

Zeitschrift: Wohnen

Herausgeber: Wohnbaugenossenschaften Schweiz; Verband der gemeinnützigen Wohnbauträger

Band: 84 (2009)

Heft: 7-8

Artikel: Multimedia statt musizieren : wie Baugenossenschaften moderne Medien nutzen

Autor: Omoregie, Rebecca

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-107804>

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: 03.01.2026

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



WIE BAUGENOSSENSCHAFTEN MODERNE MEDIEN NUTZEN

Multimedia statt musizieren

TEXT: REBECCA OMOREGIE

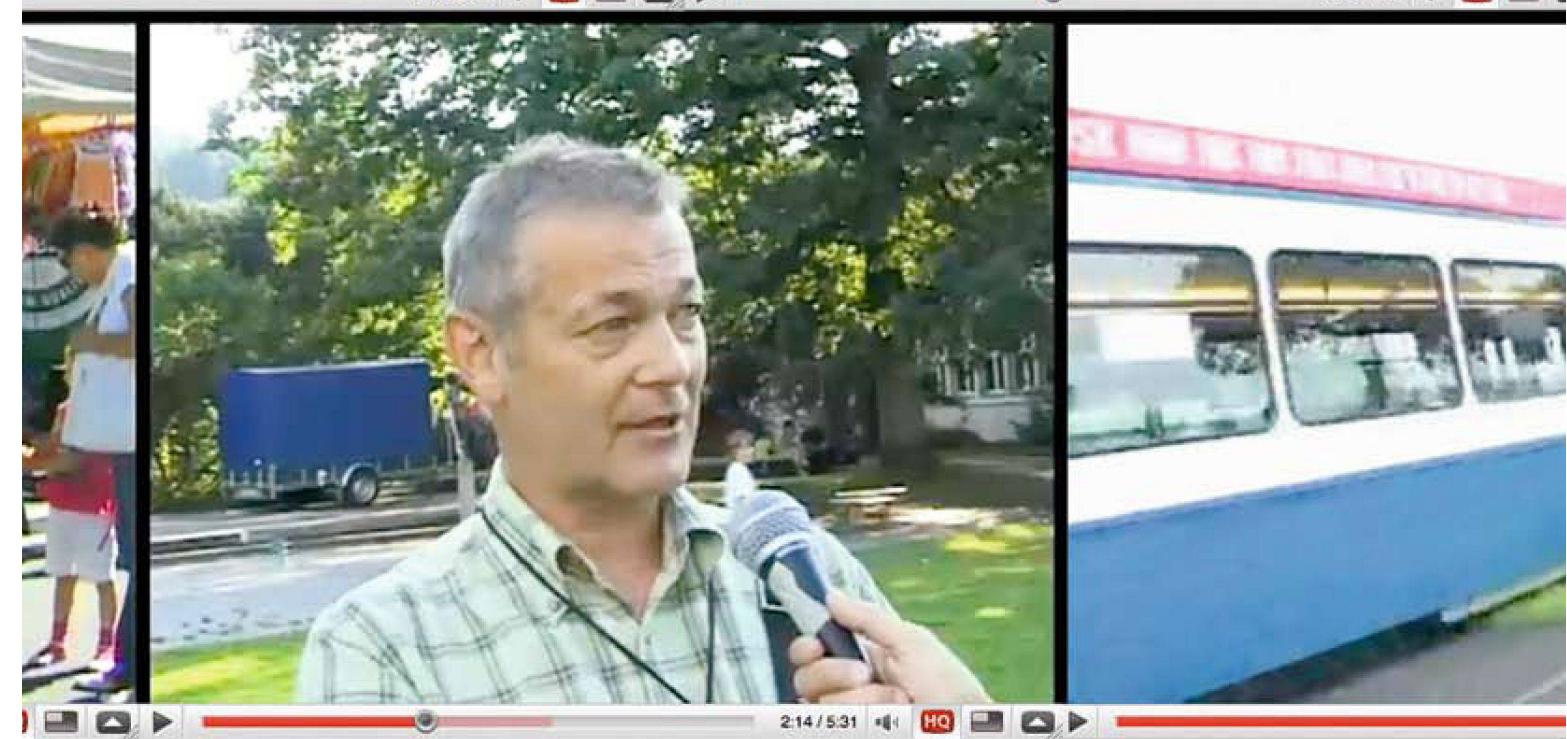
Die Menschen verbringen heute einen grossen Teil ihrer Freizeit vor dem Fernseher oder im Internet. Sind die modernen Medien also eine Konkurrenz für das Gemeinschaftsleben in den Genossenschaften? Vielleicht. Aber auch eine Chance.

