

SENIORENGERECHTES WOHNEN IN DER WIENER MENZELGASSE

Dr. Ursula Rischaneck, FGW

Dieses Forschungsvorhaben war die Fortsetzung einer Studie, die in der 3. Ausschreibung des Hauses der Zukunft durchgeführt wurde. Damals wurde von der FGW ein Projekt eingereicht, bei dem ein Konzept für die seniorengerechte Planung eines Neubaus und eines sockelsanierten Gebäudes der HEIMAT ÖSTERREICH in der Menzelgasse 17 bzw. 21 in Wien-Ottakring erarbeitet und die Kostenunterschiede zwischen „normaler“ und „senioren- bzw. behindertengerechter“ Planung unter besonderer Berücksichtigung der Zielgruppe der Senioren-Migranten analysiert wurden. Der Bauträger, die HEIMAT ÖSTERREICH, hat sich dankenswerter Weise dazu entschlossen, beide Projekte auch tatsächlich seniorengerecht zu errichten.

In Österreich existierte nach Wissen der FGW bisher keine begleitende Untersuchung über die Errichtung und Vermarktung von Seniorenwohnanlagen. In diesem Sinne kann das hier beschriebene Forschungsprojekt Pionierarbeit leisten und sowohl den im Bau als auch der Vermarktung von Seniorenwohnanlagen tätigen Personen überaus wichtige und aufschlussreiche Informationen bieten.

Bei diesem Folgeprojekt stand die Projektbegleitung der seniorengerechten Bauvorhaben der HEIMAT ÖSTERREICH in der Menzelgasse 17 (Neubau, 12 Wohnungen) bzw. 21 (Sockelsanierung, neun Wohnungen) in Wien-Ottakring im Mittelpunkt der Forschungstätigkeit. Aufgabe war es zum einen, den Baufortschritt beobachtend zu begleiten und die dabei möglicherweise aus der seniorengerechten Spezifizierung entstehenden Probleme aufzuzeigen und zu analysieren. Das Hauptaugenmerk lag jedoch in der endgültigen Konzeptionierung und Vermarktung des Wohnprojektes.

Folgende Ziele wurden mit dem Projekt verfolgt:

Die beim seniorengerechten Umbau bzw. Neubau möglicherweise auftretenden Probleme wurden aufgezeigt, analysiert und sind in einen Bericht eingeflossen, der auch Bauträgern, Baufirmen, usw. zugänglich gemacht wird.

Es wurde versucht, den zwar existenten, aber noch nicht als solchen erkennbaren Markt für Seniorenwohnungen, vor allem im Migrantenvereich, aufzurollen. Welche Dienstleistungen will der Bewohner, auf welche kann und will er verzichten? Wie sollen Kunden angesprochen werden? Muß sich auch die Hausverwaltung auf diese Zielgruppe besonders einstellen? Die Antworten auf diese Fragen können, die sich im Zuge der Begleitung des Modellprojektes ergeben, können Bauträgern und Betreibern von Seniorenwohnanlagen die Vermarktung und den Betrieb erleichtern.

Der Hauptschwerpunkt der Methodik lag auf Interviews mit Architekten, Bauträgern, Interessenten und Wohnungsnutzern. Unterstützt wurden sie durch Literaturrecherche und die Beobachtung ähnlicher Projekte.

Im Endbericht finden sich zum einen die baubezogenen Erkenntnisse, die während der Um- bzw. Neubauphase sowie der Vermarktung der beiden Objekte Menzelgasse 17 bzw. 21 gewonnenen wurden (der im Anhang befindliche Kriterienkatalog wurde entsprechend adaptiert und um eine Checkliste für die ambulante Betreuung von Senioren-Migranten sowie um Tipps zu Gestaltung einer Seniorenbrochure ergänzt). Zum anderen wurden die bereits vorhandenen Informationen über die Zielgruppe der Senioren sowie im Speziellen der Migrantensenioren adaptiert. Gleiches gilt für das Wissen in Bezug auf Immobilienmarketing, und auch da wieder vor allem im Hinblick auf die Zielgruppe der Senioren.

