

die zukunft
birgt
alternativen

das fernlicht
zukunftsräume & lebenswelten

wir leuchten
sie aus

ONLINE HEIMSERVICES ALS NEUE HERAUSFORDERUNG UND CHANCE

Evaluierung konkreter Erfahrungen und Darstellung
der Potenziale in Wien



Maerki Management Consulting KEG
Dezember 2004

Nicola Hilti
Daniel O. Maerki

Gefördert vom
Amt der Wiener Landesregierung –
MA 50, Wohnbauforschung

adresse Währingerstr. 26/1/3
A-1090 Wien
fix +43 (0) 1 319 03 54 11
fax +43 (0) 1 319 03 54 15
e-mail office@dasfernlicht.com
web www.dasfernlicht.com
FN 201168k
Bank BAWAG
BLZ 14000
Kto Nr. 10010 559 249

Inhaltsverzeichnis

MANAGEMENT SUMMARY	6
1 EINLEITUNG	8
2 TYPISIERUNG VON „KLASSISCHEN“ HEIMSERVICES	10
2.1 Was sind Heimservices?.....	10
2.2 Vielfalt an Heimservices – Vielfalt an Differenzierungen.....	11
2.3 Kategorien in der Forschung.....	12
2.4 Differenzierungen nach Kundenbedürfnissen.....	14
2.5 Vergleich konkreter Angebote in Wien bzw. Österreich	19
2.6 Differenzierungen für spezielle Zielgruppen	21
3 TYPISIERUNG NEUER (ONLINE) HEIMSERVICES.....	22
3.1 Generierung von Heimservices.....	22
3.2 Der Heimservice der Zukunft – Das Idealszenario.....	23
3.3 Differenzierung von Online Heimservices.....	24
3.4 Kategorisierungsvorschläge für Online Heimservices	26
4 HINTERGRUND ZUKÜNFTIGER HEIMSERVICES IN WIEN.....	28
4.1. Gesellschaftliche Rahmenbedingungen.....	28
4.1.1 Wohntrends	28
4.1.1.1 Zwischen „sinnlicher Oase“ und „Cockpit“	28
4.1.1.2 Wohnen wird zum Lifestyle Projekt.....	30
4.1.1.3 Folgen für die Entwicklung von Heimservices.....	30
4.1.2 Individualisierung und Pluralisierung – Basistrends für neues Wohnen.....	30
4.1.2.1 Die Individualisierungsthese.....	31
4.1.2.2 Wandel von Lebens- und Wohnformen.....	31
4.1.2.3 Folgen für die Entwicklung von Heimservices.....	32
4.1.3 Soziodemografische Entwicklungen	32
4.1.3.1 Steigende Anzahl älterer Menschen	32
4.1.3.2 Zunahme der Singlehaushalte	34
4.1.3.3 „Alte“ Singles	36
4.1.3.4 Erwerbstätigkeit der Frau.....	37
4.2 Ökonomische Rahmenbedingungen	38
4.2.1 Sinkende Kosten bei der Technologieanschaffung	38
4.2.2 Kaufkraft der WienerInnen.....	39
4.2.3 Konsumverhalten der ÖsterreicherInnen.....	40
4.2.4 Folgen für die Entwicklung von Heimservices	41

4.3 Technologische Rahmenbedingungen	41
4.3.1 PCs in österreichischen Haushalten	42
4.3.1.1 Verbreitung von PCs.....	42
4.3.1.2 Nutzung von PCs	42
4.3.2 Datenkommunikationsanschlüsse in Österreich.....	43
4.3.2.1 Verbreitung von Datenkommunikationsanschlüssen	43
4.3.2.2 Nutzung der Datenkommunikationsanschlüsse	44
4.3.2.3 Zweck der Internetnutzung	45
4.3.3 Weitere kommunikationstechnologische Ausstattung.....	46
4.3.4 Relevanz der technologischen Rahmenbedingungen für Heimservices.....	47

5 WIENSPEZIFISCHE BESONDERHEITEN KÜNFTIGER HEIMSERVICES48

5.1 „Soziale Dienste in Wien“ im Wandel	48
5.1.1 Das heutige Dienstleistungsspektrum der Sozialen Dienste	48
5.1.2 Die Zukunftsstrategie Sozialer Heimdienstleistungen in Wien	48
5.1.3 Telemedizin/Telecare als ergänzende Massnahmen sozialer Heimdienstleistungen in Wien	49
5.2 Das Ende des Hausbesorgergesetzes und seine Folgen für die Heimservices	50
5.2.1 Pro oder contra HausbesorgerIn?.....	50
5.2.2 Neues Berufsbild – neue Aufgaben?	51
5.3 Die Bedeutung von Heimservices für den Sozialen Wohnbau	52
5.3.1 Lange Tradition sozial innovativer Heimservices	53
5.3.2 Heimservices als Diversifikationsinstrument	53
5.3.3 Beispiele innovativer Heimserviceangebote in Wien.....	54
5.2.4 Potenziale und Herausforderungen für den Sozialen Wohnbau	57

6 „VOM PIZZALIEFERANTEN ZUM HEIMSERVICE PROVIDER“ – DIE ANBIETERSEITE58

6.1 Die Anbieter und ihre Leistungen	59
6.1.1 Differenzierung in „alt“ und „neu“	59
6.1.2 Kategorien von Heimdienstleistern in Wien	59
6.2 Die Entwicklung des Heimservicebereichs	66
6.2.1 Von der Erweiterung zur Fragmentierung der Anbieter und ihrer Leistungen	66
6.2.2 Von der Vernetzung und Bündelung zur Professionalisierung	69

7 DIE WOHNENDEN ALS NACHFRAGERINNEN VON HEIMSERVICES 74

7.1 Pro oder contra Heimservices?	74
7.1.1 Grundlagen der Entscheidungsfindung bei Heimservices	74
7.1.2 Entscheidungsfindung bei Online Heimservices	75
7.2 Heimservices für wen?	77
7.2.1 Die Bemühungen der Anbieter um eine „gläserne“ Kundschaft.....	77
7.2.2 Jeder Zielgruppe ihr Angebot	77
7.2.3 Zielgruppen für Online Heimservices	80
7.3 Zur Akzeptanz von Heimservices	82
7.3.1 Welche Aspekte sind aus Anbietersicht zu beachten?.....	82
<i>Exkurs Barrierefreiheit</i>	84
7.3.2 Akzeptanz von Heimservices in Österreich	85

7.3.3 Online Heimservices: Vom „early adopter“ zum Massenmarkt?.....	88
7.3.4 Ausgewählte Aspekte der Akzeptanz von Online Heimservices.....	90

8 CONCIERGE, GEMEINSCHAFTSRAUM UND VIRTUELLE HAUSGEMEINSCHAFT – EVALUIERUNG BESTEHENDER HEIMSERVICES..... 96

8.1 Kurzporträt Mischek Tower	97
8.2 Kurzporträt Wohnpark Alt Erlaa	98
8.3 Evaluierung der Heimservices – Die InterviewpartnerInnen.....	102
8.4 Untersuchungsergebnisse.....	102
8.4.1 Wohnungswirtschaftliche Dienstleistungen	102
8.4.2 Das lokale Gewerbe als Heimserviceleister	104
8.4.3 Vernetzung/Online Heimservices	107
8.4.4 Räumliche Infrastruktur.....	109
8.4.5 Virtuelle Hausgemeinschaften als „alternative“ Heimservices.....	111
8.4.5.1 Was sind virtuelle Hausgemeinschaften?.....	111
8.4.5.2 Entstehung, Ziele und Erfolgskriterien der virtuellen Hausplattformen	112
8.4.5.3 Nutzung der virtuellen Hausplattformen.....	115
8.4.5.4 Die Bedeutung der virtuellen Hausplattformen für das Sozialleben	117
8.4.5.5 Ein Blick in die Zukunft.....	118
8.4.6 Resümée der Ergebnisse	119
8.5 Vergleichende Analyse virtueller Hausgemeinschaften	121
8.5.1 Mischek Tower, Wien	121
8.5.1.1 Zugang und Aufbau.....	121
8.5.1.2 Das Forum.....	122
8.5.1.3 Fotos, Archiv und Links.....	123
8.5.2 Wohnpark Alt Erlaa, Wien	124
8.5.2.1 Zugang und Aufbau.....	124
8.5.2.2 Das Forum.....	125
8.5.2.3 Fotos, Archiv und Links.....	127
8.5.3 Gasometer, Wien.....	127
8.5.3.1 Zugang und Aufbau.....	127
8.5.3.2 Das Forum.....	128
8.5.3.3 Fotos, Archiv und Links.....	129
8.5.4 Das Dienende Haus, Wien.....	129
8.5.4.1 Zugang und Aufbau.....	129
8.5.4.2 Das Forum.....	130
8.5.4.3 Fotos, Archiv und Links.....	130
8.5.5 SchappelAn, Basel (Schweiz).....	131
8.5.6 Vergleich und Interpretation	131

9 CHANCEN UND GEFAHREN IM HINBLICK AUF DIE IMPLEMENTIERUNG NEUER (ONLINE) HEIMSERVICES 133

9.1 (Online) Heimservices: Zwei Seiten der Medaille	133
9.2 Das Redundanzprinzip als Postulat	134
9.3 Die Zukunft: Heimservice Plattformen	135
9.4 Maßgeschneiderte Angebote vernetzter Akteure	135
9.5 Sicherheit, Datenschutz und die Bedeutung des Vertrauens	137
9.6 „Die Wohnung als Marktplatz“	137

9.7 Die Gefahr des Digital Gap	138
9.8 Barrierefreiheit künftiger Online Heimservices	139
9.9 Die Bedeutung von Anbieterstruktur und Nachfrage für die Grätzelkultur	139
9.10 Die Möglichkeiten im Sozialen Wohnbau	140
QUELLENVERZEICHNIS	142

Management Summary

Vorliegender Bericht ist eine von der MA 50 (Wohnbauforschung) geförderte Studie zum Thema *Heimservices als neue Herausforderung und Chance*.

Generell gibt es in Wien eine Fülle – mehr oder weniger etablierter – Heimdienstleistungen mit unterschiedlichem Zukunftspotenzial. Für die Entwicklung von Heimservices in Wien sind eine Reihe *gesellschaftlicher, ökonomischer* und *technologischer Faktoren* maßgeblich, z.B.:

- Wohntrends
- Veränderung der Altersstruktur
- Individualisierung und Pluralisierung von Lebensstilen und Haushaltsformen
- sinkende Kosten der Technologieanschaffung
- Ausstattung der Privathaushalte mit Datenkommunikationsanschlüssen
- private Nutzung technologischer Infrastruktur

Eine Reihe von Dimensionen haben sich im Hinblick auf die Entwicklung neuer (Online) Heimservices in Wien als besonders bedeutsam erwiesen. Dabei ist die Frage nach den Chancen und Gefahren neuer Heimdienstleistungen nicht allgemein zu beantworten. Vielmehr können diese stets sowohl positive als auch negative Effekte beinhalten.

Die Ausstattung privater Haushalte mit Informations- und Kommunikationstechnologien nimmt zu. Vielfältige Servicedienste werden via Internet den privaten Haushalten angeboten und in Anspruch genommen. Insofern kann von einer fortschreitenden „*Ökonomisierung des Wohnens*“ gesprochen werden.

Der Anteil von Seniorenhaushalten steigt weiter an. Für die Zukunft von wohnbegleitenden Serviceleistungen bedeutet dies einen wachsenden Bedarf im Bereich individueller Pflege (*extramurale Versorgung*), aber auch an *sozial integrativen Angeboten*.

Eine besondere Chance stellen Online Dienstleistungen im Bereich *Telemedizin/E-Care*. Für gebrechliche bzw. mobilitätsbehinderte Menschen können Funktionen wie die Überwachung und Fernmessung von Vitaldaten *Sicherheit* und *Komfort* wesentlich erhöhen. Gleichzeitig kann das Gesundheitsbudget beträchtlich entlastet werden. Durch die Reduktion zwischenmenschlicher Kontakte, z.B. zum Arzt oder zur Ärztin, besteht allerdings eine wesentliche Gefahr in der *sozialen Isolation* der Betroffenen. Hier werden in Zukunft gegensteuernde Maßnahmen an Bedeutung gewinnen.

Online Services werden künftig in vielen Teilbereichen das Leben der Privathaushalte erfassen, z.B. in den Bereichen:

- Vernetzung und Steuerung von Haustechnik und Alarmdiensten
- Fernsteuerung der Hausfunktionen von außen
- neue Sicherheitslösungen bei Objektüberwachung, Störungsmeldung
- Fernablesung von Verbrauchsdaten
- E-Commerce und Unterhaltungsdienste (z.B. Downloads von Filmen, Musik und Spielen)
- E-Government
- virtuelle Hausplattformen (z.B. Information, Kommunikation, Tausch)

(Online) Heimservices können einen Einfluss auf die *Haus- und Grätzelmengenschaft* ausüben. Eine wichtige Rolle spielen dabei die Initiativen engagierter BewohnerInnen, z.B. für selbstentwickelte und selbstbetriebene *virtuelle Hausportale*. Letztere ermöglichen vielfältige – bislang noch kaum realisierte – Kooperationsmodelle mit Bauträgern, Hausverwaltungen, lokalen Gewerbetreibenden u.a..

Heimservices stellen ein wichtiges *Diversifikationsinstrument* in der Wohnungswirtschaft dar. Für den *Sozialen Wohnbau* eröffnen sich durch seine Förderungen und sein Innovationspotenzial dabei interessante Möglichkeiten, z.B. *gemeinschaftsfördernde Zusatzleistungen* oder objektbezogene Dienstleistungen, oft in Kooperation mit persönlichen Betreuungsdiensten vor Ort.

Aufgrund der wachsenden Relevanz von *Digital Gap* und sozialer Ungleichheit droht der Ausschluss derjenigen, welche nicht über entsprechendes Wissen bzw. Ressourcen verfügen. Eine zusätzliche Herausforderung stellt die *Barrierefreiheit* von Online Heimservices dar.

Derzeit stellen Defizite in der *Kovertanz von Technologien*, der *Logistik* und dem *Wissen um die Möglichkeiten* der Anbieter und NutzerInnen sowie der Wohnungswirtschaft eine Barriere für die Entfaltung von Heimservices dar.

Angesichts zunehmend technologisierter Haushalte erhöht sich die *Komplexität des Wohnungsmanagements* (z.B. Bedienungs- und Wartungsproblematik) und damit verbunden das Risiko von *Systemstörungen* (z.B. Virenproblematik). Auf Seiten der NutzerInnen ist die wachsende *Abhängigkeit von technologisch komplexer Infrastruktur* zu bedenken, welche zu Überforderung und Stress führen können. Weiters sind viele Wohnende skeptisch gegenüber Online Dienstleistungen, welche das Erfassen und/oder Übertragen von persönlichen Daten beinhaltet.

Ein wichtiger Aspekt für die Kundenakzeptanz und die Verbreitung der Dienste ist daher das *Vertrauen*: Vertrauen in die Zuverlässigkeit der Technologie, Vertrauen in die Seriosität des Anbieters und v.a. Vertrauen in den Datenschutz.

Heimservices können auch einen Einfluss auf die Nahversorgung haben. Eine Gefahr von Online Heimservices besteht im *Wegfall von Infrastruktur im Nahversorgungsbereich*, z.B. beim E-Banking. Die zunehmende Abwicklung von Banktätigkeiten via Internet führt zu einer Ausdünnung entsprechender Infrastruktur.

Unter der Rahmenbedingung „*Greisslersterben*“ können Online Heimservices bei entsprechend begleitender Förderung eher eine Chance als eine Gefahr für kleine und mittlere Unternehmen bedeuten. Mit *Flexibilität* und *Innovationfreudigkeit* können sie von der Nutzung *neuer Vertriebskanäle* profitieren. Ein zukunftssträchtiges Beispiel sind etwa *Plattformen* unterschiedlicher Heimserviceanbieter, auf welchen lokale Gewerbetreibende gemeinsam mit Hausverwaltungen, Telekom- und IT-Unternehmen, EVUs, Contentanbietern, Gesundheitsdienstleistern u.a. ihre Dienste offerieren. Erste Vernetzungen dieser Art werden gegenwärtig in einem Wohnbauprojekt in Wien versucht.

1 Einleitung

Die Idee, spezifische Dienstleistungsangebote für den Wohnbereich zu entwickeln und umzusetzen, stellt keine Neuheit dar. Soziale Dienstleistungen wie z.B. Essen auf Rädern oder die Heim- und Pflegehilfe, haben in Wien eine lange Tradition. Hinzu kommen vermehrt auch Angebote im Bereich Reinigung, Hauszustellung und Botendienste.

In Zukunft wird es zunehmend aber auch um neue Angebote im Online Bereich gehen: vernetzte Haustechnik, neue Sicherheitslösungen, Fernablesung von Verbrauchsdaten, Telemedizin/E-Care, E-Commerce, E-Government, Downloads von Filmen, Musik und Spielen, virtuelle Hausplattformen etc.. Diese werden das Wohnen der Zukunft stark beeinflussen.

Daher ist es wesentlich, über eine fundierte Einschätzung bestehender und künftiger Heimservices samt jeweiligem Gefahren- und Chancenpotenzial zu verfügen. Folgende Themen sind für die Ausrichtung einer vorausdenkenden Wohnbaupolitik und –forschung in Wien von großer Relevanz:

- *Möglichkeiten der Klassifizierung im Bereich der neuen Online Heimservices*
- *Welches sind die zentralen Rahmenbedingungen zukünftiger Heimservices in Wien? Die Bedeutung demografischer, ökonomischer und technologischer Dimensionen*
- *Wienspezifische Besonderheiten neuer Heimservices*
- *„Alte“ und neue Anbieter von Heimservices (Wohnbaugesellschaften, Hausverwaltungen, Telekomanbieter, Contentanbieter, Energieversorgungsunternehmen etc.)*
- *Welche neuen Heimservices werden in Wien in Zukunft besonders relevant sein?*
- *Welche Funktionen kommen Heimservices im Hinblick auf die Grätzkultur zu?*
- *Inwiefern sind Heimdienstleistungen für die Hausgemeinschaften bedeutsam?*

Diesen Themen wird im Rahmen der vorliegenden Studie anhand von Literatur- und Internetrecherchen, Interpretationen von statistischem Datenmaterial, Analysen von virtuellen Hausportalen und einer Reihe von Interviews sowie zwei Gruppendiskussionen nachgegangen. GesprächspartnerInnen sind Experten aus Wohnungswirtschaft, Handel/E-Commerce, und Telekommunikationsbranche, weiters die Betreiber der virtuellen Plattformen sowie BewohnerInnen im Mischek Tower und im Wohnpark Alt Erlaa. Sämtliche Interviews wurden schriftlich festgehalten, die Gruppendiskussionen aufgezeichnet und anschließend transkribiert und ausgewertet.

Der Forschungsbericht ist wie folgt aufgebaut:

Kapitel 2 stellt eine Auseinandersetzung mit „klassischen“ Heimservices dar. Dabei werden sowohl Definitionen als auch mögliche Differenzierungen und Kategorisierungen vorgestellt. In Bezug auf Wien werden eine Reihe konkreter Angebote verglichen.

Das folgende Kapitel 3 beschäftigt sich mit neuen Heimservices, vornehmlich im Online Bereich. Auch hier erfolgen unterschiedliche Typisierungen. Die Darstellung möglicher Einteilungen soll einerseits einen Überblick über gegenwärtige und zukünftige Felder von Heimservices bieten, und andererseits die Vielfalt an Perspektiven, aus denen diese Felder betrachtet werden können, aufzeigen.

Um zu einer Einschätzung der Relevanz der vorgestellten Heimdienstleistungen für Wien zu gelangen, werden in Kapitel 4 eine Reihe von Rahmenbedingungen erläutert. Diese umfassen wichtige gesellschaftliche, ökonomische sowie technologische Aspekte. Diesbezüglich gesichtete Literatur und Datenmaterialien werden auf ihre Bedeutung für die Entwicklung von Heimservices hin analysiert.

Während einige dieser Befunde von globaler Reichweite sind, lassen sich auch sehr wien-spezifische Aspekte identifizieren: Soziale Dienste, die Abschaffung des Hausbesorgergesetzes und der Soziale Wohnbau. Diesen Themen samt ihrer Bedeutung für den Heimservicebereich widmet sich Kapitel 5.

Anschließend erfolgt in Kapitel 6 die Analyse der Anbieterseite. Dabei werden zunächst mögliche Kategorisierungen von Anbietern vorgelegt. Diese beinhalten auch die Einschätzung der jeweiligen (zukünftigen) Bedeutung für den Heimservicemarkt. Eine differenziertere Einschätzung erlaubt die zusätzliche Analyse der Dynamik des Anbieterfeldes. Dabei liegt das Augenmerk auch auf den Veränderungen der Angebotspaletten.

In Kapitel 7 verschiebt sich der Fokus in Richtung NachfragerInnen von Heimserviceleistungen. Neben theoretischen Grundlagen der Entscheidungsfindung geht es wesentlich um die Vielfalt an Zielgruppen für „alte“ und neue wohnbegleitende Dienste. Ein Unterkapitel erörtert Fragen der Akzeptanz unterschiedlicher Leistungen. Gesondert wird auf die Thematik der Barrierefreiheit von (Online) Dienstleistungen eingegangen.

In Kapitel 8 kommen BewohnerInnen selbst zu Wort. Anhand der beiden Fallbeispiele Mischek Tower (Donau City) und Wohnpark Alt Erlaa werden Dienstleistungen in den Bereichen Wohnungswirtschaft, Vernetzung und räumliche Infrastruktur evaluiert. Weiters wird die Frage nach dem lokalen Gewerbe als möglicher Heimdienstleister diskutiert. Wie sich im Laufe des Forschungsprozesses heraus gestellt hat, spielen in den beispielhaften Wohnanlagen auch virtuellen Hausgemeinschaften eine nicht unwesentliche Rolle. Sie können als eine spezielle Form von Online Dienstleistungen betrachtet werden. Aufgrund ihrer Bedeutung und ihres Potenzials für die Entwicklung weitere Online Heimservices kommt den Internetportalen der Bewohnerschaften besondere Aufmerksamkeit zu. Eine vergleichende Analyse von vier Wiener Hausplattformen sowie einer in der Schweiz runden dieses Kapitel ab.

Abschließend stehen in Kapitel 9 die Herausforderungen und Chancen der Implementierung neuer (Online) Heimservices im Mittelpunkt. Dabei werden die wichtigsten Erkenntnisse nochmals rekapituliert, diskutiert und auf ihr jeweiliges Chancen- und Gefahrenpotenzial hin geprüft.

2 Typisierung von „klassischen“ Heimservices

2.1 Was sind Heimservices?

Dienstleistungen spielen in unserer Gesellschaft eine immer größere Rolle. Aufgrund der starken Expansion des tertiären Sektors seit den 70er Jahren ist heute die Rede von der Dienstleistungsgesellschaft. Durch die Produktivitätssteigerung im primären und sekundären Sektor wurden Arbeitskräfte frei und der Dienstleistungsbereich diente diesen als „Auffangbecken“. Die private, kaufkräftige Nachfrage nach Dienstleistungen wächst durch die steigenden Realeinkommen. Verstärkt wird dies durch die Veränderungen der Lebensbedingungen und in der Bevölkerungsstruktur. Die Verkürzung der Arbeitszeit führt beispielsweise zu einer erhöhten Nachfrage nach Freizeitangeboten, und der wachsenden Anteil älterer Menschen verlangt nach einem Mehr an Pflegedienstleistungen.

Ein Segment dieser nachgefragten Dienstleistungen betrifft Heimservices für private Kunden oder Kundengruppen. In einem allgemeinen Sinne meint Heimservices Dienstleistungen für Haushalte in Verbindung mit dem häuslichen Leben, die mit dem Ziel angeboten werden, eben dieses häusliche Leben zu verbessern. Dieser relativ breite Definitionsversuch kann weiter eingeschränkt werden, indem man Heimservices als *„Dienstleistungen, die Kunden in der Wohnung angeboten werden entweder direkt vor Ort oder in der Wohnungsumgebung“* (Halme et al. 2004) versteht.

Fehr wiederum trifft folgende Abgrenzung:

„Wohnbegleitende Dienstleistungen sind unselbstständige Komponenten innerhalb des Leistungsbündels Wohnen, welche mit der ´passiven´ Bereitstellung von und/oder einer ´aktiven´ Verrichtung durch Leistungsfähigkeiten des Wohnungsunternehmens einhergehen. Dabei werden der Bewohner und/oder ein anderer externer Faktor in den Erstellungsprozess integriert. Das Angebot erfolgt fakultativ und mit dem Ziel, bei nachfragenden Kunden(gruppen) einen Zusatznutzen zu bewirken“ (Fehr 2000, S.42).

Heimservices können – von privaten oder kommunalen Einrichtungen – in Form von Einzelleistungen oder in Form von Leistungsbündeln angeboten werden. Möchte man eine einzelne Serviceleistung in Anspruch nehmen, so kann man eine entsprechende Firma ausfindig machen und sich direkt an sie wenden. Das kann etwa der Glaser vom angrenzenden Bezirk oder der Installateur ums Eck sein. Auch der Pizzalieferservice kann als einmaliger Einzelheimservice verstanden werden. Einzeldienste können aber auch als regelmäßige Leistungen bezogen werden. So gibt es in Wien eine Reihe von Anbietern, welche sich auf die tägliche Lieferung von „Essen auf Rädern“ spezialisiert haben.

„Essen auf Rädern“ wird aber ebenso innerhalb einer Palette von anderen Heimservices offeriert, in Wien etwa von der Volkshilfe oder dem Samariterbund, welche auch Leistungen in den Bereichen Beratung und Betreuung erbringen. Beim Angebot, „Essen auf Rädern“ ins Haus zu liefern, handelt es sich um eine kommunale Leistung. Eine Reihe von Organisationen führen diese im Auftrag der Stadt Wien (MA 47) aus. Sie ist gedacht für Menschen, denen das tägliche Einkaufen und Kochen zu beschwerlich oder unmöglich geworden ist.

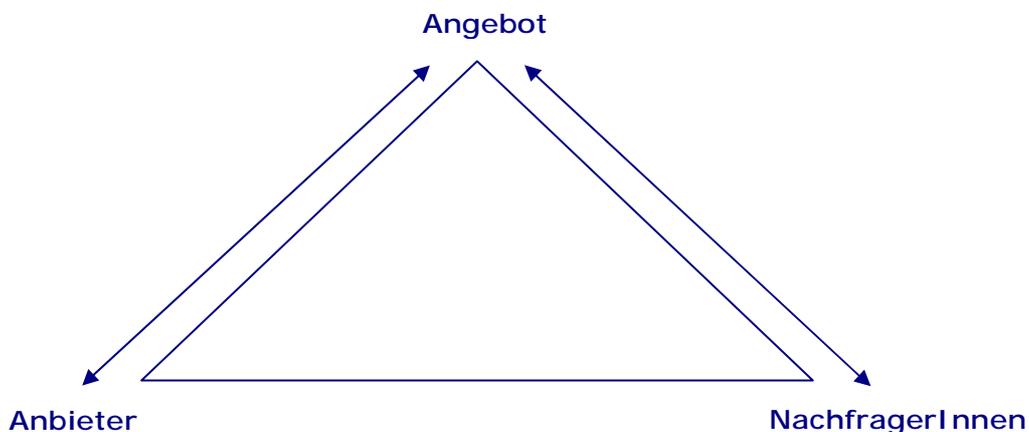
Häufig wird eine Vielzahl an Heimdiensten, oftmals neben über die Wohnung und Wohnumgebung hinausgehenden Leistungen, angeboten. Diese können einerseits von Anbietern in Bereichen mit einer langen (karitativen) Tradition liegen, wie Pflege- und Betreuungsdienstleistungen von sozialen Einrichtungen. Andererseits treten zunehmend neue Anbieter mit neuen Angebotspaletten auf (vgl. Kapitel 6).

Es zeichnen sich bereits mögliche Differenzierungen von Heimservices ab, welche in der Folge zu einem besseren Verständnis des Phänomens verhelfen sollen.

2.2 Vielfalt an Heimservices – Vielfalt an Differenzierungen

Das Phänomen der Heimservices wird mit einer Vielzahl unterschiedlicher Begriffe benannt. Es ist die Rede von „wohnbegleitenden Dienstleistungen“, „wohnungsbezogenen Dienstleistungen“, „Dienstleistungen rund ums Wohnen“, „Service Wohnen“ oder „Service rund ums Wohnen“. So vielfältig sich die Bezeichnungen ausmachen, so vielfältig werden sie mit Inhalten gefüllt – und so schwierig gestalten sich auch Versuche von klaren Kategorisierungen oder Zuordnungen. Über den Weg möglicher Leistungsdifferenzierungen lässt sich einerseits die Komplexität in der Beschreibung von Heimservices aufzeigen, und andererseits eine eigene Typologisierung entwickeln. Diese soll vor dem Hintergrund der Bedeutung der einzelnen Leistungen für Wien zustande kommen.

Die Differenzierung von Heimservices kann aus unterschiedlichen Perspektiven getroffen werden. Die Dienstleistungen sind etwa nach ihrem *Angebot*, nach den *Anbietern* (Bauträger, EVUs, Telekomprovider etc.) oder den *Zielgruppen* bzw. *NachfragerInnen* (Ältere, Bedürftige, Vermögende, DINKs, junge Familien, experimentierfreudige Pioniere, die Mehrheit der Wohnenden, Stadt- und Landbewohner, Miete/Eigentum/Genossenschaft etc.) klassifizierbar. Angebote, Anbieter und NachfragerInnen können dabei mehr oder weniger spezialisiert bzw. eingeschränkt sein.



Quelle: das fernlicht 2004

Großteils werden Heimservices nach *Bedarfsbereichen* gegliedert. Daneben findet sich aber eine Reihe alternativer Differenzierungsmöglichkeiten, beispielsweise nach *Leistungsart*, nach *Affinität zur Wohnung* oder nach *Abrechnungsart*. Zudem kann nach der *Freiwilligkeit* der Leistungserbringung durch den Bauträger unterschieden werden; dabei werden primäre und sekundäre Dienstleistungen rund ums Wohnen weiter ausdifferenziert. Solche können individuell als Einzelperson oder -haushalt oder kollektiv, z.B. als Hausgemeinschaft, in Anspruch genommen werden. Am Rande sei noch die Unterscheidung in informelle und formelle Dienste erwähnt. Unter informellen Diensten sind solche gemeint, welche im Gegensatz zu formellen Leistungen ohne (formalen) Auftrag erfolgen, zumeist im Sinne von

Nachbarschaftshilfe oder innerhalb vom Familienverband.¹ Art und Umfang der Ausdifferenzierung unterscheiden sich außerdem nach Quellenart (z.B. wissenschaftlicher Forschungsbericht, praktischer Leitfaden, Homepage des Anbieters u.a.).

Einige Differenzierungskriterien:

- *Bedarfsbereiche*: Sicherheit, Mobilität, Versorgung etc.
- *Leistungsart*: Bereitstellung, Beratung, Verrichtung
- *Affinität zur Wohnung*: Wohnung, Wohnhaus, Wohnumgebung
- *Abrechnungsart*: Bezahlung durch NutzerIn, Kostenanteil durch NutzerIn etc.
- *Freiwilligkeit seitens des Bauträgers*: Muss-Leistung, Soll-Leistung, Kann-Leistung

Online Heimservices, deren Angebot über eine Online-Buchung von Dienstleistungen bei einzelnen Anbietern (z.B. HomeService Österreich) hinausgeht, sind – soweit bislang ersichtlich – hauptsächlich als Zukunftsszenario ein Thema. Insofern werden sie auch vornehmlich als Aspekt eines Wohnens der Zukunft diskutiert und kategorisiert.

Anbieter, Angebot und NutzerInnen lassen sich schließlich nach „alten“ und „neuen“ Akteuren unterscheiden. Zu ersteren sind etwa die klassischen mobilen Pflegeeinrichtungen, aber auch Bauträger oder Vertreter aus Installationstechnik und Unterhaltungselektronik zu zählen. Beispiele für neu auftretende Akteure sind Service- und Telekomprovider oder auch die Sicherheitsbranche.

2.3 Kategorien in der Forschung

Wohnbegleitende Dienstleistungen können generell als ein über das Bereitstellen von Wohnraum (Primärleistung) hinausgehendes Angebot definiert werden. In diesem Sinne handelt es sich nach Fehr um *Sekundärleistungen*, welche wiederum in

- Sekundär*dienstleistungen* (z.B. Reinigungsdienst, Betreuung),
- Sekundär*sachleistungen* (z.B. Spielgeräte im Innenhof, Garagenplätze) und
- Sekundär*rechtsgüter* (z.B. Pacht eines Mietergartens)

unterteilt werden können (Fehr 2000, 38). Diese Unterteilung weist im Gegensatz zu den meisten anderen auf eine sehr eingeschränkte Definition von Dienstleistung hin. Das zur Verfügung Stellen von Gerätschaften (z.B. Fahrradverleih) wird beispielsweise andernorts auch unter Dienstleistung subsumiert.

Der *Grad der Freiwilligkeit*, mit der die Sekundärleistungen erbracht werden, bestimmt Fehr nach einem dreistufigen Schema:

- „*Muss-Leistungen*“ sind obligatorischer Natur.
- Als „*Soll-Leistungen*“ werden jene Angebote bezeichnet, welche zwar freiwillig sind, aber vom Zielmarkt erwartet und vom Anbieter auch regelmäßig erbracht werden (z.B. Organisation der Schneeräumung).
- Demgegenüber werden „*Kann-Leistungen*“ nicht zwingend erwartet, wodurch sie sich als Differenzierungsmittel bei gleichzeitiger Stiftung eines Zusatznutzens für den Kunden eignen. Ihr Angebot ist freiwillig und wird regelmäßig nur von einzelnen Gruppen in Anspruch genommen (z.B. Betreuung, Pflege).

¹ Die informellen Dienste spielen hier lediglich eine marginale Rolle. Ihre Bedeutung geht generell zurück. Viele Leistungen, welche früher informell unter NachbarInnen oder innerhalb der Verwandtschaft erbracht wurden, werden heute von kommerziellen oder kommunalen Einrichtungen übernommen.

Am Institut für ökologische Wirtschaftsforschung in Wien wurde eine umfangreiche Studie zur Nachhaltigkeit von Heimservices der Zukunft vorgelegt (Hrauda et al. 2000). Darin werden Dienstleistungen rund ums Wohnen sortiert nach

- *primären bzw. originären Dienstleistungen*, zu welchen der Hausmeisterdienst, die Gebäudereinigung und die Grünpflege zählen, sowie
- nach *sekundären bzw. wohnbegleitenden Dienstleistungen*, die Einzugshilfe, Handwerkerservice, Versicherungsservice, kleine Montagearbeiten, Reinigungsservice und Reiseservice umfassen.

Während erstere vom Kunden erwartet werden und daher keinen Zusatznutzen haben, werden letztere als Service- oder Komfortwohnen mit Zusatznutzen bezeichnet.

Im Gegensatz zu Fehr bestehen hier Primärdienste nicht im reinen Bereitstellen von Wohnraum, sondern umfassen alle verpflichtenden Dienstleistungen. Allerdings lässt sich diesbezüglich keine definitive Zuteilung treffen, da je nach AutorIn Dienste wie die Schneeräumung oder die Grünpflege zu den „Muss-Leistungen“ respektive „Soll-Leistungen“ gezählt werden. Faktisch wird es hinsichtlich der Handhabung zudem wohl Unterschiede zwischen einzelnen Wohnanlagen geben. Es zeigt sich, dass auch über die verbreitete Diktion *wohnbegleitende Dienstleistungen* keine Einigkeit besteht. Während bei Fehr diese alles, was über den Leistungskern Wohnraum hinausgeht, beinhaltet, setzen Hrauda et al. wohnbegleitende mit sekundären Dienstleistungen gleich. Es handelt sich dabei ausschließlich um „Kann-Leistungen“, also freiwillige Dienste mit Zusatznutzen für den Kunden und Differenzierungspotenzial für den Anbieter im Wettbewerb.

Hieraus ergibt sich eine weitere zentrale Unterscheidung. Während Hrauda et al. eine generelle Perspektive einnehmen, in der Leistungen und unterschiedliche Akteure unter die Lupe genommen werden, zielt Fehr lediglich auf die Wohnungsunternehmer ab. Er definiert und analysiert wohnbegleitende Dienstleistungen vor dem Hintergrund von Unternehmerinteressen in der Wohnbranche. Daher ist es wichtig, zwischen

- Leistungen, welche vom *Wohnbauunternehmen* selbst angeboten werden mit den Zielen der Abhebung bzw. Neuerschließung vom Markt und der Kundengewinnung und -bindung und
- Leistungen, welche *externe Anbieter* wie soziale Dienste oder Vereine im Angebot führen,

zu unterscheiden.

Leistungen des Wohnbauunternehmens können in den Kosten bereits inkludiert sein oder je nach beanspruchtem Angebot individuell zusätzlich entrichtet werden. Extern zu beziehende Leistungen sind demgegenüber stets individuell und einzeln abzugelten.

Sekundäre Dienstleistungen können in der allgemeineren Perspektive von Hrauda et al. weiters in produktergänzende und produktersetzende Leistungen differenziert werden (Hrauda et al. 2000, 13ff).

- Bei *produktergänzenden Leistungen* stehen die Dienstleistungen, welche in der Regel bereits eine lange Tradition haben, im Mittelpunkt. Das Produkteigentum liegt beim Nutzer. Beispiele sind Reparatur, Wartung und Upgrading.
- *Produktersetzende Dienstleistungen* können wiederum in *ergebnisorientierte* und *gebrauchsorientierte Leistungen* unterteilt werden. Das Produkteigentum verbleibt bei ersterem beim Anbieter, der/die KonsumentIn fragt lediglich eine bestimmte Dienstleistung oder Servicefunktion nach, z.B. verschiedene Botendienste. Nutzenorientierte Leistungen werden branchenspezifisch punktuell angeboten. Sie

können einerseits für den individuellen Gebrauch (Miete, Leasing) oder für eine gemeinschaftliche Nutzung (Sharing, Pooling²) konzipiert sein.

Diese Einteilung ist insofern nachvollziehbar, als sie in Zusammenhang mit dem Themenfokus Nachhaltigkeit zu sehen ist. Den Konzepten rund um den Sammelbegriff Ecoservices liegt die Vorstellung zugrunde, „*dass die Verteilung der Eigentumsrechte an Gütern das Stoffstromvolumen und die Stoffstromgeschwindigkeit einer Wirtschaft wesentlich beeinflusst und somit ökologisch von Bedeutung ist*“ (Hrauda et al. 2000, 12). Wird ein Produkt einem Kunden oder einer Kundin nicht verkauft, sondern lediglich zur Nutzung überlassen, so können ökologische Anreize für die Unternehmen erwachsen, Ressourcen zu schonen und Abfälle zu vermeiden. Durch Carsharing werden weniger Autos gekauft, und das „geteilte“ bewusster genutzt. Der Verleih von Bohrmaschinen verringert einerseits – wie beim Auto und vielen anderen Produkten – die Anzahl gekaufter (und später entsorgter) Geräte und erhöht andererseits die Intensität der Nutzung derselben.

Diese Unterscheidungskriterien sind – wie obige von Fehr – aus Sicht der Unternehmen entstanden. Sie sollen ihnen Ideen zur Strukturierung ihres Leistungsangebotes liefern. Da ein solches aber schließlich von der Zielgruppe auch angenommen werden soll, sind die Kundenbedürfnisse weiteres zentrales Differenzierungsmerkmal.

2.4 Differenzierungen nach Kundenbedürfnissen

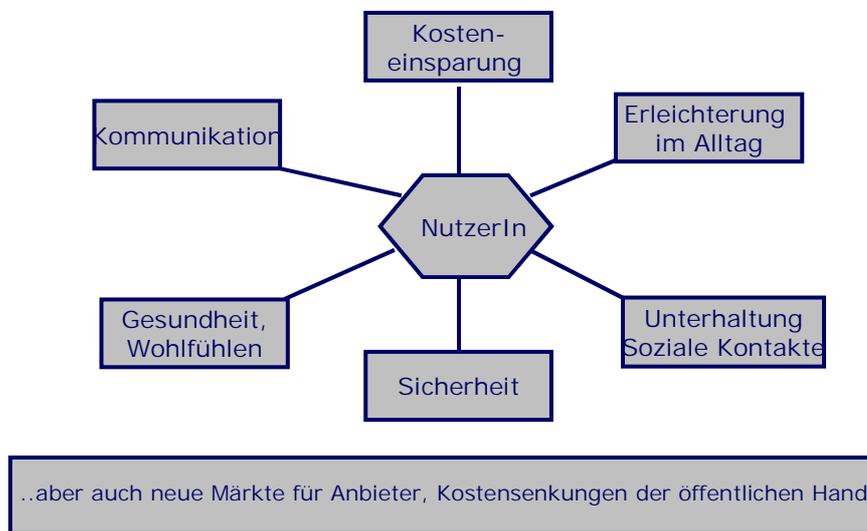
Das Erkennen der Bedürfnisse der (potenziellen) KundInnen sowie die Akzeptanz der Dienstleistung durch diese sind von elementarer Bedeutung. So wird in der Mehrzahl der vorgefundenen Kategorisierungen auch nach Kundenbedarf unterschieden – mit je verschieden stark ausgeprägten Feingliederungen.

Im Leitfaden für innovative Dienstleistungen „rund ums Wohnen“, herausgegeben vom Bundesverband deutscher Wohnungsunternehmen, findet sich ein Beispiel, in welchem die Bedarfsbereiche nach der Art des Nutzens für den Kunden sortiert sind (Hohm et al. 2004). Dieselbe Dienstleistung kann dabei mehrere Bedarfsbereiche abdecken.

- Haushaltshilfe und Hol- und Bringdienste sorgen für *Entlastung im Alltag*.
- *Sicherheit* bieten Concierge und Notrufeinrichtung.
- *Soziale Kontakte* werden durch Ausflugs- und Reiseangebote sowie einen Gemeinschaftsraum für Feiern und Treffs erleichtert.
- *Gesundheit und Wohlbefinden* werden von Notrufeinrichtungen, Gesundheitsberatung und Pflegediensten unterstützt.
- Ausflugs- und Reiseangebote bieten zudem *Erlebnis und Anregung*.
- *Sparen* kann man schließlich dank Rabatt- und Belohnungssystemen oder Energieberatung.

² „**Sharing** bezeichnet die Nutzung eines einzelnen Sachgutes durch mehrere Personen. Ein Trägermedium (Produkt) wird einem geschlossenen Nutzerkreis zur Verfügung gestellt. [...] **Pooling** unterscheidet sich vom Sharing dadurch, dass mehrere Nutzer einen gemeinsamen Zugang zu mehreren Gütern (Pool-Angebot) haben. Mehrere Trägermedien (Produkte) werden einem im Prinzip offenen Nutzerkreis zur Verfügung gestellt.“ (Hrauda et al. 2003, 15)

Kundenbedürfnisse als Grundlage für online Homeservices



© Maerki Management Consulting

Quelle: das fernlicht 2003

Auf Entlastung im Haushalt zielen sehr viele Heimservices ab. Vielfältige Alltagsbeschäftigungen kosten Mühe und Zeit, wie etwa die Arbeit im Haushalt (z.B. Kochen, Putzen, Waschen) oder die Beschaffung von Produkten und Lebensmitteln des täglichen Gebrauchs.