Es war einmal eine Zeit, da gab es keine Last-Minute-Reisen, kein Fernsehen oder Internet, und Shopping galt noch nicht als Freizeitvergnügen. Da verbrachten die Menschen ihre ohnehin spärliche freie Zeit zu Hause, mit Familie und Freunden – oder mit den Nachbarn. In den ersten Genossenschaftssiedlungen, die Anfang des 20. Jahrhunderts entstanden, versammelten sich die Mitglieder abends im Kolonielokal zum gemeinsamen Musik- und Radiohören. Denn erstens stand längst nicht in jeder Stube ein Grammophon und zweitens gab es nicht viele Alternativen. Zwar wurde die gemeinsame Freizeit nicht selten auch zur politischen Schulung und sozialen Kontrolle genutzt, aber vor allem entstand ein wichtiges Gut der Genossenschaftsbewegung automatisch: Gemeinschaftsgefühl.

Wohnbaugenossenschaften im WWW

Heute ist dies schwieriger. Zwar haben wir viel mehr Freizeit als die damalige Arbeiterschicht, aber auch viel mehr Geld und Möglichkeiten, diese zu nutzen. Soziologen sprechen von einer eigentlichen «Freizeitgesellschaft». Bevölkerungsbefragungen zeigen, dass neben Hobbys, Sport, Freunden/Familie und Lesen vor allem Medien wie das Fernsehen oder Internet in den vergangenen Jahrzehnten an Bedeutung gewonnen haben. Dank den neuen Medien kann man sich die ganze Welt in die gute Stube holen und sich mit Freunden austauschen, ohne je vom Stuhl aufzustehen. Gleichzeitig erlauben immer kleinere mobile Geräte, sich auch unterwegs zu informieren und zu kommunizieren. Ob die Menschen nun mehr Zeit vor dem Fernseher oder Computer verbringen

Foto Titelbild und Auftritt: BAHOGE/YOUTUBE/Partner & Partner



Im Internet haben die Bewohner eine Plattform, um sich kennen zu lernen.

oder im Gegenteil immer mobiler sind, das Resultat ist dasselbe: Die Attraktivität von gemeinschaftlichen Veranstaltungen im Wohnumfeld sinkt.

Sollen die Baugenossenschaften also ein Klagelied auf die neuen Medien anstimmen? Sind sie die Sündenböcke dafür, dass der Genossenschaftsgeist nicht mehr blüht wie einst? Man kann es auch anders sehen. Die elektronischen Medien eignen sich eigentlich ideal, um eine neue Form der Gemeinschaft zu bilden – wenn man sie zu nutzen weiß. Während früher das klassische Mitteilungsblatt genügte, um die Bewohnerinnen und Bewohner zu informieren, präsentieren sich heute zum Beispiel immer mehr Baugenossenschaften mit einer professionell gestalteten Website im Internet. Hier können sie ihre Mitglieder am schnellsten auf wichtige Termine und Veranstaltungen aufmerksam machen. Auch die Wohnungsvermietung läuft bei vielen Genossenschaften mehrheitlich über das Internet. Fotos aktueller Bauvorhaben und Bilder aus den Sied-

lungen stellen einer breiten Öffentlichkeit das genossenschaftliche Wohnen vor. Und als Mieter ist man froh, wenn man wichtige Dokumente und Merkblätter direkt von der Homepage herunterladen und Reparaturmeldungen gleich an die richtige Adresse leiten kann. Das alles ist ein willkommener Service für die Bewohnerinnen und Bewohner, die sich heute gewohnt sind, vieles schnell über das Internet zu erledigen.