DIE ERGEBNISSE IM DETAIL:

Bautechnik

Senioren- bzw. behindertengerechtes Bauen ist in der Praxis - vor allem wohnungsbezogen - weder teurer noch komplizierter als „normales“ Bauen - das gilt sowohl für Neubauten als auch Sockelsanierungen. Im Einzelfall kostenintensiver kann der Einbau eines Lifts im Althaus kommen, wenn dabei Lösungen gefunden werden müssen, die dort meist vorhandenen zwei, drei Stiegen am Weg von der Hauseingangstür bis zum Lift zu überwinden.

Gewisse Hürden gibt es bei Loggien, Balkonen und Terrassen, deren senioren- bzw. behindertengerechte Ausführung der Ö-Norm widerspricht. Spengler und Schwarzdecker bräuchten aus Gründen des Feuchtigkeitsschutzes eine Schwelle in Höhe von 15 Zentimetern als Norm - eine Höhe, die sowohl im senioren- als auch im behindertengerechten Bau unmöglich ist. In den Objekten Menzelgasse wurden Rigol aufgebracht und ein Gitterrost angebracht - dies widerspricht eben der ÖNORM. Der Austritt ist überdacht worden.

Auch die bodengleiche Dusche stellt sich - zumindest in der Praxis und bei zu wenig Aufbau bzw. Gefälle - als Problem dar. Die daraus gewonnene Erkenntnis: ein höherer Aufbau (ca. 17 Zentimeter) ist bei seniorenrechtlichen Bädern unumgänglich. Das Optimum wäre allerdings eine um zwei Zentimeter abgesenkte Duschtasse.

Das Interesse der beteiligten Unternehmen bzw. Arbeiter - sie haben während des Baus teilweise eigene Ideen angebracht - ist durchaus gegeben. Dies ist ein Indiz dafür, dass in den mit dem Bau bezogenen Berufsgruppen erhebliches kreatives Potenzial für zielgruppengerechtes Bauen vorhanden ist. Vor allem in Hinblick auf die seniorenrechtliche Adaptierung von Bestandswohnungen sollte durch entsprechende Öffentlichkeitsarbeit (Artikel, Vorträge, Seminare, Kurse) nicht nur bei Planern und Architekten, sondern auch in der Bau- und Baunebenbranche vermehrt das Interesse für seniorenrechtliche Adaptierungen geweckt werden. Zum einen hilft es den Senioren, bei allfälligen Adaptierungsarbeiten kompetente Ansprechpartner zu finden, zum anderen erschließt sich für Baumeister, Installateure, etc. eine neue, derzeit noch relativ finanzkräftige Kundengruppe.

Vermarktung

Die durchgeführten Marketing-Maßnahmen (Bautafel, Kooperation mit der Caritas, dem Bezirk, Gespräche mit entsprechenden Stellen der Stadt Wien sowie Artikel in Bezirks- und Tageszeitungen) haben die angepeilte Zielgruppe der Senioren-Migranten (an sie sollte ein Drittel der seniorengerecht adaptierten Wohnungen gehen) nicht erreicht. Bei künftigen Projekten, die an diese Zielgruppe gerichtet sind, ist es unabdingbar, die frühzeitige Kooperation mit migrationsrelevanten Medien und Institutionen aktiv zu suchen.

Angesprochen wurden allerdings österreichische Senioren – sie goutierten jedoch die Lage in unmittelbarer Nähe des Brunnenmarkts wegen des hohen Ausländeranteils nicht. Wie stark sich die Betonung der behindertengerechten Ausstattung auf die Ablehnung der Senioren ausgewirkt hat, konnte nicht festgestellt werden, da sich keiner der Wohnungsinteressenten diesbezüglich äußerte. Es ist jedoch durchaus anzunehmen, dass manche von der Gleichsetzung behindertengerecht und seniorengerecht abgeschreckt wurden.