Der Schutz vor Bedrohung ist für viele BewohnerInnen zentrales Bedürfnis. Neben der sozialen Sicherheit spielt auch die technische Sicherheit eine wichtige Rolle. Diese kann durch bestimmte Zusatzeinrichtungen gewährleistet und erhöht werden.

Das Wohnen bietet einerseits den Rahmen für soziale Aktivitäten mit der Familie, den NachbarInnen, FreundInnen und Bekannten und andererseits für den Rückzug in das Private. Beiden Bedürfnissen kann durch entsprechende Zusatzausstattungen bzw. –angebote entgegen gekommen werden.

Die wachsende Zahl an SeniorInnen ist einer der wichtigsten Gründe für den wachsenden Bedarf an medizinischen und gesundheitsbezogenen Dienstleistungen. Ein beträchtlicher Teil dieser Leistungen wird heute – und in Zukunft noch verstärkt – in den Wohnräumen in Anspruch genommen.

Vom allgemeinen und sich zukünftig noch verstärkenden Trend zum „sinnlichen Erleben“ ist auch das Wohnen nicht ausgenommen. Vor allem jüngere BewohnerInnen äußern neuartige Wohnwünsche, deren Realisierung durch verschiedene ergänzende Services unterstützt werden kann.

Das Sparmotiv hat bei KundInnen der vermietenden Wohnungswirtschaft besondere Relevanz. Daher könnten Rabatte und Vergünstigungen oder die Senkung der Betriebskosten für diese besonders interessant sein.

Eine groß angelegte Studie befasst sich mit nachhaltigen Dienstleistungen in verschiedenen europäischen Ländern – darunter Österreich (Halme et al. 2004). Im Rahmen dieser Arbeit hat man sich auf folgende Vergleichsbereiche festgelegt:

- *Beratung und Information*
- *Pflege und Beaufsichtigung*
- *Freizeitaktivitäten*
- *Reparatur*
- *Mobilität und Zustellung*
- *Sicherheit*
- *Versorgung und Entsorgung*

Inhaltlich neu ist in diesem Beispiel im Vergleich zu vorigem die Kategorie Beratung und Information. Die übrigen lassen sich inhaltlich in obige einpassen. Das Bedürfnis nach Beratung und Information, welche unkompliziert und leicht zugänglich sind, liegt auf der Hand. Nicht nur das Phänomen der Heimservices ist auf den ersten Blick komplex und unübersichtlich, sondern auch die tägliche Informationsflut. Diese ist uns einerseits zunehmend ein Bedürfnis, andererseits kann sie uns auch überfordern. Die wachsende Vielfalt des Wohnens – seien es Wohnformen, Wohnbedürfnisse oder Dienstleistungen rund ums Wohnen – verlangen nach Möglichkeiten für den Kunden, sich Übersicht zu verschaffen.

Information kann aber auch in eine andere Richtung gehen. Dann geht es nicht um den Überblick über Bestehendes, sondern vielmehr um ein *Mehr* an Information, welche auch ein Mehr an Teilhabe an einer Bewohnergemeinschaft bedeuten kann. Auf einer Community-Plattform im Internet können sich die MieterInnen beispielsweise jederzeit über Veranstaltungen und Aktivitäten in der Wohnanlage informieren und im Forum Klatsch und Tratsch mit den Nachbarn austauschen – oder diese überhaupt kennen lernen (vgl. Kapitel 8).

Unter dem Titel „Dienstleistungen in der Wohnungswirtschaft: professionelle Entwicklung neuer Serviceangebote“ fand 2002 in Mannheim ein Workshop statt, initiiert von einer Reihe von Veranstaltern aus Wirtschaft und Forschung, gefördert vom Deutschen Bundesministerium für Bildung und Forschung. In diesem wurde folgende Differenzierung ausgearbeitet:

- *Finanz- und Schuldnerberatung*
- *Gebäudereinigung*
- *Hauswirtschaftliche Dienste*
- *Beratung und Vermittlung von sozialen Diensten und Hilfen*
- *Fahr- und Transportdienste*
- *Technische Notruf-, Überwachungs- und Sicherheitsdienste*
- *Kommunikations- und Freizeitangebote*
- *Sozialpädagogische Dienste*

Im Vergleich zu anderen möglichen Gliederungen werden hier Leistungen, welche auf die soziale Unterstützung (z.B. Schuldnerberatung, Vermittlung von Sozialdiensten, sozialpädagogische Dienste) abzielen, stärker betont. Dies wird verständlich, wenn man sich die Beispiele, welche hier für den Wandel in der Wohnungswirtschaft angeführt werden, vergegenwärtigt. Demnach ändern sich die Bedingungen der Wohnungswirtschaft etwa durch die Verringerung der Fördermittel für den Mietwohnungsbau, den Abbau der Belegungszwänge, den allgemeinen Wandel vom Vermieter- zum Mietermarkt und die Veränderung der Klientel vor dem Hintergrund von Segregation, Migration und demografischem Wandel (vgl. Kapitel 4). Die Beratungsleistungen werden hier näher spezifiziert und unterteilt. Offenbar haben die AutorInnen auch so genannte soziale Brennpunkte im Auge. Mittels der wohnungsnahen Dienstleistungen sollen Konflikte eingedämmt und Kommunikation und friedliche Koexistenz gefördert werden. Weiters werden Gebäudereinigungsdienste separat von hauswirtschaftlichen Diensten angeführt. Botendienste, Sicherheitsleistungen und Freizeitangebote wiederum sind häufig genannte Kategorien.

Hrauda et al. liefern in ihrer Studie über die Nachhaltigkeit von Dienstleistungen am Wiener Markt ein weiteres Beispiel einer möglichen Einteilung (Hrauda et al. 2002, 2). Es handelt sich dabei um folgende von ihnen analysierten Bedarfssfelder:

- *Mobilität* umfasst Carsharing, Radverleih, Transport.
- *Energie* zielt auf Heizen, Kühlen, Warmwasser und Alternativenergie ab.
- *Reinigung* meint Putzen, Waschen und Bügeln.
- Zu *Instandhaltung* gehören Wartung und Reparatur.
- *Verleihangebote* können im Hinblick auf Werkzeug und Rasenmäher vorliegen.
- *Sicherheit* beinhaltet Notruf, Bewachung und Brandschutz.
- Die *Soziale Betreuung* kann für Kranke und Ältere, als Kindergarten oder Lernaufsicht angeboten werden.

Ein ebenfalls gebräuchlicher Überbegriff für Heimservices ist derjenige der *komplementären Dienstleistungen* gegenüber den Kerndienstleistungen von Bau- und Baunebengewerbe. Sie werden als „Zusatzangebote verstanden, die eine Immobilie attraktiver werden lassen und sie von konkurrierenden Unternehmen abheben“ (Hrauda et al. 2002, 19). Hier werden acht Dienstleistungsfelder nochmals einer Feingliederung unterzogen:

- *Beratung* beinhaltet Umwelt und Energie, Soziales sowie Finanzen.
- Die *Betreuung* zielt auf das (Wohn)objekt inklusive Instandhaltung, die Wohnung, Menschen und Tiere ab.
- Zu *Freizeit* sind Sport und Kultur zu zählen.
- *Reinigung und Instandhaltung* inkludiert Reparatur, Wartung und Reinigung.
- *Information und Kommunikation* können Informations- und Kommunikationsplattformen und Infrastruktur sein.
- Zu *Mobilität* gehören Carsharing, Mietwagen und Taxi, Zustelldienste sowie Botendienste.
- Der Bereich *Sicherheit* lässt sich in Objekt, Wohnung und Mensch gliedern.
- Und zu *Versorgung und Entsorgung* gehören Energieversorgung, Wasserversorgung sowie Abfallentsorgung.

Wird dieses Beispiel mit vorangegangenen kontrastiert, so zeigt sich, wie wenig eindeutig derlei Zuordnungen getroffen werden können. Während hier Botendienste etwa dem Bereich Mobilität zugeteilt werden, fallen diese andernorts unter Haushaltshilfe oder soziale Betreuung. Ebenso kann Beratung anstelle einer eigenen Kategorie im Falle von Sozialberatung unter die Kategorie soziale Dienstleistungen, wie sie im nächsten Beispiel vorgeschlagen wird, fallen.

Fehr schlägt eine relativ feingliedrige und umfassende Unterteilung der Dienstleistungsfelder vor (Fehr 2000):

- Unter *soziale Dienstleistungen* fallen die Betreuung, Pflege oder praktische Unterstützung von Kindern, Jugendlichen, SeniorInnen oder von bestimmten Bewohnergruppen mit besonderen Problemen. Beispiele: die individuelle Kinderbetreuung und das Mehr-Generationen-Wohnen.
- *Freizeitdienstleistungen* dienen der Erholung bzw. dem Vergnügen der MieterInnen. Beispiele: Einrichtungen wie Schwimmbad und Sauna.
- *Objektdienstleistungen* umfassen Reinigungs- und Pflegeaufgaben am Wohngebäude und im Umfeld. Beispiele: Winterdienst und Gartenpflege.
- *Handwerkliche Dienstleistungen* beinhalten Installations- und Reparaturaufgaben innerhalb der Wohnung, die nicht im Verantwortungsbereich der VermieterInnen liegen. Beispiele: die Einrichtung eines Hausbetreuungs zentrums und die Aufstellung eines Reparaturtrupps.

- Mit *hauswirtschaftlichen Dienstleistungen* ist das Übernehmen von Aufgaben, welche die Beschaffung, Säuberung, Zubereitung oder Entsorgung von Gegenständen im bzw. für den privaten Haushalt betreffen, gemeint. Beispiele: Fensterputzen, Kochen, Essenszulieferung, Wäscheservice, Bügeldienste und Urlaubsbetreuung.
- *Informations- und Kommunikationsdienstleistungen* unterstützen die Wissensbeschaffung bzw. den Kontakt mit Dritten. Beispiele: ein Internet-Provider-Dienst, die elektronische Mieterzeitung über Videotext und die Einbindung von Internetanschlüssen in die Bauplanung.
- *Sicherheitsdienstleistungen* sorgen für Schutz in der Wohnung und im Haus. Beispiele: Einrichtung eines Wachdienstes und eine zentral angeschlossene Alarmanlage.
- Und *Finanzdienstleistungen* schließlich bieten die Möglichkeiten zur Anlage oder Beschaffung von Liquidität sowie die Gewährung von Versicherungsschutz. Beispiele: Formen des Bausparens, Haftpflichtversicherung, Delogierungsprävention für Betroffene oder Beratungsgespräche zu anderen Problemstellungen.

Sämtliche bisher in diesem Kapitel angeführten Differenzierungsbeispiele aus Sicht des Kundenbedarfs orientieren sich nicht an namentlich genannten Anbietern. Sie sind nicht allein aufgrund der Analyse konkreter Dienstleister entstanden, sondern aus einer generelleren Perspektive heraus, d.h. eines allgemeineren Überblicks über angebotene Heimservices resp. über eruierte Kundenbedürfnisse.

Eine solche Analyse haushaltsnaher Dienste liegt in Form einer aktuellen studentischen Arbeit über das Angebot zweier Wiener Einrichtungen vor (Winkler et al. 2003). Anhand der Initiative „HomeService“ und des Vereins „Neue Arbeit“ wird eine spezifische Einteilung für Wien vorgenommen.

„HomeService“ ist eine gemeinsame Initiative des „Arbeitsmarktservice Wien“ und des „Wiener ArbeitnehmerInnen-Förderungs fonds“, durchgeführt von „Sozial Global“ und gefördert im Rahmen des territorialen Beschäftigungspaktes aus Mitteln des Bundes, der Gemeinde Wien und des Europäischen Sozialfonds, zur Schaffung neuer Arbeitsplätze im Bereich haushaltsbezogener Dienstleistungen. „HomeService“ ist eine Abteilung des Trägervereins „Sozial Global AG“, wird gänzlich vom „AMS Wien“ gefördert und hat eine Sonderstellung.

Der Verein Neue Arbeit ist ein sozialökonomischer Betrieb (SÖB) in Kärnten mit der Hauptniederlassung St. Veit an der Glan und Zweigstellen in Feldkirchen und Klagenfurt. Die Hauptpartner von „Neue Arbeit“ sind das AMS und das Bundessozialamt Kärnten.

Einem relativ groben Raster folgt die Einteilung basierend auf der Analyse der beiden typischen Wiener Anbieter:

- Unter *hauswirtschaftliche Reinigung* fallen Komplettreinigung, Fußbodenreinigung, Gartenarbeiten, Waschen und Bügeln der Haushaltswäsche etc..
- *Hauswartsdienste* umfassen Instandhaltung, Instandsetzung, Reinigung der Mülltonnenplätze etc..
- Im *Service für Kinder* können spezielle Fürsorge für Kleinkinder, Babysitting, Hilfe bei Schulaufgaben etc. inkludiert sein.
- Zum *Service für SeniorInnen* sind Vorlesen, Einkauf, Hilfe beim Arztbesuch etc. zu zählen.
- Unter *weitere Angebote* wird ein Veranstaltungsservice und dergleichen subsumiert.

Kategorisierungen in der bisher beschriebenen Art finden sich vornehmlich in wissenschaftlicher Forschungsliteratur. Sie liefern ein Instrument zur Analyse bestehender (und zukünftiger) Services rund ums Wohnen – sei es aus ökonomischer, ökologischer oder soziologischer Perspektive. Auch auf der Seite der Wohnungsunternehmen respektive

anderer Anbieter können Einteilungen dieser Art hilfreich sein. Im Hinblick auf die (potenziellen) KundInnen ist in der Praxis des Dienstleistens jedoch eine Konkretisierung erforderlich. Die Einzelleistungen sind klar zu benennen, und entsprechen daher auch nicht mehr Kategorien oder Typisierungen.

2.5 Vergleich konkreter Angebote in Wien bzw. Österreich

Im Falle der vom Anbieter direkt an die (potenziellen) KundInnen gerichtete Angebotspalette, beispielsweise auf seiner Homepage, ist eine deutliche Benennung der konkreten Leistungen gefordert. Diese findet sich zwar schon in vielen der oben ausgeführten Typologisierungen, wird hier jedoch teilweise noch klarer ersichtlich. Es handelt sich dann auch eher um Auflistungen spezifischer Arbeiten als um (analytische) Kategorisierungen. vor dem Hintergrund des Forschungsschwerpunkts Wien fällt die Wahl auf Wiener bzw. österreichische Beispiele.

Der HomeService Österreich (www.homeservice.at) bietet in folgenden Bereichen Arbeitsleistungen an:

- *Reinigung im Privathaushalt*
- *Wäsche und Bügelservice*
- *Kinderbetreuung*
- *Pflege der Zimmerpflanzen*
- *Botengänge*
- *Housesitting*
- *Einkaufsservice*
- *Pflege des Gartens*
- *Anwesenheitsdienst*

Das „Wohnen mit Service“ ist ein Angebot der Volkshilfe Wien in Zusammenarbeit mit dem EU Projekt „Wohnen und Arbeiten“ und der BUWOG. Ziel ist es, Menschen in schlechten Einkommenssituationen und bedroht von Wohnungslosigkeit den Einstieg in den Arbeitsalltag zu ermöglichen. Die Volkshilfe ist dabei für die Betreuung der Wohnhausanlagen zuständig. „Wohnen mit Service“ hält folgende Angebote bereit:

- *Reinigung*
- *Kleidungsservice*
- *Urlaubsservice*
- *Einkaufs- und Botenservice*
- *Haustiersitting*
- *Infoservice*
- *Instandhaltung*
- *Pflanzen- und Gartenbetreuung*

Der Verein „Neue Arbeit“ ist ein innovatives Beschäftigungsmodell, 1995 in Klagenfurt initiiert zur Wiedereingliederung von Menschen mit Behinderungen, Langzeitarbeitslosen und Menschen zwischen den Lebensabschnitten (vgl. www.neue-arbeit.at). Neben Heimserviceleistungen stehen die MitarbeiterInnen auch für Jobs außerhalb wohnungsnaher Services zur Verfügung, z.B. die Mitarbeit in einem Betrieb, die Pflege eines öffentlichen Gartens oder die Mithilfe in einer Betriebsküche. An reinen Heimdienstleistungen werden geboten:

- *Wäsche- und Bügeldienst*
- *Änderungsschneiderei*

- *Reinigungsdienst*
- *Haushaltsnahe Dienstleistungen*
- *Gartenarbeit*
- *Baunebengewerbe*
- *Instandhaltung*

Ein vergleichbares Projekt läuft im Raum Wien und heißt Haus- und Heimservice (SÖB). Als Financiers zeichnen das AMS und der Europäische Sozialfonds (ESF) verantwortlich, Träger ist das Wiener Hilfswerk (vgl. www.ams.or.at). Ziel ist auch hier die Integration von Langzeitarbeitslosen in den Arbeitsmarkt. Angeboten werden Arbeiten im und ums Haus:

- *Allgemeine Reinigung*, darunter fallen Staub saugen, Boden wischen, Fenster putzen und Großputz,
- *Wäsche waschen und bügeln*,
- *Begleitedienst*,
- *Gartenarbeiten*,
- *Botengänge*,
- *Einkäufe erledigen*,
- *Übersiedlungshilfe* (Verpacken von Übersiedlungsgut).

In einer vergleichenden Darstellung der vier Beispiele von Angebotspaletten in der Praxis von Heimservices wird deutlich, dass keiner der Anbieter durch ein besonders ausgefallenes Angebot hervorsteht. Das Gros der Dienste ist deckungsgleich. Außerdem bewegen sich die Dienste in einem relativ engen Rahmen rund um traditionelle Services im Bereich hauswirtschaftlicher Unterstützung. Allerdings ist dabei zu bedenken, dass es sich bei diesen Beispielen gänzlich um Arbeitsmarktinitiativen handelt. Das heißt, dass das Bedürfnis nicht primär aus dem Markt bzw. auf Seiten der potenziellen Kundschaft entstanden ist, sondern aus dem Wunsch heraus, Menschen ohne Beschäftigung eine solche zu ermöglichen

	Home Service	Wohnen mit Service	Neue Arbeit	Haus- und Heimservice
Reinigung	X	X	X	X
Kleidungs-service	X	X	X	X
Pflanzen- und Gartenbetreuung	X	X	X	X
Einkaufs- und Botengänge	X	X	X	X
Urlaubsservice/ Housesitting	X	X		
Instandhaltung		X	X	
Kinderbetreuung	X			
Änderungsschneiderei			X	
Infoservice		X		
Haustiersitting		X		
Begleitedienst				X
Übersiedlung				X

Quelle: das fernlicht 2004

Hier sind nun zwar einige Leistungen aufgelistet, welche nur von *einem* Anbieter genannt werden. Dies ist aber insofern zu relativieren, als gewisse Dienste vermutlich auf Anfrage auch von den anderen erbracht werden würden. Und was beim Verein „Neue Arbeit“ unter haushaltsnahe Dienstleistungen fällt, ist auch nicht näher spezifiziert. Insofern kann lediglich fest gestellt werden, dass die Paletten der einzelnen Anbieter nur gering variieren und sich im Bereich „klassischer“ Heimhilfe bewegen.

2.6 Differenzierungen für spezielle Zielgruppen

Während obige Darstellungen von Dienstleistungen nicht auf eine näher spezifizierte Zielgruppe hinweisen, wird in anderen Auflistungen der Schwerpunkt klar auf die Bedürfnisse einer bestimmten Bewohnergruppe gelegt. Beispielhaft wird eine Typisierung für die Gruppe der SeniorInnen ausgewählt, da diese aufgrund demografischer Entwicklungen und dem Trend zur Individualisierung – heute und noch verstärkt in der Zukunft – zu den größten und damit bedeutendsten Gruppen von Wohnenden zu zählen sind (vgl. Kapitel 4).

Kremer-Preiß und Stolarz (2003) identifizieren folgende Betreuungsdienste für SeniorInnen:

- *Bauliche Maßnahmen und Betreuungsangebote zur Verbesserung der „normalen“ Wohnsituation* umfassen Beratung zur individuellen Wohnanpassung und zu Wohnalternativen, strukturelle Anpassung des Wohnungsbestandes, Schaffung barrierefreier, gemeinschaftsfördernder Wohnungen durch Neubau und Modernisierung.
- *Hilfeangebote im Quartier* gliedern sich in zugehende Beratung, Koordination und Vermittlung von Diensten (im Unterschied zur Erbringung von Pflegediensten), Angebot von bezahlbaren „komplementären Diensten“, die sonst schwer zugänglich sind (z.B. Einkaufshilfen, häusliche Dienste).
- *Angebote zur sozialen Integration* bieten die Bereitstellung von Gemeinschaftsräumen sowie Gemeinschafts- und Freizeitangebote in Verbindung mit der Förderung von Selbst- und Nachbarschaftshilfe.
- *Organisation der häuslichen Pflege und sonstiger hauswirtschaftlicher Hilfen* beinhaltet die Vermittlung von ambulanten Diensten und Hilfen, die Koordination von Hilfen, insbesondere von Pflegediensten, die Beratung und Hilfe bei der Sicherstellung der Finanzierung der vermittelten Dienste, die Begleitung bei Besuchen des medizinischen Dienstes und die Hilfe bei der Organisation von Pflegehilfsmitteln.
- Weiters gibt es die *Kooperation mit den vor Ort tätigen Einrichtungen oder Personen im Bereich der Altenhilfe* (z.B. Pflegedienste, Krankenhäuser, Ärzte etc.).
- Und schließlich kann *Beratung, Hilfe und Begleitung bei Behördenangelegenheiten*, zum Beispiel bei der Beantragung von Wohngeld, angeboten werden.

Hier besteht eine Reihe der Dienstleistungen vor allem in der Vermittlung von Leistungen, welche dann von einem anderen Anbieter erbracht werden. Dies ist angesichts der Vielzahl unterschiedlicher Anbieter sinnvoll. Insbesondere älteren und besonders hilfsbedürftigen Personen dürfte es teilweise schwer fallen, einen Überblick über die zahlreich angebotenen Dienste zu erlangen. Für diese Menschen ist es eine große Hilfe, wenn der Zugang zur benötigten Leistung von jemand anderem geschaffen wird. Sie wissen, an wen sie sich wenden können, um Beratungen, Informationen oder andere Hilfeleistungen zu erhalten.

3 Typisierung neuer (Online) Heimservices

3.1 Generierung von Heimservices

Einige der bisher vorgestellten Heimservices haben bereits eine lange Tradition. Ihre Geschichte gründet in der Idee karitativer Tätigkeit und sozialem Engagement für die Bedürftigen in der Gesellschaft. Ohne den neuen Anbietern letzteres absprechen zu wollen, ist eines dennoch klar: Auch der Bereich der Heimservices ist von der generellen Ökonomisierung der Lebensbereiche betroffen – mit steigender Tendenz. In diesem Sinne wird heute viel Energie auf die systematische Entwicklung von Dienstleistungen rund ums Wohnen (und generell) verwendet. Leistungspakete werden mittels ausgeklügelter Verfahren erstellt – stets mit den Zielen Kundenbindung und –gewinnung und Eröffnung neuer Ertragsfelder im Auge. Und die Konkurrenz wächst. Die Rentabilität des Geschäfts steht hier im Vordergrund.

In einem vom Bundesverband deutscher Wohnungsunternehmen herausgegebenen Leitfaden zur professionellen Entwicklung innovativer Dienstleistungen rund ums Wohnen geht es um Service Engineering in der Wohnungswirtschaft. *„Beim Service Engineering wird versucht, ingenieurwissenschaftliches Know-how aus dem Bereich der klassischen Produktentwicklung für die Entwicklung von Dienstleistungen nutzbar zu machen.“* (Hohm et al. 2004, 13) Vom Deutschen Institut für Normung (DIN) wird Service Engineering als *systematische Entwicklung und Gestaltung von Dienstleistungen unter Verwendung geeigneter Methoden und Verfahren* verstanden (vgl. ebenda). Beispielhaft fallen im vorgelegten Leitfaden die Unterscheidungen gleichfalls relativ grob aus:

- Die *Leistungsart* kann in der *Bereitstellung, Beratung* oder *Verrichtung* bestehen. Kriterium ist hierbei der Aktivitätscharakter des Services.
- Die *Affinität zur Wohnung* wird als *hoch, mittel* oder *gering* ausgewiesen. Der Grad der Affinität zur Kernleistung Wohnungsvermietung ist bestimmend dafür, ob es sich um komplementäre oder periphere Leistungen handelt.
- Die *Abrechnungsart* wird in *kostenfrei, Bezahlung durch den/die NutzerIn* und *Kostenanteil durch den/die NutzerIn* unterschieden. Die Verrechnung kann also individuell nach Inanspruchnahme (eigenständige Dienstleistung) oder über Miete bzw. Nebenkosten, also für die prinzipielle Verfügbarkeit (Mietnebenleistung) erfolgen. Weitere Varianten sind die Kostenfreiheit und der Kostenanteil des Nutzers oder der Nutzerin.
- Hinsichtlich des *Gegenstands der Kundeninteraktion* kann die Dienstleistung entweder *objektbezogen* (z.B. Möbeltransport) oder *personenbezogen* (z.B. Kinderbetreuung).
- Beim *Ort der Leistungserstellung* wird zwischen *zentralen Dienstleistungen* und *dezentralen, an ein bestimmtes Quartier bzw. Gebäude gebundenen Angebote* unterschieden.
- Im Angebot von Dienstleistungen kann die *Rolle des Wohnungsunternehmens* diejenige eines *Anbieters, Vermittlers oder Initiators und Betreuers für selbstorganisierte Projekte der BewohnerInnen* sein. Damit ist nicht einmal die Differenz zwischen formellen und informellen Leistungen eindeutig zu bestimmen. Denn ist die alljährliche Weihnachtsfeier, initiiert vom Unternehmer, organisiert von der Bewohnerschaft eine informelle oder eine formelle Leistung?

Dies sind mögliche Aspekte, welche bei der Entwicklung von Leistungsangeboten zu berücksichtigen sind. Zu diesem Angebot kommt man gemäß des Leitfadens „Service Engineering in der Wohnungswirtschaft“ mittels eines komplexen, mehrstufigen Verfahrens mit zahlreichen Zwischenschritten und –analysen. Ausgangspunkt ist eine Situationsanalyse, gefolgt von der Ideenfindung für neue Dienstleistungen. Danach gilt es ein Design-Konzept und ein Marketing-Konzept auszuarbeiten. Schließlich werden die neuen Leistungen eingeführt und gemanagt. Wichtiger Bestandteil der Konzeption ist die Markt- und Kundenforschung.

Dies ist ein auch Beispiel dafür, welche neuen Anbieter sich für den Wettbewerb rüsten, und wie sie sich das nötige Rüstzeug zu holen gedenken. Auf der einen Seite wird es sich um Leistungen handeln, welche zwar bereits bekannt sind, aber möglicherweise in einer innovativen Form angeboten werden. Das kann der Malerbetrieb sein, der neben sämtlichen Handwerksarbeiten auch noch Reinigungen und Botendienste im Angebot führt, und all dies auf einer Internet Plattform gemeinsam mit anderen Gewerbetreibenden vor Ort bewirbt. Und auf der anderen Seite wird es auch tatsächlich neuartige Leistungsangebote geben. Ein Beispiel aus dem Bereich Telemedizin/E-Care ist der mit einer Zentrale verbundene Notrufsensor in der Wohnung, welcher auf (ausbleibende) Bewegungen im Raum reagiert. Sowohl neue Angebotsformen als auch neue Angebote werden sich wesentlich um das Schwerpunktthema Online Heimservices drehen.

3.2 Der Heimservice der Zukunft – Das Idealszenario

„Neulich ruft beim Servicedienst eines Waschmaschinenherstellers eine Waschmaschine an, vielmehr sie schickt ein SMS, „Heizstäbe verkalkt“! Nachdem der Servicetechniker Alter und Bautyp der Waschmaschine erfragt hat, vereinbart sie nach Rücksprache mit dem Organizer ihres „Nutzungsvertragsnehmers“ einen Reparaturtermin. Während sich die Waschmaschine im ihrem Gesundheitszustand kümmert, kontrolliert der Kühlschrank inzwischen seinen Inhalt, und bestellt fehlende Lebensmittel für das Abendessen im Supermarkt. Die eingelagerten Lebensmittel hat er durch die Strichcodes gespeichert, er braucht sie nur mit den aus dem Internet heruntergeladenen Rezeptangaben vergleichen. Der Zustelldienst bringt die Lebensmittel und gibt die verderblichen Waren in eine Kühlbox an der Haustür.

In diesem Haus braucht man wirklich nur zu wohnen, denn die verschiedenen Geräte halten den Haushalt selbst aufrecht. Bewegungsmelder erkennen unbekannte Bewegungsmuster und verständigen in Zusammenhang mit Sensoren an Haustür und Fenster bei Bedarf ein Wachdienst. Feuchtigkeitsmelder im Vorgarten schließen bereits bei leichtem Nieselregen gekippte Fenster, im Inneren der Wohnung sorgen sie dafür, dass bei hoher Luftfeuchtigkeit entweder die Fenster kurze Zeit geöffnet werden oder bei Fortdauern der erhöhten Feuchtigkeit ein Conciergedienst der Wohnanlage verständigt wird, denn das ist ein Hinweis auf einen Wasserschaden.

Im Winter ist die Heizung so programmiert, dass sie die Wohnung rechtzeitig vorwärmt, das Bad ein wenig mehr als die übrigen Räume. In Abhängigkeit von der Raumwärme wird auch die Bewässerung der Hydrokulturen gesteuert, die ein wichtiges Element für die nach Fengshui eingerichtete Wohnung sind.

Verschiebbare Wände ermöglichen es, dass die Raumgröße je nach Familienzuwachs verändert werden kann. So wird es auch möglich, dass ältere Familienmitglieder bei Pflegebedürftigkeit einfacher wieder in den Familienverband aufgenommen werden können.

Was nicht elektronisch erledigt werden kann, dafür gibt es eine ganze Palette von verschiedenen Helfern. Bei einem rund um die Uhr besetzten elektronischen Helpdesk in der Rezeption der Wohnhausanlage kann man je nach Bedarf verschiedene Dienstleistungen bestellen. Viele sind vor Ort stationiert, so dass lange Wege vermieden werden. Kleine Reparaturarbeiten bei Notfällen, die meist in der Nacht oder am Wochenende akut werden, übernimmt der Conciergedienst. Wenn ein Familienmitglied plötzlich krank wird, kann man eine Familienhelferin in Anspruch nehmen, die im Haushalt, bei der Pflege oder wo immer sie gebraucht wird, aushilft. Gebucht werden diese Dienste über das hauseigene Intranet, man braucht die Wohnung erst gar nicht zu verlassen, die Abrechnung erfolgt mit der Mietvorschreibung.

Gleichzeitig ist das Intranet eine ideale Informationsbörse, über das eine weitläufige Kommunikation zwischen den Bewohnern der Wohnhausanlage möglich ist. Zusätzlich stehen verschiedene Gemeinschaftseinrichtungen zur Verfügung, die den Schritt vom virtuellen zum persönlichen Kontakt ermöglichen. So verfügt die Wohnhausanlage unter anderem auch über einen großen Mehrzweckraum, der sowohl für den alljährlichen Hausball genutzt werden kann, mit wenig Aufwand aber auch so zu verkleinern ist, dass die fünf Teilnehmer am Chinesisch Sprachkurs einen angenehmen Kursraum haben.

Um diese Infrastruktur zu ermöglichen, hat es schon Planungs- und später auch in der Bauphase einen intensiven Kontakt zu den Wohnungsnutzern gegeben, so dass auch individuelle Wünsche berücksichtigt werden konnten. Gleichzeitig sorgen flexible Rahmenbedingungen, wie z. B. die Bauordnung aber auch Förderungen für gesteigertes Dienstleistungsangebot dafür, dass Ideen nicht nur am Papier bleiben, sondern auch umgesetzt werden können." (Beispiel aus Hrauda et al. 2003, 4)

Im Vergleich mit „klassischen“ Heimservices kann hier durchaus von einer neuen Qualität gesprochen werden, und zwar in Bezug auf die Leistungen, die Anbieter als auch die Wohnenden. Viele Aspekte sind noch in einer sehr frühen Phase der Entwicklung oder sogar erst als Ideen der Zukunft vorhanden. Daher sind auch Kategorisierungen von Online Heimservices erst ansatzweise vorhanden bzw. im Entstehen begriffen.

3.3 Differenzierung von Online Heimservices

Der Begriff der Online Homerservices beinhaltet eine breite Palette möglicher Leistungen. Diese können entweder als Ergänzung zu oder als Ersatz von herkömmlichen Diensten zum Tragen kommen.

Bei Online Plattformen lassen sich drei Stufen mit zunehmendem Komplexitätsgrad unterscheiden:

- *Information* („traditionelle“ Webseiten)
- *Kommunikation* (interaktiv)
- *Transaktion* (Geschäftsabschlüsse)

Zwar kann auch die Möglichkeit, online Produkte zu bestellen, als Heimservice definiert werden; da sie in der Regel jedoch eher die Fortführung einer althergebrachten Dienstleistung mittels anderer Kommunikationsmittel darstellt, spielt sie hier eine untergeordnete Rolle. Zudem ist es nicht zwingend notwendig, die Leistung von Zuhause, also der Wohnung aus, in Anspruch zu nehmen. Demgegenüber sind etwa Heimservice Plattformen tatsächlich Anbieter von wohnungsnahen Dienstleistungen. Sie offerieren den Herstellern von Weißer und Brauner Ware sowie Service Providern die Möglichkeit,

innovative Dienste anzubieten, z.B. die Ferndiagnose, -wartung und -steuerung, Hausüberwachung, Entertainmentinhalte und Informationen. Weiteres Innovationspotenzial liegt in den Bereichen Telemedizin/E-Care und E-Learning. Im Zusammenhang mit Online Homerservices sind zudem Internet Plattformen von Hausgemeinschaften (z.B. Wohnpark Alt Erlaa, Mischek Tower) von Bedeutung. Diese dienen sowohl der virtuellen als auch der tatsächlichen Vernetzung der Bewohnerschaft.



Wohnpark Alt Erlaa



Mischek Tower (Donau City)

Die Initiative CELTIC im Rahmen der EUREKA, einem europäischen Netzwerk zur Förderung von Kooperationen zur Entwicklung innovativer Produkte, ist derzeit darum bemüht, eine solche Heimservice Plattform zu entwickeln. Im Antrag für die Produktentwicklung wird eine Unterteilung, welche hier noch um drei weitere Kategorien ergänzt wird, vorgenommen. Die zusätzlichen drei – E-Commerce, E-Government, E-Banking – sind zu den bereits etablierteren Leistungsangeboten zu zählen.

- *E-Care und Sozialkontakte* (z.B. Community Plattformen in vernetzten Wohnhausanlagen, Telemedizin)
- *Home Entertainment* (z.B. interaktives Fernsehen)

- *E-Learning*
- *Home Automation* (z.B. technische Wohnungsbetreuung, vernetzte Haustechnik, Anwesenheitssimulation)
- *E-Commerce* (Home Shopping)
- *E-Government* (z.B. auch virtueller Dorfplatz)
- *E-Banking*

Auch diese Art der Dienstleistungen kann aus der Perspektive des Nutzens für die KonsumentInnen (bzw. ihrer Bedürfnisse) betrachtet werden. Dabei stehen im wesentlichen dieselben Vorzüge wie bei den eher traditionellen Angeboten im Vordergrund. Online Heimservices können gleichfalls eine Verbesserung in den Bereichen Entlastung im Alltag, soziale Kontakte, Erlebnis und Anregung, Gesundheit und Wohlbefinden, Sicherheit und Sparen bedeuten.

3.4 Kategorisierungsvorschläge für Online Heimservices

Die Kombination von *Online* und *Heimdienst* kann eine Reihe möglicher Gestalten annehmen. Zunächst ist vorstellbar, dass eine „traditionelle“ Dienstleistung wie „Essen auf Rädern“ oder ein Reinigungsdienst auf einer eigenen Homepage angeboten wird, und zwar als Einzelleistung oder im Rahmen einer Leistungspalette. Die Leistungen können über die Seite gebucht werden. In diesem Fall wird eine herkömmliche Leistung über ein neues Kommunikationsmittel bezogen. Das neue an der Dienstleistung ist allenfalls das Angebot als Paket. Immer mehr Anbieter verbreitern nämlich ihre Angebotspalette. Während es früher für spezifische Heimdienste jeweils einzelne ExpertInnen gab, bieten heute viele neben den Kernleistungen eine Reihe von Zusatzdiensten an, um am Markt bestehen zu können (vgl. Kapitel 6).

Als nächstes wäre eine Heimservice Plattform vernetzter Anbieter denkbar. Dabei bewegen sich die Angebote zwar noch im „traditionellen“ Bereich, die Buchungsart über das Internet sowie die Kooperation über eine gemeinsame Plattform wären jedoch neuartig.

Eine weitere Entwicklungsstufe bedeutet dann neue Leistungsarten. Diese können insofern neu sein, als sie „alte“ ersetzen, ergänzen oder erneuern. Das „virtuelle Kaffeekränzchen“ zum Beispiel kann eine geschätzte Ergänzung zum realen Beisammensitzen sein, wird dieses aber kaum ganz verdrängen. Innovative Sicherheitstechnologien hingegen können den patrouillierenden Wachmann durchaus obsolet werden lassen. Spätestens beim Alarmschlagen würde seine Präsenz aber wohl wieder aktuell. Vernetzte Hausgemeinschaften wiederum können zu einem Mehr an sozialen Kontakten auch außerhalb des Netzes führen, wie die Analyse der Fallbeispiele sowie der Expertengespräche zeigt (vgl. Kapitel 8). Beim Online Lieferservice von Lebensmitteln bleibt das Produkt unverändert, die Kommunikationsform und die Organisation der Lieferung hingegen sind neuartig.

In diesem Sinne sind eine Reihe unterschiedlicher Kombinationen von „alt“ und „neu“ im Hinblick auf Dienstleistungen, Anbieter, Kommunikations- und Organisationsformen vorstellbar. Vor dem Hintergrund bisheriger Erkenntnisse über Entwicklungen von Online Heimservices werden im Folgenden mögliche Gliederungen derselben entwickelt.

Zunächst kann nach dem Kriterium der *Wohnungsnähe* differenziert werden:

Wohnungsnähe Heimservices betreffen:

- *Telemedizin/E-Care*
- *Gebäudetechnik*, z.B. Grundversorgung, Remote Control, Gebäudeautomation
- *Hausgemeinschaft*, z.B. virtuelle Hausplattformen, Infoterminals, Buchung, Beratung

Bedingt wohnungsnah Heimservices sind:

- *Information und Content*, z.B. Internet-Downloads
- *E-Commerce*
- *E-Government, E-Voting*
- *E-Sport*
- *Internet-Beratung*

Eine weitere Möglichkeit ist die Kategorisierung nach der jeweiligen *Tätigkeit*:

- *Information und Beratung* (z.B. Inforecherche)
- *Interaktion*, z.B. aktives Kommunizieren mit einem Gegenüber
- *Transaktion*, z.B. ein Produkt online bestellen und bezahlen, tauschen
- *Download*, z.B. Musik, Filme, Spiele
- *Überwachung*, z.B. Monitoring (Telemedizin/E-Care)

Im Hinblick auf die mögliche Relevanz für die vorliegende Studie wird folgende Kategorisierung vorgeschlagen:

- *E-Commerce*: E-Commerce wird dabei v.a. als Kauf und Handel von nicht digitalen Produkten, z.B. Lebensmittel, Bücher, verstanden.
- *Telemedizin/E-Care*: E-Care umfasst insbesondere Fernüberwachung und Fernablesen von Vitaldaten.
- *Information und Content*: Hier sind digitalisierte Produkte und Dienstleistungen gemeint, z.B. Informationsdienstleistungen, Videoschnitt, Downloads, E-Learning, E-Government.
- *Objektbezogene Dienstleistungen*: Diese betreffen Sicherheitsdienstleistungen (z.B. Zugangskontrollen), Reservierungen, Verbrauchermessung, Kostensharing, Haustechnik etc..
- *Beratung (weniger wohnungsnah)*: Beratungsleistungen können z.B. in Form von Finanzberatung, Gesundheitsberatung, Reiseberatung erfolgen.

Inwiefern die in den bisherigen Kapiteln vorgestellten (Online) Heimservices besonders relevant für Wien sind und sein werden, wird nun anhand wichtiger gesellschaftlichen, wirtschaftlicher und technologischer Entwicklungen gezeigt.

4 Hintergrund zukünftiger Heimservices in Wien

Um eine Einschätzung zukünftiger Entwicklungen auf dem Markt der Heimservices abzugeben, ist der Einbezug gesellschaftlicher Rahmenbedingungen unabdingbar. ExpertInnen machen eine Reihe von Faktoren aus, welche sich auf die Entwicklung von Heimdienstleistungen in besonderem Maße auswirken: Zu den *gesellschaftlichen Rahmenbedingungen* von Heimservices sind Wohntrends, die Ausdifferenzierung von Lebensstilen sowie soziodemografische Entwicklungen zu zählen.

Weiters sind *technologische Rahmenbedingungen* zu beleuchten. Diese betreffen – in Zusammenhang mit Online Services – z.B. Zugang zu und Ausstattung mit der notwendigen technischen Infrastruktur, etwa PC, Internet, Breitbandanschluss.

Für Bruhn (1996) sind nebst gesellschaftlichen und technologischen Entwicklungen auch *ökonomische Prozesse* dafür verantwortlich, dass sich Dienstleistungen im Aufwind befinden: z.B. die Entwicklung des Konsumentenverhaltens (z.B. Kundenfreundlichkeit, „Lebensgenuss“) sowie Marktentwicklungen (z.B. hohe Komplexität der Dienstleistungsmärkte, v.a. durch wachsende Konkurrenz) (Bruhn 1996). Zudem spielen die Kaufkraft und – speziell für den Bereich der Online Heimservices – die sinkenden Kosten für die Technologieanschaffung eine wichtige Rolle.

In den folgenden Abschnitten werden zunächst anhand unterschiedlicher Datenquellen die wichtigsten Rahmenbedingungen dargestellt und bewertet. Wo möglich und sinnvoll, erfolgen spezifische Erkenntnisse für Wien bzw. – sofern den AutorInnen keine Daten für Wien vorliegen – für Österreich. Innerhalb der Kapitel werden jene Aspekte präsentiert, welche unserer Ansicht nach die weitreichendsten Auswirkungen auf Verbreitung und Weiterentwicklung von Dienstleistungen rund ums Wohnen haben.

4.1. Gesellschaftliche Rahmenbedingungen

4.1.1 Wohntrends

4.1.1.1 Zwischen „sinnlicher Oase“ und „Cockpit“

Gesellschaftliche Entwicklungen machen auch vor dem Wohnen nicht Halt. Im Zuge der Individualisierung der Gesellschaftsmitglieder „individualisiert“ sich auch deren Wohnen. Einen einheitlichen Trend gibt es daher nicht. Dennoch lassen sich einige, teilweise einander entgegengesetzte Basistrends ausmachen.

Zunächst ist ein Trend Richtung *Sinnlichkeit*, der sich auch im Wohnen niederschlägt, zu beobachten. Der Bedarf nach mehr Sinneswahrnehmungen und inszenierten Erlebnissen kann als Reaktion auf die zunehmende Rationalisierung und Technisierung der westlichen Gesellschaft gesehen werden. Zur Entstehung einer neuen Form der Ökonomie (Erlebnisökonomie) im Zuge dieser Entwicklungen haben die US-Amerikaner Pine und Gilmore (1999) ausführlich geforscht. Auch die Trendforschung hat sich der Thematik verstärkt angenommen, z.B. Matthias Horx in seiner Arbeit über „die neuen Märkte der Sinn- und Sinnlichkeitsgesellschaft“ (Horx 2002).