Genossenschafts-Communities

Aber es schafft noch keine Gemeinschaft. Eine solche entsteht erst, wenn sich die Mitglieder auch untereinander vernetzen können. Im Zeitalter von Ebay und Facebook, wo es für einen grossen Teil der Bevölkerung das normalste der Welt ist, im Internet Freunde zu treffen oder nach Gebrauchtwaren zu stöbern, wäre es nur naheliegend, dass auch Genossenschaften auf diesen Zug aufspringen. Marcel Burkhard vom Webcenter der Hochschule Wädenswil, das auch Homepages von Baugenossenschaften betreut,



Foto: BAHOGE/Youtube/Partner & Partner

Die Genossenschaftssiedlung mit der Videokamera erkunden: Hélène, Nadia und Anja in «ihrem» Film.

schwebt eine Art Online-Community vor: «Wenn die Genossenschaft jedem Mieter eine E-Mail-Adresse zuteilt, kann sie ohne Kostenaufwand regelmässig ihre Mitglieder informieren. Und die Bewohner haben eine Plattform, um sich kennen zu lernen, Feste zu organisieren und Dinge zu tauschen.»

Ganz so weit gehen die Baugenossenschaften (noch) nicht, doch betreiben einige, zum Beispiel die Baugenossenschaften Zentralstrasse und Halde, einen passwortgeschützten Mitgliederbereich. Die ABZ hat eigens für ihre Siedlungskommissionen ein Extranet aufgebaut, wo sich diese organisieren und Ideen oder Material austauschen können. Im öffentlichen Bereich der Homepage steht ihnen zudem eine Seite zur Verfügung, wo sie die Bewohnerinnen und Bewohner über Termine informieren oder Berichte von Veranstaltungen hochladen können. Ein ähnliches System kennen die Baugenossenschaften Hagenbrünneli und Süd-Ost.

Infos aus dem Fernseher

Im Gegensatz zur Internetnutzung betrifft ein anderer Aspekt des modernen Lifestyles alle Altersklassen: der zunehmende Fernsehkonsum. Rund drei Viertel der Bevölkerung schalten das Fernsehgerät täglich während rund zweieinhalb bis drei Stunden ein. Hochgerechnet verbringen wir Schweizer im Laufe unseres Lebens etwa gleich viele Stunden vor dem Fernseher wie bei der Arbeit. Also müssten Baugenossenschaften ihre Bewohner eigentlich dort ansprechen, wo sie ohnehin viel Zeit verbringen, nämlich im Fernsehsessel. In der Familienheim-Genossenschaft Zürich (FGZ) und in der Baugenossenschaft Milchbuck (BGM) wird das gemacht. Die beiden Genossenschaften sind nämlich in der komfortablen Situation, einen genossenschaftseigenen Fernsehkanal zu besitzen.

*Ehe er sich versieht,
landet der Genossenschaftspräsident auf YouTube.*

«Wir haben viele ältere Bewohner, die wahrscheinlich das Internet nicht nutzen. Deshalb finden sie die wichtigsten Mitteilungen auf dem Infokanal», erklärt Johannes Marx, Kommunikationsverantwortlicher der Familienheim-Genossenschaft. Während in der FGZ auch sporadisch Filme über das Quartier gezeigt werden, flimmern in der BGM ausschliesslich Teletext-News über den Bildschirm. Neben Informationen aus Vorstand und Verwaltung stehen für die Mieter auch interaktive Gefässe wie ein Marktplatz und ein «Schatzchästli» zur Verfügung. Doch vor dem Fernseher wollen die Menschen offenbar nicht aktiv sein. Jedenfalls, so Geschäftsführer Thomas Moor, ging bisher nicht eine einzige Meldung für diese Rubriken ein.