Das Interesse an seniorengerechten Wohnungen ist durchaus vorhanden. Allerdings wird nicht gezielt danach gefragt. Wird bei Verkaufsgesprächen darauf hingewiesen, ist vor allem die seniorengerechte Architektur ein Thema, die Betreuung weniger. Dies könnte ein Indiz dafür sein, dass präventive Bezug einer entsprechend adaptierten Wohnung durchaus schon in Frage kommt.

Betreuung

Basierend auf eigenen Erfahrungen und jenen anderer Bauträger sowie angesichts der Kleinheit der Projekte hat die HEIMAT ÖSTERREICH bei diesen beiden Bauten auf eine niederschwellige Betreuung gesetzt, die mehr an das Komfortdenken der Mieter gerichtet ist.

Senioren sind zur Zeit nur in Ausnahmefällen bereit, in Betreuung zu investieren, solange diese noch nicht unbedingt erforderlich ist und „nur“ ihrer Bequemlichkeit dient. Auch scheint es Senioren derzeit lieber zu sein, ihre Betreuung individuell zu organisieren. Aber auch jüngere Mieter sind nur sehr vereinzelt bereit, für diverse Dienstleistungen (Blumen gießen, Postkasten ausräumen,...) zu bezahlen. Die von der HEIMAT ÖSTERREICH angebotenen Dienstleistungen wurden kaum nachgefragt und werden auch aus organisatorischen Gründen aktuell nicht mehr angeboten.

Zielgruppe

Heute sind bereits etwa 21 Prozent der Österreicher älter als 60 Jahre (1,8 Mio; Stand 2005), 2010 werden es 24 Prozent sein (1,9 Mio), 2020 rund 27 Prozent (2,2 Mio) und 2050 etwa ein Drittel der prognostizierten Gesamtbevölkerung von neun Mio. Damit liegt Österreich europaweit in etwa im Mittelfeld der „alten“ Nationen. Den höchsten Seniorenanteil gibt es in Schweden und Norwegen, den geringsten in den Benelux-Staaten. Nach derzeitigen Prognosen¹ werden 2010 die meisten

¹ Statistisches Handbuch 2006, Bevölkerungsvorausschätzung 2005–2050, S. 51

Menschen über 60 Jahre in Niederösterreich leben (387.000), gefolgt von Wien (379.000) und Oberösterreich (311.800). „Jüngstes“ Bundesland wird 2010 das Burgenland (71.300) sein. Parallel dazu geht angesichts der steigenden Lebenserwartung – laut vorliegenden Erfahrungswerten der vergangenen 160 Jahre hat sie jedes Jahr um drei Monate zugenommen² – ein deutlicher Anstieg der Hochbetagten (80plus) an der Bevölkerung einher. Bereits 2004 waren knapp 96.000 ÖsterreicherInnen älter als 80 Jahre, 2010 sollen es 396.000 (davon 271.000 Frauen), im Jahr 2020 sogar 461.400 (davon 293.600 Frauen) sein.³ Die Hälfte der Hochbetagten wird pflegebedürftig sein, etwa ein Drittel wird – entsprechend den bisherigen Erfahrungswerten – an Demenz erkranken.

Derzeit ist der Anteil der Senioren-Migranten an der älteren Gesamtbevölkerung noch relativ gering: Insgesamt hatten 2005 zirka 776.000 ausländische Staatsangehörige ihren Hauptwohnsitz in Österreich, das sind etwa 9,5 Prozent der Gesamtbevölkerung. Sieben Prozent von ihnen sind mittlerweile über 60 Jahre. Anders als bei österreichischen Senioren ist bei Migranten das Alter männlich: es gibt mehr ältere Männer als Frauen. In Zukunft werden aber auch sie zunehmend zum Thema für Gesellschaft und Politik werden, da sie – wie ursprünglich angenommen – nur in Ausnahmefällen ihren Lebensabend im Herkunftsland verbringen werden. Die Gründe sind u.a. die bessere gesundheitliche Versorgung in Österreich, die Tatsache, dass die Familie mittlerweile ebenfalls in Österreich lebt sowie gewisse Sozialleistungen (Ausgleichszulage). Wesentlich zu wissen ist, dass Migranten-Senioren ihren österreichischen Altersgenossen gegenüber benachteiligt sind: so sind ihre Pensionen in der Regel niedriger, ihr Gesundheitszustand ist frühzeitig schlechter und auch ihre Wohnsituation ist meist weniger gut. Die Tatsache, dass viele von ihnen keine österreichischen Staatsbürger, fehlende Sprachkenntnisse sowie ein kaum vorhandenes interkulturelles Angebot schließen sie bewusst oder unbewusst von gewissen Sozial- und Infrastrukturleistungen (Altersheime, mobile Betreuung, Pflegegeld) aus.