Auch das Wohnen der Zukunft bringt stark sinnliche Komponenten mit sich. Diese können sich auf mehrere Bereiche beziehen (vgl. das fernlicht 2003b):

- *Flexible Lichtszenarien*: Verschiedene Lichtquellen lassen sich individuell programmieren.
- *Aromadüfte*: Räume werden vermehrt auch olfaktorisch gestaltet.
- *Sinnliche Innenräume*: Küche und Kochen werden zum Erlebnis. Das Bad wird zur Wohlfühl- bzw. Wellnessoase. Das Wohnzimmer mutiert zum Multimediazentrum. Und auch Gemeinschaftseinrichtungen in Wohnanlagen unterstützen häufig das sinnliche Wohnen (z.B. Sauna, türkisches Bad).
- *Außenräume*: Bei größeren Wohnbauten wird verstärkt auf Elemente wie Wasser, Flaniermeilen und Kommunikationsräume Wert gelegt.

Wohnen der Zukunft – wie wird es?

das fernlicht



Quelle: das fernlicht 2003

Diese Beispiele verweisen bereits auf die andere zentrale Komponente im Wohnen der Zukunft, welche in Zusammenhang mit dem Trend zum sinnlichen Wohnen gesehen werden muss: Die *Technologisierung der Haushalte*, welche für die Implementierung gewisser Elemente des Sinnlichen auch Bedingung ist. Die Wohnung der Zukunft wird zunehmend technologisiert und vernetzt sein - Stichwort: Smart Homes. Allerdings: Es geht nicht um das technologisch Machbare, sondern um das technologisch Sinnvolle. „Ziel der Bemühungen ist die Übersetzung der Technologieangebote in anwendungsorientierte Lösungen als Ergebnis von Benutzerbedürfnissen“ (das fernlicht 2003b, 21). Aus Sicht der BenutzerInnen ist hier auch auf die Bedenken und Unsicherheiten angesichts der wachsenden Komplexität hinzuweisen, etwa die Angst vor Abhängigkeit oder die Probleme bei technischen Störungen.

Gemeinsam ist den zukünftigen Wohnformen, dass es um mehr als die äußere Hülle geht. Angebot und Nachfrage zielen vermehrt auf eine „Dramaturgie des Wohnens“ ab. „Soft Facts“ gewinnen an Bedeutung.

4.1.1.2 Wohnen wird zum Lifestyle Projekt

Die Telekommunikation läutete einen Paradigmenwechsel in der Kommunikation ein: Im Gegensatz zur räumlichen Begrenztheit früherer Zeit gilt heute räumlich Unbegrenztheit in der Kommunikation. Besonders deutlich wird dieser Trend in den unzähligen Internet Communities, welche sich je nach gemeinsamen Interessenslagen finden. Intensive familiäre bzw. nachbarschaftliche Kontakte werden zunehmend von Kontakten zu FreundInnen und Gleichgesinnten abgelöst, wobei die wachsende Mobilität begünstigend wirkt.

All dies beeinflusst auch den Wohnbereich, und zwar insofern als ein Trend zum „Themenwohnen“ festzustellen ist. Die Wohnenden können sich nach unterschiedlichen Kriterien zusammen setzen (das fernlicht 2003b, 24):

- *Soziodemografische Kriterien:* z.B. „Frauensiedlung“
- *Milieuspezifische Kriterien:* z.B. „Kreatives Wohnen“
- *Politische Gesinnung:* z.B. „Autofreies Wohnen“
- *Dienstleistungen:* z.B. „Betreutes Wohnen“

Die Relevanz von „Themenwohnbauten“ bestätigt sich auch im Gespräch mit Oliver Högn (Stabsstelle Development, Mischeck). Für ihn könnte – gerade auch im Sozialen Wohnbau - die Ausrichtung auf spezifische Zielgruppen durchaus relevant sein, z.B. SeniorInnen. An diese könnte dann auch ein spezifischen Heimserviceangebot gerichtet werden.

4.1.1.3 Folgen für die Entwicklung von Heimservices

Vor dem Hintergrund pluralisierter und individualisierter Wohntrends stellen sich in Zusammenhang mit Heimserviceleistungen eine Reihe von Herausforderungen. Zunehmend bedeutsam wird die maßgeschneiderte, persönliche Lösung. Erst individuelle Leistungspakete basierend auf den Bedürfnissen der Wohnenden schaffen die notwendige Akzeptanz.

In Hinblick auf das vernetzte Wohnen werden sich vermutlich Praktikabilität und Benutzerfreundlichkeit als entscheidend herausstellen. Heimservices im Technikbereich müssen technisch ausgereift und bedienerfreundlich sein. Für den Bereich der Online Heimservices birgt sowohl der Trend zum „sinnlichen Wohnen“ als auch zum „technisierten Wohnen“ Entwicklungspotenzial. Die Sinnlichkeit im Wohnen kann z.B. auch über technische Aufrüstung erreicht werden, etwa mittels der Möglichkeit zur Vorprogrammierung und Fernsteuerung von Licht- oder Multimediaanlagen.

Service-Wohnen im Alter ist ein Beispiel für ein lebensphasenspezifisches Themenwohnprojekt mit entsprechendem flankierendem Dienstleistungsangebot. Dieses wird professionell erbracht und nur im Bedarfsfall angefordert. *„Die Service-Palette geht meist weit über die rein medizinische Betreuung hinaus und umfasst Angebote zur Unterstützung im Haushalt wie Reinigungs- und Wäschedienste sowie Fahrdienste und Angebote zur Freizeitgestaltung“*, wie es in einer Studie über Anforderungen einer zunehmend mobilen Gesellschaft ans Wohnen heißt (Knoll et al. 2003).

4.1.2 Individualisierung und Pluralisierung – Basistrends für neues Wohnen

4.1.2.1 Die Individualisierungsthese

Der deutsche Soziologe Ulrich Beck sieht in der wachsenden Individualisierung eines der zentralen Merkmale westlicher Gesellschaften. Er bestimmt den Individualisierungsbegriff entlang von drei Dimensionen:

- *„Herauslösung aus historisch vorgegebene Sozialformen und –bindungen im Sinne traditionaler Herrschafts- und Versorgungszusammenhänge (‘Freisetzungsdimension‘)*
- *„Verlust von traditionellen Sicherheiten im Hinblick auf Handlungswissen, Glauben und leitende Normen (‘Entzauberungsdimension‘) und [...]“*
- *„eine neue Art sozialer Einbindung (‘Kontroll- und Reintegrationsdimension‘)“* (Beck 1986, 206).

Beginnend im 19. Jahrhundert hat der Individualisierungsprozess seit den 1970er Jahren erneut einen Schub erfahren. Dieser wird begleitet von

- *„einem höheren Maß an Selbstregulierung,*
- *wachsender Mobilität,*
- *wachsenden Entscheidungsmöglichkeiten und Spielräumen,*
- *dem Austritt der vermehrt auf sich gestellten Menschen aus Schutzverbänden,*
- *der Stärkung der Ich-Identität einhergehend*
- *mit der Schwächung der Wir-Identität,*
- *der zunehmenden Auswechselbarkeit und Freiwilligkeit von Partnerschaften und Freundschaften (vgl. Elias 1987, 166ff).*

Ausmaß, Ausformungen und Folgen dieser Entwicklungen sind einzigartig. Es besteht geradezu ein Zwang zur Individualität, welcher sich schwer mit dem nach wie vor vorhandenen gesellschaftlichen Konformitätsdruck vereinbaren lässt. Durch Differenzierung und Pluralisierung erweitern sich Handlungsoptionen. Immer seltener verlaufen Biografien als Normalbiografien, in denen Kindheit, Erwerbstätigkeit und Alter klar gegliederte Lebensabschnitte darstellen; an ihre Stelle treten Wahl- bzw. Bastelbiografien. Stets aufs Neue müssen eingeschlagene Richtungen geprüft und Entscheidungen getroffen werden. Die Ambivalenz hierbei wird deutlich: Die Freiheit der Entscheidung bedeutet gleichzeitig auch ein Zwang zur Entscheidung.

4.1.2.2 Wandel von Lebens- und Wohnformen

Wenngleich innerhalb der WissenschaftlerInnen keine Einigkeit über den Verlauf von Individualisierung, Pluralisierung und Ausdifferenzierung der gegenwärtigen Formen des Zusammenlebens besteht, ist eines dennoch klar: Viele „neue Haushaltstypen“³ sind nicht in dem Sinne neu, dass sie früher unbekannt gewesen wären, denn *„‘Junggesellen‘ und ‘späte Mädchen‘ hat es immer gegeben, auch ‘wilde Ehen‘ und ‘unverheiratete Mütter‘“* (Häussermann/Siebel 1996, 323). Neu sind vielmehr ihr Ausmaß und der Wandel der subjektiven Motive und gesellschaftlichen Bewertung dieser Lebensformen, abzulesen auch am Wandel der Begrifflichkeiten: Es ist die Rede von „Partnerschaft“, „Alleinerziehenden“ oder vom „Swinging Single“ anstelle der „alten Jungfer“ (vgl. ebenda).

Neben der Ausbreitung neuer Haushaltstypen identifiziert der deutsche Familiensoziologe Rüdiger Peuckert zwei weitere Entwicklungstendenzen im Wandel der Haushaltsstrukturen: die zunehmende Zahl weiblicher Haushaltsvorstände (Mutter-Kind-Familien, allein wohnende Familien) sowie der häufigere *„Wechsel zwischen verschiedenen Haushaltstypen im Verlauf“*

³ Als solche gelten Alleinstehende, unverheiratet zusammenlebende Paare, Alleinerziehende und Wohngemeinschaften (vgl. Häussermann/Siebel 1996, 323)

der *Gesamtbiographie*“ (Peuckert 1999, 35). Somit gestalten sich auch Wohnbiografien zunehmend als „Bastelbiografien“. In einer individualisierten Gesellschaft steigen die Wahlmöglichkeiten, aber ebenso die Verhaltensunsicherheiten.

4.1.2.3 Folgen für die Entwicklung von Heimservices

In Zusammenhang mit der Entwicklung von Heimdienstleistungen bedeuten gesellschaftliche Individualisierung und Pluralisierung samt ihrer Folgen für die Lebens- und Wohnformen einen zunehmenden Bedarf an Heimservices auf Seiten einer heterogenen und anspruchsvollen Klientel. Die Herauslösung aus familiären Bindungen und Verpflichtungen bei gleichzeitigem Anstieg des Anteils älterer Menschen ergibt eine Schere zwischen familiärem Pflegepotenzial und Pflegebedarf. Auch die sinkende Zahl junger Menschen spielt eine Rolle. Die Leistungen müssen allerdings individuellen Bedürfnissen angepasst werden, ansonsten kann es zu Akzeptanzproblemen kommen. Eine Reihe von Anbietern von Heimservices hat die hohe Bedeutung von persönlichen Leistungspaletten abgestimmt auf die Bedürfnisse des einzelnen bereits erkannt (vgl. Kapitel 6).

Die Ausbreitung neuer Haushaltsformen impliziert ein Mehr an allein Lebenden, Ein-Eltern-Familien und kinderlosen Paaren. Aus unterschiedlichen Gründen weisen auch diese Entwicklungen auf ein erhöhtes Potenzial für Heimdienstleistungen hin: Bei allein Lebenden kann es der Wunsch nach sozialen Kontakten (z.B. via virtueller Hausgemeinschaft) oder der Wunsch nach Sicherheitsdiensten sein. Für Ein-Eltern-Familien können Angebote zum Energiesparen oder für die Kinderversorgung attraktiv erscheinen. Kinderlose Paare wiederum streben häufig nach ansprechenden, eventuell auch ausgefallenen Freizeitdienstleistungen.

Auch *das fernlicht* resümiert in einer Erhebung im Rahmen der Messe „Eigentum 2003“ in Wien:

„Lebensmodelle werden zunehmend anspruchsvoller und flexibler. Die Erwartungen an den Wohnraum sind nur mehr auf einen bestimmten Lebensabschnitt abgestimmt und beinhalten ein breiteres Angebot, als die reine Wohnung. Konzepte und Objekte dieser Art lassen sich bereits heute schon vereinzelt im Stadtgefüge (z.B. Gasometer) wieder finden. Weiche Standortfaktoren, wie soziales Umfeld, Service Dienstleistungen und hohe Ansprüche an den Wohnkomfort gewinnen neben leistungsfähiger infrastrukturelle Ausstattung zunehmend an Wichtigkeit und lassen am Immobilienmarkt eine neue Dimension von Objekten und Immobilievermarktungsstrategien entstehen.“ (das fernlicht, 2003a)

4.1.3 Soziodemografische Entwicklungen

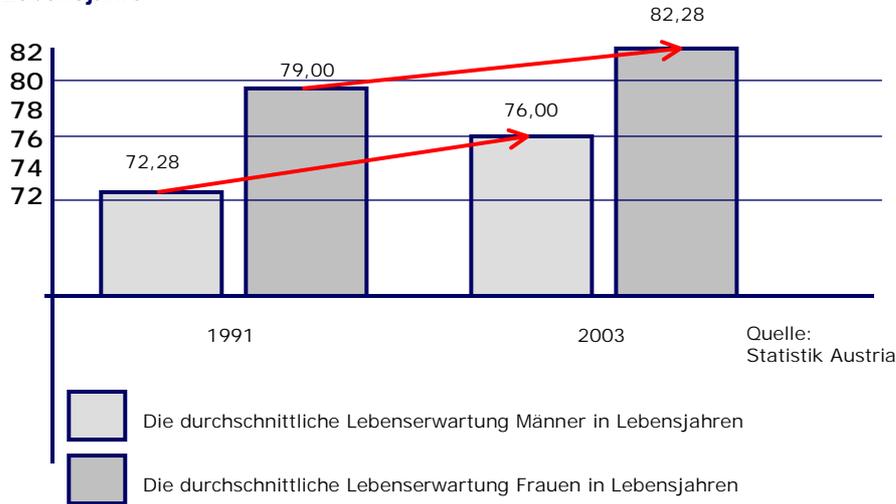
4.1.3.1 Steigende Anzahl älterer Menschen

Innerhalb von nur 12 Jahren ist in Österreich die durchschnittliche Lebenserwartung von Männern von 72 auf 76 Jahre angestiegen. Die Frauen werden im Jahr 2003 im Vergleich zu 1991 im Durchschnitt um gute drei Jahre älter.

Die durchschnittliche Lebenserwartung hat stark zugenommen ...



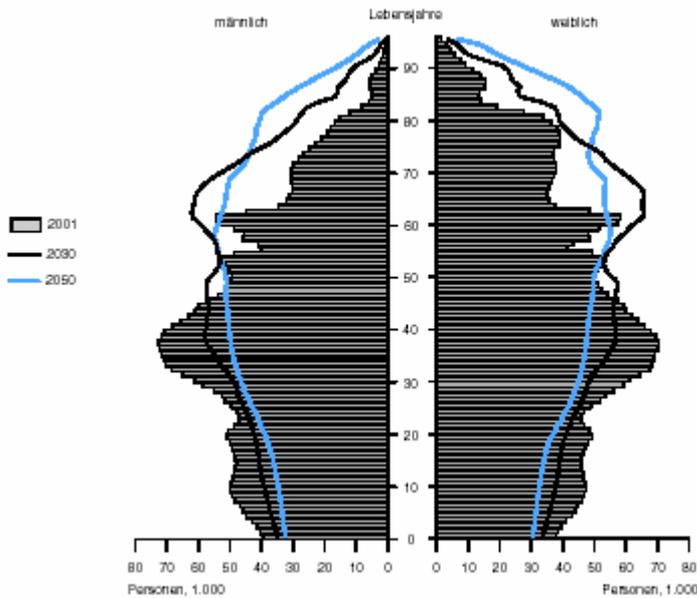
Lebensjahre



© Maerki Management Consulting

Quelle: Statistik Austria

2.02 Bevölkerungspyramide 2001, 2030 und 2050 (mittlere Variante) *Population pyramids in 2001, 2030 and 2050*



Quelle: Statistik Austria

Gleichzeitig mit der steigenden Lebenserwartung sind die Geburtenzahlen im Sinken begriffen. Immer mehr ältere Personen stehen also immer weniger Jüngeren gegenüber.

Diese Entwicklungen werden in den kommenden Jahrzehnten die Richtung beibehalten. Die Lebenserwartung der Männer wird sich bis zum Jahr 2030 auf 80 Jahre und bei den Frauen

auf 85,5 Jahre erhöhen. Manche Bevölkerungswissenschaftler gehen langfristig sogar von noch höheren Lebenserwartungen aus. Damit wird der Anteil älterer Menschen generell anwachsen. Für das Jahr 2020 wird eine stark veränderte Altersstruktur erwartet. Obgleich die Gesamtbevölkerung in Österreich moderat auf 8,3 Mio. ansteigt, wird der Anteil der 60-Jährigen und Älteren nahezu doppelt so groß wie der unter 15-Jährigen sein. Er wächst um knapp die Hälfte auf 26,8 Prozent, das heißt im Jahr 2020 wird es um rund eine Viertel Million Menschen mehr geben, die über 60 Jahre alt sind. Demgegenüber wird die Zahl der unter 15-Jährigen nur mehr etwa 14 Prozent der Gesamtbevölkerung ausmachen und damit im Vergleich zum Jahr 2000 um etwa 175.000 schrumpfen (vgl. Statistik Austria 2000, in: Walch et al. 2001, 19ff).

	Anteil von Altersgruppen an der Gesamtbevölkerung In Prozent		
	<15 Jahre	5-59 Jahre	> = 60 Jahre
1991	17,4	62,5	20,1
2000	16,8	62,6	20,7
2010	14,7	61,7	23,6
2020	14,2	58,9	26,8
2030	14,0	53,9	32,1

Quelle: Bevölkerungsvorausschätzung für Österreich, Statistik Austria 2000

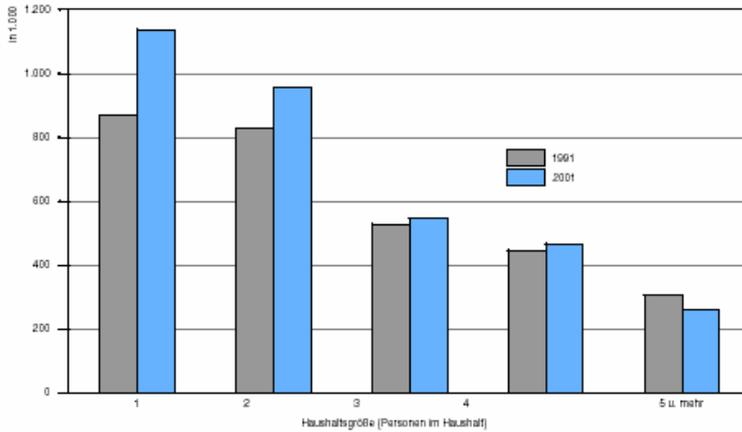
Die Altersstruktur in *Wien* wird einen deutlichen Wandel erfahren. Der Anteil der über 60-Jährigen beträgt im Jahr 2000 20,8 Prozent und wird bis 2030 auf 29,3 Prozent ansteigen (vgl. www.wien.gv.at). Die Zahl der WienerInnen, die älter als 75 Jahre sind, wird sich bis 2010 von derzeit rund 129.000 um 8 Prozent auf 140.000 erhöhen und danach schrittweise ansteigen. Aufgrund der Alterstruktur der Bevölkerung steigt der Prozentsatz der über 75-Jährigen in einer ersten Phase zunächst in den Bezirken 1 bis 11 und 20, während in einer zweiten Phase nach 2016 dieselbe Entwicklung auch im 21. und 22. Bezirk Platz greift (vgl. Stellungnahme des Fonds Soziales Wien 2005).

Die Verschiebung der Alterspyramide bedeutet auch einen exponentiellen Anstieg des Pflegebedarfs. Die Anzahl Personen, welche körperlich und geistig eingeschränkt sind, nimmt stark zu. Gleichzeitig nimmt das Potenzial an familieninternen Pflegemöglichkeiten ab. Dies liegt einerseits an der demografischen Entwicklung mit sinkendem Anteil junger Menschen. Andererseits liegt die Ursache in den gewandelten Lebensformen, durch welche die Nachkommen immer weniger Pflegeaufgaben übernehmen können oder wollen. Daher wird zunehmend von externen Pflegediensten Gebrauch gemacht werden. Dies hängt auch damit zusammen, dass älteren Menschen vermehrt Wert auf Selbständigkeit legen. Sie sind seltener bereit, in Betreuungsheime zu übersiedeln, sondern wollen ein möglichst unabhängiges Leben führen. Dieses Bedürfnis kann durch das Angebot mobiler Betreuungsleistungen und Innovationen im Bereich Telemedizin/E-Care unterstützt werden.

4.1.3.2 Zunahme der Singlehaushalte

Die Größe der Privathaushalte nimmt stetig ab. Während Haushalte mit fünf und mehr Personen weniger werden, wachsen insbesondere Ein- und Zweipersonenhaushalte stark an. Diese Entwicklung schreitet in den städtischen Gebieten rascher voran als im ländlichen Raum.

2.11 Privathaushalte 1991 und 2001 nach Größe
Private households in 1991 and 2001 by size of household

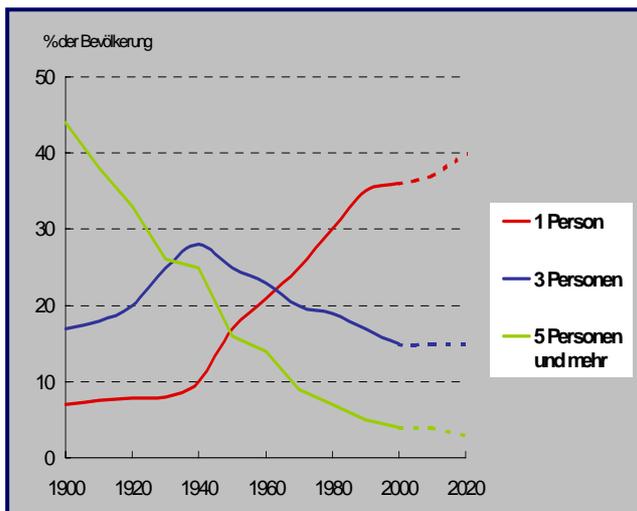


© STATISTIK AUSTRIA, Volkszählungen 1991 und 2001.

Quelle: Statistik Austria, Volkszählung 1991 und 2001

In Österreich lebten im Jahr 2000 36 Prozent der Bevölkerung in Einpersonenhaushalten. Vor hundert Jahren waren dies lediglich 7 Prozent. Dieser Trend wird weiter anhalten; für das Jahr 2020 wird der Anteil der in Singlehaushalten lebenden bereits auf 40 Prozent geschätzt. Demgegenüber hat die Anzahl derjenigen, welche in Haushalten mit 5 oder mehr Personen leben, stetig abgenommen. 1900 waren es noch 44 Prozent, im Jahr 2000 bloß noch 4 Prozent, und bis 2020 wird eine weitere Abnahme auf 3 Prozent prognostiziert. Bei den Dreipersonenhaushalten ist in den vergangenen Jahrzehnten eine Tendenz zur Abnahme beobachtbar, wenn auch in geringem Ausmaß und mit Schwankungen.

Vormarsch der Singlehaushalte in Österreich



Quelle: Zukunftsinstitut 2002

© Maerki Management Consulting



Bis zum Jahr 2020 ist in Österreich mit einem enormen Zuwachs an Haushalten zu rechnen, jedoch bei einer eher gering wachsenden Gesamtbevölkerung. Einem prognostizierten Bevölkerungszuwachs von rund 7 Prozent bis 2020 steht ein erwarteter Zuwachs der Haushalte von insgesamt mehr als 27 Prozent gegenüber. Im Jahr 2020 wird es somit um rund 800.000 Haushalte mehr geben als im Jahr 1991.

	Haushaltsveränderung zu 1991 In Prozent		
	Einpersonen	Mehrpersonen	Gesamt
1991	0,0	0,0	0,0
2001	+ 15,0	+ 10,0	+ 11,5
2011	+ 26,5	+ 18,0	+ 20,5
2021	+ 37,3	+ 22,9	+ 27,2

Quelle: ÖROK 1998

Diese Zunahme basiert hauptsächlich auf der Verkleinerung der Haushalte. Einpersonenhaushalte machen derzeit etwas weniger als 30 Prozent aller Haushalte aus, bis zum Jahr 2020 wird ein Anstieg auf knapp ein Drittel erwartet. Dabei wird es auch regionale Unterschiede geben. Im Osten Österreichs wird der Zuwachs vor allem im Einzugsgebiet der Bundeshauptstadt und sonstiger wirtschaftlicher Zentralräume liegen.

In *Wien* liegt der Anteil der Einpersonenhaushalte an allen Privathaushalten bei rund 40 Prozent, und wird bis 2020 nicht mehr wesentlich ansteigen. Der Höhepunkt des anteilmäßigen Zuwachses älterer Menschen und der Singularisierung hat in Wien den Höhepunkt also bereits überschritten, während alle anderen Bundesländer diese Entwicklung noch vor sich haben.

Die Singularisierung der Gesellschaft resultiert aus der Zunahme der Ein- und Zweipersonenhaushalte. Ausschlaggebend dafür sind die steigende Anzahl alleinerziehender Elternteile, hohe Scheidungsraten, die größere Anzahl alleinlebender Menschen im Alter und die verstärkte Auflösung der Kleinfamilie.

Frauen werden durchschnittlich erst im Alter von 27,9 Jahren das erste Kind bekommen. Die Geburtenzahl wird sich zumeist auf ein bis zwei Kinder pro Frau beschränken, eine größere Anzahl von Frauen wird kinderlos bleiben (vgl. Fassmann/Kytir/Münz 1996).

Aber unabhängig davon, ob jemand freiwillig oder unfreiwillig alleine lebt, hat doch jeder Mensch das Bedürfnis nach sozialen Kontakten. Diese sind immer weniger innerhalb der eigenen vier Wände zu finden. Daher wird die Nachfrage nach Heimservices, welche auf die Vernetzung von Bewohnerschaften abzielen, steigen. Das Beispiel virtueller Hausgemeinschaften zeigt, dass auch in riesigen Wohnanlagen leicht persönliche Kontakte zu NachbarInnen mit ähnlichen Interessen geknüpft und Verabredungen außerhalb des Netzes getroffen werden können – sofern das gewünscht wird (vgl. Kapitel 8).

4.1.3.3 „Alte“ Singles

Die Zunahme an Einpersonenhaushalten hängt stark mit der Verschiebung der Altersstruktur zusammen. Singularisierung meint denn auch nicht das Bild eines „jungen alleinlebenden Menschen in guter Karriereposition“. Die überwiegende Zahl der alleinlebenden werden nämlich ältere Menschen sein.

Im Interview mit den AutorInnen der Studie „gebaut 2020“ bestätigt der Bevölkerungswissenschaftler Rainer Münz:

„Es gibt keine empirischen Belege, dass es eine ständig wachsende Zahl junger Singles gibt. Schon deswegen, weil die Zahl der jungen Menschen weniger wird. Durch die hohen Scheidungsraten der Zukunft werden alleinstehende Leute ins höhere Alter kommen, die nicht erst durch den Tod des Partners zu Singles werden, sondern schon nach einer Scheidung mit 45 zu Singles geworden sind und keinen Partner mehr gefunden haben oder suchen“ (Walch et al. 2001, 23).

Spezielle Wohnformen für ältere Menschen, die alleine in einem Haushalt leben, sind daher ein Zukunftsmarkt. Aber auch der Bedarf an Heimserviceleistungen, etwa im Bereich Pflege, Hauswirtschaft oder Sicherheit, wird zunehmen. In Zusammenhang mit virtuellen Hausgemeinschaften zur nachbarschaftlichen Kontaktpflege stellt sich bei der älteren Generation die Frage nach der Ausstattung mit der nötigen technischen Infrastruktur sowie der Bereitschaft zur Überwindung allfälliger „Schwellenängste“. Hier ist die Gefahr des Digital Gap zu bedenken: Ein Teil der Bevölkerung droht aufgrund fehlenden technologischen Know-Hows immer stärker ins Abseits zu geraten. Diese Gefahr steigt mit der Zunahme der digitalen Vernetzung des inkludierten Bevölkerungsteils.

4.1.3.4 Erwerbstätigkeit der Frau

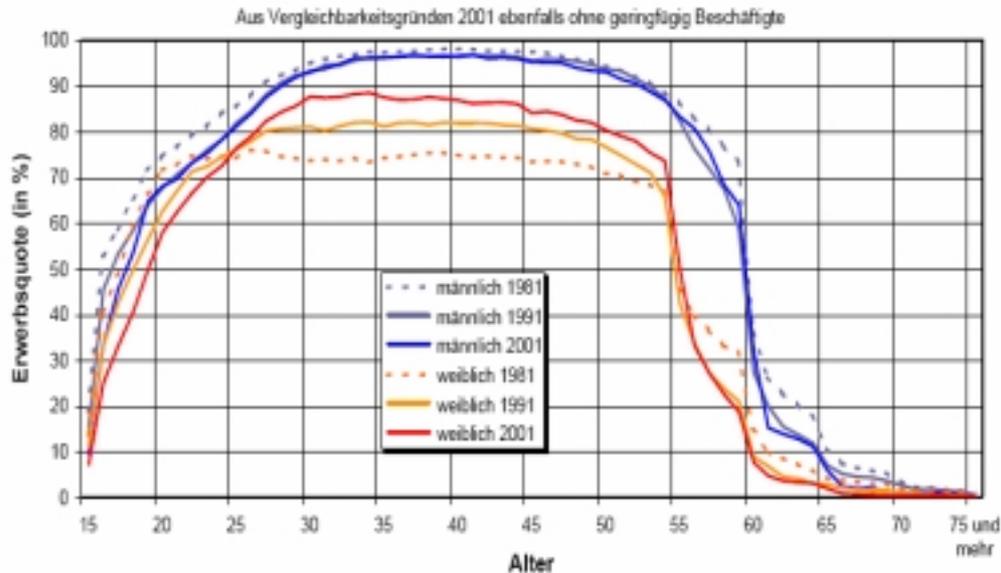
Frauen sind in zunehmendem Masse erwerbstätig. Im Jahr 2002 liegt die Erwerbsquote in Österreich bei 70,6 Prozent, wobei der Wert bei den Männern (15-65 Jahre) 74,8 Prozent und derjenige der Frauen 65,9 Prozent beträgt (vgl. AMS, Arbeitsmarktlage 2002 – Jahresbericht).

	Erwerbsquoten nach Geschlecht 2002 In Prozent		
	Insgesamt	Männer (15-65 Jahre)	Frauen (15-60 Jahre)
1956	67,6	86,4	50,0
1960	69,8	87,3	52,9
1970	69,0	84,6	53,1
1980	69,8	82,0	56,5
1990	69,5	78,3	60,0
2000	69,6	75,4	63,2
2002	70,6	74,8	65,9

Quelle: WIFO

Während die Erwerbsquote der Männer kontinuierlich sinkt, steigt diejenige der Frauen stetig an. Während 1956 in Österreich lediglich die Hälfte der Frauen im Alter zwischen 15 und 60 Jahren erwerbstätig war, sind es 2002 bereits knapp 66 Prozent. Es wird eine weitere Zunahme des Frauenanteils an der Gesamtzahl der Erwerbstätigen vorausgesagt.

Erwerbsquoten nach Alter und Geschlecht 1981, 1991 und 2001



Quelle: Statistik Austria, Volkszählungen, eigene Berechnungen.

Am höchsten ist die Frauenerwerbsquote in *Wien*. Diese beträgt 2002 78,8 Prozent (vgl. [ams.or.at](#)).

Für die Zukunft von wohnungsnahen Dienstleistungen bedeutet dies gute Aussichten. Durch den Anstieg an Haushalten mit DoppelverdienerInnen bleibt weniger Zeit für hauswirtschaftliche Verrichtungen. Vermehrt werden Heimservices nachgefragt.

4.2 Ökonomische Rahmenbedingungen

4.2.1 Sinkende Kosten bei der Technologieanschaffung

Ein bedeutsamer Aspekt für die Entwicklung von Online Heimservices betrifft die fortschreitenden *Kostensenkungen* für Telekommunikations- und Hausgeräte. In einer Analyse der Firma WIPRO Technologies heißt es über Home Networking⁴:

„The prices of home computers keep falling, while the advantages for customers from being connected online investing and shopping, keeping in touch with long distance friends [...] keep multiplying. No wonder, an increasing number of households own two or more PCs“ (Gupta 2002).

⁴ Der Begriff wird wie folgt definiert: *„Home Networking ist the collection of elements that process, manage, transport, and store information, enabling the connection and integration of multiple computing, control, monitoring, and communication devices in the home.“* (Gupta 2002)

Generell sinken die Kosten für Computerleistungen, ein Umstand, der einschneidende Folgen für die Entwicklung von Online Heimservices mit sich bringt. Das österreichische IT-Magazin Monitor berichtet über die Einschätzungen des Technologie-Beratungsunternehmens Gartner:

„Sinkende Kosten für die Computerleistung und die zur Verfügung stehende Bandbreite in den Netzwerken machen es möglich, dass jedes Gerät, ob Kühlschrank oder Waschmaschine, Teil eines `intelligenten´ Ganzen wird und völlig neu definiert werden muss. So seien etwa die Filmproduktion oder der Musikvertrieb durch die rasche technologische Entwicklung der letzten Jahre revolutioniert worden, nennen die Gartner-Analysten zwei Beispiele dafür, wie solche Umwälzungen ganze Industrien überraschen können“ (vgl. www.monitor.co.at).

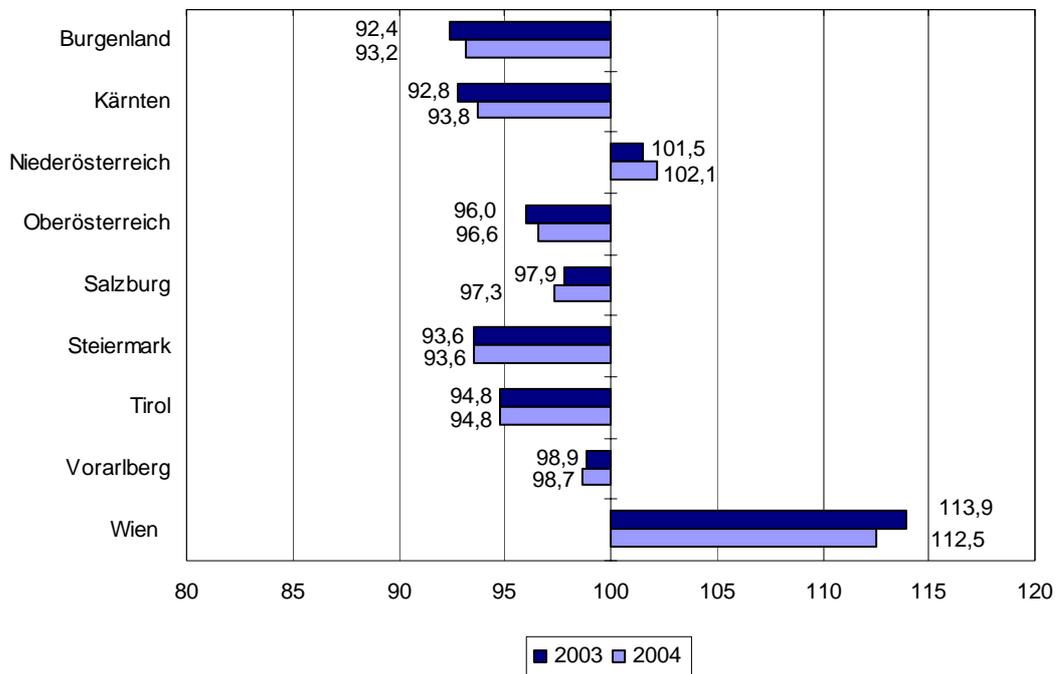
Gemäß Statistik Austria sieht der Preisverfall wie folgt aus: Seit 1995 sind die Preise für Büromaschinen, Datenverarbeitungsgeräte und -einrichtungen durchschnittlich um 25%, für Nachrichtentechnik, Rundfunk- und Fernsehgeräte sowie elektronische Bauelemente um rund 14% zurückgegangen (vgl. www.statistik.at).

4.2.2 Kaufkraft der WienerInnen

Eine aktuelle Studie des Forschungsinstituts KMU Forschung Austria bescheinigt eine Zunahme der nominellen *Kaufkraft* in Österreich zwischen 2001 und 2004 um 8,1 Prozent. Pro EinwohnerIn wuchs die jährliche Kaufkraft im selben Zeitraum durchschnittlich um 6,7 Prozent auf rund 13,800 Euro an. Allerdings ist die Ungleichheit in der Verteilung der Kaufkraft gewachsen, was sich v.a. in der erhöhten Arbeitslosigkeit ausdrückt (vgl. www.kmuforschung.at).

Zur geringsten Steigerung kam es im vergleichsweise einkommensstarken *Wien*. Dennoch liegt Wien im Bundesländervergleich mit einem Kaufkraftindex von 112,5 (Österreich = 100) mit Abstand an der Spitze, gefolgt von Niederösterreich und Vorarlberg.

Grafik: Kaufkraft je EinwohnerIn nach Bundesländern 2004, Veränderung gegenüber Bundesdurchschnitt im Vergleich zum Vorjahr (Österreich = 100)



Quelle: KMU Forschung Austria

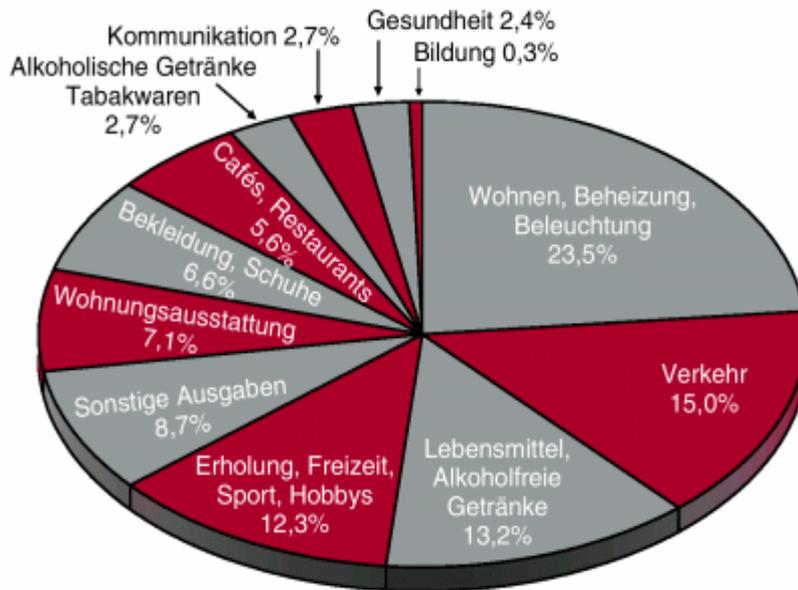
4.2.3 Konsumverhalten der ÖsterreicherInnen

Die wachsende Versorgung mit Kommunikationstechnologie macht der Anstieg der Ausgaben in diesem Feld deutlich. Insbesondere PCs, Internetanschlüsse und Mobiltelefone zählen zu den Gewinnern (vgl. www.statistik.at).

Laut Konsumerhebung 1999/2000 (vgl. www.statistik.at) entfallen in österreichischen Haushalten von den monatlichen Haushaltsausgaben (2,437 Euro)

- 2,7 Prozent (65 Euro) auf Kommunikation,
- 1,7 Prozent (41 Euro) auf Unterhaltungselektronik und EDV,
- 1,0 Prozent (25 Euro) für Haushaltsdienstleistungen,
- 0,2 Prozent (8 Euro) auf soziale Dienste bzw. Kinderbetreuung.

Konsumerhebung 1999/2000 Haushaltsausgaben (S33.500), in %



Quelle: Statistik Austria

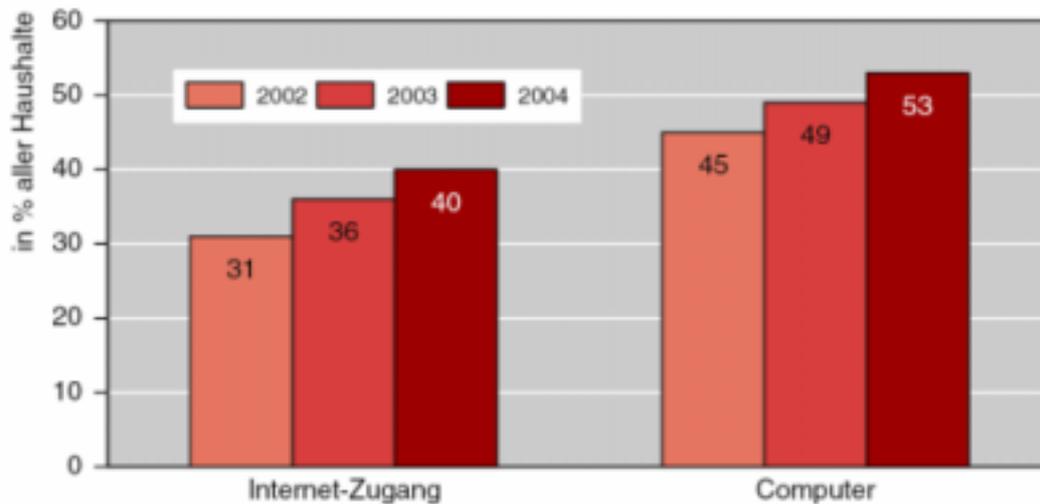
4.2.4 Folgen für die Entwicklung von Heimservices

Obige Ausführungen zu einigen (volks)wirtschaftlichen Aspekten sind in engem Zusammenhang mit dem folgenden Kapitel über Ausstattung und Nutzung technologischer Infrastruktur zu sehen. Sinkende Kosten für Anschaffungen, wachsende Verbreitung der Gerätschaften und Dienste im IT-Bereich sprechen für zunehmendes Potenzial im Bereich der Online Heimservices.

4.3 Technologische Rahmenbedingungen

Für die Entwicklung von Online Heimservices sind eine Reihe von technologischen Rahmenbedingungen maßgeblich. Voraussetzung für die Verbreitung von Online Diensten rund ums Wohnen ist die entsprechende infrastrukturelle Ausstattung der Haushalte. Im Folgenden wird auf die diesbezüglich relevanten Parameter eingegangen. So steigt etwa der Anteil an österreichischen Haushalten, welche mit PC und Internet ausgestattet sind, stetig an. Während im Jahr 2002 31 Prozent der Haushalte „im Netz“ waren, sind es 2004 bereits 40 Prozent.

Prozentueller Anteil der österreichischen Haushalte mit Internet-Zugang und mit Computer 2002, 2003 und 2004



Quelle: Europäische Erhebung über den Einsatz von Informations- und Kommunikationstechnologie in Haushalten 2004 in Österreich

4.3.1 PCs in österreichischen Haushalten

4.3.1.1 Verbreitung von PCs

Die Europäische Erhebung über den Einsatz von Informations- und Kommunikationstechnologie, veröffentlicht von der Statistik Austria (vgl. futurezone.orf.at)⁵, ermittelt eine Reihe entsprechender Daten für Österreich, gültig für das 2. Quartal 2004:

Die Verbreitung von Computern schreitet in Österreich weiter voran. Mittlerweile sind rund 53 Prozent der Haushalte mit einem Computer ausgestattet – gegenüber 49 Prozent im März 2003 und 45 Prozent im Juni 2002.

