzenden lanciert werden. Die Ausleihzahlen lassen auf eine grosse Nachfrage nach mietbaren Cargo-Bikes schliessen.

Das Konzept mit „Hosts“ bewährt sich und funktioniert reibungslos. Innerhalb kurzer Zeit konnten überall Betriebe gefunden werden, die bereit waren, das Hosting eines Cargo-Bikes zu nutzen.

Cargo-Bike-Hosting ist möglich und interessant für Ladenlokale aus ganz unterschiedlichen Branchen. Bereits sind Bäckereien, Bars, Cafés, Buchhandlungen, Bioläden und Apotheken vertreten.

Das Konzept stösst bereits bei Städten und Arealen auf weiteres Interesse.

Im Gegensatz zum klassischen Bikesharing, das sich oft mit dem Vorbehalt konfrontiert sieht, ob in der velofahrenden Schweiz genug Nachfrage vorhanden ist, ist der Nutzen beim eCargo-Bike-Sharing leichter ersichtlich: Lastenräder sind eher Zweiräder und hochpreisig. Die Bedarfssituationen sind häufig nicht täglich und nicht durchgehend über den Tag.

Car-Sharing (mobility@home)



EnergieSchweiz für Gemeinden



Das Angebot

Ein Fahrzeug von Mobility steht direkt auf dem Areal zur Verfügung. Mietende erhalten eine kostenlose Mitgliedschaft. Bewohnende haben Zugriff auf 2800 Autos in der gesamten Schweiz an 1500 Standorten.

An der Rezeption: Als zusätzlicher Service können von der Liegenschaft Kindersitze zur Verfügung gestellt werden.

Extra: Bis zu 10% Reduktion bei ausgewählten Mietwagenfirmen (z.B. Hertz Europcar) mit Buchung über www.mobility.ch.

Deal für den Liegenschaftsbetreiber: Komplette Mobilitätslösung mit jederzeit einsatzbereiten und einwandfrei gepflegten Fahrzeugen.

Die Zahl der Parkplätze kann reduziert werden (Sparen von Baukosten).

Mehr Flexibilität bei der Bereitstellung von Frei- und Grünflächen.

Vermarktungspotential der Wohnüberbauung erhöht sich durch das Angebot.

Rahmendaten

Kosten für die Bewohnenden: ab 2.80 CHF/Stunde + 0.5 CHF/km.

CO₂: Ein Mobility-Auto ersetzt 10 Privatautos (Interface-Studie 2011). Die CO₂-Reduktion ist wissenschaftlich erwiesen. Mobility: „Jeder Carsharer stösst pro Jahr 298 kg weniger CO₂ aus als ein Privatautobesitzer“

Spezielles Angebot / Miete: Liegenschaft bezahlt je nach Fahrzeugkategorie 19'000 bis 21'000 CHF pro Jahr pro Fahrzeug; das Mobility-Abo selbst ist für alle Bewohnenden gratis; 75% der Fahrtenumsätze gehen als Kickback an die Liegenschaftsbetreiber.

Kontakt

Mobility Genossenschaft
mobility@home, Hr. Bösigler
www.mobility.ch/athome
 0848 824 812
business@mobility.ch

Umsetzungsbeispiele: Sunnige Hof Zürich, Ceres Living, Pratteln, Neugrün, Mellingen

Alternative: Den Bewohnenden das Privat-Mobility-Angebot im Verkaufsprospekt nahelegen. Parkplatz für Mobility zur Verfügung stellen.

Beachtenswert

Umzonung: Kontaktaufnahme mit Mobility.

Planung: Vorsehen gut positionierter, möglichst oberirdischer und öffentlich zugänglicher Parkplätze. Dimensionierung des Parkraumes direkt mit Mobility besprechen. Car-Sharing-Plätze nach Menge im Konzept ausweisen. Zuleitung für spätere Elektrifizierung vorsehen. Für grössere Areale evtl. mehrere Parkplätze an verschiedenen Orten, besonders bei zusätzlicher Gewerbenutzung.

Bau: Zuleitung für Elektrifizierung des Parkplatzes bauen.

Betrieb: durch Dienstleister

Flächenressourcen: Je nach Quartierintegration höhere Nutzung und Parkplatzbedarf. Den Parkplatz bestenfalls allgemein zugänglich und sichtbar platzieren, um Nutzung durch Dritte zu ermöglichen.

Personalressourcen: Jährliche Abrechnung von Mobility betreuen.