Gegenwärtig sind die jungen österreichischen Senioren noch die kaufkraftstärkste Gruppe, während ältere Senioren zum Teil armutsgefährdet sind. Dass dies künftig auch so sein wird, wird hierzulande bezweifelt: So fühlt sich nur jeder vierte Österreicher von der letzten Pensionsreform nicht betroffen. 33 Prozent der Österreicher fühlen sich von der Reform „sehr betroffen“, weitere 21 Prozent „eher betroffen“ und 18 Prozent „teilweise“. Das geht aus einer Umfrage des Salzburger Instituts für Grundlagenforschung (IGF) hervor.⁴ Weniger betroffen zeigen sich nur die über-60-Jährigen, während sich in besonders hohem Ausmaß die Arbeiter betroffen fühlen. 91 Prozent der Österreicher glauben, dass Frauen von der Reform betroffen sind, 87 Prozent meinen, dass dies für Bezieher niedriger Einkommen der Fall ist und 85 Prozent bei Familien.

Senioren als DIE Zielgruppe gibt es nicht. Ältere Menschen sind eine ausgesprochen heterogene Gruppe – entsprechend wollen und müssen sie angesprochen werden. Und dementsprechend vielfältig müssen auch die für sie geschaffenen Produkte sein.

² Opaschowski, Horst W., Der Generationenpakt. Das soziale Netz der Zukunft. Darmstadt, 2004

³ Stat. Handbuch 2006, Bevölkerungsvorausschätzung 2005 – 2050, S. 51

⁴ APA, 30.6. 2003.

Im persönlichen Gespräch mit dem Wohnungsverkauf und der Hausverwaltung konnten ein paar Unterschiede zwischen Senioren und jüngeren Kunden festgestellt werden: Nach Schätzungen des Verkaufs- und Verwaltungsteams der HEIMAT ÖSTERREICH, die auch von anderen Unternehmen bestätigt wurden, liegt der Zeitaufwand bei Senioren-Kunden um ein Drittel höher. Begründet wird dies zum einen mit dem erhöhten Erklärungs- und Informationsbedarf von Senioren und zum anderen damit, dass Senioren häufig ihre Einsamkeit durch Gespräche, vor allem mit der Hausverwalterin, überwinden wollen. Weiters sind Senioren an anderen Infrastruktureinrichtungen als beispielsweise Jungfamilien interessiert (Ärzte, Apotheken, Nachbarschaftstreffs,...), auf die in den Verkaufsgesprächen auch explizit hingewiesen werden.

Die angepeilte Zielgruppe der Senioren-Migranten konnte –wie gesagt – nicht wirklich erreicht werden. Zwar kamen aus dieser Zielgruppe ganz vereinzelt Anfragen – eine Vermietung scheiterte allerdings aus finanziellen Gründen.

Eine eigenes Trainingsprogramm für den Umgang mit Senioren ist für Verkauf und Hausverwaltung nicht notwendig: was allen zugute kommt, sind Schulungen zum Thema Konfliktmanagement und Mediation (für die richtige Vorgangsweise bei Konflikten z.B. zwischen jüngeren und älteren Mietern).

Reife Konsumenten

- Wollen ihre spezifischen Bedürfnisse befriedigen

- Wollen Beratung und Service

- Suchen nach Identifikation

- Stellen hohe Ansprüche an Produkte, Dienstleistungen und Kommunikation

- Sind kritisch, informiert und interessiert

Ältere Konsumenten wollen NICHT als alt, krank oder behindert gesehen und schon gar nicht als solche angesprochen werden