



WHITEPAPER-PRÄSENTATION – OKTOBER 2021

Zielgruppenanalyse für das Best Ager Wohnkonzept livree

Studie der Hochschule für Wirtschaft und Recht Berlin
im Auftrag der DPF AG

Executive Summary



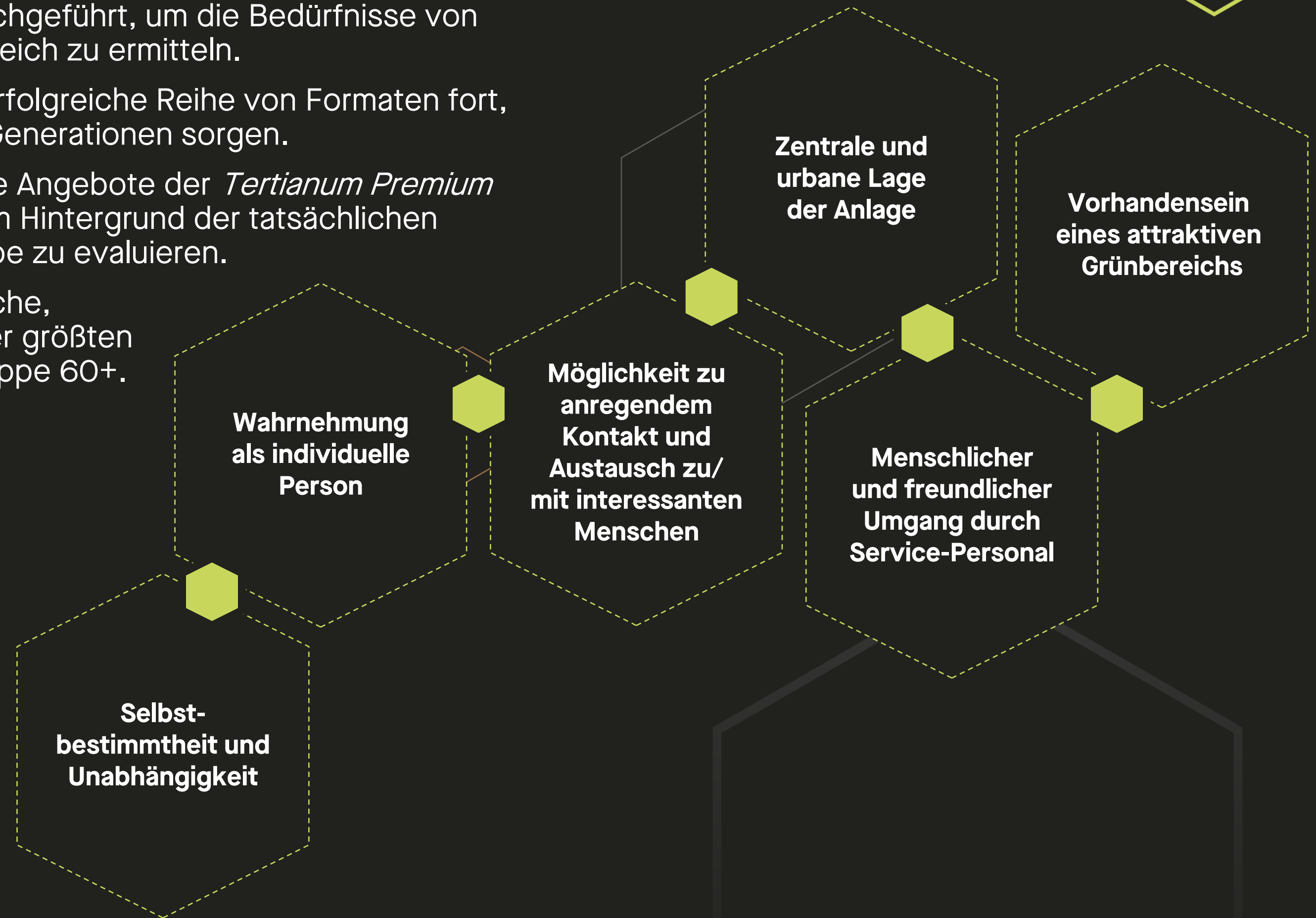
Im Auftrag der DPF AG hat die Hochschule für Wirtschaft und Recht Berlin eine qualitative Zielgruppenanalyse durchgeführt, um die Bedürfnisse von Senioren im relevanten Einkommensbereich zu ermitteln.

Mit dem Projekt setzt die DPF AG ihre erfolgreiche Reihe von Formaten fort, die für einen Austausch zwischen den Generationen sorgen.

Ein wesentliches Ziel der Studie war, die Angebote der *Tertianum Premium Group* sowie das Konzept *livree* vor dem Hintergrund der tatsächlichen Anforderungen der relevanten Zielgruppe zu evaluieren.

Wichtigstes Ergebnis ist die systematische, wissenschaftlich fundierte Erfassung der größten Wünsche der Befragten in der Altersgruppe 60+.

Dies sind nach der Auswertung der Interviews:



Auftraggeber der Studie



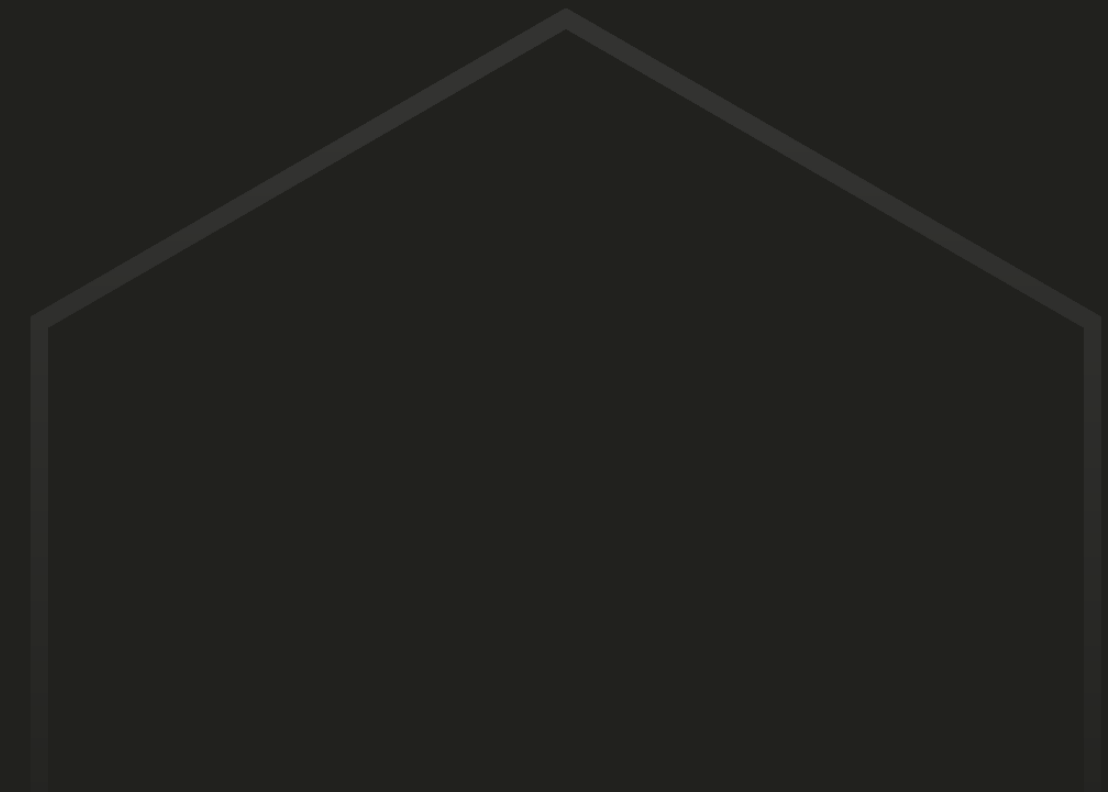
DPF AG

Gestalter für die alternde Gesellschaft

Die DPF AG ist ein nicht-börsennotiertes Unternehmen mit Spezialisierung auf das Geschäftsfeld Wohnen im Alter. Die operativen Tochtergesellschaften decken sämtliche Bereiche dieses Geschäftsfeldes ab: Residenzen und Pflege, Kulinarik und Kultur, Concierge Services und Ambient Assisted Living.

Um der Vielfalt der Veränderungen gerecht zu werden, die der demografische Wandel mit sich bringt, investiert DPF in wegweisende Angebote für die Gesellschaft von morgen. Wichtigstes Prinzip sind dabei das Streben nach einer exzellenten Qualität und nach ganzheitlichen Lösungen.

Dabei liegt allen Entscheidungen und Vorhaben das Ideal eines selbstbestimmten und vielseitigen Lebens im Alter zugrunde. So denken die Gesellschaften der DPF stets über Immobilien hinaus und möchten Angebote für Menschen statt für Märkte machen. Übergreifendes Ziel aller Aktivitäten in den unterschiedlichen Geschäftsbereichen ist, das Leben älterer Menschen positiv mitzugestalten und immer wieder aufs Neue maßgeschneiderte Lösungen für eine wachsende Zielgruppe zu entwickeln.



Hintergrund der Studie

Wie möchten Menschen im Alter wohnen?

Im Auftrag der DPF AG hat die Hochschule für Wirtschaft und Recht (HWR) Berlin eine qualitative Zielgruppen-analyse durchgeführt. Ziel war herauszufinden, wie Senioren leben und welche Wünsche sie hinsichtlich ihrer Lebens- und Wohnsituation im Alter hegen. Befragt wurden 15 Menschen, die offen gegenüber einem Umzug in den nächsten fünf bis zehn Jahren sind.

Ein Projekt für mehr Austausch zwischen den Generationen

Das Projekt entspricht dem langfristigen Bestreben der Tertium Premium Group, den Dialog zwischen den Generationen zu fördern. Dadurch, dass Studierende der HWR die Befragungen durchführten und so ins direkte Gespräch zwischen Jung und Alt getreten sind, ist die Studie ein Mehrgenerationenprojekt und hat den Austausch angeregt. Das Projekt steht somit in der Tradition von vorherigen Initiativen wie ‚Student in Residence‘, dem Generationen-Dinner oder der Kooperation mit dem Podcast „Die Dritten – Damit nichts verloren geht“ von Sabrina Adendorfer.

Sieben Studierende im Masterstudiengang ‚Marketing Management‘ der HWR führten die Studie unter Anleitung von Prof. Dr. Andrea Rumler zwischen April und August 2021 im Rahmen des Moduls ‚Marketing Project and Project Management‘ eigenständig durch.

Projektphase



Studiendesign & Konzeption

Erstellung des Interviewleitfadens

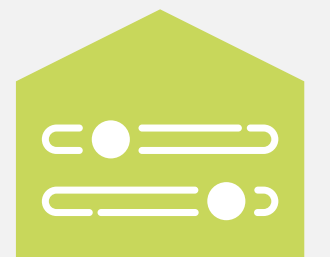
Rekrutierung der Interviewpartner/innen

Durchführung & Transkription der Interviews

Auswertung & Codierung

Forschungsbericht

Zeitraum



April bis Mai 2021

April bis Mai 2021

April bis Juni 2021

Mai bis Juli 2021

Juni bis Juli 2021

Juli bis August 2021

Key Facts zur Studie



Studienleitung:

Prof. Dr. Andrea Rumler
Lehrstuhl für Marketing
Hochschule für Wirtschaft und Recht Berlin
Berlin School of Economics and Law

Methodik:

Qualitative Tiefeninterviews mit
anschließender Codierung und
IT-basierter Analyse

Teilnehmer:

15 Männer und Frauen
zwischen 60 und 84 Jahren in Deutschland

Verfügbares

Haushaltseinkommen:

ab 4.000 € für Einzelpersonen/
6.000 € für Paare



Grundbedürfnisse der Befragten*



Familiäre Situation

Die Kontakthäufigkeit zum familiären Umfeld wurde von 53 Prozent der Befragten als hoch eingeschätzt, während 27 Prozent der Interviewpartner/innen eine niedrige Kontakthäufigkeit angaben. 53 Prozent der Interviewpartner/innen haben nach eigener Aussage enge Freunde und/oder Verwandte in der näheren Umgebung.



