

Service-Wohnen am Beispiel Fürstenhof in Wittlich – ein Geschäftsmodell mit Zukunft?

„Living with Services“ using the Example of Fürstenhof Wittlich – a Business Model with Potential?

A. Benz¹, S. Kutscheid², P. Osl¹, H. Oesterle¹

¹ Competence Center Independent Living, Universität St. Gallen, Müller-Friedberg-Strasse 8, CH-9000 St. Gallen, {alain.benz | philipp.osl | hubert.oesterle}@unisg.ch

² FACO Immobilien GmbH, Bedaplatz 3, D-54634 Bitburg, s.kutscheid@faco.de

Kurzfassung

Der Fürstenhof in Wittlich ist eine Komfortwohnanlage für ältere Menschen, in der Bewohnerinnen und Bewohner ein breites Spektrum an Dienstleistungen beziehen können. Der Beitrag stellt das Geschäftsmodell des Fürstenhofs vor und leitet Treiber und Erfolgsfaktoren für das Service-Wohnen ab. Unternehmen der Wohnungswirtschaft erhalten Einblick in ein bereits funktionierendes Geschäftsmodell und in die Erfolgsfaktoren des Umsetzungsbeispiels. Pflegeanbietern und anderen Dienstleistern wird aufgezeigt, ob sich die Beteiligung an Service-Wohnen lohnt und welcher Nutzen aus einer Kooperation mit der Wohnungswirtschaft resultiert.

Abstract

The Fürstenhof in Wittlich (Germany) is a condominium complex for senior citizens which has a successfully established “living with services”. A broad range of services is offered to its residents. The following article introduces the business model and derives drivers and success factors for living with services. Housing organizations that would like to enter the market for living with services will gain valuable insights in a successfully implemented business model and understand the critical success factors. Care providers and providers of other services will understand under what circumstances a participation in a network for value creation will be worthwhile and what kind of advantage might result from collaborating with the housing industry.

1 Motivation und Zielsetzung

Die demographische Entwicklung und steigende Service- und Qualitätserwartungen der Mieterschaft führen zu wachsenden Ansprüchen an die Wohnungswirtschaft. Die Mietergruppe der älteren Menschen wünscht darüber hinaus, möglichst lange, selbständig und komfortabel in einer ihr vertrauten Wohnumgebung zu leben.

Untersuchungen zeigen, dass heute viele Heimbewohner unfreiwillig in stationärer Betreuung sind. 80 Prozent der pflegebedürftigen, zu Hause lebenden Personen können sich ein Leben in einem Heim nicht vorstellen [1]. Neben dem persönlichen Wunsch nach selbständiger Lebensführung ergibt sich durch die demographische Entwicklung auch eine volkswirtschaftliche Herausforderung. Die Mehrkosten, welche die stationäre Versorgung einer wachsenden Anzahl älterer Personen verursachen, sind enorm. Es wird damit gerechnet, dass bei bestehenden Strukturen der Altenhilfe sich die Zahl der stationären Pflegeplätze bis 2050 mehr als verdoppeln müsste. Dies bedeutet für Deutschland Mehrkosten für die nächsten 10 Jahre von 40 Milliarden Euro [2].

Die Diskussion um Versorgungskonzepte, wie das „Service-Wohnen“, welches ein „Independent Living“, also einen längeren Verbleib in den eigenen vier Wänden bei hoher Lebensqualität ermöglicht, gewann über die letzten Jahre sowohl in der Wirtschaft, als auch im gesellschaft-

lich-politischen und wissenschaftlichen Diskurs an Intensität.

Allerdings fehlt vielen technisch getriebenen Ansätzen bzw. wissenschaftlich begleiteten Pilotprojekten für Independent Living bislang ein tragfähiges Geschäftsmodell. Bei der kooperativen Leistungserbringung in Unternehmensnetzwerken, wie sie Service-Wohnen erfordert, ist es notwendig, dass mehrere Akteure zusammenarbeiten. Es ist unumgänglich neben den Geschäftsmodellen der beteiligten Unternehmen, übergeordnete Geschäftsmodelle für ein gesamtes Netzwerk zu entwickeln.

Der Beitrag präsentiert im Rahmen einer Fallstudie die gewonnenen Erkenntnisse über den Fürstenhof in Wittlich und beschreibt das Geschäftsmodell.