4.3.1.2 Nutzung von PCs

63 Prozent aller in österreichischen Haushalten lebenden 16- bis 74-Jährigen haben in den letzten zwölf Monaten vor dem Befragungszeitpunkt einen Computer benutzt, und zwar zu privaten und/oder beruflichen Zwecken bzw. Ausbildungszwecken. Die Benützung erfolgte zu Hause, am Arbeitsplatz oder anderswo. Die Mehrheit benutzt daheim den Computer: 76 Prozent derjenigen, welche in den letzten drei Monaten vor der Befragung einen Computer benutzten, taten dies zu Hause.

⁵ Befragt wurden Haushalte und die in Haushalten lebenden Personen im Alter von 16 bis 74 Jahren.

Die Computernutzung ist stark altersabhängig: Von den 16- bis 24-Jährigen haben in den 12 Monaten vor der Befragung 88 Prozent einen Computer benutzt – gegenüber lediglich 14 Prozent der 65- bis 74-Jährigen. Innerhalb der Gruppe der PensionistInnen sind 23 Prozent ComputernutzerInnen - gegenüber 76 Prozent der Erwerbstätigen und 96 Prozent der SchülerInnen und Studierenden.

Es ist davon auszugehen, dass künftig ein noch größerer Anteil der österreichischen Bevölkerung mit dem PC vertraut sein wird.

4.3.2 Datenkommunikationsanschlüsse in Österreich

4.3.2.1 Verbreitung von Datenkommunikationsanschlüssen

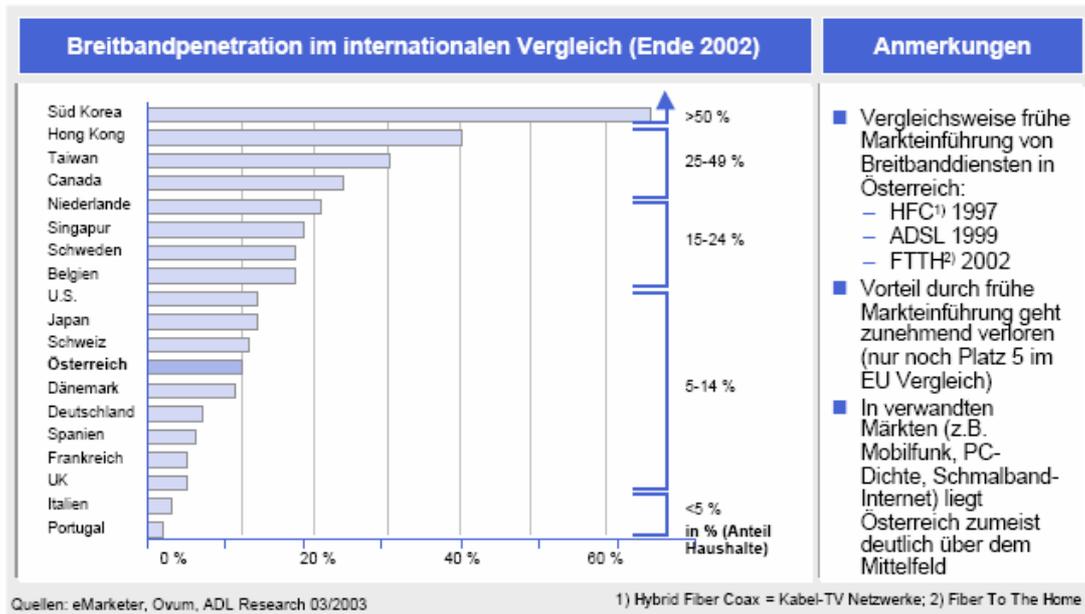
Die oben zitierte Europäische Erhebung über den Einsatz von Informations- und Kommunikationstechnologie, ermittelte über die Verbreitung und Nutzung des Internets:

Rund 40 Prozent der österreichischen Haushalte haben im 2. Quartal 2004 einen Internet-Zugang. Im Juni 2002 waren es knapp 31 Prozent. Innerhalb von zwei Jahren ist die Anzahl der Anschlüsse also um fast 10 Prozent gestiegen. Im Ländervergleich heben sich die *Wiener* ab: Mit fast 44 Prozent angeschlossener Haushalte sind sie Spitzenreiter.

Entscheidend für die Entwicklung von Heimservices wird die Breitbanddichte sein. In Österreich setzen bereits rund 36 Prozent der Haushalte mit Internet-Zugang auf diese rasche Verbindungstechnik. Im März 2003 waren es erst 27 Prozent aller Haushalte. Im Gegensatz zum Großteil Österreichs, welcher noch über Schmalband (Analog-Modem, ISDN) ins Netz geht (57 Prozent), setzen in *Wien* bereits 61 Prozent auf Breitband. Die Verbreitung von Breitband in Wien wird auch von Oliver Högn (Stabsstelle Development, Mischek) generell als schon relativ gut bewertet.

Im *internationalen Vergleich* fällt Österreich in der Breitbandpenetration laut eines Berichts der Österreichischen Breitbandinitiative der Rundfunk- und Telekom Regulierungs-GmbH (RTR) per Ende 2002 wieder zurück. Europaweit belegt Österreich den 5. Rang. Aktuell werden in Wien jedoch Überlegungen hinsichtlich einer Initiative zur Förderung der Glasfaserverkabelung angestellt. In verwandten Märkten – z.B. Mobilfunk, PC-Dichte, Schmalband-Internet – liegt Österreich ebenfalls deutlich über dem Mittelfeld.

Nach einer frühen Markteinführung von Breitbanddiensten ist Österreich im internationalen Vergleich ins Mittelfeld abgerutscht.



Breitbandinitiative 2003 der RTR-GmbH

5

Quelle: www.rtr.at

4.3.2.2 Nutzung der Datenkommunikationsanschlüsse

Das Zukunftsinstitut (Matthias Horx) befindet in seiner Megatrend Dokumentation 2002, dass der Zyklus der Informationstechnologie seinen Zenit bereits zur Jahrtausendwende überschritten hat. In der breiten Bevölkerung stagniere die Internetnutzung – im Gegensatz zum Feld der professionellen Anwendung, in dem diese nach wie vor ansteige.

Diese Befunde lassen sich für Österreich nicht bestätigen. Sowohl was die Ausstattung mit entsprechenden Geräten als auch deren Nutzung (sowohl zu Hause als auch am Arbeitsplatz) betrifft, ist nach wie vor ein Anstieg zu vermerken.

Obige Studie über den Einsatz von Kommunikationstechnologie erhebt für Österreich: Das Internet wurde in den letzten zwölf Monaten vor dem Befragungszeitpunkt von 54 Prozent aller in österreichischen Haushalten lebenden 16- bis 74-Jährigen für private, berufliche oder Ausbildungszwecke genutzt, und zwar zu Hause, am Arbeitsplatz, am Ausbildungsort oder an andern Orten. 2002 lag dieser Wert noch bei 37 Prozent. Am häufigsten wird das Internet zu Hause genutzt, nämlich von 72 Prozent aller UserInnen. Mit 60 Prozent InternetnutzerInnen hat *Wien* im Bundesländervergleich den höchsten Anteil zu verzeichnen.

Die Nutzung des Internets ist – wie auch die PC-Nutzung – stark abhängig vom Alter⁶ bzw. der Berufstätigkeit: 94 Prozent aller SchülerInnen und StudentInnen ab 16 Jahren haben das Internet in dem Jahr vor dem Befragungszeitraum genutzt. Von den Erwerbstätigen waren 66 Prozent und von den PensionistInnen nur 17 Prozent im Netz. Im Vergleich mit den PC-

⁶ Internetnutzungsdaten, aufgeschlüsselt nach Altersgruppen werden im Kurzbericht über die Hauptergebnisse der Studie nicht angegeben.

Nutzungsdaten zeigt sich, dass ein Großteil der Nutzung des Computers das „Surfen“ im Internet ausmacht.

Der Anteil der InternetnutzerInnen wird weiterhin ansteigen. Dabei holt laut aktuellem Austrian Internet Monitor (AIM) insbesondere die Gruppe der Frauen ab 30 Jahren auf (vgl. www.presetext.at). Auch mit den SeniorInnen ist zu rechnen, nicht zuletzt aufgrund zunehmender Initiativen wie Seniorskom 2005, die der älteren Generation die Benutzung des Internets nahe bringen. *„Das Angebot reicht von Schulungen der Multiplikatoren (Schneeball-Effekt) über spezielle Breitband-Zugangspakete mit der erforderlichen Hard- und Software und ein eigenes seniorenrechtliches und barrierefreies Internetportal bis zu landesweiten Informationstouren und Kursveranstaltungen“* (www.webway.at). Diese Bestrebungen bedeuten auch ein wachsendes Potenzial im Bereich der Online Heimservices. Diese werden durch das verbesserte Knowhow für eine wachsenden Gruppe von Wohnenden interessant.

4.3.2.3 Zweck der Internetnutzung

Was den *Zweck der Internetnutzung* anbelangt, so ist die Verwendung von E-Mail die beliebteste Betätigung im Netz. Dieser Kommunikationsform bedienen sich 87 Prozent aller UserInnen. Deren 69 Prozent sind im Netz auf der Suche nach Informationen über Waren und Dienstleistungen. Und 31 Prozent dient das Internet dem Lesen und Herunterladen von Zeitungen, Zeitschriften und dergleichen.

Eine auch in Österreich zunehmend attraktive Funktion des Internets ist *Internet-Banking*. Während im Jahr 2002 erst 19 Prozent und im Jahr 2003 31 Prozent der UserInnen diese Dienstleistung der Banken genutzt haben, waren es 2004 bereits 35 Prozent.

Auch Angebote im Bereich *E-Government* kommen an: 34 Prozent aller InternetnutzerInnen haben bereits Informationen von öffentlichen Webseiten bezogen. Und 27 Prozent haben schon Formulare von öffentlichen Seiten heruntergeladen.

Im Bereich *E-Commerce* zeigt sich folgendes: 34 Prozent aller UserInnen haben in den letzten zwölf Monaten vor dem Befragungszeitpunkt zumindest einmal via Internet eingekauft. Die beliebtesten Produktgruppen waren dabei Bücher und Zeitschriften (41 Prozent aller Internet-EinkäuferInnen) sowie Kleidung und Sportartikel (27 Prozent). 35 Prozent dieser KäuferInnen haben zumindest für eine Bestellung Kreditkarteninformationen über das Internet weiter gegeben.

Diese Entwicklungen weisen auch auf ein wachsendes Potenzial für Online Heimservices in den Bereichen Information und Content, Downloads, E-Banking, E-Government und E-Commerce mit Hauszustellung hin.

f

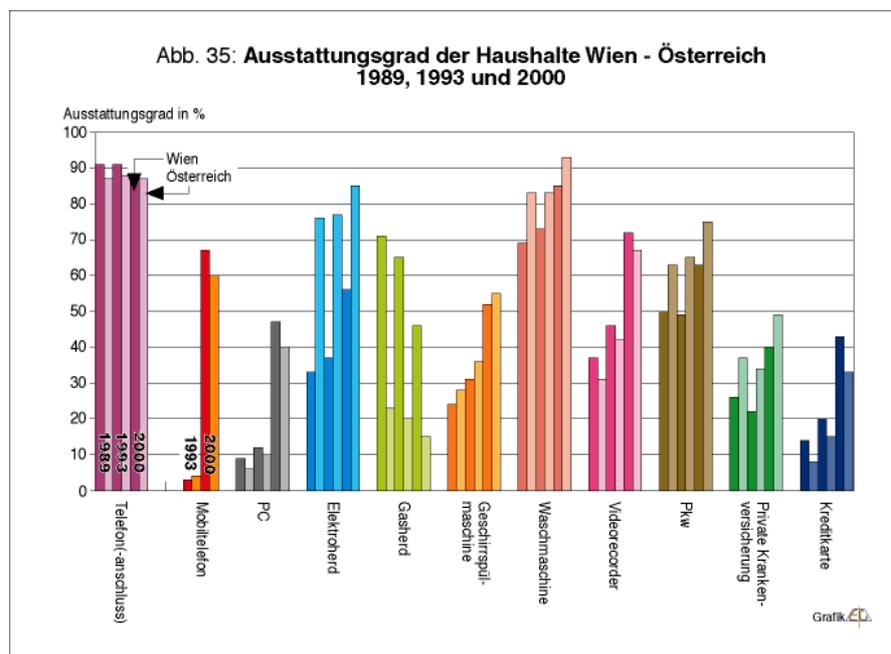
Die meistgenannten *Sicherheitsprobleme* mit dem Internet betreffen Spam-Mails, über die sich 45 Prozent der UserInnen ärgern, sowie Computerviren, über die 30 Prozent der InternetnutzerInnen klagen.

Sicherheit, Vertrauen und *Datenschutz* sind gleichfalls zentrale Herausforderungen im Bereich der Online Heimservices. Bei deren Implementierung wird das Vertrauen in die Datenübertragung ein entscheidender Faktor sein, etwa im Bereich Telemedizin/E-Care oder vernetzter Haustechnik.

4.3.3 Weitere kommunikationstechnologische Ausstattung

Die größte Abdeckung wird in Österreich gemäß obiger Studie bei Fernsehgeräten erreicht. Rund 91 Prozent der österreichischen Haushalte verfügen im 2. Quartal 2004 über ein TV-Gerät. Nur 15 Prozent sind mit Fernsehen ohne Kabel- oder Satellitenanschluss ausgestattet. Rund 42 Prozent haben einen Satellitenanschluss, 35 Prozent haben Kabel-TV.

Über die Verbreitung von Mobiltelefonen liegen folgende Daten vor: In 72 Prozent der befragten Haushalte verfügt zumindest ein Haushaltsmitglied über ein Mobiltelefon. 20 Prozent aller Haushalte haben ein internetfähiges Mobiltelefon.



Quelle: Statistisches Amt der Stadt Wien (MA 66)

Obige Grafik des Statistischen Amtes der Stadt Wien gibt Einblick in die Ausstattung der Haushalte von Gesamtösterreich und von Wien, vornehmlich mit diversen technischen Gerätschaften. Generell zeigt sich auch hier ein Vorsprung der Bundeshauptstadt gegenüber Gesamtösterreich, etwa bei PCs, Mobiltelefonen und Videorekordern. Diese Vorreiterrolle ist wenig überraschend. Schließlich sind Städte nach wie vor Orte höchster Informationsdichte und vom Wachstum der Informations- und Kommunikationstechnologie besonders betroffen. Dabei wird heute erwartet, dass die Veränderungen dieser Branche in den nächsten zehn Jahren die Mehrheit der Privathaushalte erreichen werden, und die Veränderungen ein Medium betreffen, das in weite Bereiche unseres Alltags eingreift, sei dies Beruf, Ausbildung, Einkauf, Freizeit, Gesundheit oder Wohnen (vgl. www.difu.de). Diese Einschätzung kann mit obigen Befunden für Österreich gestützt werden.

4.3.4 Relevanz der technologischen Rahmenbedingungen für Heimservices

Was bedeutet nun die fortschreitende Technologisierung der Haushalte für die Entwicklung von Heimservices?

Grundsätzlich kann davon ausgegangen werden, dass Online Heimservices zunehmend Verbreitung finden werden. Welche Services rascher auf breite Akzeptanz stoßen, und welche eher langsam (oder auch gar nicht) auf eine größere Abnehmerschaft zugehen, darüber gibt es auf Expertenseite keine einheitlichen Einschätzungen. Aufgrund der bisherigen Entwicklungen meint etwa Josef Noll (Telenor, Norwegen), dass gegenwärtig v.a. im Bereich Video on Demand bzw. Service on Demand – Downloads von Filmen, Musik, Spielen etc. – großes Potenzial liege. Im Bereich Heimautomation gehe es v.a. um Sicherheitsleistungen; diverse Überwachungstechnologien für die Innen- und Außenräume von Wohnanlagen beinhalten am meisten Potenzial.

Dass auch weitere Lösungen vernetzter Haustechnik durchaus auf breites Interesse stoßen können, davon ist Alexander L. Pawlik, EDV-Experte und ehemals tätig im Bereich Smart Homes, überzeugt. Allerdings warnt er im Interview auch vor unzureichender Umsetzung:

„Die Chancen für vernetzte Haustechnik sehen aus meiner Sicht recht gut aus, Die heutige Umsetzung lässt jedoch meist zu wünschen übrig. Basierend auf dem ständigen Kostendruck und dem Wunsch nach billiger Bauweise werden die bereits existierenden Konzepte meist nur halbherzig umgesetzt. Die professionelle Umsetzung solcher Konzepte wird daher in naher Zukunft im Vordergrund stehen, nur so werden diese Dienste auch angenommen!“

5 Wienspezifische Besonderheiten künftiger Heimservices

Wie sich in obigem Kapitel gezeigt hat, sind unterschiedliche Rahmenbedingungen von entscheidender Bedeutung für die Zukunft von Heimservices in Wien. Die meisten dieser Aspekte sind – wenn auch Großteils an Wiener Daten verdeutlicht – von weitreichenderer oder sogar globaler Relevanz. Im Hinblick auf die Entwicklung neuer Heimdienstleistungen in Wien sind aber noch spezifische Dimensionen zu beachten: die Tradition sozialer Dienstleistungen, Abschaffung des Hausbesorgergesetzes im Jahr 2000 sowie die besondere Rolle des Sozialen Wohnbaus. Auf beide wird im Folgenden kurz eingegangen.

5.1 „Soziale Dienste in Wien“ im Wandel

5.1.1 Das heutige Dienstleistungsspektrum der Sozialen Dienste

Das Leistungsangebot der Sozialen Dienste in Wien wird von den befragten Vertreterinnen (Fonds Soziales Wien) folgendermassen definiert:

„Die Dienstleistungen der sozialen Dienste lassen sich in einen Kernbereich, der die Grundbedingungen für einen Verbleib zu Hause darstellt und in einen Annexbereich, der das weite Spektrum ergänzender Angebote beinhaltet, unterteilen. Den Kernbereich bilden die Leistungen Hauskrankenpflege und Hilfe bei der Weiterführung des Haushalts. Das zusätzliche Angebot reicht von Notrufsystemen, Fahrten-, Mahlzeiten-, Besuchs-, Reinigungs-, Wäschepflegediensten bis zum Hilfsmittelverleih und Informations- und Bildungsangeboten. Basierend auf den Daten der Dokumentation der Gesundheits- und Sozialzentren aus dem Kalenderjahr 2003 ergibt sich folgendes Bild von in Anspruch genommenen Sozialen Diensten in Wien (Anzahl Leistungseinheiten – gerundet):

- *Heimhilfe: 3.457.000*
- *Essen auf Rädern: 1.208.000*
- *Hauskrankenpflege*
- *(PflegehelferInnen): 397.000*
- *Besuchsdienst: 143.000*
- *Hauskrankenpflege*
- *(DGKP): 129.000*
- *Reinigungsdienst: 49.000*
- *Indibet: 24.000*
- *Wäschedienst: 9.000“*

5.1.2 Die Zukunftsstrategie Sozialer Heimdienstleistungen in Wien

Der strategische Fokus in der Betreuung von hilfs- und/oder pflegebedürftigen Menschen wird laut den Befragten mehr auf die Verbesserung der Qualität als auf die Quantität gelegt: *„Die künftige Entwicklung der Sozial- und Gesundheitsdienste für ältere Menschen ist daher nicht nur vorrangig in einer quantitativen Ausweitung zu sehen, sondern vor allem in einer*

qualitativen Verbesserung im Sinne eines flexiblen, sich an die individuelle Situation anpassenden Angebotes für ältere Menschen.“

Dieses Dienstleistungsangebot wird eine stark dezentrale und ganzheitliche Ausrichtung unter Miteinbezug der Menschen und ihrer sozialen Netzwerke haben. Die ambulanten Dienste werden als prioritär betrachtet, der Verbleib in der eigenen Wohnung unter Aufrechterhaltung der sozialen Kontakte als Ziel betrachtet.

Neben einer mehr in den Mittelpunkt rückenden Thematik der seniorengerechten Ausstattung bei Um- und Neubauten und deren Berücksichtigung der öffentlichen Fördermassnahmen werden der Aus- und Aufbau eines Pflegenetzes sowie die Entwicklung von Telemedizin und Telecare ins Auge gefasst.

5.1.3 Telemedizin/Telecare als ergänzende Massnahmen sozialer Heimdienstleistungen in Wien

„Maßnahmen im Sinne von Telemedizin/Telecare können eine Chance für Menschen darstellen, die ihre bei sich wohnenden Angehörigen so lange als möglich selbst betreuen oder ihnen z.B. auch kurzfristige stationäre Aufenthalte ersparen wollen (hier sei insbesondere auf die Kinderhauskrankenpflege hingewiesen). Die genannten Maßnahmen können aber auch ein Anstoß sein bzw. den Einstieg dafür ermöglichen, dass Menschen, die ihre bei sich wohnenden Angehörigen selbst betreuen wollen, diesem Bedürfnis der Pflege der/des nahen Angehörigen tatsächlich nachkommen können.“

Kann die zu pflegende Person im familiären Umfeld aufgenommen werden bzw. verfügt diese über ein funktionierendes soziales Netz, können Telemedizin/Telecare dazu beitragen, stationäre Kurzzeitpflegeaufenthalte zu verringern.

„Wenn die Dienstleistungen aus dem Bereich Telemedizin/Telecare dazu beitragen, dem betroffenen (älteren) Menschen maximale Unterstützung der Selbstverantwortung und Selbstbestimmung zu bieten und soziale Isolation zu vermeiden, sind derartige Dienstleistungen jedenfalls bei der künftigen Gestaltung der ambulanten sozialen Dienste in Wien zu berücksichtigen.“

Mögliche Gefahren des Einsatzes von Telemedizin/Telecare sehen die Befragten v.a. in der sozialen Isolation bzw. Vereinsamung der zu pflegenden Menschen.

„Sofern nicht sichergestellt ist, dass derartige Maßnahmen nur im Zusammenhang und in Zusammenarbeit mit einer/einem engen Angehörigen oder einem sehr engen, funktionierenden sozialen Netz zum Einsatz kommen, kann nicht ausgeschlossen werden, dass sie der Isolierung und Vereinsamung des zu pflegenden bzw. zu betreuenden Menschen Vorschub leisten. Das Betreuungssystem muss sein Angebot so gestalten, dass die Vermeidung sozialer Isolation sichergestellt ist.“

Auch technische Aspekte wie etwa die Unterbrechung von Versorgungssystemen für derartige Maßnahmen (Stromausfall) gilt es zu berücksichtigen, da Probleme zu lebensbedrohenden Situationen führen können.

5.2 Das Ende des Hausbesorgergesetzes und seine Folgen für die Heimservices

Das Hausbesorgergesetz hat in Österreich per 1.7.2000 seine Gültigkeit verloren. Für alle nach dem 30. Juni 2000 abgeschlossenen Dienstverhältnisse, die die Reinhaltung, Wartung und Beaufsichtigung von Häusern zum Inhalt haben, kommt das Gesetz nicht mehr zur Anwendung. Die betroffenen ArbeitnehmerInnen sind per definitionem auch keine HausbesorgerInnen mehr, sondern HausbetreuerInnen.

Seit der Gesetzesnovelle ist die Zahl der HausbesorgerInnen in Wien stark gesunken: In Wien gibt es derzeit 14.100 HausbesorgerInnen, im Jahr 2000 waren es noch 19.000. Bei „Wiener Wohnen“ arbeiten derzeit knapp 3000 HausbesorgerInnen, 2000 waren es noch 3.750. Die überwiegende Mehrheit von 80 bis 85 Prozent der HausbesorgerInnen sind übrigens Frauen. Seit 2000 konnten in Wien 5000 Hausbesorgerposten nicht mehr nachbesetzt werden, im Bereich der Gemeindebauten sind es 800.

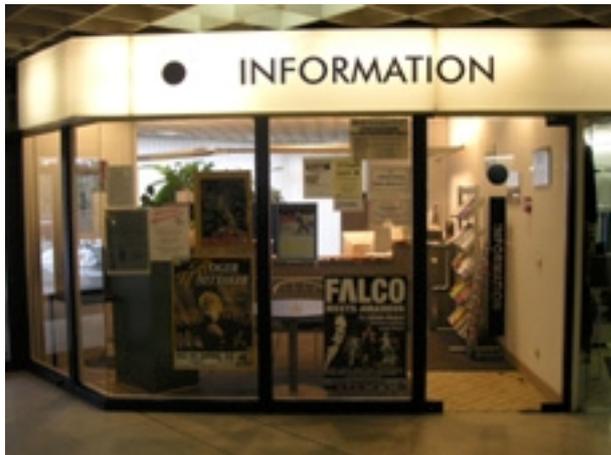
5.2.1 Pro oder contra HausbesorgerIn?

Die Konsequenzen dieser gesetzlichen Neuerung sind umstritten. Manche bedauern den Verlust des zwischenmenschlichen Kontaktes zu „ihrem“ Hausmeister oder „ihrer“ Hausmeisterin, und orten eine Reihe von Unzulänglichkeiten der z.B. nur einmal wöchentlich erscheinenden privaten Hausbetreuungsfirmen.

Andere wiederum bemängeln die Leistungen von HausbesorgerInnen sowie deren unbotmäßige Bezahlung. Entsprechend größer ist ihre Zufriedenheit mit den externen Firmen. Zudem war die Empörung über die Kosten der HausmeisterInnen einer der wesentlichen Gründe, welche schließlich zur Abschaffung des Gesetzes geführt haben: *„Dienstwohnung, eine Beinahe-Unkündbarkeit und zum Teil hohe Gehälter haben vor Jahren zu enormen Protesten geführt – und zur Abschaffung des Hausbesorgergesetzes“*, schreibt Peter Lattinger im Kurier (Kommentar in der Sonderbeilage vom 21.11.2004).

Die Einschätzung wird wohl einerseits von den persönlichen Erfahrungen, andererseits aber auch von der Größe der Wohnanlage abhängen. In größeren Wohnblöcken sind externe Betreuungsfirmen rund um die Uhr im Haus vertreten. Sie verfügen dort über ein eigenes Büro; die ständige Erreichbarkeit wird auf Seiten der BewohnerInnen sehr geschätzt (vgl. Kurier vom 17.4.2004, 13). Bei kleinen Anlagen wird der Verlust des Hausmeisters bzw. der Hausmeisterin vielleicht eher beklagt, weil dort nun keine ständige Kontaktperson mehr zur Verfügung steht.

Eine relativierende Perspektive nehmen diesbezüglich auch die befragten BewohnerInnen in den ausgewählten Fallbeispielen Wohnpark Alt Erlaa und Mischek Tower ein. Man habe in früheren Wohnsituationen sowohl positive wie auch negative Erfahrungen gemacht. Bei großen Anlagen mit 500 Einheiten funktioniere der Hausmeister aber eben nicht mehr, ist ein Diskutant überzeugt. *„Das funktioniert in einem kleinen Gemeindebau, wo man sich persönlich kennt“*, und hänge zudem stark von der persönlichen Einstellung des Hausmeisters ab, da könne man einfach Glück oder Pech haben.



Wohnpark Alt Erlaa, Informationsbüro

Ein genereller Kritikpunkt betrifft das Wegfallen der Wahlmöglichkeit zwischen HausbesorgerIn oder Hausbetreuungsfirma. Peter Lattinger (Kurier) meint dazu:

„Weder die Verteufelung von Reinigungsfirmen und Hausbetreuungsfirmen noch die Glorifizierung des Hausmeisters macht Sinn. Am besten wäre es, könnten die Mieter, die das bezahlen, frei wählen. Das geht derzeit allerdings nicht: Denn für die Beschäftigung eines Hausbesorgers fehlen seit vier Jahren die gesetzlichen Grundlagen.“ (Kommentar in der Sonderbeilage vom 21.11.2004).

5.2.2 Neues Berufsbild – neue Aufgaben?

Über eine zeitgemäße Anpassung des Gesetzes konnten sich die InteressensvertreterInnen bislang nicht einigen. Die Gewerkschaft HYPD verfolgt zwei grundlegende Ziele: die Schaffung einer Hausbetreuer-Lehre sowie die Erreichung eines Kollektivvertrages für HausbesorgerInnen. Die Hausbetreuer-Lehre soll sich nach Vorstellung der Gewerkschaft am dänischen Modell orientieren. Dieses beinhaltet einerseits das Erlernen von handwerklichen Fähigkeiten und andererseits von Kommunikations- und EDV-Kenntnissen (vgl. Millmann-Pichler 2004).

Über die Herausforderung bei der Entwicklung einer solchen Ausbildung heißt es in einer Enquete von Stadtrat Werner Faymann:

„Ein einheitliches Anforderungsprofil für den Beruf des Hausbetreuers zu erstellen erweist sich allerdings als sehr schwierig. Bei größeren Hausverwaltungen bewähren sich eigene Technik- und Reinigungsteams, bei kleineren Häusern rückt die Frage der Wirtschaftlichkeit einer fix angestellten Person stärker in den Mittelpunkt. Wo viele ältere Menschen leben, sollen Hausbesorger bei kleineren Erledigungen helfen, gibt es in einem Wohnhaus viele junge Familien, ist ein sogenannter Concierge-Service attraktiv“ (ebenda).

Zumindest in einer Hinsicht besteht Einigkeit: Die ausschließliche Konzentration auf Reinigungs- und Reparaturtätigkeiten sind für die Entwicklung des Lehrberufs zu wenig. Die große Bandbreite möglicher Betätigungsfelder sowie die erforderliche große Flexibilität bei den Arbeitszeiten erschweren allerdings auch die Schaffung des angestrebten Kollektivvertrages (vgl. ebenda).

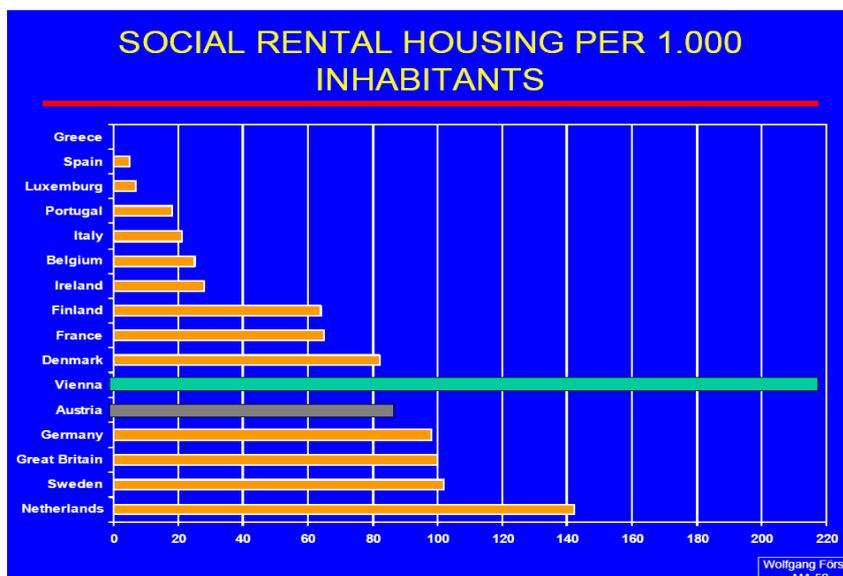
Die wachsende Diversifizierung und Pluralisierung von Anforderungen und Bedürfnisse macht sich also auch in Zusammenhang mit den gesetzlichen Neuregelungen der Hausbetreuung

bemerkbar. Bezüglich der Hausbetreuer Tätigkeit sind – in welcher Form auch immer – Anpassungen erforderlich. Diese haben die unterschiedlichen Merkmale von Wohnanlagen und deren Bewohnerschaft zu berücksichtigen: Größe, demografische Zusammensetzung und Haushaltsformen in den Anlagen, technologische Infrastruktur, allfällige weitere Heimservices und dgl.. Zunehmend ist etwa auf spezifische Zielgruppen oder auf technologische Neuerungen abgestimmtes spezialisiertes Knowhow notwendig. Besonderes Augenmerk ist bei der Entwicklung neuer Heimservices auf die Betreuung älterer und gebrechlicher Personen zu legen. In welchen Wohnsituationen und in welcher Form sich HausmeisterIn, Hausbetreuung, Hausverwaltung, Facility Management etc. künftig ergänzen können, muss wohl verstärkt von Fall zu Fall eruiert werden.

5.3 Die Bedeutung von Heimservices für den Sozialen Wohnbau

Der Soziale Wohnbau ist in Österreich, und besonders in Wien, von großer Bedeutung. Im Vergleich mit anderen europäischen Ländern zeigt sich eine überdurchschnittliche Verbreitung des gemeinnützigen bzw. kommunalen Mietwohnungswesens. Mietwohnungen machen den Großteil des Sozialen Wohnbaus aus.

Soziales Mietwohnungswesen in Europa



Quelle: www.socialhousing2004.at

Österreichweit gibt es derzeit rund 200 gemeinnützige Wohnungsunternehmen, die 650.000 Wohnungen verwalten und jährlich etwa 15.000 neu errichten.

Die herausragende Bedeutung des Sozialen Wohnbaus für die Stadt Wien wird in obiger Tabelle deutlich. Wien kann bereits auf eine lange, bis in die 1920er Jahre zurückreichende Tradition auf dem Gebiet des Sozialen Wohnbaus zurück blicken. Bereits damals wurden rund 70.000 kommunale Mietwohnungen („Gemeindewohnungen“) errichtet. Heute verwaltet „Wiener Wohnen“ als größter Hauseigentümer Österreichs 220.000 Wohnungen (vgl. Faymann 2004). Zusätzlich zu den kommunalen gibt es 136.000 geförderte Mietwohnungen, und auch ein beträchtlicher Teil der 130.000 Eigentumswohnungen wurde im Rahmen des geförderten Wohnbaus errichtet (vgl. Förster 2004). Außerdem entstehen jährlich etwa

10000 Wohnungen in öffentlich geförderten Sanierungshäusern. Alle geförderten Wohnungen unterliegen bestimmten Einkommens- und Weitergabebeschränkungen. Fast 60 Prozent aller Wiener Haushalte befinden sich heute in geförderten Wohnungen

Die Bautätigkeit der Gemeinnützigen ist nicht nur quantitativ einer der gewichtigsten Faktoren in der verbesserten Wohnversorgung, sondern auch bei Gebäude- und Wohnungsqualität, architektonischen, städtebaulichen und sozialen Aspekten kommt ihnen eine Vorreiterrolle zu (vgl. Harsch 2003b, 33).

Welche Chancen stellen nun wohnbegleitende Dienstleistungen im Sozialen Wohnbau dar?

5.3.1 Lange Tradition sozial innovativer Heimservices

Gemeinnützige Wohnbauträger waren in der Regel seit jeher bestrebt, den Wohnenden ergänzende Leistungen zur *Komfortsteigerung* und *Gemeinschaftsförderung*, etwa in Form von Gemeinschaftsräumen, anzubieten. Heute bestehen sogar rechtliche Verpflichtungen, bei geförderten Wohnungen gemeinschaftliche Einrichtungen zu erstellen, wie Oliver Högn (Mischek, Stabsstelle Development) erklärt. Es gehe darum, Kommunikation und Zusammenhalt zu fördern. Was die Akzeptanz durch die Bewohnerschaft betreffe, gebe es allerdings kein Patentrezept. Diese könne schwer voraus gesehen werden.

Diese gemeinschaftsfördernde Orientierung im Sozialen Wohnbau wird aktuell im Wohnbauprojekt Monte Laa deutlich. Ein innovatives Quartiersmanagement soll dort den sozialen Anspruch von Monte Laa unterstreichen:

„Ein eigens vorgesehener Stützpunkt in Monte Laa wird als soziales Zentrum und Anlaufstelle für die Mieter dienen, wo Angelegenheiten der Bewohner diskutiert und kommuniziert und zusätzliche Services und haushaltsnahe Dienstleistungen angeboten werden. In diesem Stützpunkt wird ein `Hausmanager` die Mieter als Organisator, Koordinator und Bindeglied zur Hausverwaltung betreuen. Er wird für das soziale Leben in der Anlage positive Impulse setzen: Veranstaltungen, Mieterversammlungen, Kinderfeste initiieren, haushaltsnahe Dienstleistungen an die Bewohner vermitteln, Beratung für Energiesparmaßnahmen und Müllvermeidung bieten, bei Konflikten vermitteln und vieles mehr“ (www.montelaa.at).

5.3.2 Heimservices als Diversifikationsinstrument

Die Erweiterung von Serviceangeboten ist in der Praxis des Sozialen Wohnbaus zentraler Bestandteil strategischer Überlegungen. Sie wird von ExpertInnen und EntscheidungsträgerInnen als erfolgreiches Mittel zur Differenzierung angesehen (vgl. Harsch 2003, 35). Dies wird auch im Interview mit Oliver Högn bestätigt, wobei seine Überlegungen noch weiter gehen: Im Sozialen Wohnbau in Wien stelle sich gegenwärtig die strategische Frage, ob man als „*Diversifikationsinstrument*“ bestimmte Zielgruppen ansprechen wolle. Dabei wären z.B. Menschen über 50 interessant, insbesondere aufgrund der demografischen Entwicklungen. Auch das Thema Telemedizin/E-Care bewertet er auf entsprechendes Nachfragen als durchaus spannend, etwa in Zusammenhang mit Bauträgerwettbewerben, bei denen es spezifische Zielvorgaben gebe. Grundsätzlich gelte jedenfalls auch im Sozialen Wohnbau: Maßnahmen, mit denen man sich von der Konkurrenz abheben könne, seien wichtig.

Es ist zu erwarten, dass sich solche Maßnahmen in vielen Fällen im Bereich von Heimservices bewegen. Auf die Diskrepanz zwischen Bedürfnis resp. Wunsch nach Zusatzleistungen und der *Zahlungsbereitschaft bzw. -fähigkeit* wird mehrfach hingewiesen (vgl. z.B. Harsch 2003a). Auch Helmut Redl (Mischek, Verkauf) äußert sich dahingehend, dass die Implementierung von Zusatzleistungen auf Seiten des Bauträgers schon auch eine Geldfrage sei – mit der Konsequenz, dass diese derzeit eher im Hochpreissegment sowie bei größeren Bauten stattfinde.

Andererseits bieten sich durch die Förderungen gerade dem Sozialen Wohnbau oftmals Möglichkeiten, welche im freifinanzierten Wohnbau nicht gegeben sind. Daher nimmt der Soziale Wohnbau in mancher Hinsicht, insbesondere aber im Bereich sozial innovativer Heimservices, eine führende Rolle ein. In Wien findet sich bereits eine Reihe beispielhafter Umsetzungen.

5.3.3 Beispiele innovativer Heimserviceangebote in Wien

Von der Donaacity Wohnbau AG wird z.B. einmal wöchentlich ein *Kindernachmittag* organisiert, an dem PädagogInnen mit Kindern im Alter von 5 bis 10 Jahren zusammenarbeiten, um soziales Verhalten zu lehren. Umgesetzt wurde das Projekt in Kooperation mit den Kinderfreunden. Bei individuellen Kinderbetreuungsservices stellt allerdings die Frage der Haftung ein gewichtiges Problem dar. Eine genossenschaftliche Organisation von verlässlichem und vertrauenswürdigem Personal ist daher nicht so leicht realisierbar; mehr würde für eine Selbstorganisation aktiver HausbewohnerInnen sprechen (vgl. Harsch 2003b, 73).

Eine andere Herausforderung stellt sich bei genossenschaftlichen Bauten angesichts von *Gemeinschaftseinrichtungen* wie Hobbyräumen, Partykellern, Sauna, Fitnessraum oder Schwimmbekken. Die Genossenschaft „Frieden“ machte mit der Errichtung eines Hallenbades die Erfahrung, dass sich Organisation und reibungslose Benutzung nur schwierig gestalten lassen. Kaum jemand hielt sich an die Regeln und alle beriefen sich auf ihr Recht als Eigentümer. Daher wurde die Betreuung durch Externe als bessere Lösung erachtet (vgl. ebenda, 74).

Klare Verantwortlichkeiten erwiesen sich auch im Rahmen einer genossenschaftlich organisierten und verwalteten Wiener Wohnanlage mit Gemeinschaftsautos als zentral. Nach erfolgreichem Beginn stellte sich bald das Problem, dass sich niemand für die Autos verantwortlich fühlte und dementsprechend schnell erste Schäden an den Fahrzeugen samt folgender Streitereien auftraten.

Die Verantwortung für die gemeinschaftliche Infrastruktur wird gleichfalls in den Bewohnerdiskussionen im Mischek Tower und im Wohnpark Alt Erlaa thematisiert. Die Alt ErlaaerInnen erachten dabei die Vereine, welche sich um viele der Räume kümmern als sehr wichtig. Und im Mischek Tower verweisen die BewohnerInnen auf ein benachbartes Negativbeispiel eines „verlotterten“ Fitnessraumes, für den sich niemand verantwortlich fühle, der aber von der Eigentümergemeinschaft trotzdem finanziert werden müssen.



Wohnpark Alt Erlaa, Jugendzentrum

Viele Schwierigkeiten dieser Art werden künftig durch neue (Online) Heimservices aber reduziert werden können, etwa durch verbesserte Zutrittskontrollen und neue Überwachungssysteme.

Eine weitere Herausforderung stellt sich in Wien dem Sozialen Wohnbau im Zuge der Abschaffung des Hausbesorgergesetzes (vgl. Kapitel 5.1). Die Aufgabe der vormaligen HausbesorgerInnen werden vermehrt von Hausbetreuungsfirmen übernommen. Nun fehlt vielen MieterInnen die Präsenz einer *Vertrauensperson*. V.a. ältere Menschen lassen erfahrungsgemäß nur ungern Fremde in ihre Wohnung. Eine bereits realisierte Möglichkeit ist, dass die Genossenschaft via Gründung eines Tochterunternehmens einen eigenen Betreuungsdienst anbietet. Dieser erledigt mit einem mobilen Büro ausgestattet Aufgaben von der Gartenbetreuung und Schneeräumung bis hin zu kleinen Reparaturen. Der Trupp kommt regelmäßig vorbei und wird mit der Zeit mit der Bewohnerschaft bekannt. Wichtig dabei ist, geeignetes Personal mit Sozialkompetenz und Geschick zu finden, welches ein persönliches Verhältnis zu den KundInnen aufbauen kann (vgl. ebenda, 76f).

Eine andere Variante zur Lösung des Hausbesorgerproblems hat die GESIBA ins Leben gerufen: das *Hausbetreuungszentrum*. Von diesen aus werden in einer Reihe von Wohnanlagen wohnbegleitende Dienstleistungen organisiert. Die Betreuung umfasst die Kontrolle der Reinigungsfirmen, einen täglichen Rundgang durch die Anlagen, hausbezogene Reparaturen und fungiert als Anlaufstelle für Beschwerden. Die Resonanz der MieterInnen ist bislang positiv, da sie wissen, an wen sie sich im Problemfall wenden können (vgl. ebenda, 78).

