Schlussbericht Pilotprojekt «Wohnen 3+ im Heuried» September 2015 – Februar 2016

Wohnen 3+ ist ein Wohnkonzept, das auf ältere Menschen und das betreute Wohnen im Alter ausgerichtet ist. Zentrales Element ist der Alltagscoach, der die Bewohnerinnen und Bewohner der Siedlung berät und ihre Bedürfnisse mit den Angeboten von externen Dienstleistern koordiniert.

BLUEBERG

Inhalt

1. Pilotprojekt 2
1.1 Ausgangslage 2
1.2 Projektfokus 3
1.3 Rolle des Betreibers BLUEBERG 3
2. Projektverlauf 4
2.1 Die Projektorganisation 4
2.2 Das Pilotobjekt 4
2.3 Definition der Projektziele 6
2.4 Testbereich 7
2.5 Die Projektphasen 7
2.6 Die Wahl des Alltagscoaches 8
2.7 Die Wahl der Projektpartner 10
2.8 Übersicht der Angebote für die Mieter 11
2.9 Die Angebote im Einzelnen 12
2.10 Projektkommunikation 16
3. Ergebnisse 18
3.1 Zielgruppe erreicht? 18
3.2 Quantitative Ergebnisse 18
3.3 Qualitative Ergebnisse 20
3.4 Ergebnisse bezüglich Nutzung der Angebote 21
4. Erkenntnisse 23
4.1 Erkenntnisse zum Pilotobjekt 23
4.2 Erkenntnisse bezüglich Pilotdauer und Pilotzeitpunkt 23
4.3 Erkenntnisse bezüglich Zielgruppe 23
4.4 Erkenntnisse bezüglich Kommunikation mit den Bewohnern 24
4.5 Erkenntnisse bezüglich Präsenzzeiten des Concierges 24
4.6 Erkenntnisse betreffend Kundenkontakten 25
4.7 Erkenntnisse betreffend Zahlungsbereitschaft 26
5. Schlussfolgerungen und Empfehlungen 27
5.1 Was würden wir anders machen? 27
5.2 Empfehlungen 27
6. Impressum 29

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird auf die gleichzeitige Verwendung männlicher und weiblicher Sprachformen verzichtet. Sämtliche Personenbezeichnungen gelten gleichwohl für beiderlei Geschlecht.

1. Pilotprojekt

1.1 Ausgangslage

Das Real Estate Investment Management der Credit Suisse AG (nachfolgend nur Credit Suisse REIM genannt) ist der grösste Anbieter von Immobilienanlageprodukten in der Schweiz mit verwalteten Vermögen von CHF 39,2 Mrd. per 31. Juli 2016. In rund 1'265 Liegenschaften bestehen über 82'500 Mietverhältnisse.

Die verwalteten Produkte umfassen:

- 7 kotierte Immobilienfonds; sechs mit Fokus auf die Schweiz, einer ist global ausgerichtet
- 3 Immobilienfonds für institutionelle oder qualifizierte Anleger mit OTC-Handel; zwei Fonds fokussieren auf die Schweiz, einer ist global ausgerichtet
- 4 Immobilienanlagegruppen der Credit Suisse Anlagestiftung
- 1 kotierte Immobilien-Aktiengesellschaft
- Anzahl Mitarbeitende: 122 (September 2015)

Mit dem Projekt «Wohnen fürs Alter» (WFA) hat die Credit Suisse REIM im Jahr 2014 ein Wohnkonzept mit dem internen Projektnamen «Wohnen 3+» entwickelt, das explizit auf Senioren und das betreute Wohnen im Alter ausgerichtet ist. Es beinhaltet folgende Module (s. Grafik):

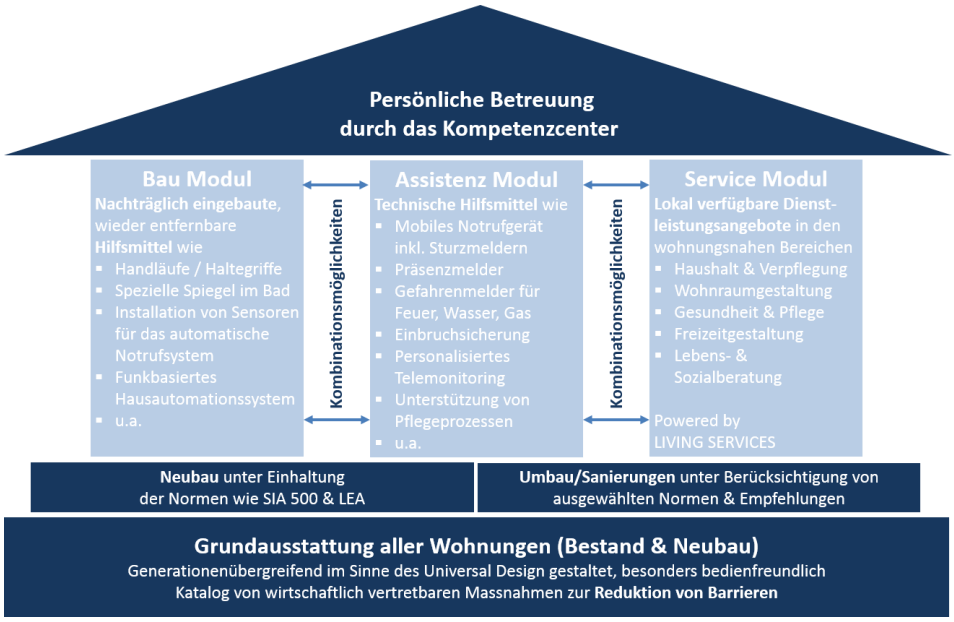


Abb. 1: Wohnen 3+ Modell

Nach diesem Modell muss man das altersgerechte Wohnen als ein ganzheitliches Konzept betrachten, in welchem neben den baulichen Massnahmen in der Wohnung und dem ganzen Objekt, den technischen Hilfsmitteln und den externen Dienstleistungen vor allem die Betreuung der Bewohner eine grosse Rolle spielt.

1.2 Projektfokus

Um die Akzeptanz eines solchen Angebotes bei den Mietern bestehender Liegenschaften zu überprüfen, wurde entschieden, im zweiten Halbjahr 2015 das Konzept in einem Pilotprojekt in der Überbauung «Heuried» in Zürich zu testen. Die Erkenntnisse aus diesem Projekt werden für die zukünftigen Neu- und Umbauprojekte der Credit Suisse REIM sowie für die Weiterentwicklung ihres Konzeptes LIVING SERVICES (www.livingservices.ch) genutzt.

Durch die zeitlich limitierte Pilotphase und aufgrund der Mieterstruktur in der ausgewählten Überbauung, hat man sich entschieden nur ausgewählte Bereiche des Konzeptes zu testen, nämlich diejenigen welche keine langen Vorbereitungszeiten und keine baulichen Anpassungen benötigen.

1.3 Rolle des Betreibers BLUEBERG

Die Umsetzung des Pilotprojektes wurde BLUEBERG GmbH anvertraut, einem auf hindernisfreie Wohnformen spezialisierten Betreiber. BLUEBERG war in diesem Pilotprojekt für folgendes verantwortlich:

- Das Angebot für die Mieter in Zusammenarbeit mit weiteren Partnern zu definieren und alle nötigen Massnahmen dafür umzusetzen bzw. zu koordinieren. Während der Pilotphase hat man auch andere Dienstleistungen und Angebote auf ihren Bedarf und Akzeptanz getestet, wie die Organisation eines Filmabends, eines «Guetzli»-Wettbewerbs oder einen Ausflug zum Uetliberg.
- Den Alltagscoach zu rekrutierten und für die Tätigkeit vorzubereiten bzw. zu schulen sowie ihn eng während der ganzen Pilotphase zu begleiten.
- Den genauen Standort im Quartier auszuwählen und das dafür benötigte mobile Büro zu organisieren und einzurichten.

Die zentrale Frage war, wieviel Betreuung brauchen und wollen die Mieter um sich wohl zu fühlen und damit sie einen klaren Mehrwert des Konzeptes erkennen.

2. Projektverlauf

2.1 Die Projektorganisation

Auftraggeber	Credit Suisse REIM AG, Zürich
Umsetzung	BLUEBERG GmbH, Zürich
Externer Berater	Bojan Simic, ejd GmbH, Zürich
Projektgruppe	Stefan Bangerter, Credit Suisse Daniel Hediger, & Vjeko Kirin, BLUEBERG Markus Benker, BLUEBERG
Projektpartner	Swisscom, Permed, Medgate, LIVING SERVICES
Schnittstellen	Wincasa AG als zuständige Bewirtschafter

2.2 Das Pilotobjekt

Die Überbauung «Heuried» umfasst die Adressen Küngenmatt 3, 5, 7, 9, 11, 15 und Im Heuried 52, 54, 56, 58, 60, 62 in einem ruhigen Wohnquartier im Kreis 3 in der Stadt Zürich.

