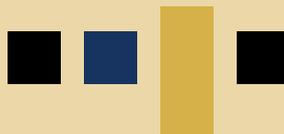




Bild: Lively



CONSTANTIN REHBERG, CO-FOUNDER LIVELY

Senior Living durch die Hotelbrille betrachtet

Constantin Rehberg ist 34 Jahre alt und hat gemeinsam mit Christina Kainz (26) die Marke Lively ins Leben gerufen. Sie richtet sich speziell an Senioren.

Herr Rehberg, wieso haben Christina Kainz und Sie eine Marke für Senior Living gegründet?

Aus unserer Sicht war es sehr naheliegend. Während unserer Zeit bei Prizeotel haben Christina und ich uns oft gefragt, warum es so wenig innovative Produkte im Bereich „Senior Living“ gibt, obwohl die demografischen Herausforderungen doch klar auf der Hand liegen. In der Folge haben wir überlegt, ob wir dies mit unserer „Hotelbrille“ verändern könnten. Irgendwie war das am Anfang natürlich total naiv und ist es heute – mehr als ein Jahr später – wahrscheinlich immer noch. Aber es macht einfach extrem viel Spaß, ein komplett neues Produkt zu designen und auf eine neue Wohnform

zu erfinden, die sich direkt an den Bedürfnissen der Bewohner orientiert. Wir sind der Überzeugung, dass es neue Wohnformen für das Alter braucht, und möchten mit Lively eine davon anbieten.

Welche Erfahrungen aus der Hotellerie nützen Ihnen beim Aufbau von Lively?

Wir möchten ganz bewusst möglichst viele Dinge aus der Hotellerie übernehmen – sofern es für die Bewohner Sinn macht. Am Anfang liegt der Fokus unserer Unternehmung auf baulich bedingten Prozessen und der Vorbereitung des ersten Openings. Operativ wird uns die Erfahrung sicherlich am meisten helfen, eine ganz besondere

Wohlfühlatmosfera zu schaffen, wobei wir hier stark von der Mission geprägt sind, Gastgebermentalität einzubringen und einen Ort zu kreieren, der zum Wiederkommen einlädt. Auch wenn unsere Erfahrung hier und da weiterhilft, war es uns dennoch wichtig, das Team um Menschen aus der Pflege zu ergänzen.

Welche speziellen Bedürfnisse haben Senioren?

Es mag wie eine Floskel klingen. Aber das Grundbedürfnis besteht darin, einen selbstbestimmten und erfüllten Lebensabend genießen zu können. Vor allen Dingen möchten Menschen mit einem Umzug ihre Lebenssituation nicht verschlechtern. Wir versuchen alles, damit sich die Lebensqualität mit einem Umzug zu uns nachhaltig verbessert.

Welche Zielgruppe sprechen Sie mit Lively an?

Wir sind ein offenes Konzept und alle sind herzlich willkommen. Sei es in einem langfristigen Mietverhältnis oder um die eigene Oma bei uns zu besuchen und in einem unserer Hybridzimmer (vergleichbar mit einem Serviced Apartment) über Nacht bleiben zu können. Persönlich glaube ich auch, dass sich Zielgruppen tendenziell immer weniger durch das Alter abgrenzen, sondern vielmehr durch Bedürfnisse und Wünsche. Es geht uns darum, niemandem das Gefühl einer Zweiklassengesellschaft zu vermitteln.

Welche zusätzlichen Dienstleistungen bietet Lively?

Neben dem eigentlichen Wohnraum sind ca. 10 Prozent aller Flächen für die Gemeinschaft. Dort bieten wir verschiedene Aktivitäten und Workshops an, um das Miteinander zu fördern. Dabei reicht der Leistungskatalog von sportlichen Aktivitäten bis hin zu gemeinschaftlichen Kochevents. Der zentrale Anlaufpunkt ist unsere weitläufige Lobby mit Rezeption.

Neben diesen inklusiven Grundleistungen bieten wir optionale Services an, die individuell hinzugebucht werden können, z. B. Housekeeping und andere ähnliche Dienstleistungen.

Wie sollen sich die Häuser von klassischen Pflegeimmobilien unterscheiden?

Wir denken aus der anderen Richtung. Indem wir die Bedürfnisse der Menschen systematisch in den Mittelpunkt stellen, werden bei uns viele Dinge anders sein. Um uns diese gestalterische Freiheit zu ermöglichen, werden wir keine Versorgerverträge anstreben, um nicht den damit verbundenen Zwängen zu unterliegen. Das fängt bei der Location an und hört beim Geruch auf. Das braucht natürlich auch eine gewisse Detailversessenheit, die wir hoffentlich aus der Hotellerie mitbringen. Die Budgets im Hinblick auf die klassische Pflegeimmobilie sind sehr eng, sodass die optische Gestaltung hierbei in der Folge – auch historisch bedingt – oftmals eher funktional geprägt ist und es kein integratives Interior Design gibt. Dies möchten wir ändern, um eine besondere Atmosphäre zu schaffen.

Wir haben sehr viel Energie in die Konzeptionierung unserer Standardgrundrisse gesteckt, um für diesen Prozess

neben Architekten und Interior Designern auch Menschen aus der Pflege ins Team geholt und arbeiten hier eng mit Menschen zusammen, die selbst auf Barrierefreiheit angewiesen sind. Das hat der Entwicklung eine eigene Dynamik gegeben und wir konnten auch gut unseren Ansatz eines intuitiv barrierefreien Designs verfolgen, bei dem wir auf die typischen Stigmatisierungen verzichten.

Bezuschussen Pflegekassen den Aufenthalt bei Lively?

Die Pflegekasse bezuschusst selbstverständlich die Leistungen des Pflegedienstes. Der Aufenthalt, in unserem Fall also die Wohnung, wird hingegen nicht bezuschusst – was sicherlich im Kern auch der Philosophie der Pflegekasse entspricht. Ich möchte gerne den Gedanken unterstützen, dass das Geld für die tatsächliche Pflege eingesetzt wird. So entsteht bei uns automatisch eine gute Trennung zwischen den Leistungsträgern. Uns war es extrem wichtig, ein leistbares Produkt zu schaffen – also eine Midscale-Brand. Wir möchten unkompliziert sein und auf den unnötigen Schnickschnack verzichten, der oftmals stark die Kosten treibt. Am Ende sehen wir im mittelpreisigen Bereich auch den größten Bedarf.

Petra Kellerer ■



Bild: Lively

Constantin Rehberg und Christina Kainz arbeiteten zusammen bei Prizeotel, bevor sie gemeinsam Lively gründeten.