Mehrwert

Bis zu 4000 CHF/Jahr an Autokosten pro Familie sind zu sparen. Relevant vor allem für Bewohnende, die unter 10'000 km/Jahr mit dem eigenen Auto fahren und die Arbeitsstelle gut mit ÖV erreichen können.

Kinder: Kleinbusse können für Kita-Ausflüge oder für Schulbus-Anwendungen geboten werden. (Mobility hat maximal 7-Plätze)

Familien: Kindertransport komplementär zum Veloanhänger.

Junge Erwachsene: Machen mit Mobility gleich zu Beginn die Erfahrung, dass es günstiger ohne Besitz eines Autos geht; spezielles Angebot „Mobility for Learners“

Senioren: Rollstuhlgerechte Fahrzeuge können als Zusatzfahrzeuge angeboten werden.

Nutzerbetreuung: Die Nutzenden werden vom Service-Anbieter betreut. Der Service kann über die App, die Website oder per Telefon bestellt werden. Support steht per Telefon und E-Mail zur Verfügung.

Ansprache

am Standort: Gute Sichtbarkeit der Fahrzeuge unterstützt die Vermarktung.

per Infomappe: In der Infomappe der Liegenschaft sollte ein Blatt auf Mobility und evtl. besondere Bedingungen aufmerksam machen.

am Schwarzen Brett: Im Lift oder am Schwarzen Brett sollte auf den Mobility-Carsharing-Service aufmerksam gemacht werden.

Erfahrungen: mobility@home wurde in Zusammenarbeit mit Bauprojektentwicklern konzipiert. Parkplätze im urbanen Gebiet sind teilweise schwierig zu vermieten/verkaufen und werden von Investoren heute als Risiko betrachtet. Durch die Reduktion des Parkraums können Investitionen und Risiko reduziert werden.

Die Situation bezüglich Parkplatzzwang ist je nach Kanton sehr unterschiedlich. In einzelnen Kantonen wird noch eine fixe Minimalanzahl pro Wohneinheit vorgeschrieben, in einer steigenden Zahl von Kantonen kann jedoch bei Vorliegen eines nachhaltigen Mobilitätskonzepts zum Teil erheblich von dieser Minimalmenge abgewichen werden. Mit Behörden können die positiven schweizerischen Beispiele besonders gut anhand des jeweiligen Mobilitätskonzeptes diskutiert werden.

Das mobility@home-Angebot sollte bereits mit der Wohnungsdokumentation mitgegeben werden. So können Neumieter früh einen Entscheid zum Verzicht auf Zweit- und Erstwagen treffen. In Liegenschaften mit mobility@home ist die Nutzung von Carsharing um ein Vielfaches höher als im Schweizer Durchschnitt.

Meine Wohnung «atmet»

Worum geht es?

Wie ist es möglich, auf Fläche in der eigenen Wohnung verzichten zu können und gleichwohl eine grosse Flexibilität zu haben für den Besuch der Grosseltern, für Home-Office etc.?

Umsetzung als Pension (Fallstudie „Gästehaus Hunziker“): Ein Zimmer mit oder ohne Dusche/WC und ein Frühstück im Areal-Café.

Umsetzung mit Coworking Space (Lösungsansatz): Für Home-Office keinen zusätzlichen Raum mieten müssen, sondern sehr günstig im Areal einen geteilten Arbeitsplatz beanspruchen können.

Umsetzung Gästezimmer (Giesserei Winterthur): Ausschliesslich für interne Nutzung, mit Eigenreinigung.

Umsetzung Joker-Zimmer: Das Zimmer ist unabhängig von den Wohnungen auf dem gleichen Stock. Es ist auch zur Langzeitmiete vorgesehen. Bad/WC bzw. Kitchenette sind nicht vorhanden.

Alternativen: Wohnungen werden mit „Schaltzimmer“ geplant (Zimmer neben der Wohnung, das durch eine zusätzliche Türe oder einen Durchbruch erschlossen wird).

Kontakte

Verband Coworking Schweiz:
<https://www.coworking.ch/>,
info@coworking.ch

Andere Ressourcen

<http://www.AirBnB.com>,
<http://www.swisshostels.com>



Gästehaus (Hunziker Areal)



EnergieSchweiz für Gemeinden



Das Angebot

Es werden 20 Einzel-, Doppel- und Familienzimmer geboten. Für Gäste der Bewohnenden gilt ein wesentlich reduzierter Tarif ohne Frühstück.