- 12 Häuser mit je 3 Etagen, die Häuser sind miteinander verbunden mit schmalen Gehwegen zwischen den Grünflächen
- 108 Mietwohnungen mit 1 bis 4.5 Zimmer und jeweils einem Balkon oder Gartensitzplatz
- Gemäss Auskunft Wincasa vor Testbeginn, lebten zwischen 125 und 130 Mieter in den 108 Wohnungen
- Aussenparkplätze sind auf der Seite Im Heuried
- Öffentlicher Verkehr (Tramlinien 9 und 14, Buslinie 32) und Einkaufsmöglichkeiten sind in direkter Nähe

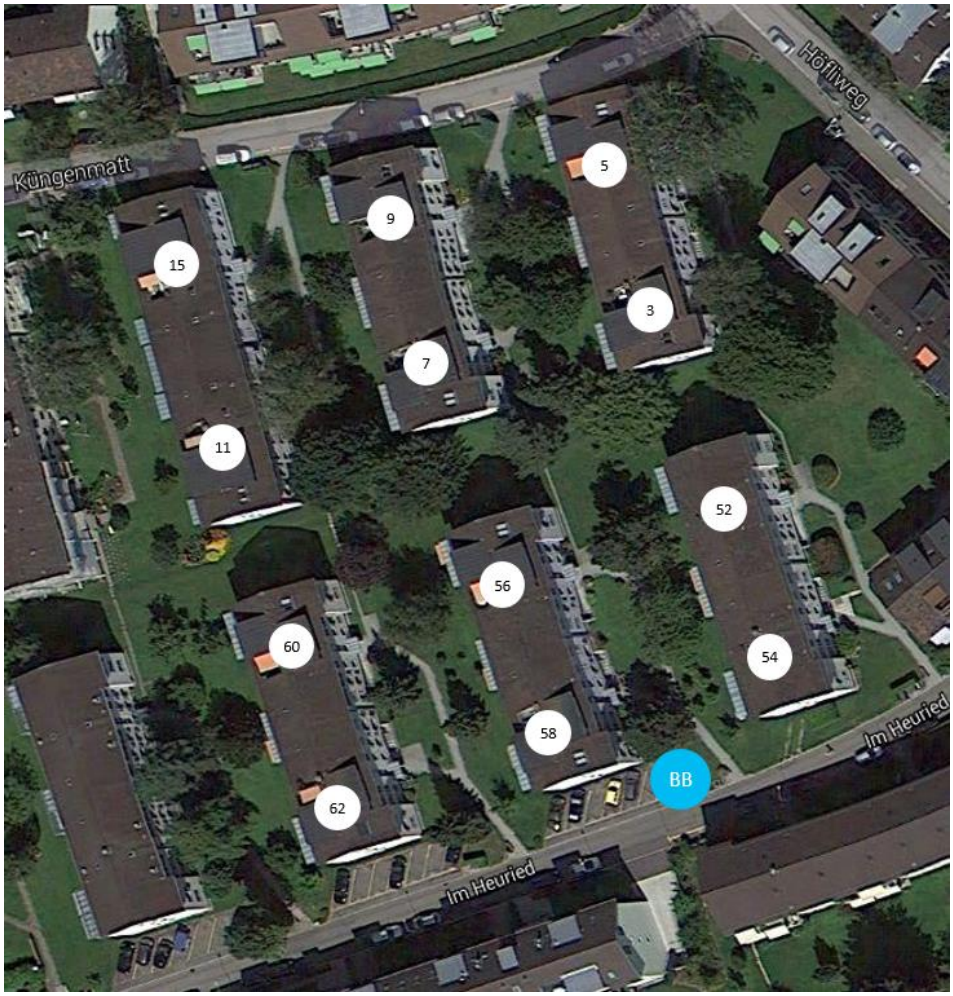


Abb. 5: Übersicht Überbauung «Heuried»

Der Standort des Concierges (BB in Abb.:5) war in einem Büropavillon auf Parkplatz Nr. 14 vor dem Haus Im Heuried 58. So war gewährleistet, dass alle Bewohner in kurzer Gehdistanz den Concierge Standort erreichen konnten.

Viel Grünflächen zwischen den einzelnen Häusern

Standort Büropavillon

2.3 Definition der Projektziele

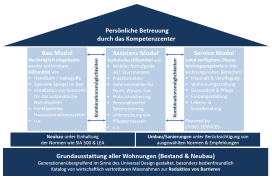
Die Pilotphase sollte Erkenntnis darüber bringen, ob man das richtige Angebot für die Zielgruppe definiert hat. Die Initianten erwarteten Antworten auf Fragen wie…

- welche Angebote genutzt werden,
- welche nicht und warum nicht,
- sehen die Mieter den Mehrwert des Konzepts,
- gibt es weitere Dienstleistungen, welche die Zielgruppe wünscht,
- u.a. sonstige Themen

Die Pilotphase sollte ebenfalls Erkenntnis darüber bringen, ob man das Angebot Zielgruppengerecht angeboten hat:

- Wurde das Angebot verstanden?
- Erreichten wir die richtigen Personen?
- Wie mussten man die Beeinflusser informieren?
- Was würden die Mieter zusätzlich von einem solchen Konzept erwarten?

2.4 Testbereich



Aufgrund dessen, dass das Pilotobjekt eine bestehende Liegenschaft mit existierenden Mietern war, hat man entschieden, vom ausgearbeiteten Wohnkonzept nicht alle Module zu testen, sondern sich auf die Dienstleistungen zu beschränken, welche keine baulichen Massnahmen erforderten. Die getesteten Module sind in der folgenden Grafik blau markiert:

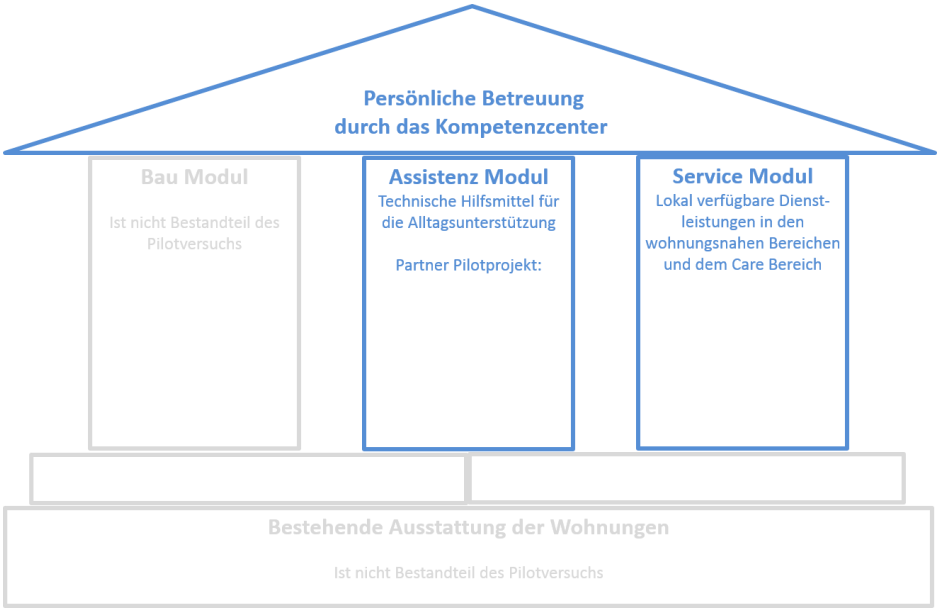


Abb. 2: Getestete Module des Wohnen 3+ Modells

2.5 Die Projektphasen

- Konzeptionsphase
  Im Rahmen des Projektes «Wohnen fürs Alter» (WFA) hat die Credit Suisse REIM im 2014 und 2015 ein Wohnkonzept entwickelt, das sich an die Bedürfnisse von Senioren richtet, welche möglichst lange autonom in der eigenen Wohnung bleiben möchten. Im Frühjahr 2015 wurde entschieden, dieses Konzept in ausgewählte Liegenschaften aus dem Bestand der Credit Suisse REIM zu testen.

- Vorprojektphase
  Im 2. Quartal 2015 wurden die Vorbereitungen für das Pilotprojekt durchgeführt. Dazu gehörten die Evaluation eines Pilotobjektes bzw. Standortes, der Projektpartner und geeigneter Angebote für die Zielgruppe, die Definition des Angebotes für die Zielgruppe, die Koordination der Zusammenarbeit mit der Bewirtschaftung (Wincasa). Ein geeigneter Alltagscoach für den Pilotstandort wurde ebenfalls in dieser Phase gesucht und angestellt. Mitte Juli 2015 wurden die Mieter mit einem Schreiben über den Piloten informiert und gleichzeitig zu der Mieterinformationsveranstaltung Ende August eingeladen.

- Umsetzungsphase
  Das Pilotprojekt wurde am 1. September 2015 gestartet und endete am 29. Februar 2016.