Soziales Umfeld

73 Prozent der Interviewpartner/innen gaben an, in ihrer Freizeit soziale Kontakte zu pflegen und sich mit Freunden zu treffen.



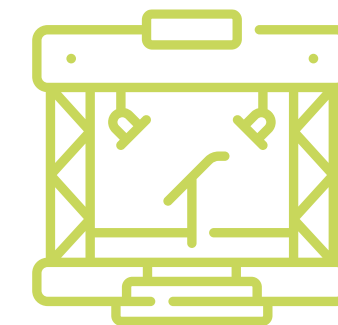
Berufliche Situation

Aus der Befragung zur beruflichen Situation der Teilnehmer/innen geht hervor, dass 60 Prozent der Befragten zum Zeitpunkt der Befragung berufstätig waren. 44 Prozent dieser Personen planen, in den nächsten Jahren in den Ruhestand zu gehen, während 33 Prozent so lange arbeiten möchten wie möglich.



Sport & Bewegung

Körperliche Aktivität spielen für den Großteil der Personen eine Rolle. 34 Erwähnungen können diesem Bereich zugeordnet werden. Hervorzuheben ist, dass 60 Prozent der Befragten in ihrer Freizeit Fahrrad fahren. Ebenfalls 60 Prozent gaben an, in ihrer Freizeit spazieren zu gehen, zu wandern oder einfach die Natur zu erleben.



Kultur

Neben der körperlichen Betätigung spielt für 47 Prozent der Teilnehmer/innen das Wahrnehmen von Kulturveranstaltungen, der Besuch von Galerien und Museen, Theatern und Kinos sowie von Konzerten und Opern eine wichtige Rolle in der Freizeitgestaltung.

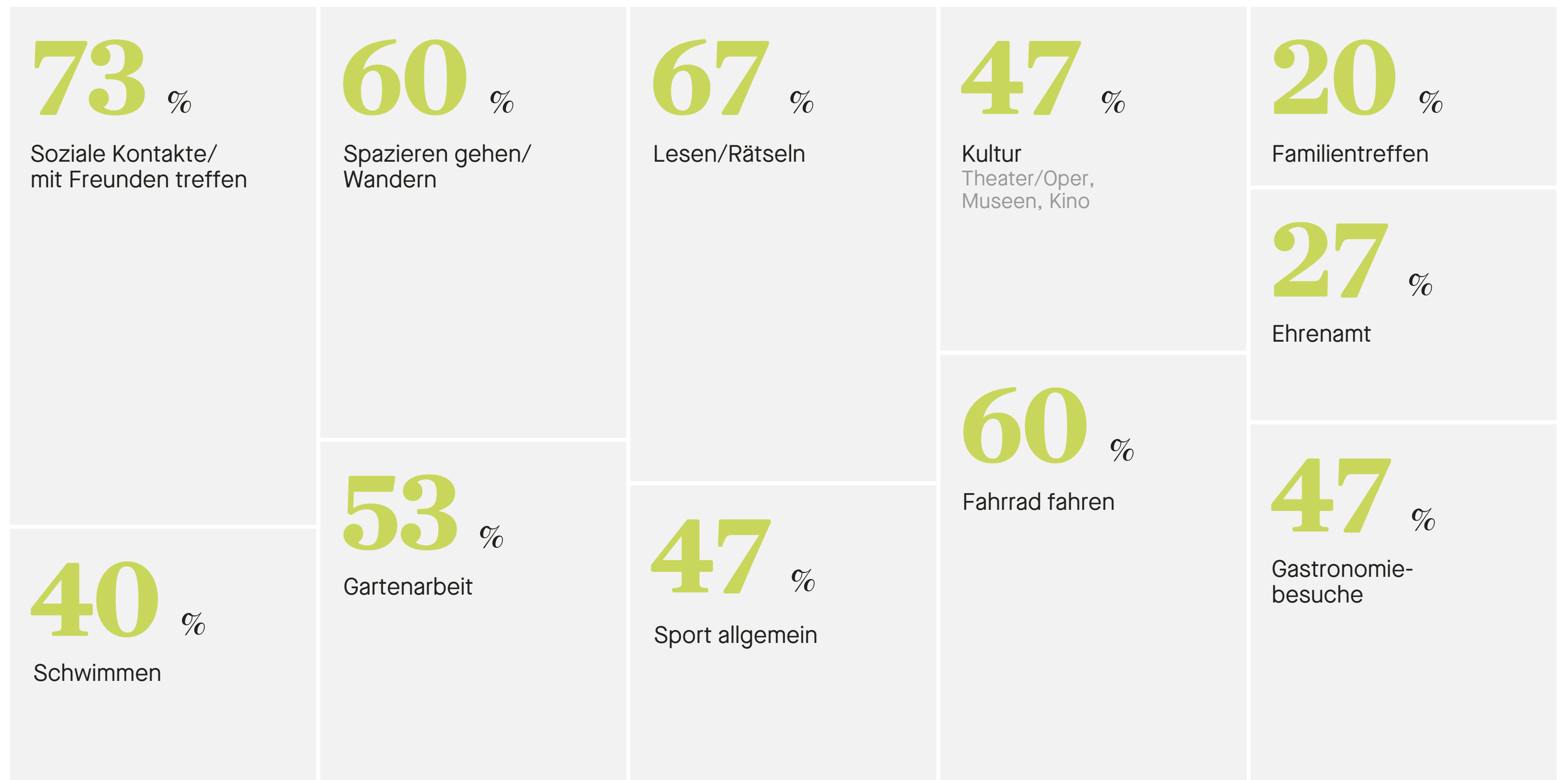
* Mehrfachnennungen möglich

Freizeitinteressen und Hobbys

Hobbys und körperliche Aktivität spielen für Senioren eine große Rolle.