Die Zimmer werden unter der Woche komplementär an Geschäftsreisende und Wochenaufenthalter vermietet.

Die Rezeption ist von 7–19 Uhr geöffnet.

Im Angebot sind: 2 Einzel-, 16 Doppel- und 2 Familienzimmer. Alle Zimmer sind ausgestattet mit Dusche/Bad, WC, Fön, Tablet-PC, WLAN.

Kosten: für Externe

	1 Nacht	2-3 Nächte
Einzelzimmer	ab 105	ab 95
Doppelzimmer	ab 160	ab 150
Familienzimmer	ab 230	ab 220
Zusätzliche Person	45	45

Bewohnende erhalten reduzierte Tarife, z.B. für EZ: 65 CHF / DZ: 90 CHF.

CO₂: Funktion für Gäste der Bewohnenden. Das Belegungsreglement zwingt dazu, auf Gästezimmer in den Wohnungen zu verzichten.

Spezialkonditionen der Liegenschaftsbetreiber für die Bewohnenden:
ca. halber Preis für Buchungen durch Bewohnende.

Kontakt: Rezeption Hunziker Areal,
<http://www.mehralswohnen.ch/gaestehaus.html> +41 44 325 40 45

Alternativen

Pension Kalkbreite

Gästezimmer in der Giesserei
(ausschliesslich intern)

Beachtenswert

Planung: Für einen finanziell erfolgreichen Betrieb ist eine komplementäre Nutzung unter der Woche (z.B. Geschäftsreisende oder Wochenaufenthalter) einzuplanen. Zentral ist die Positionierung als Gästehaus (kein 3-Sterne-Hotel).

Bau: keine

Betrieb: Rezeption und Zimmerreinigung müssen professionell organisiert werden.

Flächenressourcen: Die Zimmer entsprechen bezüglich Ausstattung und Grösse Hotelzimmern. Zusätzliche Serviceflächen müssen nicht einkalkuliert werden. Nähe zum Café/Restaurant und zur Rezeption sind sinnvoll.

Personalressourcen: Die Rezeption ist von 7 bis 19 Uhr besetzt zu halten. Die Zimmer müssen professionell geputzt und instand gehalten werden.

Mehrwert

Die Verwandtschaft kann zu attraktiven Preisen auch mehrtägig in der Nähe der eigenen Wohnung einquartiert werden.

Am Wochenende vergrössert sich die eigene Wohnung für den Besuch massgeblich. Trotzdem müssen keine ungewünschten Services mitbezahlt werden.

Frühstücken können/dürfen die Gäste trotzdem in der Wohnung der Bewohnenden.

Ansprache der Nutzenden: Die Belegung des Gästehauses wird professionell über eine eigene Website gemanaged.

Das Angebot ist auch über einschlägige Buchungs-Websites wie <http://www.booking.com> verfügbar.

Erfahrungen

Die Ausstattung wird von den Nutzenden so angenommen. Das „Weniger“ an Services wird gut akzeptiert. Die Öffnungszeiten der Rezeption sind ausreichend.

Das Gästehaus ist finanziell eigenständig.

Es ergibt sich eine sehr gute komplementäre Nutzung von Geschäftsreisenden Mo–Do und Auslastung für Besuch Fr–So.

Die Auslastung liegt bei ca. 90%.

Familienzimmer werden von Firmen nicht nachgefragt. Diese sind entsprechend ein natürlicher Puffer für kurzfristige Anfragen von Gästen der Bewohnenden, sollten alle anderen Zimmer ausgebucht sein.

Die Familienzimmer werden von Besuchenden gleichwohl gut nachgefragt.

Bisher mussten keine Regeln eingeführt werden, um die Priorisierung von Gästen der Bewohnenden durchzusetzen.

Coworking Space

Das Angebot

Bewohnende können auf gemeinsamer Fläche zusammen arbeiten. Arbeitsplätze sind fix oder shared zu mieten. Bezahlt wird als Abo pro Monat oder pro einzelnen Tag. Angeboten werden WLAN, Drucker, Kopierer, Strom, Licht.

Kündigungsfrist für Abos ist 30 Tage.

Ansätze zur Organisation

- Privatwirtschaftlich organisiert (Effinger, Bern).
- Aus dem Hausverein heraus als Arbeitsgruppe organisiert (Hunziker).
- Von der Genossenschaft organisiert (Kalkbreite Flex-Räume).
- Im Café ohne Organisation, zusätzlich evtl. Räume für Meetings, Veranstaltungen, etc.