- Auswertungsphase
  Die Ergebnisse wurden zwischen März und Mai 2016 ausgewertet und bis Ende Mai in einem Schlussbericht zusammengefasst

2.6 Die Wahl des Alltagscoaches

In der Vorprojektphase wurde viel Zeit für die Suche des richtigen Alltagscoaches aufgewendet. BLUEBERG war es besonders wichtig, dass es eine Person mit guten lokalen Kenntnissen ist, d.h. sie sich gut in der Stadt Zürich auskennt oder noch besser, im Quartier wo die Überbauung steht. Weitere Kriterien waren, dass die Person

- nicht jünger als 35 Jahren ist, d.h. dass sie sich mit der Zielgruppe identifizieren kann,
- über hervorragende soziale Kompetenzen verfügt,
- die deutsche Sprache einwandfrei beherrscht, idealerweise die schweizerdeutsche Sprache und
- über genügend Berufserfahrung im Dienstleistungssektor verfügt.

Im Stelleninserat (Abb.: 3 auf der folgenden Seite) haben wir versucht, die gewünschten Eigenschaften zusammen zu fassen.

Die BLUEBERG hat mit Markus Benker – der in unmittelbarer Nähe des Quartiers wohnt, leicht über 50 Jahren alt ist und langjährige Erfahrung in der Gastronomie hat – einen Alltagscoach gefunden, der es verstanden hat, die Mieter auf eine herzliche Art und Weise abzuholen, ihnen zuzuhören und die Bedürfnisse und Sorgen zu erfahren. Er war bei den Mietern welche ihn kennengelernt haben, sehr beliebt und sie haben ihm mit der Zeit immer mehr Aufgaben anvertraut. Er selber hat mit den älteren Mietern sehr gerne zusammengearbeitet und war ein akzeptiertes Sprachrohr für sie gegenüber der Bewirtschaftung Wincasa.

Seit über 15 Jahren vermittelt Art of Work erfolgreich Kontakte zwischen qualifizierten, motivierten Mitarbeitern und attraktiven Arbeitgebern. Mit 8 Geschäftsstellen sind wir in der gesamten Deutschschweiz vernetzt und arbeiten regional eng mit renommierten Arbeitgebern zusammen. Unsere Stärke ist die persönliche Betreuung.
Für Sie nutzen wir aktiv und bewusst die Synergien, die unser Netzwerk schafft.

Für unseren Kunden, ein aufstrebendes Unternehmen in der Immobilienbranche, suchen wir per 1.8.2015 eine flexible und dienstleistungsorientierte Persönlichkeit als

Alltagscoach (m/w)
befristet für ca. 6 Monate

In dieser Funktion unterstützen Sie die Bewohner jeden Alters einer Wohnsiedlung in der Stadt Zürich (Quartier Wiedikon) bei der Organisation ihres Alltages. Neben einer beratenden Tätigkeit organisieren und vermitteln Sie zudem verschiedene Dienstleistungen (Wohnungsreinigung, Einkaufshilfe, Spitex, Arzttermine, Fahrgelegenheiten, etc.). Sie haben ein offenes Ohr für die Anliegen der Bewohner und erkennen Chancen für neue Dienstleistungen und Angebote.

Arbeitszeit: Montag – Freitag von 7 Uhr bis 9 Uhr und von 17 Uhr – 19 Uhr (20 Stunden/Woche)

Ihre Persönlichkeit:
Wir wenden uns an eine Person mit einem hohen Mass an Dienstleistungs- und Sozialkompetenz. Eine Persönlichkeit, die es versteht, sich in andere Menschen hineinzuversetzen und deren Bedürfnisse erkennt, damit sie möglichst lange selbständig in ihrer vertrauten Umgebung wohnen können.

Sind Sie eine aufgeschlossene, herzliche und kommunikative Persönlichkeit mit einer abgeschlossenen Ausbildung im Bereich Hotellerie, Gastro oder Sozialwesen und haben von Vorteil bereits in einer ähnlichen Position gearbeitet? Sie sprechen fliessend Schweizerdeutsch und Ihr Deutsch ist stilsicher in Wort und Schrift (jede weitere Sprache von Vorteil). Die MS-Office Programme wenden Sie versiert an. Aufgrund der fixen Arbeitszeiten wohnen Sie maximal 20 Minuten vom Arbeitsort entfernt.

Wenn Sie zudem auch gerne Ihre Erkenntnisse aktiv in die Weiterentwicklung des Angebots einbringen und Mitglied eines spannenden Projekts werden möchten, dann freut sich Frau Petra Knecht auf Ihre vollständige Bewerbung in elektronischer Form (auch Wiedereinsteiger/innen sind herzlich willkommen).

Beschäftigungsgrad:	40% - 50%
Alter:	35 - 55 Jahre
Arbeitsort:	Stadt Zürich

Abb. 3: Stelleninserat für den gesuchten Alltagscoach

2.7 Die Wahl der Projektpartner

Swisscom (Schweiz) AG

Für das Modul «Assistenz» wurde die Swisscom als Projektpartner ausgewählt, genauer die SmartLife Geschäftseinheit, welche sich mit unterstützenden Produkten und Dienstleistungen befasst. Mit SmartLife bezeichnet man das Sicherungs- und Steuerungs-System der Swisscom, welches das Sicherheitsgefühl der Bewohner erhöhen kann.

Die Swisscom hatte sich bereit erklärt, entsprechende Produkte den Bewohnern der Überbauung zu deutlich reduzierten Konditionen zu verkaufen.

Permed AG

Für das Modul «Service» wurde eine Zusammenarbeit mit der privaten Pflegeorganisation Permed AG vereinbart. Permed bietet individuelle Dienstleistungen für ältere Personen an, übernimmt Aufgaben in Pflege und Betreuung sowie im Haushalt. Ein Team mit hoher sozialer und fachlicher Kompetenz stand den Mietern rund um die Uhr zur Verfügung.

Die Permed hatte sich bereit erklärt, die Bewohner der Überbauung an 3 Tagen zu bestimmten Zeiten kostenlos bezüglich Pflegebedarf, Kontakt mit Ämtern, Behörden, Versicherungen u.a. Themen zu beraten.

Medgate AG

Ebenfalls für das Modul «Service», bot die Medgate AG den Bewohnern kostenlosen telemedizinischen Service an. Medgate ist führender Dienstleister für die integrierte ambulante Gesundheitsversorgung in der Schweiz.

Die ersten 50 Bewohner, welche sich angemeldet haben, profitierten von einem kostenlosen Jahresabonnement für individuelle gesundheitliche Beratungen.

LIVING SERVICES

Bewohner der Überbauung Heuried profitierten auch bisher von den Dienstleistungen des Servicekonzeptes LIVING SERVICES. Die Dienstleister hinter LIVING SERVICES kümmern sich um alltägliche Dinge im Haushalt, von der Wohnungsreinigung übers Waschen bis zur Handwerksarbeit. Hinter der Marke LIVING SERVICES steht die Credit Suisse REIM.

Während des Pilotprojektes sollten diese Dienstleistungen den Bewohnern näher bekannt gemacht werden, welche damit noch keine Erfahrung hatten.

2.8 Übersicht der Angebote für die Mieter

Das tägliche Angebotsportfolio für die Mieter setzte sich zusammen aus persönlich durchgeführten Beratungen des Alltagscoach's oder der Permed Fachkräfte, aus Dienstleistungen durchgeführt vom Allatgscoach persönlich oder anderen Dienstleistern (Handwerker zum Bsp.) und aus Produktangeboten der Partner.

Angebotsbeschrieb und Anbieter	Mo		Di		Mi		Do		Fr	
	am	pm	am	pm	am	pm	am	pm	am	pm
Der **BLUEBERG Alltagscoach** ist werktags persönlich vor Ort, betreut die Mieter, organisiert und koordiniert die Dienstleistungen, macht tägliche Rundgänge in der Überbauung, bietet Handreichungen an. Weitere Details auf Seite 12	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Das **BLUEBERG Kundencenter** steht täglich für die Mieteranfragen telefonisch zur Verfügung	Mo – So, jeweils zwischen 7 – 21 Uhr									
Medgate bietet telefonische Konsultationen mit einem Arzt an, 7x24, für alle gesundheitlichen Anliegen des Mieters. Weitere Details auf Seite 14 Für eine umfassende Beratung steht täglich der BLUEBERG Alltagscoach zur Verfügung.	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Permed bietet den Mietern kostenlose Beratung an zum Thema Pflege und Betreuung. Zudem können die Mieter ihren Blutzucker und Blutdruck von einer Fachperson messen lassen. Weitere Details auf Seite 15.	X					X			X	
Swisscom bietet für die Erhöhung der Sicherheit der Mieter kompakte Alarmanalgen mit diversen Sensoren an. Weitere Details auf Seite 14. Für eine umfassende Beratung steht täglich der BLUEBERG Alltagscoach zur Verfügung.	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Swisscom bietet für die Erhöhung der Sicherheit der Mieter ebenfalls mobile Notrufgeräte inkl. einem Handsender an. Weitere Details auf Seite 14. Für eine umfassende Beratung steht täglich der BLUEBERG Alltagscoach zur Verfügung.	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