Hauswirtschaftliche Heimservices sind ein weiteres im genossenschaftlichen Bauwesen angestrebtes Gebiet. Diese können von Wäschedienst über Bügeldienst, Einkaufsservice bis zur Hausbetreuung gehen. Diese Art der Dienstleistungserbringung ist in Wien noch relativ wenig fortgeschritten – etwa im Vergleich zu den USA. So habe der Conciergedienst im Mischek Tower bei einigen EigentümerInnen zu einer gewissen Ernüchterung geführt, da die Vorstellungen eines US-amerikanischen Concierges, der weit mehr Aufgaben übernimmt (z.B. Postdienste, Wäschereinigung), bestanden hätten. Andererseits habe es von umliegenden Firmen anfangs Reinigungsservices, Frühstücksservices oder auch Hausbesuchsdienste eines Masseurs gegeben – Angebote, die sich allesamt als unrentabel herausgestellt hätten.

Einkaufsdienste bzw. Essenslieferungen stecken in Wien derzeit in der Versuchsphase. Es gibt bereits erste realisierte Wohnanlagen, welche mit „Lieferboxen“ ausgestattet sind. Diese Variante könnte insbesondere für die Einbindung flexibler Greissler vor Ort interessant sein. Stellt sie das Modell als erfolgreich heraus, so könnte auch auf Seiten des Sozialen

Wohnbaus durch dessen Adaption ein wichtiger Beitrag zum Erhalt der Nahversorgung geleistet werden.

Gleichfalls auf die Kooperation mit regionalen Gewerbetreibenden zielt das Modell der *Wohn Gutscheine* ab, ein Service der gemeinnützigen Baugesellschaft GEWOG-NEUE HEIMAT. Mit ausgewählten Händlern und Dienstleistern werden Sonderkonditionen in Form von Rabatten, exklusiv für die MieterInnen, ausgehandelt. Die Händler profitieren vom Werbeeffekt, die MieterInnen vom Rabatt und die Baugesellschaft von zufriedenen KundInnen. Wohn Gutscheine sind vermutlich v.a. eine interessante Möglichkeit im Sozialen Wohnbau. WohnkundInnen im Hochpreissegment zeigen sich derlei Angeboten gegenüber eher verhalten, wie sich in der Diskussion mit BewohnerInnen des Mischek Towers heraus gestellt hat. Zu Beginn habe es ein solches Angebot verschiedener Vergünstigungen bei umliegenden Geschäften und Restaurants gegeben, das Interesse bei den EigentümerInnen sei aber zu schwach gewesen.

Im Bereich der *Informations- und Kommunikationsdienstleistungen* bestehen für genossenschaftliche Bauträger weitere Möglichkeiten zusätzlicher Heimserviceangebote. Generell werden drei Arten von Telediensten unterschieden:

- *Informationsdienste*: Abrufen unterschiedlicher Informationen
- *Kommunikationsdienste*: Möglichkeit mit der Genossenschaft in Kontakt zu treten
- *Transaktionsdienste*: Bestellung und Anforderung von Dienstleistungen mittels elektronischer Formulare

Diese Dienste können z.B. via einer Elektronischen Anschlagtafel oder eines Internet-Terminals im Hausflur angeboten werden. In diesem Bereich hat die GESIBA z.B. ein Hausverwaltungsinformationssystem (HaVIS) eingerichtet. Über dieses können die MieterInnen mit der Hausverwaltung in Kontakt treten. Seit September 2001 haben immerhin 6 Prozent aller BewohnerInnen diese Möglichkeit genutzt (vgl. Harsch 2003b, 81). HaVIS wird auch von den DiskussionsteilnehmerInnen vom Wohnpark Alt Erlaa geschätzt. Eine Bewohnerin bevorzugt den elektronischen Weg gegenüber dem persönlichen Herantreten an die Hausverwaltung, weil sie via HaVIS immer freundlich behandelt werde. Neben Schadensmeldungen, Beschwerden und dem Deponieren von Wünschen können über das HaVIS auch elektronisch die Belege für die Jahresausgleiche oder die Bestätigung für die Mietenzahlungen angefordert werden. Das System wird stetig erweitert und bietet mittlerweile auch die Möglichkeit, persönliche Betriebskostenabrechnungen einzusehen (vgl. GESIBA-Broschüre zum Projekt Troststrasse 73-75).

Durch ihre besondere soziale Verantwortung eröffnen sich dem Sozialen Wohnbau auch im Bereich der *Finanzdienstleistungen* wichtige Serviceoptionen. Menschen können aus vielfältigen Gründen in finanzielle Schwierigkeiten geraten, etwa in Folge von Scheidung, Arbeitslosigkeit oder Krankheit. Da auch das Wohnbauunternehmen Interesse daran hat, MieterInnen zu behalten, gibt es seitens gemeinnütziger Gesellschaften verschiedene Initiativen. Ein Beispiel ist das Projekt „Delogierungsprävention“ von GEWOG-NEUE HEIMAT, in welchem eine umfassende Beratung Betroffener angeboten wird. Mit dem ersten Mahnschreiben erhält der/die MieterIn eine Beilage, die auf das Angebot der Beratung aufmerksam macht. Diese erfolgt unverbindlich und kostenlos. Auf diese Weise konnte bereits in zahlreichen Fällen eine Delogierung abgewendet werden (vgl. ebenda, 82f).

Diese Beispiele zeigen auf, dass im Bereich der Heimservices nicht bloß um das Angebot geht, sondern auch die Akzeptanz durch die BewohnerInnen entscheidend ist. Eine große Bedeutung kommt zudem neuen technischen Möglichkeiten zu. Welche Chancen und Gefahren eröffnen sich angesichts neuer Heimserviceleistungen nun dem Sozialen Wohnbau?

5.2.4 Potenziale und Herausforderungen für den Sozialen Wohnbau

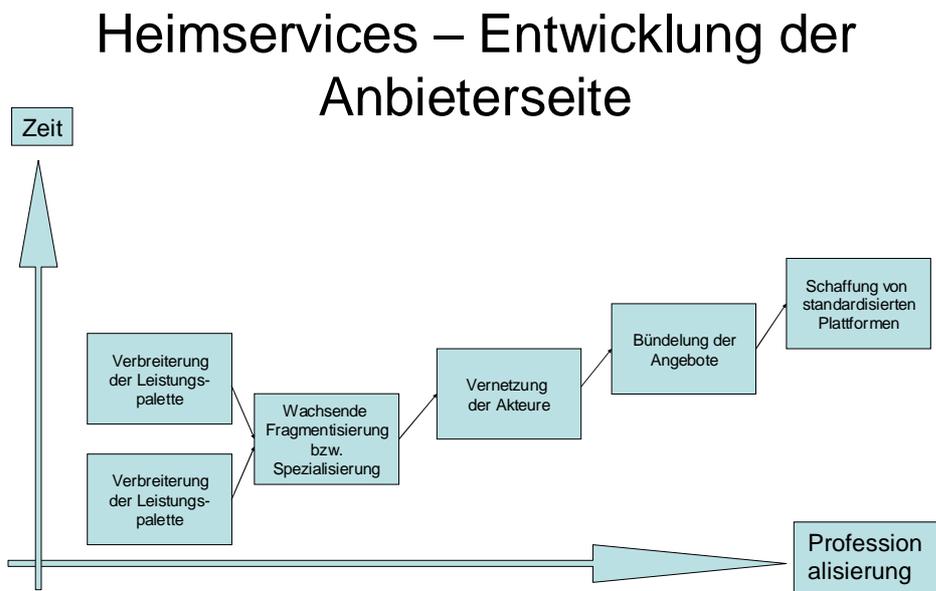
Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass auch im Sozialen Wohnbau das Thema zusätzlicher (Online) Heimservices hochaktuell ist. Zum einen gilt es auch für die gemeinnützigen Bauträger, sich im Wettbewerb zu behaupten. Und Heimservices stellen ein zentrales Instrument dar, um sich von der Konkurrenz abzuheben. Und zum andern kann im Sozialen Wohnbau angesichts ihres Innovationspotenzials, etwa im Bereich der Architektur und Infrastruktur, ein solches auch angesichts innovativer Heimservices vermutet werden. Durch die Nutzung ihres Innovationspotenzials eröffnet sich den Verantwortlichen im Sozialen Wohnbau darüber hinaus, die wichtige Möglichkeit, allfällige Imageprobleme zu beseitigen. Amann (1993) zeigt in einer Umfrage auf, dass das Imageproblem und damit zusammenhängend der Bedarf nach höherer Transparenz bei Organisation und Entscheidungen die zentralen Mängel bei Genossenschaften sind (vgl. Amann 1993, 14). Auch aktuellere Arbeiten verweisen auf diese Problematik (z.B. Theel/Zang 2001).

Als zentral zu berücksichtigende Klientel ist insbesondere im Sozialen Wohnbau die *Gruppe der Älteren* zu nennen. Durch das Einräumen eines Dauerwohnrechts wächst der Anteil an SeniorInnen in genossenschaftlichen Wohnbau besonders stark. Künftige Heimservicelösungen müssen daher vermehrt auf diese Gruppe abzielen. Die Bandbreite reicht dabei von hauswirtschaftlichen Diensten zur Entlastung über Mobilitäts- und Gesundheitsservices (Pflegedienste, Telemedizin/E-Care) bis hin zu Sicherheitsleistungen und barrierefreien Kommunikationsdienste. Am relevantesten werden in diesem Zusammenhang aufgrund der demografischen Entwicklungen sowie der fortschreitenden Schmälerung des Sozialstaates voraussichtlich *extramurale Pflegeleistungen*, also die Pflegedienste in den eigenen vier Wänden, sein.

6 „Vom Pizzalieferanten zum Heimservice Provider“ – Die Anbieterseite

Um zu einem besseren Verständnis des Phänomens der Heimservices zu gelangen, soll neben den Angeboten und den NachfragerInnen auch die Anbieterseite analysiert werden. Eines der grundlegenden Merkmale ist ihre Dynamik: Wie haben sich die Anbieter und ihre Angebote mit der Zeit verändert? Und wie werden sie sich künftig entwickeln?

Zunächst ist eine *Verbreiterung* von Leistungspaletten, einhergehend mit dem Eintritt neuer Branchen in den Markt, zu beobachten. Diese wird begleitet von einer wachsenden *Fragmentierung* und *Spezialisierung* auf Seiten der Anbieter und ihrer Leistungen. In der Folge kommt es zunehmend zu *Vernetzungen* innerhalb der Akteure und zu *Bündelungen* von Angeboten, etwa auf gemeinsamen Plattformen. Konsequenz dieser Entwicklung ist ein steigender *Professionalisierungsgrad* – sowohl im Bereich der „klassischen“ als auch der Online Heimservices.



Quelle: das fernlicht 2004

Diese Entwicklung lässt sich bei den unterschiedlichsten kleinen und großen, privaten und öffentlichen Akteuren ablesen – seien es Hausverwaltungen, Handwerksbetriebe, Telekomprovider oder auch Privatpersonen, die Tiersitting und Pflanzengießen anbieten.

Wesentlicher Motor dieser Dynamik ist die Ausweitung auf den Online Bereich, welche durchaus als eine Zäsur im Dasein der Anbieter betrachtet werden kann. Bislang war der Markt der Heimservices nämlich einerseits von klassischen Dienstleistungen aus dem Servicebereich und andererseits von Einzelunternehmen besetzt. Dies ändert sich gegenwärtig rapide. Worin diese Änderung besteht, wird zu zeigen sein.

Aus diesen Beobachtungen ergibt sich die Struktur des vorliegenden Kapitels: Zunächst wird kurz auf die „alten“ und „neuen“ Anbieter und ihre Angebote eingegangen. Danach wird eine mögliche Kategorisierung der Anbieterseite für Wien vorgelegt. Dabei fließen mögliche Potenziale und Kooperationen der Zukunft sowie diesbezügliche Einschätzungen einer Reihe von Experten ein. Im Anschluss daran wird die dynamische Entwicklung der Anbieterseite schrittweise und mit Bezugnahme auf eine Reihe von Beispielen analysiert: von der Verbreiterung und Fragmentierung von Leistungspaletten über die Vernetzung und Bündelung hin zu einer wachsenden Professionalisierung.

Zentrale Fragen sind also: Wer sind die dienstleistenden Akteure, welche um die Versorgung der Wohnenden konkurrieren? Wodurch zeichnen sich gegenwärtige und zukünftige Anbieter auf diesem Markt aus? Wodurch kennzeichnet sich die Dynamik des Heimservicemarktes? Und welche Strategien – etwa der Vernetzung und Bündelung – werden im Wettbewerb um die Bewohnerschaft eingesetzt? Wo es möglich ist, werden Wiener Spezifika berücksichtigt.

6.1 Die Anbieter und ihre Leistungen

6.1.1 Differenzierung in „alt“ und „neu“

In der Analyse der Anbieterseite gilt es zunächst eine Differenzierung nochmals aufzunehmen: Zum einen gibt es „klassische“ Anbieter von Heimservices, etwa Organisationen und Vereine im Pflege- und Betreuungsbereich, oder auch Reinigungs- und Zustelldienste. Zu diesen gesellt sich eine wachsende Anzahl *neuer Anbieter*. Dies können neue Branchen sein, welche mit bereits bekannten Angeboten antreten, z.B. das Facility Management Unternehmen, welches u.a. Funktionen von HausbesorgerInnen und Hausverwaltungen übernimmt.

Und andererseits finden sich neue Akteure mit neuartigen Angeboten. Dies kann beispielsweise der Automobilhersteller sein, welcher Angebote in Zusammenhang mit vernetzter Haustechnik parat hält. Auch der Telekomprovider, der spezifische Content- und Informationsdienste anbietet, ist hier dazu zu zählen.

Eine weitere mögliche Kombination sind etablierte Anbieter, welche ihre Leistungspakete neu gestalten, z.B. eine Sicherheitsdienstleistungsfirma, welche zusätzlich zu ihren herkömmlichen Leistungen wie Rundgängen und Fernüberwachung der Alarmanlage durch die Anbindung des Hausnetzwerks neue Sicherheitslösungen ermöglicht.

6.1.2 Kategorien von Heimdienstleistern in Wien

Nebst obiger Charakterisierung in „alte“ und „neue“ Dienstleister mit „alten“ und „neuen“ bzw. Online Angeboten lassen sich auch andere Klassifizierungen vornehmen. Einen Vorschlag für Wien unterbreiten Hrauda et al. (2002). Es handelt sich zum größeren Teil um herkömmliche Heimdienstleistungen wie Pflege-, Betreuungs- oder Reinigungsdienste. Wesentlicher ist dort die Differenzierung in Dienstleister außerhalb der Wohnungswirtschaft und Dienstleister innerhalb der Wohnungswirtschaft. Ferner spielt die Differenzierung in öffentliche und private Anbieter eine Rolle (vgl. Hrauda et al. 2002, 22ff).

Hinsichtlich des Angebots sind für Hrauda et al. einerseits primäre Dienstleistungen wie Beratung und Betreuung und andererseits so genannte produktergänzende bzw. –ersetzende

(z.B. Reparaturarbeiten oder Mobilitätsangebote wie Carsharing) relevant. Als die hauptsächlichen Organisationsformen von Wiener Anbietern werden folgende identifiziert:

- *Öffentliche Anbieter*
- *Vereine und halböffentliche Anbieter*
- *Sozioökonomische Betriebe (SÖB)*
- *Privatunternehmen*
- *Hausverwaltungen*
- *Hausbesorger*
- *Hausbetreuer*
- *Handwerkliche Gewerbebetriebe*
- *Facility Management Firmen*

Da in dieser Studie zusätzlich die Anbieter neuer Online Heimservices betrachtet werden, bedarf es noch einiger anderer Kriterien. Ergänzend kommen folgende Kategorien von Anbietern hinzu:

- *Handel/E-Commerce*
- *Telekomprovider*
- *Contentprovider*
- *Energieversorgungsunternehmen*
- *Unterhaltungs- und Haushaltsgerätehersteller*
- *Telemedizin/E-Care*

Es folgt die Darstellung der wichtigsten Akteure auf dem (zukünftigen) Markt der Heimservices. Diese werden sowohl in den klassischen als auch in den neuen (Online) Feldern tätig sein.

- ***Öffentliche Anbieter:***

Öffentliche Anbieter sind häufig in sehr personalintensiven Feldern wie Betreuung und Beratung sowie Ver- und Entsorgung tätig. In Wien ist die Magistratsabteilung 48 fast für den ganzen Entsorgungsbereich inklusive der Alt- und Problemstoffsammlung zuständig. Lediglich die Altpapiersammlung übernimmt inzwischen eine private Firma. Weitere Leistungen der Stadt sind kostenlose Beratungsdienste in unterschiedlichsten Bereichen (z.B. Wohnungsfragen, soziale Probleme). Betreuungsdienste wie Altenpflege oder Familienhilfe werden sehr häufig von der Stadt angeboten. Durch die Teilfinanzierung über das Sozialbudget entstehen für die KundInnen geringere Kosten. Dies ist laut den AutorInnen einer der Gründe, weshalb es für private Anbieter schwierig ist, sich in diesen Feldern zu etablieren. Da der Preisvergleich stets zu ihren Ungunsten ausfällt, werden ihre Dienste eher nur bei deutlich anderem Angebot in Anspruch genommen (vgl. Hrauda et al. 2002, 22).

In Zusammenhang mit neuen Online Heimservices sind auch die Funktionen des *E-Governments* bedeutsam. Ziel des E-Governments in Österreich ist die raschere und unkompliziertere Abwicklung von Behördenverfahren. Lange Wartezeiten, aufwändiger Papierkram und unübersichtliche Behördenwege sollen vermieden werden. Auf der Webseite der Stabsstelle IKT-Strategie des Bundes heißt es:

„Die österreichischen E-Government Strategien basieren auf der Einbindung aller Akteure und der engen Zusammenarbeit zwischen Bund, Ländern, Städten und Gemeinden. Nur durch eine erfolgreiche Kooperation aller Partner können vorhandene Ressourcen effizient eingesetzt und Synergieeffekte erzielt werden“ (vgl. www.cio.gv.at).

Mit dem elektronischen Akt (ELAKT), einem der wichtigsten Applikationen von E-Government, wird die Bedeutung solcher Dienstleistungen der öffentlichen Hand noch steigen.

- **Vereine, halböffentliche Anbieter und Sozialökonomische Betriebe (SÖB):**

Vereine agieren oftmals dort, wo Maßnahmen zur Förderung des Arbeitsmarktes gesetzt werden. Sie erhalten öffentliche Förderungen. Die Tätigkeiten bewegen sich häufig in den Bereichen Reinigung und Reparatur, und sollen ArbeitnehmerInnen den Wiedereinstieg in die Erwerbstätigkeit erleichtern. Im Zuge der Maßnahme können sie zumeist auch ihre Qualifizierung verbessern. In Österreich ist das Arbeitsmarktservice (AMS) häufiger Kooperationspartner. Manchen Vereinen sind auch eng an kirchliche Institutionen gebunden, dann läuft ein beträchtlicher Teil der Finanzierung über Spenden.

Ein ähnliches Ziel wie Vereinen verfolgen *sozialökonomische Betriebe (SÖB)*. In diesen können Langzeitarbeitslose den Wiedereinstieg ins Berufsleben schaffen. Sie werden ein Jahr lang vom AMS finanziert. Pro drei reguläre Arbeitskräfte wird in einem Betrieb je ein Arbeitsloser eingesetzt (vgl. Hrauda et al. 2002, 22).

- **Bauträger:**

Bauträger sind im Zusammenhang mit wohnungsnahen Diensten ein Spezialfall von Unternehmen. Es handelt sich um Firmen, welche gewerbsmäßig Grundstücke kaufen und bebauen. Sie können z.B. im geförderten und/oder freifinanzierten Wohnbau tätig sein. Der Bau wird dann als Ganzes oder in einzelnen Einheiten verkauft bzw. vermietet. Der Bauträger tritt gegenüber den Behörden und den ausführenden Handwerkern als Bauherr auf. In Bezug auf Heimservices stellt sich den Bauträgern (oder auch den Hausverwaltungen) unternehmensintern die Frage, inwieweit sie ihr Spektrum über die Basisaufgaben hinaus erweitern und ob sie zusätzliche Heimdienstleistungen selbst erbringen oder vermitteln wollen. Denn: Angebote an Diensten und Infrastruktur sind wesentliches Kriterium für den Bezug einer Wohnung. Die Ansprüche an Wohnung und Wohnumfeld steigen.

Eine besondere Herausforderung stellt sich dabei Bauträgern im *Sozialen Wohnbau*. Durch seine lange Tradition und Innovationsfreudigkeit eröffnen sich auch dem Sozialen Wohnbau in Wien im Bereich der Heimservices neue Chancen. Besonders hinsichtlich sozial innovativer und gemeinschaftsfördernder Heimdienstleistungen finden sich bereits einige beispielhafte Projekte. Heimserviceleistungen stellen auch für den Sozialen Wohnbau ein wichtiges Diversifikationsinstrument dar (vgl. Kapitel 5).

- **Hausverwaltung, Hausbetreuung, Facility Management:**

Diese haben zunächst einmal primäre Leistungen im Bereich *Hausverwaltung* und *Hausbetreuung* zu erfüllen. Dafür ist entweder eigenes Personal vorhanden oder es erfolgt die Beauftragung von Externen. Große Verwaltungen haben zumeist eine eigene Hausbetreuungsabteilung, etwa für die Betreuung haustechnischer Anlagen oder für Sicherheitsdienste. Eine umfassendere Betreuung kann mittels Kooperationen mit externen Anbietern erfolgen, oder auch von der Verwaltung selbst angestrebt werden. Häufig agiert sie auch als Vermittlerin zwischen Wohnenden und Anbietern.

Die gegenwärtig relativ frei gestaltbaren Vereinbarungen über Hausbetreuungsaufgaben führen zur Entstehung neuer Berufsbilder. HausbetreuerInnen der Zukunft werden mehr als die klassischen Aufgaben früherer HausbesorgerInnen – also Reinigungs- und leichte Wartungsaufgaben – übernehmen (vgl. Hrauda et al. 2003, 24).

Facility Management (FM) Firmen agieren unter dem Motto "Alles aus einer Hand". Sie führen Aufgaben unterschiedlicher Gewerbe gleichzeitig aus oder managen diese. Facility Management kann als „ganzheitliche strategische Betrachtung, Analyse und Optimierung aller Abläufe und Dienstleistungen für gebäudespezifische Objekte über den gesamten Lebenszyklus der Immobilie“ definiert werden (vgl. Der Standard Spezial vom 30. 11. 04, 13). FM ist ein relativ junger und boomender Trend, wobei die Versorgung von

Wohnbauten den geringeren Teil ausmacht. Wenn bei Wohnbauten die Optimierung von Energieversorgung und Serviceleistungen für die NutzerInnen durch FM abgedeckt werden, dann sind es in der Regel große Anlagen, wie z.B. der Mischek Tower in der Donau City.



Mischek Tower, Donaupark

- ***Privatunternehmen mit klassischen objektbezogenen Leistungen:***

Private Firmen bieten in einer Vielzahl von Bereichen ihre Dienste an. In Zusammenhang mit Heimservices sind vor allem die Felder Sicherheit, Reparatur und Instandhaltung, Mobilität sowie Versorgung von Bedeutung. *Handwerkliche Gewerbetreibende* wie z.B. Installateure, Maler oder Bodenleger führen neben Tätigkeiten des Baunebengewerbes auch die Instandhaltung haustechnischer Anlagen durch.

Bezüglich *Sicherheitsleistungen* sind v.a. private Wachdienste zu erwähnen, deren Rundgänge die zunehmend ausgefallten technologischen Sicherheitsmaßnahmen nach wie vor ergänzen, so etwa auch im Wohnpark Alt Erlaa.

- ***Handel/E-Commerce:***

Im *Handel* sind zum einen große Anbieter, v.a. der Lebensmittelbranche, und zum andern kleine Unternehmen bedeutsam. Hauslieferservices werden vielfach online geordert; in einzelnen innovativen Wohnprojekten gibt es bereits extra dafür vorgesehene (gekühlte) Anlieferboxen.

Der Bereich *E-Commerce* ist in Österreich im Wachsen begriffen. In Österreich gibt es gegenwärtig über 8000 Online Shops. 2003 wurde rund eine Milliarde Euro oder drei Prozent des Einzelhandelsvolumens mit dem Internethandel lukriert. 2005 sollen es sechs Prozent werden (vgl. www.ecaustria.at). Allerdings gebe es auch eine große Fluktuation auf diesem Markt, weiß Hans Zenger, Obmann der Datenschutzorganisation ARGE Daten: „*Die Shops sterben, bevor sie noch richtig begonnen haben*“ (vgl. ebenda).

Das Wachstum des E-Commerce bestätigt auch Herr Faber, Leiter vom Zustellservice bei Merkur Direkt. Der Anteil privater KundInnen von Merkur Direkt beziffert er auf 35 Prozent. Es wird aber seiner Meinung nach zu keiner Verdrängung lokaler Infrastruktur kommen; vielmehr werden das Einkaufen im Geschäftslokal und Online-Shopping nebeneinander bestehen können.

Auch für kleinere Unternehmen wird das Thema E-Commerce zunehmend aktuell. Innovative Wohnprojekte beginnen bereits mit der Einbindung des regionalen Gewerbes in hausinterne Online Plattformen, über die Produkte geordert und ins Haus geliefert werden können. Für ein derartiges Projekt, angesiedelt im 7. Bezirk und bezugsfertig per Dezember 2005, zeichnet gegenwärtig das Immobilienunternehmen Raiffeisen Evolution verantwortlich, wie Ernst Kovacs, Bereichsleiter Wohnbau Österreich bei Raiffeisen Evolution, erklärt.

Am Rande sei noch der Bereich *Teleshopping* (T-Commerce) erwähnt, gleichfalls ein wachsender Handelszweig. In einer Studie der Medienberatung Goldmedia wird ein Anstieg des Umsatzes über TV-Kanäle von gegenwärtig 2,7 Milliarden auf 5,1 Milliarden im Jahr 2009 vorausgesagt (vgl. www.presstext.at).

- **Telekomprovider:**

Telekomfirmen sind zu den bedeutsamsten neuen Akteuren auf dem Heimservicemarkt der Zukunft zu zählen. Gemäß Josef Noll (Telenor, Norwegen) wird es primär darauf hinaus laufen, dass Telekomunternehmen als Bereitsteller von Infrastruktur fungieren, während die Application Services von unterschiedlichen spezialisierten Providern kommen werden. Insofern wird es auch hier neue Allianzen und Kooperationen geben.

Hierzu zählen aber nicht nur klassische Telekomanbieter, sondern auch Kabelbetreiber. Es wird künftig nämlich sehr stark auch um die Versorgung mit Breitband gehen. In Wien ist diese bereits relativ weit fortgeschritten.

- **Contentprovider:**

Zu den Anbietern im Bereich *Multimedia, Entertainment und Information*, welche dann auch die von Telekom Providern garantierten infrastrukturellen Basisleitungen nutzen, zählen einerseits wiederum klassische Unternehmen und andererseits neue, etwa aus dem Bereich der New Economy. Zu ersteren sind beispielsweise klassische Verlage, welche ihre Leistungen auf den Online Bereich ausweiten, zu zählen. Zu letzteren gehören z.B. sämtliche Anbieter von Downloads (Filme, Musik, Spiele etc.). Josef Noll (Telenor, Norwegen) sieht insbesondere bei Video on Demand (VoD) ein hohes Zukunftspotenzial. Zudem bewege man sich mit dem Trend zum Großbildschirm auch weg vom starren Fernseher.

Denkbar sind eine Reihe spezifischer Informations- und Contentdienste, die künftig auf unterschiedliche Situationen im privaten Wohnbereich abgestimmt sind: „*Vom Unterhaltungs- und Informationsprogramm für die Mußestunden im Bad oder WC über Weck- und Erinnerungsdienste im Schlafzimmer bis zu Rezepten und Kochanleitungen, die aufgrund einer Bestandsaufnahme des Kühlschranksinhalts passende Menüs vorschlagen.*“ (das fernlicht 2003b, 46). Entsprechende Kooperationspartner könnten hier z.B. Telekomprovider, Energieversorgungsunternehmen und Hausgerätehersteller sein.

In einem weiteren Sinne können auch Anbieter im Bereich *E-Learning* hier subsummiert werden. In Wien sind es beispielsweise Bildungsanbieter wie die Volkshochschulen Floridsdorf und Meidling, welche seit einiger Zeit an der Ausweitung von E-Learning-Elementen, insbesondere in Kursen des Zweiten Bildungswegs, arbeiten.

- **Energieversorgungsunternehmen:**

Auch auf dem liberalisierten Markt von Österreichs *Energieversorger* finden sich zentrale Akteure künftiger Wohndienstleistungen. Mit einer Reihe von Serviceangeboten buhlen die Energielieferanten um KundInnen. Ein Imagewandel, der die Unternehmen klar als Dienstleister positioniert, ist angesagt:

„Das Produkt Strom soll emotionalisiert werden, maßgeschneiderte Marketingkonzepte sollen Kundenbindung und Markentreue erzeugen. `Unser neuer Optima-Tarif ist auf den individuellen Verbrauch abgestimmt`, sagt etwa Friedrich Pink, Geschäftsführer von e&s. `Da sind verschiedene Services enthalten, wie beispielsweise eine Versicherung gegen Stromunfälle, ein 24-Stunden-Notfalldienst und ein Bonus bei Abbuchung vom Konto`“ (vgl. www.hitech.at).

Wesentliche Dienstleistung wird dabei auch das Fernablesen von Verbrauchsdaten sein, welches künftig dezentral, d.h. z.B. von jeder einzelnen Steckdose aus, erfolgen kann. Durch das Fernablesen bieten sich beachtliche Einsparungspotenziale, welche als „Technologie-Bonus“ an vernetzte Haushalte weitergeben werden können. Zu den im Rahmen dieser Entwicklungen neu erwachsenen Diensten sind etwa das Wärme- und Energiemanagement zu zählen. Ebenfalls immer bedeutsamer wird die Energieberatung.

Inwiefern sich eine weitere Vernetzung der Energieversorgung mit computerisierten Haushalts- und Kommunikationsgeräten (Smart Homes) durchsetzen wird, bleibt abzuwarten.

- **Unterhaltungs- und Haushaltsgerätehersteller:**

Die Hersteller von *Unterhaltungs- und Haushaltsgeräten* spielen gleichfalls eine gewichtige Rolle auf dem Heimservicemarkt der Zukunft. Gemeinsam mit anderen Dienstleistern wie Telekomprovidern, Energieversorgern, Contentprovidern und Sicherheitsdienstleistern können vielfältige Dienste rund um Haus und Haushalt angeboten werden. Treten beispielsweise Störungen bei Fernsteuerung bzw. –ablesung diverser Gebäude- und Gerätefunktionen auf, so können zuständige Notdienste der Gerätehersteller kontaktiert werden.

In Zusammenhang mit vernetzten Haushaltsgeräten wird von Experten vielfach die (noch) mangelnde Praktikabilität zu bedenken gegeben. Während der selbstbestellende Kühlschrank eher als medienwirksame Spielerei bewertet wird, hätten energiesparende Innovationen durchaus Potenzial. Über die Fernsteuerung von Heizung oder Backofen sind die Ansichten der befragten Experten geteilt: Alexander L. Pawlik, EDV-Experte und ehemals tätig im Bereich Smart Homes, erwähnt hier die Aktivierung der Heizung aus der Ferne, z.B. direkt nach Ankunft am Flughafen, und glaubt auch an die Attraktivität einer solche Funktion für eine breitere Masse. Ernst Kovacs (Raiffeisen Evolution) sieht darin gegenwärtig noch nicht genügend Potenzial. Daher seien derlei Funktionen im neuen Pilotprojekt vernetzten Wohnens im 7. Wiener Gemeindebezirk auch nicht aufgenommen worden.

Die Ausstattung im Bereich Consumer Electronics wird für die Heimdienstleistungen der Zukunft von zentraler Bedeutung sein. Ein Trend besagt die zunehmende Verdrängung des Personal Computers für Heimzwecke durch neue Geräte für die Heim-Unterhaltung (vgl. www.apa.at). *„WLAN und digitale Medien haben Ihre Daseinsberechtigung weit über den PC hinaus ausgebaut“*, heißt es auch auf der Webseite von verivox, einem mittelgroßen, im Bereich Telekommunikation und Energieversorgung tätigen deutschen Unternehmen (vgl. www.verivox.de).

Dem Sicherheitsbereich wird in Zusammenhang mit innovativen Online Lösungen ebenfalls hohes Zukunftspotenzial attestiert. Im Bereich der Home Automation wird Sicherheit als besonders aktuelle Thematik erachtet, etwa von Josef Noll (Telenor, Norwegen).

- **Telemedizin/E-Care:**

Auch der Markt von Telemedizin/E-Care boomt, wie eine aktuelle Studie der Unternehmensberatung Frost & Sullivan in Deutschland belegt (vgl. www.cio.de). Hauptargumente der innovativen *Gesundheitsdienstleister* sind laut StudienautorInnen

Kosteneinsparungen und Komforterhöhung. Insbesondere für chronisch Erkrankte stellen die künftigen Möglichkeiten von Telemedizin/E-Care eine interessante Perspektive dar, z.B. Diabetes- oder HerzpatientInnen.

Die Analyse von Frost & Sullivan prognostiziert für den europäischen Markt ein durchschnittliches Wachstum von jährlich 42 Prozent bis 2010. Größte zu bewältigende Herausforderung ist dabei das mangelnde Vertrauen auf Seiten der PatientInnen. Um die Technik der Telemedizin zu etablieren und das Potenzial voll auszuschöpfen, müssen die Unsicherheiten, die wegen der Übertragungen von sensiblen Informationen über ein öffentliches Netz bestehen, beseitigt werden (vgl. www.aerztezeitung.de). Gemäß obiger Studie ist die Telekardiologie der Hauptmotor des Wachstums. Hinter diesen Prognosen stecken v.a. demografische und technologische Entwicklungen (vgl. Kapitel 4). Das Thema der *extramuralen Versorgung* als Heimserviceleistung im Gesundheitsbereich gewinnt zunehmend an Bedeutung, wie auch von Seiten des Fonds Soziales Wien bestätigt wird.

Aufgrund der Wachstumsprognosen hinsichtlich dieser neuen medizinischen Heimdienstleistung liegen auch hier neue Allianzen auf der Hand. Telekommunikationsprovider könnten zunehmend mit den Gesundheitsdienstleistern im privaten wie auch im öffentlichen Sektor zusammen arbeiten, z.B. Krankenhäuser und Pflegeinstitutionen. Diese Kooperation steht allerdings nicht unmittelbar vor der Tür. Josef Noll (Telenor, Norwegen) verweist auf den hohen Spezialisierungsgrad der notwendigen Gerätschaften, kann sich aber vorstellen, dass für einen bestimmten Zeitraum z.B. Handys verliehen würden, über die derlei Daten übermittelt werden könnten.

Dieser Versuch einer Einteilung von Heimservice-Anbietern zeigt, dass eindeutige Abgrenzungen voneinander zum Teil schwierig sind. Vielmehr kommt es – analog zur wachsenden Komplexität unserer Gesellschaft – auch in diesem Bereich zu vielfältigen Interaktionen und Überschneidungen. Die zunehmende Individualisierung der Gesellschaft schlägt sich auch in immer individualisierteren Angeboten auf dem Markt der Heimserviceleister nieder.

Durch die anhaltende Ausdifferenzierung und Diversifizierung von Anbietern und die Verbreiterung ihrer Angebotspaletten wird diese voraussichtlich weiter steigen. Zahlreiche herkömmliche sowie neue Dienstleistungsanbieter erkennen neue Geschäftsfelder bzw. Strategien der Kundenbindung. Dies kann der Bauträger sein, der zur Steigerung der Kundenzufriedenheit Zusatzservices anbietet, oder das Energieversorgungsunternehmen, welches sich, vormals beschränkt auf die Lieferung von Strom und Gas, heute auch im Bereich telemetrischer Dienste betätigt.

Ein Beispiel hierfür ist Wienstrom, der größte Elektrizitätsversorger Österreichs. Mit dem Pilotprojekt blizznet, einem Angebot verbesserter Breitbandverbindung, möchte man mit anderen Telekommunikationsanbietern mithalten, auch hinsichtlich der Preisgestaltung. Auf www.blizznet.at heißt es:

„Wienstrom möchte in einem weiteren Ausbau allen Service- und Content Providern ein offenes Netz bieten. Das bedeutet, das größere Serviceprovider, aber auch kleine lokale Initiativen die Möglichkeit bekommen sollen, ihre Dienstleistungen über eine gemeinsame Plattform anzubieten. Der Kunde erhält freie Wahlmöglichkeit der Services und der Anbieter. Die Rolle von Wienstrom wird sich auf die Errichtung und den Betrieb des Netzes beschränken, entsprechend der Kernkompetenz des Unternehmens“ (vgl. www.blizznet.at).

Wienstrom-Geschäftsführer Reinhard Bremer meint zum Verhältnis der unterschiedlichen Leistungen:

„Electricity is still our main business, but the importance of our telecommunications revenue stream is growing. [...] The blizznet network has laid the foundations for expansion of a range of exciting new broadband services to all Viennese customers“ (vgl. www.cisco.com).

Und Monika Wührer, Marketingverantwortliche von blizznet, berichtet:

„The pilot is going very well. The market opportunity clearly exists and the initial penetration of buildings is very high. Although people don't know blizznet, the Wienstrom name is very strong and people trust it. Customer say that it is great to have speed, especially when it allows them to watch videos, listen to music, or play games“ (vgl. ebenda).

In diesem Sinne können auch Online Heimservices in den unterschiedlichsten Ausformungen für die Anbieterseite attraktive Alternativen bzw. Ergänzungen zum bestehenden Angebot darstellen. Um derlei Angebotsausweitungen geht es nun im folgenden Kapitel.

6.2 Die Entwicklung des Heimservicebereichs

6.2.1 Von der Erweiterung zur Fragmentierung der Anbieter und ihrer Leistungen

Zunächst lässt sich hinsichtlich der Entwicklung von Heimservices eine Ausweitung der jeweiligen Angebote beobachten. Häufig betreffen diese den Online Bereich, der als massiv antreibender Motor dieses Prozesses zu betrachten ist. Nebst den neuen Online Akteuren sind es auch klassische Anbieter, welche sich zunehmend via Netz um ihr Kundenschaft bemühen. Daneben wird aber gleichfalls um netzunabhängige Dienste erweitert. In der Folge der *Ausweitung der Leistungspaletten* ist eine *Fragmentierung von Anbietern und Angeboten* zu beobachten. Eine solche wird v.a. im Online Bereich deutlich, und geht der im nachfolgenden Kapitel erläuterten (zukünftigen) Vernetzung voraus.

Diese Entwicklung gilt für ganz unterschiedliche Akteure: Akteure aus der Wohnungswirtschaft, Telekommunikationsprovider und Energieversorger, kleine und große Unternehmen, und schließlich sogar Privatpersonen. Einige Beispiel sollen diese Entwicklung verdeutlichen:

In der Wohnungswirtschaft, etwa bei den *Bauträgern*, stellt man sich zusehends auf die wachsenden Ansprüche Wohnender ein. Ewald Kirschner, Generaldirektor der GESIBA (Gemeinnützige Siedlungs- und Bauaktiengesellschaft), ist überzeugt, dass der dauerhafte Kontakt zu den MieterInnen und das zur Verfügung Stellen von Zusatzservices eine wichtige Strategie zur Kundenzufriedenheit und damit im Bestehen in der Wohnungswirtschaft ist:

„Die Übergabe der Wohnung an den Mieter kann nicht der Schlusspunkt sein, wir wollen den Kontakt nicht abbrechen lassen, um Beschwerden sofort nachgehen zu können oder Wünsche nach Möglichkeit zu erfüllen. Dabei nützt man immer mehr die modernsten Kommunikationstechnologien wie beispielsweise das Internet“ (www.gesiba.at).

Beispiele für derlei Zusatzleistungen sind virtuelle Hausplattformen⁷ oder Conciergedienste, durch welche höhere Kundenzufriedenheit und –bindung angestrebt werden.

In einem umfangreichen Europäischen Forschungsprojekt über innovative nachhaltige Dienstleistungen in der Wohnungswirtschaft kommen die AutorInnen zum Schluss, dass sich Wohnungsunternehmen von Heimservices vor allem eine höhere Zufriedenheit und Bindungsbereitschaft der BewohnerInnen, eine Vorbeugung sozialer Probleme in den Wohngebieten, sinkende Leerstands-, Fluktuations- und Bestandspflegekosten sowie neue Geschäfts- und Ertragsfelder versprechen (vgl. Halme et al. 2004).

Ein etwas ausführlicheres Beispiel für die Verbreiterung von Leistungspaletten durch Akteure der Wohnungswirtschaft bietet die Berliner Bau- und Wohnungsgenossenschaft von 1892 eG. In einem Vortrag anlässlich der Messe Immobilien 2004 in Berlin werden Ergebnisse einer Studie über den Conciergedienst in einer Berliner Wohnsiedlung präsentiert. Ausgangspunkte sind die Zunahme der älteren Genossenschaftsmitglieder, die zunehmende Unattraktivität einer solchen Mitgliedschaft sowie der geringe Bekanntheitsgrad samt negativem Image. Dem soll mit der Einrichtung eines Conciergedienstes entgegen gewirkt werden: *„Letztlich sollen die Concierges als gute Geister unserer Bewohner mehr Komfort und Zeitersparnis in den Alltag unserer Mitglieder bringen“* (Braun 2004).

Zu den Standardangeboten in besagtem Genossenschaftsbau zählen:

- *Annehmen und Abgeben von Paketen und Reinigungsaufträgen*
- *Begleitung bei Arztbesuchen und Behördengängen*
- *Einkäufe und Lieferungen, u.a. Lebensmittel und Getränke*
- *Reservierung und Beschaffung von Theater-, Kino- und Konzertkarten*
- *Blumengießen und Briefkastenleeren bei Abwesenheit*
- *Vermitteln von Tischreservierungen, Babysittern, Reinigungsdiensten für Fenster und Wohnung, KfZ-Zulassung etc.*
- *Kostenlose Internetnutzung*
- *Kopier- und Faxservice, Buch- und Zeitschriftenbörse*
- *Allgemeiner Treffpunkt*

Zusätzliche Extras könnten sein:

- *Erlebnistouren, z.B. Besichtigung des Flughafens Tempelhof und der Druckerei des Verlagshauses Axel Springer, Spargelesen in Beelitz, Führung durch die Berliner Unterwelten*
- *Jahreszeiten-, feiertagsbezogene Sonderaktionen, z.B. Plätzchenbacken mit Kindern, Ostereier bemalen*
- *Befristete Sonderaktionen mit umliegenden Gewerbetreibenden, z.B. 12 Prozent Rabatt für Friseurleistungen*
- *Bilderausstellungen mit Künstlergesprächen*

Unternehmen in den Bereichen *Telekommunikation und Energieversorgung* sind gleichfalls um Leistungsausweitungen bemüht. Sie betätigen sich vermehrt als Generalanbieter, die ein umfassendes Angebot auf sich vereinen. Sie können etwa vom Einstieg in die vernetzte Haustechnik profitieren. Erweiterte Leistungen betreffen z.B. das Fernablesen von Verbrauchsdaten. Vergleichbare Optionen eröffnen sich für Anbieter im Pflegebereich in Zusammenhang mit Telemedizin/E-Care, und zwar sowohl Dienste wie die Fernmessung von Vitaldaten als auch präventivmedizinische Applikationen wie die smarte Waage zur morgendlichen Gewichtskontrolle mit persönlichem „Diätprovider“.

