

# Silver City Horn

Studie über die Anforderungen an neue Wohn-/ Siedlungsformen aus dem demografischen Wandel in ländlichen Regionen, Machbarkeit einer neuen Wohnform mit Service-dienstleistungen für Menschen im dritten Lebensabschnitt am Beispiel der Stadtgemeinde Horn, Niederösterreich, sowie die Chancen daraus für kleine Städte unter besonderer Berücksichtigung kommunaler Effekte

Endbericht

Mai 2013

## Anmerkungen

---

Projekt oder Studie „Studie über die Anforderungen an neue Wohn-/Siedlungsformen aus dem demografischen Wandel in ländlichen Regionen“ durchgeführt im Rahmen der NÖ Wohnbauforschung, Projektnummer F2-F-2197.

## AutorInnen

---

Stadtgemeinde Horn	Mag. Petra Zach
Dipl. Ing. Porsch ZT GmbH	Dipl. Ing. Karl Heinz Porsch
ah3 architekten zt gmbh	DI Johannes Kislinger, Dipl. Arch. Karl Gruber, Thomas Lang
EKZ Immobilienmanagement GmbH	Thomas Kronsteiner
Wallenberger und Linhard	Sepp Wallenberger
Phantasie Manufaktur	Thomas Friedschröder
Univ. Wien, Institut für Europäische und Vergleichende Sprach- und Literaturwissenschaft	Univ. Prof. Dr. Wolfgang Müller-Funk

# Inhalt

---

Anmerkungen .....	2
AutorInnen.....	2
Inhalt.....	3
Abbildungsverzeichnis .....	5
Einleitung und Aufbau des Dokuments.....	6
Grundlagenforschung .....	7
Allgemeines.....	7
Trends und Entwicklungen.....	7
Wohnen im Alter: Das Zuhause denkt mit.....	11
Zielgruppen und deren Anforderungen .....	13
Beschreibung der Zielgruppe .....	13
Ruhesitz-Migration als Beweggrund.....	15
Anforderungen der Zielgruppe.....	17
Freizeit-Interessen der Zielgruppe.....	17
Zielgruppendefinition.....	18
Die Stadtgemeinde Horn und die Zielgruppe.....	20
Kritisch-Wissenschaftliche Analyse der Zielgruppe und Formen des Zusammenlebens anhand dieser Idee .....	20
Standortanalyse .....	23
Analyse möglicher Standorte aus Raumplanungssicht .....	23
Vergleich der Standorte/Bereiche .....	25
Analyse möglicher Standorte aus Architektursicht.....	28
Standort Stadtzentrum .....	31
Standort Meierhof.....	33
Wohnform und Architektur .....	34
Leistungserbringung und Angebot .....	38
Kommunikation, Vertrieb und Marketing.....	39
Kritischen Erfolgsfaktoren in der Kommunikation.....	39
Vertrieb und Marketing.....	44
Marktanalyse .....	46
Wirtschaftlichkeit .....	47
Standort Stadtzentrum .....	47
Standort Meierhof.....	49
Infrastrukturkosten .....	50

Infrastrukturkosten Standort Stadtzentrum .....	52
Infrastrukturkosten Standort Meierhof.....	54
Auswertung und Gegenüberstellung .....	56
Synergiepotentiale und Wertschöpfung für Kommunen.....	58
Übertragbarkeit auf andere Gemeinden .....	59
Zusammenfassung und Erkenntnisse .....	60
Anhang 1 – Projektteam .....	61
Projektteam.....	61
Projektsetup .....	62
Anhang 2 - Vergleichbare Studien mit ähnlich gelagerten Themen .....	64
Wohnbauforschung Niederösterreich.....	64
Wohnbauforschung Wien.....	65
Deutschland .....	66
Weitere Studien und Informationsquellen.....	66
Anhang 3 – Kriterien für Altersgerechtes Wohnen.....	71
Anhang 4 – Detailanalyse Standorte .....	74

# Abbildungsverzeichnis

ABBILDUNG 1 – WACHSTUM DER ZIELGRUPPE.....	7
ABBILDUNG 2 – ENTWICKLUNG DER ÜBER 65-JÄHRINGEN.....	8
ABBILDUNG 3 – STEIGENDE AUSGABEN FÜR GESUNDHEIT UND ALTENPFLEGE.....	9
ABBILDUNG 4 – VERÄNDERUNG DER 60+ BEVÖLKERUNG.....	11
ABBILDUNG 5 – ALTERSBEREICH DER ZIELGRUPPE.....	13
ABBILDUNG 6 – ZIELGRUPPEN: BEST AGERS UND SILVER AGERS.....	13
ABBILDUNG 7 – LEBENSPHASEN UM 1950 UND HEUTE.....	14
ABBILDUNG 8 – DIE DEMOGRAFIE IM WANDEL.....	15
ABBILDUNG 9 – RUHESITZ-MIGRATION.....	16
ABBILDUNG 10 – FREIZEITINTERESSEN DER ZIELGRUPPE.....	17
ABBILDUNG 11 – FREIZEITAKTIVITÄTEN DER ZIELGRUPPE.....	18
ABBILDUNG 12 – MÖGLICHE STANDORTE AUS RAUMPLANUNGSSICHT.....	24
ABBILDUNG 13 – ÜBERSICHT ÜBER MÖGLICHE STANDORTE.....	28
ABBILDUNG 14 – ÜBERSICHT ÜBER MÖGLICHE STANDORTE IM STADTZENTRUM.....	29
ABBILDUNG 15 – VOR- UND NACHTEILE DER EINZELNEN STANDORTE.....	29
ABBILDUNG 16 – ERSCHLIEßUNGSKOSTEN DER EINZELNEN STANDORTE.....	30
ABBILDUNG 17 – ZWEI MÖGLICHE STANDORTE.....	30
ABBILDUNG 18 – STANDORT IM STADTZENTRUM IN DER LUFTANSICHT.....	31
ABBILDUNG 19 – STANDORT IM STADTZENTRUM VON OBEN.....	31
ABBILDUNG 20 – STANDORT IM STADTZENTRUM MIT HÄUSERFRONT.....	32
ABBILDUNG 21 – STANDORT IM STADTZENTRUM – LAGE IN DER STADT UND TROTZDEM IM GRÜNEN.....	32
ABBILDUNG 22 – STANDORT MEIERHOF VON OBEN.....	33
ABBILDUNG 23 – STANDORT MEIERHOF, ILLUSTRATIVE ANSICHT VON VORNE.....	33
ABBILDUNG 24 – INTEGRATION VON BESTEHENDEM GEBÄUDE UND NEUBAU.....	34
ABBILDUNG 25 – ILLUSTRATIVE ARCHITEKTUR FÜR DAS ERDGESCHOSS.....	35
ABBILDUNG 26 – ILLUSTRATIVE ARCHITEKTUR FÜR DAS ERSTE OBERGESCHOSS.....	35
ABBILDUNG 27 – ILLUSTRATIVE ARCHITEKTUR FÜR DAS ZWEITE OBERGESCHOSS.....	36
ABBILDUNG 28 – GRUNDRISS MIT ARCHITEKTURBEISPIELEN - 1.....	36
ABBILDUNG 29 – GRUNDRISS MIT ARCHITEKTURBEISPIELEN - 2.....	37
ABBILDUNG 30 – PRO- UND KONTRA-PUNKTE FÜR DAS WALDVIERTEL ALS WOHNORT.....	40
ABBILDUNG 31 – DIE STADTGEMEINDE HORN.....	40
ABBILDUNG 32 – WERTE UND VORTEILE.....	41
ABBILDUNG 33 – ANSÄTZE FÜR DIE NAMENSGEBUNG.....	42
ABBILDUNG 34 – MÖGLICHE BOTSCHAFTEN.....	42
ABBILDUNG 35 – ÜBERLEGUNGEN ZU „WOHLLEBEN“ - 1.....	43
ABBILDUNG 36 – ÜBERLEGUNGEN ZU „WOHLLEBEN“ - 2.....	43
ABBILDUNG 37 – VERTRIEBSPROZESS.....	44
ABBILDUNG 38 – NETZWERKE UND COMMUNITIES.....	44
ABBILDUNG 39 – TEASER-VIDEO.....	45
ABBILDUNG 40 – POTENTIALABSCHÄTZUNG.....	46
ABBILDUNG 41 – GRUNDDATEN STANDORT STADTZENTRUM.....	47
ABBILDUNG 41 – KOSTENGLIEDERUNG STANDORT STADTZENTRUM.....	47
ABBILDUNG 42 – KOSTENAUFSTELLUNG STANDORT STADTZENTRUM.....	48
ABBILDUNG 43 – GRUNDDATEN UND KOSTENAUFSTELLUNG MEIERHOF.....	49
ABBILDUNG 44 – INFRASTRUKTURKOSTEN STANDORT STADTZENTRUM, AUSWERTUNG FINANZ.....	52
ABBILDUNG 45 – INFRASTRUKTURKOSTEN STANDORT STADTZENTRUM, AUSWERTUNG WOHNHEITEN.....	53
ABBILDUNG 45 – INFRASTRUKTURKOSTEN STANDORT STADTZENTRUM, AUSWERTUNG BEWOHNER.....	54
ABBILDUNG 46 – INFRASTRUKTURKOSTEN STANDORT MEIERHOF, AUSWERTUNG FINANZ.....	54
ABBILDUNG 47 – INFRASTRUKTURKOSTEN STANDORT MEIERHOF, AUSWERTUNG WOHNHEITEN.....	55
ABBILDUNG 48 – INFRASTRUKTURKOSTEN STANDORT MEIERHOF, AUSWERTUNG BEWOHNER.....	56
ABBILDUNG 49 – INFRASTRUKTURKOSTENAUSWERTUNG STADTZENTRUM.....	56
ABBILDUNG 50 – INFRASTRUKTURKOSTENAUSWERTUNG MEIERHOF.....	57
ABBILDUNG 51 – PROJEKTORGANISATION.....	62
ABBILDUNG 52 – PROJEKTSTRUKTUR.....	63

## Einleitung und Aufbau des Dokuments

---

Der Bedarf nach Wohnen im Alter steigt ständig, Trends und Entwicklungen unterstützen diese These. Dazu gibt es verschiedene Formen des Wohnens im Alter (Betreutes Wohnen, Senioren-Residenzen, etc.). Doch auch komplett neue Formen sind denkbar, Wohnformen mit mitwachsenden Servicedienstleistungen je nach Anforderungen der älter werdenden Menschen. Dies beginnt schon im Alter von 55 ++ Jahren beginnen, wo Menschen ihren „dritten Lebensabschnitt“ oder „zweiter Aufbruch“ (siehe auch Trends und Entwicklungen) planen, mitten im Berufsleben stehen und sich für Kunst, Kultur, Sport, Natur, soziale Beziehungen, etc. interessieren. Es geht dann über den Ruhestand / die Pensionierung mit 65 Jahren weiter, wo neue Anforderungen wie Gesundheit, Bewegung, Ernährung, etc. wichtiger werden. Danach kommt das hohe Alter, in dem Pflege und medizinische Versorgung zusätzliche zentrale Themen des Lebens werden. Dieses Konzept soll alle diese Anforderungen in einer Wohnform mit wachsenden Services abdecken.

Diese Studie beschäftigt sich mit den Anforderungen an neue Wohn-/ Siedlungsformen aus dem demografischen Wandel in ländlichen Regionen, Machbarkeit einer neuen Wohnform mit Service-dienstleistungen für Menschen im dritten Lebensabschnitt am Beispiel der Stadtgemeinde Horn, Niederösterreich, sowie die Chancen daraus für kleine Städte unter besonderer Berücksichtigung kommunaler Effekte. Sie läuft bereits seit Anfang des Jahres 2011 und wurde im April 2013 beendet. Nach Abschluss der Studie kann die Umsetzung in einem konkreten Projekt beginnen.

Wichtig dabei ist, dass die gegenständliche Studie untersuchen soll, wie eine solche Wohnform, aber auch der Standort und die damit verbunden Siedlungsform aussehen muss. Sicher ist, dass es keine abgeschlossene Siedlungsform („Ghetto“ oder „Gated Community“) ähnlich bestehenden Projekten z.B. Fontana) sein soll und darf, sondern zwar am Land und in der Natur, aber trotzdem in eine Stadt integriert werden muss. Die Ruhe ist dabei genau so wichtig, wie die Möglichkeiten urbaner Räume (Kunst, Kultur, Sport, soziales Leben, etc.), beides muss entsprechend berücksichtigt werden.

Die Studie beschäftigt sich mit Grundlagenforschung zum gegenständlichen Thema, beinhaltet auch eine grobe Marktanalyse (wo Zahlen und Fakten recherchiert werden konnten), die Zielgruppen und deren genauen Anforderungen, Überlegungen zu einer möglichen Wohnform und sowie illustrativen Darstellungen einer Architektur, die Leistungserbringung eine umfassende Standortanalyse, ein mögliches Angebotsportfolio der Stadtgemeinde Horn und mögliche Leistungspartner dafür, erste Überlegungen zu Kommunikation, Vertrieb und Marketing, eine Betrachtung der Wirtschaftlichkeit, sowie der Infrastrukturkosten für die Kommune, weiters Synergiepotentiale und Wertschöpfung für Kommunen und die Übertragbarkeit auf andere Gemeinden. Abschließend enthält sie auch noch eine Zusammenfassung und die aus Sicht des Projektteams wichtigsten Kernaussagen der Studie.

Bei der Grundlagenforschung und Ausarbeitung der Studie wird auf bereits vorhandene Forschungsergebnisse zu diesem Themenkomplex zurückgegriffen und die angewandte Forschung mit dem Ergebnis der Machbarkeit steht dabei im Fokus.

# Grundlagenforschung

---

## Allgemeines

---

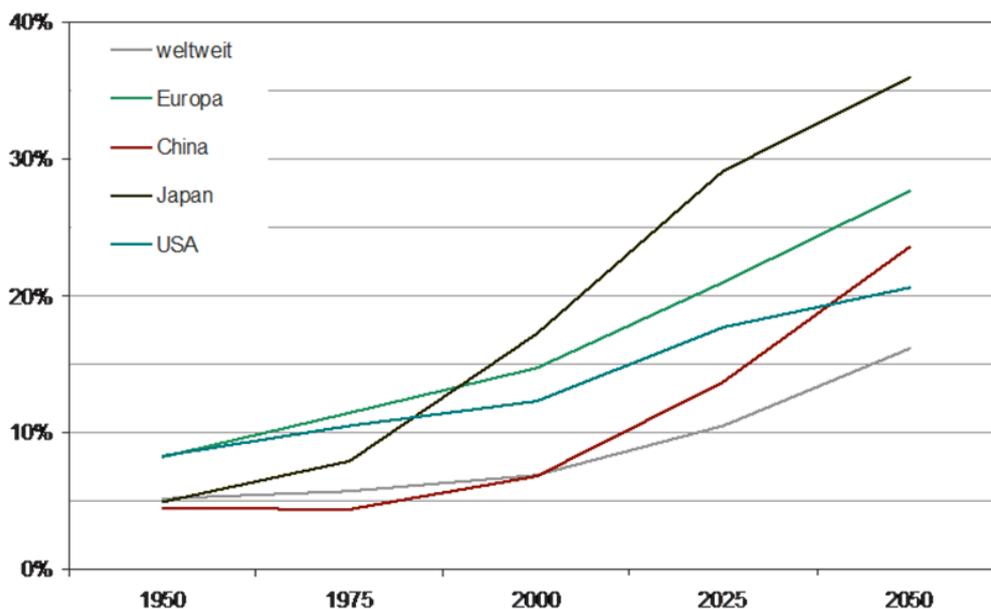
Mit dem Wohnbauforschungsprojekt „Silver City Horn“ ist die Entwicklung einer neuen Wohnform mit mitwachsenden Servicedienstleistungen für Menschen im dritten Lebensabschnitt in Horn, Niederösterreich geplant. Nach einer längeren Ideenphase im Frühling und Sommer 2010 wurde im Herbst 2010 als erster Schritt die Entwicklung eines Konzeptes und Planung für eine Umsetzung beschlossen. Dazu wurde ein Arbeitsteam aufgesetzt und ein Wohnbauforschungsförderungsantrag unter dem Titel „Studie über die Anforderungen an neue Wohn- /Siedlungsformen aus dem demografischen Wandel in ländlichen Regionen und Machbarkeitsstudie für die Entwicklung einer neuen Wohnform mit Servicedienstleistungen für Menschen im dritten Lebensabschnitt am Beispiel von Horn, Niederösterreich, sowie die Chancen daraus für kleine Städte unter besonderer Berücksichtigung kommunaler Effekte - Projektname Sun City Horn“ beim Land Niederösterreich. Offizieller Träger im Auftrag der Stadtgemeinde Horn ist der Verein Horn Aktiv.

## Trends und Entwicklungen

---

### Aging World: Die Zahl älterer Menschen steigt weltweit

Anteil der über 65-Jährigen



Quelle: United Nations, World Population Prospects, 2006 (mittlere Variante)

ABBILDUNG 1 – WACHSTUM DER ZIELGRUPPE

Die Silberne Revolution wird wesentlich von einer kontinuierlich steigenden Lebenserwartung angetrieben. Durch Fortschritte in Medizin, Hygiene, Ernährung und durch Wohlstandszuwachs ist in der Vergangenheit nicht nur die durchschnittliche Lebenserwartung Neugeborener gestiegen, sondern auch die älterer Menschen. Anfang des 20. Jahrhunderts hatten 60-Jährige im Schnitt gerade einmal noch 13 bis 14 Jahre vor sich; heute sind es gut 20 Jahre bei 60-jährigen Männern und über 24 Jahre bei gleichaltrigen Frauen. Im Jahr 2050 wird

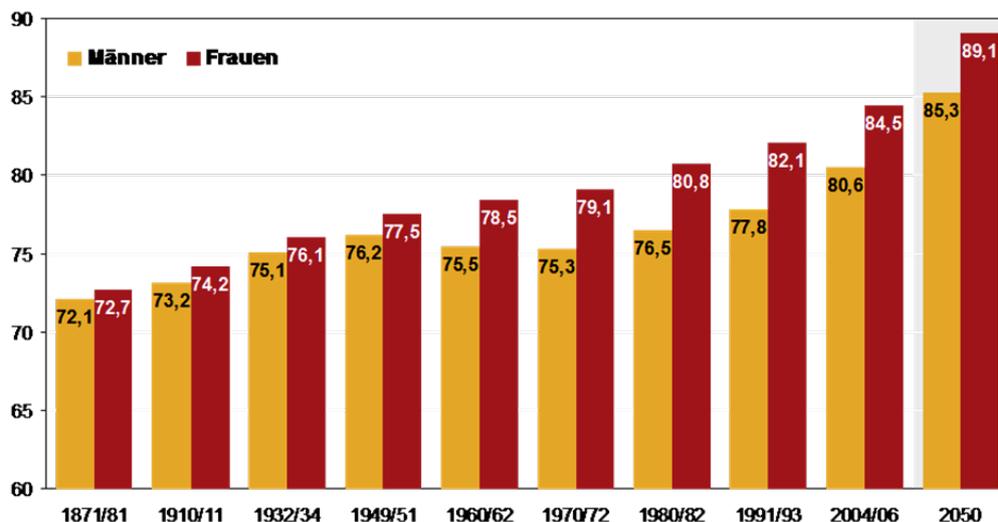
die Lebenserwartung 60-jähriger Männer mindestens bei weiteren 25 Jahren liegen, die von 60-jährigen Frauen bei mindestens weiteren 29 Jahren.

Bereits heute können 60-Jährige also davon ausgehen, dass sie einen Großteil ihres Lebens noch vor sich haben. Wer aber auf eine Lebenserwartung von 80 Jahren oder mehr blickt, sieht keinen Grund, sich mit 60 schon innerlich vom Leben zu verabschieden. Im Gegenteil: Die Einstellung gegenüber dem Alter und damit auch der Lebensstil älterer Menschen wandeln sich.

In den meisten westlichen Gesellschaften steht einer sinkenden Zahl junger Menschen eine wachsende Zahl Älterer gegenüber. Das stellt die Sozialsysteme, Beschäftigungsstrategien und die Bildungspolitik der jeweiligen Länder vor neue Herausforderungen. Wie sehr die Silberne Revolution immer mehr Länder erfasst, wird am so genannten Altersabhängigkeitsverhältnis deutlich. Dieser Indikator drückt das Verhältnis der Zahl älterer Personen, die in der Regel ökonomisch inaktiv sind (über 65 Jahre), zur Zahl der Personen im Arbeitsalter aus (15- bis 64-Jährige). Das Verhältnis von „Alt“ zu „Jung“ wird sich in ganz Europa rapide wandeln, in ausnahmslos allen EU-Ländern wird der Anteil der Menschen im Rentenalter deutlich steigen. Kamen im Jahr 2005 in der EU-25 auf 100 Personen im Alter zwischen 15 und 64 Jahren im Schnitt 25 Über-65-Jährige, steigt die Zahl bis zum Jahr 2020 voraussichtlich auf 32 und bis 2050 auf 53. Auf dem Arbeitsmarkt wird es also künftig auf die Älteren in gleichem Maße ankommen wie auf Menschen mittleren Alters.

## Das Lande rückt in immer weitere Ferne

### Entwicklung der Lebenserwartung 60-Jähriger in Deutschland (Lebensjahre)



Quelle: Statistisches Bundesamt, 2006; Prognose: Statistisches Bundesamt (Basisannahme)

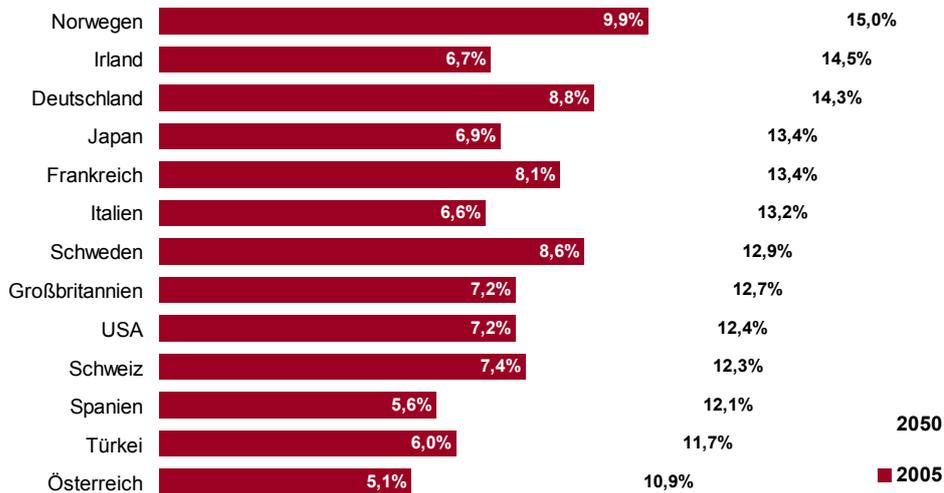
ABBILDUNG 2 – ENTWICKLUNG DER ÜBER 65-JÄHRINGEN

Der Megatrend Gesundheit und der demografische Wandel führen dazu, dass die Ausgaben für Gesundheit und Altenpflege deutlich steigen. Lag der Anteil der Ausgaben in Deutschland 2005 bei ca. 9 Prozent des BIP, werden es 2050 schätzungsweise 14 Prozent sein. In Ländern, wo der Anteil des Gesundheitsmarktes am BIP bisher vergleichsweise gering ist (Österreich, Türkei, Spanien), wird er sich bis 2050 verdoppeln.

Eine wachsende Zahl älterer Menschen, mit zudem steigender Lebenserwartung, wie auch das zunehmende Gesundheitsbewusstsein stellen den gesamten Gesundheitsmarkt vor neue Herausforderungen, aber auch vor neue Chancen. Insbesondere die Nachfrage und Ausgabebereitschaft für Produkte und Dienstleistungen des zweiten Gesundheitsmarkts

werden stark wachsen. Die Best-Ager von heute widerlegen viele Mythen, die lange Zeit mit dem Altwerden verbunden waren, z.B. dass hohes Alter mit Krankheit und Siechtum gleichzusetzen ist. Viele Studien belegen inzwischen, dass das Gesundheitsbewusstsein und -verhalten von Menschen über 55 Jahre überdurchschnittlich hoch sind.