2 Der Fürstenhof in Wittlich

Die in Bitburg ansässige FACO Immobilien GmbH (nachfolgend FACO genannt), ein Immobilienprojektentwickler, hat zusammen mit dem Architekturbüro der Planungsgruppe HGH das Wohn- und Dienstleistungsgebäude „Fürstenhof“ von Mitte des Jahres 2008 bis zum Ende des Jahres 2009 in Wittlich erbaut. Der Fürstenhof befindet sich in der Oberstadt auf einem rund 6000 m² großen Grundstück. Der Gebäudekomplex, welcher sich in U-Form der Stadt hin öffnet, besteht aus drei miteinander

verbundenen Gebäudesegmenten, die sich in Service-Wohnen-, Dienstleistungs- und Laden-Flächen unterteilen.



Bild 1 Service-Wohnanlage Fürstenhof in Wittlich

Die Wohnanlage ist mit zwei Aufzügen ausgestattet und durchgängig barrierefrei gestaltet. Der Fürstenhof umfasst 41 Wohnungen mit einer Wohnfläche von 55 bis 150 m². Die Anlage und insbesondere die Wohnungen sind mit hochwertigen Materialien ausgestattet, wie Granitstufen und -verkleidungen in Treppenhäusern sowie Massivparkettböden und individuellen, qualitativ überdurchschnittlichen Sonderausstattungen in den Wohnungen. Der Fürstenhof ist auf dem Immobilienmarkt im Premiumsegment positioniert.

An den Wohnkomplex angebunden ist eine Servicezentrale des Deutschen Roten Kreuzes (nachfolgend DRK genannt) des Kreisverbandes Bernkastel-Wittlich. Das DRK versorgt vom Fürstenhof aus die Region mit seinen Leistungen und ist zugleich der wichtigste Dienstleister für das Service-Wohnen in der Anlage. Der Großteil der im Fürstenhof beziehbaren Dienstleistungen (vgl. 2.1) wird durch das DRK erbracht.

In einem anderen Gebäudeteil des Fürstenhofs befindet sich eine Ärztegemeinschaft mit einem Zahnarzt, einem Urologen, einem Chirurgen und einem Allgemeinmediziner. Zusätzlich gibt es eine Praxis für Entspannung und Vitalität sowie mehrere geplante Einkaufsmöglichkeiten.

2.1 Leistungsangebot

Den Bewohnerinnen und Bewohnern des Fürstenhofs steht unter dem Service-Konzept „Komfortwohnen Plus“ ein in den Wohnungen individuell abrufbares Dienstleistungsangebot zur Verfügung. Die Leistungen, die bezogen werden können, lassen sich in drei Kategorien unterteilen: *Dienstleistungen* dienen der Problemlösung des Kunden und umfassen:

- Haushaltsnahe Dienstleistungen (wie Unterstützung beim Kochen in der eigenen Wohnung, Menü-Service (essen in der eigenen Wohnung oder in Gemeinschaft), Catering-Service, Waschen und Bügeln, Wohnungsreinigung und Handwerkerservices (kleine Reparaturen, Möbelmontage, Anbringen von Bildern und Lampen))
- Ferienservice (Wohnungsbetreuung, Briefkasten leeren, Blumengießen, Depot für Wohnungsschlüssel)
- Büro-Service (Schreib-, Kopierdienst, Faxversand und Bücherbeschaffung)
- Administrative-Services (allg. Unterstützung und Information im Umgang mit Pflegekassen, Behörden und bei Umzug)

- Anmiete-Service von Ferienwohnungen und Kommunikationsräumen
- Concierge-Service (individuelle Problemlösung für den Kunden, organisiert durch FACO oder DRK)
- Mobilitäts-Service (Fahrdienst zu Ärzten oder Freunden)
- Pflege- und Sicherheitsleistungen (wie ambulante Pflege (mit oder ohne Pflegestufe), Hausnotruf-Service und „Für Sie da Taste“ (Rückruf durch das DRK um Befindlichkeit des Bewohners / der Bewohnerin zu befragen und gegebenenfalls Maßnahmen einzuleiten))

Elektronische Kommunikations- und Informationsservices dienen der Interaktion der Bewohnerinnen und Bewohner untereinander bzw. mit ihrem sozialen Umfeld. Zudem werden bedarfsgerecht Informationen zur Verfügung gestellt, die abgerufen werden. Elektronische Services sind:

- E-Mail-Funktion (es können E-Mails ohne Computer gesendet und empfangen werden (vgl. 2.5))
- Informationen „rund um den Kirchturm“, wie Öffnungszeiten von Apotheken und Ämtern
- Fahrplan für öffentliche Verkehrsmittel, die sich in der Nähe befinden
- Fotoalbum (Fotos von Festivitäten in der nahen Umgebung)

Aktivitäten dienen der sozialen Vernetzung, Unterhaltung und kulturellen Bereicherung. Hier gibt es Angebote an Veranstaltungen, Ausflügen, Feiern und Unterstützung bei der Organisation privater Veranstaltungen.