Periodische Angebote bzw. Aktionen sind in der folgenden Tabelle erfasst:

Angebotsbeschrieb und Anbieter bzw. Organisator	Sep 15	Okt 15	Nov 15	Dez 15	Jan 16	Feb 16
BLUEBERG: Organisation eines Ausfluges auf den Uetliberg für die Mieter durch den Alltagscoach.		X				
BLUEBERG: Organisation eines Backwettbewerbs unter den Mietern.			X			
Permed: Informationsanlass für die Nachbarchschaft über Permed Dienstleistungen.			X			
BLUEBERG: Organisation eines Mieterapéros, ein Glühwein Abend kurz vor Weihnachten.				X		
BLUEBERG: Periodische Mieterbefragungen bzw. Mieterinformationsschreiben.	X	X				X

2.9 Die Angebote im Einzelnen

Ausschnitt Flyer

Persönliche Betreuung der Mieter durch den Concierge

Der **BLUEBERG Alltagscoach** (im Projekt **Concierge** genannt), stand den Bewohnern persönlich und täglich zur Verfügung um ihren Alltag zu erleichtern. Die Mieter konnten sich mit ihren Bedürfnissen an ihn wenden und er hat die Anliegen aufgenommen, im zentralen System erfasst und persönlich oder in Zusammenarbeit mit anderen Dienstleistern ausgeführt. Dieser Service war für die Mieter während des Pilotprojektes kostenlos.

Die Präsenzzeiten des Concierges wurden zu Beginn wie folgt festgelegt:

- Mo - Fr, Morgens zwischen 7 – 9 Uhr und Abends zwischen 17 – 19 Uhr
- Zusätzlich stand den Mietern das BB Kundencenter täglich zwischen 7 – 21 Uhr, 7 Tage in der Woche, telefonisch zur Verfügung

Die persönliche Betreuung umfasste folgende Aufgaben:

- Kontaktpflege zu den Mietern
- Tägliche Rundgänge in der Überbauung
- Entgegennahme von Bedürfnissen der Zielgruppe, primär Anliegen rund um das Wohnumfeld der Mieter
- Organisation und Koordination der gewünschten Dienstleistungen für die Mieter in Abstimmung mit der Bewirtschaftung oder…
- …mithilfe der Angebote auf der LIVING SERVICES Plattform
- Kleinere Handreichungen und Alltagunterstützung konnte der Concierge in eigener Regie durchführen
- Qualitätskontrolle der erbrachten Dienstleistungen
- Evaluation und Organisation von weiteren Angeboten und Dienstleistern

Neben den Aufgaben der «Persönlichen Betreuung», hatte der Concierge während der Pilotphase noch weitere Aufgaben:

- Organisation und Durchführung von Mieterevents oder Mieterinformationsanlässen
- Durchführung periodischer Mieterinterviews
- Erfassen und Führen entsprechender Statistiken für den Auftraggeber und die Pilotpartner
- Begleitung bei der Einführung neuer Dienstleistungen in Zusammenarbeit mit den Partnern, Schulung des BLUEBERG Kundencenters
- Ansprechperson für Informationen zu den Dienstleistungen und der Überbauung für alle Interessierte oder andere Bewohner des Quartiers

Zusammenarbeit mit der Bewirtschaftung

Von einem Concierge vor Ort erwartete man auch Effekte auf die Aufgaben der Bewirtschaftung. Der Concierge war in vielen Fällen Ansprechperson für viele Belange rund um die Wohnung der Mieter, Aufgaben welche im Wirkungsbereich eines Hauswartes gehörten.

Damit diese **Entlastung** auch einen Effekt auf die Kosten **der Bewirtschaftung** hatte, erstellte man im Vorfeld in Zusammenarbeit mit dem Bewirtschafter Wincasa eine **Schnittstellenmatrix**, in welchem die Verantwortlichkeiten geregelt waren. Gleichzeitig half diese Zusammenstellung bei der Definition der Aufgaben für den Concierge und der entsprechenden Abläufe.

Nr.	Leistungen	Verantwortlichkeiten	
		Wincasa	BLUEBERG
1	Allgemeines		
1.1	Hilfestellungen im Alltag für Mieter vor Ort		x
1.2	Gewährleistung des Zutritts für Dritte (Werke/Unternehmer/Lieferanten...)		x
1.3	Koordination Dritte nach Rücksprache Liegenschaftsverwaltung		x
2.	Hauswarte		
2.1	Koordination Hauswart, resp. Liegenschaftsdienste	x	M
3	Mietvertragswesen sowie Mieter- und Objektbetreuung		
3.1	Abschluss der Mietverträge, Übergabe der Mietobjekte bei Mietantritt	x	
3.2	Vornahme von allfälligen Mängelbehebungsarbeiten und Instandhaltungen bei Mieterwechseln	x	M
3.3	Mieterbetreuung während der Laufzeit des Mietverhältnisses inkl. Information der Mieter sowie Entgegennahme von Anregungen und Wünschen	x	x
3.4	Überwachung und Durchsetzung der mietvertraglichen Vorschriften und Erstellung von Hausordnungen sowie Ergreifung geeigneter Massnahmen bei Zuwiderhandlung	x	M
4	Hausordnung und Reglemente		
4.1	Überwachung der Hausordnung und Reglemente	x	M
5	Umgebungsarbeiten		
5.1	Veranlassen und Kontrolle sämtlicher Umgebungsarbeiten	x	M
6	Winterdienste		
6.1	Anordnen und Kontrolle von Schneeräumungen und Streudiensten	x	M
7	Entsorgung		
7.1	Anordnen und Kontrolle der korrekten Entsorgung inkl. Bereitstellung der dazu notwendigen Anlagen	x	M
8	Betrieb der technischen Anlagen		
8.1	Anordnen und Kontrolle der Übernahme, Inbetriebnahme, Prüfung, Optimierung, Instandhaltung (Wartung, Inspektion, Instandsetzung) und Ausserbetriebnahme	x	M
8.2	Bedienung, Behebung von Störungen und Einhaltung von Betriebsvorschriften	x	M
8.3	Erfassen von Verbrauchswerten	x	M
9	Instandhaltung- und Instandsetzungsarbeiten		
9.1	Abwicklung von Instandhaltungs- und Instandsetzungsarbeiten mit Einholung von Konkurrenzofferten, Auswahl und Beauftragung der zuständigen Fachfirmen unter bestmöglicher Wahrung der Interessen der Auftraggeberin in qualitativer und preislicher Hinsicht und Erledigung aller damit zusammenhängenden Fragen mit Mietern, Handwerkern, und Arbeitern. Abwicklung nach den vorgegebenen Richtlinien.	x	M
9.2	Auftragserteilung	x	M
			M = Mitwirkung / Mithilfe

Abb. 4: Schnittstellenpapier Verwaltung-Betreiber

Erhöhung der Sicherheit der Bewohner

Die Produkte **SmartLife Security Starter Kit** und **SmartLife Security Surveillance Kit** der Swisscom lassen sich individuell an die Bedürfnisse der Mieter anpassen und alarmieren bei Einbruch und Feuer, ermöglichen die Fernsteuerung elektrischer Verbraucher sowie die häusliche Klimaüberwachung.

Im Bürocontainer konnte sich jeder Mieter das Angebot in Ruhe anschauen, sich die Funktionen vom Concierge vorführen lassen und eine ausführliche Beratung geniessen. Der Concierge unterstützte die Mieter auf Wunsch bei der Installation und Inbetriebnahme der Geräte. Er stand den Mietern ebenfalls bei Supportfällen helfend zur Seite.

Wenn man von altersgerechten Wohnungen redet, gehört ein **Notrufgerät** heute fast zur Standartausrüstung. Beim Pilotprojekt hat man sich für eine mobile Variante entschieden, welche die Bewohner auch ausserhalb der Wohnung mitnehmen konnten.

Mit den Lösungen von **Swisscom SmartLife Care** stand den Mietern ein solches mobiles Gerät in kompakter Bauweise zur Verfügung. Sollte einmal etwas passieren, werden die Benutzer des Gerätes mit einem persönlichen Kontakt oder einer Notrufzentrale verbunden und das mit einem einzigen Knopfdruck.

Das SmartLife Care Mini beinhaltet:

- Integriertes GPS-Modul für die Ortung im Freien
- 24 Stunden Laufzeit
- Batterie- und Funktionsüberwachung für Mini und Handsender mit optischer und akustischer Signalisierung
- Fernaktivierung, falls man das Gerät verlegen würde
- Ladestation mit Netzteil
- Hohe Sprachqualität
- einen wasserdichten Handsender

Die Bewohner profitierten von Sonderkonditionen während des Pilotprojektes für die Produkte der Swisscom.

