

# CARE INVEST

► PFLEGE ► WIRTSCHAFT ► STRATEGIE



Henric Hahr, Real Blue Kapitalverwaltung

**„Senior Living braucht ein neues Branding, eine Steigerung der Wahrnehmung sowie eine positive Kommunikation.“**

**Projektentwicklung  
Mit Fördergeldern  
neu bauen**

Seite 4

**Pflegemarkt  
Intensiv pflegen  
wird schwieriger**

Seite 10

**Strategie  
Neue Chancen  
sinnvoll nutzen**

Seite 12

Attraktivität von Wohnformen für das Alter steigern

## Zielgruppe 65 plus braucht mehr direktes Marketing

Das Angebot an Wohnformen für die Zielgruppe 65 plus wird aktuell von Projektentwicklern, Betreibern und Investoren massiv erweitert. Dabei stellt sich jedoch heraus, dass ein Großteil der Nutzerinnen und Nutzer der Senior Living-Wohneinheiten eher hochaltrig ist. Das zeigen unter anderem die Erfahrungen der Betreiber von ambulant betreuten Wohngruppen. Das Eintrittsalter der Bewohner bewegt sich dort in einem Spektrum von 83 bis 86 Jahren. Zu dieser Erkenntnis kommt auch Henric Hahr, Head

of Asset Management bei der Real Blue Kapitalverwaltungs-GmbH. „Die Altersgruppe 65 plus spielt beim Betreuten Wohnen noch keine entscheidende Rolle“, sagt Hahr, der sich den Senior Living-Markt unter diesem Aspekt genau angeschaut hat.

Seine Empfehlung lautet, die angebotenen Wohnformen nicht nur über die demografischen Daten zu definieren. Hahr: „Senior Living benötigt ein neues Branding. Die Steigerung der Wahrnehmung kann durch eine positive Kommunikation und gezieltes →

→ Marketing über die Vorteile von Seniorenwohnen in Verbindung mit Informationskampagnen erreicht werden.“ In Zukunft müsse es verstärkt darum gehen, hybride Modelle bestehend aus Betreutem Wohnen, ambulant betreuten Senioren Wohngemeinschaften, Tagespflege sowie Stationärer Pflege zu realisieren.

### Quartiersentwicklung als integraler Aspekt der Planung

Ein weiterer wichtiger Faktor zur Förderung der Attraktivität von Wohnformen für das Leben im Alter ist die Anbindung der Immobilie an den öffentlichen Raum. Dafür ist es unabdingbar, von Anfang den Fokus auch auf eine zukunftsorientierte Quartiersentwicklung zu legen. Darauf setzt auch das Management der Wohnvoll AG, die mit ihren Senior Living-Residenzen erschwingliche Wohn-

## Es geht darum, Quartiere zu schaffen, die ein fester Bestandteil der Stadt oder der Gemeinde sind.

konzepte für ein selbstbestimmtes Leben im Alter entwickelt, bewirtschaftet und vermietet. „Unser Ziel ist es, offene Quartiere zu schaffen, die integraler Bestandteil

der Stadt oder der Gemeinde sind“, erklärt Nikolaus Priesnitz, seit Anfang September Geschäftsführer der Wohnvoll AG. „In erster Linie wollen wir Menschen ab 65 Jahren ansprechen, die Wert auf ein gehobenes Wohnumfeld legen und je nach Lebenssituation professionelle Betreuung wünschen“, fasst Priesnitz das Wohnvoll-Konzept zusammen (siehe Interview).

Um das Interesse an Senior Living-Konzepten bei den Akteuren der Wohnungs-, Pflege- und Immobilienwirtschaft aber auch den künftigen Nutzerinnen und Nutzern zu steigern, ist also noch viel Aufklärungsarbeit zu leisten. Auch, weil die Angebote vielfach noch nicht differenziert genug dargestellt sind. An der Stelle schließt das aktuelle CARE INVEST Whitepaper „Endlich Klarheit in der Asset-Klasse Senior Living“ eine wichtige Lücke im Markt. In einer aus-

## „Gemeinsamkeiten mit der Hotellerie“

**Mit Nikolaus Priesnitz, dem neuen CEO der Wohnvoll AG, sprach CARE INVEST über Zielgruppen für das Senior Living, Fördergelder, Forderungen an die Politik sowie weitere geplante Standorte.**