2.2 Kunden und Kundennutzen

Heute leben im Fürstenhof 50 Personen in 41 Wohnungen. Diese befinden sich allesamt in Privatbesitz und werden teilweise von den Eigentümern (noch) nicht selbst bewohnt, sondern vermietet. Die Zielgruppe im Fürstenhof sind Personen ab 60 Jahren, die eine qualitativ hochstehende Wohnung und ruhige Wohnumgebung in zentraler Lage suchen und sich dies leisten können. Das Durchschnittsalter der Bewohnerinnen und Bewohner liegt heute bei 68 Jahren. Kundennutzen entsteht, neben dem attraktivem Wohnraum (eingebettet in eine attraktive Quartiersumgebung), weil ein umfassendes Dienstleistungsportfolio zum Bezug vorliegt. Für Kunden sind zwei Sicherheitsaspekte wichtig: Einerseits bei einem medizinischen Notfall unterstützt zu werden (durch Hausnotruf oder über die „Für Sie da Taste“), andererseits (zukünftige) Versorgungssicherheit zu haben. Beispielsweise besteht die Möglichkeit, bei einem sich verschlechternden Gesundheitszustand unkompliziert ambulante Pflege oder haushaltsnahe Dienstleistungen zu beziehen.

Die Bestellung sämtlicher angebotenen Leistungen ist für den Kunden komfortabel über den Fernseher in der eigenen Wohnung möglich (vgl. 2.5).

2.3 Wertschöpfungsnetzwerk und Kooperationsmodell

Am Wertschöpfungsnetzwerk des Fürstenhofs sind folgende Akteure beteiligt:

- *FACO Immobilien GmbH*: Das Unternehmen ist zentraler Akteur für das Service-Wohnen im Fürstenhof. Die FACO war Projektentwickler sowie Bauträger und unterhält auch heute noch in der unmittelbaren Nähe zum Fürstenhof ein Büro. Eine Person kümmert sich um Vermietung der Wohnungen für Eigentümer und um das Service-Wohnen im Fürstenhof. Die FACO nimmt dort die Rolle eines Intermediärs wahr: Die erforderliche Infrastruktur zur Dienstbestellung wird zur Verfügung gestellt, das Dienstleistungsportfolio definiert, externe Dienstleister evaluiert und an das Wertschöpfungsnetzwerk angebunden. Nach erfolgtem Dienstleistungsbezug kontrolliert die FACO die Qualität der erbrachten Dienstleistung beim Kunden.
- *Hauptdienstleister*: Der Kreisverband Bernkastel-Wittlich des DRK erbringt einen Großteil der in Abschnitt 2.1 beschriebenen Leistungen. Durch die geographische Nähe (das DRK unterhält einen Service-Stützpunkt im Fürstenhof) kann das ganze Dienstleistungsangebot ohne lange Fahrtwege am Fürstenhof erbracht werden.
- *Weitere Dienstleister*: Leistungen, die vom DRK nicht angeboten werden, wie beispielsweise „Brötchen-Service“ oder Getränkelieferungen, werden durch externe Dienstleister erbracht.
- *Technologieanbieter*: Bereits bei der Planung des Fürstenhofs wurde eine enge Kooperation mit der Smart Living GmbH eingegangen. Das Unternehmen stellt die technische Infrastruktur, den Smart Living Manager (wird im Fürstenhof unter dem Namen „Pro Domo“ genutzt, vgl. 2.5) zur Verfügung. Neben der Infrastruktur pflegt das Unternehmen Informationsinhalte (Fahrpläne, Öffnungszeiten, Fotos von Veranstaltungen) ein, die die Bewohnerinnen und Bewohner abrufen können. Diese Informationen werden von der FACO gesammelt, aufbereitet und an die Smart Living GmbH zur Pflege ins System übermittelt.

