

Erfolgsstory zwischen Gemeinnützigkeit und unternehmerischem Denken

Mit einem Marktanteil von 20 Prozent sind die Augustinum Wohnstifte Marktführer unter Deutschlands Seniorenresidenzen. Ein bedürfnisorientiertes Konzept, eine starke Marke, eine kaufkräftige Generation 65+ sowie die steigende Lebenserwartung versprechen auch für die Zukunft eine hohe Nachfrage.

München, im März 2006. Rund 7.000 Menschen in bundesweit 21 Augustinum Wohnstiften setzen derzeit auf die Kombination aus selbständigem Leben, sicherer Rundumversorgung und einem besonders hochwertigem Angebot an kulturellen und gesellschaftlichen Veranstaltungen. Die durchschnittliche Auslastung liegt bei 95 Prozent – für einige besonders stark nachgefragte Appartements verzeichnen die Häuser Wartezeiten von bis zu 10 Jahren. Ausstattung und Service entsprechen dem Komfort eines gehobenen Hotels: Schwimmbad, Gymnastikraum und Friseur sorgen für Gesundheit und Wohlbefinden, ein umfangreiches Kulturprogramm für anspruchsvolle Unterhaltung, der Reinigungsservice und der hauseigene ambulante Pflegedienst für das gute Gefühl bedarfsgerechter Betreuung. Der gehobene Lebensstandard hat seinen Preis: So beträgt der Pensionspreis für ein Zweizimmer-Appartement durchschnittlich 2.500 Euro - das tägliche Mittagmenü inbegriffen.

„Mit unserem Konzept sprechen wir eine ganz bestimmte Zielgruppe an: Menschen, die eigenverantwortlich für das Alter vorsorgen wollen, und das nicht nur in finanzieller Hinsicht“, fasst Professor Dr. Markus Rückert, Vorsitzender Geschäftsführer der Augustinum-Stiftung und Sohn des Unternehmensgründers Pfarrer Georg Rückert, zusammen. „Unsere Bewohner wollen selbstbestimmt und individuell entscheiden, wie sie ihre Tage gestalten – im Augustinum finden sie dafür die Möglichkeit“, betont Rückert, der selbst Betriebswirt und evangelischer Theologe ist. „Diese Bedürfnisse sind universell – sie hatten bei der Gründung des ersten Stifts 1962 Bestand und werden sich auch künftig nicht ändern“, fügt Rückert

hinzu. Das bedürfnisorientierte Konzept sowie das Vertrauen in die Marke Augustinum hat das Unternehmen bereits einige Turbulenzen in diesem relativ zersplitterten Markt überstehen lassen: Auch heute haben die Tradition und der gute Ruf des Hauses Vorbildcharakter in der Branche, schon deshalb, weil das Unternehmen im Spannungsfeld zwischen Gemeinnützigkeit und unternehmerischem Denken wirtschaftlich erfolgreich arbeitet: 2004 erzielten die Augustinum Wohnstifte einen Umsatz von rund 190 Millionen Euro.

Der demographische Wandel verspricht weiteren Aufschwung: Bis 2050 wird sich nach Prognosen des Statistischen Bundesamtes die Anzahl der über 65-Jährigen um 54 Prozent und die Anzahl der über 80-Jährigen um 174 Prozent erhöhen. Demnach wird der Bevölkerungsanteil der über 65-Jährigen bei 29,6 Prozent liegen, der Anteil der über 80-jährigen bei 12 Prozent. Das Marktpotenzial der älteren Menschen ist immens: Bereits 2004 war die Konsumquote der Haushalte mit Bezugspersonen im Alter von 65 bis unter 75 Jahren mit rund 84 Prozent die höchste unter allen Altersgruppen: Schon heute verfügen Menschen im Alter von 65+ über vergleichsweise hohe materielle Ressourcen.

Aktuell: Bestnoten der Stiftung Warentest

In einem deutschlandweiten Seniorenresidenzentest der Zeitschrift „Finanztest“ (Ausgabe 2/2006) erhielt das Augustinum Kleinmachnow bei Berlin als einziges Haus gleich vier Mal die Note „sehr gut“. Zwölf Häuser verschiedener Betreiber wurden bewertet. Dabei lobte Stiftung Warentest insbesondere die erstklassige Gastronomie, die besten Gemeinschaftseinrichtungen und das vielfältigste Veranstaltungsprogramm mit Konzerten, Theater und Sportkursen des Augustinum. Auch von der Architektur und dem Ambiente der Seniorenresidenz zeigten sich die Tester beeindruckt - ebenso wie von „der besonderen Aufmerksamkeit des Personals“.

Die Augustinum Wohnstifte

2.600 Mitarbeiter sorgen in den 21 Wohnstiften des Augustinum für derzeit 7.000 Bewohner. Die Senioren-Wohnstifte ist eine von sieben Konzerngesellschaften unter dem Dach der Augustinum-Stiftung. Zum Konzern gehören weiterhin verschiedene Kliniken, heilpädagogische Einrichtungen für Menschen mit geistiger Behinderung, Sanatorien für Demenzkranke sowie Schulen und Internate für hörgeschädigte und lernbehinderte Kinder und Jugendliche. Die Augustinum Gruppe ist gemeinnützig und gehört dem Diakonischen Werk der evangelischen Kirche an.

Weitere Informationen unter www.augustinum.de.

Ansprechpartner für die Presse:

Augustinum
Eva Maria Lettenmeier
Leiterin Unternehmenskommunikation
Stiftsbogen 74
81375 München
Tel.: +49 89 / 70 98-541
Email: eva.lettenmeier@augustinum.de

Serviceplan BRAND PR
Susan Lange

Briener Straße 45 a-d
80333 München
Tel.: +49 89 / 2050 4153
E-Mail: s.lange@brandpr.de