Mit der Jahresmitgliedschaft von Medgate profitierten die Mieter während 12 Monaten uneingeschränkt von der **ärztlichen Betreuung durch das Medgate Telemedicine Center**. Unabhängig davon, wie häufig und mit welchem Anliegen sie Medgate kontaktierten, belasteten die Mieter weder ihren Selbstbehalt noch ihre Franchise.

Die ersten 50 Interessierten bekamen eine Mitgliedschaft für die ganze Familie (im gleichen Haushalt wohnende Mitglieder) für 1 Jahr gratis.

Individuelle Pflege Zuhause

Bei jeder älteren Person, welche noch selbstständig in der eigenen Wohnung lebt, wird die Frage einmal aktuell, wie man gepflegt werden will oder muss. Mit Permed wurde ein Projektpartner gewonnen, welcher viel Erfahrung auf diesem Gebiet vorweisen kann und mit hoher sozialer und fachlicher Kompetenz für die Mieter da war.

Die Mieter profitierten von einer kompetenten und kostenlosen Beratung zu folgenden Themen:

- Abklärung bezüglich Pflegebedarf
- Kontakt mit Ämtern, Behörden, Versicherungen u.a.
- Organisation der Verpflegung
- Nachtwache oder Schlafwache
- Ferienbegleitung
- und anderen Permed Leistungen

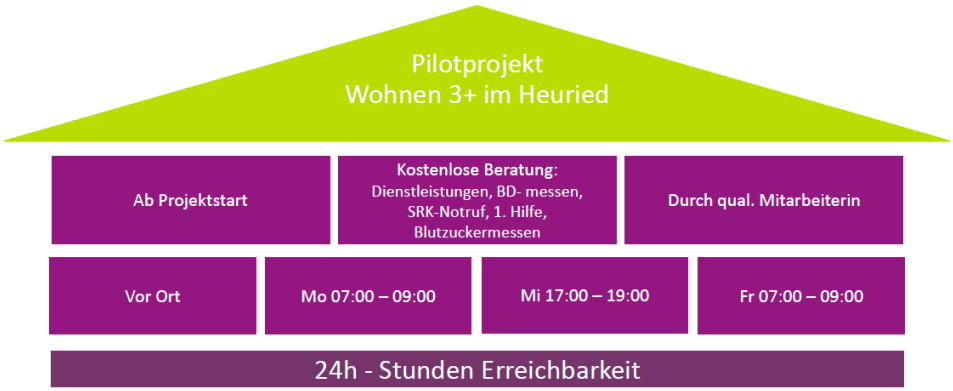


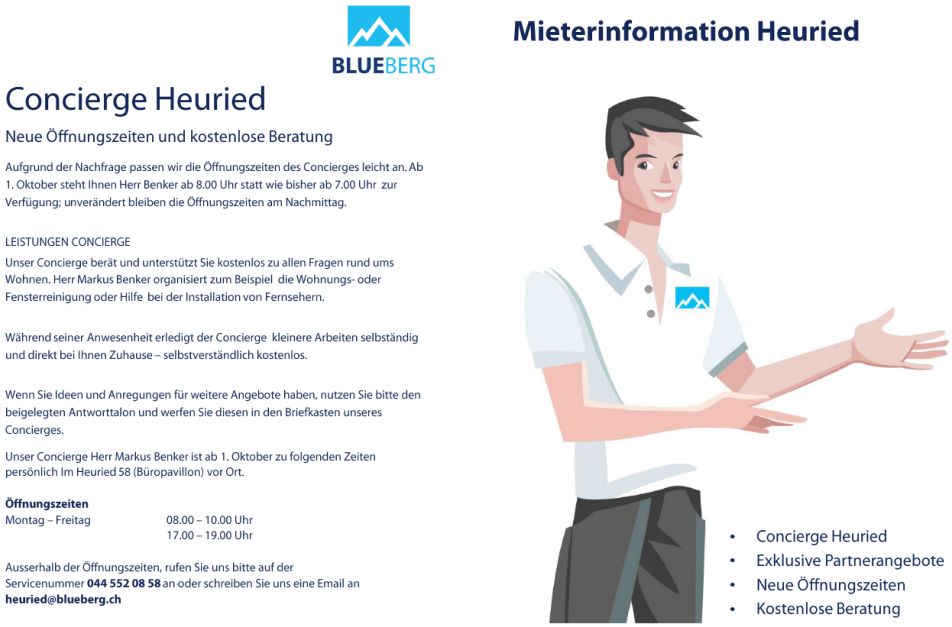
Abb. 5: Dienstleistungsportfolio Permed für Pilotprojekt

Die örtliche Präsenz war wichtig für das Angebot. Im BLUEBERG Büropavillon konnte zudem jeder Mieter erste Hilfe durch eine ausgewiesene Pflegefachfrau in Anspruch nehmen oder sich den Blutdruck oder Blutzucker messen lassen.

2.10 Projektkommunikation

Auf die Bekanntmachung des Pilotprojektes einem breiteren Publikum oder der Presse wurde bewusst verzichtet. Damit aber die Bewohner der Überbauung über das Pilotprojekt informiert werden konnten, wurden folgende Massnahmen umgesetzt:

- Ein erstes Mieterschreiben wurde von der Bewirtschaftung, der Wincasa, allen Mietern der Überbauung Mitte Juli 2015 verschickt. Gleichzeitig wurden die Mieter zu der Informationsveranstaltung Ende August eingeladen.
- Die Informationsveranstaltung für die Mieter fand am 25. August 2015 in einem Restaurant in unmittelbarer Nähe der Überbauung statt. Den Anwesenden wurden die Ziele des Pilotprojektes erklärt und welchen Nutzen sie davon haben, ihnen wurde der Concierge Markus Benker vorgestellt und die Partnerorganisationen hatten die Gelegenheit, ihre Angebote und Produkte im Einzelnen vorzustellen.
- Weil bei der Informationsveranstaltung nicht viele Mieter anwesend waren, informierte man Mitte September 2015 in einem weiteren Schreiben nochmals alle Bewohner über das Angebot. Zu diesem Zweck wurde ein Informations-Flyer produziert und verteilt.



BLUEBERG

Mieterinformation Heuried

Concierge Heuried

Neue Öffnungszeiten und kostenlose Beratung

Aufgrund der Nachfrage passen wir die Öffnungszeiten des Concierges leicht an. Ab 1. Oktober steht Ihnen Herr Benker ab 8.00 Uhr statt wie bisher ab 7.00 Uhr zur Verfügung; unverändert bleiben die Öffnungszeiten am Nachmittag.

LEISTUNGEN CONCIERGE

Unser Concierge berät und unterstützt Sie kostenlos zu allen Fragen rund ums Wohnen. Herr Markus Benker organisiert zum Beispiel die Wohnungs- oder Fensterreinigung oder Hilfe bei der Installation von Fernsehern.

Während seiner Anwesenheit erledigt der Concierge kleinere Arbeiten selbständig und direkt bei Ihnen Zuhause – selbstverständlich kostenlos.

Wenn Sie Ideen und Anregungen für weitere Angebote haben, nutzen Sie bitte den beigelegten Antworttalon und werfen Sie diesen in den Briefkasten unseres Concierges.

Unser Concierge Herr Markus Benker ist ab 1. Oktober zu folgenden Zeiten persönlich Im Heuried 58 (Büropavillon) vor Ort.

Öffnungszeiten
Montag – Freitag 08.00 – 10.00 Uhr
17.00 – 19.00 Uhr

Ausserhalb der Öffnungszeiten, rufen Sie uns bitte auf der Servicenummer **044 552 08 58** an oder schreiben Sie uns eine Email an **heuried@blueberg.ch**

- Concierge Heuried
- Exklusive Partnerangebote
- Neue Öffnungszeiten
- Kostenlose Beratung

Abb. 6: Revidierter (angepasste Präsenzzeiten) Flyer für die Bewohner

- Nach dem Projektstart wurde die Kommunikation auf die Zielgruppe beschränkt. So wurden für Veranstaltungen wie der gemeinsame Ausflug auf den Uetliberg oder einen Filmabend, nur ältere Bewohner eingeladen, welche den Concierge bereits kannten.

- Mitteilungen an alle Bewohner der Überbauung wurden bei folgenden zwei Gelegenheiten verschickt:
    - Bei einer Mieterbefragung im Oktober 2015
    - Als alle Mieter für den Glühwein-Apéro in der Weihnachtszeit eingeladen wurden

Einladung

BLUEBERG

Vor-der-Haustür-Glühwein-Abend

Einladung zum gemütlichen Glühwein trinken der Heuried-Nachbarn.

In den nächsten 2 Wochen, laden wir alle Heuried Mieter und Nachbarn zum gemütlichen Glühwein trinken ein.

Ihr Concierge Markus Benker, wird in den nächsten 2 Wochen seinen Glühweinstand an 6 Abenden aufstellen. Das Besondere, jeden Abend vor einer anderen „Haustüre".

Vor Ihrem Haus, findet der Glühweinabend an folgendem Datum statt:

Zeit: 17.30 Uhr bis 19.00 Uhr

Ort: Vorplatz/Wiese direkt vor Ihrer Hauseingangstüre.