Das Kooperationsmodell im Fürstenhof ist wie folgt gestaltet: Dienstleistungsbestellungen über „Pro Domo“ werden per E-Mail oder Fax direkt an den entsprechenden Dienstleister weitergeleitet. Die FACO erhält eine Kopie der E-Mail/des Fax. Damit ist sie über Bestellvorgänge informiert und kann im Anschluss an die Dienstleistung die Qualität der Dienstleistung beim Kunden kontrollieren. Werden Bestellungen von Bewohnerinnen bzw. Bewohnern über Telefon bei FACO getätigt, werden diese von dort aus an den entsprechenden Dienstleister weitergeleitet. Die Kooperation zwischen den Akteuren ist informell geregelt. Die Zusammenarbeit ist durch persönliche Absprache unter den Beteiligten festgelegt. Service Level Agreements bzw. Verträge, welche die Zusammenarbeit spezifizieren, sind nicht vereinbart.

2.4 Erlösmodell

Für das Komfortwohnen zahlen die Bewohner pro Monat eine Pauschale von 30 Euro an die FACO. Darin inbegrif-

fen sind ein Internetzugang, die Miete der Set-Top-Box mit „Pro Domo“ und der Empfang von Fernsehkanälen. Die FACO weist von diesem Betrag intern 5 Euro dem Service-Wohnen zu. Das Unternehmen bezahlt an die Smart-Living GmbH pro Monat und Wohnung 10 Euro zur Pflege von Inhalten in „Pro Domo“ (vgl. 2.3). Werden Dienstleistungen bezogen, rechnet der Kunde direkt mit dem entsprechenden Dienstleister ab. Für Anbieter ist die Teilnahme am Wertschöpfungsnetzwerk kostenlos. An Dienstleistungsumsätzen ist die FACO nicht beteiligt. Die vermittelten Dienstleistungsvolumina sind aktuell noch sehr gering. Dies bedeutet, dass sich die Teilnahme für Dienstleister heute aus monetärer Sicht noch nicht lohnt. Langfristig erwarten die Beteiligten, dass die Dienstleistungsbestellungen zunehmen werden, da die Bewohnerinnen und Bewohner älter werden und ein gesteigerter Unterstützung- bzw. Pflegebedarf erwartet wird. Die FACO finanziert die Mehrausgaben in der Bauphase von rund 100'000 Euro für die Erstellung und Kauf der Infrastruktur und die laufenden Kosten (Miet- und Personalkosten für das Büro vor Ort) sowie die Unterdeckung von 5 Euro pro Wohnung und Monat indirekt; Durch das Service-Wohnen lässt sich eine erhebliche Steigerung der Wohnungspreise bei Verkauf erzielen. Dieser liegt deutlich höher als bei vergleichbaren Immobilien ohne Dienstleistungsangebot.

2.5 Infrastruktur

Als Kundenzugangskanal für das Service-Wohnen im Fürstenhof kommt ein hausinternes, über den Fernseher in jeder Wohnung nutzbares Kommunikations-, Informations- und Bestellmodul mit dem Namen „Pro Domo“ zum Einsatz. Es handelt sich dabei um eine für den Fürstenhof adaptierte Version des Smart Living Managers der Smart Living GmbH. Das System besteht aus einer Hard- und Softwarekomponente. Hardwareseitig wird eine Set-Top-Box verwendet, über die Bewohnerinnen und Bewohner Fernsehen empfangen. Das Gerät wird über eine Fernsteuerung bedient. Per Tastendruck lässt sich das installierte, elektronische Software-Portal „Pro Domo“ über das Fernsehgerät der Bewohnerin / des Bewohners starten. Über dieses Portal werden Dienstleistungen bestellt, Informationen abgerufen oder elektronische Services, wie E-Mail-Funktionalität, über den Fernseher genutzt. Dienstleister, die ihre Leistungen am Fürstenhof über „Pro Domo“ anbieten, benötigen keine zusätzliche Infrastruktur. Es genügt ein Faxgerät oder ein PC mit Internetzugang, über den Bestellungen per E-Mail empfangen werden können.