Ein grundsätzliches Problem von Telekomfirmen im Hinblick auf den wachsenden Anspruch nach Kundendiensten spricht Josef Noll (Telenor, Norwegen) an: Der Aufwand für ein Kundendienstzentrum (Customer Care) ist sehr groß, und die Rentabilität daher häufig nicht

⁷ Virtuelle Hausplattformen werden häufig zwar von einzelnen BewohnerInnen privat initiiert. Es gibt aber auch Beispiele für Initiativen bzw. aktives Mitwirken von Bauträgern resp. Hausverwaltungen, in Wien z.B. im Hochhaus Neue Donau (www.neuedonau.com) oder im Dienenden Haus (www.ddhaus.at) (vgl. Kapitel 8).

gegeben. Sobald es 10 Prozent mehr Kundenanfragen gebe, sei ein solches Service für den Anbieter nicht mehr interessant; dann werde eher eine Auslagerung dieser Dienstleistung an Dritte erwogen.

Neben Bauträgern und größeren Betrieben lassen sich aber auch bei KMUs (z.B. Handwerksbetriebe) vergleichbare Entwicklungen konstatieren. Auch sie setzen ihre Ideen über Zusatzleistungen in wachsendem Ausmaß um, wie anhand der folgenden Beispiele illustriert wird:

Das deutsche Kleinunternehmen Mielke Malerarbeiten KG beschränkt sich nicht etwa auf seine Kernkompetenz Malerarbeiten, sondern bietet *„Dienstleistungen rund ums Haus“*. Darunter fallen Renovierungen, Entrümpelungen, kleine Reparaturen sowie Kleintransporte. Darüber hinaus gibt es ein Spezialangebot namens *„Urlaubs-Renovations-Service“*, welches über ein Online Formular bezogen werden kann (vgl. www.homeservice-berlin.info).

Oder der deutsche Schlosser Karl Sohn, dessen heutige Tätigkeit nur noch am Rande mit seinem erlernten Beruf zu tun hat: Er betreibt eine Firma für Hausmeisterdienste, die ein umfangreiches Angebot an Heimservices offeriert. Dieses umfasst handwerkliche Heimdienste, Schwachstellenanalysen für Haus und Garten, Kleinreparaturen aller Art, Pannenhilfe für zu Hause, Teppichtiefenreinigung und Kurierdienste. Und in den Worten des Geschäftsführers: *„reparieren, renovieren, sanieren, verschönern, reinigen, vorbeugende Beratung und Pannenhilfe für Ihr Heim“* (www.handwerklicherheimservicepeine.de).

Für eine ähnliche Art der Angebotserweiterung entscheiden sich Betriebe wie die Bäckerei Frangl im Waldviertel. Die Bäckerei wird mit der Zeit um ein Kaffeehaus, und später um einen Veranstaltungssaal erweitert. Gleichzeitig werden aufwändige Caterings mit einer ständig wachsenden Produktpalette angeboten. In Zusammenhang mit Heimservices ist bedeutsam, dass eine dieser Erweiterungen den Bereich der Hauszustellungen betrifft, z.B. in umliegende Dörfer ohne ortseigene Bäckerei (vgl. www.hopferl.com).

Hierin sieht übrigens auch Herr Faber, Leiter des Zustellservices von Merkur Direkt einen wesentlichen Unterschied zwischen ländlichem und städtischem Gebiet. Er sieht lediglich in dörflichen Strukturen ein Potenzial für Vernetzung inklusive Hauslieferservices von Kleinbetrieben. In Wien hingegen herrsche *„Überversorgung“*, jeder habe sowieso einen Haufen Läden vor der Tür.

Dies sind Beispiele für die wachsende Initiative von Kleinunternehmen im Sektor der Heimservices. Darüber hinaus erweisen sich auch Dienste von *Privatpersonen* als zunehmend wichtige Elemente am Markt der Heimservices. Diese bewegen sich zumeist im hauswirtschaftlichen Bereich (Reinigung, Waschen, Bügeln etc.); häufig sind auch Angebote von Botengängen, Haus- oder Tiersitting zu finden.

Eine Anbieterin in Nürnberg hat sich zwar auf Katzen spezialisiert, ist aber flexibel: *„...natürlich werde ich auch den Briefkasten leeren, und die Pflanzen gießen, wenn es gewünscht wird ...“* (www.catsitting-nuernberg.de). Um besser Kundschaft lukrieren zu können, hat sie sich in eine gemeinsame Plattform von Gewerbetreibenden eintragen lassen (vgl. www.experten-marktplatz.de).

Derlei Bestrebungen auf Seiten der Anbieter sind unterschiedlich erfolgreich. Auf wenig Resonanz ist etwa das Angebot eines Bäckereibetriebes für den Wohnpark Alt Erlaa gestoßen: ein Frühstücksservice, welcher die frischen Kipferl direkt an die Wohnungstür gebracht hat. Dieser Versuch der Angebotsausweitung in Richtung mehr Dienstleistung wurde bald wieder eingestellt. Als ein Grund dafür wird in der Diskussion mit BewohnerInnen das Bestellen im Voraus genannt: *„Ich will nicht eine Woche vorbestellen und jeden Tag ein Kipferl kriegen“*, kritisiert eine Diskussionsteilnehmerin.



Wohnpark Alt Erlaa

Ein anderer zentraler Aspekt der Ausweitung der Angebote betrifft die neuen Akteure auf dem Markt der Heimservices. Einzelne Branchen kommen erst durch die Verbreiterung ihrer Leistungspaletten mit dem Heimservicemarkt in Berührung.

Als ein Beispiel hierfür können Autohersteller identifiziert werden: Im Rahmen des Projekts Futurelife in der Schweiz wird vernetzte Haustechnik in der täglichen Anwendung erprobt. Einige der Funktionen betreffen die Fernsteuerung von Hausgeräten vom Auto aus. So schätzt die berufstätige Mutter etwa die Möglichkeit, den Backofen mit der tiefgekühlten Lasagne drin bereits „on the road“ einzuschalten, oder abends vor dem Nachhausekommen die Außenbeleuchtung zu aktivieren, um sich beim Eintritt ins „Future Home“ sicherer zu fühlen (vgl. www.futurelife.ch). Insofern können sich auch Autohersteller wie BMW zu neuen Akteuren auf dem Markt der Heimservices der Zukunft etablieren.

Dieses Beispiel illustriert darüber hinaus die geografische Ausdehnung der Leistungen: Während früher via Internet Heimdienste örtlich auf das Haus und seine Umgebung beschränkt blieben, können heute auch aus der Entfernung Heimservices in Anspruch genommen werden.

Die Ausweitung der Leistungspaletten, v.a. auf den Online Bereich, zeichnet sich gegenwärtig vorwiegend durch einzeln anbietende Akteure aus. So haben sie vielleicht eine individuelle Homepage, eventuell mit der Möglichkeit online zu bestellen oder gar eine Hauslieferung zu ordern. Möglicherweise sind sie auch mit einem Online Branchenverzeichnis verlinkt. In diesem Sinne kann derzeit (noch) von einem relativ fragmentierten Auftreten der Akteure gesprochen werden. Eine engere Vernetzung der Anbieter untereinander samt der Bündelung ihrer Angebote hingegen liegt eher noch in der Zukunft. Wie lassen sich nun erste Ansätze von Vernetzungen und Bündelungen beschreiben? Und wie viel Potenzial liegt darin?

6.2.2 Von der Vernetzung und Bündelung zur Professionalisierung

Sowohl bei „alten“ als auch „neuen“ Anbietern und insbesondere in Zusammenhang mit Online Heimservices ist die zunehmende Vernetzung wesentliches Merkmal. Einerseits geht es um Aspekte wie die vernetzte Haustechnik, intelligente Haushaltsgeräte und dgl..

Andererseits findet auch eine Vernetzung der Anbieter untereinander statt. Der Telekomprovider kooperiert dann mit dem Sicherheitsdienst (Sensoren), dem Krankenhaus (Telemedizin/E-Care) oder dem Haushaltsgerätehersteller (z.B. Kühlschrank mit Internetfunktion).

Die Bauträger planen beispielsweise bereits gemeinsam mit den Entwicklern ihrer Wohnanlagen die künftige Versorgung mit Heimservices ein. Dies können Gemeinschaftsräume – auf diese wird im Sozialen Wohnbau besonders Wert gelegt – oder eine Sauna sein. Auch die Ausstattung mit der technischen Infrastruktur zwecks umfassender Inanspruchnahme von Online Heimdiensten durch die Bewohnerschaft wird immer mehr berücksichtigt, z.B. die virtuelle Hausgemeinschaft via Intranet oder Dienste im Bereich der Heimautomation – Stichwort: Intelligentes Wohnen. ProduktentwicklerInnen im Bereich Intelligentes Wohnen zielen auf der Kundenseite insbesondere auf Wohnflexibilität, erhöhten Komfort und Sicherheit, Energiesparen sowie Unterhaltung/Spaß ab (vgl. www.intelligentes-wohnen.com). Dazu werden Kooperationspartner aus anderen Branchen heran gezogen.

Es ist also nicht nur eine Pluralisierung von Angeboten und Anbietern festzustellen, sondern auch eine Vernetzung vormalig eher fragmentierter Leistungen und Leistungsanbieter. Die oben gezeigte Entwicklung von einzelnen Diensten zu Leistungspaletten geht einher mit einer zunehmenden Kooperationen der Dienstleister untereinander. Eine Variante mit Zukunftspotenzial sind sicherlich Online Plattformen zur Vernetzung unterschiedlicher Akteure.

Vernetzungsmöglichkeiten bieten sich sowohl kommerziellen als auch nicht-kommerziellen Dienstleistern. So können z.B. Internetprovider, Mobilfunkbetreiber oder Hausverwaltungen zu PartnerInnen in Feldern wie Freizeit oder Sicherheit werden. Lebensmittelhändler kooperieren mit IT-Unternehmen, Rundfunksender mit Telekom Providern (z.B. Video on Demand, Internetradio etc.).

Aber auch in (künftigen) kommunalen Leistungsfeldern wie Pflegediensten, Telemedizin/E-Care, E-Government oder E-Voting liegen vielfältige Partnerschaften auf der Hand. Kooperationspartner können sein: Krankenhäuser, Pflegeheime, und wiederum Anbieter von Internetplattformen und Mobilfunkbetreiber etc.. „Klassische“ Leistungen können so auch zu diversen Formen von Online Heimservices werden, z.B. E-Commerce, E-Care, vernetzte Haustechnik.

Während Vernetzungen unterschiedlicher Art bereits eine gewisse Verbreitung gefunden haben, ist der Schritt zur Bündelung von Akteuren und Leistungen auf dem Markt wohnungsnaher Dienste noch kaum vollzogen. Auch Online Heimdienste werden gegenwärtig v.a. noch einzeln angeboten, z.B. in den Bereichen E-Commerce, E-Banking etc.. Es ist jedoch zu vermuten, dass es nach der gegenwärtigen Ausweitung von Leistungen wiederum zu Verdichtungen und Bündelungen kommen wird. Doch wie werden diese aussehen? Und wer werden die treibenden Kräfte dahinter sein?

Ein wichtiges Beispiel für eine solche Bündelung sind (zukünftige) Plattformen, welche von einem Anbieter zur Verfügung gestellt werden, und über die vielfältige – digitale und nicht-digitale – Produkte bezogen werden können. Auch die Abrechnung wird vom Plattformbetreiber übernommen (E-Payment/E-Billing). An den Produkten, die über die von ihm zur Verfügung gestellte Plattform gehandelt werden, verdient er mit. Wesentlich wird hierbei eine erfolgreiche Positionierung am Markt sein. Es gilt, die eigene Plattform erfolgreich zu bewerben. Ziele sind die Bekanntheit durch ein positives Image und der Gewinn und Erhalt des Kundenvertrauens.

Bei dieser Entwicklung könnten virtuelle Hausportale, die gewissermaßen als Variante solcher kommerzieller Plattformen anzusehen sind, eine interessante Rolle inne haben (vgl. Kapitel 8). Zumindest auf Seiten der nicht-kommerziellen Betreiber ist man gegenüber möglichen Kooperationen mit Gewerbetreibenden sehr aufgeschlossen, wenn nicht sogar

aktiv darum bemüht. Dies zeigt sich in der Befragung der Plattformbetreiber des Wohnparks Alt Erlaa und des Mischek Towers. Ersterer könnte sich eine Kooperation folgendermaßen vorstellen:

„Ich stelle den Server und alle vorhandene Infrastruktur jedem in Alt Erlaa für unkommerzielle Inhalte unentgeltlich zur Verfügung (Klubs, Mieterbeiräte etc.). Bei kommerziellen Anbietern wird dies sicher nicht kostenlos sein. Wie das dann aber genau finanziell geregelt wird, ist dann Abmachungssache.“



Wohnpark Alt Erlaa, autofreie Spielzonen

Der Initiator der virtuellen Hausplattform für den Mischek Tower kann sich eine Einbindung gleichfalls sehr gut vorstellen, warnt aber auch:

„Aus heutiger Sicht darf man als Gewerbetreibender aber nicht zu viel von einer solchen Einbindung erwarten. Erfahrungen aus früheren Projekten zeigen, dass die Umsatzerwartungen aus solchen Projekten meist zu hoch sind.“



Bereits in die Praxis umgesetzt hat die Idee der Leistungsbündelung sowie die Strategie neuartiger Kooperationen das Call Center Servotel in Wiener Neudorf. Mit seinem neuen Produkt „Facility Center“ bietet Servotel Immobilieneigentümern und Verwaltungen – dem Trend zum Outsourcing im Facility Management folgend – die Rundum-Betreuung von Liegenschaften. Im Presstext der Firma (2003) heißt es:

„Über sechs Jahre Erfahrung als externe Telefonzentrale und Support-Hotline für über 300 Unternehmen, prädestinieren ein Call Center ja geradezu für die Arbeit als Troubleshooter, wie sie im Bereich der Hausverwaltung rund um die Uhr anfällt“, meint dazu SERVOTEL-Geschäftsführer Peter Stamminger. „Deshalb haben wir uns entschlossen, unsere Kompetenzen als Telefonzentrale, im Störungs-Dispatchment und als TÜV-zertifizierte Aufzugswarte, im neuen Produkt 'Facility Center' zu bündeln.“ Bereits vor zwei Jahren realisierte SERVOTEL erstmals eine Service-Hotline für eine Wohnbaugenossenschaft, die den Bewohner rund die Uhr für alle Anliegen zur Verfügung steht. Unterstützt durch eine leistungsstarke Call Center Software, stehen die AgentInnen rund um die Uhr als erster Ansprechpartner bei Störungen und Fragen aller Art zur Verfügung“ (www.pte.at).

Das Servotel Call Center betreut derzeit die Notrufhotline von zwei Hausverwaltungen, wie Geschäftsführer Peter Stamminger im Interview erläutert. Als Beispiele für häufige Anliegen zählt er die Koordination von Einsätzen bei Schneeräumung oder Heizungsstörungen auf. Der Fokus liege jedoch nach wie vor auf dem Kerngeschäft des Call Centers, es gehe derzeit mehr um die Marktaufbereitung.

Dienstleistungen wie Schneeräumung oder Störungsbehebungen sind an sich typische Tätigkeiten einer Hausverwaltung. Die Besonderheit bei diesem Beispiel liegt darin, dass ein im Grunde wohnungsfernes Unternehmen wie ein Call Center sich auf dem dynamischen Markt der Heimservices profilieren möchte. Ein neuer Anbieter bietet gebündelt eine Leistungspalette an, für welche es früher unterschiedliche Zuständige gab.

Zu vermuten bleibt weiters, dass die Bündelungen der Anbieter sich nach bestimmten Motiven und Kriterien gestalten werden. Dies können – nebst der Geschäftssteigerung – andere gemeinsame Interessen sein, oder auch geografische Merkmale, etwa das Geschäftslokal im selben Grätzel, sein.

Mit Blick auf die erweiterten Produktspektren sowie neuartige Kooperationen und Zusammenschlüsse ist nochmals auf die besondere Herausforderung hinzuweisen, welche sich aus der zunehmenden Individualisierung und Pluralisierung der Gesellschaft ergibt: Für die Anbieter wird elementar sein, die KundInnen möglichst individuell anzusprechen. Im Hinblick auf die beschriebenen Online Plattformen heißt das, dass diese auch zielgruppenspezifisch aufgebaut sein werden. Das jeweilige Angebot wird gezielt auf eine bestimmte Interessens- bzw. Lebensstilgruppe abgestimmt sein. In der Konsequenz bewegen sich z.B. Mitglieder derselben Familie, etwa der Vater und die Tochter, auf völlig unterschiedlichen Plattformen.

Das hohe Potenzial branchenübergreifender Kooperationen und die Entwicklung integrierter Lösungen im Bereich wohnungsnaher Dienstleistungen ist auch Ergebnis einer von *das fernlicht* durchgeführten Befragung unter ExpertInnen aus österreichischen Unternehmen der Branchen Architektur, Immobilienverwaltung, Bau, Einrichtung und Haustechnik. Allerdings werden diese Potenziale bislang kaum genutzt, d.h. in konkrete Geschäftsideen umgesetzt. Die Mehrheit der ExpertInnen war der Meinung, dass Lösungen im Bereich Smart Living nur in Kooperation zwischen unterschiedlichen Branchen sinnvoll seien, wobei besonders auf die Einbindung von Firmen mit IT-Kompetenz hingewiesen wurde (vgl. *das fernlicht* 2002b).

Im Ergebnis bedeutet diese Entwicklungen – von der Verbreiterung von Leistungspaletten samt Eintreten neuer Akteure auf den Heimservicemarkt über die Fragmentierung zur Vernetzung von Anbietern und Bündelung von Leistungen – einen wachsenden Grad an Professionalisierung von Heimservices.

Besonders deutlich zeigt sich diese bei Kleinunternehmen und Privatpersonen. Diese rüsten sich mittels Anpassung ihrer Leistungen an den Markt und professionalisierter Kommunikation ihrer Angebotspaletten, wie in obigen Beispielen gezeigt wurde. Auch sie erweitern ihre Angebote und loten Kundenbedürfnisse aus. Für die Kommunikation mit der Kundschaft kommen zusehends neue Medien, insbesondere das Internet, zum Einsatz.

Es waren im übrigen auch die kleinen Unternehmen im Bereich der Konsumgüter – Pizzaboten, Getränkelieferanten, Blumenzusteller –, welche ihre Angebote als erste um den Hauslieferservice erweitert haben. Mittlerweile gehören die Pioniere zu den etablierten professionellen Anbietern von Hauslieferdiensten.

Mit dem Aufkommen von *Heimservice Plattformen* professioneller Betreiber erhöhen sich jedoch die technischen Anforderungen beteiligter Service Provider: Schnittstellendefinitionen, Service Level Agreement etc.. Zudem kann eine derartige Bündelung auf Plattformen den ökonomischen Druck auf die Zulieferer erhöhen.

Neben diesen gleichwohl professionalisierten wie kommerziellen Heimservicen Anbietern, lässt sich auch eine für kommerzielle Online Plattformen wichtige – oben bereits angesprochene – Sonderform ausmachen: Online Hausportale, von engagierten BewohnerInnen nicht-kommerziell und aus unterschiedlichen Motiven heraus betrieben. In der Regel sind die Anbieter an einer Vernetzung der Hausgemeinschaft interessierte und aktive BewohnerInnen. Es kann aber auch zu einer Verflechtung mit kommerziellen Akteuren kommen. Rein kommerziell betriebene virtuelle Hausportale sind tendenziell weniger erfolgreich. Auf diese Spezialform von Online Heimservices wird in Kapitel 8 gesondert eingegangen.

Folgendes Kapitel widmet sich zunächst aber den unterschiedlichen Zielgruppen, dem möglichen Nutzen aus dem Bezug von Heimservices, der Akzeptanz sowie der möglichen Veränderung von Nutzerstrukturen.

7 Die Wohnenden als NachfragerInnen von Heimservices

Im folgenden Kapitel soll ein Einblick in die Gruppe (potenzieller) NutzerInnen von Heimservices gegeben werden. Wesentlich sind dabei Aspekte der Bedürfnisse von Dienstleistungen rund ums Wohnen sowie Erkenntnisse und Einschätzungen hinsichtlich der Akzeptanz solcher Leistungen.

Zuvorderst steht eine theoretische Erläuterung über Entscheidungsfindungen, bezogen auf die Auswahl von Heimservices aus Kundensicht. Weiters werden unterschiedliche Differenzierungen von Zielgruppen vorgenommen. Diese veranschaulichen die Heterogenität des Servicebedarfs und implizieren auch Ansatzpunkte für die Anbieter. Es geht also um eine Darstellung wichtiger Nutzeraspekte – einerseits aus der Nachfragerperspektive und andererseits auch aus der Anbieterperspektive. Der Schwerpunkt liegt auf Online Heimdiensten, einem Bereich, in dem noch viele Fragen der Nutzung und Akzeptanz offen sind. Es wird aber auch hier nochmals auf einige traditionelle Dienste eingegangen, v.a. dort, wo empirische Befunde für spezifische Zielgruppen vorliegen.

Diese Befunde verhelfen auch zu besseren Einschätzungen der Zukunft von Online Heimservices. Für die verantwortlichen Akteure auf dem Heimservicemarkt – seien es Anbieter, Hausverwaltungen oder die Politik – ist es unerlässlich, Informationen über die (potenzielle) Kundschaft verfügbar zu haben. Im Folgenden sollen wichtige Informationen zusammen getragen werden.

7.1 Pro oder contra Heimservices?

7.1.1 Grundlagen der Entscheidungsfindung bei Heimservices

Es ist zwar wichtig, Kenntnisse über die Zielgruppen von Heimdienstleistungsangeboten zu haben: Welche Bedürfnisse bestehen? Welche Angebote werden gut, welche weniger angenommen? Worin liegen noch Potenziale? Doch zunächst interessiert der theoretische Hintergrund der Entscheidungsfindung in Bezug auf Heimservices: Welche strukturellen und persönlichen Merkmale bestimmen das Entscheidungshandeln angesichts eines spezifischen Leistungsangebots?

Folgendes Schema erläutert die Dimensionen, welche für die Entscheidungsfindung – und Verhalten bzw. Handeln generell – zentral sind:

<i>Verhalten/Handeln einer Person hängt ab von:</i>	Möglichkeitsstruktur	Selektionskultur
Person	Persönliches Wissen und Fähigkeiten (Können)	Persönliche Ziele und Präferenzen (Wollen)
Umwelt/Situation	Situative Infrastruktur und Ressourcen (Möglichkeiten)	Situative Normen und Werte (Sollen)

Quelle: Pelikan/Halbmayer 1999

Zu beachten ist, dass diese Felder nicht unabhängig voneinander wirken, sondern stark vernetzt sind. Die vier Felder lassen sich im Hinblick auf die Thematik dieser Studie wie folgt näher erläutern:

- **Persönliches Wissen und Fähigkeiten (Können):** Darunter ist zu verstehen, wie gut sich eine Person Informationen über die Angebote am Heimdienstleistungssektor beschaffen und die für sie relevanten herausfiltern kann. Wie gut kommt der/die Wohnende mit der Flut an Informationen zurecht? Hierbei spielt auch die Thematik rund um die Barrierefreiheit des Leistungszugang eine wesentliche Rolle: Worin liegen die Chancen und Gefahren von Online Heimdiensten für pflegebedürftige und/oder behinderte Menschen? Weiterer wichtiger Punkt ist der Umgang mit finanziellen Ressourcen.
- **Persönliche Ziele und Präferenzen (Wollen):** Darunter fallen die persönlichen Einstellungen gegenüber der Nutzung von Heimservices, sowie subjektive Symbolbedeutung und subjektiver Prestigecharakter dieser Leistungen.
- **Situative Infrastrukturen und Ressourcen (Möglichkeiten):** Hiermit ist gemeint, ob die Dienstleistungen für die einzelnen Personen tatsächlich und zu ökonomisch vertretbaren Kosten verfügbar sind, und ob sie ausreichend bekannt gemacht worden sind.
- **Situative Werte und Normen (Sollen):** Diese definieren den Rahmen, den Gesellschaft bzw. Bezugsgruppe als Verhaltensleitlinie vorgeben. Diese sanktionieren das Verhalten mittels Belohnung oder Benachteiligung positiv oder negativ.

Innerhalb eines vorhandenen Bedürfnisses nach einem Heimservice wird die Entscheidung für oder gegen diese Leistung im Rahmen von *Können*, *Wollen*, *Möglichkeiten* und *Sollen* getroffen.

7.1.2 Entscheidungsfindung bei Online Heimservices

Im Hinblick auf Online Heimservices erweist sich der Aspekt des **Könnens** als zweiseitig. Auf der einen Seite kann die Fähigkeit im Umgang mit der nötigen Technologie bei einzelnen Zielgruppen, z.B. der hochrelevanten Gruppe der SeniorInnen, ein Problem sein. Auf der anderen Seite können genau diese Online Angebote das Zurechtfinden innerhalb der Flut an Leistungen aber auch wesentlich erleichtern, z.B. mittels einer gemeinsamen Online Plattform unterschiedlicher Anbieter.

Die Frage des **Wollens** ist gleichfalls je nach Zielgruppe unterschiedlich brisant. Geht es – aus Sicht der Anbieter – jedoch um eine breite Akzeptanz innerhalb der Wohnenden, so ist zu bedenken, dass eine solche möglicherweise auch eine Frage der Zeit sein kann. Dies haben bereits zahlreiche andere Innovationen gezeigt. Gleichzeitig gilt es sich um hohe Bedienerfreundlichkeit der Angebote und bestmögliche Anpassung des Angebots an die Bedürfnisse zu bemühen.

Dies heißt nun aber nicht, dass alle Angebote, welche auf ein erkanntes Bedürfnis hin entwickelt werden, gleichermaßen Anklang finden. Eine nicht unbeträchtliche Menge könnte auch zu den VerweigererInnen einer weiteren Technisierung zählen. Michael Andritzky weist in einer kritischen Auseinandersetzung mit dem „Haus als Maschine“ darauf hin, „dass das technisch Machbare aber nicht immer das menschlich Zuträgliche und Gewünschte ist“ (Andritzky 2002, 43), eine Erkenntnis durchaus neueren Datums. Zudem ist aus heutiger Sicht klar, dass Technik und Fortschritt nicht automatisch gleichgesetzt werden können (vgl. ebenda, 41).

Demgegenüber können die **Möglichkeiten** relativ unkompliziert geschaffen werden. Die Ausstattung von Wohnraum mit technologischer Infrastruktur schreitet ohnehin voran, und kann lediglich da und dort stärker forciert werden. Die Vernetzungsmöglichkeit ist aber nur dann gegeben, wenn einheitliche technische Standards auf hohem Niveau zur Verfügung stehen.

Dabei ist auch der Kostenfaktor zu bedenken, welcher bei der Annahme von Dienstleistungen generell zentrales Moment ist. Einige AutorInnen (z.B. Hrauda et al. 2002) meinen sogar, *„dass eine Dienstleistung nur dann in Anspruch genommen wird, wenn keine zusätzlichen Kosten entstehen“*, (Hrauda et al. 2002, 71), mit Ausnahme der Pflegeleistungen. In dieser Ausschließlichkeit lässt sich diese These wohl nicht halten. Vielmehr wird die Zahlungsbereitschaft von der Zielgruppe und vom persönlichen Kosten-Nutzen-Kalkül abhängen.

Die Akzeptanz von Heimservices wird auch von der Kommunikation der Angebote abhängen, z.B. wie stark die mediale Bewerbung von der Industrie voran getrieben wird. In der Kommunikation der Dienstleistungsangebote werden z.T. große Defizite konstatiert. Diese wird als klassischer Schnittpunkt zwischen Anbietern, NutzerInnen und Immobilienwirtschaft bezeichnet, *„weil es oftmals nur an kleinen infrastrukturellen Maßnahmen seitens der Gebäudeerrichter liegt, derartige Informationspools zu schaffen – in Form eines weißen Bretts, einer Hauszeitung, Homepage etc.“* (Hrauda et al. 2002, 71).

Als ebenfalls einflussreich erweist sich die Rolle der Wohnbauförderung, denn in welchem Ausmaß Angebote dieser Art von den Bauträgern angeboten werden können, ist nicht zuletzt eine Frage der Finanzierung. Auch für Wien wird sich in diesem Sinne die Frage der zukünftigen Wohnbauförderung, von der die Entwicklung von (Online) Heimdiensten auch abhängen wird, stellen.

Das gesellschaftliche Umfeld, welches das **Sollen** vorgibt, ist wiederum ein komplizierteres Thema. Es ist eng verknüpft mit der Frage der Akzeptanz. Während in einer Pionierphase der Inanspruchnahme von Online Heimservices durch einige wenige Skepsis und Vorbehalte noch groß sind, werden diese mit der Zeit einer positiveren Beurteilung weichen und zur Übernahme durch eine größere Gruppe führen. Die Geschwindigkeit dieser Entwicklung wird sich stark nach Lebensstilen bzw. Milieus sowie auch nach der Art der Online Dienstleistung unterscheiden. Zudem sind allenfalls auch rechtliche und fiskale Rahmenbedingungen maßgeblich. E-Commerce-Leistungen im herkömmlichen Sinne (Online Shopping) haben sich beispielsweise schon breit durchgesetzt. Bei der vernetzten Haustechnik wird es auf ein angemessenes Kosten-Nutzen-Verhältnis ankommen; „Spielereien“ wie der kommunizierende Kühlschrank werden kaum auf breite Zustimmung stoßen. Demgegenüber steckt im Bereich Telemedizin/E-Care großes Potenzial (vgl. Frost & Sullivan 2002).

Eine bedeutsame Rolle kommt dabei auch dem Informationstransfer durch die *Medien* zu: Wie stark wird über ein bestimmtes Angebot berichtet? *Wie* wird berichtet: eher negativ oder euphorisch? Die verzerrte Darstellung vernetzter Haustechnik in den Medien identifizieren ExpertInnen im Rahmen einer von *das fernlicht* 2002 durchgeführten Befragung in Berlin als ein Grund für den (noch) ausbleibenden Erfolg von Smart Homes (vgl. *das fernlicht* 2002b).

7.2 Heimservices für wen?

7.2.1 Die Bemühungen der Anbieter um eine „gläserne“ Kundschaft

Für die Anbieter von Heimservices ist es zentral, Informationen über ihre (potenzielle) Kundschaft zu erlangen. Entsprechend werden Bedürfnisse umfassend ausgelotet und die Akzeptanz einzelner Angebote aufwändig evaluiert.

In einem von einer Reihe von Initiatoren entwickelten Leitfaden mit dem Titel „Innovative Dienstleistungen `rund um das Wohnen´ - Service Engineering in der Wohnungswirtschaft“ (2004) wird der Markt- und Kundenforschung große Aufmerksamkeit geschenkt. Dazu steht ein umfangreiches standardisiertes Erhebungs- und Auswertungsinstrumentarium zur Verfügung, welches Aufschluss über folgende Merkmale geben kann:

- *Kundenzufriedenheit*
- *wahrgenommene Servicequalität*
- *das Ausmaß an Kundenbindung*
- *Nutzungsinteressen*
- *die Zahlungsbereitschaft*
- *soziodemografische Informationen über die Zusammensetzung der Zielgruppen*

Bei den soziodemografischen Aspekten erweist sich für die Kundenakzeptanz insbesondere das Alter als hochrelevant, ferner das Vorhandensein von Kindern und die berufliche Situation der Haushaltsmitglieder. So stoßen z.B. ausgefallene und ungewöhnliche Serviceleistungen eher bei jüngeren Kunden auf Interesse, während BewohnerInnen im Seniorenalter häufig einen ausgeprägten Bedarf im Bereich Pflege und Gesundheit haben. In der Prozessphase der Ideenfindung und –bewertung können qualitative Forschungsmethoden sinnvoll eingesetzt werden. In Gesprächen mit ausgewählten Kundengruppen (Fokusgruppen) können Konzeptentwürfe diskutiert werden, um etwa mögliche Kundenanforderungen zu spezifizieren und um wichtige Akzeptanz- und Nachfragefaktoren zu ermitteln (vgl. Hohm et al. 2004, 95f).

Die Auswahl solcher Kundengruppen lässt sich auf Basis unterschiedlicher Kriterien und Indikatoren treffen, welche im folgenden Kapitel erläutert werden.

7.2.2 Jeder Zielgruppe ihr Angebot

Zunächst ist klar: *Die* Bewohnerschaft gibt es nicht. Es handelt sich nicht um eine homogene Masse, sondern um eine Reihe sehr unterschiedlicher Gruppen mit je unterschiedlichen Wohnwünschen, Ansprüchen, Bedürfnissen und Möglichkeiten. Daher ist es unabdingbar, sich dieser einzeln zu vergegenwärtigen. In der Literatur finden sich zumeist relativ ähnliche – mehr oder weniger stark ausdifferenzierte – Unterteilungen der potenziellen NutzerInnen von Heimservices. Diese basieren im wesentlichen auf Ausprägungen nach Lebensstilen und soziodemografischen Merkmalen.

Diese Erkenntnis schließt auch die Möglichkeit mit ein, dass innerhalb desselben (Mehrpersonen)haushalts sehr unterschiedliche Leistungen gefragt sein können, etwa innerhalb einer Familie. Gleichzeitig leben immer mehr Menschen allein. Wie stark nach Haushalten differenziert Online Services also angeboten werden sollten, hängt wesentlich von der Haushaltszusammensetzung ab.

Hrauda et al. (2002) erheben im Rahmen einer Studie über nachhaltige Heimdienstleistungen der Zukunft auch die Bedürfnisse von DienstleistungsnutzerInnen in Wiener Wohnbauten. Dabei werden drei potenzielle Nutzergruppen unterschieden, welche am ehesten von einem erweiterten Angebot profitieren könnten.

- *SeniorInnen*
- *DINKs (Double Income No Kids)*
- *Jungfamilien*

Daneben identifizieren die AutorInnen die sehr heterogene Gruppe der "Ideologisierbaren", die ein bestimmtes Lebensideal anstreben, z.B. innerhalb einer „autofreien Siedlung“. Im Vergleich zu obigen sind sie zahlenmäßig aber relativ unbedeutend.

Von allen zielgruppenspezifischen Dienstleistungen sind diejenigen für *SeniorInnen* am weitesten ausgebaut. Die Gründe dafür liegen v.a. in demografischen und anderen gesellschaftlichen Entwicklungen (vgl. Kapitel 4). Die Anzahl der Älteren steigt zunehmend an, ihre Versorgung ist seit Jahrzehnten vom Familienverband „ausgelagert“. Außerdem lebt die Mehrzahl der SeniorInnen allein und kann auch deshalb nicht auf innerhäusliche Hilfen zurück greifen. Während sich die „externen“ Leistungen früher hauptsächlich auf medizinische Betreuung beschränkten, gewinnen heute Beratung, Information und Kommunikation sowie kulturelle und sportliche Freizeitmöglichkeiten an Bedeutung. Ein umfangreiches Serviceangebot im und ums Haus ist gerade für ältere BewohnerInnen, die in ihrer Mobilität vielleicht eingeschränkt sind, ein wichtiger Komfortfaktor.

DINKs sind eine weitere potenzielle Kundengruppe, welche in Wachsen begriffen ist. Gesicherte Zahlen sind hier im Gegensatz zu den SeniorInnen jedoch kaum zu bekommen. Insofern besteht eine größere Ungewissheit hinsichtlich der Rentabilität allfälliger Angebote. Es ist jedoch anzunehmen, dass insbesondere die Auslagerung häuslicher Belange eine große Erleichterung bedeuten würde. Reinigungs- und Instandhaltungsarbeiten würden vermutlich auf hohe Akzeptanz stoßen. Ebenso würden Angebote wie Fitnessraum, Catering und dgl. in Anspruch genommen werden. Dafür spricht auch, dass der Faktor Kosten bei dieser Gruppe weniger einschränkend wirkt wie beispielsweise bei jungen Familien.

Jungfamilien unterscheiden sich nicht nur hinsichtlich ihres Budgets von den DINKs, auch ihre Bedürfnisse differieren stark. Es wird eine große Nachfrage nach Heimdienstleistungen wie Gemeinschaftseinrichtungen, Kinderspielplätze, Sicherheitsleistungen und Haushaltsunterstützung vermutet.

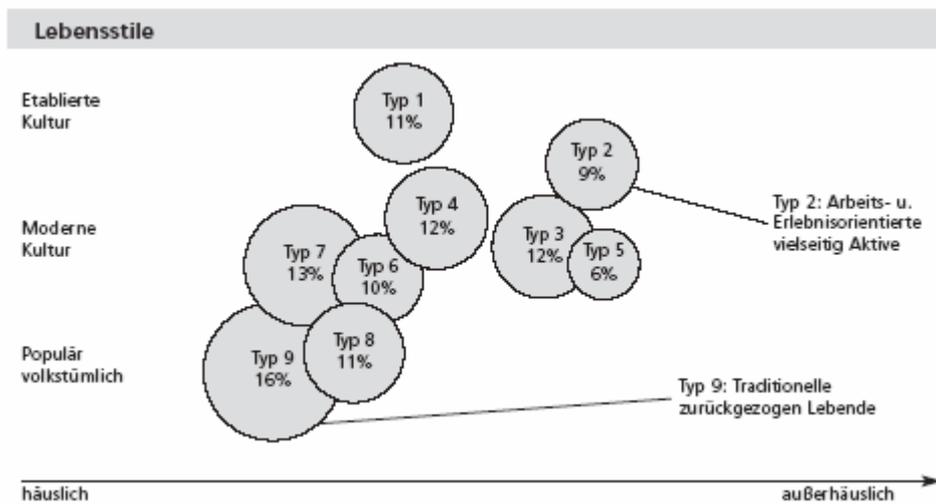
Ulla Harsch trifft in ihrer Dissertation „Betriebswirtschaftliche Analyse wohnbegleitender Dienstleistungen am Beispiel Lenaupark“ (2003) eine ähnliche Zielgruppeneinteilung. Sie identifiziert dabei einerseits Leistungen, welche von allen begrüßt werden, und Leistungen, welche auf spezifische Zielgruppen fokussieren. Zu den allgemein gewünschten zählen v.a. Objektdienstleistungen wie Reinigungs- und Pflegeaufgaben am Wohngebäude und im Umfeld. Sicherheitsdienstleistungen sind von allgemeinem Interesse, ein ausgeprägteres Bedürfnis danach wird jedoch – wie auch von Hrauda et al. – bei älteren Personen und jungen Familien festgestellt. Zu den von einer breiten Bewohnerschaft noch gefragten Leistungen zählen zudem Finanzdienstleistungen⁸.

Generell gewinnen solche Zielgruppenbestimmungen nach Lebensphasen und Lebensstilen zunehmend an Bedeutung. Auch wenn die Kontroversen innerhalb der SozialwissenschaftlerInnen noch nicht abgeklungen sind, so setzt sich das Lebensstilmmodell gegenüber dem Schichtmodell zur Beschreibung der Gesellschaft dennoch immer stärker durch.

⁸ Unter Finanzdienstleistungen fallen Formen des Bausparens, Haftpflichtversicherung, Delogierungsprävention oder andere Beratungen (vgl. Harsch 2003, 32).

Folgende Abbildung verdeutlicht neun Lebensstiltypen, welche auf Basis des Sozialwissenschaften-Bus 1996⁹ für Westdeutschland ausgemacht worden sind (vgl. Schneider/Spellerberg 1999, 105ff). Einerseits wird die jeweilige Ausprägung ersichtlich, und andererseits gibt die Grafik Auskunft über die Nähe bzw. Distanz der einzelnen Typen zueinander.

- **Typ 1:** Hochkulturell Interessierte, sozial Engagierte (11 Prozent)
- **Typ 2:** Arbeits- und Erlebnisorientierte, vielseitig Aktive (9 Prozent)
- **Typ 3:** Expressiv Vielseitige (12 Prozent)
- **Typ 4:** Sachlich-pragmatische Qualitätsbewusste (12 Prozent)
- **Typ 5:** Hedonistische Freizeitorientierte (6 Prozent)
- **Typ 6:** Häusliche mit Interesse an leichter Unterhaltung und Mode (10 Prozent)
- **Typ 7:** Einfach Lebende, arbeitsorientierte Häusliche (13 Prozent)
- **Typ 8:** Sicherheitsorientierte, sozial Eingebundene mit Vorlieben für volkstümliche Kultur und Mode (11 Prozent)
- **Typ 9:** Traditionelle, zurückgezogen Lebende (16 Prozent)



Quelle: Schneider/Spellerberg 1999

In Mannheim fand 2002 ein Workshop zum Thema „Dienstleistungen in der Wohnungswirtschaft: professionelle Entwicklung neuer Serviceangebote“ statt. In der Dokumentation der Veranstaltung halten die AutorInnen fest:

„Das Lebensstilkonzept bietet u.U. weitergehende Einsichten über Dienstleistungswünsche und Zahlungsbereitschaften. Ein in der Wohnungswirtschaft vermutlich häufig anzutreffender Typ ist z.B. der `traditionell zurückgezogen Lebende`, während sich Strategien zur Gewinnung von neuen Kundengruppen möglicherweise auf den Typ der `arbeits- und erlebnisorientierten, vielseitig Aktiven` richten werden.“ (Hohm et al. 2002, 31)

Die Gruppe der Traditionellen, zurückgezogen Lebenden ist die mengenmäßig größte und zeichnet sich u.a. durch Sparsamkeit und Sicherheitsdenken aus. Die Freizeit verbringt sie überdurchschnittlich gerne vor dem Fernseher. Dies können z.B. Hinweise auf

⁹ Beim Sozialwissenschaften-Bus handelt es sich um eine repräsentative Befragung, die mehrmals pro Jahr in Deutschland durchgeführt wird. Als „MitfahrerIn“ kann man sich dort mit einem eigenen Fragenkatalog beteiligen.

Heimservicepotenziale in den Bereichen Energiesparen, Sicherheitsdienste und auch Unterhaltung sein.

	Unter 35 Jahre	Unter 35-64 Jahre	Über 64 Jahre
Haushalte mit einem Erwachsenen	Ledige I	Ledige II	Ledige III
Haushalte mit zwei Erwachsenen	Junges Paar	Paar ohne Kinder	Älteres Paar
Haushalte mit zwei Erwachsenen und Kindern	Volles Nest I/II	Volles Nest III Verzögertes volles Nest	
Haushalte mit einem Erwachsenen und Kindern	Einzelner Elternteil I/II	Einzelner Elternteil III	

Quelle: Hohm et al. 2002, in Anlehnung an Kroeber-Riehl/Weinberg 1996

Und über das Lebensphasenkonzept wird resümiert,

„dass Mieter `über 64 Jahre` in Kleinhaushalten (1-2 Personen) vor allem einen Bedarf an Sicherheitsdienstleistungen, Pflege- und Gesundheitsdiensten sowie seniorengerechten Freizeitangeboten haben, während bei jüngeren und mobilen Kleinhaushalten (Ledige I/junges Paar) eher Zusatzangebote im Bereich Information und Kommunikation (Internet/Multi-Media) oder eine Bereitstellung von Sportgeräten und einer Sauna Anklang finden könnten“ (Hohm et al. 2002, 31).