Häufiger genannt* werden

Schwimmen, Training im Fitnessstudio und Kochen. Außerdem haben Kulturangebote einen hohen Stellenwert, etwa Kinobesuche, Museen und Theater.



* Mehrfachnennungen möglich

Grundbedürfnisse der Befragten zum Wohnumfeld



Ich empfangе gern Gäste. Wir treffen uns am Freitag und am Wochenende und lassen die Woche ausklingen.



Aktuelle Wohnsituation

Wie wohnen die Befragten aktuell?

53 %

wohnen in einem Haus,
das sich in ihrem
Eigentum befindet.

27 Prozent wohnen zur
Miete, 75 Prozent
davon in Wohnungen.

33 %

leben in Wohnungen.

40 % leben nach
eigener Aussage am
Stadtrand.

33 % gaben an,
innerstädtisch zu leben.

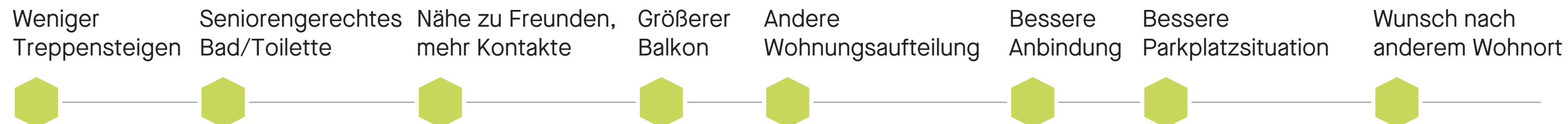
13 % leben nach
eigener Angabe ländlich.

33 %

haben einen Garten,
20 Prozent verfügen
über einen Balkon.

*Deswegen wäre
es schöner, wenn unser
Haus da wäre,
wo Bekannte sind,
so dass man sich treffen
kann und mehr mit-
einander machen kann*

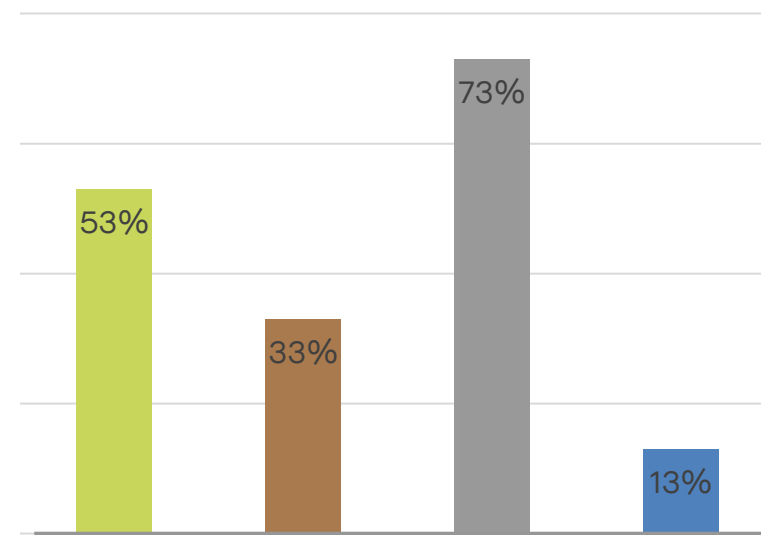
Welche Gründe aber sprechen aus Sicht der Befragten dafür, in relativ hohem Alter noch einmal umzuziehen und eine Veränderung vorzunehmen? Befragt hinsichtlich der konkreten Verbesserungspotenziale, stellen die Studienteilnehmer folgende Einzelaspekte besonders heraus:



Aktuelle Wohnsituation

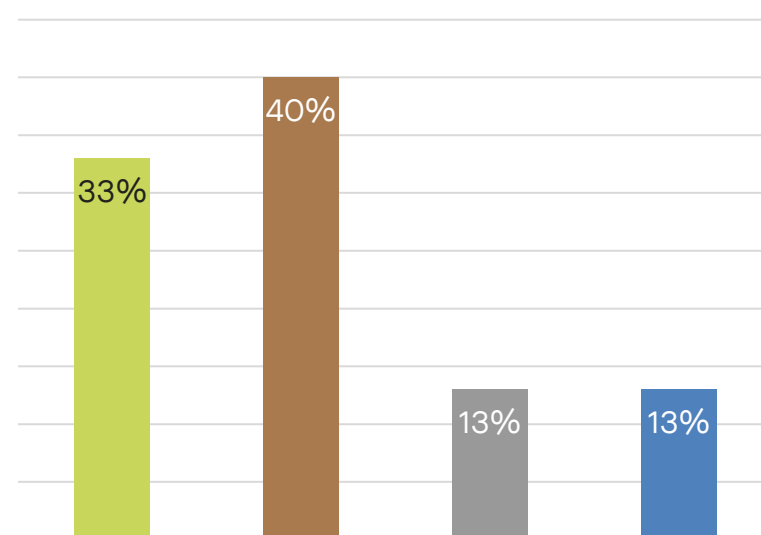
Wohnform

- Haus
- Wohnung
- Zwei-Personen-Haushalt
- Ein-Personen-Haushalt



Wohnlage

- innerstädtisch
- am Stadtrand
- ländlich
- keine Angabe



Mögliche Umzugsgründe*

44 %
Barrierefreiheit

40 %
Gesundheitliche Aspekte

40 %
Angewiesenheit auf Unterstützung

20 %
Nähe zur Familie gewünscht

13 %
Verkleinerung notwendig

13 %
Nähe zur Innenstadt gewünscht

* Mehrfachnennungen möglich

Wünsche und Anforderungen an das Wohnen im Alter



„
Aber wir brauchen auf jeden Fall noch mal immer ein drittes Zimmer, wo man eben mal Gäste schlafen lassen kann.“



Eine altersgerechtere Ausstattung der Wohnung und der Wohnanlage, die einen Zugewinn an Komfort bedeutet, ist für die Studienteilnehmer eines der zentralen Motive, über eine Veränderung der Wohnsituation nachzudenken. In den Interviews nennen sie eine Reihe von Eigenschaften und Ausstattungsmerkmalen besonders häufig.