### Ausgaben für Gesundheit und Altenpflege (Prozent des BIP)



Quelle: OECD, 2006

ABBILDUNG 3 – STEIGENDE AUSGABEN FÜR GESUNDHEIT UND ALTENPFLEGE

### Wohn- und Pflegemarkt für Senioren: Wachstumsmarkt par excellence ? Trends, Zukunftsmodelle, Herausforderungen an Management und Marketing, Hans-Georg Pompe

- Die große Marktsplaltung: die Mitte verschwindet, Einrichtungen mit mittlerem Preisgefüge und mäßigem Service haben keine Zukunft. Billige „Discount-Einrichtungen“ oder Luxus-Premium-Anbieter mit Top-Service, Wellness- und Erlebnisangeboten – aber auch mit akzeptablen, fairen Preisen - werden wirtschaftlich erfolgreich sein.
- Neue intergenerative Wohnformen werden die einmaligen Residenzen, Altenstifte, Altenheime und Betreutes Wohnen komplett ersetzen oder zur großen Konkurrenz. Bedingung aus Kundensicht: sie müssen alle ein ernstzunehmendes Pflegeversprechen bis zum Lebensende gewährleisten. Mögliche Alternativen für die Zukunft:
- Mehr-Generationen-Service-Wohnen oder integriertes Wohnen oder generationsübergreifendes Wohnen mit Doorman, Gärtner, Rundum-Sorglos-Paket...
- Wohnanlagen im „Universal Design“ zum Wohlfühlen für Bewohner aller Generationen
- „Gated Communities“ – bewachte Appartement- und Villensiedlungen in urbanen Top-Lagen mit hohen Sicherheitsvorkehrungen vor Kriminalität und Störungen.
- Lebensabschnitts-Wohnungen an unterschiedlichen Standorten im In- und Ausland (Ziel: flexibles Wohnen an den schönsten, spannendsten Locations). Wahlwohnsitze!

- „Well-Feeling-Communities“ - Gesundheitszentren mit abrufbarem Hotelservice und alternativen, ganzheitlichen Heilmethoden mit Spezialisierung auf spezielle Krankheiten/Insuffizienzen des Alters und ausgeprägtem Wohlfühl-Charakter
- Verbundkonzepte (Servicewohnen plus stationäre Pflegeplätze für Worst-Case)
- Trend zur Pflege daheim: aus Kostengründen mit osteuropäischen Billig-Pflegekräften
- Trend Globalisierung: Internationale, finanzstarke Pflege-Konzerne, Hotelketten, Versicherungskonzerne, Immobilienkonzerne und Privatklinikbetreiber sorgen für Bereinigung des Pflege- und Seniorenmarktes. Hohe Renditen, Wachstumsmarkt Alter und Gesundheit sind Anreize genug.
- Trend Demenz: beschützende aber dennoch pulsierende, attraktive Pflege- und Erlebniszentren mit kleinen persönlichen Wohneinheiten, innovativer, hoher Pflegekompetenz abgestuft nach finanziellen Möglichkeiten (billig bis premium).
- Trend Privatisierung und Fusionen der Unternehmen in der Senioren- und Gesundheitsbranche: private Anbieter werden dramatisch wachsen, kommunale Betreiber sind investiv überfordert, wenige große Anbieter werden die Preise diktieren
- Trend Urbanität: Gewünscht sind attraktive, urbane Orte der Begegnung, der Kommunikation, des Wohlfühlens, der Geborgenheit, der Sicherheit. Stimulierende Infrastruktur, Top-Lage (Mikro- und Makrostandort), keine peripheren Standorte im Grünen, überzeugende Konzepte von seriösen Betreibern mit hohem Image, begeisterten Mitarbeitern und hervorragenden Leitern/Managern in der Einrichtung selbst.
- Trend Kontaktarmut und Singularisierung: veränderte Bedürfnisse der zunehmenden Alleinstehenden. Unterbringungsbedarf vor Pflegebedürftigkeit wird Thema werden.
- Trend Individualisierung: individualisierte Lebensstile, unterschiedlichste Lebenswelten, Selbstbestimmungsdrang und persönliche Freiheit als Top-Werte. Herausforderung: Wohn- und Lebensstile gilt es auszdifferenzieren!
- Trend Lebenskomplexität: der wachsende Wunsch der Generation 50 – 60plus nach Entlastung und Entpflichtung von alltäglichen Aufgaben ist Rechnung zu tragen bei neuen Wohnkonzepten
- Trend Lebensqualität und Lebenslust: Schönheits- und Wellness-Boom, Forever-young-Bedürfnisse wachsen. Megatrends: Anti-Aging, Prävention, Ernährung und Fitness.
- Trend zur Sterne-Qualifizierung: ähnlich wie in der Gastronomie und Hotellerie muss es für Seniorenwohnen und für Pflegekompetenzzentren ein „Sternesystem“ geben, welches dem Verbraucher „neutrale“ Informationen zum Preis-Leistungsverhältnis und zur Kundenorientierung der besten Einrichtungen im jeweiligen Preissegment liefert.
- Trend zur Reduktion und Vereinfachung. Weniger ist mehr – aber: Nur-das-Beste-ist-für-mich-gut-genug-Mentalität wächst. Qualität vor Quantität. Hinwendung zu den wirklich wichtigen Dingen des Lebens: „Verzicht, Freundschaft, Tradition, Familie, ... eine intakte innere Mitte und der innere Friede werden deshalb zum Inbegriff des wahren Luxus werden...“, schreibt die niederländische Top-Trendexpertin Li Edelkoort.

- Trend: Altern als Chance – zur Entdeckung persönlicher Potenziale, Wissensdurst zur Selbstverwirklichung, zur persönlichen Neuorientierung... Konsequenz: Konzepte für altersgerechte Häuser und Städte müssen endlich junger, attraktiver, intergenerativer, serviceorientierter, mutiger werden – kein Altenghetto, auch nicht für die Pflege.

Bei der Altersgruppe 60+ ist auch eine Veränderung bemerkbar:

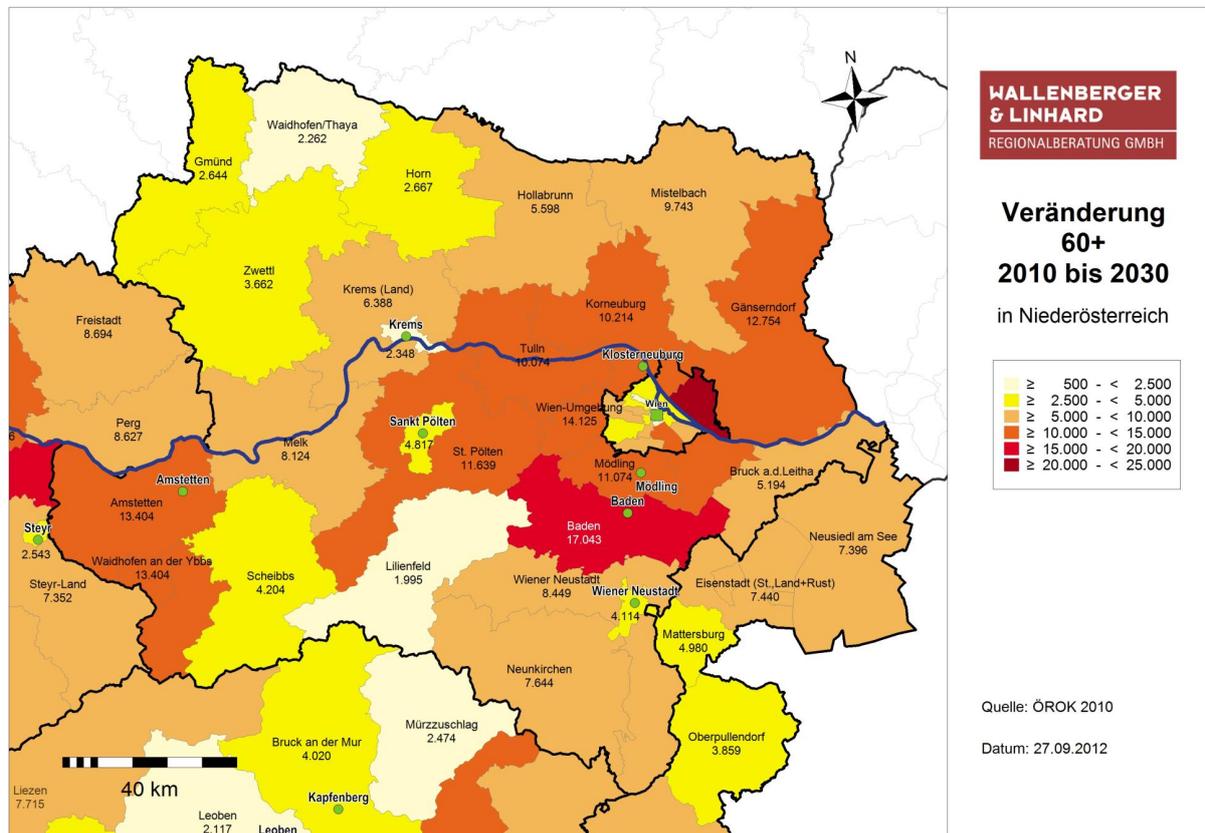


ABBILDUNG 4 – VERÄNDERUNG DER 60+ BEVÖLKERUNG

## Wohnen im Alter: Das Zuhause denkt mit

Der Kühlschrank, der selbsttätig meldet, wenn Milch und Marmelade aufgebraucht sind, der Backofen, der sich alleine einschaltet um das Abendessen aufzuwärmen, die Wanne, die sich beim Betreten des Badezimmers füllt – welche dieser Techniken wird wohl dem Traum vom digitalen Zuhause zum Durchbruch verhelfen? Alles falsch, meinen jetzt die Verantwortlichen einer Studie des Berliner Institut für Sozialforschung. Sie haben die ältere Generation zu ihrer Einstellung zum vernetzten Wohnen befragt. Und dabei festgestellt: Die sogenannten Alten sind dem hochtechnisierten Zuhause gegenüber erstaunlich positiv eingestellt.

Und damit ist auch geklärt, welche technischen Heimanwendungen sich als erstes durchsetzen werden: Automatische Musik- und Lichtsteuerung, drahtloser Internetzugang in allen Räumen gut und schön, aber das Geschäft liegt bei den Sicherheits- und Komfordienstleistungen. Sie sind es, die die kaufkräftige, ältere Klientel von morgen zum Kauf bewegen werden. Und die Alten von heute und morgen sind erstaunlich mobil: Nur rund ein Drittel hegen keine Umzugs- oder Sanierungspläne, das hat eine Untersuchung der Marktforscher von Empirica in diesem Jahr ergeben. Alle anderen erwägen eine Verlagerung ihrer Wohnung in neue

Räumlichkeiten, die sich im Ernstfall behindertengerecht umgestalten lassen würden, einen Umzug in die Nähe der Kinder und Enkel oder eine andere aufwändige Sanierungsmaßnahme.

Was dahinter steckt ist auch schnell erklärt: Fast alle Menschen ab und über 50 Jahren wünschen sich, ihr Leben lang in den eigenen vier Wänden wohnen bleiben zu können. Den wenigsten scheint ein Umzug in ein Alten- oder gar Pflegeheim als attraktive Alternative. So wundert es nicht, dass die meisten Bewohner dieser Heime heute weit über 80 Jahre alt sind und der Durchschnitt auch nur noch das letzte Lebensjahr dort verbringt. Doch was ist die Alternative, wenn eben doch die Kräfte oder das Gedächtnis mit den Jahren nachlassen? Genau an dieser Stelle kommen die neuen technischen Möglichkeiten ins Spiel: Eine Wohnungstür, die ihren Besitzer erkennt und das Kramen nach dem Schlüssel und anschließende Aufsperrn unnötig macht; ein Schalter, der, beim Verlassen der Wohnung betätigt, alle Elektrogeräte, die noch angewesen sein könnten, auf einmal ausschaltet; ein automatisches Heiz- und Kühlsystem, das sich den Begebenheiten draußen und drinnen umweltschonend anpasst – all das sind Ideen, die den Älteren gefallen und ihre lebenslange Unabhängigkeit unterstützen könnten.

Andere Entwickler gehen gar noch weiter und träumen von einem Teppich, der erkennt, wenn der Bewohner gestürzt ist; von einem Überwachungssystem, das sicher stellt, dass der Mieter überhaupt aufsteht, die Rolläden hochzieht oder das Badezimmer betritt; sowie von vielfältigen medizinischen Netzwerken, mit denen Kranke Kontakt zu ihrem Hausarzt oder einer Krankenschwester herstellen können und die im Zweifelsfall Alarm schlagen, wenn die gemessenen Körperwerte entgleisen oder die Medizin nicht eingenommen wird.

Zusammenfassung: Die beiden Bereiche Sicherheit und (medizinische) Dienstleistungen werden es sein, die das prognostizierte Wachstum im Bereich des Smart Homes in den nächsten 10 bis 20 Jahren rechtfertigen. Weil den Alten von morgen nichts so wichtig sein wird wie ihre eigene Unabhängigkeit und Mobilität. Und die deswegen genau in diese Bereiche Geld und Energie investieren werden, um neues technisches Gerät in den eigenen vier Wänden zu installieren und intuitiv zu nutzen. Wenn dann noch automatisierte Netzwerkverbindungen sowie gefühlsgesteuerte Musik- und Lichtenlagen dazu kommen, wird sich vermutlich auch die übernächste Generation im hochtechnisierten Wunderzu Hause der Zukunft wohlfühlen.

(Quelle: Trendbüro)

# Zielgruppen und deren Anforderungen

Die Zielgruppe bzw. Zielgruppen und deren Anforderungen waren im gesamten Forschungsprojekt immer ein im Mittelpunkt stehendes Thema. Sie sind der Schlüssel zu Angebot, Standort und Wohnform, aber auch die Grundlage für Kommunikation, Vertrieb und Marketing.

## Beschreibung der Zielgruppe

Zuerst wurde die Zielgruppe nach dem möglichen Alter eingegrenzt, analysiert und beschrieben, dabei entstand folgende Darstellung:

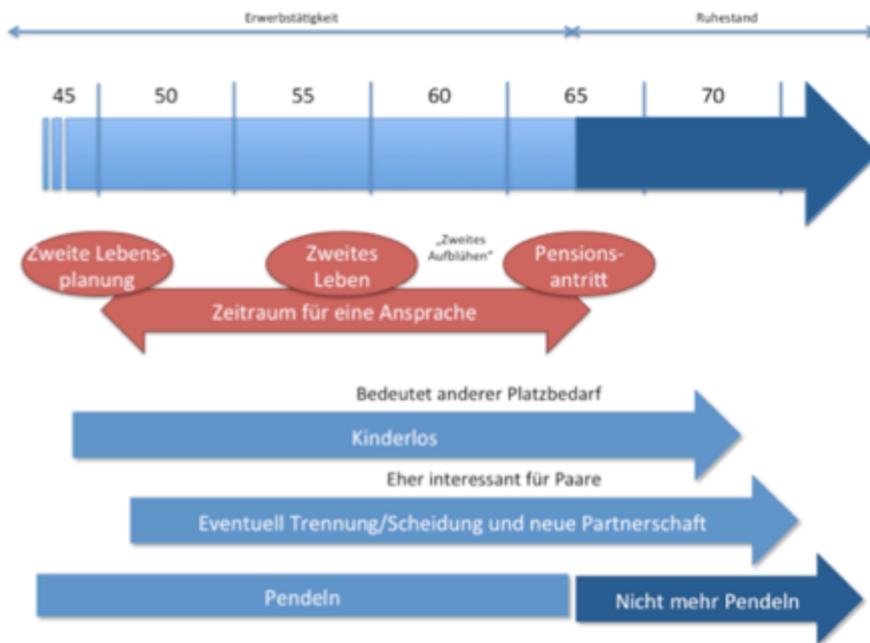


ABBILDUNG 5 – ALTERSBEREICH DER ZIELGRUPPE

Nach dem Alter und der Demografie wurde dann folgende Eingrenzung der Zielgruppe auf zwei Segmente durchgeführt:

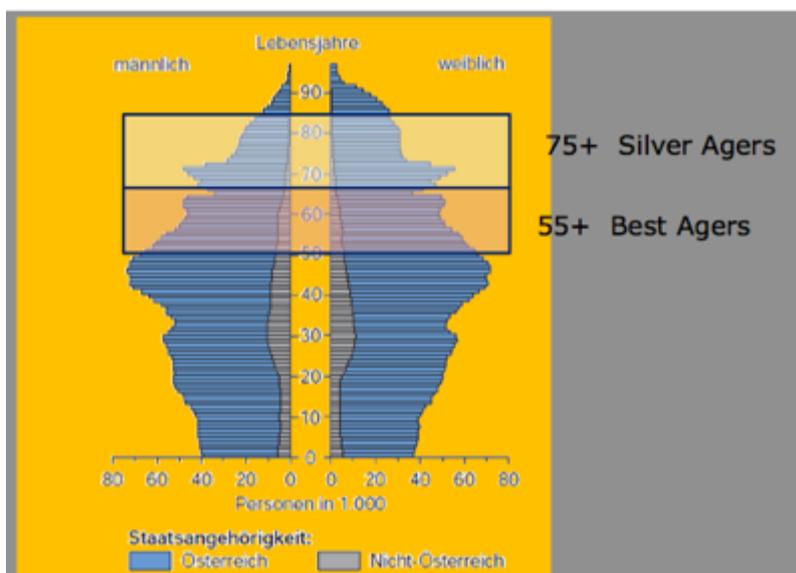


ABBILDUNG 6 – ZIELGRUPPEN: BEST AGERS UND SILVER AGERS

Aber: Das „gefühlte“ Alter entspricht nicht dem kalendarischen Alter

- Aktuell radikale Neudefinition des Alters: das subjektiv empfundene Alter sinkt.
- Das „gefühlte Alter“ entspricht dem tatsächlichen Alter minus ca. 10 bis 15 Jahre.
  - 50-jährige sind nur „gefühlte 35 Jahre“ alt
  - 70jährige fühlen sich wie 55-60 Jahren.
- 45% der Österreicher meinen, dass man sich mit einem Alter von rund 60-70 Jahren heute im besten Alter befinden.
- Erst ab ca. 75 Jahren ist man „alt“

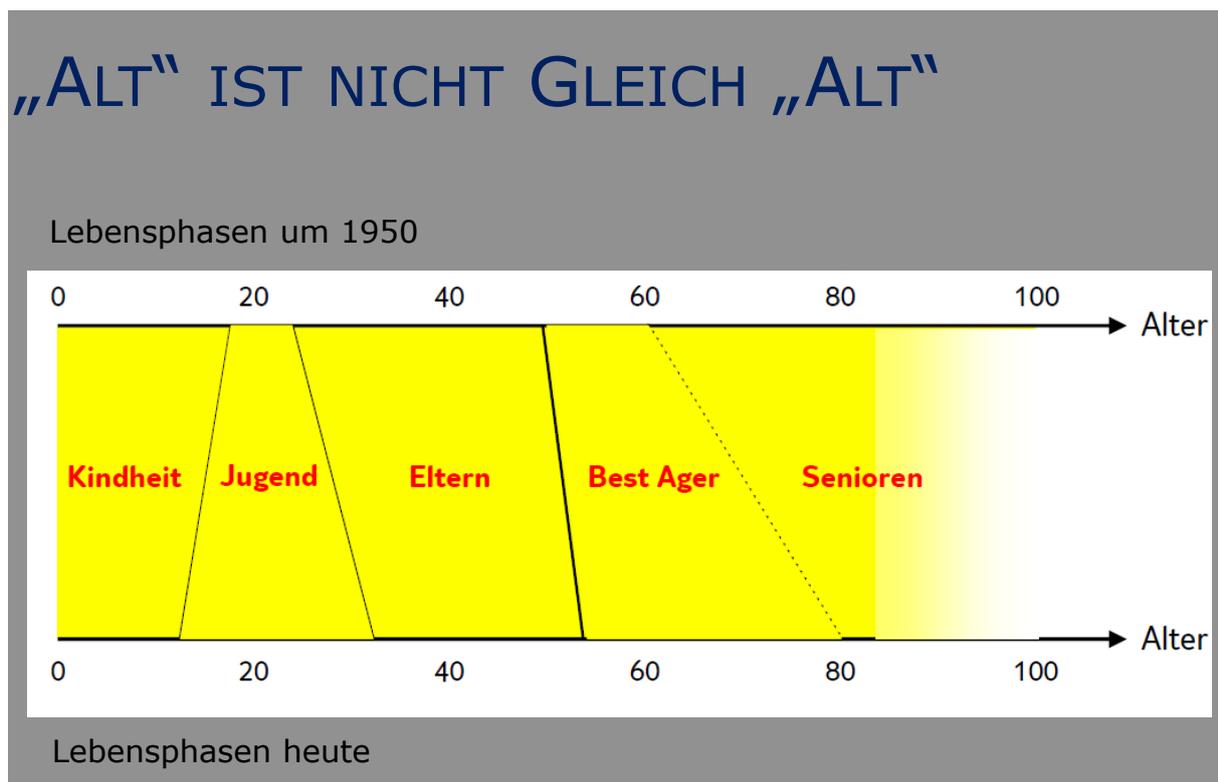


ABBILDUNG 7 – LEBENSPHASEN UM 1950 UND HEUTE

Denn die Demografie befindet sich im Wandel:

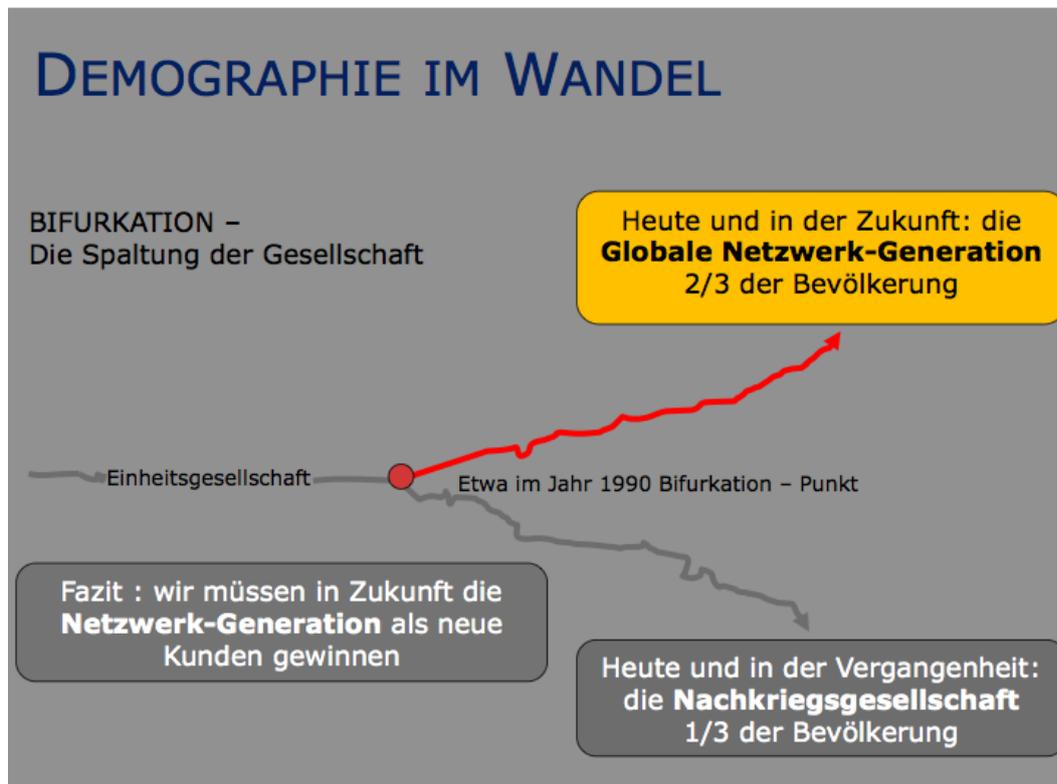


ABBILDUNG 8 – DIE DEMOGRAFIE IM WANDEL

Die Zielgruppe der „Empty Nesters 55+“

- Ruhesitz-Migration: Zahl der Menschen die im Pensionsalter ihren Wohnsitz in ein landschaftlich oder klimatisch (Wärme, Nebelfreiheit, etc.) attraktiveres Gebiet zu verlegen steigt an
- Anstieg der ausländischen Alterswohnsitze der BRD zwischen 1992 und 2009: +67 %
- „Schwalben-Phänomen“: Teilweise Migration oder nur für bestimmte Jahreszeiten

## Ruhsitz-Migration als Beweggrund

Der Hauptbeweggrund für einen Menschen in dieser Zielgruppe stellt die Ruhsitz-Migration dar, denn die zehn wichtigsten Merkmale für die Auswahl eines Alterswohnsitzes (s. Longino/Fox, 1995) sind:

- geringe Kriminalitätsrate,
- gute medizinische Versorgung
- niedrigere Lebenshaltungskosten,
- angenehmes, mildes Klima,
- geringe Abgaben,
- niedrige Immobilienpreise,

- freundliche Nachbarn,
- Großstadtanbindung,
- keine staatliche Einkommenssteuer,
- aktives soziales und kulturelles Umfeld.