7.2.3 Zielgruppen für Online Heimservices

Die Gründe für die Akzeptanz bzw. Ablehnung einzelner Online Heimservices werden sich je nach Zielgruppe unterscheiden. Generell spielen mehrere Faktoren eine Rolle: die Ausstattung der Wohnungen mit der nötigen Infrastruktur (Internet, Intranet), die Vertrautheit im und der Wille zum Umgang damit, das passende inhaltliche Angebot sowie allenfalls finanzielle Ressourcen. Auf die Dauer bis zur Akzeptanz gewisser technologischer Neuerungen wurde bereits hingewiesen: Sofern diese überhaupt angenommen werden, benötigt eine breite Implementierung in der Regel eine gewisse Anlaufphase, eingeleitet von den „early adopters“, aufgenommen vom Massenmarkt und schließlich auch von den „Zauderern“.

In eine ähnliche Richtung weisen Befunde von Harsch. Sie belegt in ihrer Studie über wohnbegleitende Dienstleistungen im Linzer Wohnpark Lenau (2003) einen signifikanten Zusammenhang zw. dem Besitz eines Computers, den Computerkenntnissen und der Affinität in Bezug auf eine Elektronische Anschlagtafel (vgl. Harsch 2003, 149).

Bei der Gruppe der **SeniorInnen** ist mit einer längeren Anlaufzeit als bei den anderen beiden zu rechnen. Möglicherweise fehlt teilweise das Know-How und vielleicht auch manchmal der Wille, es sich „auf die alten Tage“ noch anzueignen. Eine Trendumkehr ist aber auch diesbezüglich in Sicht. Die Frage der leichten Bedienbarkeit der technischen Infrastruktur – laut Oliver Högn (Mischek, Stabsstelle Development) ein zentraler Aspekt, wenn es um die breite Akzeptanz von Online Serviceleistungen geht – ist generell dringlich, für die älteren BewohnerInnen aber ganz besonders wesentlich.

DINKs, so ist zu vermuten, werden sich auch als aufgeschlossen gegenüber innovativen und außergewöhnlichen Leistungsangeboten erweisen. Sie sind daher eine bedeutsame Zielgruppe für den Markt der Online Heimservices. Am nötigen Know-How und Bedarf wird es nicht scheitern. Die Angebote müssen jedoch sorgfältig auf die Nachfrage abgestimmt sein. Vorstellbar ist von Seiten der DINKs eine hohe Akzeptanz an Angeboten mit Erlebnischarakter – seien es originelle (aber stets nutzenorientierte) Services zur Erleichterung des hauswirtschaftlichen Alltags, oder spezielle Freizeitangebote, die vom Fitnessstudio bis zum gemeinsamen Skiausflug reichen können.

Bei **jungen Familien** besteht gleichfalls kaum Gefahr von Wissensdefiziten im technischen Bereich. Inhaltlich muss der Fokus aber etwas anders angelegt werden. Teilweise wird es, wie auch bei den DINKs, um die Abnahme von Haushaltsarbeiten gehen. Wesentlicher Aspekt sind zusätzlich die Kinder, deren Wohl in der Regel das Entscheidungshandeln der Eltern dominant mit bestimmt. Eltern sind bemüht, den Kindern ein angemessenes Umfeld zu bieten – sowohl sozial, räumlich als auch ökonomisch. Hinzu kommt, dass vielfach beide Elternteile (zumindest teilweise) erwerbstätig sind. Dann spielen unterstützende Angebote in den Bereichen Betreuung und Versorgung, Sicherheit und kindergerechte Infrastruktur eine zentrale Rolle. Zumindest ein Teil dieser Bedürfnisse könnte auch im Rahmen von Online Heimservices bedient werden: z.B. E-Commerce, Sicherheitstechnologie, Webcam im wohnhausinternen Kinderspielraum, wie z.B. im Dienenden Haus in Wien. Zu bedenken bleibt bei dieser Zielgruppe der Kostenfaktor, welcher voraussichtlich stärker als bei den DINKs in Überlegungen rund um Heimservices eingeht.

Betrachtet man den Markt der *Smart Homes*¹⁰, so gibt es laut Berliner Institut für Sozialforschung (BIS) eine Reihe von Indikatoren zur Bestimmung der Akzeptanz. Eine hohe Akzeptanz von Smart Homes weisen demnach folgende Bewohnergruppen auf (vgl. BIS, zit. nach Broy et al. 2004, 140ff):

- *DINKs*
- *Dual Career-Familien*
- *Männer*
- *Personen mit höherer Bildung*
- *Personen mit hoher Technikakzeptanz*
- *Personen mit mittlerem Einkommen*

Weitere Studien des BIS geben Aufschluss über die Akzeptanz Integrierter Gebäudesysteme. Die Zielgruppen sind obigen ähnlich:

- *Junge Familien und junge Paarhaushalte*
- *Männer*
- *Personen mit höherer Bildung*
- *Personen aus Westdeutschland*
- *Personen mit hoher Technikakzeptanz*
- *Personen mit mittlerem Einkommen*

Nachdem die Akzeptanzwerte aber auch maßgeblich vom Haushaltstyp abhängig sind, werden vom BIS auch diesbezüglich Unterscheidungen getroffen (vgl. ebenda). Als Kriterien, welche Aufschluss über den Bedarf nach Integrierten Gebäudesystemen geben, dienen dabei:

- *Alltag*
- *Tagesablauf*
- *Berufliches Engagement*
- *Soziale Kontakte*
- *Kommunikation/Zeit*

¹⁰ Smart Home ist die englische Bezeichnung für intelligente Gebäude im privaten Bereich (vgl. Broy et al. 2004, 140).

- *Abstimmungsbedarf*

Anhand der Ausprägungen dieser sechs Dimensionen ergeben sich folgende Einschätzungen:

- **Singles:** Für Singles mit wenig Zeit für Hausarbeit und vielen außerhäuslichen Aktivitäten kann eine Kommunikation mit der Wohnung und ihren Geräten durchaus vorteilhaft sein. Alltägliche Tätigkeiten wie Wäsche Waschen oder Einkaufen werden flexibilisiert (z.B. Online Shopping mit Lieferservice und Aufbewahrung in einer Kühlbox an der Außenwand des Hauses).
- **Dual Career Paare:** In Haushalten, in denen beide erwerbstätig sind, ist der Alltag meist stark strukturiert, für Hausarbeit und andere Erledigungen bleibt wenig Zeit. Außerhäusliche Aktivitäten sind gleichfalls hoch, sodass neue Dienstleistungen und Produkte zur Erleichterung des Alltags gerne angenommen werden. Zudem ist die Zahlungsbereitschaft bei DoppelverdienerInnen hoch.
- **Dual Career Familien:** Bei diesem Haushaltstyp sind der Organisationsbedarf und die Anforderungen an Flexibilität besonders hoch. Daher sind Heimdienstleistungen, welche auf die Koordination von Beruf, Kindern, Haushalt und Freizeit abzielen, besonders gefragt. So kann den Eltern durch die Abnahme von hauswirtschaftlichen Arbeiten beispielsweise ermöglicht werden, ihre ohnehin knapp bemessene Zeit vermehrt mit ihren Kindern zu verbringen.
- **Traditionelle Familien:** Dieser Typus ist gleichfalls durch die starke Strukturierung des Alltags gekennzeichnet, welcher sich v.a. an den Arbeitszeiten des Mannes orientiert. Die Frau ist zuständig für Alltagsorganisation, Hausarbeit und Kinderbetreuung. Neue Dienstleistungen sollten daher auf eine Unterstützung in diesen Bereichen fokussieren. Ein wesentlicher Aspekt ist hier der Kostenfaktor, da nur ein Familienmitglied erwerbstätig ist. Dies macht kostensparende Leistungen (z.B. Energiesparen) besonders attraktiv.
- **Empty Nest Paare:** Dieser Haushaltstypus entsteht, nachdem die erwachsenen Kinder das Elternhaus verlassen haben und selbstständig ihr Leben führen. Der Alltag ist – je nach beruflichem Engagement – weniger strukturiert und an Arbeitszeiten, Mahlzeiten sowie Freizeit orientiert. Interessant werden hier Produkte und Leistungen, die zu einer Verbesserung von Komfort und Sicherheit führen.
- **SeniorInnen:** SeniorInnen verbringen ihren Alltag gemeinhin geplant und regelmäßig. Sie pflegen soziale Kontakte und verfügen aufgrund des Ausstiegs aus dem Berufsleben über mehr Zeit für haushaltsbezogene Tätigkeiten. In diesen Haushalten besteht Bedarf nach unterstützenden Leistungen und Produkten – abgestimmt auf die individuelle Situation (Krankheit, Gebrechlichkeit etc.) und leicht zu bedienen. Von Bedeutung sind die Anwendungsfelder Komfort, Health Care/Social Care und Sicherheit.

7.3 Zur Akzeptanz von Heimservices

7.3.1 Welche Aspekte sind aus Anbietersicht zu beachten?

Aus Sicht der Anbieter von Heimdiensten ist es zentral, die Hintergründe der Akzeptanz bzw. Ablehnung ihrer Angebote durch die Kundschaft zu eruieren. Über die größten Hemmnisse auf dem Weg zu mehr Akzeptanz wohnbegleitender Dienstleistungen besteht unter den Fachleuten keine Einigkeit. Häufig wird davon ausgegangen, dass die Bedürfnisse von

„unten“ kommen müssen, und nicht von „oben“ aufgedrückt werden können. Andernfalls werde ein Angebot nicht angenommen. Dennoch werden Bedürfnisse auch von außen geschaffen.

In jedem Fall sind laut Harsch zunächst folgende Aspekte zu berücksichtigen (Harsch 2003, 37ff):

- **Selbständigkeit:** Die BewohnerInnen müssen das Gefühl haben, durch die Inanspruchnahme einer Leistung einen Nutzen zu erzielen, ohne ihre Selbständigkeit und Selbstachtung zu verlieren.

In eine ähnliche Richtung argumentiert Andritzky in seiner Auseinandersetzung mit dem Smart Home (Andritzky 2002). Er konstatiert eine „*Dialektik von Entlastung und Entmündigung*“ (Andritzky 2002, 48): Die zunehmende Komplexität der Gerätschaften führt zum Kompetenzverlust bei den NutzerInnen. Aus dieser Erkenntnis heraus appelliert er: „*Bei einer Reflexion über die Zukunft des elektronischen Hauses wird als daran zu denken sein, ob und wie man nicht nur die Intelligenz der Maschinen, sondern auch die Intelligenz und Handlungskompetenz der Menschen verbessern kann*“ (Andritzky 2002, 48).

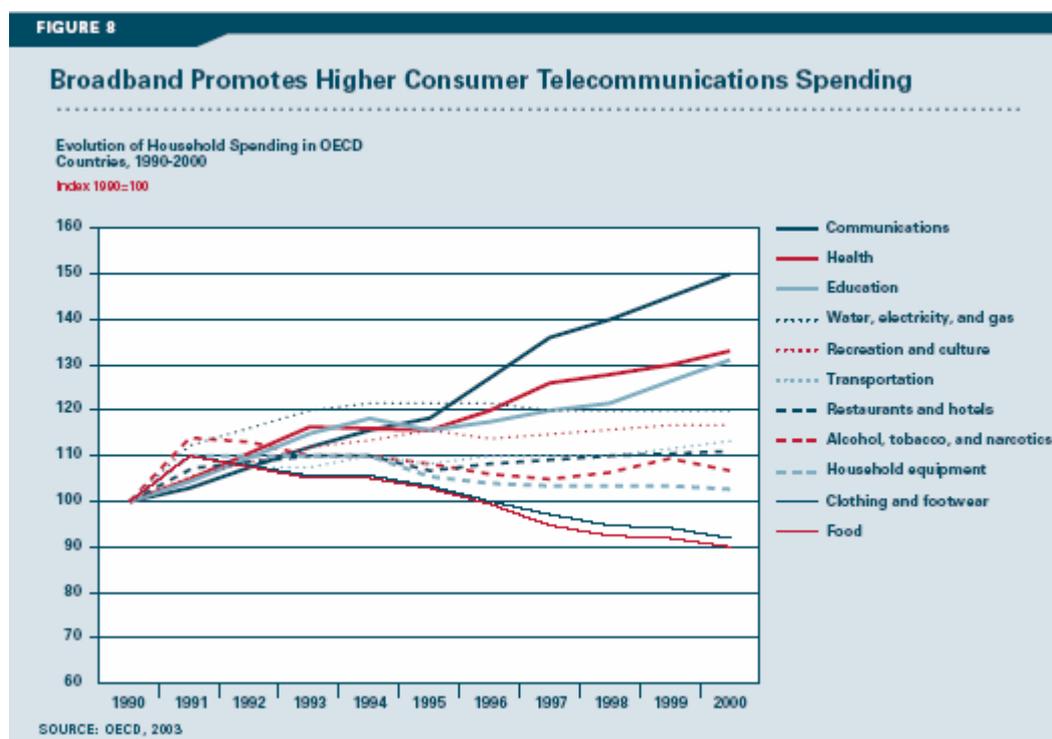
- **Sparsamkeit/Bescheidenheit:** Die finanzielle Hemmschwelle ist bei vielen BewohnerInnen hoch. Insbesondere hauswirtschaftliche Dienstleistungen gelten oft noch als Luxus. Vielen ist es auch unangenehm, ändern beim Putzen der eigenen Wohnung zuzusehen.
- **Familiensinn:** Die Betreuung von Familienangehörigen ist insofern problematisch, als diese nur ungern fremden Personen anvertraut wird. Auch wenn die Kompetenz von professionellen BetreuerInnen anerkannt ist, befürchtet man die Vernachlässigung von Faktoren wie Zuwendung und Zärtlichkeit.
- **Privatheit/Anonymität:** Viele Menschen sträuben sich dagegen, Einblicke in ihre Lebensverhältnisse und ihre Privatsphäre zu gewähren. Das so genannte „Schlüsselproblem“ wird von ExpertInnen als zentral ausgemacht. Vielen ist unwohl bei dem Gedanken, ihren Haustürschlüssel jemand Fremdem auszuhändigen.
- **Zahlungsbereitschaft:** Weiteres groß diskutiertes Thema ist die Zahlungsbereitschaft für zusätzliche Heimservices. Auch wenn diese vornehmlich als gering eingeschätzt wird, finden sich auch gegenteilige Erkenntnisse. Allerdings ist die Bereitschaft, extra Kosten auf sich zu nehmen, sehr von der einzelnen Leistung abhängig.

Eine Befragung zum Thema *Smartes Wohnen*, durchgeführt von *das fernlicht* im Rahmen der Messe „Eigentum 2002“, hat ergeben, dass über 80 Prozent der (potenziellen) KundInnen bereit wären, für Dienstleistungen in den Bereichen Automatisierung und Steuerung zu bezahlen (vgl. *das fernlicht* 2002a). Dieses Ergebnis ist einerseits erstaunlich, andererseits aber insofern zu relativieren, als es sich um Personen handelt, welche den Bau eines Eigenheims erwägen. Es ist zu vermuten, dass diese gegenüber denjenigen in Mietwohnungen, die sich aktuell auch nicht mit einer Umstellung ihrer Wohnsituation befassen, mehr Interesse an haustechnischen Innovationen aufbringen. Den Forschern Sandström und Keijer hat sich bei der Evaluation von drei Smart Home Projekten (2004) in Stockholm die mangelnde Zahlungswilligkeit hingegen durchaus als ein Akzeptanzproblem gestellt.

Wie oben erwähnt, ist auch hinsichtlich der Zahlungsbereitschaft nach *Zielgruppen* zu differenzieren. Im Rahmen einer Expertenbefragung von *das fernlicht* zum Thema e-living (Zukunft des Wohnens) an der Messe e/home in Berlin meinen zahlreiche ExpertInnen, dass v.a. Besserverdienende bereit seien, auch deutlich mehr als 10 Prozent der Investitionen für intelligente Vernetzung auszugeben (vgl. *das fernlicht* 2002b). Weiters maßgeblich für die Zahlungsbereitschaft wird wohl auch die Kontextualität der Dienstleistung sein: Je näher sich

am persönlichen situativen Kontext eine Leistung bewegt, umso eher wird dafür vermutlich ein finanzieller Mehraufwand betrieben.

Geht es um die rasant wachsende Verbreitung von *Breitband*, sieht es mit der finanziellen Hemmschwelle nochmals anders aus. In den USA verfügen gegenwärtig ca. 20 Prozent der Haushalte über Breitbandverbindung – gegenüber 15 Prozent in Europa. Die US-amerikanische Internetfirma Cisco IBSG geht hier wie dort von einem Anstieg über 60 Prozent aus. In einer Studie über die Breitbandnutzung in den USA wird deutlich, dass die Ausgaben für Mobiltelefonie, Internet und Breitbandanschlüsse steigen. Für die Autoren ist klar, dass für Dienstleistungen, welche geschätzt werden, auch mehr bezahlt wird. Und daher meinen sie, „*that consumers will find the money to pay for new broadband services if they value them*“ (de Barnabé y Varela/Gil, 2004).



Quelle: de Barnabé y Varela/Gil 2004

Exkurs Barrierefreiheit

Mit der entsprechenden digitalen Ausstattung von Haushalten und dem wachsenden Online-Angebot an Dienstleistungen in Bereichen wie Pflege, Betreuung und Gesundheit, aber auch öffentlicher Verwaltung und Detailhandel bis hin zu Freizeit und Unterhaltungsangeboten eröffnen sich in Zukunft auch für Zielgruppen wie SeniorInnen und pflegebedürftigen Personen neue Optionen.

In Österreich sind es etwa 2,3 Millionen Menschen, die aufgrund von Behinderungen das Internet bzw. Online Heimservices nicht nutzen können. Und obwohl es bereits einige technische Spezifikationen gibt, fehlen bei vielen Dienstleistern das Bewusstsein über Barrierefreiheit und die Vorstellung darüber, wie diese aussehen könnte (vgl. Maerki 2004). Die Bemühungen um Barrierefreiheit im Online Bereich schreiten aber voran, so etwa in der kommunalen Verwaltung, bei E-Learning oder E-Commerce.

Diese Entwicklung birgt eine Reihe von Chancen, aber auch Gefahren für die Wohnenden (vgl. Kapitel 9):

Online Dienste als Chance oder Gefahr im Sinne der Barrierefreiheit Lebensqualität



Chancen	Gefahren
<ul style="list-style-type: none"> • Entlastung im Alltag Bestell & Lieferdienste, Hol- & Bringdienste, Installation & Wartung • Sicherheit Safety & Security • Soziale Impulse & Unterhaltung • Unabhängigkeit & Partizipation & Selbstgestaltung 	<ul style="list-style-type: none"> • Digital Divide sozialer Ausschluss wachsende Ungleichheit • Überforderung, wachsender Stress, Isolation • Alternativen fallen weg (Bankomat) oder werden kostenpflichtig • Überwachung, Kontrolle. Abhängigkeit

© Maerki Management Consulting

Quelle: das fernlicht 2004

Diese Chancen und Gefahren gelten im Grunde für alle NutzerInnen, nicht bloß für die älteren und behinderten Menschen. Dennoch ist die Gefährdung für letztere größer, da aufgrund der fehlenden Barrierefreiheit ein Ausschluß vom Zugang zu Online Services wahrscheinlicher ist.

Die Gefahr der Ausdünnung der Infrastruktur (z.B. Abschaffung von Bank- und Postfilialen) wird sich vermutlich insbesondere als ein Problem des ländlichen Raums erweisen. Das Erkennen dieser Gefahr könnte auch mit einer geringeren Akzeptanz von Online Heimservices einher gehen.

Barrierefreiheit bei Webseiten kommt jedenfalls allen UserInnen zugute. Übersichtlichkeit, Klarheit und einfache Benutzerführung werden generell geschätzt. Insofern kann auch von einer weiteren Reichweite barrierefreier Online Heimservices (z.B. E-Commerce) ausgegangen werden.

7.3.2 Akzeptanz von Heimservices in Österreich

Wie sieht es nun aber in Österreich mit der Akzeptanz von spezifischen Heimservices aus?

Eine für die österreichische Gesamtbevölkerung ab 14 Jahren repräsentative Studie vom Marktforschungsinstitut Gallup in Kooperation mit der Agentur andrea.baidinger (Gallup/Baidinger 2004) attestiert den ÖsterreicherInnen Zurückhaltung beim Thema Dienstleistungen im privaten Bereich. Sie scheinen sich erst damit anfreunden zu müssen. Was in andern Ländern gang und gäbe ist – Einkaufshilfen, Bügeldienste und

Haustierbetreuung –, wird hierzulande eher vorsichtig beäugt. 43 Prozent der Befragten finden derlei Angebote nicht interessant.

Frauen wären in einem geringfügig höheren Ausmaß bereit, sich auf Heimservices einzulassen, doch der privaten Haushaltshilfe wird noch immer der Vorzug gegeben. Studienautorin Baidinger erläutert:

„Österreicher pflegen die Beziehung zu ihrer privaten Haushaltshilfe und brauchen auch den persönlichen Kontakt. Wir wollen wissen, wer sich da um unsere Wohnung und Wäsche kümmert. Die Grundeinstellung dazu ist unabhängig vom Einkommen. Deutlich ist aber die Preissensibilität. Hier korrelieren unsere Ergebnisse mit Untersuchungen, die bei betreuten Wohnanlagen durchgeführt wurden. Für Dienstleistungen will niemand mehr zahlen als die durchschnittlich acht Euro, die derzeit am grauen Markt pro Stunde verlangt werden“ (Gallup/Baidinger 2004).

Moderne Wohnbaukonzepte, wie Wohnanlagen, die eigene Infrastruktur anbieten, Annehmlichkeiten wie Kinderbetreuung oder ein Ärztezentrum innerhalb der Anlage, werden mehrheitlich positiv bewertet. Begrüßt wird vor allem das bessere Kommunikations- und Infrastrukturmilieu für Familien wie auch für ältere Personen. Lediglich 15 Prozent würden laut dieser Befragung aber in ein näher bestimmtes Wohnprojekt mit derartigen Angeboten auch einziehen wollen. Am höchsten sind die konkret positiven Antworten noch in Wien und Vorarlberg. Laut Baidinger haben diese beiden Bundesländer in den letzten Jahren sehr viel an innovativem Wohnbau und alternativen Wohnangeboten geleistet: *„Beide sind Vorreiter, und diese Rolle wird von der Bevölkerung auch angenommen“ (Gallup/Baidinger 2004).*



Wohnpark Alt Erlaa



Wohnpark Alt Erlaa, Ärzteübersicht

Der mangelnde Wille, in eine innovative Wohnanlage zu ziehen, mag im Fall der WienerInnen auch an ihrer generellen Zufriedenheit mit der aktuellen persönlichen Wohnumgebung liegen. Für die Studie „Leben in Wien“ (IFES 2004) wurden 8000 BewohnerInnen der Stadt unter anderem nach ihrer Zufriedenheit mit dem unmittelbaren Wohnumfeld und ihren Wünschen befragt:

„Nur knapp mehr als die Hälfte hatte konkrete Änderungswünsche, 45 Prozent aller Wiener sind rundum zufrieden. Der meistgenannte Wunsch zielt auf die Nahversorgung ab: 25 Prozent der Befragten wollen einen Greißler in ihrer Umgebung. Auf den Plätzen rangieren Abfallcontainer für Kunststoff, Metall und Biomüll (17 Prozent), ein Wachzimmer oder eine städtische Bücherei (je 13 Prozent) und ein Postamt (11 Prozent). Etwas anders sieht das Ergebnis der Studie bei den unter 30-Jährigen aus: Hier rangieren Abfallcontainer und Büchereien an erster Stelle. Für Senioren hat wiederum Sicherheit höchste Priorität: 19 Prozent der über 60-Jährigen geben als wichtigsten Wunsch ein Wachzimmer im Grätzl an“ (Kurier vom 15.2.04, 6).



Quelle: Kurier vom 15.2.04

Hier lassen sich auch Marktchancen für neue Angebote im Heimservicesektor ablesen. So besteht parallel zum massiven „Greisslersterben“ offenbar nach wie vor der Wunsch nach einem Greissler ums Eck. Eine Vernetzung vor Ort könnte angesichts dieses Bedarfs eine Chance für KMUs darstellen. Auf einer Online Plattform könnten sich lokale Gewerbetreibende zusammenschließen. Und die Wohnenden könnten über diese Plattform Produkte und Dienstleistungen bestellen – seien es Lebensmittel vom Tante Emma Laden, ein Reparatur- oder Reinigungsdienst. . Einerseits besteht also ein Bedarf, andererseits wurde derlei Ideen noch kaum aufgegriffen bzw. von Politik und Wirtschaftsförderung wenig forciert.

7.3.3 Online Heimservices: Vom „early adopter“ zum Massenmarkt?

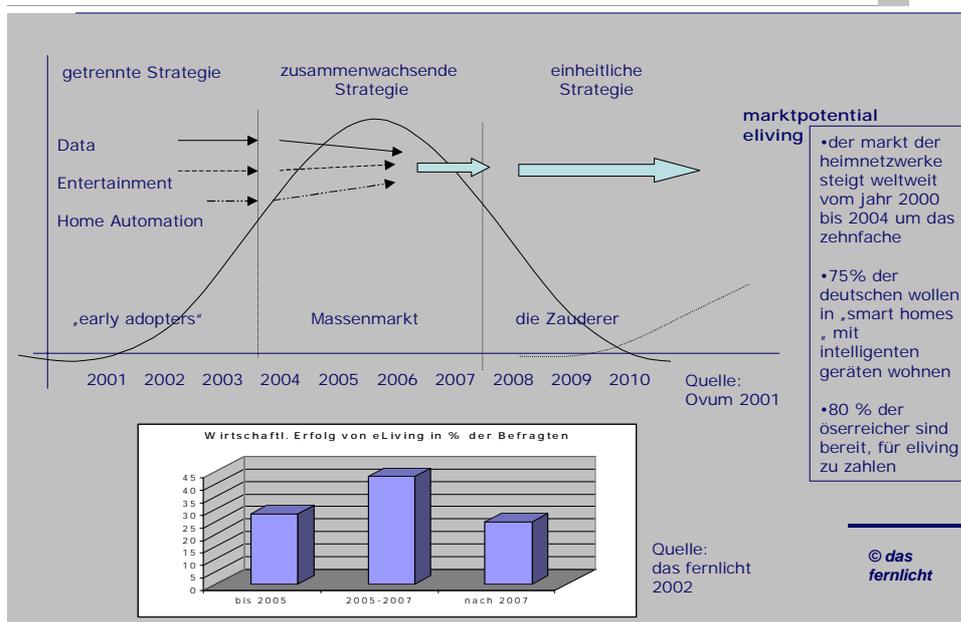
Auf der Nutzerseite geht eine wesentliche Entwicklung von Servicebedarf im Wohnen mit dem Wandel der Funktionen, die Wohnraum erfüllen muss, einher. Obwohl nicht von einem einheitlichen Bild vom heutigen Wohnen die Rede sein kann, so ist doch eines generell festzuhalten: Während es früher um die reine Befriedigung elementarer Grundbedürfnisse im Sinne eines Daches über dem Kopf – v.a. ein Schlafplatz und Schutz vor Unbill – ging, muss Wohnen heute sehr viel mehr können. Die basalen Funktionen werden ergänzt durch Aspekte wie Erlebnischarakter, Repräsentativität, Individualität, Komfort, Sinnlichkeit etc.. Auch Heimdienstleistungen lassen sich hier einreihen, und zwar insofern als sie diese „neuen“ Wohnfunktionen oder „soft facts“ bedienen.

Was nun die Akzeptanz neuer (Online) Heimservices durch die Bewohnerschaft anbelangt, so liegen gegenwärtig erst wenige aussagekräftige Ergebnisse vor, und wenn, dann vor allem aus „Testprojekten“ (z.B. Smart Homes). In einem breiten Rahmen sind (Online) Heimservices wie vernetzte Haustechnik, Online Plattformen als gewerbliche Zusammenschlüsse oder Telemedizin/E-Care noch kaum umgesetzt. In der Regel entstehen Versuche der Implementierung solcher Leistungen aus Vorstellungen der Industrie und mit dem Ziel der Erschließung neuer Märkte.

Generell muss bei technologischen Neuerungen immer mit einer gewissen „Gewöhnungsphase“ gerechnet werden. Zwischen der Begeisterung von ein paar Technikfreaks –und pionierInnen und einer breiteren Akzeptanz vergehen in der Regel einige Jahre. Dies bestätigt für den Wiener Wohnbau auch Oliver Högn (Mischek, Stabsstelle Development), nach eigenem Bekunden Technikfreak und mit Begeisterung „vernetzt“. Er verweist auf das Beispiel des PCs, und prognostiziert für das Gros der Online Heimdienstleistungen eine Anlaufzeit von fünf bis zehn Jahren ab heute. Frühestens dann werden sie in größerem Ausmaß verbreitet und angenommen sein.

eLiving – Massenmarkt? Hoffnungspotential für die Industrie

das fernlicht



Quelle: das fernlicht 2002

Doch manche neuen Produkte werden auch gar nicht angenommen – oder von den KundInnen umfunktioniert. Dann definiert und verwendet der/die NachfragerIn das Produkt nach seinen Bedürfnissen (um). Die Applikation entwickelt sich also erst aus der Anwendung. Ein Beispiel aus der Telekommunikation ist der SMS-Dienst. Kaum einE ExpertIn hätte damit gerechnet, dass dieser ein derartiger Erfolg werden würde, dass sich die Funktionen des SMS – vor allem bei Jugendlichen – zu einem derartigen Bestandteil vom Lifestyle entwickeln könnte, wie es heute der Fall ist. Auch die vielfältigen Nutzungen, die SMS-Dienste heute erfahren, waren in diesem Maße kaum abschätzbar.

In diesem Sinne sind heute auch viele Aspekte auf der Seite der NutzerInnen noch offen. Darüber, welche Heimservices zukünftig für eine breite Maße Bedeutung haben werden, bestehen gegenwärtig keine gesicherten Erkenntnisse.

7.3.4 Ausgewählte Aspekte der Akzeptanz von Online Heimservices

Der Lehrstuhl für Informatik an der Uni Münster hat 2003 gemeinsam mit einer Computerfirma eine Analyse der allgemeinen Ausstattung und Nutzung von Informationstechnik in Privathaushalten durchgeführt. Im wesentlichen geht es um die Verfügbarkeit und die Einschätzung der Relevanz von Informationstechnik. Mittels einer 7-stufigen Skalierung für jeden Teilbereich (1=nicht wichtig, 7=sehr wichtig) gaben 704 BefragungsteilnehmerInnen ihre Meinung ab. In der Wichtigkeit rangiert dabei der Internetanschluss weit vor den anderen.

Zu bedenken ist bei den Ergebnissen zudem, dass es sich beim Erhebungsinstrument um Online-Befragungen handelte. Die TeilnehmerInnen zeichnen sich daher vermutlich durch eine höhere Affinität zum Medium Internet aus als der Durchschnitt der (deutschsprachigen) Bevölkerung.

73 Prozent befinden einen **Internetanschluss** (z.B. Email, Internetdienstleistungen, Informationsdienste) im Privathaushalt für sehr wichtig (7 Punkte).

Entertainment (z.B. Heimkino, raumübergreifendes Medienmanagement) stufen lediglich 51 Prozent als eher bis sehr wichtig ein (5 bis 7 Punkte).

Sicherheitstechnik (z.B. vernetzte Verriegelungsmechanismen, Alarmanlagen, Überwachungskameras, Anwesenheitssimulation) werden von der Hälfte für (eher) nicht wichtig (1 bis 3 Punkte) erachtet. Weitere 21 Prozent tendieren in keine Richtung (4 Punkte).

Im Anwendungsbereich **Grundversorgung** (z.B. vernetztes Management von Heizung, Wasser und Strom, Optimierung des Ressourcenverbrauchs) wird die Wichtigkeit innovativer Technik wiederum als größer beurteilt: 52 Prozent halten sie für eher bis sehr wichtig (5 bis 7 Punkte).

Neue technische Möglichkeiten im Bereich **Remote Control** (z.B. Fernzugriff auf Geräte, Komponenten, Anlagen in der Wohnung von außerhalb über Handy oder sonstigen Internetzugang) bewerten 46 Prozent als (eher) unwichtig (1 bis 3 Punkte). Lediglich 33 Prozent halten diese für eher bis sehr wichtig (5 bis 7 Punkte).

Auch in Bezug auf die **Gebäude-Automation** (z.B. vernetzte, elektronische Steuerung, Kontrolle von Fensterläden, Waschmaschine, Videorekorder und Licht) gibt es keine signifikanten Ergebnisse. Die Bewertungen sind ziemlich regelmäßig zwischen unwichtig bis sehr wichtig verteilt.

Dasselbe gilt für den Anwendungsbereich **Gesundheit** (z.B. automatische Kontrolle der vitalen Lebenssignale, automatische Alarmierung eines Rettungsdienstes). Hier ist zu vermuten, dass die Bewertung auch von der persönlichen (direkten oder indirekten) Betroffenheit von gesundheitlicher Einschränkung zusammen hängt.

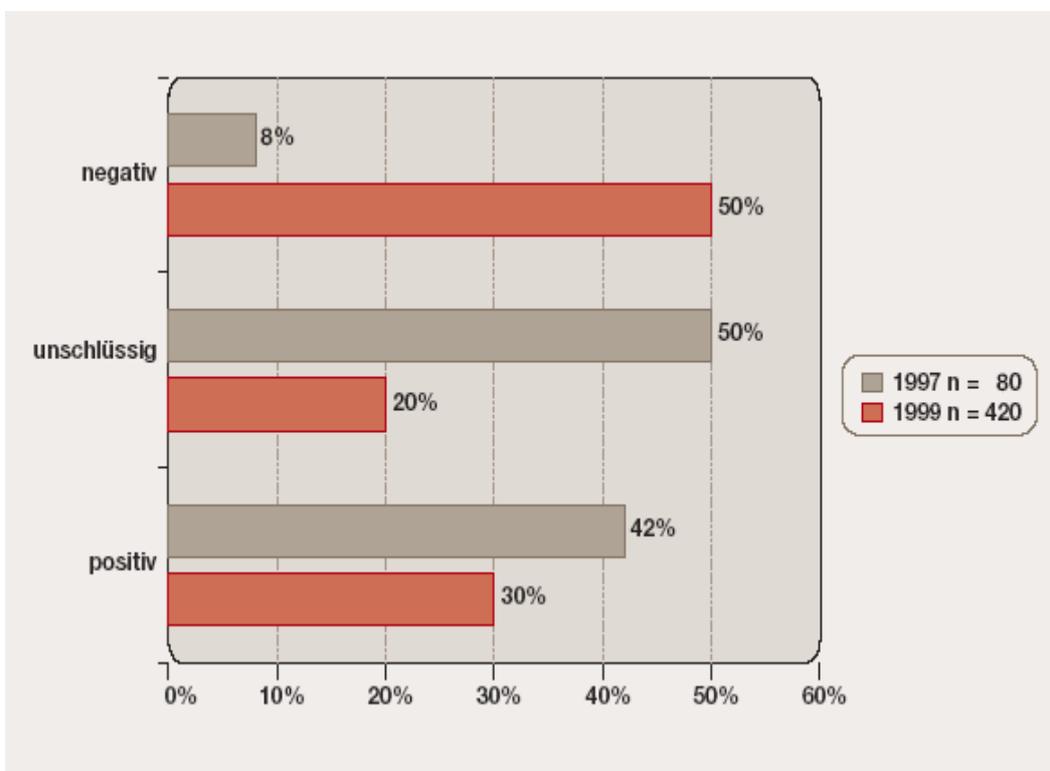
Die Ergebnisse sind v.a. in einer Hinsicht interessant: Während der Internetanschluss für den Großteil der Befragten selbstverständlicher Wohnstandard geworden ist, wird die Relevanz in den übrigen Anwendungsbereichen als sehr unterschiedlich hoch – aber kaum als sehr hoch – eingeschätzt. Dieser Befund lässt auch Rückschlüsse auf die Akzeptanz solcher technischer Zusatzleistungen zu.

Es bleibt weiters zu vermuten, dass eine breiter angelegte Studie samt Aufschlüsselung in spezifische Zielgruppen hier aussagekräftigere Ergebnisse zu Tage fördern würde. So sind wohl die Bereiche Sicherheit und Gesundheit – wie oben bereits angeklungen – für unterschiedliche Bewohnergruppen von sehr unterschiedlicher Bedeutung. Während bei jungen Familien und SeniorInnen der Sicherheitsgedanke und bei letzteren zusätzlich der

Gesundheitsbereich prominent vertreten sind, können DINKS oder Singles vermutlich mehr mit Diensten in den Bereichen Remote Control oder Gebäude-Automation anfangen.

Auf die je nach Zielgruppe unterschiedlich ausgeprägte Technikakzeptanz und ihr Einfluss auf die Akzeptanz Integrierter Gebäudesysteme¹¹ gehen auch Broy et al. (2002) in ihrer umfangreichen interdisziplinären Studie der TU München und der Ludwig-Maximilians-Universität München für das Deutsche Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik (BSI) ein. Weitere Faktoren sind die mit dem System verbundenen Kosten und deren Verhältnis zum gewonnenen Mehrwert. Generell wird eine im Zeitverlauf gestiegene Akzeptanz von Smart Homes festgehalten.

Akzeptanz von Smart Homes



Quelle: Broy et al. 2002

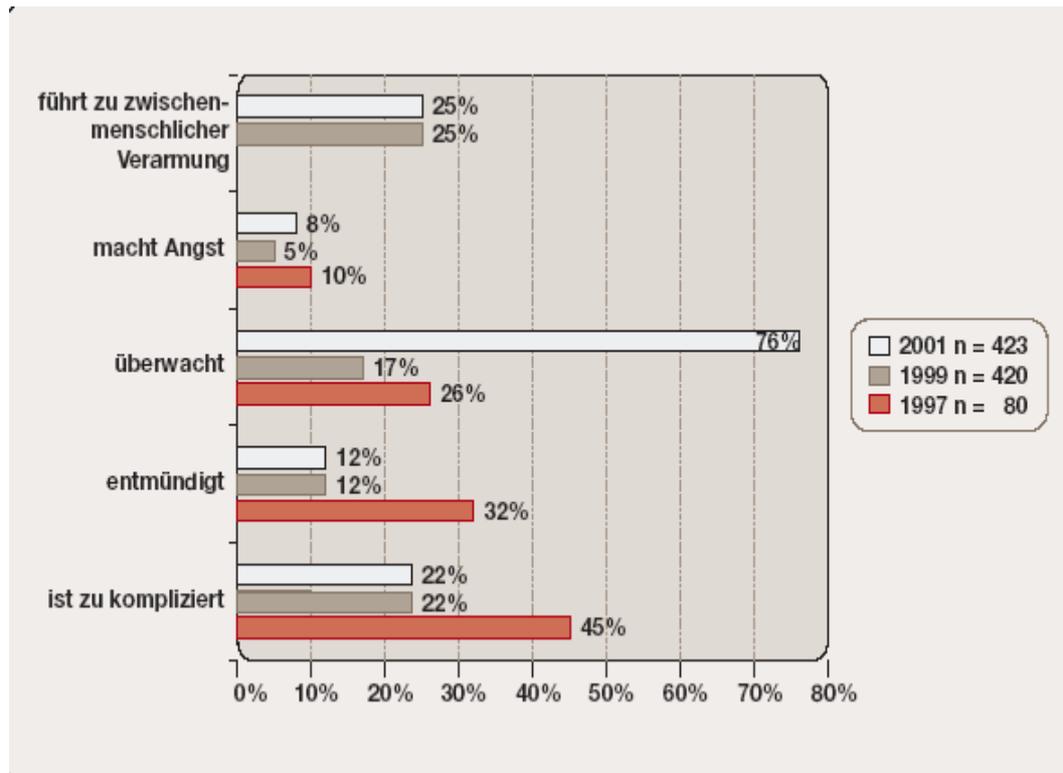
Hatten 1997 noch die Hälfte der Befragten eine negative und 20 Prozent eine unschlüssige Einstellung gegenüber Smart Homes, so sank die Zahl der Skeptischen in den folgenden zwei Jahren auf unter 10 Prozent und die der Unentschlossenen auf 50 Prozent.

Doch welche Gründe stecken hinter diesen Vorbehalten? Mit dem Wandel der Akzeptanz haben sich auch die Ablehnungsgründe verschoben. Besonders zurück ging die Ansicht, dass Smart Homes zu kompliziert seien und die BewohnerInnen entmündigt würden. In gleichbleibendem Ausmaß glauben die Befragten jedoch, dass Smart Homes zu einer

¹¹ Auf der zunehmenden Entwicklung und Verbreitung von Informations- und Kommunikationstechnologien bauen Systeme auf, welche „Hardware und Software integrieren und Dienste zur Verbesserung der Lebensqualität in unterschiedlichen Szenarien der Gebäudenutzung bieten. [...] Derartige Systeme, die sowohl Hardware und Software als auch Dienste miteinander integrieren, werden im Rahmen dieser Studie als integrierte Gebäudesysteme (IGS) bezeichnet“ (Broy et al. 2002, 1).

Verarmung zwischenmenschlicher Beziehungen führen und beängstigend sind. Was die vermeintliche Gefahr der Überwachung anbelangt, so ist eine interessante Schwankung zu messen: Zunächst ging die Meinung, dass eine solche Gefahr bestehe, leicht zurück, nahm dann aber sehr stark zu. Auf dieser Grundlage wird denn auch ein erheblicher Verbesserungs- und Aufklärungsbedarf in Sachen Datenschutz geortet.

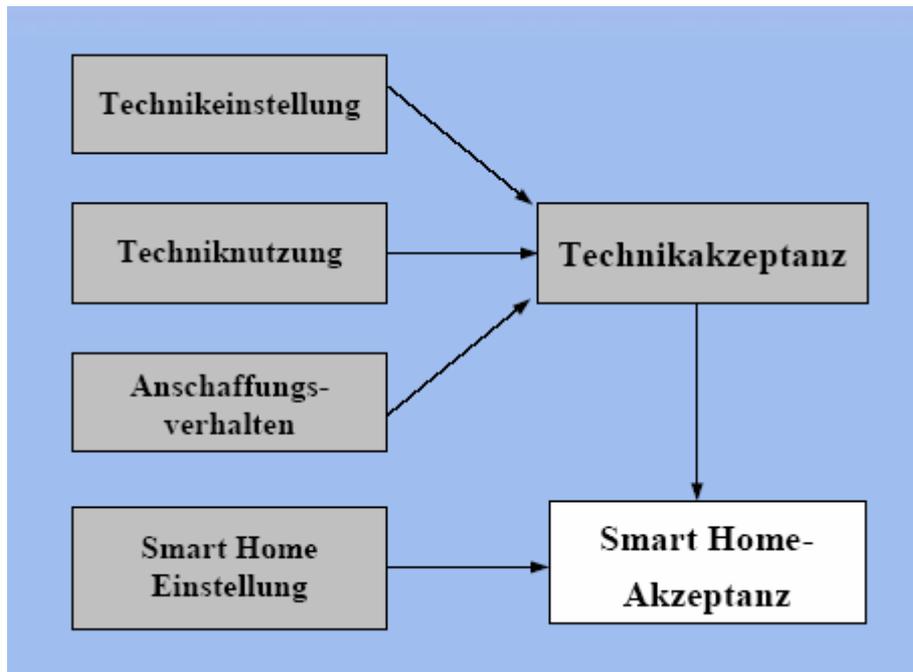
Wandel der Gründe für die Ablehnung von Smart Homes



Quelle: Broy et al. 2002

Untersuchungen des Berliner Instituts für Sozialforschung (BIS) haben ergeben, „dass die Akzeptanz für IGS sowohl von der Technikakzeptanz, die wiederum von der Technikeinstellung, der Techniknutzung und dem Anschaffungsverhalten abhängt, als auch von der Einstellung zu IGS abhängig ist“ (Broy et al. 2002, 140).