Mehrwert

Familien: Erziehungspersonen wollen arbeiten können und dabei die Kinder im Spielzimmer (z.B. durch eine Scheibe) beobachten.

Junge Erwachsene: Wollen einen sehr günstigen Ort, wo sie von Älteren lernen können, wie sie ein eigenes Geschäft betreiben.

Selbstständige: Suchen einen Ort, um ihr Geschäft zu betreiben.

Angestellte: Suchen einen Ort für Home-Office, wo Technik zur Verfügung steht und zusätzlich noch soziale Interaktion stattfindet. .

Nötige Infrastruktur für alle: WLAN, Drucker, Kopierer, Café Treffpunkt, Meeting-Räume

Beachtenswert

Planung: Flächen sind zu planen mit Vorteil in der Nähe anderer Dienstleistungsflächen, dem Café, möglichen Meetingräumen, Veranstaltungsräumen.

Bau: Bei Betonkonstruktionen ist die WLAN-Versorgung speziell in der Qualität zu sichern.

Betrieb: Miete und Schlüsseldienst über Rezeption/Hauswart.

Alternativen: Coworking Spaces: Urbanfish (Bern-City), Impact Hub (Zürich), Effinger (Bern-City) mit Café-Bar.

Flächen: 4% Arbeitsplätze auf Anzahl Bewohnende. Stellflächen für abschliessbare Rollkuben sind vorzusehen.

Personalressourcen: Die Verwaltung kann erledigt werden von

- Hauswart/Rezeption/Café,
- einem in der Liegenschaft angesiedelten Dienstleistungsunternehmen,
- einer Arbeitsgruppe/ Quartiergruppe oder Verein.

Anbieter: Coworking-Anbieter sind in jeder Stadt zu finden. Diese haben häufig ein Interesse an weiteren Flächen. Der Verband coworking.ch bietet entsprechende Kontakte.

info@coworking.ch

www.coworking.ch

Ansprache der Nutzenden

Die Nutzenden werden primär über die Website des Angebotes angesprochen. Belegung wird häufig über Informatik-Tools wie Google-Kalender organisiert.

Nutzerbetreuung

Eine Ansprechperson ist an der Rezeption / im Sekretariat für den Coworking Space verfügbar und sorgt für den reibungslosen Ablauf der Nutzung von geteilten Ressourcen wie Drucker und Meeting-Räumen.

Kosten: Die Kosten der Fläche entsprechen dem Gewerbeangebot. Zusätzliche Kosten für WLAN, Strom, Lichtausrüstung und das Handling von Drucker/Kopierer. Abos bezahlen das Handling als einmaligen Aufpreis.

Preise: Pro Sitzplatz:
Drop-in 15–50 CHF/Tag; Fix Desk, Schliessfach/Unterschrank 150 CHF/Monat (Kalkbreite); 420 CHF/Monat (Bern City).

CO₂: Raumsuffizienz: 2000-Watt-Gebäude haben eine CO₂-Effizienz pro Quadratmeter. Weniger Quadratmeter pro Kopf schlagen sich direkt in einer positiven CO₂-Intensität des Wohnens nieder. Werden Coworking-Optionen vor Ort angeboten, erlaubt dies den Bewohnenden, auf zusätzliche Bürozimmer in der Wohnung zu verzichten.

Erfahrungen

Der Bedarf wird teilweise unterschätzt.

Im Hunziker Areal wird ein Jahr nach Bezug der Quartiergruppe die Einrichtung eines Coworking Spaces in einem Gemeinschaftsraum vorbereitet.



Zukünftige Bewohnende nennen ihren Bedarf

Worum geht es?

Innerhalb einer jungen Gruppe von Genossenschaftsmitgliedern wurde eine Umfrage durchgeführt. Ca. 33% haben teilgenommen. 87% der Teilnehmenden sind zwischen 30 und 70 Jahre alt (pro Jahrzehnt 31-40: 43%, 41-50: 12%, 51-60: 20%, 61-70: 12%). Männlich zu weiblich war mit 55%/45% nahezu ausgeglichen. Alle Werte sind zugunsten der Übersichtlichkeit gerundet.

Was für eine besondere Nahrungsversorgung wünschst du dir im Areal?