Ein „Alterswohnsitz am Land“ wird für die älter werdende Bevölkerung zunehmend attraktiver:

- als Urlaubsdomizil
- als ständiger Alterswohnsitz Chance für die Silver City Horn

Daraus ergeben sich Chancen für das Projekt Silver City Horn

- Der Trend zu „Regionalität“ & „Vertrautheit“
- Nähe & Sicherheit
- Intakte ländliche Strukturen & Architekturen

## RUHESITZ-MIGRATION

### ▪ Wichtige Merkmale im Silver City – Quick Check:

- |   |   |
|---|---|
| - geringe Kriminalitätsrate                       | ✓ |
| - gute medizinische Versorgung                    | ✓ |
| - niedrigere Lebenshaltungskosten                 | ✓ |
| - angenehmes, mildes Klima                        | ? |
| - geringe <u>Betriebskosten</u>                   | ? |
| - niedrige Immobilienpreise                       | ✓ |
| - freundliche Nachbarn                            | ✓ |
| - Großstadtanbindung Silver City: von Tür zur Tür | ? |
| - aktives soziales und kulturelles Umfeld.        | ✓ |

ABBILDUNG 9 – RUHESITZ-MIGRATION

## Anforderungen der Zielgruppe

Anforderungen der Zielgruppe sind im Wesentlichen:

- Bequemes Wohnen
- Haustechnik und Sicherheitstechnik
- Tür zu Tür Service (Bushaltestelle, FJ-Bahn Ertüchtigung und Zubringer +Rad, Garage) - angenehmes, mildes Raumklima Klima (Haus antwortet auf Natur – Wellnes/Bad)
- geringe Betriebskosten
- freundliche Nachbarn
- Wohnungsgröße
- Kosten
- Hausservices bei temporärer Nutzung - aktives soziales und kulturelles Umfeld

## Freizeit-Interessen der Zielgruppe

Folgende zwei Darstellungen zeigen die Interessen der Zielgruppe:

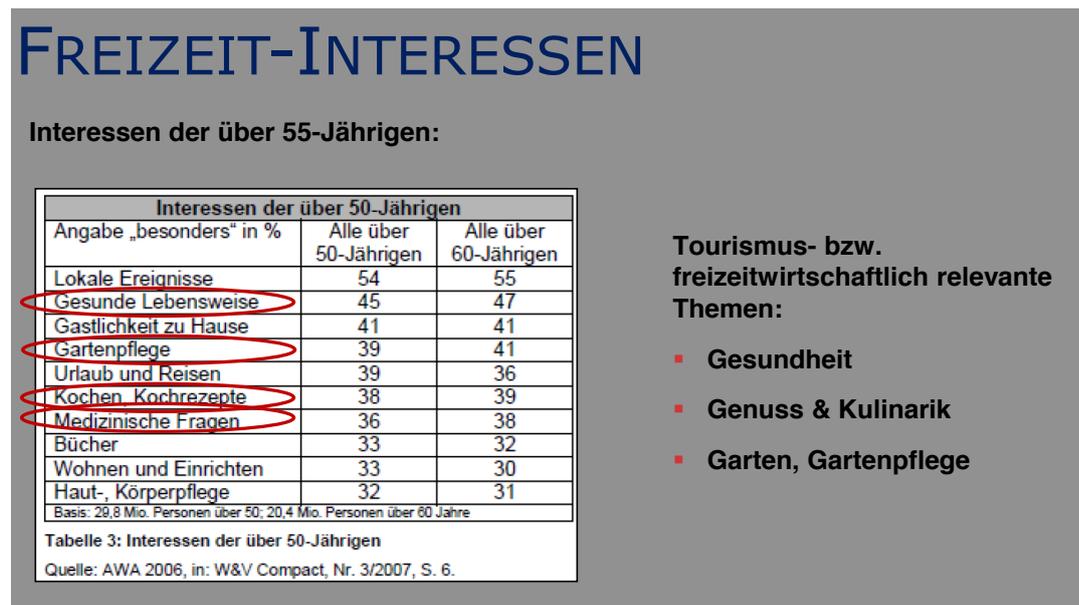


ABBILDUNG 10 – FREIZEITINTERESSEN DER ZIELGRUPPE

## Freizeitaktivitäten der ÖsterreicherInnen

Frage: Hier auf dieser Liste sehen Sie verschiedene Dinge, die man in der Freizeit machen kann. Bitte nennen Sie mir die Nummern jener Dinge, die auch Sie in der Freizeit gerne machen.

### Beliebte Freizeitaktivitäten sind -

		15-29 Jahre	30-49 Jahre	50 Jahre und älter
Fernsehen	72	69	74	71
Essen gehen	65	64	73	58
Spazieren gehen, wandern	63	54	62	69
Mit Freunden etwas unternehmen	61	73	65	50
Zeitung/ Illustrierte lesen	55	41	51	68
Faulenzen, Nichtstun, Ausschlafen	52	62	53	44
Kuscheln, Sex	50	64	60	31
Radio hören	49	49	50	49
Einkaufen, Geschäftsbummel	48	61	49	39
Ein Buch lesen	47	38	45	53
In ein Lokal/Cafe gehen	47	62	48	38
Einladen, eingeladen werden	46	49	50	41
Tagesausflug machen	44	36	48	45
Über wichtige Dinge reden	41	43	40	42
Selber Sport betreiben	40	50	49	26
Baden gehen	39	48	43	31
Ins Kino gehen	38	68	41	18
Gesellschafts-, Kartenspiele spielen	36	34	35	37
Telefonieren	35	49	40	22
Sich in Ruhe pflegen	35	37	34	34
Mit dem Computer beschäftigen	33	54	32	22
Gartenarbeit machen	33	12	34	44
Musik hören	32	40	32	27

Ergebnisse in Prozent

ABBILDUNG 11 – FREIZEITAKTIVITÄTEN DER ZIELGRUPPE

Diese Interessen sind in der Entwicklung der Wohnform, der Architektur, des Leistungsangebotes, aber auch in der Kommunikation dessen zu berücksichtigen.

## Zielgruppendefinition

Aufgrund der freifinanzierten Preissituation erfolgt eine Nachjustierung der Zielgruppe:

Arriviert – gebildete Konsumenten der Oberschicht: Einschränkung auf untere/mittlere Oberschicht Überlappung zu Postmateriell (Nicht Porsche sondern AUDI)

- überdurchschnittlich gebildet
- verfügt über hohes Einkommen
- achtet in allen Lebensbereichen auf Stil

Diese Konsumenten müssen sehr überlegt umworben werden, denn sie haben hohe Ansprüche, auch an die werbliche Kommunikation.

Typische Merkmale dieser Zielgruppe sind:

- Beruflich erfolgreich, zielstrebig
- sehr oft in Führungspositionen, im Management oder erfolgreiche Unternehmer (siehe St.Leonhard)
- Altersschwerpunkt zwischen 35 und 65 Jahren (Vorschlag aufgrund der bisherigen Diskussionen: Konzentration auf 50 -59 Jahre)
- Konsumieren stilvoll und exklusiv, weil es ihr hohes Einkommen erlaubt.
- Wichtiges Merkmal: großes Interesse an Kunst & Kultur (regelmäßige Besuche: Theater, Konzert, Oper, Ausstellungen, Biennale)

- Wunsch nach sportlicher Betätigung: walken, laufen, Skifahren, Tennis und vor allem Golf - allerdings nicht extrem (z.B. Biken oder Trendsportarten)
- Zunehmendes Interesse für Jagd und Fischen (Hochseefischen u.a., Fliegenfischen am Kamp)
- sind manchmal „Early Adopters“ und damit Vorbild für die breite Mittelschicht (Leitmilieus)
- tun sich manchmal etwas Gutes (Exklusives Ayuverda oder Spa- Hotel) weil finanziell gut ausgestattet
- Essen für Freunde planen sie voraus. Gerichte müssen hochwertig sein. Zutaten werden in kleinen Geschäften und Märkten gekauft, Fleisch beim Fleischer, Wein vom Weingut oder Markt.
- Bei Zutaten aus dem Supermarkt sind Marken gefragt: Nudeln von Barilla, DeCecco od. Birkel, Joghurt von Danone od. Landliebe, Schokolade von Lindt

Wie erkennt man die Zielgruppe?

„Teuer aber dezent - elegant und geschmackvoll“ ist das Motto.

- Status wird nicht zur Schau getragen. Vielmehr wird ein stilvolles Unterstatement bevorzugt.
- Bevorzugt klassische und exklusive Marken, protzt aber nie mit dem Label.
- Gleichgesinnte erkennen sich an den „Ausstattungsmerkmalen“
- Trägt teure und exklusive Kleidung - zeitlos, bequem in dezenten Farben
- Marken wie Burberry, Betty Barclay, aber auch BOSS, Marc O’Polo, Armani und Ralph Lauren hängen im Kleiderschrank. Maßanzug von Ermengildo Zegna, Schuhe von Reiter
- Fährt ein Auto eines Premiumherstellers mit Sonderausstattung
- Wohnen: Edles Ambiente und geschmackvolle Einrichtungsgegenstände mit Stil und Niveau. Bulthaupt nutzt beispielweise auch diese Zielgruppe. Liebt italienische Designmöbel ebenso wie Wertarbeit und Handwerkskunst

Werbliche Ansprache:

- Legt Wert auf ästhetische, niveauvolle werbliche Ansprache Möchte Kommunikation auf Augenhöhe (= Adäquat zu seinen Bedürfnissen und Ansprüchen)
- Möchte vor allem bei technischen Produkten informative Elemente in den Werbemaßnahmen, idealerweise in Kombination mit ästhetischen Bilderwelten
- Werbebotschaft muss wegen seines engen Zeitbudgets schnell erfassbar sein.
- Spricht gut auf Print- und Außenwerbung sowie auf hochwertige Direktmarketingmaßnahmen an.
- Sachlich – informativ
- verbunden mit ästhetischen Elementen mit geschmackvollen Farben und Formen
- Werbung in Printmedien wirkt gut (Spiegel, Trend, Presse...), da diese Medien bewusst gewählt und akzeptiert sind.
- Sehr effektive Ansprache über Fachzeitschriften oder Special Interest-Titel
- Öffentlich-rechtliche TV und Nachrichtenkanäle kommen gut an.
- Online Werbung auf zielgruppenaffinen Portalen (Online Banking, Aktienkurse, Podcasts) - aber unbedingt dezent und nicht zu plakativ einsetzen

## Die Stadtgemeinde Horn und die Zielgruppe

---

- Kultur: Alegro Vivo, Rosenberg, (Oper Gars), „Buchstadt“ Kulturelle Referenzpersonen: Michael Haneke und Ulrich Seidl
- Hobbies: Golf, Jagd, Fischen (Kamp und Stauseen)
- Ernährung: Slow – Food, Schmankerl- / Genussregion, Direkteinkauf möglich, Matzek, Bauernladen, etc.
- Service: Autoanmeldungen
- Partner: RAIBA Wien-Kunden (Beilegen zu Landesbank Datenpool?)
- Soziale Gruppen: Rotarier und Lions

## Kritisch-Wissenschaftliche Analyse der Zielgruppe und Formen des Zusammenlebens anhand dieser Idee

---

Folgende Thesen zur Zielgruppe und Formen des Zusammenlebens wurden erarbeitet:

1. Die Zielgruppe ist in diesem Projekt recht eindeutig definiert worden. Es handelt sich um eine beruflich erfolgreiche und finanzkräftige Klientel überwiegend aus dem Großraum Wien. Als Lebensstil-Parameter genannt wurden Interesse an Natur, gehobenen Freizeitangeboten, Kultur und zum Beispiel gutem Essen. Das Milieu ist traditionelle gehobene Mittelschicht. Diese Zielgruppe wird auf der einen Seite als dezent beschrieben, aber zugleich durch Orientierung an exklusiver Mode beschrieben. Der Kauf einer Wohnung in der Preisklasse von 300-400 000 (plus) € ist kein Problem.
2. Wir gehen davon aus, dass die Zielgruppe bestimmten geographischen und symbolischen Räumen zuzuordnen ist:
  - Wohnbereich in bürgerlichen Außenbezirken von Wien oder attraktiven Wohnungen im Stadtzentrum: dort befinden sich die Wunschkäufer unserer Wohnungen, aber es ist nicht sehr wahrscheinlich, dass sie ihr Quartier dort mit einer Wohnung in Horn tauschen, allenfalls Zweitwohnsitz.
  - Klassische Wohnorte im Umraum Wien (zum Beispiel Klosterneuburg, Baden, Mödling, Perchtoldsdorf, Westbahnbereich zwischen Wien und St. Pölten, südliches Niederösterreich): auf diese Personengruppe treffen all die Beschreibungen der Zielgruppe zu, aber es ist wenig wahrscheinlich, dass ich von dort ins Waldviertel ziehe.

Es bleiben also jene Menschen im Großraum Wien, die dieser Zielgruppe angehören, aber das Gefühl haben, nicht in dem ihnen gemäßen Wohnort zu leben und keine Aussicht haben, einen solchen im Großraum Wien zu finden.

Als Person der Zielgruppe habe ich folgende Möglichkeiten:

1. Ich bleibe dort, wo ich bin (schöne Wohnung in Wien).
2. Ich ziehe ins Umfeld von Wien, wo es noch relativ günstige Wohnungen gibt.
3. Ich suche mir einen kleinen romantischen Ort ( etwa in der Nähe des jeweiligen Zentralorts) im Wald- oder Weinviertel als Erst oder Zweitwohnsitz (z. B. Retz, Maissau, Eggenburg).
4. Ich plane meinen Lebensabend im Süden.

3. Überlegungen zum Raum: Wie die Raumbeschreibung zeigt, erfüllt Horn als Schul- und Verwaltungszentrum „brav“ alle Kriterien, die für einen älter werdenden Menschen und nicht nur für diesen von Belang sind (Infrastruktur), die er aber auch im Raum Wien vorfindet (mit Ausnahme von betreuten Alterswohnsitzen). In ökonomisch unsicheren Zeiten ist der Kauf einer „sicheren“ Immobilie attraktiv.
4. Im Hinblick auf die schon vorhandenen Angebote, hat der Ort entscheidende Probleme:
  - Er hat (noch) nicht das Image eines kleinen feinen Ortes unweit von Wien.
  - Die Klientel, die man nach Horn bringen möchte, ist grosso modo in Horn nicht präsent (Nachahmungsvorteil: „Wenn der/die..., dann ich auch...“)
  - Horn hat (noch) nicht das Image, das mit der Zielgruppe umrissen ist (subjektiver Wert von Räumen)= Ich bin bereit mich relativ teuer einzukaufen, wenn es meinen Status bestätigt oder sogar hebt (Wow, Du lebst in Horn?)
  - Relativ schwache Markierung im Hinblick auf Gourmet oder Weinort

Zur Lösung der Problems könnte eine kleine Umfrage im Feld der potentiellen Interessenten im Großraum Wien (Messen) beitragen: „Was verbinden Sie mit der Stadt Horn im Waldviertel? Welche Bilder tauchen da auf?“

Mögliche Schlussfolgerungen:

1. (teure) Imagekampagne und weitere Verbesserung der Infrastruktur
  2. Die architektonische Gestaltung muss Top-Qualität besitzen. (Motto: In Horn gibt es das Feinste vom Feinen)
  3. Das Projekt muss von seiner sozialen Komponente her innovativ und originell sein.
  4. Zielgruppe modifizieren (Zielgruppe, die mehr zur ansässigen Bevölkerung passt und besser integrierbar ist) und Preise senken.
  5. Beides.
  6. Modifikation des Projektes.
5. Frage: Lassen sich Trends festmachen, welche Menschen (Aussteiger, ökologisch engagierte Menschen, Künstler, Beamte, unternehmerische Menschen) in den letzten zwanzig oder dreißig Jahren INS Waldviertel gezogen sind und vor allem auch, wohin? IN die Zentralorte? Ich vermute, dass es ein Spannungsverhältnis zwischen der Sehnsucht nach „romantischen“ Orten und dem praktischen Vorteil nicht-romantischer Orte gibt, die über eine ausgezeichnete Infrastruktur verfügen, aber eben das oben beschriebene Aura-Problem haben. All die dem Waldviertel zugeschriebenen Eigenschaften schlagen nämlich nicht automatisch für einen ihrer Zentralorte zu Buche. Das gilt für Horn ebenso wie für Waidhofen, Gmünd oder Zwettl. Was eine moderne Kleinstadt anzubieten hat, finde ich womöglich auch in meiner bisherigen Lebensumwelt vor.

6. Kernpunkt zum Problem: Warum soll ich mir gerade in Horn eine anspruchsvolle und nicht ganz billige Wohnung kaufen?
- Was ist der Vorteil in Horn zu leben und nicht in Wien und seinem Speckgürtel?
  - Wie groß sind die Chancen, dass das reale und symbolische Kapital meiner Wohnung steigt?
  - Ist Horn ein „In-Ort“ der Zukunft? Habe ich eine gute Investition getätigt? Ist das eine gute Geldanlage?
  - Ist das Kultur- und Sportangebot wirklich höher als in meiner bisherigen Umgebung bzw. in einem alternativen Lebensraum? Oder muss ich nicht doch regelmäßig nach Wien ins Kino, Theater und Ausstellung fahren?
  - Ist Horn in puncto „Natur“ gegenüber vergleichbaren Wohnalternativen wirklich überlegen? Oder muss ich dazu nicht abermals „hinausfahren“?
  - Ist Horn ein Ort, der vielleicht eine zeitgemäße Alternative zu dem traditionellen Image zu bestimmten traditionellen gehobenen Wohn-Räumen darstellt?
  - Ist die architektonische Qualität des Projekts in Horn vielleicht der entscheidende Vorteil? (eigenes Wohlgefühl, Veränderung des Images von Horn durch das Projekt. Avantgarde-Gefühl, weil das Konzept Beachtung in der Öffentlichkeit findet und Preise bekommt)?
  - Ist eine Wohnung in der Silver-City wirklich eine Alternative zu meinem Lebensstil in meiner Wiener Stadtwohnung?
  - Wie sieht es mit meinem Bekannten- und Freundschaftskreis aus? Werde ich in Horn entsprechende Bekanntschaften machen? Ist es interessant für meine Freunde, mich/uns in der neuen Umgebung zu besuchen?
  - Gibt es vergleichbare Projekte an anderen Orten?
  - Wie ideal ist das Ort für mein spezifisches Hobby (z. B. Pferde, Golf)?

### Zukunft dieser Lebensform

Im gegenwärtigen Diskurs der Sozial- und Kulturwissenschaften geht man davon aus, dass sich die Formen des Zusammenlebens, auch auf der „mittleren“ Ebene ändern werden. 2002 erschien aus dem Nachlass Roland Barthes Vorlesung „*Comment vivre ensemble. Simulations romanesque de quelques espaces quotidiens*. (Deutsch. *Wie zusammen leben. Simulationen einiger alltäglicher Räume im Roman*, Frankfurt/Main 2007). Barthes beschreibt hier vom christlichen Klosterleben ausgehend zwei Grundtypen von Lebensformen ( von den Einsiedlern, den Anachoreten, sehe ich hier einmal ab), die auch im Hinblick auf die Raumordnung entscheidend sind, die eine in der orthodoxen Kirche (Athos-Klöster) verbreitete bezeichnet er als idiorhythmisch ( dazu gehören auch die mittelalterlichen Beginen in Westeuropa), die anderen als koinobitisch. Während die einen in ihrem eigenen Lebensrhythmus leben und sich nur bei Gelegenheit treffen, ist die koinobitische Ordnung nur ein gemeinsames Zeitregiment und eine gemeinsame Zeitordnung geprägt. Auf heutige Lebensformen übertragen heißt das, dass Standard- Alterslebensformen (Wohnheim, Altersheim) koinobitisch sind, während die Eigen-Rhythmik dem Ideal des modernen Freizeit-Individualismus entspricht.

Ich denke, dass dieser Gegensatz zwischen Eigensinn und Gemeinsamkeit gerade im Hinblick auf unsere Zielgruppe wichtig ist relevant ist. Die angebotene Lebensform sollte auch

Momente, Strukturen und Angebote des Gemeinsamen enthalten, ohne die für den modernen Individualismus (Freizeit, Urlaub) notwendige Idiorhythmie zu beeinträchtigen.

Dieses Spannungsverhältnis zwischen diesen beiden Grundtypen lässt sich auf verschiedenen Ebenen diskutieren. Koinobitische Elemente gewährleisten Sicherheit, Hilfe, Kommunikation und Gestaltung des sozialen Alltags, während die idiorhythmischen Momente für Unabhängigkeit, Eigenständigkeit, Abgrenzung und Intimität sorgen. Hier die Schaffung von gemeinsamen Zwischenräumen, dort den Erhalt des eigenen Gestaltungsraumes. Die richtige Balance zwischen beiden Polen ist für die Attraktivität des Projekts von großer Bedeutung.

1. Das Problem der Einsamkeit im Alter.
2. Verlängerung des Alters
3. Betreuung und Selbsttätigkeit.
4. Neue Ghettos
5. Verhältnis der Generationen.

## Standortanalyse

---

Wichtig bei der Lage war, dass eine zentrumsnähe in der Stadt gegeben ist, die wichtigsten Einrichtungen müssen zu Fuß erreichbar sein. Auch Verkehrsanbindungen zu wichtigen Knotenpunkten (Bahn nach Wien, Bus, Shuttle-Bus, etc.) müssen gegeben sein. Es ergaben sich einige interessante Möglichkeiten in Horn, die in einer eingehenden Standortanalyse untersucht wurden. Aus Stadtentwicklungssicht gibt es einige Präferenzen, es wurde aber auch eine umfassende Kostenanalyse der unterschiedlichen Standorte und eine Untersuchung, ob es eine Anforderung bestehendes / potentiell zu Nutzen seitens der Stadtgemeinde gibt. Dazu wurden einige Standorte identifiziert und eingehend analysiert.

## Analyse möglicher Standorte aus Raumplanungssicht

---

„Wichtig bei der Lage ist, dass eine zentrumsnähe in der Stadt gegeben ist, die wichtigsten Einrichtungen müssen zu Fuß erreichbar sein. Auch Verkehrsanbindungen zu wichtigen Knotenpunkten (Bahn nach Wien, Bus, Shuttle-Bus, etc.) müssen gegeben sein.“

Im Workshop-Arbeitspapier wurden folgende Areale aufgelistet:

- 1 Hoyos-Areal / Meierhof (Priorität 1), altes, tolles Gebäude mit zentraler guter Lage
- 2 Band-Gründe (Priorität 2), tolle, zentrale Lage, allerdings wasserrechtlich schwierig
- 3 Festgelände + über den Bach
- 4 Nähe Doberndorf
- 5 Nähe Heizwerk

Deshalb wurden die Standorte hinsichtlich der Nähe zum Zentrum, zu Einrichtungen der Nahversorgung und Naherholung und zu Anschlussstellen des öffentlichen Verkehrs betrachtet.

Zusätzlich zu den im Arbeitspapier genannten Anforderungen wurde überprüft, ob eine Bebauung aufgrund naturräumlicher Gegebenheiten (Hochwasser, Geländebeschaffenheit...) und aufgrund der Vorgaben des Örtlichen Entwicklungskonzeptes überhaupt sinnvoll ist, sowie auf etwaige Beeinträchtigungen (Lärm, Betriebe, Erschließung...).

Es gibt aus heutiger Sicht zusätzlich die möglichen Standorte 6-16;

Zur Karte (gilt für alle 16 Standortmöglichkeiten):

Die rot markierten Gebiete scheidern aus verschiedenen Gründen aus (Hochwassergefährdung, Nähe zu ausschließlich betrieblich genutzten Standorten, Widerspruch zu den Zielen des Örtlichen Entwicklungskonzeptes, usw.). Vom Standort 4 Doberndorf (vornehmlich agrarisch geprägte Katastralgemeinde im Norden des Gemeindegebietes - in der Karte nicht ersichtlich) ist ebenfalls abzusehen.

Gelb markierte Bereiche würden sich grundsätzlich als Projektstandorte eignen (keine erheblichen naturräumlichen Ausschließungsgründe, keine Widersprüche zum Örtlichen Entwicklungskonzept, ...).

Die grün markierten Standorte sind als ideal für das Vorhaben anzusehen. Diese Bereiche schneiden bei den bewerteten Kriterien am besten ab.

