

**Zeitschrift:** Hochparterre : Zeitschrift für Architektur und Design  
**Herausgeber:** Hochparterre  
**Band:** 24 (2011)  
**Heft:** [4]: Möbel & Räume : ein Rundgang durch die Schweizer Wohngeschichte

**Artikel:** Fünf Wohnbilder : ein Dokumentarfilm zeigt, wie Menschen in der Schweiz wohnen  
**Autor:** Schumacher, Christina  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-287104>

### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

### **Conditions d'utilisation**

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

### **Terms of use**

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

**Download PDF:** 17.04.2026

**ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>**

# FÜNF WOHNBILDER Ein Film zeigt, wie die Schweizerinnen und Schweizer wohnen, und vergleicht diese Realitäten mit Träumen, die die Werbung schürt.

**Text: Christina Schumacher, Filmstills: Memox**  
Erst in der Mitte ihres Lebens lernte die heute hochbetagte Ordensschwester Soeur Gabrielle die Segnungen eines eigenen Zimmers kennen: «Früher haben wir zu sechst in einem Zimmer gewohnt», schildert sie die Verhältnisse bis Ende der Fünfzigerjahre – zu einer Zeit, als die häusliche Intimität für die meisten Schweizerinnen und Schweizer eine Selbstverständlichkeit war. Noch heute scheint die Schwester der Intimität privater Räume nicht ganz zu trauen. «Die Wände haben Ohren», kommentiert sie ihre entwaffnend aufrichtige Erzählung einer entbehrungsreichen Lebensgeschichte. Zu sehen und zu hören ist sie im Dokumentarfilm von Roman Droux. Der Filmemacher hat sechs Haushalte aufgesucht und die dort wohnenden Menschen porträtiert. Dabei suchte er nach aussergewöhnlichen Fällen, um die Vielfalt zeitgenössischer Wohnsituationen abzubilden. Gemeinsam ist den Porträtierten, dass sie ihre privaten Räume und das Leben darin durchlässig gegenüber der öffentlichen Sphäre gestalten. Sie stehen damit in Kontrast zu den Bildern gegenwärtigen Wohnens, wie sie in der Werbekampagne einer im Hypothekengeschäft verankerten Kantonalbank entworfen werden. Darin werden leitbildartige Wohnsituationen visualisiert: Das Wohnen wird zwar als Ausdruck verschiedenartiger Lebensstile in der pluralisierten schweizerischen Gesellschaft inszeniert. Dessen dezidiert privater Charakter dagegen wird ungebrochen zelebriert.

**HORT DER FAMILIE?** Die Privatisierung des Wohnens gehört zu den zentralen Errungenschaften des bürgerlichen Zeitalters. Das private Wohnzimmer assoziieren wir mit bürgerlichem Familienidyll. Diese Vorstellung gründet in einem Prozess, der Mitte des 18. Jahrhunderts einsetzte. Die ehemals zu verschiedensten Zwecken genutzte Stube entwickelte sich zum zentralen Wohnraum, in dem sich die Familie in ihrer arbeitsfreien Zeit konstituiert. Das Leitbild sitzt so tief, dass es bis heute wirkt. So auch in der Werbekampagne: An einem heiteren Sommertag beobachten wir eine Zweikindfamilie. Der Fokus liegt auf dem Wohnzimmer mit grosszügiger Fensterfront und ebenerdigen Ausgang zum privaten Gartensitzplatz. Die beiden Kinder wachsen in einer Umgebung mit viel Holz auf. Vater und Mutter sind in inniger Verbundenheit den Aktivitäten von Sohn und Tochter zugewandt. Die über den Boden verstreuten

Schulutensilien deuten darauf hin, dass es sich um einen Wochentag handelt. Mit Ausnahme der ökologisch bewussten Materialwahl weist das Bild keinerlei Bezug zu einer öffentlichen Sphäre auf. Weder sind Spuren beruflicher Arbeit oder häuslicher Verrichtungen der Eltern zu erkennen, noch entsteht der Eindruck, hier würden nachbarschaftliche Beziehungen gepflegt. Diese Familie scheint sich selber zu genügen.