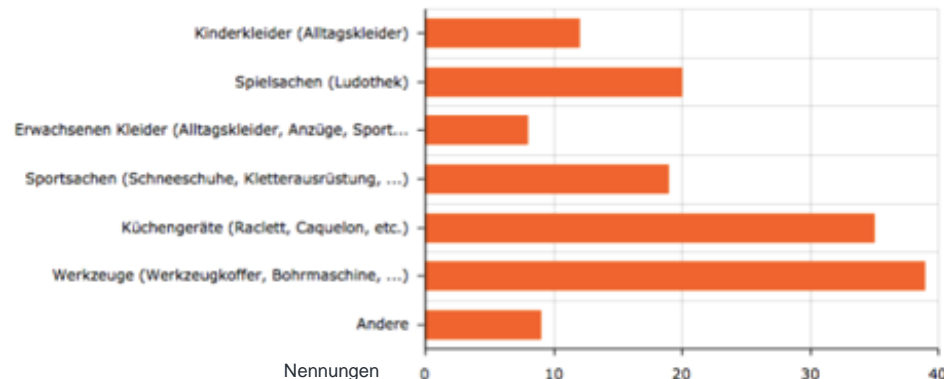
Genossenschaftsladen 40%, Vertragslandwirtschaft mit Depot im Areal 40%, Marktstand am Samstag 13%, Bioladen 7%.

Was ist dir besonders wichtig, im Areal kaufen zu können?

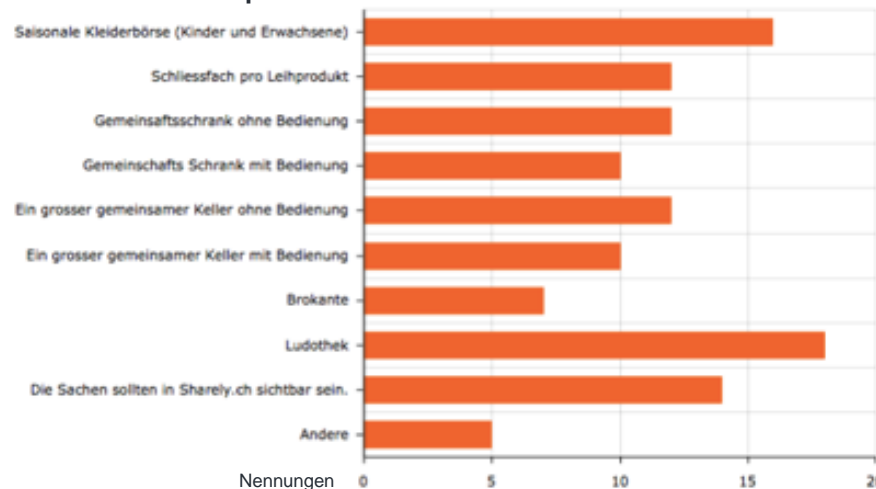
Frische Nahrungsmittel 36%, Gemüse aus der eigenen Vertragslandwirtschaft 22%, alle Nahrungsmittel 18%, eine Auswahl aus dem gesamten Bedarf 18%, andere 7%.

Welches Essensangebot wünschst du dir im Areal? Zur Information: Bei einem "Essens-Abo" sagst du für eine bestimmte Anzahl Essen pro Woche zu. Damit kann leichter geplant werden und weniger Reste müssen entsorgt werden. 93% präferieren ein professionelles Essensangebot. Buffet im Café (14 CHF im Abo) 35%, sehr günstiges Buffet im Café (10 CHF im Abo) 23%, Gemeinschaftsküche bei Mithilfe (21 CHF für 3-Gänger im Abo) 19%, normales Mittagmenü und à la carte 16%. Die Abo-Essen würden zu je 41% 1-mal bzw. 3-mal die Woche eingenommen werden.

Welche Art Produkte würdest du gerne in einem Sharing nutzen?



In welcher Art sollte das Produkte-Sharing am besten organisiert sein? Was sind deine 4 Top-Wünsche?