73 %

wäre ein kleiner Garten, ein Balkon oder eine Terrasse ein wichtiger Bestandteil der idealen Wohnsituation.

60 %

lehnen eine Möblierung des Wohnbereichs durch den Vermieter ab und möchten eigene Möbel in die Wohnung mitbringen.

Badezimmer sollen modern gestaltet sein. Vor allem eine große Badewanne und eine Dusche mit flachem Einstieg werden von den Befragten gewünscht.

Mehrzahl der Interviewten wünscht sich ein Gästezimmer. Auch geteiltes, flexibles Arbeits- und Gästezimmer ist wünschenswert.

Mehrheit will die bereits vorhandenen Möbel in die neue Wohnung mitnehmen und lehnt einen möblierten Wohnbereich ab.

Eine relativ große Zahl wünscht sich einen Abstellraum als Lagerfläche.

Wünsche und Anforderungen an das Wohnen im Alter

Gewünschte Wohnform im Alter*

73 %
Umzug in
Senioren-
residenz

40 %
Umbau und
Pflege zuhause

27 %
Umzug in
Barrierefreie
Wohnung

20 %
Umzug in
Senioren-WG



Gewünschte Ausstattungsmerkmale*

87 %
Vollwertige
Küche

73 %
Garten/Balkon/
Terrasse

67 %
Arbeitsplatz

60 %
Gästezimmer

53 %
Barrierefreie
Dusche

40 %
Gemeinschafts-
räume

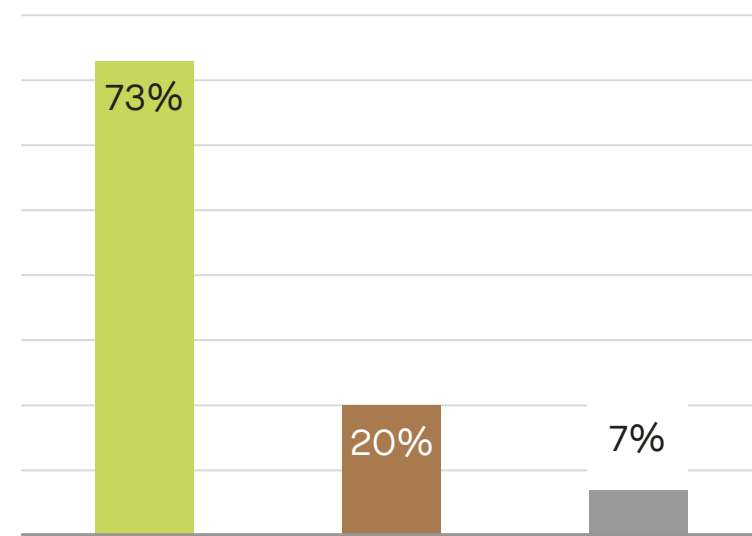


* Mehrfachnennungen möglich

Wünsche und Ansprüche an die Lage und Größe der Wohnung

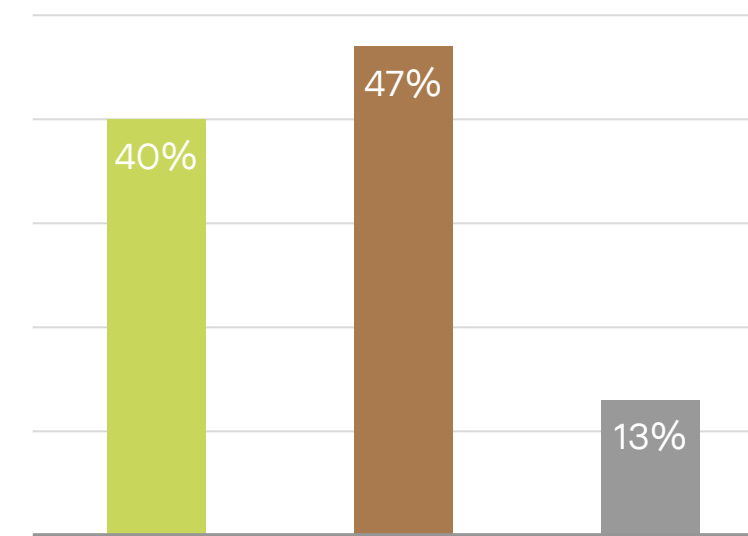
Gewünschte Wohnform

- Wohnung
- Haus
- keine Angabe



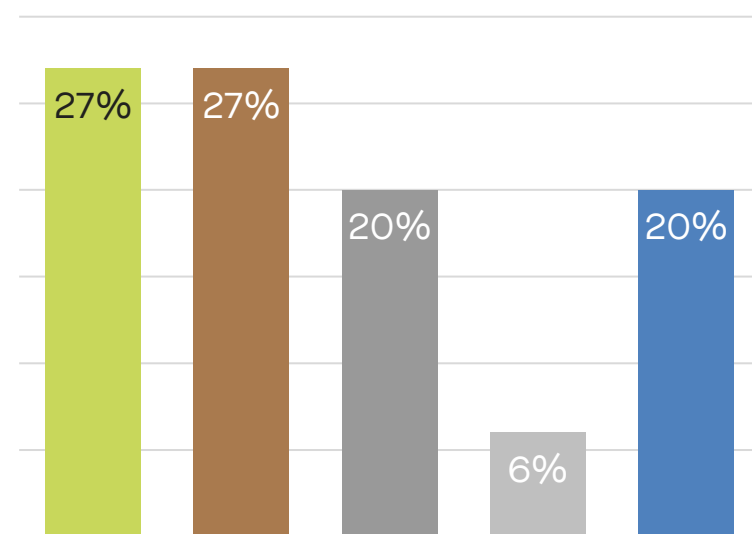
Gewünschte Lage

- innerstädtisch
- am Stadtrand
- ländlich



Gewünschte Wohnungsgröße

- bis 50 qm
- 51 - 99 qm
- 100-199 qm
- ab 200 qm
- keine Angabe



Ich würde mir eine Dreizimmer-Wohnung wünschen (...) – in der Stadt, nicht auf dem Land.