Auch im Porträt der Familie Kiakanua, die vor dreizehn Jahren aus Angola in die Schweiz einwanderte, werfen wir einen Blick ins akkurat hergerichtete Wohnzimmer. Es ist das Reich von Madame Kiakanua. Die Familie lebt mit ihren Kindern auf engem Raum, im Block. Es ist das Hochhaus im Berner Murifeld mit seinen unterschiedlichen Kulturen, die für alle Familienmitglieder lebenswichtig sind. Während die drei Kinder das Quartier als zweite Familie bezeichnen, bewahrt die grosse Hausgemeinschaft Madame Kiakanua vor Fremdheitsgefühlen: «Für mich als Afrikanerin sind Nachbarn wichtig. Wir leben in der Gemeinschaft, nicht alleine.» Doch die Jahre in der Schweiz sind nicht spurlos vorübergegangen. Madame Kiakanua gesteht: «Wenn ich wählen könnte und die Mittel hätte, würde ich aber nicht im Block, sondern in einem Haus wohnen.»

**KEINE VERSCHLOSSENE TÜR** Diesen Traum haben sich Anne und Christian mit ihren drei Jungs Louie, Cid und Jim im Do-it-yourself-Verfahren verwirklicht. Ihr Haus in der ehemaligen Wagenburg Zaffaraya am Stadtrand von Bern ist wie das Eigenheim der Werbekampagne aus Holz gefertigt. Christian hat es auf Abbruchbaustellen zusammengesammelt. Das ist nicht nur ökologisch, sondern auch billig und trägt dazu bei, dass die Familie mit wenig Erwerbsarbeit über die Runden kommt. So bleibt mehr Zeit für die Kinder. Auch für Anne und Christian ist das Wohlergehen der Kinder ein zentrales Anliegen. Dennoch privatisiert die Familie, deren Haus «keine Türen hat, die man abschliessen kann», keineswegs. Dagegen spricht nicht nur die sozial dichte Lebensweise im Zaffaraya, sondern auch der provisorische Charakter der noch immer nicht legalisierten Siedlung. «Wir wissen, dass wir das vielleicht alles einmal abreißen müssen. Das muss man aushalten können, sonst kann man hier nicht wohnen.»

Ist die Öffnung des Privaten ein Phänomen, das nur in den unteren Schichten der sozialen Rangordnung zu beobachten ist? Dies würde erklä-

ren, dass sich in einer Werbekampagne für das Hypothekengeschäft keine Spuren davon finden, hat sie doch ein höheres Einkommenssegment im Auge. Dem widerspricht aber das Porträt des Schlossbesitzers Matthias Steinmann. Es zeigt, dass selbst ein teurer Privatbesitz nicht zwingend mit Privatisierungstendenzen verbunden ist. Matthias Steinmann empfindet sich weniger als singulärer Besitzer des dreihundertjährigen Berner Landschlösschens denn als ein «Glied in einer Kette». Die Lebensart als Schlossbesitzer verbindet er mit der Verantwortung gegenüber der Öffentlichkeit: Es gilt, das Haus historisch korrekt einzurichten. Steinmann unterscheidet denn auch zwischen den wenigen, ausschliesslich privat genutzten Räumen, in denen sich das Alltagsleben abspielt, und dem musealen, öffentlich zugänglichen Teil des Anwesens.

**VARIANTEN DER PRIVATHEIT** Mit grosser Selbstverständlichkeit unterlaufen die sechs Kinder der Bauernfamilie Burri in Droux' Porträt die Trennung von privater und öffentlicher Sphäre. Die Zuweisung des Privaten an die Innenräume und des Öffentlichen an die Aussenräume war schon im bürgerlichen Städtebau des 19. Jahrhunderts fest verankert. In der Ideenwelt der funktionalistischen Architekten und Planerinnen fand die Trennung dieser Sphären bis weit in die zweite Hälfte des 20. Jahrhunderts eine ungebrochene Fortsetzung. Noch heute ist sie in urbanen Wohnvorstellungen sedimentiert. Zu den Verheissungen des Landlebens gehört dagegen, dass üppigere Freiheitsgrade es erlauben, räumliche und gesellschaftliche Konventionen zu brechen. Die Kinder nutzen sämtliche Aussenräume rund um ihr Bauernhaus für ihr Spiel und machen keinen Unterschied zwischen Strasse, Stall, Wiese und Wohnzimmer.