Vom Quartierfest zu YouTube

Im bewegten Bild lassen sich nicht nur komplizierte Sachverhalte verständlich erklären, sondern auch Emotionen vermitteln. Manche Genossenschaften nutzen deshalb das Medium Film ganz bewusst. Zum Beispiel die Baugenossenschaft Freiblick, die einen Film produzieren liess, der aufzeigt, weshalb die Reihenhaussiedlung Sonnenhalde I durch einen Neubau ersetzt werden muss. Cineasten kommen auch bei der Baugenossenschaft Zürichsee auf ihre Kosten: Auf einem filmischen Streifzug lernen Interessierte die Siedlungen und die Mitarbeiter der Geschäftsstelle kennen. Ein lustiger Film kommt besser an als eine trockene Schelte, sagte sich auch die Baugenossenschaft Oberstrass, die in drei Kurzfilmen zu mehr Toleranz im Außenraum aufruft.

Diese Filme sind professionell gemacht und gemahnen an die Werbeträiler von grossen Unternehmen. Ins World Wide Web gestellt, zeigen sie der ganzen Welt die Vorteile des genossenschaftlichen Wohnens. Spontaner und authentischer sind Live-Mitschnitte von Genossenschaftsfesten, wie sie zum Beispiel auf dem Quartiersender Tele Schwamendingen (www.teleschwamendingen.ch) zu sehen sind. Mit kurzen Filmbeiträgen aus dem Quartierleben möchten die Macher Raoul Meier und Matthes Schaller zur Aufwertung des Images von Schwamendingen beitragen. Schönes Dokumentationsmaterial boten ihnen die zahlreichen Siedlungsfeste zum 100-Jahr-Jubiläum des gemeinnützigen Wohnungsbaus in Zürich im Sommer 2007. Die Filme stellen Meier und Schaller nicht nur auf die Website von Tele Schwamendingen, sondern auch auf YouTube. Und ehe er sich versieht, landet so der

Genossenschaftspräsident auf dem Online-Videoportal, wo Menschen rund um den Globus seine Festrede mitverfolgen können.

Damit sind vor allem jüngere Bewohner angesprochen, die wohl eher einen YouTube-Film anklicken als den Jahresbericht der Genossenschaft lesen. Doch Jugendliche wollen nicht nur zuschauen, weiss Anna Gschwend, Mieterberaterin der Bahoge, aus Erfahrung. Die Genossenschaft will für alle Altersgruppen attraktive Freizeitaktivitäten anbieten. Bislang beschränkte sich allerdings das Angebot für Jugendliche auf einen Besuch im Europapark Rust oder einen Skitag. Letztes Jahr setzte die Sozialkommission einen zusätzlichen Schwerpunkt auf Jugendprojekte. So entstand die Idee eines Videoworkshops mit Tele Schwamendingen. «Damit wollten wir auch sehen, wie die Jugendlichen ihren Lebensraum erleben», erklärt Anna Gschwend. Ihre Sicht der Dinge legen die Teilnehmer – sieben junge Frauen und Männer – nun in einem dreizehnminütigen Film dar, den sie an der diesjährigen GV zeigten. Sie präsentieren «ihre» Siedlung nicht ohne Stolz, nutzen aber auch die Gelegenheit, Kritik anzubringen: So wünschen sie sich zum Beispiel den Basketballplatz zurück und einen Raum für eigene Aktivitäten. Die 13-jährige Anja Tomic fand es gut, sich einmal mit der eigenen Siedlung und der Genossenschaft zu beschäftigen: «Es hat Spass gemacht und war etwas anderes als die Siedlungsfeste.»

Die Jugendlichen wissen auch schon, was sie in ihrem Freizeitraum machen würden: «Zum Beispiel jeweils am Freitag einen Film- oder Discoabend.» Allzu viel hat sich also doch nicht geändert in den letzten hundert Jahren.

Die erwähnten Filme sind zu sehen unter:
www.teleschwamendingen.ch
 (Stichwort: Menschen/Wohnen)
www.youtube.com
 (Stichworte: Bahoge, 100 Jahre wohnen)
www.vcast.ch/freiblick/2008_04_15
www.bgzuerichsee.ch