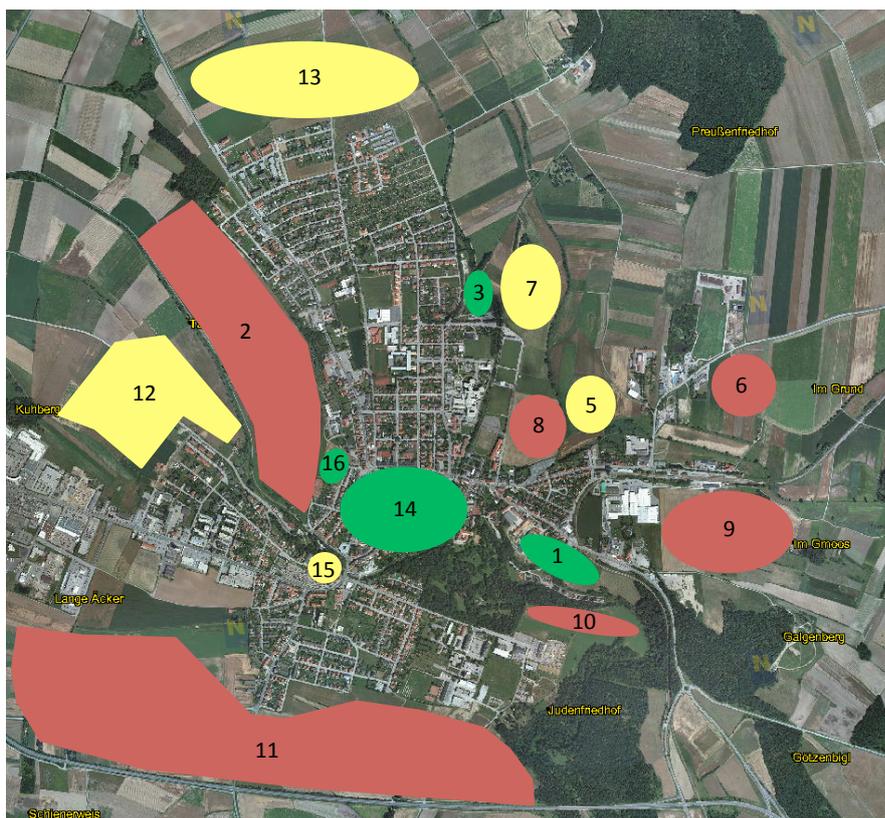


ABBILDUNG 12 – MÖGLICHE STANDORTE AUS RAUMPLANUNGSSICHT

## Vergleich der Standorte/Bereiche

---

Nun soll in einer textlichen und anschließend tabellarischen Abhandlung dargestellt werden, welche Kriterien zur Bewertung der Standorte geführt haben, und warum einzelne Bereiche ausgeschlossen werden müssen.

Ideale Standorte:

### Bereich 1 (Hoyos-Areal):

Das Hoyos-Areal mit dem Meierhof liegt östlich des Zentrums. Bedingt durch die Zentrumsnähe eignet sich der Standort besonders für die vorgesehene Nutzung; Nahversorgung, Anschlüsse an den öffentlichen Verkehr und Naherholungseinrichtungen sind fußläufig gegeben. Nachteilig wirken sich das Fernheizwerkwerk und die Bahntrasse in unmittelbarer Nähe aus.

### Bereich 3 (Festgelände):

Das Festgelände bietet sich besonders an, hervorzuheben sind die Nähe zum Sportplatz und die Nähe zum Krankenhaus. Die Erschließung, der Anschluss an den öffentlichen Verkehr sowie die Nahversorgung sind ausreichend. Das Gelände befindet sich bereits im Besitz der Stadt, wodurch die Verfügbarkeit gewährleistet ist.

### Bereich 14:

Der Zentrumsbereich ist erwartungsgemäß ideal für das Vorhaben, da dieser am besten Nahversorgung und Erschließung bietet. Jedoch ist die Verfügbarkeit von Grundstücken fraglich, besonders bei zunehmender Größe des Projektgebietes. Auch müssen eventuelle Abrisskosten bestehender Gebäude berücksichtigt werden.

Es gibt an einzelnen Standorten im Zentrum Verdachtsflächen für Altlasten, bei denen jedoch nicht von einer größeren Beeinträchtigung auszugehen ist, diese müssten im Bedarfsfall noch überprüft werden.

### Bereich 16:

Dieser relativ kleine Bereich befindet sich außerhalb des Hochwassergefährdungsbereiches in Zentrumsnähe und ist im Örtlichen Entwicklungskonzept als Erweiterungsmöglichkeit des Wohnbaulandes vorgesehen. Es ist von niedrigen Erschließungskosten auszugehen, eventuell könnte es einen Nutzungskonflikt mit den landwirtschaftlich genutzten Flächen im Westen geben. Es müsste noch die Verfügbarkeit sichergestellt werden.

Mögliche Standorte:

#### Bereich 5 (Nähe Heizwerk):

Das Gebiet westlich des Heizkraftwerkes befindet sich nördlich des Breiteneicher Bachs, welche eine natürliche Siedlungsgrenze bildet, zudem müsste noch eine Brücke über diesen errichtet werden. Deshalb sind für dieses Gebiet von höheren Erschließungskosten auszugehen. Die Lage zwischen dem Sportplatz bzw. dessen Erweiterungsgebiet im Westen und dem Betriebsgebiet mit Heizkraftwerk im Osten, ist ebenfalls als nachteilig zu bewerten.

#### Bereich 7:

Zur Erschließung dieses Bereiches sind noch entsprechende Straßen erforderlich, weiteres ist die Lage außerhalb der natürlichen Siedlungsgrenze (entlang des Mödringbach), sowie der fehlende Anschluss an bestehendes Wohnbauland als nachteilig zu betrachten. Von Vorteil ist die Nähe zu einem Naherholungsgebiet, der Anschluss an den öffentlichen Verkehr und zum nächstgelegenen Nahversorger ist ausreichend, das Krankenhaus liegt in der Nähe.

#### Bereich 12:

Dieses Gebiet ist für eine Siedlungserweiterung vorgesehen, es sind teilweise noch innere Erschließungsstraßen bei einer Bebauung zu errichten. Naherholung und Nahversorgung sowie ein Anschluss an den öffentlichen Verkehr befinden sich in ausreichender Nähe. Einzig großer Nachteil besteht in der weiten Entfernung zum Zentrum.

#### Bereich 13:

Eignung ähnlich wie Standort 12, ist ebenfalls für Wohnbebauung vorgesehen, ist jedoch noch weiter vom Zentrum entfernt. Anschluss an den öffentlichen Verkehr und Naherholungsgebiet befinden sich in ausreichender Nähe, der nächstgelegene Supermarkt befindet sich ungefähr 700m entfernt.

#### Bereich 15:

Auf dem betreffenden Bauland Sondergebiet steht zurzeit das Pflegeheim Stephansheim, welches in die Nähe des Krankenhauses übersiedeln wird. Aufgrund der Lage ist der Standort gut, nachteilig wirken sich jedoch die geringe Größe sowie die bestehende Bebauung aus.

Als Standort auszuschließen:

#### Bereich 2 (Band-Gründe):

Im Südosten ist ein kleiner Bereich als Erweiterung für das angrenzende Bauland-Wohngebiet vorgesehen. Die Band-Gründe befinden sich zum großen Teil im Hochwasserbereich; in der nordöstlichen Hälfte, entlang der Wohngebiete befinden sich Meliorationsgebiete. Zwischen dem potentiellen Standort und dem angrenzenden Wohnbauland im Osten sind im Örtlichen Entwicklungskonzept Siedlungsgrenzen festgelegt. Dadurch ist eine Eignung als Bauland und somit als Standort für das Projekt nicht gegeben.

#### Bereich 4 (Doberndorf):

Die Katastralgemeinde Doberndorf im Norden des Gemeindegebietes ist vornehmlich agrarisch geprägt und verfügt weder über eine Nahversorgung noch über einen Anschluss an das öffentliche Verkehrsnetz. Deshalb ist dieses Gebiet nicht als Standort für die Silver City geeignet.

#### Bereich 6:

Dieser Standort ist bereits als Erweiterungsgebiet für das angrenzende Betriebsgebiet vorgesehen. Dieses Betriebsgebiet trennt auch den Standort vom westlich gelegenen Wohnbauland. Hinzu kommt noch die Lage am östlichsten Rand des Gemeindegebietes, wodurch in Anbetracht der Siedlungsentwicklung und der wirtschaftlichen Erschließung eine ungünstige Entwicklung für die Stadt entstehen würde und somit von einer Nutzung als Wohnbauland abzusehen ist.

#### Bereich 8:

Das Gebiet liegt außerhalb der Siedlungsraumbegrenzung und ist als Option für die Erweiterung der Sportanlagen, welche sich westlich befinden, vorgesehen. Eine Nutzung als Wohnbauland würde den Zielsetzungen des Örtlichen Entwicklungskonzepts widersprechen und die einzig sinnvolle Erweiterungsmöglichkeit des Sportplatzes beschneiden.

#### Bereich 9:

Dieser Standort befindet sich in größerer Distanz zum Zentrum und ist bereits als Erweiterungsgebiet des Betriebsgebietes vorgesehen. Vom Wohnbauland der Katastralgemeinde ist dieser Standort durch eben dieses Betriebsgebiet getrennt. In diesem Bereich befindet sich ein Lagerplatz, welcher als Verdachtsfläche für Altlasten geführt wird, nördlich des Standorts verläuft die Bahntrasse der Kamptalbahn. Durch die Randlage ist mit höheren Erschließungskosten zu rechnen.

#### Bereich 10:

Das Areal liegt zwischen dem Betriebsgebiet im Süden von Horn und dem Naturdenkmal im Nordwesten. Im östlichen Teil des Standorts ist die Gefahr von Hochwässern gegeben. Aufgrund dessen und der Randlage abseits des Wohnbaulandes ist eine Eignung als Standort der Silver City nicht gegeben.

#### Bereich 11:

Über die gesamte Länge des Gebietes verläuft im Süden die B2. Im Osten des Gebietes soll laut dem Örtlichen Entwicklungskonzept ein größerer Bereich aufgrund des Lärmes von Bebauung freigehalten werden. Angrenzend bzw. im Areal befindet sich eine Kaserne bzw. eine Diskothek, bei denen von zeitweilig verstärkten Lärmentwicklungen ausgegangen werden kann. Entlang des Wohngebietes im Norden der östlichen Hälfte sind im Örtlichen Entwicklungskonzept Siedlungsgrenzen gesetzt um eine Wohnbebauung im Süden Richtung B2 bzw. eine Ausdehnung nach Westen zu unterbinden. Im westlichen Teil des Standortes

befindet sich im Norden eine größere Betriebszone, der angrenzende Abschnitt des Standortes 11 ist als Erweiterungsmöglichkeit für diese vorgesehen.

Durch diese zahlreichen Faktoren kommt der gesamte Bereich nicht als Standort für die Silver City in Betracht.

## Analyse möglicher Standorte aus Architektursicht

Folgende Übersicht zeigt die evaluierten, möglichen Standorte in der Stadtgemeinde Horn.

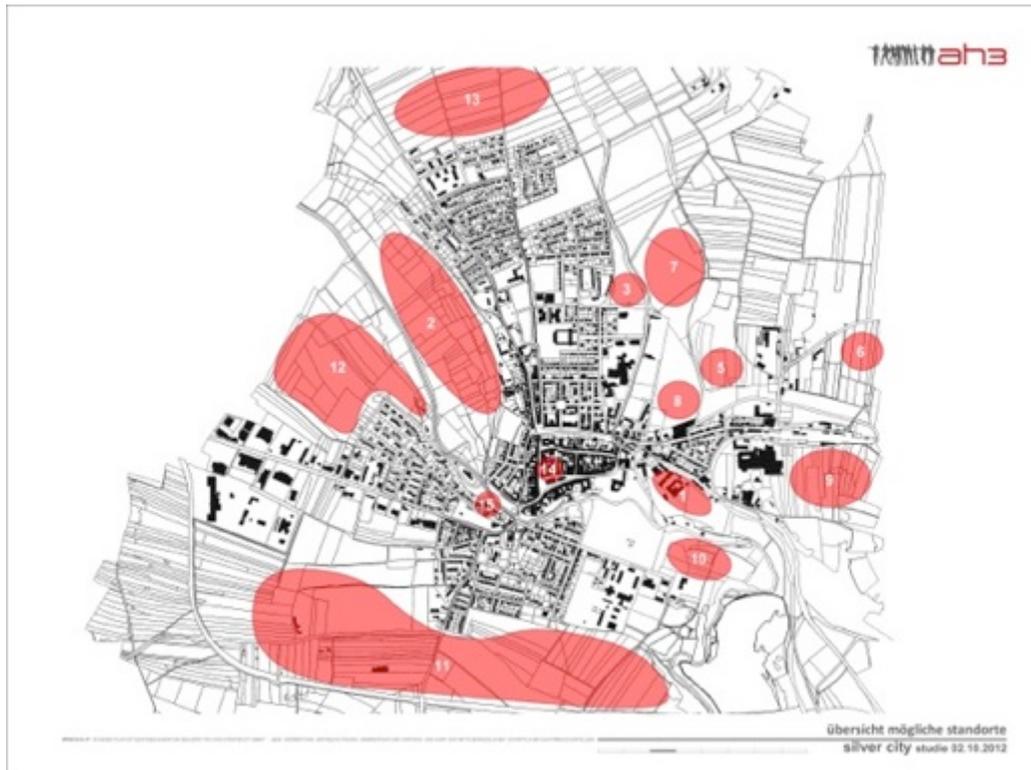


ABBILDUNG 13 – ÜBERSICHT ÜBER MÖGLICHE STANDORTE

Durch weitere strategische Überlegungen (Fußdistanz zum Stadtzentrum) wurde eine Einengung der Evaluierung auf folgende Standorte im Stadtzentrum durchgeführt.

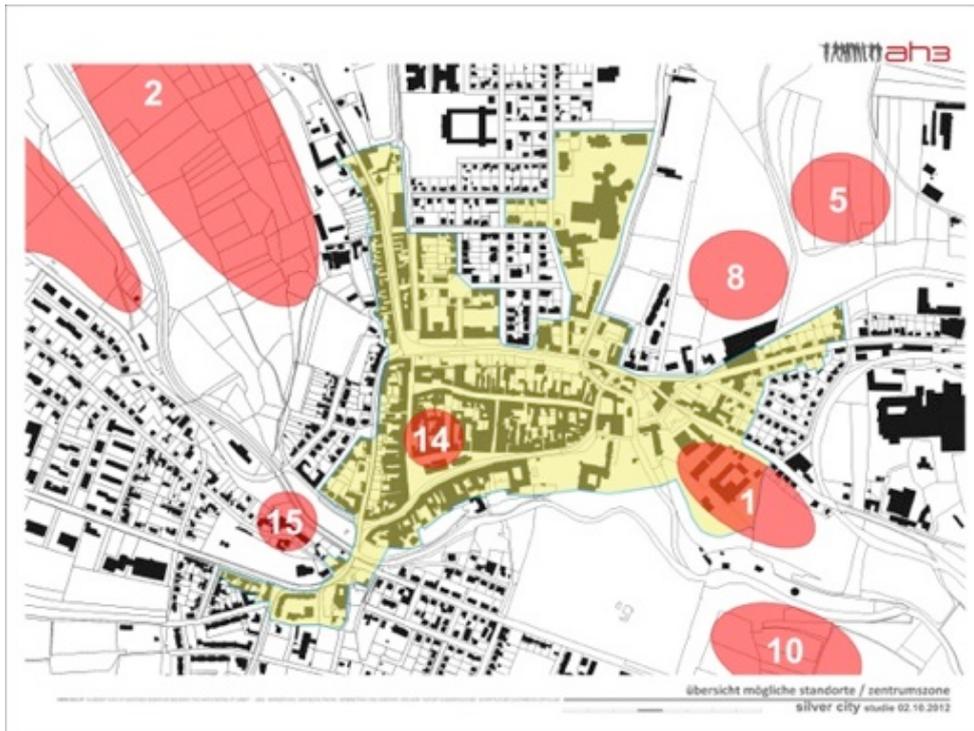


ABBILDUNG 14 – ÜBERSICHT ÜBER MÖGLICHE STANDORTE IM STADTZENTRUM

Eine eingehende Analyse der einzelnen Standorte ergab folgende Vor- und Nachteile bzw. Kosten für das Grundstück und die Erschließung:

standort	vorteile	nachteile	kosten grundstück <small>umlaufgeschwindigkeit 2.10.2012</small>	kosten erschliessung <small>stollenbau, abwasserbeseitigung, wasserenergieerzeugung</small>
1 Hoyos-Areal/Meyersch	Zentrumszone, Bestehende Struktur	Unbebaubar Teil - Nähe zu Kläranlage		€ 0
2 Band-Gründe	Zentrumsnah	Teilweise Hochwasser: Höhe Gefährdung, Überflutung bei 30-jährigem Hochwasser möglich		€ 997.000
3 Festgelände	Nähe zu Schulen, Sportstätten			€ 0
4 Nähe Dobersdorf		große Entfernung zu Stadtzentrum		€ 0
5 Nähe Heitzwerk	gute Anbindung an Bahn	Randlage		€ 213.600
6 Im Grund (Nähe Pinz)	Gute Anbindung an Bahn	Randlage, Nähe zu Müllspore		€ 196.000
7 über den Bach	keine Einschränkung für Erweiterung	Randlage		€ 189.000
8 hinter Weidenauser	Zentrumsnähe	Teilweise Hochwasser: Niedere Gefährdung, Überflutung bei 200-jährigem Hochwasser		€ 153.000
9 Im Gmoos	gute Anbindung an Bahn	Randlage		€ 144.000
10 Nähe Alpine	Liegt in Grün	Randlage		€ 90.000
11 Brooklyn/Umfahrung	keine Einschränkung für Erweiterung	Randlage, Lärmbelastung durch Umfahrung		€ 45.000
12 Kufberg	Nähe zu Einkaufszentrum	Randlage	35-40 €/m²	€ 0
13 Stadtklostraße	keine Einschränkung für Erweiterung	Randlage, große Entfernung zu Stadtzentrum	45-50 €/m²	€ 0
14 ehemals Gasthaus Niggel	Vorhandene Struktur, Zentrumszone, sehr zentral gelegen	Begrenzte Ausdehnungsmöglichkeit		€ 0
15 Stephansheim	Vorhandene Struktur, Zentrumsnähe	Begrenzte Ausdehnungsmöglichkeit		€ 0

ABBILDUNG 15 – VOR- UND NACHTEILE DER EINZELNEN STANDORTE

Auch die Erschließungskosten der einzelnen Standorte wurden abgeschätzt und in der Standortanalyse berücksichtigt.

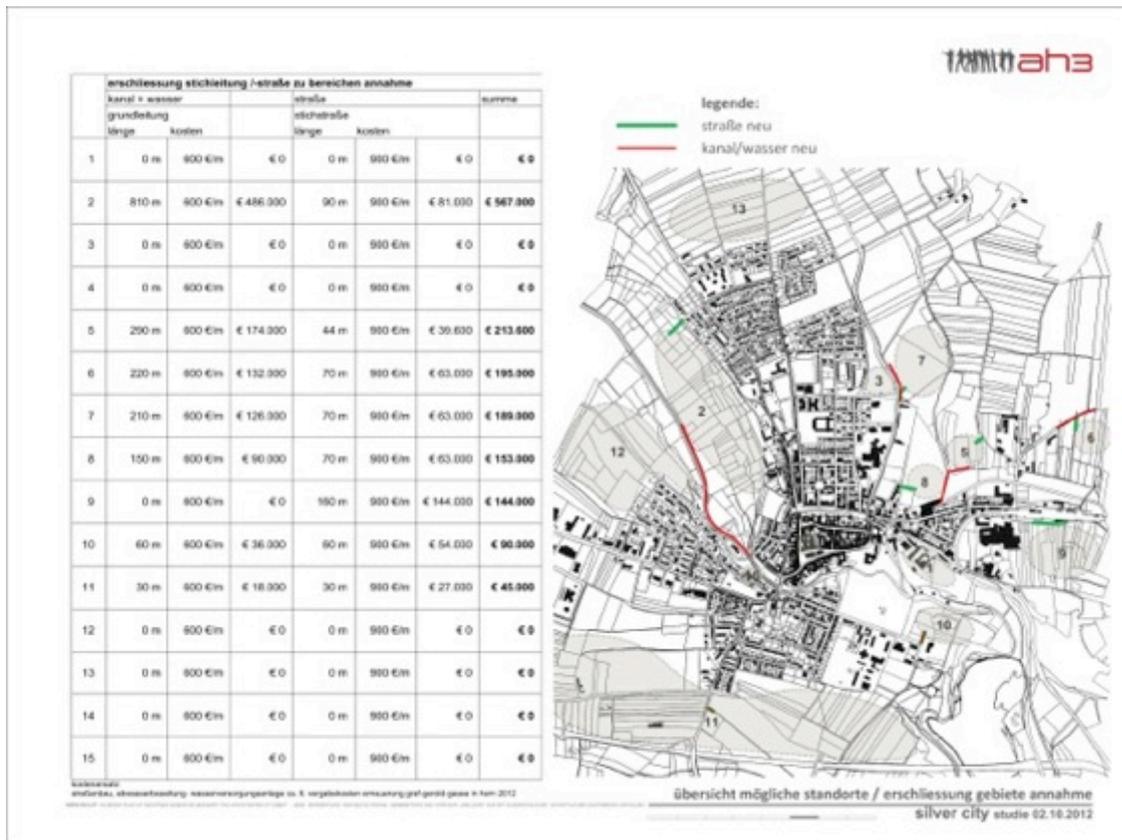


ABBILDUNG 16 – ERSCHLIEßUNGSKOSTEN DER EINZELNEN STANDORTE

Auf Basis der Attraktivität für die Zielgruppe, möglicher Kosten (Grundstück und Aufschließung), aber auch durch Stadtentwicklungs-Überlegungen wurden zwei mögliche Standorte schlussendlich ausgewählt.



ABBILDUNG 17 – ZWEI MÖGLICHE STANDORTE

## Standort Stadtzentrum

Der Standort im Stadtzentrum stellt sich wie folgt dar.



ABBILDUNG 18 –STANDORT IM STADTZENTRUM IN DER LUFTANSICHT



ABBILDUNG 19 –STANDORT IM STADTZENTRUM VON OBEN



ABBILDUNG 20 –STANDORT IM STADTZENTRUM MIT HÄUSERFRONT

Am Standort im Stadtzentrum war besonders die Lage interessant, das Zentrum der Stadtgemeinde Horn in Gehweite und trotzdem nach hinten ins Grüne gelegen.

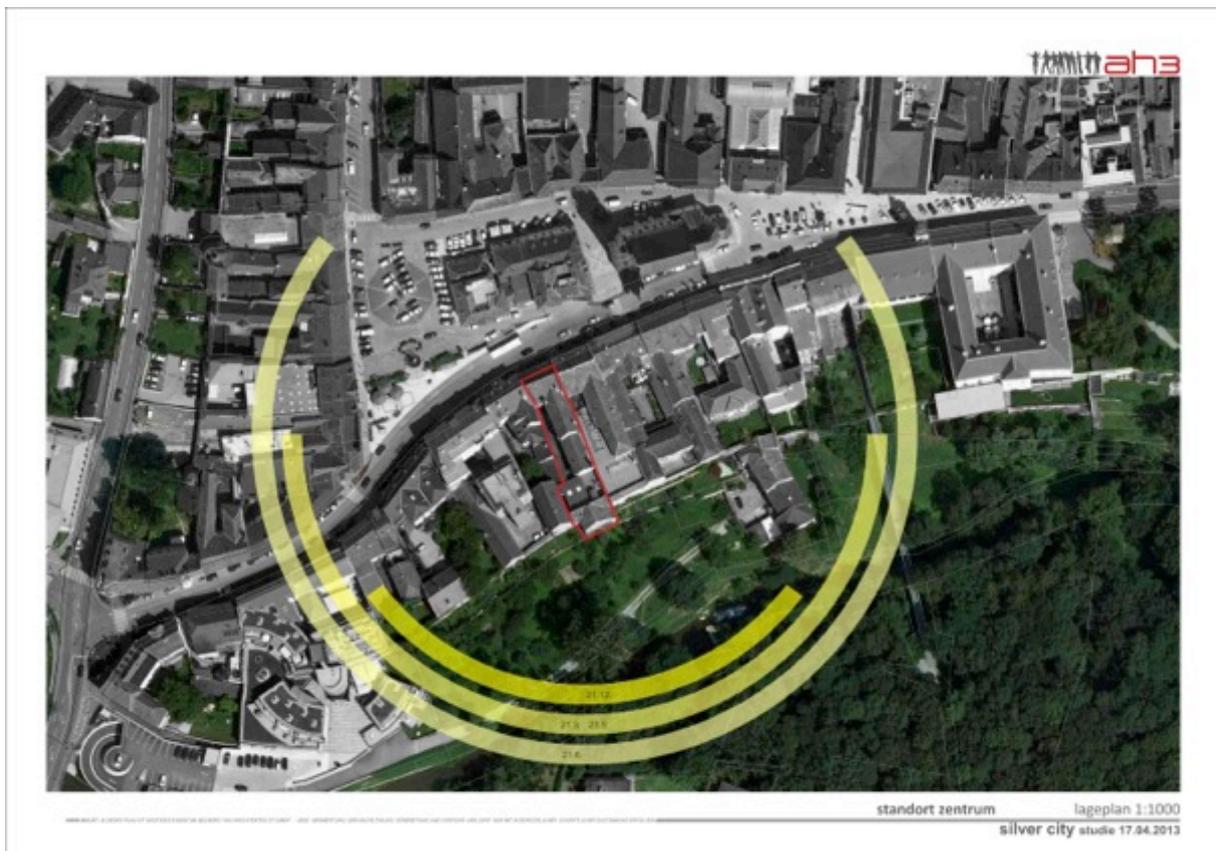


ABBILDUNG 21 –STANDORT IM STADTZENTRUM – LAGE IN DER STADT UND TROTZDEM IM GRÜNEN

## Standort Meierhof

Als zweiter Standort wurde der so genannte Meierhof evaluiert.



