



## Die Immobilienbranche für Biodiversität gewinnen

Noch realisieren aus eigenem Antrieb Bauherren nur selten Biodiversität. Manchmal ist Unkenntnis, wie man Grünflächen naturnah gestaltet, dafür verantwortlich. Immer wieder müssen Immobilienentwickler zudem erfahren, dass Mieter nur kurz geschnittene Nutzrasen als «gepflegt» bewerten. Mit einer geschickten Gesprächsstrategie könnten Gärtnerinnen und Gärtner unwissende oder kritische Planer und Immobilienfachleute für ökologische Grünflächen motivieren, sagt dazu Katrin Hauser, Co-Projektleiterin des Büros Siedlungsnatur. Text und Fotos: Urs Rüttimann

Naturnahe Bepflanzungen für Wohnhäuser mit vermieteten Wohnungen stossen in der Immobilienbranche nach wie vor auf Skepsis. «Mieter zahlen für ungemähte Wiesen», lautete der Titel eines Artikels in einer Gratiszeitung zu einer Liegenschaft in der Agglomeration Zürich. Diese hatte neu eine Wiese erhalten, die nur noch zweimal jährlich gemäht wurde. Im Web würden sich zahlreiche empörte Leserkommentare zu Biodiversitätsflächen finden, sagt Katrin Hauser. Sie sich mit den Aussagen dieser Mieter zu befassen, sei für Gartenlandschaftsbauer besser, als über die Kritik hinwegzuschauen. «Nur so können wir uns für Gespräche mit Leuten aus der Immobilienbranche wappnen.»

Als Mitbegründerin des Beratungs- und Kommunikationsbüros Siedlungsnatur bringt Katrin Hauser Erfahrungen mit, wie man im Gespräch mit Liegenschaftsinvestoren und -verwaltern diesen Zwiespalt gegenüber einer naturnahen und vielseitigen Gestaltung auffangen kann. «Wir wollen in diesen Unternehmen und Organisationen einen Prozess in Gang setzen, der mehr naturnahe und vernetzte Grünräume im Siedlungsgebiet schafft.»

Anleitung zum Perspektivenwechsel

Das Fachwissen, wie mehr Biodiversität in die Siedlungen gebracht wird, ist vorhanden. Trotzdem überwiegen im Erscheinungsbild vieler Quartiere öde Nutzrasenflächen und Mauern aus Betonblöcken. Die Mitarbeitenden von Siedlungsnatur wollen demgegenüber die Vision umsetzen, dass eine naturnahe und vielseitige Umgebungsgestaltung so selbstverständlich wird wie die Versorgung eines Hauses mit Elektrizität und Wasser. In Gesprächen mit der Immobilienbranche und Planern stellten sich dazu immer wieder die Fragen: Wie bestelle ich Biodiversität? Wie plane und bewerte ich sie? Und nach der Ausführung: Wie stelle ich sicher, dass Biodiversität funktioniert?

Um zu diesen Fragen mehr Klarheit zu schaffen, bietet die Firma Siedlungsnatur auf ihrer Website unter dem gleichen Namen eine Toolbox an, unterteilt für die drei Adressaten Planer, Immobilienbewirtschafter und Prozessmoderierende. Doch um die Sache allein geht es bei einem Bauauftrag nur selten. «Die Kundschaft kauft selten von sich aus Biodiversität», stellt Hauser fest. «Was sie zum Kauf motiviert, sind vielmehr



Eine naturnahe Grünflächengestaltung, möglichst auch mit einem guten Anteil an einheimischen Pflanzen, ist selbst in dicht gebautem Siedlungsgebiet möglich.

Geschichten, Erlebnisse und Lebensqualität.» Doch gerade bei «Lebensqualität» gehen die Vorstellungen weit auseinander. Auch sind die Bedürfnisse der Kunden sehr unterschiedlich, die sich breit zusammensetzen aus privaten Hausbesitzern, Planern, Immobilienbewerbern, institutionellen Eigentümern, Genossenschaften und Gemeindeverwaltungen.

Im Gespräch achtet Hauser auf drei Aspekte:

1. Der Kunde muss abgeholt werden.
2. Mit Erzählungen soll der Nutzen von Biodiversität aufgezeigt werden, abgestimmt auf die spezifischen Bedürfnisse des Kunden.
3. Lösungen werden aufgezeigt, die dem Kunden den Weg zu mehr Naturnähe und Artenvielfalt erleichtern.

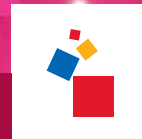
Vor allem der erste Punkt ist entscheidend. Der Kunde kann nur abgeholt werden, wenn man ihm zuerst zuhört, sich offen zeigt für seine Bedürfnisse und Wünsche, aber auch seine Sorgen kennt und erfährt, was in ihm Begeisterung weckt. Auch skeptische Einwände gegen Biodiversität sollen angehört und respektiert werden. Eine pragmatische Lösung ist das Ziel, das Gespräch soll positiv und humorvoll verlaufen.

Den Nutzen der Biodiversität, so der zweite Punkt, kann man den Planern mit Erlebnissen und Emotionen nahelegen: Gärten sind schön, sie riechen, sie ändern ihr Bild je nach Jahreszeit und sie bieten Tieren und Pflanzen Lebensraum. Fast jeder Mensch hat Kindheitserinnerungen zu Garten und Natur. Doch letztlich geht es um Business. «Der Mehrwert einer solchen Fläche soll kommuniziert werden», sagt Hauser. Die Leistungen von naturnahen Grünräumen in Siedlungen sind beispielsweise Lebensqualität, Gesundheit, Mikroklima, Regenwassermanagement. Gleichzeitig soll darauf hingewiesen werden, dass die Grünfläche Zeit braucht, bis sich die Bepflanzung etabliert und bewährt.

Hauswarte, die neu naturnah gestaltete Flächen pflegen, müssen ihre Arbeitsweise umstellen. Um ihnen diesen Weg zu erleichtern, sollen Hausverwaltungen drittens die Umstellung mit kleinen Schritten vorantreiben. Beispiele aus der Nachbarschaft inspirieren und zeigen Lösungen auf, was in der Praxis funktioniert.

messe frankfurt

christmasworld



6.– 10.2.2026  
FRANKFURT/MAIN

# full of magic

Seasonal Decoration at its best

Freuen Sie sich auf einen Messebesuch voller Magie: Die Christmasworld präsentiert glanzvolle Inspirationen – mit einer außergewöhnlichen Vielfalt an saisonalem Festschmuck, Floristenbedarf und Gartendekoration. Dazu erleben Sie ein einzigartiges Eventprogramm voller Impulse und Trends für alle Feierlichkeiten des Jahres.

Sichern Sie sich Ihr Ticket auf [christmasworld.messefrankfurt.com](https://christmasworld.messefrankfurt.com)

[info@ch.messefrankfurt.com](mailto:info@ch.messefrankfurt.com)  
Tel. +41 44 503 94 00