Wünsche und Ansprüche an das Angebot

Die Befragten stellen **hohe Ansprüche** an den **Service** und die **Ausstattung** in einer Wohnanlage*. Neben der Möglichkeit, bei Bedarf ein **individuelles Pflegeangebot** in Anspruch zu nehmen, wünschen sich die Senioren zahlreiche weitere Einrichtungen, die eine **Erleichterung des Alltags** und einen Gewinn gegenüber ihrer bisherigen Wohnsituation bedeuten würden.

So nennen **zwei Drittel** der Studienteilnehmer einen **Einkaufs- und Verpflegungsservice** als Wunschangebot. **Mehr als die Hälfte** (53 Prozent) wünschen sich sogar ein **Restaurant direkt in der Anlage**, zusammen mit den Nennungen beim Umfeld und von Restaurantbesuchen als **Freizeitbeschäftigung** macht dies einen wichtigen Komplex im Gesamtzusammenhang der Studie aus.

Einen hohen Stellenwert messen die Teilnehmer auch der Sicherheit zu: **47 Prozent** nennen einen **Hausnotruf** beziehungsweise eine **Gegensprechanlage** als Wunsch. Das Vorhandensein eines Schwimmbads und weiterer Wellnessseinrichtungen wird als etwas weniger wichtig erachtet.