2.6 Vermarktungsmodell

Der Fürstenhof ist als Premiumangebot auf dem Immobilienmarkt positioniert. Die FACO wirbt mit Verkaufsbotschaften wie „Meine Unabhängigkeitserklärung“ oder „Fürstenhof, weil Sie es sich Wert sind“ explizit für den Service-Wohnaspekt. Der Fürstenhof ist aus Sicht der FACO ein „Leuchtturm“, der auch für das Thema Service-Wohnen strahlt. Aktive Bewerbung ist heute nicht

mehr nötig, da die Komfortwohnanlage regional bekannt und alle Wohnungen verkauft sind. Um eine Nutzung von Services im Fürstenhof zu initiieren – es wird davon ausgegangen, dass wenn ein Kunde einmal bestellt, er dies mit hoher Wahrscheinlichkeit wieder tun wird –, bietet die FACO einen Brötchen-Service an; Wer das elektronische Portal „Pro Domo“ verwendet und die Bestellung auslöst, erhält jeden Sonntag kostenlos Brötchen vom Bäcker geliefert. Um das restliche Angebot an Dienstleistungen bekannt zu machen, wird jede Woche ein Service detailliert auf der Startseite des Portals vorgestellt.

3 Erkenntnisse der Fallstudie

3.1 Treiber für das Service-Wohnen

Folgende sieben Hauptgründe motivieren die FACO, Service-Wohnen im Fürstenhof anzubieten:

- *Höhere Immobilienpreise für Bauträger:* Wohnungen in qualitativ hochwertigen Wohnanlagen mit zusätzlichem Dienstleistungsangebot erreichen auf dem Immobilienmarkt höhere Preise als vergleichbare Immobilien ohne Service-Angebot. Das Marktangebot, insbesondere im Premiumsegment, ist (noch) klein, während die Nachfrage vorhanden ist bzw. diese sich regional durch entsprechendes Marketingengagement schaffen lässt. Die innovative technische Infrastruktur ist insbesondere ein Verkaufsargument für Kapitalanleger, die eine zukunftsorientierte Immobilie suchen.
- *Demographischer Wandel:* In Mitteleuropa ist ein Rückgang an Geburten und eine steigende Lebenserwartung zu beobachten. Dies führt zu einem kontinuierlich wachsenden Anteil älterer Menschen an der Gesamtbevölkerung und damit einhergehend für die Wohnungswirtschaft zu einem steigenden Anteil älterer Menschen im Wohnungsbestand, für die attraktive Angebote geschaffen werden müssen.
- *Wertewandel und veränderte Anforderungen älterer Immobilienkäufer:* Studien zeigen, dass sich ein Wertewandel in den Alterskohorten vollzieht [3]. Insbesondere bei jüngeren Alterskohorten sind Selbstbestimmung, Selbstentfaltung und Selbstverwirklichung wichtig. Die Nutzung von Dienstleistungen nicht nur im Falle eines Unterstützungsbedarfs, sondern aus Komfortüberlegungen heraus, nimmt zu und wird in Zukunft weiter steigen.
- *Wirtschaftliches (Mehr-)Potential:* Das Kundensegment älterer Menschen erfährt in der Wirtschaft breite Aufmerksamkeit. Angesichts der steigenden Anzahl älterer Menschen, die sich in einer guten finanziellen Situation befinden, und wegen ihrer zunehmenden Konsumbereitschaft sind diese für die Wohnungswirtschaft eine interessante Kundengruppe.
- *Technologische Innovationen:* Im Kontext von Ambient Assisted Living (AAL) erforscht und entwickelt die Wissenschaft sowie die Industrie technische Lösungen für die Wohnungswirtschaft. Es wird vor allem an technischen Kundenzugangskanälen, wie etwa an Tablet-PCs oder Set-Top-Boxen, gearbeitet, die als

Schnittstellen zwischen Kunden und Dienstleistern genutzt werden können. Der Fürstenhof ist so gestaltet, dass (weitere) innovative Infrastruktur leicht nachgerüstet werden kann.