Was gibt's: Glühwein, Punch (alkoholfrei) und etwas zum Knabbern.

Keine Anmeldung erforderlich.

Abb. 7: Einladungs-Flyer für Glühwein Apéro

3. Ergebnisse

3.1 Zielgruppe erreicht?

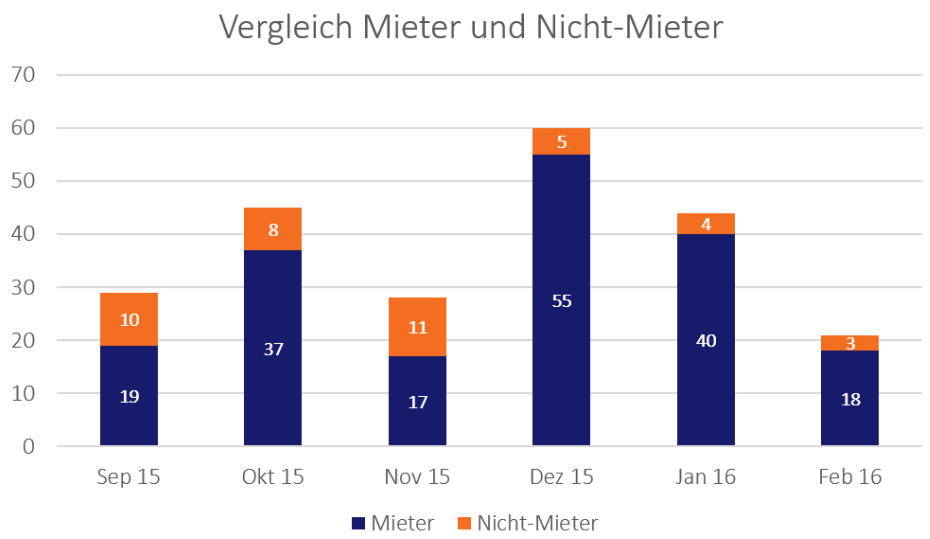
Die Dienstleistungen und Produkte richteten sich in erster Linie an Personen über 65 Jahren. Entgegen ersten Analysen im Vorfeld, war die Anzahl der älteren Personen deutlich kleiner als ursprünglich angenommen: von den 108 Wohnungen lebten in 24 Wohnungen Personen über 65 Jahren, was 22,2 % aller Wohnungen der Überbauung entsprach. Nach drei Todesfälle zwischen September und Dezember 2015, schrumpfte die Zahl auf **21 Wohnungen** oder knapp 19,5% Anteil an der gesamten Anzahl der Wohnungen.

So hat man bereits nach der ersten Hälfte des Pilotprojektes (3 Monaten) nahezu **100% der Zielgruppe erreicht**.

3.2 Quantitative Ergebnisse

In den 6 Monaten des Pilotprojektes konnte der Concierge über **220 Anfragen** verzeichnen. Nicht eingerechnet sind spontane Begegnungen bei der Begehung der Überbauung.

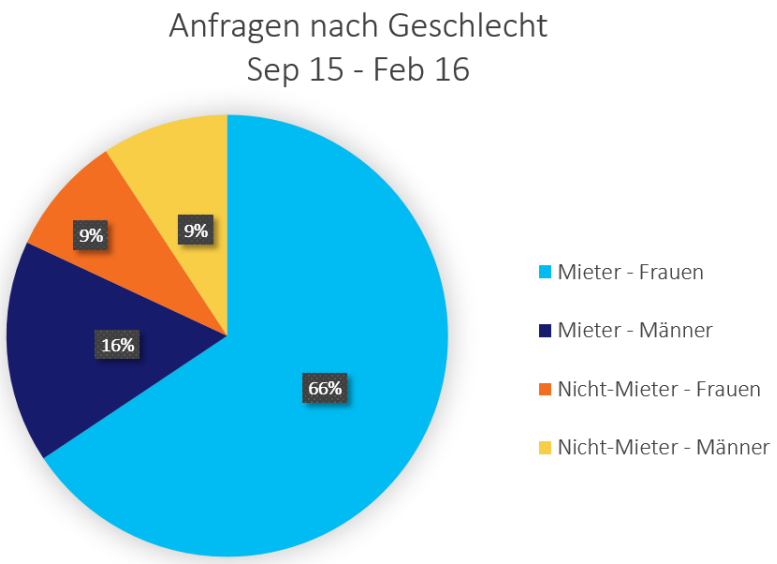
Die folgende Grafik zeigt das Verhältnis der Anfragen auf, Mieter im Vergleich zu Nicht-Mietern. Nicht-Mieter konnten Nachbarn aus dem Quartier sein, Verwandte der Bewohner der Überbauung oder sonstige Interessierte.



Von den registrierten 227 Anfragen kamen lediglich 16 über das Kundencenter, d.h. über das Call Center. Bei den restlichen Anfragen wurde der Concierge entweder persönlich im Büropavillon oder per Telefon kontaktiert.

Die erhöhten Anfragen und Kontakte in den Monaten Oktober, Dezember und Januar stehen in direktem Zusammenhang mit den Aktivitäten der Anbieter bzw. des Concierges.

Das Verhältnis der Geschlechter bei den Mietern lässt sich aufgrund der Mieterspiegels nur schätzen: 60% der Mietverträge sind auf Frauen ausgestellt, die übrigen 40% auf Männer. Dies widerspiegelt sich auch im Verhältnis der Anfragen, wie die folgende Grafik aufzeigt:



Das bedeutet, **75% der Anfragen kamen von Frauen**. Wenn man die Zielgruppe der Mieter älter als 65 Jahren in der Überbauung «Heuried» analysiert, so sind auch hier die Frauen in der Mehrzahl.

Das *Durchschnittsalter* der regelmässigen Nutzer von Leistungen lag bei über 70 Jahren. Zudem waren die meisten von ihnen alleinstehend. Die jüngeren konnten sich in vielen Belangen noch selber organisieren oder haben noch einen Partner zuhause.

In den ersten beiden Monaten wurde der Concierge wegen Aufträgen und Auskünften zu gleichen Teilen kontaktiert. In den folgenden Monaten überwogen dann die Anfragen zu bestehenden Aufträgen und neuen Bestellungen (2/3 der Anfragen).

3.3 Qualitative Ergebnisse

Es brauchte eine gewisse Zeit bis sich die Bewohner mit dem Angebot vertraut gemacht haben, vor allem mit dem Concierge. Als sie aber Vertrauen fassten, wurde der Concierge regelmässig kontaktiert, sei es wegen verschiedenen Auskünften bzw. Informationen oder weil die Mieter Aufträge erteilten.

Bewohner, welche regelmässig die Dienste des Concierges in Anspruch genommen haben, schätzen vor allem folgende Aspekte des Angebots:

- Die **räumliche Nähe** des Concierges **zu den Bewohnern** – der für alle sichtbar platzierte Büropavillon neben einem der Gebäude – ist sehr gut aufgenommen worden. Viele der Befragten antworteten auf die Frage, wieso ihnen die räumliche Nähe so viel bedeutet, dass sie sich sicherer fühlen, wenn jemand in der Nähe ist, wenn man ihn braucht.
- Das **grosse Engagement des Concierges** wurde von vielen Mietern entsprechend gewürdigt. Die Bewohner schätzten den Concierge neben seiner Hilfsbereitschaft vor allem wegen seiner menschlichen Art, wegen der hohen sozialen Kompetenz. Er zeigte immer Verständnis für die Anliegen der Mieter und war für die älteren unter ihnen in verschiedenen Belangen eine Stütze.
- Messbare oder **sichtbare Resultate** des Engagements für die Mieter war zum Beispiel die Erstellung eines Begegnungsortes für die Bewohner, welche sich viele gewünscht haben. Die Bewohner der Überbauung hatten bisher keinen solchen Ort im Freien, an dem sie sich treffen und austauschen konnten. Der Begegnungsort bzw. die Sitzgelegenheiten wurden zwischen den Liegenschaften erstellt, wie das folgende Bild zeigt.

3.4 Ergebnisse bezüglich Nutzung der Angebote

75% bis 90% der Anfragen im Monat bezogen sich auf die Leistungen des Concierges und unterstützender Dienstleistungen von LIVING SERVICES. Das ist darauf zurück zu führen, dass der Concierge mit den Unterstützungsleistungen in Verbindung gebracht wurde und weniger mit technischen Hilfsmitteln oder Produkten der Partnerorganisationen. So wurden im Verlauf des Pilotprojektes zusätzliche Aufträge von Mietern aber auch Nicht-Mietern für LIVING SERVICES generiert, leider aber praktische keine für die Partner.