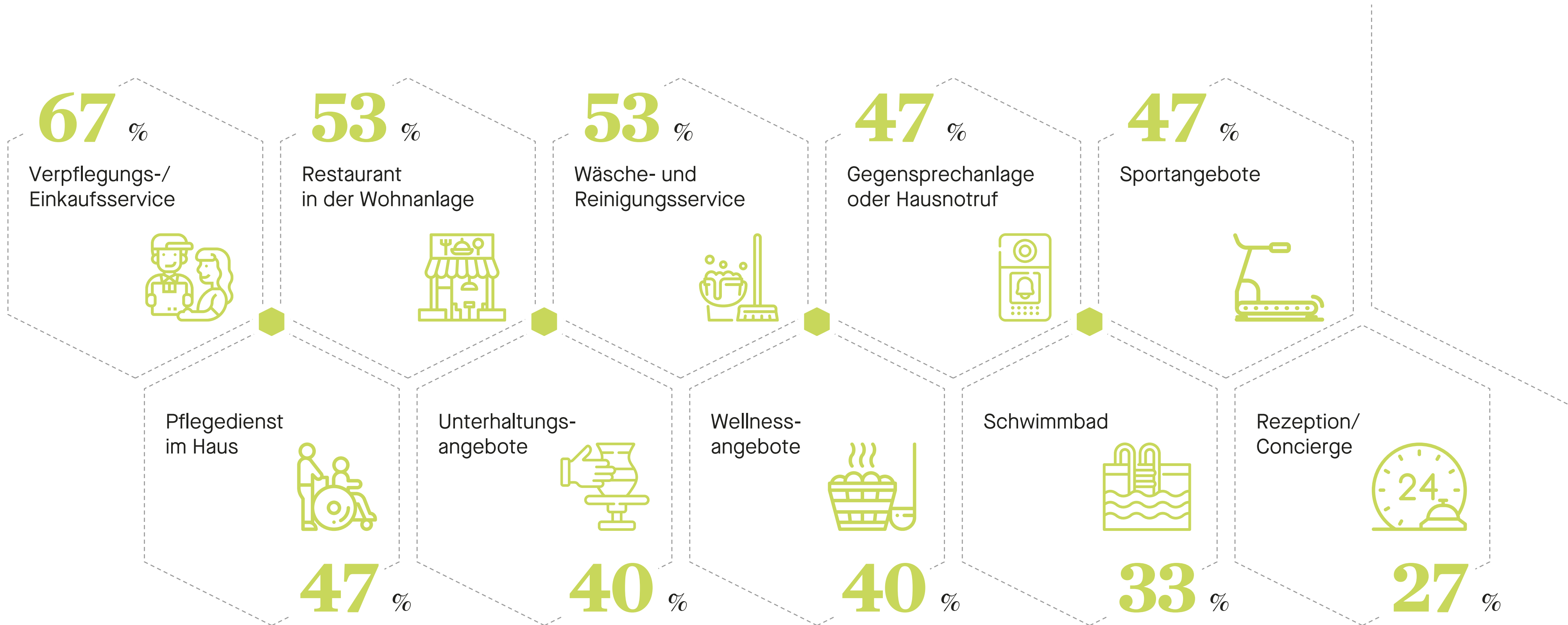
* Mehrfachnennungen möglich



***Ein Restaurant
oder eine Kantine würde
ich schon schön finden.***

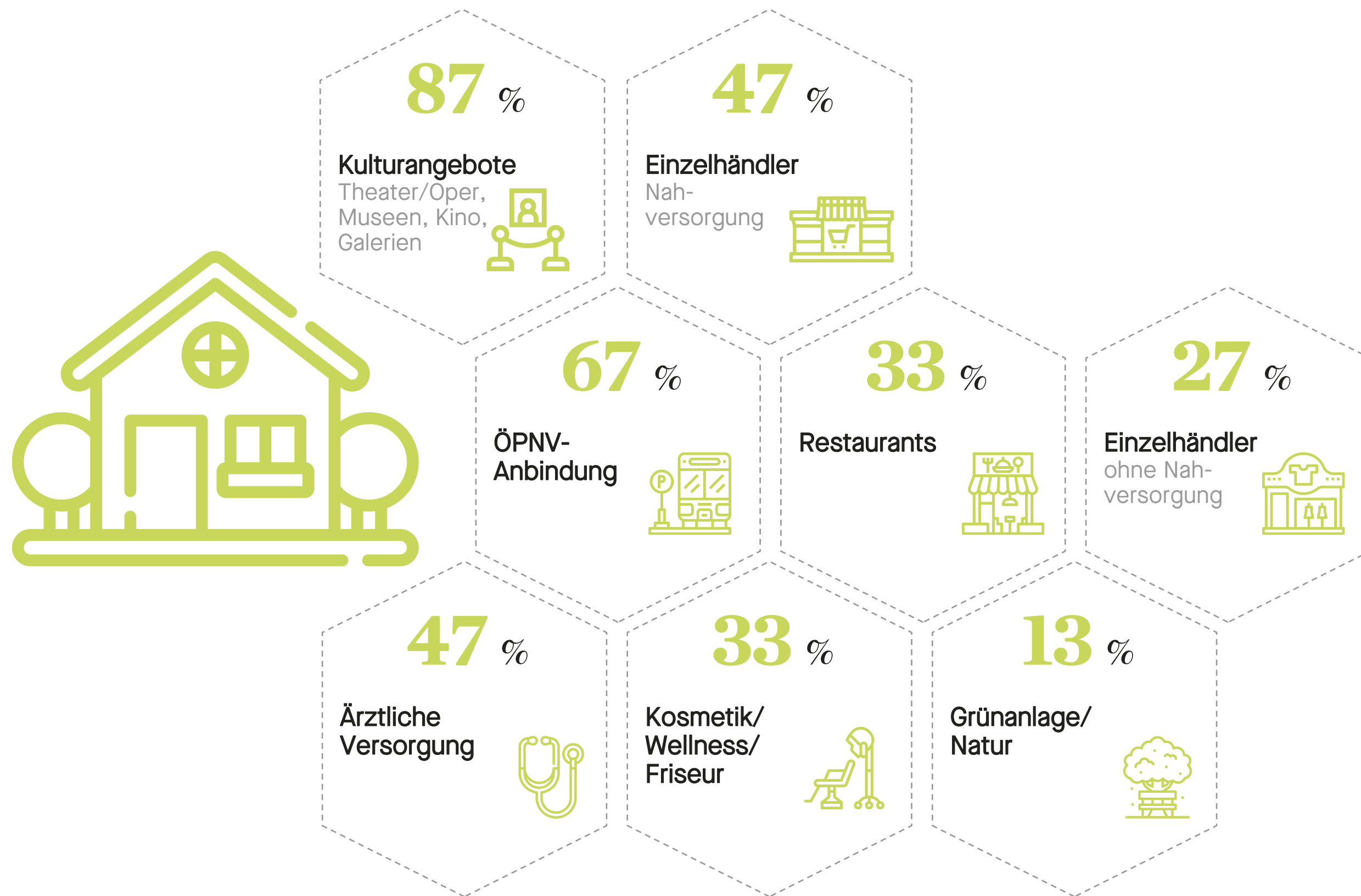


Konkrete Wünsche und Ansprüche an das Angebot*



* Mehrfachnennungen möglich

Konkrete Wünsche und Anforderungen an die Wohnumgebung*



*Ich brauche ein Kino,
ich brauche ein Theater,
und ich möchte
eine Ausstellung besuchen.*



* Mehrfachnennungen möglich

Zusammenfassung der Ergebnisse

Die Studie zeigt, dass die Befragten aus der **Generation 60+** in wesentlichen Aspekten **dieselben Ideale und Vorstellungen** hegen. Augenfälligster Wunsch ist dabei der **Erhalt von Selbstbestimmtheit und Unabhängigkeit** über einen möglichst langen Zeitraum. Damit korrespondiert das Bedürfnis, auch in einer etwaigen neuen Wohnform weiterhin als Person mit individuellen Anforderungen wahrgenommen und behandelt zu werden.

Als Voraussetzung dafür nennen die Teilnehmer unterschiedliche Punkte, die mit der Wohnanlage korrespondieren. Neben der **freundlichen und respektvollen Behandlung** durch das Service-Personal, die mehrere Interviewte als wesentlichen Wunsch formulieren, zählt dazu insbesondere ein Umfeld mit **guter Infrastruktur**. Diese, so der Tenor, ermögliche am ehesten die gleichzeitige Erfüllung unterschiedlicher Anforderungen bei Versorgung und Freizeitgestaltung.

Eine zentrale Rolle in den Interviews nimmt darüber hinaus dem **sozialen Austausch** zu. Eine besondere Bedeutung hinsichtlich der Wohnform messen die Teilnehmer dabei dem Kontakt mit Freunden und dem **Austausch mit interessanten Persönlichkeiten** zu, mehr noch als dem engen Bezug zum familiären Umfeld.