**Aus der internationalen Luxus-Hotellerie in das Senior Living-Segment. Was hat Sie zu diesem Schritt bewegt?**

**Nikolaus Priesnitz:** Nach über 25 Jahren im Hotellerie-Geschäft war dieser Schritt für mich eine natürliche Weiterentwicklung. Ich wollte meine Expertise in einem Bereich einbringen, der nicht nur exzellenten Service bietet, sondern auch eine tiefere soziale Verantwortung mit sich bringt. Was mich besonders angesprochen hat, sind die vielen Gemeinsamkeiten zur Hotellerie. Hier wie dort geht es darum, eine Umgebung zu schaffen, in der sich die Menschen wohlfühlen und ihr Leben selbstbestimmt genießen können. Diese Verbindung hat mir den Schritt erleichtert.

**Gab es vorher schon Berührungspunkte mit der Branche?**

Ja, auf persönlicher Ebene spielte ein prägendes Erlebnis eine große Rolle: Wie viele Menschen meiner Generation war ich

auf der Suche nach einem Wohnort für ein alleinstehendes Familienmitglied. Leider fand ich das Angebot, das wir vorfanden, nicht ansprechend und es entsprach nicht unseren Vorstellungen. Diese Erfahrung hat mich dazu gebracht, zu erkennen, dass ich selbst an führender Stelle aktiv werden möchte, um ein attraktives und bedarfsgerichtetes Angebot zu schaffen.

**Wie können Sie Ihre bisherigen Erfahrungen in die neue Position einbringen?**

Meine langjährigen Erfahrungen insbesondere in den Bereichen Talent Management, strategische Planung und der Aufbau von Luxusresidenzen, sind für meine neue Rolle von unschätzbarem Wert. Im Senior Living geht es nicht nur um qualitativ hochwertige Dienstleistungen, sondern auch darum, ein Umfeld zu schaffen, das gleichermaßen ästhetisch ansprechend und funktional ist.

**Welche Zielgruppen möchten Sie mit Wohnvoll erreichen?**

In erster Linie wollen wir Menschen ab 65 Jahren ansprechen, die Wert auf ein gehobenes Wohnumfeld legen und je nach Lebenssituation professionelle Betreuung wünschen. Dabei geht es uns nicht nur dar-



**„Mit dem Ansatz einer Misch-Kalkulation, wollen wir eine breite Zielgruppe ansprechen.“**

**Nikolaus Priesnitz, Wohnvoll**

um, wohlhabende Senioren zu erreichen. Vielmehr ist es unser Anliegen, ein Angebot zu schaffen, das auch für breitere gesellschaftliche Schichten zugänglich ist.

**Wie soll die Ansprache konkret aussehen?**

Wir wollen unsere Zielgruppen sowohl über digitale als auch über klassische Kanäle erreichen. Dabei setzen wir auf eine perso-

fürlichen Klassifizierungsmatrix bringt die Publikation Ordnung und Transparenz in die komplexen Strukturen des vielfältigen Angebots für das Wohnen im Alter.

„Die Schaffung einer Klassifizierung von Wohnangeboten für Senioren ist von grundlegender Bedeutung“, weiß Anna Maria Martin, Senior Analyst beim Researcher CBRE und Co-Autorin des E-Books. „Sie ermöglicht nicht nur eine strukturierte Orientierung in einem vielfältigen Angebot, sondern hilft auch, Versorgungslücken zu identifizieren und Projektentwicklungen bedarfsgerecht zu planen.“ (msc) ┘



**FÜR DEN DOWNLOAD** des CARE INVEST Whitepapers „Endlich Klarheit in der Asset-Klasse Senior Living“ einfach den QR-Code scannen.

nalisierte Ansprache über Social Media und Direktmarketing, um gezielt mit potenziellen Bewohnern und deren Familien in Kontakt zu treten. Gleichzeitig ist es uns wichtig, den direkten Dialog vor Ort zu pflegen. Unsere Wohnvoll Village-Mitarbeiter spielen dabei eine zentrale Rolle, da sie den persönlichen Kontakt zu den Bewohnern und Interessenten aufbauen und pflegen.