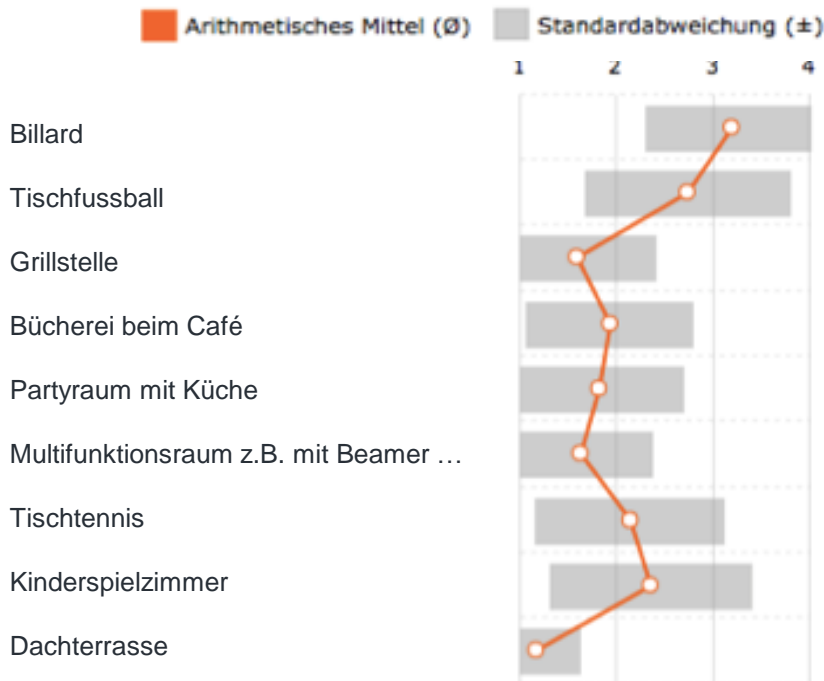
75% der Bewohnenden sind bereit, 50 CHF/Monat zusätzlich zu bezahlen

Wenn du manchmal Home-Office hast, dein Büro machst oder selbstständig bist, wie willst du am liebsten arbeiten? Am Schreibtisch in meinem Schlafzimmer 12%, Bürozimmer in meiner Wohnung (soweit das geht) 7%, im Areal-Café (ausserhalb der Essenszeiten) 5%, in Coworking Räumen im Gewerbebereich des Gebäudes (mit abschliessbarem Roll-schrank für mich) 62%, irgendwo im Areal 14%.

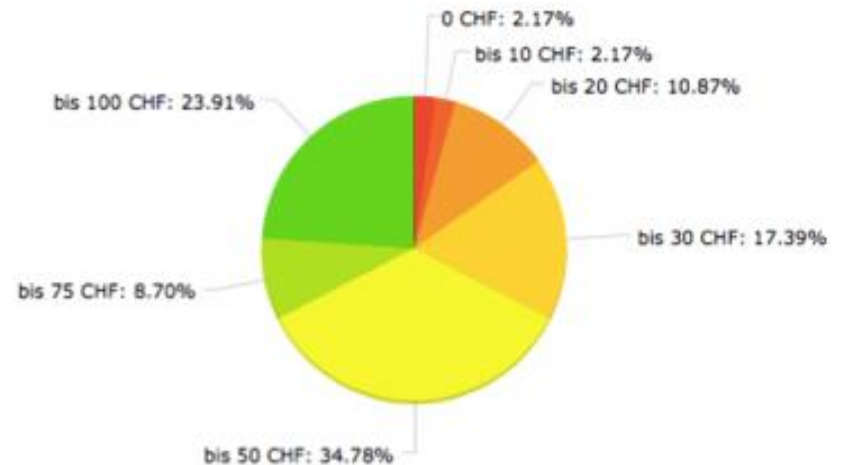
Von welchem der folgenden Angebote würdest du Gebrauch machen? Zum Beispiel wenn du Besuch hast, deine Kinder über das Wochenende kommen oder deine Familie wächst.



Welche Freizeitaktivitäten wünschst du dir auf dem Gelände nach Rangfolge?



Wie viel mehr bist du bereit pro Monat für das Sharing-Angebot zu zahlen? (auf Basis einer Warmmiete von 1000 CHF) *



Impressum

Auftraggeber:

Bundesamt für Energie BFE
ES / Sektion Gebäude
CH-3003 Bern
www.bfe.admin.ch

Kofinanzierung:

MojaConsult GmbH

Auftragnehmer:

MojaConsult GmbH
Wabersackerstrasse 105
3098 Köniz

Autor:

Olaf Zanger,
MojaConsult GmbH – Cleantech Consulting.

Für den Inhalt und die Schlussfolgerungen sind ausschließlich
die Autoren dieses Berichts verantwortlich

Projektbegleitung:

Ricardo Bandli,
BFE / EnergieSchweiz, Sektion Gebäude,
Heinrich Gugerli,
Projektleitung 2000-Watt-Areale
Thomas Blindenbacher,
Leitung Fachstelle 2000-Watt-Gesellschaft

Titelbild: Zürich West Puls 5 © Hochbauamt Zürich