ABBILDUNG 22 –STANDORT MEIERHOF VON OBEN



ABBILDUNG 23 –STANDORT MEIERHOF, ILLUSTRATIVE ANSICHT VON VORNE

Die Standortanalyse hat klare Vorteile für den Standort Stadtzentrum ergeben. Dadurch wurde auch seitens der Stadtgemeinde einer erste Entscheidung für diesen Standort getroffen.

## Wohnform und Architektur

Bei der Wohnform und Architektur gibt es einige wichtige Aspekte. Besonders wichtig für die Zielgruppe ist hier die Individualität des Wohnens. Doch auch ein sogenannter „WOW-Effekt“ ist wichtig, der Betrachter muss das Gefühl haben, dass es sich dabei um ganz was besonderes handelt, damit die hier geplanten Zielgruppen angesprochen werden können. Ein Modularer Aufbau, von mittelgroßer Wohnung ohne Garten über Wohnung mit Garten bis zu Haus mit Garten – aber in einem Wohnformverbund (zusammenhängende Architektur) – Beispiel Co-Housing - ist hier ein wesentliches Element der Architektur. Neben den Wohneinheiten muss es auch zentrale Einrichtungen / Räumlichkeiten geben. Die Wohnform muss die Soziale Interaktion fördern, aber auch Ruhe gewährleisten. Ein zukunftsfähiger Wohnbau, genannt „State-of-the-Art“, Energieautark und mit ökologischer Bauweise ist ein Muss.

Aber auch die Kriterien für Altersgerechtes Wohnen müssen hier beachtet werden, da die Wohnform auch so gestaltet werden soll, dass die Menschen darin „Alt werden“ können, ohne Angst vor mühsamen Stiegen steigen oder Hindernissen haben zu müssen (Details dazu im Anhang).

Auf Basis einer weiter priorisierten Standortentscheidung für die Innenstadt wurden dann Wohnform und Architektur-Illustrationen entwickelt und erstellt. Die folgenden Darstellungen sollen einen Ausblick darauf geben:

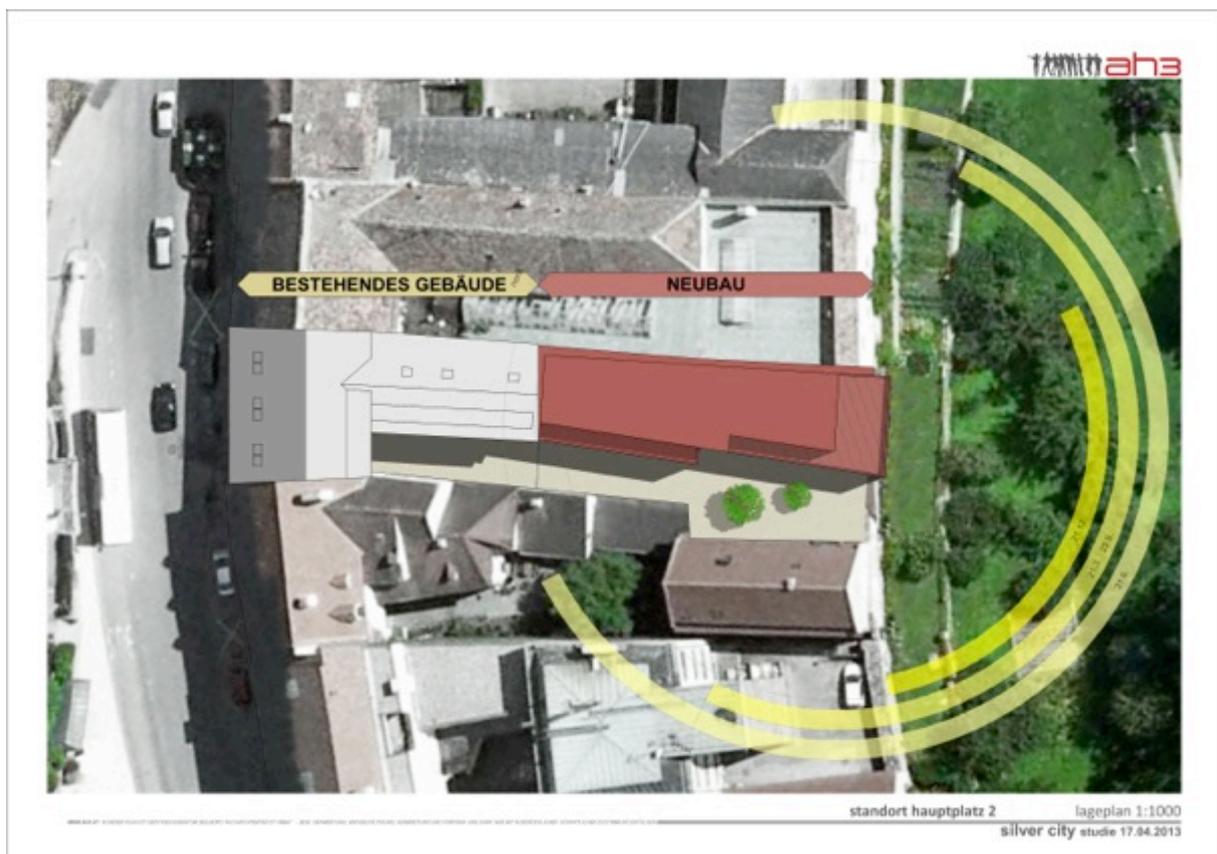


ABBILDUNG 24 – INTEGRATION VON BESTEHENDEM GEBÄUDE UND NEUBAU



ABBILDUNG 25 – ILLUSTRATIVE ARCHITEKTUR FÜR DAS ERDGESCHOSS



ABBILDUNG 26 – ILLUSTRATIVE ARCHITEKTUR FÜR DAS ERSTE OBERGESCHOSS



ABBILDUNG 27 – ILLUSTRATIVE ARCHITEKTUR FÜR DAS ZWEITE OBERGESCHOSS



ABBILDUNG 28 – GRUNDRISS MIT ARCHITEKTURBEISPIELEN - 1

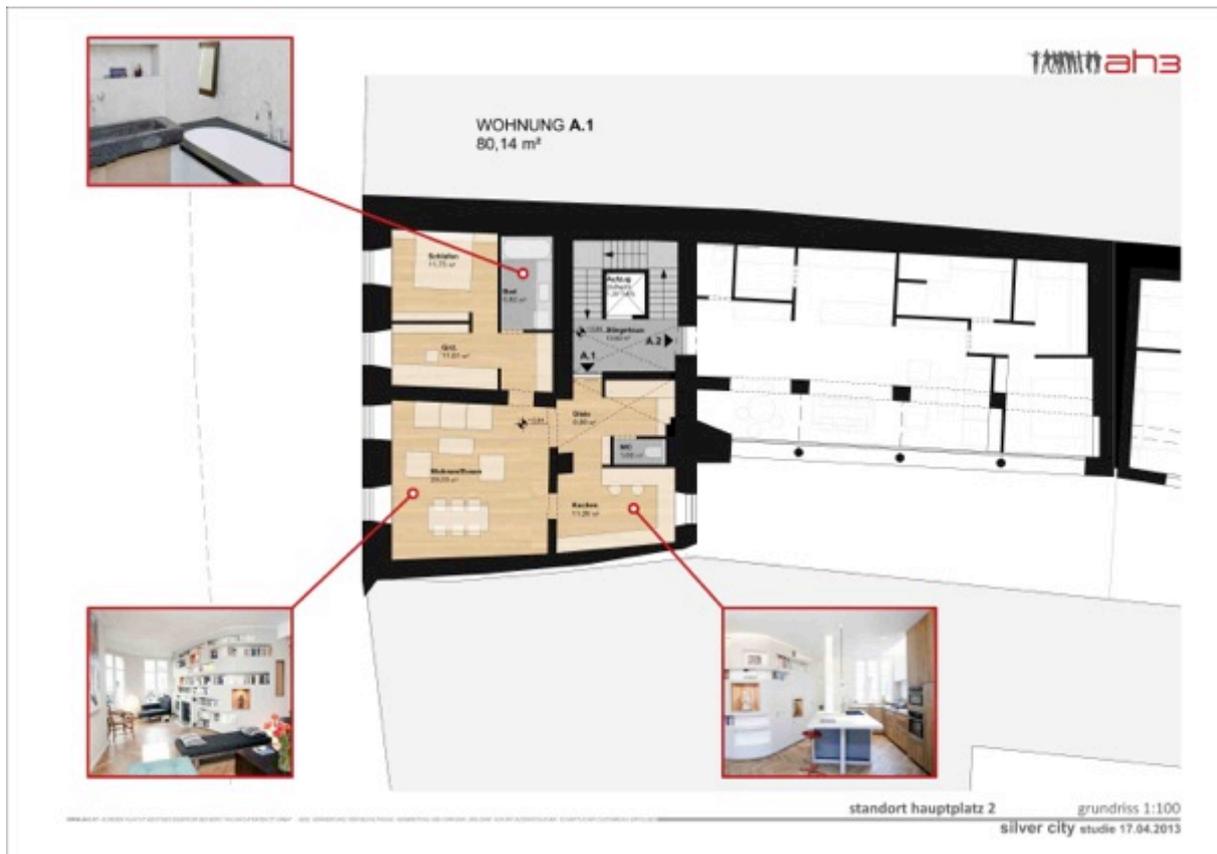


ABBILDUNG 29 – GRUNDRISS MIT ARCHITEKTURBEISPIELEN - 2

# Leistungserbringung und Angebot

---

Bei allen angebotenen Leistungen soll auf das bestehende Angebot von Horn und Umgebung zurückgegriffen werden und so Bestehendes genutzt werden. Diese Leistungen werden durch die Partner von Silver City Horn erbracht. Wichtig dabei ist natürlich, dass der Gast bei allen diesen Partnern VIP-Status hat und bevorzugt behandelt wird. Dies muss auch durch eine Qualitätssicherung beim Leistungsangebot abgesichert werden. Es wurde eine ausführliche Liste mit bestehenden Angeboten, Services und Partnern erstellt und auch analysiert, wo noch entsprechende Themen fehlen.

Der zentrale Punkt neben dem Wohnen ist das Concierge-Service, das den Gästen / Inhabern als Ansprechpartner zur Verfügung steht. Das Service koordiniert auch alle Tätigkeiten, die das Projekt lebenswert und angenehm machen im Hintergrund. Beispiele dafür sind

- Gartenpflege
- Einkaufen
- Mobilitätsservice, Taxi
- Sicherheit
- Raumpflege
- Allgemeine Dienstleistungen (Frisör, Pediküre, Arzt, etc.)

Bei allen anderen Leistungen soll auf das bestehende Angebot von Horn und Umgebung zurückgegriffen werden und so Bestehendes genutzt werden. Diese Leistungen werden durch Partner von Silver City Horn erbracht. Wichtig dabei ist natürlich, dass der Gast bei allen diesen Partnern VIP-Status hat und bevorzugt behandelt wird. Das Angebot reicht von Kunst/Kultur, Freizeit/Unterhaltung/Konsum, Gesundheit/Wellness, Pflege bis zu Gastronomie und Unterhaltung.

## Eigenes Angebot / Services

- Wohnen (barrierefrei)
- Eigener Wellnessbereich
- Sport: eigene Sport- und Gymnastikmöglichkeiten
- Sicherheit (Kriminalität, Lebensqualität, Investitionssicherheit)
- Technik (Telekommunikation, Überwachung, etc.)

## Geplantes Angebot / Services mit Partnern

- Kunst und Kultur-Angebot in und um Horn (Museen, Stadtkino, etc.)
- Einkauf (Bauernmarkt, zweitgrößtes EKZ in NÖ, etc.)
- Essen, Trinken (GH Blie, Ölknechthof, Matzek, etc.), Lokale oder Geliefert
- Aus- und Weiterbildung (Volkshochschule, Bücherstadt, etc.)
- Gesundheit: KH Horn (Grundversorgung)
- Pflege: Kompetenzzentrum Stephansheim, Hilfswerk, etc.)

# Kommunikation, Vertrieb und Marketing

---

## Kritischen Erfolgsfaktoren in der Kommunikation

---

Wichtig bei der Kommunikation sind die Aspekte Region, Zielgruppe und deren Ansprache.

### Zur Region

- Das Waldviertel liegt im Norden Österreichs und ist eine landschaftlich anspruchsvolle und wunderschöne Region Österreichs.
- Das Waldviertel gilt als Region mit vielen Geschichten. Erdstrahlung und Klima tun ihr übriges um dieser Region einen ganz eigenen Nimbus zu geben. Fakt ist jedoch, wer sich im Waldviertel bei einem Besuch wohlfühlt, will am liebsten auch dort bleiben.

### Zur Zielgruppe

- Die angesprochene Zielgruppe ist „jünger“ als man denkt. Das durchschnittliche Alter in dem Österreicher erben liegt bei 55 Jahren. Hier steigt die Investitionsbereitschaft enorm. Jegliche Ansprache als „Senior“ ist dieser Zielgruppe mehr denn den Generationen davor fremd.

### Ansprache der Zielgruppe 50+

- Aussteigen aus dem Alltag, ehrliches Leben mit einer gewissen intelligenten Infrastruktur für „das Älterwerden“ sind Lebenswelten. Dennoch voll angeschlossen und bei Wunsch mitten im Leben. Das gilt es anzusprechen.
- Kommunikativ ist ein Idyll zu zeichnen. Emotionale Erstentscheidungen sind zu adressieren. Der Traum eines Lebens, wie Sie uns „Biorama“, „Landlust“ und „Servus“ vorlebt: Echt, geerdet unverfälscht ABER mit den Vorteilen, die uns heute technologisch und auch im Hinblick auf Homeworking zur Verfügung stehen.
- Wesentlich ist es nicht zu viele faktische Attribute in erster Linie einzusetzen, die den Kopf der Zielgruppe an einer emotionalen Entscheidung hindern. Ein Zuhause ist in erster Linie ein Gefühl, das sich vermitteln muss.

### Bedenken der Zielgruppe 50+

- Silver City Horn ist eine „sichere Art Auszusteigen“, denn man ist an hervorragende Versorgung angeschlossen. Aber, die Vertrautheit der Familie in der Nähe ist durchbrochen. Im Alter wegziehen, erfordert geistige Flexibilität und eine offene Haltung gegenüber „Neuem“.
- Da diese Eigenschaften eher in der Einstiegszielgruppe des Projekts mit 50+ zu finden ist, ist es ratsam hier mit der Kommunikation anzusetzen.

### „Wohlleben“ – best of both: Es fühlt sich gut an und ist schlau in „Silver City“ (Arbeitstitel) zu leben.

- Fühlt sich gut an, weil ...die Bauweise und die Lebensqualität des Objektes und der Region extrem hoch sind. Die Idee ist gut gedacht und ich habe im Alter eine gute Möglichkeit ein unabhängiges Leben zu führen und dennoch „abgesichert“ zu sein.
- Silver City ist schlau, weil... Man best of both worlds hat: Man ist nahe genug an Wien und an guten Verkehrsanbindungen, aber dennoch voll ausgestattet, wenn man von Horn aus aktiv bleiben will / arbeiten will. Kreative Ruhe und somit die Chance auf die volle Ausschöpfung des eigenen Potentials sind Zielsehnsüchte.

# Wohnstandort Waldviertel



Pro	2008	Trend	Kontra	2008	Trend
Die Schätze des Waldviertels			Ausgangssituation w-w-w		
Nah genug – fern genug			Entfernung Zentralraum (Norden)		
Preise und Verfügbarkeit			Arbeitsmarkt		
Image			Bilder im Kopf (Klima etc)		
Freizeitangebot			Freizeitangebot		
Gesundheitsversorgung/-vorsorge			Fehlende Städte		
Erreichbarkeit/Mobilitätsverhalten			Erreichbarkeit ÖPNV		
Daseinsvorsorge			Mobilitätskosten		
Kulturangebot			Fehlende Zentren		
Wohn(t)raum – Professionell			Kaum Wertsteigerung		
Veränderte Wirtschaftswelten			Tlw. Preise (externe Makler)		
<b>Total</b>			<b>Total</b>		

WALLENBERGER & LINHARD  
WIRTSCHAFTSINFORMATIK

ABBILDUNG 30 – PRO- UND KONTRA-PUNKTE FÜR DAS WALDVIERTEL ALS WOHNORT



ABBILDUNG 31 – DIE STADTGEMEINDE HORN

Folgende Tabelle zeigt eine Auflistung möglicher Werte und Vorteile der drei Dimensionen.

<b>Dimension</b>	<b>Werte und Vorteile</b>	<b>Quelle</b>
Waldviertel	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Moderate Kosten für den Wohnraumerwerb sowie attraktives und umfassendes Angebot an Immobilien und Flächen</li> <li>• Verbesserte Erreichbarkeit aus dem Zentralraum Wien (zeitlich und räumlich) - Nah genug und trotzdem fern genug</li> <li>• Hohe ökologische Qualitäten wie z.B. Grünlage, geringe Emissionen u.a.m.</li> <li>• Gute Ausstattung mit Service / Infrastruktur (Kindergärten, Schulen, ÄrztInnen)</li> <li>• Hohe Freizeitqualität (die Schätze des Waldviertels) und Kulturangebot</li> <li>• Image und Sicherheit</li> <li>• Freizeitangebot</li> </ul>	Quelle: Wallenberger & Linhard
Horn	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kunst &amp; Kultur</li> <li>• Tourismus, Gastronomie, Sport</li> <li>• Optimale Balance aus Abstand zu Wien (wirkliches Land und Natur) und trotzdem Nähe zu Wien (1 Stunde Fahrtzeit mit Auto oder Bahn)</li> <li>• Vielfalt und Möglichkeiten</li> </ul>	Quelle: Prospekt Horn
Grundidee „Silver City Horn“	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mitwachsende Services mit allen Lebenssituationen z.B. Golf und Wellness für 50+, Gesundheit und Ernährung für 60+ und Pflege 70+</li> <li>• Ökologische Bauweise mit viel Naturmaterialien, Organisierte Services rund um das Wohnen (z.B. Gartenpflege, Kulturangebot, etc.), Garten oder Gartenanteil, Wohnung (50%) oder Haus (50%), Schlüsselfertig (50%) oder zum teilweise selbstgestalten (50%)</li> <li>• Eigenes Angebot / Services (Wohnen (barrierefrei), Sicherheit (Kriminalität, Lebensqualität, Investitionssicherheit), Pflege: eigenes Personal und Technik (Telekommunikation, Überwachung, etc.))</li> <li>• Geplantes Angebot / Services mit Partnern: Kunst und Kultur-Angebot in und um Horn (Museen, Stadtkino, etc.), Einkauf (Bauernmarkt, zweitgrößtes EKZ in NÖ, etc.), Essen, Trinken (GH Blie, Ölknechthof, Matzek, etc.), Lokale oder Geliefert Aus- und Weiterbildung (Volkshochschule, Bücherstadt, etc.), Gesundheit: KH Horn (Grundversorgung), Pflege: Kompetenzzentrum Stephansheim, Hilfswerk, etc.)</li> </ul>	Quelle: Förderantrag

ABBILDUNG 32 – WERTE UND VORTEILE

In der Kommunikation wird mit visuellen, emotionalen Ankerpunkten im Umfeld und am Standort gearbeitet, d.h. zum Beispiel besondere Plätze, Attraktionen, Lokale, etc. werden besonders „inszeniert“. Dies muss sich dann auch in den Vertriebsinstrumenten widerspiegeln.

Die Kommunikation hängt auch sehr stark vom Namen ab, hier wurden einige Entwürfe erarbeitet, die als Briefing für eine Kreativagentur in der Umsetzung dienen können:



ABBILDUNG 33 – ANSÄTZE FÜR DIE NAMENSГEBUNG



ABBILDUNG 34 – MÖGLICHE BOTSCHAFTEN

Als beispielhafte Darstellung können folgende Illustrationen dienen:

„Wohlleben“ – Best of both: Es fühlt sich gut an und ist schlau in „Silver City“ (Arbeitstitel) zu leben.



ABBILDUNG 35 – ÜBERLEGUNGEN ZU „WOHLLEBEN“ - 1

„Wohlleben“ – Best of both: Es fühlt sich gut an und ist schlau in „Silver City“ (Arbeitstitel) zu leben.



ABBILDUNG 36 – ÜBERLEGUNGEN ZU „WOHLLEBEN“ - 2

## Vertrieb und Marketing

Der Vertrieb für dieses Premium-Produkt im Immobilienbereich muss professionell, strukturiert und systematisch aufgebaut und durchgeführt werden. Als generelle Ansatz für den Vertrieb ist der Aufbau eines Vertriebsprozesses („Vertriebs-Trichter“ bzw. „Funnel-Management“) zur Qualifizierung und Gewinnung von Interessenten angedacht. Folgende illustrative Darstellung soll dies beschreiben:

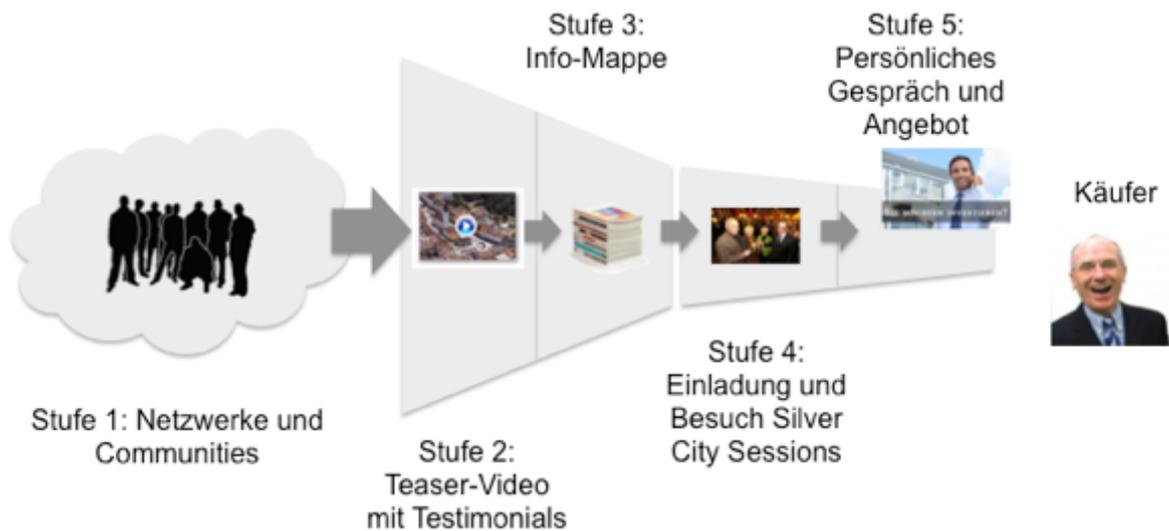


ABBILDUNG 37 – VERTRIEBSPROZESS

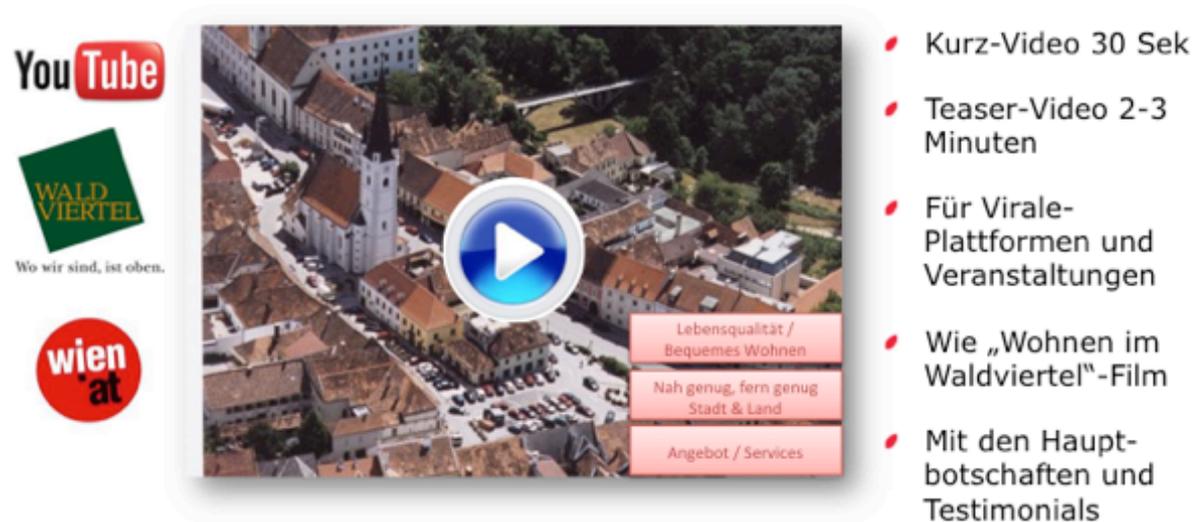
Ein erster wichtiger Schritt dabei sind Netzwerke und Communities für Mundpropaganda (Word-of-Mouth Marketing):



ABBILDUNG 38 – NETZWERKE UND COMMUNITIES

Ein weiteres Vertriebsinstrument kann ein „Silver City Horn Teaser-Video“ sein, das auf Präsentationen, Veranstaltungen, aber auch im Internet präsentiert wird:

## Das „Silver City Horn Teaser-Video“



- Kurz-Video 30 Sek
- Teaser-Video 2-3 Minuten
- Für Virale-Plattformen und Veranstaltungen
- Wie „Wohnen im Waldviertel“-Film
- Mit den Hauptbotschaften und Testimonials

ABBILDUNG 39 – TEASER-VIDEO

Sogenannte „Testimonials“ (d.h. berühmte Personen, die für eine Sache eintreten) sollen für das Projekt und das Produkt werben. Geplant sind hier Testimonials für Investoren und welche für Interessenten und Käufer.