”

*Solange du fit bist,
wird dir glaube ich jeder
sagen ... Ich sage es auch
so: Solange ich alles
selbst regeln kann,
will ich das alles
selbst regeln.*





Die DPF-Unternehmen im Überblick



Geschäftsfeld: Ageing Society



livree

RAS

Tertianum
Premium
Residences

Tertianum
Luxury Suites

Tertianum
Suites

Tertianum
Care

Brasserie
Colette
Tim Raue

livree

RAS

Premium-Wohnen

Restaurant

Best Ager-Wohnen

Concierge Service



DPF AG

Philosophie & Geschäftsmodell

Für die neue Zielgruppe der Silver und Golden Ager bieten wir ein umfassendes Wohn- und Service-Paket für das gesamte Feld des »Wohnens im Alter«:

Hochwertiger Wohnraum im Premium-Segment mit Tertianum Premium Group

Ansprechendes Service-Wohnen für eine breite Bevölkerungsschicht mit unserem Konzept livree Serviceorientierte und persönliche ambulante Pflegedienstleistungen mit Tertianum Care

Exklusives Gastronomieangebot in unseren Tertianum-Residenzen mit Brasserie Colette by Tim Raue Abwechslungsreiches Kultur- und Freizeitangebot an allen Standorten für ein aktives und selbstbestimmtes Leben im Alter

Unterstützung durch vertrauenswürdige Concierge-Services und zuverlässige technologische Helfer im Bereich Ambient Assisted Living

Dienstleistungen unserer Service-Gesellschaften



Beratung & Wohnungsvermietung

Mit Tertianum Premium Residences sind wir in Deutschland Marktführer für anspruchsvolles Seniorenwohnen.



Gastronomie

An jedem Standort der Brasserie Colette Tim Raue stehen der Genuss und eine perfekte Bewirtung in angenehmer Atmosphäre im Mittelpunkt.



Kulturveranstaltungen

Geistige Aktivität und eine anregende Freizeitgestaltung sind fester Bestandteil der Philosophie unserer Häuser – nicht zuletzt durch Lesungen, Konzerte und weitere Vorführungen.

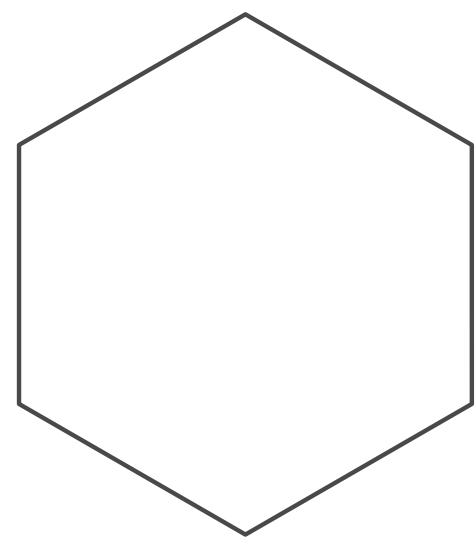


Concierge für Office & Wohnen

Die Kunden der RAS Concierge Services können an mehr als 80 Standorten auf zuverlässige und zuvorkommende Empfangsdienstleistungen zählen.

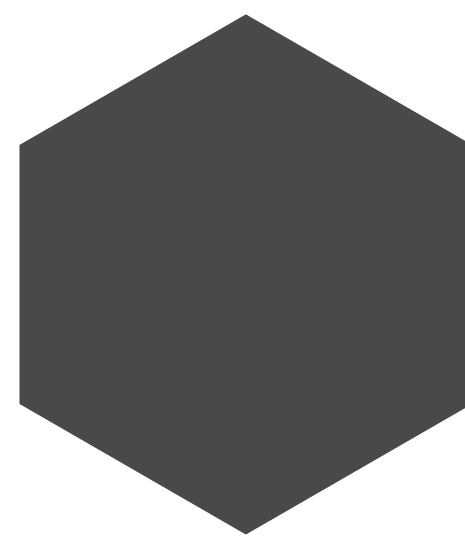
Zuordnung der Wohnangebote

Alternative Wohnformen für Best Ager sind auf dem Vormarsch, Wachstum und Bedarf hoch



**Barrierefreies
Wohnen**

ohne Service



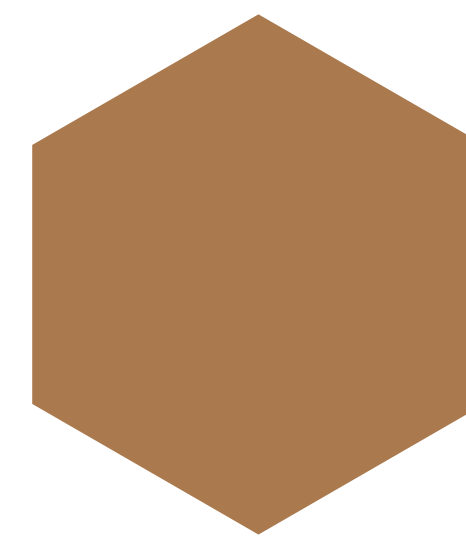
Pflegeeinrichtungen

mit stationärer/ambulanter Pflege

Altenpflegeheime

Altenheime

Altenwohnheime



**Professionelle
Wohneinrichtungen**

in Kombination mit Pflegeleistungen

Seniorenresidenzen

Betreutes Wohnen/Service-Wohnen

Wohn-, Haus- und Nachbarschafts-
gemeinschaften



Zuordnung der Wohnangebote

Differenzierung im Segment »Professionelle Wohneinrichtungen« und Definition der dazugehörigen Leistungen.

Premium-Residenzen



Wohnraumüberlassung zzgl. meist inkludierter und gehobener Zusatzleistungen wie z. B.

- Verpflegung (Mittagessen)
- Rezeption/Concierge
- Spa und Kulturprogramm
- Reinigung
- Betreuung bei Krankheit
- gehobenes Ambiente

Senioren-Residenzen



Wohnraumüberlassung zzgl. meist frei wählbarer Zusatzangebote wie z. B.

- Aktivitäten
- Beratungsleistungen
- Notruf

Betreutes Wohnen



TERTIANUM

PREMIUM RESIDENCES



TERTIANUM
SUITES

livree



**SIE HABEN FRAGEN?
MELDEN SIE SICH GERNE DIREKT BEI UNS:**

DPF AG

**Hackescher Markt 2 – 3
10178 Berlin**

Website: <https://dpf-investment.de/>

Ihr Ansprechpartner

Anna Schingen

Chief Product Officer

E-Mail: as@dpf-investment.de