Zu der Nachfrage nach den Partnerangeboten kann man folgendes zusammenfassen:

Permed Dienstleistungen

Die Permed konnte keine genaue Statistik über die Anfragen führen, weil einige Interessierte direkt die Permed Zentrale kontaktiert haben, wie man im Nachhinein festgestellt hat. Über das ganze Projekt gesehen, sind nicht mehr als 20 Anfragen für die Dienstleistungen der Permed eingegangen. Die Befragung der Bewohner hat folgende Begründung dafür geliefert:

- Die meisten Bewohner waren nicht pflegebedürftig.
- Sie lebten zu zweit und brauchten keine externe Unterstützung.
- Die Bewohner wurden bereits von einer Spitex versorgt.

Trotzdem, die Bewohner konnten sich ausführlich und in Ruhe informieren und werden gemäss eigenen Angaben, auf das Angebot der Permed zurückkommen, wenn sie Bedarf danach haben oder pflegebedürftig werden sollten. Dass sie sich in dieser Umgebung informieren konnten, haben sie aber sehr geschätzt.

Swisscom Produkte und Angebote

Die beiden Angebote von Swisscom wurden sehr unterschiedlich aufgenommen. Das Interesse an den Sicherheitsprodukten war bedeutend geringer als das Interesse für das Notrufgerät von Swisscom SmartLife Care. Die Gründe hierfür waren bei den Bedürfnissen der Zielgruppe der Mieter über 65 Jahren zu finden:

- Die Sicherheitssysteme von SmartLife waren den meisten zu kompliziert, zu technisch.
- Die älteren Mieter erkannten der Mehrwert für sich nicht.
- Zudem war den meisten der Preis zu hoch, trotz den gewährten Rabatten.
- Obwohl das Interesse für das Notrufgerät viel grösser war, wollten viele das Gerät erst bestellen, wenn «sie älter» sind, wie eine 75-jährige Mieterin als Begründung angab.

Wir sind überzeugt, dass das Interesse an den Sicherheitsprodukten grösser gewesen wäre, wenn man…

1. die Kommunikation an die Zielgruppe angepasst hätte, den Nutzen in den Vordergrund gestellt hätte und nicht die technischen Möglichkeiten des Systems,
2. ein Testangebot oder -paket kostenfrei für die Zeit der Pilotphase zur Verfügung gestellt hätte, damit man – auch wenn nur eine begrenzet Anzahl Mieter – die Vorzüge eines neuen Produktes erleben konnte und
3. der Anbieter mehr persönlich vor Ort gewesen wäre oder den direkten Dialog mit potentiellen Nutzern gesucht hätte.

Medgate's Telemedizinische Versorgung

Am wenigsten gefragt war das Angebot der Medgate. Die Zielgruppe hat den Nutzen zu wenig verstanden oder ihre Krankenkasse bietet einen solchen Service bereits an. Keiner der befragten Bewohner, konnte nämlich mit Sicherheit verneinen, dass die eigene Krankenkasse nicht einen solchen Dienst anbietet.

Dieses Ergebnis widerspiegelt auch die Erfahrung von Medgate: Die meisten Kunden für das angebotene Produkt sind Familien bzw. Mütter mit Kindern und nicht ältere Personen.

4. Erkenntnisse

4.1 Erkenntnisse zum Pilotobjekt

- Die Lage von «Heuried» ist sehr gut, nicht weit von Zürich City und trotzdem ruhig. In unmittelbarer Nähe gibt es Einkaufsmöglichkeiten.
- Die Überbauung ist umgeben von viel grün, was viele der langjährigen Bewohner schätzen.
- Die Liegenschaften sind im Sinn von Baunormen (SIA 500, LEA) nicht altersgerecht gebaut, vor allem fehlt ein Lift in den jeweiligen Häusern.
- Die Wohnungen sind eher kleiner gestaltet, entsprechen aber damit den Bedürfnissen der Zielgruppe.
- Die vor allem älteren Mieter sind Langzeitmieter. Es gibt sogar Mieter, welche in dieser Überbauung seit über 40 Jahren wohnen.
- Die Mieten werden als moderat für Zürcher Verhältnisse empfunden.

4.2 Erkenntnisse bezüglich Pilotdauer und Pilotzeitpunkt

- Die Dauer von 6 Monaten ist für ein solches Pilotprojekt zu kurz. Die Bewohner brauchten länger Zeit, um sich mit dem Projekt und vor allem mit dem Concierge bekannt zu machen. Hinzu kommt, dass viele Bewohner berufstätig sind und selten zu Hause anzutreffen waren, mindestens während der Präsenzzeit des Concierges.
- Die Durchführung des Pilotprojektes in den Wintermonaten hat sich im Nachhinein als erschwerend herausgestellt, vor allem wenn man bei Mieteranlässen auf gutes Wetter und einem Austragungsort im Freien angewiesen war. Mieter, welche ihre Teilnahme am Glühwein-Apéro abgesagt haben zum Beispiel, taten das hauptsächlich, weil es an diesen Abenden ungewöhnlich kalt war. Wir sind überzeugt, dass solche Mieteranlässe in den Sommermonaten besser besucht wären.

4.3 Erkenntnisse bezüglich Zielgruppe

- Nach der ersten Hälfte des Pilotprojektes wurde klar, dass die Anzahl der älteren Personen in dieser Überbauung wesentlich kleiner ist als ursprünglich angenommen: von den 108 Wohnungen lebten in 24 Wohnungen Personen über 65 Jahren. Nach drei Todesfällen zwischen September und Dezember

2015, schrumpfte die Zahl auf 21 Wohnungen oder knapp 19,5% Anteil an der gesamten Anzahl der Wohnungen.

- Die Bewohner sind eher zurückgezogen, pflegen wenig bis keinen Kontakt mit den Nachbarn. Das bedauerten viele Bewohner, unternahmen aber von sich aus wenig bis gar nichts, um das zu ändern. Dieser Umstand wirkte insofern erschwerend, weil man länger brauchte, um das Vertrauen der Bewohner zu gewinnen. Sie waren aber umso erfreuter, dass die Rolle eines «Vermittlers» zwischen den Nachbarn der Concierge übernommen hatte.

4.4 Erkenntnisse bezüglich Kommunikation mit den Bewohnern

- Die Mieterinformationsschreiben und die Flyer wurden von einigen, vor allem jüngeren Mietern, als Werbung angesehen und kaum oder gar nicht beachtet. Vor allem in den Monaten November und Dezember vor den Feiertagen, ist die Wahrnehmung für solche Schreiben bzw. Aktionen viel geringer.
- BLUEBERG hätte verstärkt betonen müssen, dass man dieses Pilotprojekt nicht im Auftrag der Bewirtschaftung durchführt; die Abgrenzung war im Nachhinein zu wenig erkennbar für die Bewohner. Gespräche ergaben, dass einige ältere Mieter sich nicht getraut haben am Mieteranlass Ende August zu kommen, weil sie Angst hatten, die Bewirtschaftung hätte «schlechte Nachrichten» für sie.
- Die offene Tür am Büropavillon an warmen Tagen, trug zur besseren Kommunikation mit Passanten bei. Die meisten Gespräche mit Nicht-Mietern aus dem Quartier kamen auf diese Weise zustande.

4.5 Erkenntnisse bezüglich Präsenzzeiten des Concierges

- Die Präsenzzeiten wurden in den ersten 3 Monaten zwei mal angepasst. Erstmals per 1. Oktober, als der Concierge statt um 7.00 Uhr neu um 8.00 Uhr angefangen hat. Das zweite mal im Dezember, als der Concierge am Nachmittag bereits ab 16.00 Uhr statt ab 17.00 Uhr vor Ort war. Vor allem im Winter, als es früher dunkler wurde, wurde die Anpassung von den Bewohnern positiv aufgenommen.
- Ein Drittel der Kundenkontakte fanden am Vormittag (8.00 – 10.00 Uhr) statt, vor allem zwischen 9.00 und 10.00 Uhr. Die restlichen zwei Drittel fanden zwischen 16.00 und 18.00 Uhr statt. Für Besuche der Mieter sind Präsenzzeiten am Nachmittag deutlich zu bevorzugen, für Empfang von Paketen oder bei Reparaturaufträgen sind die Vormittagszeiten besser geeignet.

- Die 4 Stunden Präsenzzeit pro Arbeitstag sind gemessen an der Grösse der Zielgruppe (21 Wohnungen) zu viel. Der Concierge hatte im Schnitt 50 Minuten pro Tag für die Aufgaben der Bewohner aufgewendet. Das bedeutet, dass die Präsenzzeit bei ähnlich grossen Überbauungen halbiert werden kann, was natürlich entsprechenden Einfluss auf die Betriebskosten hätte.