#### **Für das Premium-Segment gibt es eine zahlungskräftige Klientel. Wie kann es gelingen, Wohnraum für alle bezahlbar anzubieten?**

Das ist ohne Frage eine der größten Herausforderungen, aber auch eine, der wir uns mit Überzeugung stellen. Unser Ansatz basiert auf einer Mischkalkulation: Während wir Premium-Wohnraum für eine zahlungskräftige Klientel anbieten, ergänzen wir dieses Angebot durch erschwinglichere Wohnoptionen, sodass wir eine breite Zielgruppe ansprechen können. So wie es in vielen anderen Wohnformen üblich ist.

#### **Inwieweit spielen Fördermittel an der Stelle eine Rolle?**

Durch enge Zusammenarbeit mit Städten, Kommunen und die Nutzung staatlicher Förderprogramme möchten wir sicherstellen, dass auch Menschen mit niedrigerem Einkommen Zugang zu qualitativ hochwertigem Wohnraum erhalten. Unser Ziel ist es,

## Kommentar

### Es gibt noch viel zu tun

**Das antizipative Denken gehört nicht gerade zu den Stärken der deutschen Gesellschaft. Sich mit notwendigen Änderungen der aktuellen Wohnform schon rechtzeitig vor dem Eintreten einer pflegerischen Notlage so zu beschäftigen, dass die Weichen für ein selbstbestimmtes Leben im richtigen Moment gestellt werden, fällt schwer. Umso wichtiger ist es jetzt, die durchaus attraktiven Angebote des Senior Living verstärkt durch geeignete Marketing-Maßnahmen ins öffentliche Bewusstsein zu rücken.** ┘



Michael Schlenke, CARE INVEST Redakteur

ein ausgewogenes und nachhaltiges Modell zu schaffen, das für alle funktioniert.

#### **Welche Weichenstellungen erwarten Sie aktuell von der Politik?**

Aktuell erwarte ich von der Politik vor allem Unterstützung durch konkrete Anreize für Investoren im Bereich Senior Living. Es ist wichtig, dass Investitionen in diesen wachsenden Markt attraktiver gemacht werden, damit wir weiterhin hochwertige Angebote schaffen können. Ebenso wäre es hilfreich, wenn die Genehmigungsverfahren für Neubauten vereinfacht und beschleunigt werden. Ein weiterer entscheidender Punkt ist die klare Regelung und Förderung von öffentlich-privaten Partnerschaften. Nur durch solche Kooperationen kann der Senior Living-Markt nachhaltig und zukunftsorientiert weiterentwickelt werden. Politische Weichenstellungen in diesen Bereichen würden uns ermöglichen, den dringend benötigten Wohnraum schneller und effizienter bereitzustellen.

#### **Stichwort Quartiersentwicklung: Wie kann die Anbindung an den öffentlichen Raum funktionieren?**

Eine starke Quartiersentwicklung erfordert eine enge Vernetzung mit dem umliegenden städtischen Raum. Das bedeutet, dass unsere Einrichtungen gut an den öffentlichen Nahverkehr angebunden sind und

lokale Geschäfte sowie Gesundheits- und Freizeiteinrichtungen leicht erreichbar sein müssen. Unser Ziel ist es, offene Quartiere zu schaffen, die integraler Bestandteil der Stadt oder der Gemeinde sind.

#### **Wie haben sich die ersten Standorte Goslar und Bad Bevensen entwickelt?**

Beide Standorte haben sich ausgesprochen positiv entwickelt. Die Zahl der Bewohner wächst kontinuierlich, was zeigt, dass die Nachfrage vor Ort sehr hoch ist. Besonders freut uns, dass die Zufriedenheit der Bewohner deutlich macht, dass unser Konzept nicht nur gut ankommt, sondern auch den Bedürfnissen der Menschen entspricht.

#### **Wie sieht Ihre weitere Entwicklungs-Pipeline aus?**

Wir planen die Expansion in mehrere Regionen, vor allem in städtischen und stadtnahen Gebieten, in denen die Nachfrage nach seniorengerechtem Wohnen hoch ist. Der Standort Westerwald-Koblenz (Höhr-Grenzhausen) wird bis Ende des Jahres eröffnet. Und in Gerresheim, einem Stadtteil von Düsseldorf, einem historisch bedeutenden Standort, wird das Wohnvoll-Konzept inmitten von beeindruckender Natur und Parklandschaften realisiert. ┘

**DIE FRAGEN** stellte Michael Schlenke