- *Steigende Kosten bestehender Versorgungssysteme:* Die Zahl der stationären Pflegeplätzen müsste bis zum Jahr 2050 mehr als verdoppelt werden. Hierfür sind Mehrkosten in der Höhe von 4. Mrd. Euro jährlich zu veranlassen [1]. Neben den Unternehmen der Wohnungswirtschaft versucht deshalb auch die Politik dafür zu sorgen, dass ältere Menschen so lange wie möglich in ihren eigenen vier Wänden verbleiben können, um Kosten sparen zu können und die Lebensqualität der Betroffenen zu erhöhen. Kommunen beginnen, Leistungen individuell und bedarfsgerecht zu vermitteln. Für Unternehmen der Wohnungswirtschaft, wie die FACO, eröffnen sich vielversprechende Perspektiven, wenn sie sich als attraktive Partner bzw. Intermediär (vgl. 2.3) positionieren können.
- *Leuchtturmprojekte als Innovationsfelder und als Kompetenzbeweis für die öffentliche Hand:* Gerade für kleine Projektentwickler und Bauträger wie die FACO ist es wichtig, sich durch Innovation vom Wettbewerb zu differenzieren. Der Fürstenhof wird als innovative Lösung gesehen und hat für die FACO „Leuchtturmcharakter“. Heute noch besitzt die öffentliche Hand viele Grundstücke, die sukzessive verkauft werden. Dabei kommt es bei potentiellen Käufern der Immobilienwirtschaft zu einem Wettbewerb um die besten Grundstücke, auf denen sich attraktive Bauprojekte realisieren lassen. Projekte wie der Fürstenhof gelten in der Branche als Kompetenznachweis und helfen der FACO, sich gegen Mitbietende beim Grundstückserwerb durchzusetzen. Dies gilt insbesondere dann, wenn diese mit einem Sozialdienstleister gut zusammenarbeiten und mit diesem Service-Wohnen umsetzen können.

Wie Heinz-Werner Steffen, Geschäftsführer des DRK Kreisverbandes Bernkastel-Wittlich, im Interview [4] mitteilte, motivieren folgende drei Hauptgründe das DRK dazu, sich am Service-Wohnen im Fürstenhof zu beteiligen:

- *Streben nach Innovation:* Sozialdienstleister wie das DRK sind auf der Suche nach Innovationsfeldern. Grundsätzlich wird dem Konzept Service-Wohnen Potential zugesprochen und dieses als Innovationsfeld zur Weiterentwicklung des eigenen Geschäftsmodells gesehen.
- *Differenzierung vom Wettbewerb:* Der Wettbewerb im Pflegebereich nahm in den letzten Jahren beständig zu. Etablierte Pflegeanbieter werden allerdings verstärkt von privaten Pflegeorganisationen konkurrenziert. Die Teilnahme am Service-Wohnen wird als Möglichkeit zur Differenzierung vom Wettbewerb verstanden.
- *Senkung der operativen Kosten:* Ursprünglich war die Überlegung des DRK, dass es im Fürstenhof zu einer gesteigerten Nachfrage nach Leistungen auf geogra-

phisch engem Raum kommt und sich deshalb Fahrtkosten senken und Skaleneffekte realisieren lassen. Bis heute ist das Volumen allerdings noch gering. Für die Zukunft rechnet das DRK allerdings damit, dass der Bedarf an Leistungen steigt, da die Bewohnerinnen und Bewohner älter werden, sodass es zu erhöhtem Unterstützungsbedarf kommt.

3.2 Erfolgsfaktoren

Folgende Erfolgsfaktoren lassen sich für das Service-Wohnen im Fürstenhof identifizieren:

- *Stimmiges Gesamtkonzept:* Der Fürstenhof bietet ein attraktives Gesamtkonzept aus einer Kombination von komfortablem Wohnraum, attraktiver Quartiersumgebung sowie ergänzendem Service-Angebot.
- *Engagierter Intermediär:* Zur Realisierung und zum Betrieb des Service-Wohnens ist es unumgänglich, dass ein Akteur die Rolle des Intermediärs, im Falle Fürstenhof ist dies die FACO, übernimmt und sich aktiv um Servicevermittlung und Organisation bzw. Weiterentwicklung bemüht. Zudem erhöht der Intermediär durch temporäres Bereitstellen von kostenlosen Angeboten (Brötchen-Service, hier als Lockmittel) oder durch wiederholtes Erklären des Bestellportals und des Serviceangebots das Bestellvolumen.
- *Keine Grundpauschale und freie Wahl bei Services:* Insbesondere ältere Personen schrecken vor (hohen) Grundpauschalen für das Service-Wohnen zurück. FACO bietet deshalb das Service-Wohnen in einem Gesamtpaket zusammen mit Fernsehempfang und Internetzugang an. Services können individuell bestellt werden, es besteht kein „Druck“ zum Bezug.
- *Einfache Bestellmöglichkeit:* Bewohnerinnen und Bewohner können komfortabel und einfach Services über den Fernseher bestellen. Des Weiteren besteht zusätzlich aber auch die Möglichkeit des persönlichen Kontakts zum Intermediär. Dieser versucht den Self-Service über das elektronische Portal zu fördern, was langfristig Kosten bei der Abwicklung spart.
- *Keine Eintrittsbarrieren für Dienstleister:* Dienstleister können kostenlos am Service-Wohnen partizipieren und benötigen keine zusätzliche Infrastruktur (ein Faxgerät oder PC mit E-Mail-Funktionalität reicht aus). Es kommen auch keine komplizierten Verträge zur Anwendung.
- *Mittel- bis langfristige Orientierung aller Beteiligten:* Lediglich die FACO profitiert kurzfristig über höhere Immobilienpreise. Im Gegenzug betreut das Unternehmen als Intermediär das Service-Wohnen mit einem eigenen Büro. Das Service-Wohnen am Fürstenhof generiert heute noch keine namhaften Dienstleistungsvolumina. Beteiligte Dienstleister sehen allerdings langfristiges Potential und zeigen sich mittel- bis langfristig orientiert. Für das DRK ist der Fürstenhof eine Möglichkeit zur frühen Kundenansprache. Der Kunde lernt die Organisation früh kennen und das DRK kann mitunter zu einem späteren Zeitpunkt Leistungen erbringen.