Eine umfangreiche und gut durchdachte Investoren-Mappe / -Prospekt soll alle notwendigen Informationen leicht erklärt und überschaubar für Investoren und Kunden beinhalten.

Die „Silver City Horn Sessions“ (Live-Veranstaltungen am Gelände und zukünftigen Wohnort) sollen Appetit machen und das Interesse schüren:

- Z.B. Jeden zweiten Freitag im Monat Nachmittag in Horn
- Gute Inszenierung und Emotionalisierung
- Für fertige Silver City Horn oder auch nur Konzept
- Waldviertel, Horn und die Idee

# Marktanalyse

Auf Basis der gegenständlichen Zielgruppendefinition wurde dann eine Marktabschätzung durchgeführt. Folgende Darstellung zeigt die Größe der Zielgruppe:

## Potenzial – Erstberechnung

Q: STATISTIK AUSTRIA, Statistik des Bevölkerungsstandes. Erstellt am: 14.05.2012.

Bundesland, Politischer Bezirk		Alter in Jahresgruppen stand 1.1.2012			
		Insgesamt	50 bis 54 Jahre	55 bis 59 Jahre	Summe 50-59
324	Wien Umgebung	115.383	8.672	6.855	15.527
902	Wien 2., Leopoldstadt	97.677	6.360	5.412	11.772
908	Wien 8., Josefstadt	23.955	1.623	1.389	3.012
909	Wien 9., Alsergrund	39.895	2.638	2.277	4.915
914	Wien 14., Penzing	85.443	6.287	5.189	11.476
916	Wien 16., Ottakring	96.377	6.663	5.743	12.406
917	Wien 17., Hernals	53.409	3.675	3.161	6.836
918	Wien 18., Währing	48.147	3.092	2.543	5.635
919	Wien 19., Döbling	69.324	4.558	3.743	8.301
920	Wien 20., Brigittenau	84.159	5.523	4.646	10.169
921	Wien 21., Floridsdorf	144.811	10.626	7.878	18.504
<b>Summe</b>		<b>858.580</b>	<b>59.717</b>	<b>48.836</b>	<b>108.553</b>

daraus Zielgruppe: Arriviert gebildete Konsumenten der Oberschicht  
(erste Hälfte der Oberschicht) (mix Postmateriell)

	Prozent	2	1.194	977	2.171
	Bereinigt nach Paaren		717	391	868
	<b>Zieladressen</b>		<b>478</b>	<b>586</b>	<b>1.303</b>

## Frauenanteil berücksichtigen

ABBILDUNG 40 – POTENTIALABSCHÄTZUNG

# Wirtschaftlichkeit

## Standort Stadtzentrum

Für den Standort im Stadtzentrum wurden folgende Kostenabschätzungen erstellt:

Projekt: Projekt Nr.: ah3 architekten zt gmbh hauptplatz 3, 3580, horn, office@ah3.at		silver city sil.ag							
<b>GRUNDDATEN</b>									
Stand	Bemerkung	Datum	Bearbeiter	geprüft	Freigabe				
grundlagen		2013-03-05	TL	nein	nein				
<b>STANDORT ZENTRUM - BESTAND</b>									
	summe	kirchenplatz 2	kirchenplatz 3	kirchenplatz 5	kirchenplatz 6	hauptplatz 1	hauptplatz 2	hauptplatz 4	
<b>Brutto-Raumfläche</b> oberirdisch	BGF <sub>alt</sub> 100% 100%	9.869 M <sup>2</sup>	730 M <sup>2</sup>	1.694 M <sup>2</sup>	878 M <sup>2</sup>	2.086 M <sup>2</sup>	692 M <sup>2</sup>	1.322 M <sup>2</sup>	2.467 M <sup>2</sup>
<b>Netto-Raumfläche</b>	NRF <sub>a</sub> 69% 100%	6.851 M <sup>2</sup>	529 M <sup>2</sup>	1.271 M <sup>2</sup>	620 M <sup>2</sup>	1.099 M <sup>2</sup>	631 M <sup>2</sup>	899 M <sup>2</sup>	1.802 M <sup>2</sup>
Bebauungsgrad Grundstücksfläche	GF	5.594 M <sup>2</sup>	511 M <sup>2</sup>	885 M <sup>2</sup>	552 M <sup>2</sup>	1.152 M <sup>2</sup>	763 M <sup>2</sup>	747 M <sup>2</sup>	985 M <sup>2</sup>
bebaute Fläche	BF	4.127 M <sup>2</sup>	291 M <sup>2</sup>	619 M <sup>2</sup>	374 M <sup>2</sup>	854 M <sup>2</sup>	763 M <sup>2</sup>	579 M <sup>2</sup>	648 M <sup>2</sup>
Geschossflächenzahl	BGF / GF GFZ	1,76	1,43	1,92	1,59	1,81	0,91	1,77	2,51
Grundflächenzahl	BF / GF GRZ	0,74	0,57	0,70	0,68	0,74	1,00	0,77	0,66

ABBILDUNG 41 – GRUNDDATEN STANDORT STADTZENTRUM

Projekt: Projekt Nr.: ah3 architekten zt gmbh hauptplatz 3, 3580, horn, office@ah3.at		silver city sil.ag			
<b>KOSTENGLIEDERUNG</b>					
Stand	Bemerkung	Datum	Bearbeiter	geprüft	Freigabe
grundlagen		2013-03-05	TL		

Kostenbereiche	GRD	Kostengliederung nach ONORM B 1801-1:2009					Anschaffungskosten	Lebenszyklus- und Nutzungskosten
		Bauwerkskosten BWK	Baukosten BAK	Errichtungskosten ERK	Gesamtkosten GEK	Finanzierungskosten		
0 Grund	GRD							
1 Aufschließung	AUF							
2 Bauwerk - Rohbau	BWR	Bauwerkskosten BWK	Baukosten BAK	Errichtungskosten ERK	Gesamtkosten GEK	Anschaffungskosten	Lebenszyklus- und Nutzungskosten	
3 Bauwerk - Technik	BWT							
4 Bauwerk - Ausbau	BWA							
5 Einrichtung	EIR							
6 Außenanlagen	AAN							
7 Planungsleistungen	PLL							
8 Nebenleistungen	NBL							
9 Reserven	RES							
Finanzierungskosten								
Entwicklungskosten und Wartungskosten								
Folgekosten								

ABBILDUNG 41 – KOSTENGLIEDERUNG STANDORT STADTZENTRUM

Projekt: Projekt Nr.: anJ architekten zt gmbh hauptplatz 3, 3680, horn, office@anJ.at		silver city sil.ag			
		<b>GRUNDDATEN</b>			
Stand	Bemerkung	Datum	Bearbeiter	geprüft	Freigabe
grundlagen	Grundstücks- und Gebäudekosten Bestand nicht bewertet	2013-03-05	TL		

**STANDORT ZENTRUM: kirchenplatz 2 + kirchenplatz 3 + kirchenplatz 5 + kirchenplatz 6 + hauptplatz 1 + hauptplatz 2 + hauptplatz 4**

FLÄCHENANSATZ						
<b>Netto-Raumfläche</b>	NRF					
Einheiten	63	Wohnungsgröße	85 M <sup>2</sup>			
		Nutzflächen Wohnraum	5.371 M <sup>2</sup> 88%			
		Allgemeinflächen	732 M <sup>2</sup> 12%			
		Nutzfläche Summe	6.103 M <sup>2</sup> 88%	ABBRUCH	UMBAU	DACHAUSBAU
				1.254 M <sup>2</sup> 21%	4.858 M <sup>2</sup> 80%	723 M <sup>2</sup> 12%
<b>Brutto-Raumfläche</b>	BGF	BGF	9.029 M <sup>2</sup> 100%			
<b>Bebauungsgrad</b>		GF	5.594 M <sup>2</sup>			
Grundstücksfläche		BF	3.493 M <sup>2</sup>			
bebaute Fläche						
Geschossflächenzahl		BGF / GF	1.61			
Grundflächenzahl		BF / GF	0.62			
				NEUBAU	522 M <sup>2</sup> 9%	

KOSTENANSATZ						
Die angegebenen Kosten basieren auf ERFAHRUNGSWERTEN, Kostenangaben Stand 02/2013 Genauigkeit von ±20%. Alle ermittelten Massen sind geschätzt. Die Aufteilung der Kosten erfolgt nach ÖNORM B 1801-1:2009. Alle Beträge verstehen sich netto.						
Kostenansatz		SUMME	ABBRUCH	UMBAU	DACHAUSBAU	NEUBAU
			165 €/M <sup>2</sup>	1.400 €/M <sup>2</sup>	2.000 €/M <sup>2</sup>	2.000 €/M <sup>2</sup>
			KB 1 / NRF	KB 2+3+4+6 / NRF	KB 2+3+4+6 / NRF	KB 2+3+4+6 / NRF
Kostenbereich 0	Grund	GRD	0%	- €	0%	0%
Kostenbereich 1	Aufschlüsselung	AUF	0%	209.410 €	17%	0%
Kostenbereich 2	Bauwerk - Rohbau	BWR	21%	508.716 €	41%	0%
Kostenbereich 3	Bauwerk - Technik	BWT	16%	2.220.691 €	180%	0%
Kostenbereich 4	Bauwerk - Ausbau	BWA	36%	5.035.891 €	40%	0%
Kostenbereich 5	Einrichtung	EIR	0%	- €	0%	0%
Kostenbereich 6	Außenanlagen	AAN	11%	1.525.920 €	124%	0%
Kostenbereich 7	Planungsleistungen	PLL	17%	1.539.318 €	103%	0%
Kostenbereich 8	Nebenerleistungen	NBL	1%	48.699 €	4%	0%
Kostenbereich 9	Reserven	RES	0%	- €	0%	0%
<b>Bauwerkskosten</b>	<b>2+3+4</b>	<b>BWK</b>	84%	7.765.297 €	70%	0%
	<b>2+3+4+6</b>		100%	9.291.217 €	84%	0%
<b>Baukosten</b>	<b>1+2+3+4+5+6</b>	<b>BAK</b>	100%	9.500.627 €	86%	0%
<b>Errichtungskosten</b>	<b>1+2+3+4+5+6+7+8+9</b>	<b>ERK</b>	110%	11.089.643 €	100%	0%
<b>Gesamtkosten</b>	<b>0+1+2+3+4+5+6+7+8+9</b>	<b>GEK</b>	119%	11.089.643 €	100%	0%
<b>Umsatzsteuer</b>				2.217.929 €	20%	
<b>Gesamtkosten brutto</b>	<b>0+1+2+3+4+5+6+7+8+9</b>			13.307.572 €	120%	
				41.384 €	20%	
				248.304 €	120%	
				1.591.206 €	20%	
				9.547.236 €	120%	
				6.801.375 €	85%	
				6.802.419 €	85%	
				7.956.030 €	100%	
				7.956.030 €	100%	
				1.198.197 €	71%	
				1.445.352 €	85%	
				1.446.797 €	85%	
				1.695.240 €	100%	
				1.695.240 €	100%	
				928.761 €	75%	
				1.044.490 €	85%	
				1.044.490 €	85%	
				1.231.454 €	100%	
				1.231.454 €	100%	
				246.291 €	20%	
				1.477.744 €	120%	

ABILDUNG 42 – KOSTENAUFSTELLUNG STANDORT STADTZENTRUM

In die Kostenaufstellung wurden alle aus heutiger Sicht absehbaren und kalkulierbaren Kosten einberechnet. Da im Stadtzentrum sowohl Umbau von Bestandsgebäuden, als auch ein Neubau geplant ist, wurden in die Kostenaufstellung für den Standort Stadtzentrum die entsprechenden Kosten für den Abbruch von alten Gebäuden, Umbaukosten, Kosten für den Dachausbau und auch Neubaukosten eingerechnet. Damit wird dieser Standort zwar komplizierter für die Architektur und das Bauvorhaben, aber gewinnt, wie schon erwähnt, durch die Kombination von Altbau und Neubau.

Die Wirtschaftlichkeitsanalyse hat für eine Wohnung am Standort Stadtzentrum ein Preis von ca. 210.000,- EUR ergeben. Damit liegt die Wohnung preislich im Premiumsegment (auch vergleichen mit ähnlichen Lagen in urbanen Siedlungsräumen) und muss in den Dimensionen Ausstattung, Lage, Qualität und Standort entsprechendes anbieten.

# Standort Meierhof

Projekt: Projekt Nr.: ah3 architekten zt gmbh hauptplatz 3, 3580, horn, office@ah3.at					<b>silver city sil.ag</b>	
<b>GRUNDDATEN</b>						
Stand	Bemerkung	Datum	Bearbeiter	geprüft	Freigabe	
grundlagen	Grundstückskosten nicht bewertet	2013-03-05	TL			

## STANDORT MEIERHOF

<b>FLÄCHENANSATZ</b>						
<b>Netto-Raumfläche</b> NRF						
Einheiten	63		Wohnungsgröße	85 M2		
			Nutzflächen Wohnraum	5.355 M2	88%	
			Allgemeinflächen	730 M2	12%	
			Nutzfläche Summe	6.085 M2	68%	
<b>Brutto-Raumfläche</b> BGF			BGF	8.949 M2		100%
Bebauungsgrad						
Grundstücksfläche			GF	13.767 M2		
bebaute Fläche			BF	4.130 M2		
Annahme:						
Geschossflächenzahl			BGF / GF	0,65		
Grundflächenzahl			BF / GF	0,30		

<b>KOSTENANSATZ</b>						
Die angegebenen Kosten basieren auf ERFAHRUNGSWERTEN, Kostenangaben Stand 02/2013 Genauigkeit von ±20%. Alle ermittelten Massen sind geschätzt. Die Aufteilung der Kosten erfolgt nach ÖNORM B 1801-1:2009. Alle Beträge verstehen sich netto.						
Kostenansatz						<b>NEUBAU</b> <b>2.000 €/M2</b> KB 2+3+4+6 / NRF
Kostenbereich	0	Grund	GRD	0%	- €	0%
Kostenbereich	1	Aufschließung	AUF	1%	78.171 €	1%
Kostenbereich	2	Bauwerk - Rohbau	BWR	37%	4.486.212 €	30%
Kostenbereich	3	Bauwerk - Technik	BWT	16%	1.977.699 €	13%
Kostenbereich	4	Bauwerk - Ausbau	BWA	36%	4.358.057 €	29%
Kostenbereich	5	Einrichtung	EIR	0%	- €	0%
Kostenbereich	6	Außenanlagen	AAN	11%	1.348.486 €	9%
Kostenbereich	7	Planungsleistungen	PLL	17%	2.081.148 €	14%
Kostenbereich	8	Nebenleistungen	NBL	5%	608.523 €	4%
Kostenbereich	9	Reserven	RES	0%	- €	0%
<b>Bauwerkskosten</b>		<b>2+3+4</b>	BWK	89%	10.821.968 €	72%
		<b>2+3+4+6</b>		100%	12.170.455 €	81%
<b>Baukosten</b>		<b>1+2+3+4+5+6</b>	BAK	101%	12.248.626 €	82%
<b>Errichtungskosten</b>		<b>1+2+3+4+5+6+7+8+9</b>	ERK	123%	14.938.296 €	100%
<b>Gesamtkosten</b>		<b>0+1+2+3+4+5+6+7+8+9</b>	GEK	123%	14.938.296 €	100%
<b>Umsatzsteuer</b>					2.987.659 €	20%
<b>Gesamtkosten brutto</b>		<b>0+1+2+3+4+5+6+7+8+9</b>			17.925.956 €	120%

ABBILDUNG 43 – GRUNDDATEN UND KOSTENAUFSTELLUNG MEIERHOF

Auch für die Kostenaufstellung für den Standort Meierhof wurden alle aus heutiger Sicht absehbaren und kalkulierbaren Kosten einbezogen. Im Gegensatz zum Standort Stadtzentrum müssen hier nur die Kosten für den Neubau berücksichtigt werden.

Für eine Wohnung am Standort Meierhof hat die Wirtschaftlichkeitsanalyse einen Preis von ca. 285.000,- EUR ergeben. Damit liegt die Wohnung preislich noch weiter oben im Premiumsegment und muss in den Dimensionen Ausstattung, Lage, Qualität und Standort entsprechend noch mehr anbieten. Im Vergleich zum Standort im Stadtzentrum wird dieser Preis aber schwerer zu argumentieren sein, da die Lage weniger exklusiv ist und auch die Kombination aus Altbau und Neubau, sowie die sehr gute Nähe zum Stadtzentrum hier wegfällt.

Bei den Baukosten hat der Standort Stadtzentrum eindeutige Vorteile in der Wirtschaftlichkeit. Dies stützt die Entscheidung für diesen Standort.

## Infrastrukturkosten

---

Der NÖ InfrastrukturkostenKalkulator (NIKK) ist ein Bewertungsinstrument zur Abschätzung der erforderlichen Investitionen und Folgekosten bei Siedlungserweiterungen. Die Gemeinden können ihn dazu nutzen, die kalkulierten Ausgaben für die Errichtung oder Erweiterung sowie für die Erhaltung der Infrastruktur den zu erwartenden Einnahmen gegenüber zu stellen.

Vor dem Hintergrund knapper Kassen und der Perspektive des demografischen Wandels ist von den Gemeinden zunehmend eine umfassendere Berücksichtigung der Auswirkungen von Investitionsmaßnahmen gefordert. Auch bei der Gemeindeplanung geht es um Kostenersparnis für den notwendigen Ausbau der Infrastruktur einerseits und die Einnahmensicherung für die kommunalen Haushalte in Gestalt von Rückflüssen aus dem Finanzausgleich sowie aus den Aufschließungsabgaben andererseits.

Die Erweiterung von Siedlungen erfolgt jedoch oft nicht nach rein rechnerischen Gesichtspunkten. Neben den Auswirkungen der Siedlungsentwicklung auf den kommunalen Finanzhaushalt spielen für die Gemeinden auch ideelle Aspekte wie etwa erhoffte soziale Effekte eine Rolle. Nicht monetär bewertbar ist etwa die Zielsetzung der Gemeinden, eine gewisse Bevölkerungszahl zu erreichen bzw. zu erhalten oder auch das Bestreben, ein gewisses Angebot an Bauplätzen für die örtliche Bevölkerung zur Verfügung zu stellen. Da derartige Faktoren mit Maßzahlen nicht fassbar sind, werden diese im NÖ Infrastrukturkostenkalkulator nicht berücksichtigt.

Der NIKK ist als fachübergreifendes Planungstool in einzelne Kostenfaktoren gegliedert. Die relevanten Rechenschritte sind programmiert und viele Daten bereits vorgeschlagen. Aufgrund der variablen Gestaltung ist jedoch die Adaption der Daten für die jeweiligen örtlichen Verhältnisse möglich.

Kostenfaktoren stellen in diesem Zusammenhang Errichtung und Betrieb von technischer Infrastruktur – etwa Straßen oder Ver- und Entsorgungseinrichtungen – sowie von sozialer Infrastruktur – beispielsweise Kindergärten, Schulen oder Spielplätze – dar. Die anfallenden Ausgaben bei neuen Siedlungsvorhaben sind beeinflussbar, insbesondere durch die bauliche Gestaltung, die angestrebte Bebauungsdichte und die Integration in bestehende städtebauliche Strukturen.

Dabei gilt es, neben den Herstellungskosten auch die mittel- und langfristigen Folgekosten in Betracht zu ziehen.

Durch neue Siedlungsgebiete können, meist auch gewollt, lokale Veränderungen der Bevölkerungsstruktur verursacht werden. Diese Änderungen, wie beispielsweise die durch den Zuzug junger Familien steigende Anzahl von Kindergartenkindern, kann mit der vorhandenen sozialen Infrastruktur abgeglichen werden. Überlastungen durch kurzfristige Nachfragespitzen oder finanziell aufwendiges „Nachziehen“ bei Kindergarten und Volksschulen, kann die Kostenbilanz von Baugebieten erheblich negativ beeinflussen. Für die Berücksichtigung maßgeblicher Sprunggrößen kann der NIKK entsprechende Kennzahlen liefern. Die realistische Einschätzung der örtlichen Situation beeinflusst die Qualität der Kalkulation mit dem NIKK wesentlich. Der Aufbau des Tools ermöglicht es, relativ einfach verschiedene Planungsvarianten miteinander zu vergleichen. So können verschiedene Entwicklungsvarianten bzw. -geschwindigkeiten mit dem Haushaltsplan der Gemeinde abgestimmt werden.

Die Ziele im Auge: auf dem Weg zur optimalen Entscheidung!

Über die reine Wirtschaftlichkeit von Siedlungserweiterungen hinausgehend, gilt es, die qualitativen Faktoren bei der Siedlungsentwicklung nicht aus den Augen zu verlieren. Die Qualität des Wohnumfeldes, die Freiflächenqualität, die Qualität der verkehrlichen Anbindung, die Energieeffizienz und das Beachten klimarelevanter Auswirkungen wurden im NIKK nicht berücksichtigt, können jedoch über das Planungstool „Energieausweis für Siedlungen“ betrachtet werden.

Der NIKK kann für die Gemeinden eine Hilfestellung sein, bei Planungsentscheidungen die Kalkulation der Ausgaben und Einnahmen mit einzubeziehen und damit in fachlich fundierter Art und Weise ihre Planung auf die Optimierung des Gemeindehaushaltes abzustimmen.