4.6 Erkenntnisse betreffend Kundenkontakten

- Die grösste Herausforderung war, die bestehenden Mieter von einem neuen Konzept bzw. Angebot zu überzeugen. Ähnliche Angebote bei Neubauprojekten fanden schneller mehr Nutzer, weil die Mieter von Anfang an mit dem Konzept vertraut gemacht wurden.
- Die Zahl der Kundenkontakte steht in direktem Zusammenhang mit den Aktivitäten der Anbieter bzw. des Concierges. Alle Dienstleistungen müssen immer wieder aufs Neue beworben werden, weil sie ansonsten schneller in Vergessenheit geraten. Bestes Beispiel dafür sind die in jedem Eingang montierten Schilder mit dem LIVING SERVICES Logo: Viele Bewohner, vor allem die älteren, wissen gar nicht mehr, für was dieses stehen bzw. was LIVING SERVICES alles bietet.
- Die Kundenkontakte waren in den meisten Fällen persönlicher Natur. Das heisst, die Bewohner besuchten gerne den Concierge im Büropavillon, auch wenn es für manche beschwerlicher war als anzurufen. Sie schätzen die Aufmerksamkeit und die Zeit, welche ihnen der Concierge entgegenbrachte.
- Der Einsatz eines Call Centers war wichtig, trotz der geringen Nutzung. Allerdings ist ein 7-Tage-Angebot zu überdenken, weil in den 6 Monaten an den Wochenenden nur 1 Anruf registriert wurde.
- Informationen über Partnerangebote haben die Mieter in erster Linie über den Concierge eingeholt. Nachdem sie ein Vertrauensverhältnis zu ihm aufgebaut haben, wandten sie sich für verschiedenste Dienstleistungen an ihn, auch für Produkte und Dienstleistungen welche nicht Teil des Pilotprojektes waren.

4.7 Erkenntnisse betreffend Zahlungsbereitschaft

Aus persönlich geführten Gesprächen mit Bewohnern ist hervorgegangen, dass eine generelle Zahlungsbereitschaft für die Präsenz eines Concierges vorhanden ist, soweit folgende Voraussetzungen erfüllt sind:

- Die Bewohner können so länger zu Hause leben bleiben.
- Die Leistungen gehören nicht zum Leistungsauftrag der Verwaltung.
- Die Kosten für einen Concierge Service sollten in der Miete inkludiert sein bzw. vom Eigentümer mitgetragen werden.
- Die Preisspanne bewegt sich zwischen 30 – 100 Franken pro Monat und Wohnung, wobei 4 von 6 Personen 50 Franken als Mittelwert angegeben haben.
- Je tiefer die Lebensrente der älteren Mieter, desto geringer fiel die Zahlungsbereitschaft aus.

5. Schlussfolgerungen und Empfehlungen

Eine 71-jährige Mieterin sagte zum Abschluss des Pilotprojektes: «Es kann doch nicht sein, dass es zu Ende geht. Ich bin enttäuscht. Ich hatte Hoffnung, dass ich hier alt werden kann.»

Wir von BLUEBERG waren ebenfalls traurig als es schon zu Ende ging. Wir fanden den Austausch mit den Bewohnern der Überbauung sehr inspirierend. Aus zahlreichen persönlichen Gesprächen mit den älteren Bewohnern gewannen wir Einblick, wie diese Menschen leben wollen und was ihnen wichtig ist an der Wohnung sowie der Wohnumgebung.

Bevor wir zu den Empfehlungen kommen, fassen wir die wichtigsten Punkte zusammen, was wir beim nächsten Pilotprojekt gerne anders machen würden.

5.1 Was würden wir anders machen?

- Es brauchte Zeit, bis sich der Concierge mit allen und allem bekannt gemacht hatte und bis die Mieter ihn kennen gelernt haben. Nach dieser Einführungszeit wurde er regelmässig kontaktiert, er hatte quasi seine «Stammkundschaft», welche auch nur für ein Schwätzchen zu ihm in den Büropavillon kamen. Für weitere solche Pilotprojekte, würden wir uns in Zukunft für eine **längere Testperiode** einsetzen.
- Als sich die Zielgruppe in der Überbauung «Heuried» als zu klein herausgestellt hatte, hätten wir das Angebot auf das ganze Quartier ausweiten sollen. Damit das Modell nachhaltig betrieben werden kann, muss man solche **Angebote auf ganze Quartiere ausweiten**, sozusagen einen «Quartiercoach» anbieten. Die tägliche Präsenz des Alltagscoachs von 4 Stunden wäre in einem solchen Fall ausreichend für 100 oder mehr Personen.
- Das **Angebot auf Basisleistungen fokussieren**. Zusätzliche Dienstleistungen und Produkte sollten nur nach Bedarf angeboten werden und nicht fester Bestandteil eines Basisangebotes sein. Der Einsatz von technischen Produkten wie das Swisscom Sicherheitssystem, sollten nur im Zusammenhang mit einer Sanierung oder einem Umbau in Betracht gezogen werden.

5.2 Empfehlungen

Lassen sich solche Wohnkonzepte auch im Bestand erfolgreich betreiben, d.h. bei bestehenden Überbauungen mit langjährigen Mietern?

Wir sind überzeugt, dass solche Angebote den Bedürfnissen der älteren Mieter entspricht und dass solche Modelle unter folgenden Voraussetzungen erfolgreich betrieben werden können:

- Die Anzahl der potentiellen Nutzer muss von Anfang an gross sein. Statt das ein Alltagscoach nur eine Überbauung betreut, soll er ein ganzes Quartier betreuen. Das bedeutet, dass man zu Beginn des Vorhabens mit anderen Liegenschaftseigentümern im Quartier das Gespräch sucht und ihnen eine Kooperation anbietet. So lassen sich die Kosten eines Aufbaus und Betriebs teilen. Wenn bereits 200 Personen in einem Quartier als potentielle Nutzer identifizierbar sind, lässt sich ein solches Modell kostendeckend betreiben.
- Die Leistungen müssen täglich vor Ort erbracht werden, d.h. ein Quartiercoach ist zu bestimmten Zeiten an jedem Werktag für die Mieter verfügbar. Wir glauben nicht an Modelle, wo eine Betreuungsperson zum Beispiel nur einmal in der Woche vor Ort ist und dass dadurch ein Mehrwert für die Mieter entstehen kann. Zudem kann nur ein täglich präsenter Alltagscoach die Bewirtschaftung bei ihren Aufgaben spürbar entlasten.
- Das Spektrum der Leistungen soll nicht zu breit sein, der Fokus liegt auf die Betreuung der Bewohner. Welche Leistungen und Produkte sie im einzelnen brauchen, lässt sich individuell organisieren und erbringen. Vor allem aber, lässt sich das Dienstleistungsangebot für ein ganzes Quartier nicht im Vorfeld definieren. Wir sind für einen schrittweisen, bedürfnisgerechten Ausbaus des Angebotes.
- Damit der Alltagscoach «sichtbar» und für die Quartiersbewohner oder interessierte Passanten gut erreichbar ist, muss die Wahl des Standortes gut überlegt sein. Mobile Lösungen wie ein Büropavillon oder ein entsprechend beschrifteter Wohnwagen können als Alternativen dienen, falls es an entsprechenden Büroflächen mangelt. Wir empfehlen nicht, den Standort in einer Wohnung zu wählen, da dieser für viele nicht «sichtbar» genug ist.
- Die Betriebskosten lassen sich erst nach einer Einführungsphase nach dem Verursacherprinzip auf die Endnutzer abwälzen. Wenn die Bewohner die Leistungen nutzen und den Mehrwert erkennen, sind sie auch bereit die Kosten mitzutragen. Vor allem wenn sie damit sicherstellen können, dass sie in der eigenen Wohnung so lange wie möglich leben können. Mit dem Auf- und Ausbau des Angebotes, lassen sich zudem zusätzliche Ertragsquellen, wie die Vermittlung von Dienstleistungen oder andere, erschliessen.

Wir sind überzeugt, dass wir viel mehr von solchen Initiativen und Pilotprojekten brauchen. Die grosse Mehrheit der älteren Personen wünscht sich ein würdiges Altwerden in der gewohnten Umgebung, in Wohnungen in welchen sie schon lange leben.

6. Impressum

Dieser Bericht dokumentiert ein Förderprojekt der Age-Stiftung. Weitere Informationen dazu finden Sie unter www.age-stiftung.ch. Der Bericht ist integraler Bestandteil der Förderung.

Auftraggeber
Credit Suisse AG, Real Estate Investment Management, Zürich

Begleitgruppe
Stefan Bangerter, Credit Suisse AG, Real Estate Investment Management
Daniel Hediger, BLUEBERG
Vjeko Kirin, BLUEBERG
Markus Benker, BLUEBERG

Projektverantwortung
Bojan Simic

Autoren
Bojan Simic
Stefan Bangerter

Weitere Beteiligte
Verschieden Vertreter von Swisscom (Schweiz) AG, Permed AG, Medgate AG

Copyright Bilder und Grafiken

BLUEBERG:	Titelbild, Bilder auf Seiten 4-6,20,23; Abb.: 6 & 7 auf S. 16,17
Swisscom:	Bilder auf Seite 14, Links oben & mitte
Medgate:	Bild auf Seite 14, links unten
Permed:	Abb.: 5 auf Seite 15

Kontakt
BLUEBERG GmbH
Bojan Simic
Gablerstrasse 51
CH-8002 Zürich
welcome@blueberg.ch

Zürich im August 2016