Auch in den Werbebildern wird die Zwanglosigkeit des Landlebens suggeriert – wenngleich in unterschiedlicher Richtung. Sie zeigen, wie gerade an landschaftlich attraktiven Randlagen immer mehr Raum privatisiert und der öffentlichen Nutzung entzogen wird. Im Brennpunkt von zwei Inseraten stehen nicht die privaten Wohnzimmer, sondern weitläufige private Aussenräume mit atemberaubender Aussicht. Zwei Paare unterschiedlicher Generationen werden auf ihren Terrassen in Szene gesetzt, sie blicken in die Landschaft wie in eine verheissungsvolle Zukunft. Die Menschen scheinen sich auf sich selbst zu konzentrieren. Der Rest der Welt bleibt aus diesem

>Die Familie Kiakanua wohnt, nicht ungern, im Hochhaus.



Glück im grosszügigen Raum ausgeschlossen. Dass Holzbauten und Photovoltaik als Chiffren für eine ökologische Lebensweise im Widerspruch zum extensiven Raumverbrauch stehen, tut der Werbewirksamkeit keinen Abbruch.



**DEMONSTRATIVER KONSUM** An der Wende zum 20. Jahrhundert suchte der norwegische Nationalökonom Thorstein Veblen nach einer Erklärung für die luxuriösen Auswüchse in der grossbürgerlichen Wohnkultur seiner Zeit. In seiner «Theorie der feinen Leute» entwickelte er die Konzepte des demonstrativen Konsums und Müsiggangs. Darin erkannte er die Verschwendung von Konsumgütern und Zeit als eine symbolische Investition, die Ansehen vermehrt. Auch mehr als hundert Jahre später bieten seine Thesen einen Schlüssel, um die Wohnleitbilder der Kampagne zu dechiffrieren. Dezent platzierte Ikonen wie die LC4-Liege bezeichnen zwar beruflichen und gesellschaftlichen Erfolg. Doch das wirklich exklusive Gut, das hier konsumiert wird, ist der private Raum. Durch die spärliche Möblierung wird die Nutzungsentbundenheit der privaten Terrassen auf die Spitze getrieben. Hier wird Raum und Zeit ohne weiteren Alltagsbezug verschwendet.



**LEITBILDER UND REALITÄTEN** Die Theorie von Thorstein Veblen macht ein Paradox deutlich. Besitz, so ihre Grundannahme, generiert nur dann einen Gewinn an Prestige, wenn er öffentlich zur Schau gestellt wird. Damit wird die in den Werbebildern aufgeführte Selbstbezogenheit zur Farce. Private Räume, auch Aussenräume, erhalten ihren Wert erst durch ihre Zurschaustellung. Sie sind – entgegen der oberflächlichen Betonung des Privaten – mit den Historischen Zimmern der Ausstellung vergleichbar, deren Funktion es war, Status und Repräsentation gegen aussen zu inszenieren.



<Ein eigenes Zimmer war für Schwester Gabrielle lange nicht selbstverständlich.

Die von Architektinnen und Theoretikern in pädagogischer Absicht geschaffenen Wohnausstellungen und Musterwohnungen der Zwanzigerjahre propagierten eine funktionale Einrichtung. Sie reagierten auf die üppigen Interieurs des Grossbürgertums. Die Kunst bestand in der Reduktion. Heutige, im Werbekontext erzeugte Wohnleitbilder zelebrieren das Private, das sich in hohem Mass auf sich selbst bezieht und die öffentliche Sphäre (scheinbar) ausschliesst. Die Botschaft lautet: Je mehr private Aneignung von Raum und je weniger Nutzenbezug, desto grösser ist das Prestige. Die Absenz von Mobilien und Dekoration demonstriert weniger eine Ideologie der Knappheit. Sie steht vielmehr für die Distanz zum alltäglichen Leben und dessen über das Private hinausweisenden Sinnbezügen. Der Film von Roman Droux setzt diesem Leitbild Beispiele gelebter Verbindungen von privatem und öffentlichem Leben entgegen. Christina Schumacher ist seit 2010 Professorin für Soziologie am Institut Architektur der FHNW mit Themenschwerpunkt Architektur- und Wohnsoziologie.



^Schlossbesitzer Steinmann teilt manche Räume mit der Öffentlichkeit.



>Selbst gebauter Wohnraum im Zaffaraya.