4 Diskussion

4.1 Weiterentwicklung

Alle Beteiligten sind sich einig, dass der Fürstenhof als „Leuchtturmprojekt“ ein attraktiver Ausgangspunkt zur Weiterentwicklung ist. Es ist geplant, die Versorgungsstruktur auszuweiten, das heißt, alle heute im Fürstenhof erbrachten Leistungen auch in den naheliegenden Quartieren älteren Menschen anzubieten. Der Fürstenhof soll dabei ein Ort sein, der für potentielle Kundinnen und Kunden physisch wahrnehm- und erlebbar ist und ein abstraktes Konzept wie „Service-Wohnen“ besser fassbar macht. Die Ausweitung der Versorgungsstrukturen ins Quartier bedeutet auch potentiellen Mehrumsatz für die Dienstleister. Heute leben 50 Personen im Fürstenhof. Wird die Versorgungsstruktur ausgeweitet, vervielfacht sich die potentielle Zielgruppe um ein Mehrfaches (FACO rechnet damit, dass alleine im Umkreis von 2 Kilometern um den Fürstenhof rund 300 Personen leben, die älter als 60 Jahre sind). Langfristig kann sich durch diese Entwicklungsperspektive die Partizipation an einem Wertschöpfungsnetzwerk auch für das DRK sowie andere beteiligte Dienstleister lohnen. Zur Weiterentwicklung des Geschäftsmodells arbeitet die FACO mit dem Competence Center Independent Living (CC IL) der Universität St. Gallen zusammen. Das CC IL arbeitet im Independent Living Netzwerk St. Gallen gemeinsam mit über 26 Unternehmen an Geschäftsmodellen für das Service-Wohnen.

4.2 Beurteilung

Der Fürstenhof ist ein Beispiel für Service-Wohnen in einer Komfortwohnanlage mit Premiumanspruch. Obwohl heute die vermittelten Volumina an Dienstleistungen hinter den Erwartungen zurückliegen, sehen alle Beteiligten dennoch Potential für die Zukunft. Durch die Alterung des Mieterbestandes wird mit Zunahme von Unterstützungsbedarf und demzufolge steigenden Umsatzvolumina gerechnet. Die Ausweitung der Versorgungsstruktur ins Quartier ist eine attraktive Weiterentwicklungsoption für das Geschäftsmodell des Fürstenhofs und positioniert die FACO als Intermediär für Service-Wohnen.

5 Literatur

- [1] Kremer-Preiß, U.; Stolarz, H.: Neue Wohnkonzepte für das Alter und praktische Erfahrungen bei der Umsetzung – eine Bestandsanalyse, 2003.
- [2] Bertelsmann Stiftung: Perspektiven für das Wohnen im Alter – Handlungsempfehlungen des Beirates "Leben und Wohnen im Alter", 2005.
- [3] Klages, H.: Wertewandel in Deutschland in den 90er Jahren, in Wertewandel - Herausforderungen für die Unternehmenspolitik in den 90er Jahren, 1993.
- [4] Interview mit Heinz-Werner Steffen, Geschäftsführer des Kreisverbandes Bernkastel-Wittlich des Deutschen Roten Kreuzes vom 09.11.2010 in Wittlich.