(Quelle: Handbuch NIKK)

Bei den Infrastrukturkosten wurden folgende Kostenarten im Finanzausgleich berücksichtigt:

- Reduktion Ertragsanteile(Grundsteuer)
- Umlage NÖKAS
- Umlage Sozialhilfe
- Umlage Jugendwohlfahrt

Bei den Infrastrukturkosten wurden folgende Kostenarten für die soz. Infrastruktur-Erhaltung berücksichtigt:

- Erhaltung Kindergarten
- Erhaltung sonst. Einrichtungen
- Erhaltung Volksschule

## Infrastrukturkosten Standort Stadtzentrum

Folgende Infrastrukturauswertungen wurden mit dem NIKK für den Standort Stadtzentrum durchgeführt. Die folgende Kostenaufstellung beschreibt die Infrastrukturkosten für den Standort Stadtzentrum mit folgenden Aussagen:

- Auswertung Finanz: welche Infrastrukturkosten die Gemeinde innerhalb des Betrachtungszeitraum von 20 Jahren zu tragen hat
- Auswertung Bevölkerung: wie viele Wohneinheiten und neue Bewohner durch dieses Bauvorhaben im Betrachtungszeitraum von 20 Jahren an diesem Standort entstehen

### Auswertung Finanz

Jahr	Kostenträger	Ausgabe	Gesamt
1	Gemeinde	516,06	971,95
2	Gemeinde	494,69	2.470,95
3	Gemeinde	699,39	6.719,82
4	Gemeinde	869,97	11.045,67
5	Gemeinde	1.040,55	14.772,28
6	Gemeinde	1.211,14	19.050,17
7	Gemeinde	1.313,49	21.011,04
8	Gemeinde	1.415,84	22.323,65
9	Gemeinde	1.484,07	23.172,67
10	Gemeinde	1.552,30	23.634,80
11	Gemeinde	1.620,54	24.756,54
12	Gemeinde	1.654,65	23.924,07
13	Gemeinde	1.671,71	26.795,75
14	Gemeinde	1.688,77	26.662,64
15	Gemeinde	1.705,83	26.059,09
16	Gemeinde	1.705,83	26.206,09
17	Gemeinde	1.705,83	24.404,35
18	Gemeinde	1.705,83	24.899,40
19	Gemeinde	1.705,83	25.767,67
20	Gemeinde	1.705,83	25.767,67
Summe		400.416,28	400.416,28

ABBILDUNG 44 – INFRASTRUKTURKOSTEN STANDORT STADTZENTRUM, AUSWERTUNG FINANZ

## Auswertung Bevölkerung Wohneinheiten

Jahr	Wohneinheiten
1	16,60
2	23,48
3	29,20
4	34,93
5	40,65
6	44,09
7	47,52
8	49,81
9	52,10
10	54,39
11	55,54
12	56,11
13	56,68
14	57,26
15	57,26
16	57,26
17	57,26
18	57,26
19	57,26
20	57,26

ABBILDUNG 45 – INFRASTRUKTURKOSTEN STANDORT STADTZENTRUM, AUSWERTUNG WOHNEINHEITEN

## Auswertung Bevölkerung Bewohner

Jahr	Kindergartenkinder	Volksschüler	Bewohner
1	3,40	2,70	57,10
2	11,73	15,65	137,07
3	14,63	14,57	170,35
4	19,49	15,33	214,16
5	22,46	17,76	234,74
6	23,64	16,25	242,47
7	26,39	19,76	260,76
8	19,85	17,05	270,20
9	19,54	17,11	259,62
10	18,24	14,22	254,18
11	15,61	16,34	280,42
12	16,37	15,59	264,17
13	18,18	16,91	265,48
14	19,10	11,23	269,02

15	16,68	10,89	263,28
16	16,91	10,72	267,36
17	14,27	11,18	274,53
18	14,27	11,18	274,53
19	14,27	11,18	274,53
20	14,27	11,18	274,53

ABBILDUNG 45 – INFRASTRUKTURKOSTEN STANDORT STADTZENTRUM, AUSWERTUNG BEWOHNER

## Infrastrukturkosten Standort Meierhof

Folgende Infrastrukturauswertungen wurden mit dem NIKK für den Standort Meierhof durchgeführt. Die folgende Kostenaufstellung beschreibt die Infrastrukturkosten für den Standort Stadtzentrum mit folgenden Aussagen:

- Auswertung Finanz: welche Infrastrukturkosten die Gemeinde innerhalb des Betrachtungszeitraum von 20 Jahren zu tragen hat
- Auswertung Bevölkerung: wie viele Wohneinheiten und neue Bewohner durch dieses Bauvorhaben im Betrachtungszeitraum von 20 Jahren an diesem Standort entstehen

### Auswertung Finanz

Jahr	Kostenträger	Ausgabe	Gesamt
1	Gebührenpflichtige	104.400,00	512.195,72
2	Gebührenpflichtige	7.622,54	151.200,54
3	Gebührenpflichtige	5.994,05	24.587,41
4	Gebührenpflichtige	5.461,36	33.939,34
5	Gebührenpflichtige	4.975,33	37.738,84
6	Gebührenpflichtige	4.489,30	39.739,89
7	Gebührenpflichtige	4.328,34	43.687,72
8	Gebührenpflichtige	4.167,38	40.755,44
9	Gebührenpflichtige	4.075,63	42.594,39
10	Gebührenpflichtige	3.983,88	41.459,02
11	Gebührenpflichtige	3.892,13	38.256,64
12	Gebührenpflichtige	3.822,92	38.188,52
13	Gebührenpflichtige	3.764,98	40.776,00
14	Gebührenpflichtige	3.707,05	36.871,95
15	Gebührenpflichtige	3.649,11	36.902,85
16	Gebührenpflichtige	3.602,45	37.093,32
17	Gebührenpflichtige	3.602,45	36.832,40
18	Gebührenpflichtige	3.602,45	36.954,07
19	Gebührenpflichtige	3.602,45	37.167,49
20	Gebührenpflichtige	3.602,45	37.167,49
Summe		1.344.109,05	1.344.109,05

ABBILDUNG 46 – INFRASTRUKTURKOSTEN STANDORT MEIERHOF, AUSWERTUNG FINANZ

## Auswertung Bevölkerung Wohneinheiten

Jahr	Wohneinheiten
1	17,42
2	32,88
3	38,16
4	43,01
5	47,87
6	49,57
7	51,28
8	52,27
9	53,26
10	54,26
11	54,97
12	55,54
13	56,11
14	56,68
15	57,11
16	57,11
17	57,11
18	57,11
19	57,11
20	57,11

ABBILDUNG 47 – INFRASTRUKTURKOSTEN STANDORT MEIERHOF, AUSWERTUNG WOHEINHEITEN

## Auswertung Bevölkerung Bewohner

Jahr	Kindergartenkinder	Volksschüler	Bewohner
1	3,40	2,70	57,10
2	11,73	15,65	137,07
3	14,63	14,57	170,35
4	19,49	15,33	214,16
5	22,46	17,76	234,74
6	23,64	16,25	242,47
7	26,39	19,76	260,76
8	19,85	17,05	270,20
9	19,54	17,11	259,62
10	18,24	14,22	254,18
11	15,61	16,34	280,42
12	16,37	15,59	264,17
13	18,18	16,91	265,48
14	19,10	11,23	269,02

15	16,68	10,89	263,28
16	16,91	10,72	267,36
17	14,27	11,18	274,53
18	14,27	11,18	274,53
19	14,27	11,18	274,53
20	14,27	11,18	274,53

ABBILDUNG 48 – INFRASTRUKTURKOSTEN STANDORT MEIERHOF, AUSWERTUNG BEWOHNER

## Auswertung und Gegenüberstellung

Folgende zwei Darstellungen zeigen die Analyse der Infrastrukturkosten für die beiden Standorte.

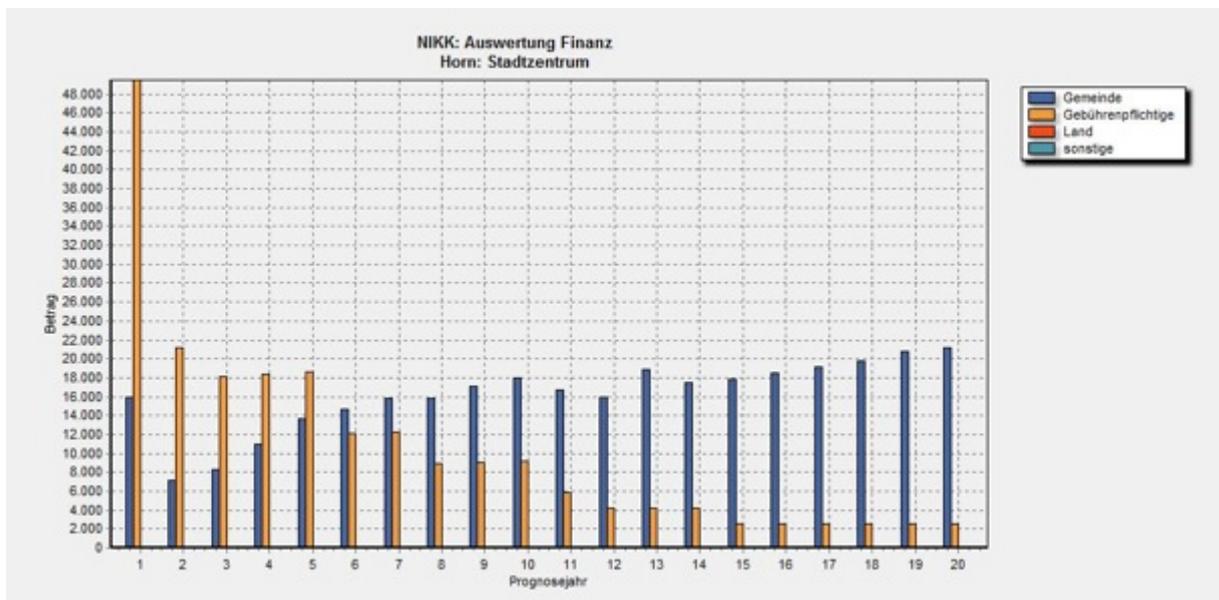
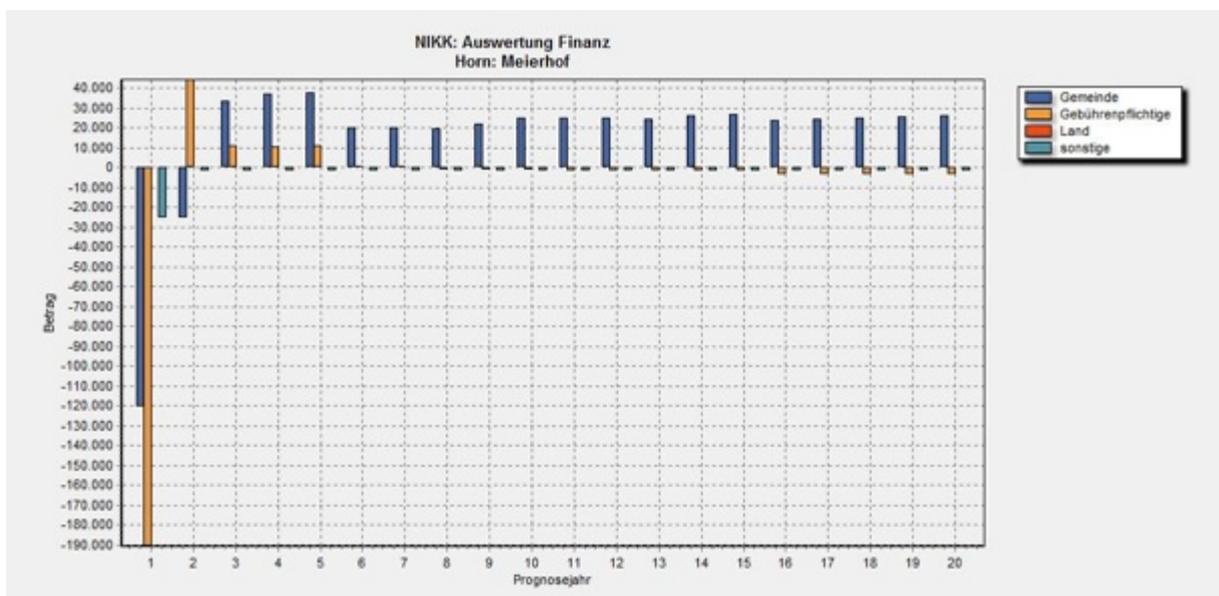


ABBILDUNG 49 – INFRASTRUKTURKOSTENAUSWERTUNG STADTZENTRUM



Das bedeutet eine Gegenüberstellung der Infrastrukturkosten (auf 20 Jahre summiert) von:

- Infrastrukturkosten Standort Stadtzentrum: EUR 400.416,28
- Infrastrukturkosten Standort Meierhof: EUR 1.344.109,05

Das Ergebnis der Infrastrukturkostenanalyse ergibt ganz klare Kostenvorteile des Standortes im Altstadt-Bestand (Stadtzentrum) gegenüber einem Neubau auf „grüner Wiese“ (Meierhof). Dies untermauert die Entscheidung für den Standort Stadtzentrum.

# Synergiepotentiale und Wertschöpfung für Kommunen

---

Die demografischen Veränderungen einer immer älter werdenden Gesellschaft haben auch neue Herausforderungen für die öffentliche Hand in Österreich. Aber nicht nur Bund und Länder müssen hier über neue Wege des Zusammenlebens nachdenken, sondern auch die Kommunen (Städte und Gemeinden) sind in der heutigen Zeit noch stärker gefordert über neue Wohnformen der Zukunft nachzudenken.

Mit dem gegenständlichen Wohnbauforschungsprojekt „Silver City Horn“ wurde die Entwicklung neuer Wohnform mit mitwachsenden Servicedienstleistungen für Menschen im dritten Lebensabschnitt untersucht. Dabei wurden besonders die Anforderungen der Zielgruppen an Standort, Wohnform, etc. analysiert, die aus dem demografischen Wandel in ländlichen Regionen entstehen. Auch die Machbarkeit für die Entwicklung einer neuen Wohnform mit Servicedienstleistungen wurde entsprechend berücksichtigt. Doch welche Chancen ergeben sich daraus für kleine Städte unter besonderer Berücksichtigung kommunaler Effekte?

Das Gegenständliche Forschungsprojekt zeigt ganz klar auf, dass folgende Chancen und Synergiepotentiale für Kommunen gegeben sind

- Aufwertung des Wohnstandortes durch einzigartige und hochwertige Wohnformen
- Höhere Erträge aus zusätzlichem Zuzug von neuen Einwohnern (siehe auch Initiative „Wohnen im Waldviertel“)
- Höhere Erträge aus der höherwertigen Nutzung von Wohn-Flächen im Stadtzentrum / Stadtrand
- Verbesserung / Veränderung von Image und Reputation einer Kommune bzw. sogar Aufbau oder Neuausrichtung einer Positionierung (Standortmarketing als zunehmend wichtiger Punkt in der Regionalentwicklung)
- Außenwerbe- und Marketingmöglichkeiten durch neue Wohnformen und Architektur
- Ausbau bzw. der Revitalisierung von Stadtteilen durch hochwertige Wohnanlagen
- Förderung der regionalen und lokalen Wirtschaft, wie Dienstleistung, Gewerbe, Einkaufszentren, Sport, Gastronomie und Kunst-/Kulturbetriebe bis hin zu Gesundheit und Pflege
- Synergiepotentiale bei der Ausbau / Erneuerung der innerstädtischen Infrastruktur
- Integration von neuen Wohnanlagen in bestehende Stadtstrukturen führen zu einer neuen bzw. besseren Dynamik und mehr „Leben“ in der Stadt
- Erweiterungsmöglichkeiten der Idee durch neue Dienstleistungen und Angebote

# Übertragbarkeit auf andere Gemeinden

---

Die gegenständlichen Untersuchungen zeigen eine klare Übertragbarkeit auf andere Gemeinden, wenn folgende Punkte berücksichtigt werden

- Generelle Attraktivität der Lage einer Gemeinde für die Zielgruppe (gibt es genügend Menschen, die sich einen Umzug in diese Gemeinde generell vorstellen können)
- Genügend hochwertiges Angebot von Dienstleistungen, Kunst, Kultur, Sport, Gastronomie und Gewerbe bis hin zu Gesundheit und Pflege
- Generelle Attraktivität des Angebotes für die Zielgruppe (Dienstleistungen, Kunst, Kultur, Sport, Gastronomie und Gewerbe, Gesundheitsversorgung)
- Möglichkeiten, die Wohnform in Einklang mit der Positionierung und dem Image / Reputation einer Kommune zu bringen
- Standorte mit einer guten Kombination von Stadt / Land, d.h. Kombination urbaner Strukturen mit Grünflächen und ländlichem Flair, z.B. Stadtzentrum mit Grünflächen
- Standort in einer Balance von Nähe / Ferne zu Wien (wenn die Zielgruppe Menschen in Wien umfasst)
- Optimale Kombination von Ruhe / Dynamik (Angebot, Kunst und Kultur)
- Möglichkeiten für eine Architektur zwischen Altbau und Neubau
- Verfügbarkeit von entsprechenden Flächen für Neubau/Umbau

Besonders folgende Themen und Instrumente aus dieser Studie sind für eine Analyse der Übertragbarkeit zu beachten bzw. zu verwenden

- Zielgruppenbeschreibung und -anforderungen
- Kriterien für die Standortanalyse und –auswahl
- Marktanalyse für die Kalkulation der Größe der Zielgruppe
- Lokales Angebot an Serviceleistungen
- Architekturüberlegungen und Wohnform
- Wirtschaftlichkeits- und Infrastrukturkostenanalyse
- Überlegungen zu Kommunikation, Marketing und Vertrieb

Als ein kritischer Erfolgsfaktor in diesem Wohnbauforschungsprojekt hat sich die interdisziplinäre Zusammensetzung des Projektteams herausgestellt. Erst durch die Zusammenarbeit von Regionalentwicklern, Architekten, Raumplanern, Immobilien-Entwicklern, Kulturhistorikern als wissenschaftliche Begleitung, Marketingexperten und ExpertInnen der Kommune / Stadtgemeinde konnten die vielen und wesentlichen Aspekte dieser Idee ausreichend genug analysiert und ausgearbeitet werden. Da es sich hierbei um eine völlig neue, komplexe Idee und Konzept handelt, empfehlen wir eine solche Zusammensetzung auch für andere Überlegungen und Projekte.

# Zusammenfassung und Erkenntnisse

---

Folgende Erkenntnisse lassen sich aus der Studie ableiten:

- I. Die Standortanalyse hat klare Vorteile für den Standort Stadtzentrum ergeben. Dadurch wurde auch seitens der Stadtgemeinde eine erste Entscheidung für diesen Standort getroffen. Auch die Analyse der Wirtschaftlichkeit und der Infrastrukturkosten unterstützen diese Entscheidung.
- II. Ein Standort auf „grüner Wiese“, etwas weiter entfernt vom Stadtzentrum kann eventuell zu einer „Ghettoisierung“ führen, was in diesem Vorhaben nicht gewünscht ist, deshalb ist die Integration in die Stadt besser, da damit auch ein Integration der Menschen stattfinden kann
- III. Die gesamte Grundlagenforschung und weiteren Analysen in dieser Studie haben sich immer in verschiedenen Spannungsfeldern bzw. Gegenpolen bewegt. Das Spannungsfeld Stadt / Land, das Spannungsfeld Nähe / Ferne zu Wien, das Spannungsfeld Ruhe / Angebot und Kultur, das Spannungsfeld Gemeinsam / Individuell, das Spannungsfeld Stadtzentrum / Grünflächen, das Spannungsfeld Exklusiv / Preiswert und das Spannungsfeld in der Architektur zwischen Altbau / Neubau waren ständige Dimensionen in dieser Studie
- IV. Eine weitere wichtige Erkenntnis war die Frage des Preises, sind die Personen in der Zielgruppe bereit, in der Stadtgemeinde Horn diese Preise für eine Wohnung zu zahlen. Eingehende Analysen der Zielgruppe haben aber ergeben, dass hierfür gute Chancen bestehen, wenn der Vertrieb professionell und gut gestaltet wird.
- V. Die Zielgruppe wurde sehr gut analysiert, profiliert und beschrieben, sie ist aber sehr klein. Daher kann in der Vermarktung keine Breitenkommunikation / Marketing eingesetzt werden, sondern eine starke Konzentration auf gezielten Vertrieb.
- VI. In der Studie wurde immer von einem freifinanzierten Eigentümermodell ausgegangen, denn Eigentum bedeutet Vorsorge und auch Investment und dies bedeutet Sicherheit.
- VII. Ein schwieriger Punkte könnte eventuell die Verfügbarkeit der Gebäude im Stadtzentrum sein, da es hier verschieden Besitzer mit sehr unterschiedlichen Interessen gibt.
- VIII. Von der Wohnform und Architektur wurde auf ein skalierbares Konzept gesetzt, dass einen Ausbau in Abstimmung mit der Nachfrage gestattet (Risikominimierung für den Investor und Vermarkter)
- IX. Der wichtigste kritische Erfolgsfaktor ist aber, ein insgesamt stimmiges, authentisches Konzept zu entwickeln, in dem Anforderungen und Wünsche der Zielgruppe, Standort, Architektur, Wohnform und Angebot, sowie Kosten sehr gut aufeinander abgestimmt sind.

# Anhang 1 – Projektteam

---

## Projektteam

---

Das Projektteam, das an dieser Studie gearbeitet hat bestand aus folgenden Personen.

Organisation	Ansprechperson	Rolle	Kontakt Daten
Stadtgemeinde Horn	Bürgermeister Jürgen Maier, Stadtrat Ludwig Schleritzko, Stadtrat Gregor Seidl, Mag. Petra Zach	Bedarfsträger und kommunale Einrichtung	Stadtamt Horn, 3580 Horn
Dipl. Ing. Porsch ZT GmbH	Dipl. Ing. Karl Heinz Porsch	Expertise für Raumplanung	Stadtplatz 14/1, A-3950 Gmünd 0043 2852 539 25, 0043 664 4211857 <a href="mailto:porsch@raumplaner.co.at">porsch@raumplaner.co.at</a>
ah3 architekten zt gmbh	DI Johannes Kislinger Dipl. Arch. Karl Gruber,	Expertise für Architektur	hauptplatz 3 3580 horn 0043 2982 20800, 0043 676 84966510 <a href="mailto:j.kislinger@ah3.at">j.kislinger@ah3.at</a> , <a href="mailto:k.gruber@ah3.at">k.gruber@ah3.at</a>
EKZ Immobilien- management GmbH	Thomas Kronsteiner	Expertise für Immobilien- Entwicklung	Am Kuhberg 7, A-3580 Frauenhofen 0043 2982 30179-0 <a href="mailto:office@ekzhorn.at">office@ekzhorn.at</a>
Wallenberger und Linhard	Sepp Wallenberger	Regional- strategien- und entwicklung	Florianigasse 7, A-3580 Horn 0043 664 5359828 <a href="mailto:josef.wallenberger@regiona&lt;br/&gt;lberatung.at">josef.wallenberger@regiona lberatung.at</a>
Phantasie Manufaktur	Thomas Friedschröder	Projekt- koordination und Experte für Marketing	Kochplatz 2/4, A-2000 Stockerau 0043 664 3910669 <a href="mailto:thomas.friedschroeder@&lt;br/&gt;phantasiemanufaktur.at">thomas.friedschroeder@ phantasiemanufaktur.at</a>

Univ. Wien, Institut für Europäische und Vergleichende Sprach- und Literatur- wissenschaft	Univ. Prof. Dr. Wolfgang Müller- Funk	Wissenschaftli- che Begleitung	Uni-Campus, Hof 7.2. Spitalgasse 2-4, A 1090 Wien, 0043 (0) 1 4277 43018/43010, <a href="mailto:wolfgang.mueller-funk@univie.ac.at">wolfgang.mueller- funk@univie.ac.at</a>
--	---	-----------------------------------	---

## Projektsetup

- Projekttitle: Silver City Horn (Arbeitstitel)
- Förderungswerber: Verein Horn Aktiv, Stadtamt Horn, 3580 Horn
- Projektleiter: Phantasie Manufaktur GesmbH  
(Ansprechperson: Thomas Friedschroder), A-2000 Stockerau, Kochplatz 2

Das Arbeitsteam im gegenständlichen Forschungsprojekt setzte sich wie folgt zusammen:

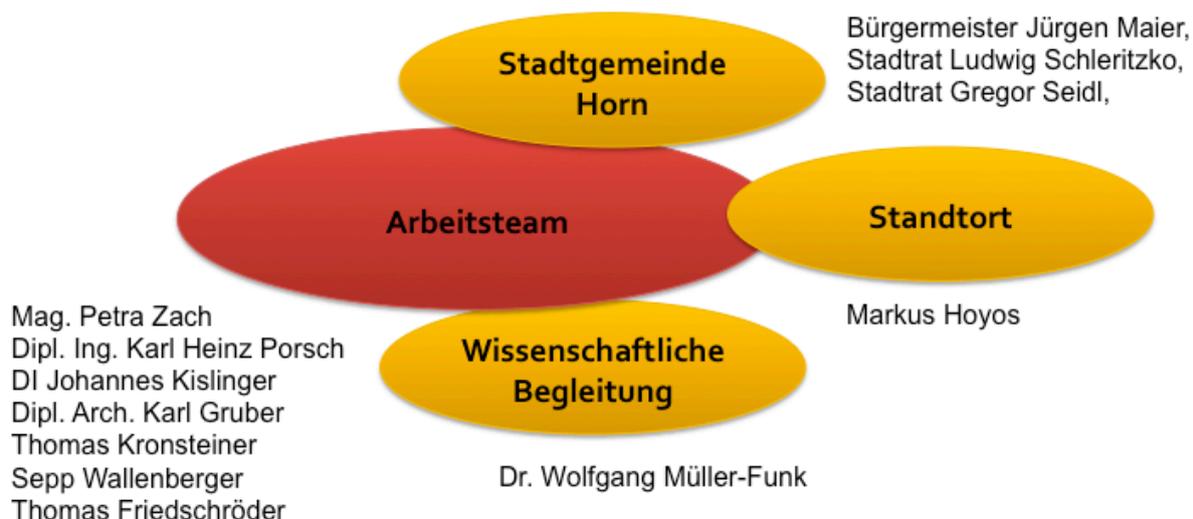


ABBILDUNG 51 – PROJEKTORGANISATION

Der Ablauf des Forschungsprojektes geschieht nach folgendem groben Projektplan:

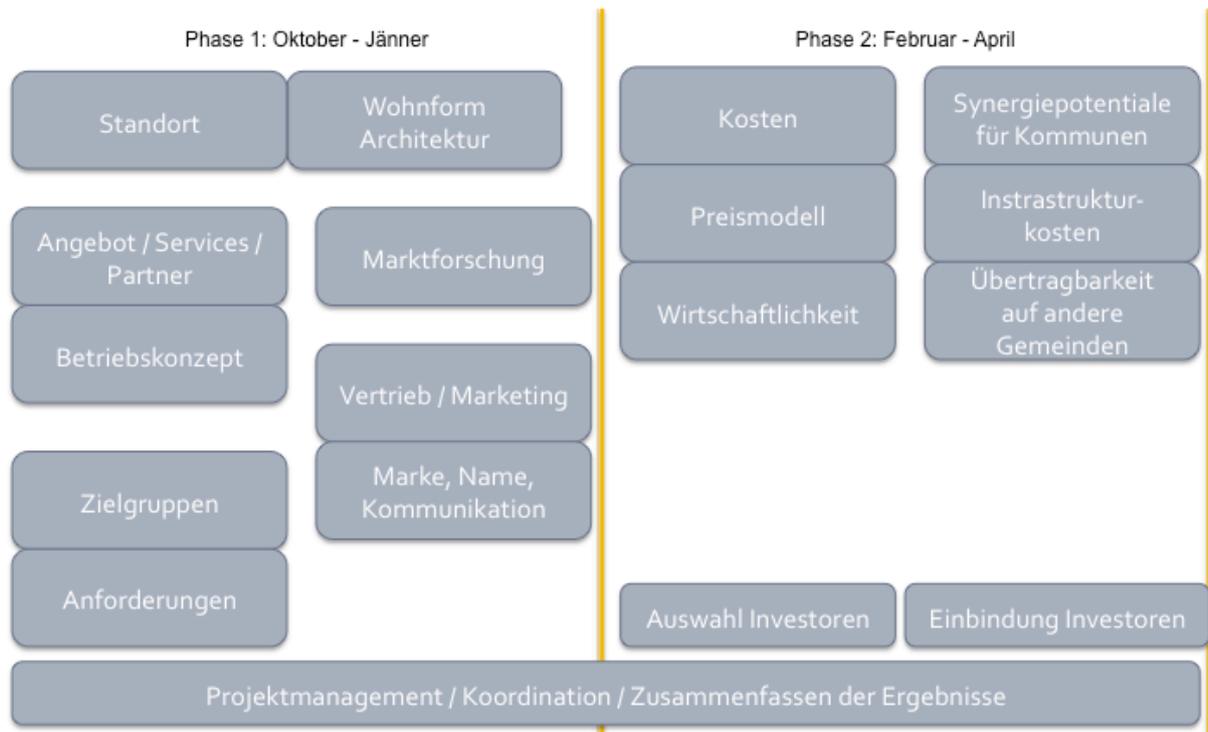


ABBILDUNG 52 – PROJEKTSTRUKTUR

Dabei wurde im Projektmanagement folgende Richtlinien festgelegt:

- Selbstständiges Arbeiten der Verantwortlichen für die Arbeitspakete mit MitarbeiterInnen aus der Arbeitsgruppe an den Themen (Koordination und Organisation durch die Verantwortlichen)
- Zwei-Monatliche Meeting der gesamten Arbeitsgruppe
- Vertraulichkeit des Projektes, der Inhalte und der Ergebnisse gegenüber anderen, dritten Personen außerhalb des Arbeitsteams
- Einbindung externer Experten nach Abstimmung
- Teilen von Erkenntnissen und interessanten Informationen (Studien, Artikel, etc.) in der Arbeitsgruppe durch alle
- Zusammenfassen der Ergebnisse aus den Arbeitspaketen durch die Projektkoordination (Phantasie Manufaktur, Thomas Friedschröder)
- Koordination der Aktivitäten und Termine durch die Projektkoordination

## Anhang 2 - Vergleichbare Studien mit ähnlich gelagerten Themen

---

### Wohnbauforschung Niederösterreich

---

Projekttitle: Wohnen und Arbeiten außerhalb von Ballungszentren

site: [http://www.noe-wohnbauforschung.at/documentation/ef2162\\_1.pdf](http://www.noe-wohnbauforschung.at/documentation/ef2162_1.pdf)

(abgerufen 28.8.2012 09:29)

site: [http://www.noe-wohnbauforschung.at/documentation/ef2162\\_2.pdf](http://www.noe-wohnbauforschung.at/documentation/ef2162_2.pdf)

(abgerufen 28.8.2012 10:03)

Anmerkung: Der Schwerpunkt in der Nutzung ist ein anderer. Es wird jedoch auch auf die wechselnden Anforderungen über Generationen und Lebenszyklen eingegangen und die Verortung ist eine ähnliche. Die Ergebnisse und Schlussfolgerungen können daher auch für die vorliegende Studie interessant sein.

Projekttitle: Wohntypus, Wohnform, Wohnraum

site: <http://www.noe-wohnbauforschung.at/documentation/ef2174.pdf>

(abgerufen 28.8.2012 09:56)

site: [http://www.noe-wohnbauforschung.at/documentation/ef2174\\_1.pdf](http://www.noe-wohnbauforschung.at/documentation/ef2174_1.pdf)

(abgerufen 28.8.2012 10:06)

Erfassungsnummer: 822174

Anmerkung: Diese Studie kann als Überthema gesehen werden, da sie sich nicht auf eine konkrete spezifische Anforderung im Wohnbau allein bezieht sondern auf unterschiedliche Wohnmodelle in Kleinstädten und im ländlichen Raum bezieht. Einige hier aufgegriffene Gedanken können auch für die weitere Bearbeitung interessant sein, auch weil hier auf interdisziplinäres Arbeiten großen Wert gelegt wurde.

Projekttitle: Neue Wohnformen für Senioren in Niederösterreich

Erfassungsnummer: 822084

site: <http://www.noe-wohnbauforschung.at/documentation/kf2084.pdf>

(abgerufen 28.8.2012 11:09)

Anmerkung: Schwerpunkt wird hier auf Senioren gelegt. Also Personen die bereits aus der Erwerbsarbeit ausgeschieden sind. Insbesondere auch auf die Versorgungssituation mit Wohnmöglichkeiten für Senioren mit unterschiedlichen Stufen der Versorgung. Hier sei jedoch angemerkt, dass diese Studie bereits aus dem Jahr 2002 stammt und den damaligen Status Quo erhoben hat. Die Versorgungssituation mit Betreuten Wohnplätzen und ähnlichem, hat sich seither, betreffend der Zahlen sicherlich verändert. Interessant wäre hier eventuell den Vergleich des Ausblicks von 2002 auf das Jahr 2010 mit den tatsächlichen Entwicklungen zu vergleichen.

Projekttitle: Das bedarfsorientierte, teilbare Eigenheim

Erfassungsnummer: 822145

site: <http://www.noe-wohnbauforschung.at/documentation/lf2145.pdf>

(abgerufen 28.8.2012 16:17)

Anmerkung: Studie über Strategien im Eigenheim Adaption in der Nutzung möglich zu machen (zwei Wohneinheiten, Einliegerwohnung etc.). Hier wird auf die beliebte Wohnform des Einfamilienhauses eingegangen. Alternative Siedlungsformen werden hier nicht erörtert.

## Wohnbauforschung Wien

---

Projekttitle: Neues fürs Altwerden Integration seniorengerechter Wohnangebote in den geförderten Wiener Wohnbau

Site: [http://www.raum-komm.at/userfiles/files/Berichte/Neues\\_fuers\\_Altwerden\\_LF.pdf](http://www.raum-komm.at/userfiles/files/Berichte/Neues_fuers_Altwerden_LF.pdf)

(abgerufen 28.8.2012 11:21)

Anmerkung: Hier wird anhand von verschiedenen Projekten auf die spezielle Situation in Wien eingegangen. Allgemeine übertragbare Schlussfolgerungen sind daher nur bedingt übertragbar.

Projekttitle: Wohngruppen für Fortgeschrittene Generation 55+

site: [http://www.wohnbauforschung.at/Downloads/Wohngruppen\\_Fortgeschrittene\\_LF.pdf](http://www.wohnbauforschung.at/Downloads/Wohngruppen_Fortgeschrittene_LF.pdf)

(abgerufen 28.8.2012 10:57)

Anmerkung: Da es sich hier um eine zur Ausführung gelangtes konkretes Pilotprojekt handelt, können einige erlangte Erkenntnisse von Interesse sein. Allerdings handelt es sich hier um ein Projekt einer Wohngruppe in der Großstadt.

Haus der Zukunft:

Projekttitle: Neues Wohnen im Alter – ökologisch, gemeinschaftsorientiert u. finanzierbar eco-com.60+

site: [http://download.nachhaltigwirtschaften.at/hdz\\_pdf/endbericht\\_1206\\_60plus.pdf](http://download.nachhaltigwirtschaften.at/hdz_pdf/endbericht_1206_60plus.pdf)

(abgerufen 28.8.2012 11:51)

Anmerkung: Zielsetzung ist Integration gemeinschaftlicher Wohnprojekte in bestehende Gebäude im Rahmen einer Sanierung mit dem Schwerpunkt der Flächen- und Energie-Effizienz in der Großstadt. Die Zielsetzung ist anders gelagert und die gewonnen Erkenntnisse sind für die vorliegende Zielsetzung nicht relevant.

## Deutschland

---

Machbarkeits- und Bedarfsermittlungsstudie zur Konkretisierung eines EU-LEADER-Projektes „Wohnen im ländlichen Raum - Lebensqualität im Alter auf dem Land

site:

[http://www.wetteraukreis.de/imperia/md/content/service/seniorinnen\\_senioren/formulare/eingabe\\_formulare/kurzinfo-leader-wohnen-studie.pdf](http://www.wetteraukreis.de/imperia/md/content/service/seniorinnen_senioren/formulare/eingabe_formulare/kurzinfo-leader-wohnen-studie.pdf)

(abgerufen 28.8.2012 14:44)

site:

[http://www.wetteraukreis.de/imperia/md/content/service/jugend\\_familie/formulare/eingabe\\_formulare/1a\\_bericht-leader-wohnen.pdf](http://www.wetteraukreis.de/imperia/md/content/service/jugend_familie/formulare/eingabe_formulare/1a_bericht-leader-wohnen.pdf)

(abgerufen 28.8.2012 14:47)

Wohnen im Alter / Marktprozesse und wohnungspolitischer Handlungsbedarf

<http://www.bmvbs.de/cae/servlet/contentblob/67012/publicationFile/39022/wohnen-im-alter-forschungen-heft-147.pdf>

(abgerufen 28.8.2012 15:45)

BFW-Studie / Wohnen im Alter / Eine Zukunftsaufgabe der europäischen Wohnungs- und Immobilienwirtschaft

site: <http://www.uepc.org/documents/en/uepc-docs-15.pdf>

(abgerufen 28.8.2012 16:42)

Anmerkung: Analyse des Wohnungsmarktes aus Sicht von Immobilieninvestments mit Konzentration auf den Wohnungsbestand.

## Weitere Studien und Informationsquellen

---

Projekttitle: Pilotprojekt: Wohn(t)raum Waldviertel – Projekt zur kooperativen Wohnstandortvermarktung

site: <http://www.noe-wohnbauforschung.at/documentation/ef2178.pdf>

(abgerufen 28.8.2012 10:03)

Anmerkung: Studie in Arbeit – Anfrage bei den Studienautoren ob es bereits Teilergebnisse gibt

Projekttitle: Planung und Realisierung und Inbetriebnahme eines betreuten Mehrgenerationen-Wohnprojektes

site: <http://www.noe-wohnbauforschung.at/documentation/ef2172.pdf>

(abgerufen 29.8.2012 10:12)

Anmerkung: Studie in Arbeit – Anfrage bei den Studienautoren ob es bereits Teilergebnisse gibt

Entwicklung der Beratung für seniorengeeignete Wohnungsgestaltung

site: <http://www.noe-wohnbauauforschung.at/documentation/kf2138.pdf>

(abgerufen 29.8.2012 10:38)

Anmerkung: Die Studie ist aus dem Jahr 2006, die Statistischen Werte sind aus dem Jahr 2001. Der Evaluierung der Notwendigkeit von Beratungsstellen für seniorengeeignetes Wohnen ist hier dem Hauptaugenmerk gelegt worden mit Verbindung einer Markanalyse und Vergleich zu anderen Ländern. Die Ausgangssituation zeigt, dass sich die angebotene Beratung vor allem auf die Förderungen meist in Verbindung mit anderen Maßnahmen beschränkt. Zu dem angeführten Kriterienkatalog sei auch auf die neuere Ö-Norm B1600 vom 15.2.2012 verwiesen.

Lebensqualität im Altenpflegeheim

site: <http://www.noe-wohnbauauforschung.at/documentation/kf2130.pdf>

(abgerufen 29.8.2012 11:16)

Anmerkung: Analyse der subjektiven Eindrücke von Heimbewohnern als auch objektiv messbarer Werte im Gebäude.

Studie: Seniorengeeignete Produkte / Befragung von Personen ab 70 Jahren / Tabellenband

site:

[http://www.bmask.gv.at/cms/site/attachments/4/6/4/CH2247/CMS1240821992988/seniorengerechte\\_produkte\\_tabellen70+.pdf](http://www.bmask.gv.at/cms/site/attachments/4/6/4/CH2247/CMS1240821992988/seniorengerechte_produkte_tabellen70+.pdf)

(abgerufen 29.8.2012 12:56)

Konsumentenfreundlichkeit von Technologien und Produkten / Befragung von Personen ab 60 Jahren / Hauptergebnisse

site:

[http://www.bmask.gv.at/cms/site/attachments/4/6/4/CH2247/CMS1240821992988/seniorengerechte\\_produkte\\_endbericht\\_60-69.pdf](http://www.bmask.gv.at/cms/site/attachments/4/6/4/CH2247/CMS1240821992988/seniorengerechte_produkte_endbericht_60-69.pdf)

(abgerufen 29.8.2012 13:00)

Studie: Seniorengerechte Produkte / Befragung von Personen ab 70 Jahre

(abgerufen 29.8.2012 13:03)

site:

[http://www.bmask.gv.at/cms/site/attachments/4/6/4/CH2247/CMS1240821992988/seniorengerechte\\_produkte\\_endbericht\\_70+.pdf](http://www.bmask.gv.at/cms/site/attachments/4/6/4/CH2247/CMS1240821992988/seniorengerechte_produkte_endbericht_70+.pdf)

site:

[http://www.bmask.gv.at/cms/site/attachments/4/6/4/CH2247/CMS1240821992988/seniorengerechte\\_produkte\\_tabellen\\_60-69.pdf](http://www.bmask.gv.at/cms/site/attachments/4/6/4/CH2247/CMS1240821992988/seniorengerechte_produkte_tabellen_60-69.pdf)

(abgerufen 29.8.2012 13:24)

Anmerkung: Angesprochene Produkte sind etwa Festnetztelefone, Mobiltelefone, Fernseher, Computer, Notrufsysteme, Zahlungssysteme. Als Allgemeine Aussage ist hier festzuhalten, dass die Produkthersteller noch zu wenig auf die Bedürfnisse älterer Menschen eingehen. Empfehlungen sind grundsätzlicher Natur, wie größere Schrift etc.

Entwicklung der Beratung für seniorengerechte Wohnungsgestaltung

site: [http://www.fgw.at/dienstleistungen/pdf/2006\\_beratung%20seniorenwohnen.pdf](http://www.fgw.at/dienstleistungen/pdf/2006_beratung%20seniorenwohnen.pdf)

(abgerufen 29.8.2012 14:01)

Anmerkung: Gleiche Studie wie oben.

Bericht zur Lebenssituation älterer Menschen

site:

<http://www.bmask.gv.at/cms/site/attachments/4/6/4/CH2247/CMS1240821992988/seniorenberecht.pdf>

(abgerufen 29.8.2012 13:26)

site:

[http://www.bmask.gv.at/cms/site/attachments/4/6/4/CH2247/CMS1240821992988/seniorenberecht\\_kurzfassung.pdf](http://www.bmask.gv.at/cms/site/attachments/4/6/4/CH2247/CMS1240821992988/seniorenberecht_kurzfassung.pdf)

(abgerufen 29.8.2012 13:38)

Anmerkung: Der Bericht stammt aus dem Jahr 1999.

Österreichische Forschungsdaten zu Altersfragen. Eine Annotierte Bibliographie.

site:

[http://www.bmask.gv.at/cms/site/attachments/6/2/3/CH2227/CMS1314963502633/oesterreichische\\_forschungsdaten\\_zu\\_altersfragen.pdf](http://www.bmask.gv.at/cms/site/attachments/6/2/3/CH2227/CMS1314963502633/oesterreichische_forschungsdaten_zu_altersfragen.pdf)

(abgerufen 29.8.2012 13:25)

### Hochaltrigkeit in Österreich / Eine Bestandsaufnahme

site: [http://www.uni-graz.at/ukidabww\\_bmask\\_hochaltrigen\\_kleine\\_datei.pdf](http://www.uni-graz.at/ukidabww_bmask_hochaltrigen_kleine_datei.pdf)

(abgerufen 29.8.2012 14:28)

Anmerkung: Breitgestreute Darstellung der aktuellen Situation von älteren Menschen in der heutigen Gesellschaft. Die Bereitschaft zum Übersiedeln auch im höheren Alter ist gegeben, allerdings mangelt es oft an entsprechenden Angeboten bzw. Informationen. Beim Bedarfsgerechten Bauen wird hier allgemein noch Nachholbedarf bezüglich barrierefreier bzw. leicht zu adaptierenden Neubau-Vorhaben gesehen. Als Empfehlung zur Änderungen im Bereich der Lebensformen und Wohnsituation der Hochbetagten wird hier auf Verbesserungen bei Fördermaßnahmen bei Adaptierungs- bzw. präventiven und Sanierungsmaßnahmen angeführt.

### Abwanderungsgemeinden im Waldviertel / Analyse der Korrelation von Abwanderung und Strukturschwäche

site: [http://www.fgw.at/dienstleistungen/pdf/2007\\_abwanderung%20waldviertel.pdf](http://www.fgw.at/dienstleistungen/pdf/2007_abwanderung%20waldviertel.pdf)

(abgerufen 29.8.2012 16:32)

Anmerkung: Die Gemeinde Horn selbst zählt nicht zu den Abwanderungsgemeinden, allerdings einige benachbarte Gemeinden.

### Studie Altengerechte Wohnversorgung

site: [http://portal.wko.at/wk/dok\\_detail\\_file.wk?angid=1&docid=1373443&stid=558538](http://portal.wko.at/wk/dok_detail_file.wk?angid=1&docid=1373443&stid=558538)

(abgerufen 29.8.2012 18:01)

ergänzend zur Studie: „Planung und Realisierung und Inbetriebnahme eines betreuten Mehrgenerationen-Wohnprojektes“

### Leben und Wohnen im Alter in Ybbsitz

site: [http://www.dasta.at/download/Zusammenstellung\\_Projekt\\_Ybbsitz.pdf](http://www.dasta.at/download/Zusammenstellung_Projekt_Ybbsitz.pdf)

(abgerufen 30.8.2012 10:03)

### Leben und Wohnen im Alter in Ybbsitz

Site:

<http://www.dasta.at/download/Leben%20und%20Wohnen%20im%20Alter%20in%20Ybbsitz.pdf>

(abgerufen 30.8.2012 10:16)

„das Projekt Haus des Lebens in Ybbsitz befindet sich derzeit in der Umsetzungsphase, d.h. die Pläne sind vom Gestaltungsbeirat angenommen und die Waldviertler Siedlungsgenossenschaft ist mit der Realisierung beauftragt, die Fördermittel wurden bereits zugesagt. Derzeit sind noch Planungsänderungen aufgrund wasserrechtlicher Bestimmungen vorzunehmen aber wir rechnen mit Baubeginn im Frühjahr. Über die Entwicklung des Vereins AGYL – Alt und Glücklich in Ybbsitz Leben“ können sie sich unter [www.agyl.at](http://www.agyl.at) informieren. Wir haben für den Bereich Leben und Wohnen im Alter eine eigene Expertenrunde gebildet, den Care Living Circle [www.carelivingcircle.at](http://www.carelivingcircle.at) , der sich umfassend mit der Thematik aus verschiedenen Bereichen befasst. Da das Thema sehr komplex ist wäre vielleicht ein persönliches Gespräch für Sie mehr von Nutzen als allgemeine Informationen. Wir haben u.a. mit dem Konzept Haus des Lebens einen Bauträgerwettbewerb in der Seestadt Aspern gewonnen, wo wir das Thema für den städtischen Bereich aufgearbeitet haben. Vielleicht wollen Sie mich einfach einmal anrufen – 0664 45 234 54.

Den meisten oben genannten Studien dienen als Grundlage Zahlen und Statistiken die den demografischen Wandel bzw. die Zu- und Abwanderung im Ländlichen Raum darstellen.

# Anhang 3 – Kriterien für Altersgerechtes Wohnen

## 1. HAUS / EINGANGSBEREICH:

- Barrierefreier Zugang (Schwellen max. 2,5 cm hoch)
- Vordach oder Windfang, um geschützt auf Taxi, Öffnen der Tür etc. warten zu können
- Leichte Bedienung von Türsperren und Tür
- Ausreichend helle, blendungsfreie Beleuchtung
- Gut beleuchtetes, mit großer Schrift versehenes Klingeltableau in 80 – 100 cm Höhe (u.U. Video-Gegensprechanlage)
- Lichtschalter in 80 – 100 Zentimeter Höhe (u.U. Bewegungssensoren)
- Gut beschriftete Postkästen in 80 – 100 Zentimeter Höhe
- Große Griffe bei den Eingangstüren
- Sitzgelegenheiten
- Barrierefreier Zugang zum Lift
- Handläufe
- Rutschfester Boden

## 2. LIFT:

- Bedienungseinheiten niedriger gesetzt
- Herunterklappbare Sitzgelegenheit im Lift
- Mind. 1,10 Meter breit (für Rollstuhlfahrer)

## 3. ALLGEMEINRÄUME:

- Rutschfester Bodenbelag
- Gute, blendungsfreie Beleuchtung
- Ablesemöglichkeiten für Strom-, Wasserverbrauch etc. außerhalb der Wohnungen (erhöht das Sicherheitsgefühl)
- Handläufe
- Lichtschalter in 80 – 100cm Höhe (Bewegungssensoren)
- Sichtbare Stufen
- Notruf auch im Keller, Waschraum etc.
- Fenstergriffe sollten nicht zu hoch sein
- Türbreiten mind. 90 Zentimeter

## 4. WOHNUNG (ALLGEMEIN):

- Größe zw. 50 und 70 Quadratmetern

- Schwellenfreie Zugänglichkeit von Freiräumen (möglich, wenn z.B. mit Gitterrosten überdeckte Entwässerungsrinnen bei Balkonen eingeplant sind)
- Abstellraum
- Schlafzimmer und Wohnzimmer getrennt
- Elektroschalter niedriger montiert
- Heizungsregler oben am Heizkörper montiert
- Mehrere Telefonsteckdosen
- Ausreichend Steckdosen in 40 cm Höhe (manche in der Höhe der Lichtschalter)
- Gute, blendungsfreie Beleuchtung
- Zentrale für Ein- und Ausschalten der totalen Wohnungsbeleuchtung mit ständigem Notlicht
- Pflegeleichte, rutschfeste Böden
- Fenstergriffe in ca. 100 cm Höhe
- Rollläden sollten elektrisch zu bedienen sein
- Türgriffe in 85 cm Höhe
- Leicht bedienbare Türsperrern
- Türbreiten mind. 90 Zentimeter
- Sichtfeldspion mit Totalblick in der Wohnungstür (nicht zu hoch montiert)
- Leichter Zugang zu den Sicherungskästen
- Heizungsventile und sonstige Bedienelemente. in 100, besser in 85 Zentimeter Höhe, Bedienelemente sollten gut dimensioniert und ohne Drehbewegung der Hand bewegbar sein

#### 5. VORRAUM:

- Können Kästen aufgestellt werden?
- Sitzgelegenheit vorhanden?
- Abstellflächen
- Video-Gegensprechanlage in entsprechender Höhe montiert
- Innen liegender Lichtschalter für das Ganglicht

#### 6. BAD/WC:

- Rutschhemmender Bodenbelag (aufgerauhte Fliesen)
- Türbreiten mind. 90 Zentimeter und nach außen zu öffnen
- Dusche schwellenfrei zu begehen, aber abgeschrägter Duschablauf
- Haltegriff bei der Badewanne
- Haltegriff bei der Dusche
- Duschsitz (rutschfest)
- Duschwände stützsicher angebracht

- Spiegel tiefer gesetzt
- Genügend Ablageflächen vorhanden
- Unterfahrbares Handwaschbecken
- Badeschränke im Sitzen erreichbar
- Ausziehbare Brause am Waschtisch
- Feuchtraumsteckdosen in ca. 85 cm Höhe
- Ausreichend direkte und indirekte Beleuchtung
- Thermostatgesteuerte Einhebelarmaturen mit Verbrühungsschutz
- Handtuchtrockner als Heizkörper
- Bad mit Fenster
- WC-Höhe mind. 50 cm
- Papierrollen leicht erreichbar
- Hochklappbare Stützgriffe für das WC, aufstützsicher angebracht

#### 7. KÜCHE:

- Sitzplatz in der Küche
- Unterfahrbare bzw. höhenverstellbare Küchenmöbel
- Rutschfester, pflegeleichter Bodenbelag

#### 8. SCHLAFZIMMER:

- Ausreichend Steckdosen
- Sollten so groß sein, dass die Betten gegebenenfalls von drei Seiten zugänglich sind und verschoben werden können

(Quelle: Studie „ENTWICKLUNG DER BERATUNG FÜR SENIORENGERECHTE  
WOHNUNGSGESTALTUNG, FGW, Ursula Rischaneck)