Akzeptanz von Smart Homes



Quelle: Berliner Institut für Sozialforschung

Das BIS identifiziert innerhalb der Smart Home/Smart Living-Forschung eine Reihe von Indikatoren, welche für die Akzeptanz und den Einsatz von Technik im Privathaushalt verantwortlich sind.

Demnach ist der Technikeinsatz zunächst abhängig von den Alltagserfordernissen: Da sich die Nutzung von Technik im Rahmen von Alltagshandlungen vollzieht und daher routiniert ist und kaum also solche wahrgenommen wird, müssen Alltagserfordernisse und Alltagskultur berücksichtigt werden. Dadurch kann festgestellt werden, wo ihr Einsatz akzeptiert wird und welche Anforderungen vorliegen: *„Der Markterfolg technischer Geräte hängt entscheidend von der Möglichkeit ihrer Integration in die alltägliche Praxis ab“* (BIS-Präsentation).

Der Umgang mit Technik ist abhängig von der Kommunikation innerhalb eines Haushaltes, und nicht allein an Individuen gebunden. Er ist orientiert an den spezifischen Alltagserfordernissen, welche nach unterschiedlichen Haushaltstypen variieren. Daher ist die Berücksichtigung des jeweiligen lebensweltlichen Kontextes gefordert.

Weiters bestimmend für die Technikakzeptanz ist die Zugehörigkeit zu einer bestimmten Lebensstilgruppe. Der Lebensstil wird maßgeblich von Wertvorstellungen bestimmt, die wiederum Auswirkungen auf Alltagspraktiken sowie Konsumhaltungen haben. D.h. dass auch die Technikanschaffung und –nutzung mit dem Lebensstil, aber auch ökonomischen Rahmenbedingungen zusammen hängen.

Der Einsatz von Technik ist darüber hinaus auch von der individuellen Technik-Biografie abhängig, denn *„Technikakzeptanz korrespondiert mit Verhaltens- und Einstellungsmustern, die in einem lebenslangen Prozess erlernt werden“* (BIS-Präsentation). In diesem Prozess stellen sich insbesondere vier Dimensionen als zentral heraus:

- *die Sozialisation im Elternhaus,*
- *der Beruf,*
- *die Spezifik des eigenen Haushaltes (z.B. finanzieller Rahmen),*
- *das soziale Umfeld in Form von Freundschaften und anderen Sozialkontakten sowie*
- *der kulturellen bzw. regionalen Herkunft.*

Ogleich nun die zielgruppenspezifische Betrachtung sehr wichtig ist, so kann man dennoch eine Art grobe allgemeine Rangfolge der Bedarfsefelder erstellen. In der Münchner Studie über Integrierte Gebäudesysteme (2002), die im wesentlichen auf umfangreichen Expertenbefragungen basiert, kommen die AutorInnen zum Schluss, dass Sicherheit die höchste Relevanz hat, gefolgt von den Bereichen Alltagsorganisation bzw. Hausarbeit, Information und Kommunikation sowie Mobilität, Gesundheit und Bildung. Lediglich für etwa ein Drittel sind Anwendungen aus den Bereichen Freizeit/Unterhaltung sowie Kinderbetreuung und –erziehung interessant bzw. vorstellbar (Broy et al. 2002, 142).

Als einer der entscheidendsten Aspekte wird die benutzerfreundliche Gestaltung der technischen Gerätschaft ausgemacht. Hier besteht noch viel Aufholbedarf. Neben der individuellen Konfiguration ist der für die KundInnen erkennbare Mehrwert hochrelevant. Dieser wird in fünf Kategorien unterteilt:

- *Möglichkeit, mit anderen Menschen in Kontakt zu treten,*
- *Zugang zu Informationen,*
- *Unterhaltung*
- *Wunsch, persönlich produktiv zu sein,*
- *Wunsch, sich und seine Familie zu schützen,*
- *Wunsch nach Bequemlichkeit immer und überall.*

Zusätzlich bedeutsam sind Möglichkeiten zum Energiesparen, aber auch der Imagegewinn spielt eine Rolle. Im Hinblick auf den Imagegewinn stellt sich allerdings die Frage, inwiefern sich das Image der Bewohnerschaft durch die technische Hochrüstung ihres Hauses tatsächlich verbessert. Dies dürfte zielgruppenspezifisch sehr unterschiedlich sein.

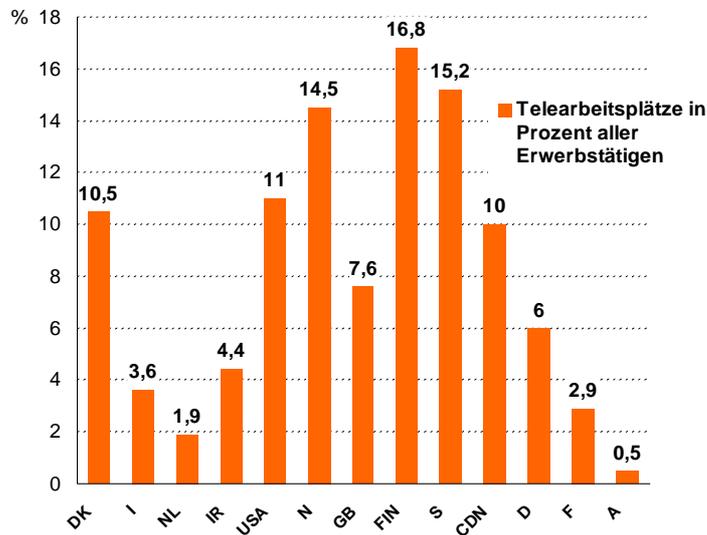
Ein anderer Zusatznutzen von Integrierten Gebäudesystemen wird im Bereich der *Telearbeit* erwartet. Ein beträchtlicher Teil davon betrifft das Arbeiten von zu Hause aus. Daneben gibt es noch die Telearbeit von unterwegs sowie die selbständige Tätigkeit von einem Büro aus, welches auch in der eigenen Wohnung liegen kann. In den Ländern der Europäischen Union steigt der Anteil der Bevölkerung im erwerbsfähigen Alter, welcher einen oder mehr Tage von zu Hause aus arbeiten, stark an. Das Total an Telearbeit hat sich zwischen 1999 und 2002 mehr als verdoppelt (vgl. Gareis et al. 2004).

Spread of Telework in EU15		
	1999	2002
home-based telework >= 1 day per week	2.0%	2.1%
home-based telework < 1 day per week	2.0%	5.3%
mobile telework	1.6%	4.0%
self-employed in SOHOs	0.9%	3.4%
all types	6.1%	13.0%

Quelle: Gareis et al. 2004

Megatrend-Dokumentation

Telearbeit 1999



© www.zukunftsinstitut.de Quelle: Empirica 2000

Ihr LOGO

Quelle: Zukunftsinstitut GmbH 2002

In obigem Ländervergleich erweist sich Österreich hinsichtlich der Telearbeitsplätze als Schlusslicht. An der Spitze stehen drei skandinavische Länder: Finnland, gefolgt von Schweden und Norwegen. Dies kann für Österreich einerseits noch ein Steigerungspotenzial für Telearbeit bedeuten, andererseits scheinen Innovationen aber auch länger bis zu ihrer Durchsetzung zu benötigen.

Auch die Weiterbildung von zu Hause aus über elektronische Medien wird zunehmend attraktiv. Die Entwicklung von E-Learning weist auf ein hohes Potenzial hin (vgl. Gareis/Kordey 2001).

All diese Anwendungsfelder sind für die einzelnen KundInnen von unterschiedlichen Interesse: „Aus diesen Kategorien möchte sich jeder Kunde individuell sein Portfolio an Produkten und Dienstleistungen zusammenstellen“ (Broy et al. 2002, 154).

8 Concierge, Gemeinschaftsraum und virtuelle Hausgemeinschaft – Evaluierung bestehender Heimservices

Bislang wurden unterschiedliche Aspekte des Phänomens von Heimservices v.a. auf Basis von Literatur- und Internetrecherchen und –analysen beleuchtet: Kategorisierungen von Heimservices, gesellschaftliche, wirtschaftliche, technologische und juristische Hintergründe und ihre Bedeutung für Wien, die Anbieterseite sowie die NutzerInnen von Heimservices.

Eine wichtige Ergänzung soll nun die Untersuchung zweier Fallbeispiele in Wien darstellen. Anhand konkreter Erfahrungen und Einschätzungen von HeimservicenutzerInnen sowie von (potenziellen) Heimserviceanbietern vor Ort wird die Analyse um eine wesentliche Facette bereichert. Gespräche mit BewohnerInnen und Geschäftstreibenden vor Ort sowie einer Reihe von Experten tragen zu einem umfassenderen Verständnis bei.

Die Auswahl der beiden Fallbeispiele – *Mischek Tower* und *Wohnpark Alt Erlaa* – gründet in vier Kriterien:

- Zunächst handelt es sich um zwei innovative Wohnprojekte, die bereits Erfahrungen mit unterschiedlichen Heimdienstleistungen gemacht haben.
- Außerdem bedeutsam ist der Errichtungszeitpunkt: Während Alt Erlaa seit bald 30 Jahren besteht – und eine entsprechend gewachsene Hauscommunity hat – ist der Mischek Tower ein noch junges Projekt.
- Weiters handelt es sich beim Wohnpark Alt Erlaa um ein Mietwohnungsprojekt im Rahmen des Sozialen Wohnbaus; der Mischek Tower besteht demgegenüber aus Eigentumswohnungen, vornehmlich für ein vermögenderes Publikum.
- Und schließlich hat sich eine weitere Komponente als bemerkenswert herausgestellt: In beiden Wohnanlagen werden von engagierten Bewohnern virtuelle Hausportale zur Bewohnerinformation und Gemeinschaftsstiftung betrieben.

Letzteres ist insofern relevant, als virtuelle Plattformen eine bedeutsame Rolle für das Gemeinschaftsleben bzw. die Grätzkultur spielen können. Zudem können sie als Spezialform von Online Heimservices bzw. als Vorreiter künftiger kommerzieller Online Plattformen definiert werden. Eine vermutlich wesentliche Ausprägung zukünftiger Online Heimservices werden nämlich Online Plattformen sein, auf welchen sich eine Reihe unterschiedlicher Heimdienstleister zusammen schließen und mit ihren KundInnen in vielfältiger Weise interagieren.

Konkrete Umsetzungen von diesem oder anderen Online Heimdiensten gibt es noch kaum, insbesondere nicht in Österreich. Daher besteht die Annäherung an das Phänomen im Folgenden darin, obige Variante von Heimservice Plattformen zu analysieren: virtuelle Hausplattformen, zumeist initiiert und betrieben von engagierten BewohnerInnen. Im Gegensatz zu kommerziell betriebenen Homerservice Plattformen verfügen die Webseiten virtueller Hausgemeinschaften über einen starken Lokalbezug.

Doch obgleich Hausplattformen primär der Information und Unterhaltung sowie dem Zusammengehörigkeitsgefühl der Bewohnerschaft dienen, gibt es bereits da und dort auch Ansätze der kommerziellen Nutzung. Dies zeigt sich etwa darin, dass ein Teil der Finanzierung über Werbebanner umliegender Gewerbetreibender laufen kann, oder dass Private ihre Dienste via Plattform anbieten – sei dies ein Babysitterdienst, ein Nikolausauftritt oder Sprachunterricht.

Die Analyse virtueller Hausgemeinschaften erfolgt im wesentlichen über zwei methodische Zugänge: Zunächst werden die Ergebnisse der Einzelinterviews und Gruppendiskussionen erläutert. Anschließend erfolgt die vergleichende Untersuchung von fünf Webseiten mit den Schwerpunkten Funktionen, Inhalte und Nutzung. Die Portale der beiden Fallbeispiele Alt Erlaa und Mischek Tower werden erweitert um zwei weitere bestehende Wiener Hausportale, wobei hinter der einen eine außerordentlich aktive Community (Gasometer) und hinter der andern eine Hausverwaltung (Das Dienende Haus) steht. Das fünfte Beispiel ist ein mittlerweile beendetes Versuchsprojekt in einer Wohnanlage in der Schweiz (SchappeLan).

Bevor jedoch auf die Analyse der virtuellen Hausgemeinschaften eingegangen wird, folgen zunächst noch die Vorstellung der beiden Wohnbauten in Form von Kurzporträts, sowie die Darstellung der Ergebnisse zur Einschätzung und Nutzung anderer Heimservices im Mischek Tower und im Wohnpark Alt Erlaa: Wohnungswirtschaftliche Dienste, Aspekte der Vernetzung mit dem lokalen Gewerbe, vernetzte Haustechnik und räumliche Infrastruktur.

8.1 Kurzporträt Mischek Tower

Der Mischek Tower wurde im Jahr 2000 im 22. Wiener Gemeindebezirk als Teil der Donau City fertig gestellt. Der Turm ist 35 Stockwerke und 110 Meter hoch und damit das derzeit höchste Wohnhaus Österreichs. Die Anlage verfügt über rund 500 geförderte und freifinanzierte Eigentumswohnungen. Als ArchitektInnen zeichnen das Duo Delugan-Meissl verantwortlich.



Mischek Tower

Das damals eigens entwickelte Kommunikationssystem vernetzte Telefon, TV/Radio, Inter- und Intranet zu einem modernen „Medienwohnen“. Der damalige Anbieter global home war in der Zwischenzeit aufgrund finanzieller Schwierigkeiten gezwungen, die Betreuung dieses Kommunikationssystems einzustellen. An deren Stelle haben sich heute UPC Telekabel sowie Cybertown als hauptsächliche Anbieter etabliert. Cybertown stellt auch den Platz für die von BewohnerInnen des Towers privat lancierte Community Plattform zur Verfügung (www.leonard-bernstein.at).



Mischek Tower, Eingangsbereich

Nach wie vor gibt es aber einen vom Facility Management beauftragten Conciergedienst, der rund um die Uhr in der Eingangshalle präsent ist. Die Hausverwaltung hält ein Mal wöchentlich für die BewohnerInnen eine zweistündige Sprechstunde vor Ort ab.

Die Wohnanlage verfügt über Waschküchen, Müllräume, Fahrradabstellräume sowie einen Kinderspielraum.

8.2 Kurzporträt Wohnpark Alt Erlaa

Der Wohnpark Alt Erlaa wurde als Großprojekt der Gemeinde Wien 1973 nach einem Entwurf von Harry Glück – gemeinsam mit Kurt Hlawenicka, Franz Requat und Thomas Rheintaller - gebaut. Das Ziel waren größere und besser ausgestattete Wohnungen als die bestehenden, quasi „Sozialer Wohnbau für die Mittelschicht“ (www.wien.gv.at). In der Datenbank vom Architekturzentrum Wien wird das Motto wie folgt benannt: „Das größtmögliche Glück für die größtmögliche Zahl“ (www.nextroom.at). Rund 10000 Menschen leben in 3172 Wohnungen, welchen 3400 Tiefgaragenplätze, zwei Ärztezentren, drei Schulen, zwei Kindergärten, ein Kindertagesheim, eine Turnhalle, 33 Freizeitclubs und mehrere Tennishallen, eine Kirche, ein Theater, ein Verwaltungsgebäude und ein Einkaufszentrum zur Verfügung stehen. Eine zusätzliche Aufwertung bedeutet die später erfolgte Anbindung an die U-Bahn-Linie U6 (vgl. www.nextroom.at).



WP Alt Erlaa, U-Bahnstation U6



Wohnpark Alt Erlaa

Der Wohnpark Alt Erlaa ist die größte nicht-kommunale Wohnanlage Österreichs. 35 unterschiedliche Grundrisstypen stehen zur Auswahl. Zwischen den Blöcken A, B und C wurden großzügige Grünflächen angelegt. Auch viele Terrassen sind begrünt. Die Verbindung zwischen Block A und Block B bildet ein Kaufpark mit insgesamt 45 Geschäften. Das gesamte Bauwerk ist kindergerecht sowie alten- und behindertentauglich.



WP Alt Erlaa, Eingang Kaufpark



WP Alt Erlaa, Grünanlagen

In seiner nunmehr bald 30-jährigen Geschichte hat die Anlage kaum Leerstände zu verzeichnen. Der anhaltende Erfolg vom Projekt Alt Erlaa wird in einer Studie der Wiener Stadtplanung – 1999/2000 durchgeführt von Fessel+GfK, IFES sowie einem Expertenteam (Leitner, Riesser, SORA) – belegt.¹² In acht unterschiedlichen Wohnhausanlagen – darunter Alt Erlaa – gingen die ForscherInnen dem Zusammenhang zwischen Wohnzufriedenheit, Freizeitverhalten und Mobilitätsverhalten nach. Mit der Kombination qualitativer und quantitativer Forschungsmethoden wurden umfangreiche wohnsoziologische Untersuchungen durchgeführt. Zu den Ergebnissen: Als Testsieger geht bei dieser Studie der Wohnpark Alt Erlaa hervor. Generell besteht in den Anlagen eine hohe Wohnzufriedenheit, aber nirgends so hoch wie in Alt Erlaa (93 Prozent) (vgl. www.wien.gv.at). Hinsichtlich Lebensqualität, Sicherheit, Ausstattung mit Gemeinschaftseinrichtungen oder Gestaltung der Höfe und Freiflächen wurden Glücks Bauten besonders positiv bewertet.¹³

Eine Reihe von Merkmalen gelten als hauptsächliche Erfolgsgründe: Zunächst werden die Bemühungen, möglichst vielen StädterInnen einen Ersatz für den eigenen Garten zu bieten,

¹² Eine Studie, welche sich mit vergleichbaren Aspekten in Bezug auf den Mischek Tower befasst, ist den AutorInnen nicht bekannt. Die Darstellung von Aspekten der Wohnzufriedenheit muss daher bei diesem Beispiel ausbleiben.

¹³ Dass demgegenüber die ArchitekturkritikerInnen Glücks Wohnbau großteils ablehnen, wird als Beleg dafür gesehen, „wie weit formale Architekturkritik und erlebte Wohnqualität auseinanderliegen können“ (vgl. www.wienerzeitung.at).

hervorgehoben. Weiters gilt die gesamte Infrastruktur als vorbildlich und wird von den MieterInnen entsprechend honoriert. Besondere Betonung liegt dabei auf den sieben spektakulären Dachschwimmbädern, welche von 90 Prozent der BewohnerInnen genutzt werden (vgl. www.wien.gv.at). Das Zusammentreffen am Beckenrand wird von den ExpertInnen als wesentlicher Initiator für eine rege Kommunikation und ein aktives Vereinsleben erachtet.

Über den Zusammenhang zwischen Ausstattung der Wohnhausanlage und –umgebung mit Freizeitinfrastruktur und der Wohnzufriedenheit wird von den AutorInnen der Studie folgendes konstatiert: *„Je besser die Ausstattung desto höher ist die Wohnzufriedenheit, desto geringer ist die Wohnungsmobilität (der Wunsch wieder wegzuziehen), desto besser ist das soziale Netz und desto stärker ist die Identifikation mit der Siedlung“* (www.wien.gv.at). Im Hinblick auf das Freizeitverhalten ist besonders bei *„durchgrünten Wohnformen“*, zu denen auch Alt Erlaa zu zählen ist, ein signifikantes Ergebnis festzustellen: Die BewohnerInnen weisen dort ein deutlich geringeres Ausflugsverhalten auf. Sie verbringen überdurchschnittlich viel Freizeit im unmittelbaren Wohnumfeld.



WP Alt Erlaa, Übersichtstafel

Als weiterer Erfolgsfaktor gilt die ausgewogene soziale Durchmischung. Und Familien begrüßen am autofreien Alt-Erlaa, dass ihre Kinder ohne Aufsicht draußen spielen und auch alleine in den Kindergarten gehen können. Eine befragte Mutter gibt an, sich dadurch zwei Stunden am Tag sparen zu können. Ein anderer Bewohner schätzt den ausgeprägten Gemeinschaftsgeist, der ihn vor dem Vereinsamen bewahre (vgl. www.wienerzeitung.at).

Gemeinschaftssinn und Selbstbewusstsein kommen auch in eigenen Medien zum Ausdruck: So verfügt der Wohnpark Alt Erlaa über zwei Monatszeitungen (Alt Erlaa News, Wohnpark Alterlaa Zeitung) und sogar einen eigenen TV-Sender (Wohnpark-TV), über die laufend Informationen über Aktivitäten und Belange der Wohnanlage bezogen werden können.

Die hohe Wohnzufriedenheit kommt auch in der Gruppendiskussion mit BewohnerInnen des Wohnparks zum Ausdruck. Ein Teilnehmer, selbst dort aufgewachsen, wohnt heute mit seiner eigenen Familie im Glück-Bau – in der ehemaligen Wohnung seiner Eltern. Auf die Frage nach Nachteilen, antwortet eine Teilnehmerin – bereits seit Bestehen der Wohnanlage dort wohnhaft: *„Also ich seh keinen, weil ich hab gesagt, mich tragens einmal mit den Füßen voran hier raus, ich zieh nicht freiwillig aus.“*

8.3 Evaluierung der Heimservices – Die InterviewpartnerInnen

Im Mischek Tower dreht sich – zumindest in der Anfangsphase - also ein wesentlicher Teil der Heimservices um die technische Infrastruktur. Wichtig geblieben sind der 24-Stunden-Conciergedienst, die Hausbetreuung, Sicherheitsdienste sowie der Reinigungsdienst. All dies findet sich auch in Alt Erlaa. Darüber hinaus gibt es dort noch die oben beschriebene außergewöhnliche räumliche Infrastruktur, sowie eine Reihe von Nachrüstungen in Sachen Verkabelung. Auf diese Aspekte wird unten noch weiter eingegangen. Außerdem stehen folgende Fragen im Mittelpunkt:

Wie stehen die BewohnerInnen selbst zu den Heimserviceleistungen in ihren Wohnhäusern? Welche Erfahrungen wurden bislang gemacht? Und wie werden diese beurteilt? Welche Bedeutung haben die virtuellen Hausgemeinschaften innerhalb der Heimserviceangebote? Und wie sieht die Perspektive der zuständigen Akteure aus der Wohnungswirtschaft aus? Wie steht das lokale Gewerbe zu Ideen der Vernetzung, welche über ein virtuelles Branchenverzeichnis hinaus gehen?

Zur Evaluierung der Erfahrungen und Einschätzungen mit den Heimserviceleistungen im Mischek Tower wurden sowohl mit Vertretern vom Bauträger Mischek, der Hausverwaltung Dr. W.W. Donath Immobilienverwaltung GmbH sowie dem Facility Management der Firma Axima Gebäudetechnik GmbH Gespräche geführt. Weiters befragt wurden auf Seiten der Bauträger Oliver Högn (Mischek, Stabsstelle Development), zuständig für die Gesamtsteuerung aller Projekte, sowie Helmut Redl (Mischek, Verkauf). Je ein Vertreter von Hausverwaltung und Facility Management erklärten sich vor Ort für ein Interview bereit.

Um einen Eindruck über die Einbindung des lokalen Gewerbes zu erlangen, erfolgten im Kaufpark Alt Erlaa kurze Gespräche mit einer Buchhändlerin sowie einem Apotheker.

Schließlich wurden mit je einer Gruppe von BewohnerInnen des Mischek Towers und des Wohnparks Alt Erlaa ausführliche Gruppendiskussionen geführt. Bei beiden Gruppengesprächen waren auch die Betreiber der virtuellen Hausplattformen anwesend. Die Diskussionen fokussierten im wesentlichen auf Heimdienste im Mischek Tower bzw. im Wohnpark Alt Erlaa generell sowie auf Rolle und Bedeutung der virtuellen Hausplattformen als eine spezifische Form neuer Online Heimservices.

Die Analysen dieser Gespräche ergeben ein vielschichtiges Bild über die Erfahrungen und Einschätzungen (neuer) Heimdienstleistungen. Sämtliche Interviews wurden schriftlich erfasst, die Gruppendiskussionen aufgezeichnet und anschließend transkribiert.

8.4 Untersuchungsergebnisse

8.4.1 Wohnungswirtschaftliche Dienstleistungen

Mischek Tower

Für die wirtschaftliche sowie die technische Verwaltung des Mischek Towers sind die Hausverwaltung sowie das Facility Management zuständig. Ein wichtiger Service ist neben den üblichen Leistungen im Bereich Reparatur, Reinigung, Abrechnungen etc. der 24-Stunden-Conciergedienst. Der Concierge wird vom FM-Team bereit gestellt und ist mit vielfältigen Bewohneranliegen konfrontiert.

Die Unterscheidung der Zuständigkeiten von Hausverwaltung und FM-Team – erstere sind für wirtschaftliche Aspekte verantwortlich, zweitere kümmern sich um die technische Administration – sei zu Beginn einzelnen, v.a. älteren BewohnerInnen, nicht ganz klar gewesen. Auch hätten manche das Bild eines Concierges aus US-amerikanischen Filmen gehabt, dem natürlich nicht entsprochen werden konnte, erklärt eine Bewohnerin. Das heißt, man muss sich beim Eintritt ins Haus weder anmelden noch übernimmt der Portier Postdienste. In Ausnahmefällen habe er letzteres zwar schon getan, es gehöre aber nicht zu seinen Aufgaben.



Mischek Tower, Haupteingang

Über die Sprechstunden der Hausverwaltung meint der befragte Vertreter, dass diese sehr unterschiedlich stark genutzt werden. Inhaltlich würden sich die Anliegen zumeist um Probleme mit Abrechnungen oder Nachbarschaftsstreitigkeiten drehen. Eine starke Wellenbewegung hinsichtlich der Themen, welche die BewohnerInnen beschäftigen, konstatieren auch die Betreiber der Internetplattform. Komme ein neues „Aufregertema“, so gingen die Wellen hoch, es werde Dampf abgelassen, die Aufregung flache in der Regel aber rasch wieder ab.

Was die Eingangskontrolle betrifft, so käme man als HausfremdeR problemlos hinein, solange man sich zielstrebig und unauffällig verhalte, gibt eine Diskutantin zu bedenken. Gelegentlich werde vom Concierge nachgefragt. Zusätzlich gibt es an unterschiedlichen Standorten im Haus Überwachungskameras. Da man aber auf den schwarz-weißen Aufnahmen kaum etwas erkennen könne, sei deren Nutzen sehr beschränkt, urteilt ein Diskussionsteilnehmer.

Eine Zeitlang habe es auch viele Führungen durchs Haus gegeben, was mittlerweile unterbunden wurde. Zudem habe es der Mischek Tower als preiswerte Alternative zum Donauturm zu einer für die Bewohnerschaft lästigen Bekanntheit gebracht. Doch auch das habe gebessert.

Ein weiterer Aspekt punkto Sicherheit und Eingangskontrolle betrifft die Betreuung der Tiefgaragenparkplätze. Diese werden von einer Firma, die gewinnorientiert arbeite, auch an Externe vermietet. Die MieterInnen der Abstellplätze hätten dadurch auch Schlüssel zu den Allgemeinräumen im Haus.

Wohnpark Alt Erlaa

Die vom Bauträger angestellte Hausbetreuung des Wohnparks besteht aus einem Team, welchem auch eine Reihe unterschiedlicher Handwerker angehört. Ein Teil des Teams ist als technischer Dienst 24 Stunden abrufbereit. So ein Service rund um die Uhr sei bei dieser Größe der Wohnanlage unumgänglich, meint ein Bewohner. Die Hausbetreuung hat im Kaufpark ein Büro und kann auch per E-Mail oder Telefon kontaktiert werden. Bei gewissen Problemen handle das Hausbetreuungsteam sehr rasch, etwa bei verstopften Müllschluckern oder kaputten Leuchtstoffröhren. Bezüglich anderer Anliegen habe man hingegen das Gefühl, es sei eine „*Wurschtigkeit*“ eingetreten, etwa hinsichtlich der Einfahrtskontrollen bei Möbel- oder Zustellfahrzeugen in die autofreien Parkanlagen. „*Beim Personal ist eine Betriebsblindheit eingetreten*“, ist ein Bewohner der Meinung. Und eine DiskutantIn lädt ihren Ärger im Forum der Hausplattform ab: „*Wenn ich zuhause auf der Loggia lieg und da hör ich die Autos im Fünfminutentakt einfahren, also da werd ich so was von grantig, da hab ich mich auch schon oft austobt, indem ich rein gegangen bin, mich zum Computer gesetzt hab und was ins Forum geschrieben hab*“.

Nichtsdestotrotz bezeichnet ein Diskutant die Leistungen von Seiten der Hausbetreuung, dem angegliederten Handwerkerteam sowie der externen Reinigungsfirma als wesentliches Qualitätsmerkmal des Wohnparks. Denn so müsse man sich um viele Dinge rund ums Haus nicht selber kümmern. Über vieles denke man auch gar nicht mehr nach, denn „*man vergisst so schnell darauf, das ist alles so selbstverständlich*“.

Was die Sicherheit anbelangt, gibt es neben Überwachungskameras auch einen Wachdienst. V.a. in den Garagen habe es schon Probleme mit Autoeinbrüchen gegeben. Doch auch ein vorübergehend angebrachtes Rolltor habe dem keine Abhilfe schaffen können. Insofern werden die Rundgänge der Wachleute begrüßt.

Als letzten Heimservice wird auch der Mieterbeirat erwähnt. Dieser sei gleichzeitig mit dem Bau entstanden. Die Mieterbeiratswahlen stoßen aber auf wenig Interesse, was auch ein Hinweis auf die prinzipielle Zufriedenheit der Bewohnerschaft sein könnte, mutmaßt eine Befragte. Vor ca. 10 Jahren habe sich der damalige Mieterbeirat für die Abschaffung der Hausbetreuung und den Einsatz eines Facility Management Teams stark gemacht. Daraufhin hätten sich GegnerInnen dieser Idee zu einem neuen Mieterbeirat zusammen getan und sich schließlich auch durchgesetzt. Über das Ergebnis dieses Disputs – also die Beibehaltung der Hausbetreuung – besteht keine Einigkeit. Die jeweilige Position hängt wohl wesentlich von den persönlichen Erfahrungen mit der gegenwärtigen Hausbetreuung ab.

8.4.2 Das lokale Gewerbe als Heimserviceleister

Mischek Tower

Im Hinblick auf Online Heimservices geben die DiskussionsteilnehmerInnen die Altersstruktur im Haus zu bedenken. Diese sei ziemlich ausgewogen bzw. durchschnittlich, was auch eine beträchtliche Anzahl älterer BewohnerInnen bedeute. Und die Anzugreinigung via Internet zu organisieren, das sei wohl nur etwas für die Jungen. Es komme auch auf die persönlichen Ansprüche an: Manche kaufen Lebensmittel „*rein von der Optik her*“ lieber im Ladenlokal; andere besorgen sich einen Teil ihrer Bücher ohnehin schon im Internet – außer sie benötigen eine Beratung, dann sei der face-to-face-Kontakt zum Händler oder zur Händlerin unerlässlich.

Auch ein von der Eigentümergemeinschaft gegründeter Verein habe einmal Kooperationen mit dem umliegenden Gewerbe gebildet. Im Zuge dessen habe es z.B. Rabatte bei bestimmten Restaurants oder Geschäften gegeben, deren Inanspruchnahme aber unter den Erwartungen geblieben sei; daraufhin seien die Angebote wohl wieder abgeschafft worden.



Donau City, lokales Gewerbe

Weiters berichten die BewohnerInnen von Initiativen des umliegenden Gewerbes: Ein Bäckereibetrieb habe sich mit einem Frühstückslieferservice und eine Putzerei mit einem Hausservice etablieren wollen, und auch ein Postdienst sei ursprünglich angedacht gewesen. Doch alle diese Angebote wurden nach kurzer Zeit mangels Erfolg wieder eingestellt.

Weitere Heimservices sind den DiskutantInnen nicht bekannt. Man könne sich zwar vorstellen, dass der Computerhändler auch in die Wohnung liefert, und hat auch schon gehört, dass einer gehbeeinträchtigten Dame die Post ins Haus gebracht wurde oder ein Masseur die Runde macht, aber das seien Einzelfälle, die nur im kleinen Rahmen funktionieren.

Einer Vernetzung mit dem lokalen Gewerbe wird von dieser Bewohnergruppe eher wenig Chancen eingeräumt. Zum einen ist man zufrieden mit der derzeitigen Nahversorgung, und zum andern gebe es in Kaisermühlen bereits eine Vernetzung von Unternehmen via Plattform, mit dem Ziel der Standortförderung (www.kik2000.com). Auch die früheren Versuche der Kooperation mit umliegenden Geschäften seien schließlich wenig erfolgreich gewesen.

Wohnpark Alt Erlaa

Solche Leistungen, die im Einzelfall ausnahmsweise einmal angeboten werden können, erwähnt auch der befragte Apotheker im Kaufpark Alt Erlaa. Man habe keine Ambitionen, Heimservices offiziell ins Leistungspaket aufzunehmen. Zum einen sei man an diesem Standort ohnehin schon sehr nahe bei den KundInnen, und zum andern wären die Angestellten schlicht „zu gut bezahlte Boten“. Es komme aber schon mal vor, dass eine Kollegin, welche selbst im Wohnpark lebt, einer betagten Nachbarin auf dem Nachhauseweg eine Arznei vorbei bringe.



WP Alt Erlaa, Kaufparkhalle

Von missglückten Versuchen, einen Frühstücksservice zu organisieren, berichten auch die Alt ErlaaerInnen. Mehrfach hätte es Bestrebungen in diese Richtung gegeben, alle ohne Erfolg. Heute gebe es am Sonntag zwei Fahrzeuge einer Großbäckerei, die bei den Anlagen Halt machen. Der Frühstücksservice an die Tür sei wohl nicht rentabel und zu wenig auf die Bedürfnisse der Kundschaft abgestimmt gewesen, sind sie sich mit den Befragten aus dem Mischek Tower einig: „Gut, ich will auch nicht jeden Tag ein Kipferl; ich will nicht eine Woche vorbestellen und jeden Tag ein Kipferl kriegen“, kritisiert eine Diskussionsteilnehmerin.

Was die Vernetzungspläne anbelangt, so gibt es solche weder beim Apotheker noch bei der Buchhändlerin. Beide sind zufrieden mit dem Geschäft, so wie es momentan läuft. Vom Online Handel in ihren Branchen halten beide nichts. Der Apotheker ist „total gegen den Internetvertrieb“, den er für sehr gefährlich und auch teuer hält. Auch die Buchhändlerin möchte nicht Online verkaufen bzw. sich mit andern auf einer Internetplattform zusammen schließen. Sie habe genug Laufkundschaft, von der auch ein Teil im Internet nach Büchern suche und diese dann bei ihr bestelle.

Die befragten Geschäftstreibenden und BewohnerInnen sind sich darin einig, dass der Kaufpark zwar ein passables Nahversorgungszentrum sei, sich aber keinesfalls als Alternative zu anderen Shoppingcentern, wie etwa der nahegelegenen SCS, etablieren könne.



WP Alt Erlaa, Übersicht Kaufpark

Ein Diskutant berichtet von dem Bestreben des Bauträgers GESIBA, die lokalen Geschäfte auf einer Seite zu vernetzen. Wie diese Vernetzung genau aussehen werde, sei noch unklar. Das Projekt soll in den kommenden Monaten gestartet werden. Laut Betreiber von alterlaa.net, der gegenüber dem „Konkurrenten“ gewisse Vorbehalte hegt, handle es sich um mehr als ein Branchenverzeichnis. Es werde wohl Links zu den Geschäften geben, einige Informationen über den Wohnpark sowie die Möglichkeit, mit der Hausverwaltung in Kontakt zu treten. Das Problem, vermutet er, werde sein, dass die Seite inhaltlich relativ statisch bleiben, und daher wahrscheinlich auch nicht so viele BesucherInnen habe werde. Er bedauert auch, dass ihm keine Kooperation mit der GESIBA gelungen ist. Damals habe man eben noch sehr auf das E-Living-Projekt gesetzt, welches sich aber bald als Misserfolg erwiesen habe.

8.4.3 Vernetzung/Online Heimservices

Mischek Tower

Für die DiskutantInnen aus dem Mischek Tower waren weder die Attraktivität des modernen Kommunikationssystems noch andere Serviceleistungen rund ums Wohnen ausschlaggebend für die Unterzeichnung des Kaufvertrags. Die moderne technische Vernetzung schätzen sie zwar als „schönes Zuckerl“, entscheidend aber waren die Lage, die Grünflächen rund herum, die städtische Infrastruktur sowie die Wohnungsgrundrisse. Vom in der Werbephase propagierten „neuen elektronischen Wundermedium“ habe man sich nicht beeindruckt lassen, wie wohl es solche BewohnerInnen durchaus gegeben habe.



Mischek Tower, Donaupark

Im Übrigen „hat sich das inzwischen ein bisschen geklärt“, und zwar insofern als die Bewohnerschaft vom Mischek Tower nach dem Scheitern des Systems von global home mittlerweile ganz normale KundInnen von im wesentlichen zwei Telekomprovidern geworden sind. Nach Einschätzung der Befragten nutzt der Großteil der BewohnerInnen die Verkabelung für privaten Internetzugang. Diese Nutzung funktioniere zufrieden stellend. Diese Einschätzung wird auch für den Wohnpark Alt Erlaa abgegeben.

Für die Energieversorgung ist die GTE Gebäude Technik Energie GmbH & CO KG zuständig. Die Ablesung ist ausschließlich eine Fernablesung, womit einige BewohnerInnen v.a. anfangs Mühe gehabt hätten. Das Ganze war neu und ungewohnt, und habe bei manchen den Eindruck erweckt, dass nun mehr Kosten anfallen würden.

Auf die Sorge der Bewohnerschaft um befürchtete Kostenexplosionen im Zuge der Implementierung moderner Heimdienstleistungen, wie es sie im Mischek Tower gibt, weist auch Helmut Redl (Mischek, Verkauf) hin. Dies sei mit ein Grund, weshalb sich Leistungen wie die umfangreiche Vernetzung des Hauses oder auch eine überdurchschnittliche gemeinschaftliche Infrastruktur eher nur auf große Wohnbauten beschränken würden. Insbesondere im Sozialen Wohnbau würden bei gewissen Angeboten von Bewohnerseite rasch explodierende Kosten befürchtet.

In diesem Sinne bleiben auch technologische Innovationen im Heimbereich *„derzeit ein Zusatzfeature im Hochpreissegment“*, etwa im Mischek Tower, wie Oliver Högn (Mischek, Stabsstelle Development) ausführt. Für ihn sind derlei Implementierungen teilweise auch noch eine Frage der Bedienbarkeit. Doch auch unabhängig davon ist er überzeugt, dass jegliche Heimdienstleistungen den Kommunikationsstrukturen in einer Hausgemeinschaft zuträglich sind, und wenn es bloß das technische Gebrechen sei, über das man sich gemeinsam mit dem Nachbarn ärgern könne.

Wohnpark Alt Erlaa

Im Wohnpark Alt Erlaa ist vor wenigen Jahren eine neue Verkabelung vorgenommen worden. Über diese laufen nun die Haussprechanlage, die Brandmeldeanlage sowie das Schlüsselsystem, welches derzeit implementiert wird (Chipsystem). Letzteres habe auch mit Sicherheitsaspekten zu tun, da mit der Zeit sehr viele Schlüssel in Umlauf gekommen seien. Viele, die bereits seit langem anderswo wohnen, würden noch über Schlüssel verfügen.

Damals habe sich der Mieterbeirat sehr dafür eingesetzt, dass mit den Kabeln für die Brandmeldeanlage auch andere mitverlegt würden (Glasfaserkabel). Momentan profitieren v.a. diejenigen, welche beim Wohnpark TV mitarbeiten, *„die vorher mit sechs CDs in den Keller runter gegangen sind und ihre Videos reingespielt haben, und jetzt habens halt ihre Anbindung und kopieren das auf den Server vom Wohnpark Fernsehen“*. Manche kritisieren dies auch, weil sie meinen, die TV-MitarbeiterInnen hätten sich *„elitär den Zugang erschlichen“*. Der Anschluss muss über die Alt Erlaa AG (aeag)¹⁴ beantragt werden, die Anbindung an die Wohnung sei sehr teuer.

Bisher gab es eine Möglichkeit, innerhalb der Anlage gratis zu telefonieren. Dieses Angebot seitens einer Telekomfirma ist auf Druck des Mieterbeirates entstanden. Über die neue Gegensprechanlage kann man nun aber auch anlagenintern Telefonate führen; das frühere System hat sich daher überholt. Diese Funktion ist v.a. für jene BewohnerInnen, welche viele sozialen Kontakte innerhalb der Blöcke pflegen, attraktiv, z.B. die Mitglieder der zahlreichen Vereine. Dennoch ist man nicht uneingeschränkt zufrieden mit den neuen Online Services Gegensprechanlage und damit verbunden Schließsystem. Die Sprechanlage samt Türöffnung halten viele für technisch unausgereift: *„Es bimmelt 20 bis 30 Sekunden durch, auch wenn der nach 10 Sekunden schon gegangen ist.“*

¹⁴ Gemäss Auskunft eines Diskussionsteilnehmers ist die aeag (www.aeag.at) eine Aktiengesellschaft, welche zu zwei Dritteln der GESIBA und zu einem Drittel den AktionärInnen – das sind alle BewohnerInnen – gehört.



Wohnpark Alt Erlaa, Eingang Block B

Hinsichtlich des Schließsystems mit Chip hätten viele massive Datenschutzbedenken; eine Gruppe von skeptischen MieterInnen habe ExpertInnen zu Rate gezogen. Derzeitiger Informationsstand sei, dass die Daten gespeichert werden, aber geheim bleiben, und lediglich bei begründetem Verdacht weiter gegeben werden, z.B. an die Exekutive. Der Streit gehe aber noch weiter, weil einige den Versprechungen nicht glauben wollen. Die TeilnehmerInnen der Gruppendiskussion geben sich diesbezüglich keinen Illusionen hin: *„Du weißt nicht mal, was Microsoft auf deinem Computer so treibt“*, ist ein Bewohner sicher. *„Alles! Die treiben alles, was Gott verboten hat! Du bist ein gläserner Mensch, das muss dir bewusst sein“*, sagt eine DiskutantIn.

In Zusammenhang mit der Verkabelung sei damals auch die Rede von Möglichkeiten zur Wohnungsüberwachung von SeniorInnen via Sensoren die Rede gewesen. *„Als Schlagwort hab ich das damals mitgenommen“*, erinnert sich ein Befragter. Eine praktische Umsetzung habe er aber bis heute nicht gesehen. Derlei Innovationen werden auf Seiten der Bewohnerschaft jedoch hohe Aktualität und hohes Potenzial attestiert. Der Anstieg des Anteils älterer Menschen ist auch im Wohnpark augenscheinliche Realität.

Ein weiterer Online Service wird im Wohnpark vom Bauträger offeriert: HaVIS. Das interaktive Hausverwaltungsinformationssystem ermöglicht es den KundInnen der von der GESIBA verwalteten Wohnhausanlagen, eine Reihe von Funktionen und Informationen über ihre Wohnhausanlage abzurufen, sowie jeder Zeit über das Internet Kontakt zur Hausverwaltung herzustellen (vgl. www.gesiba.at).

8.4.4 Räumliche Infrastruktur

Mischek Tower

Was Heimservices im Bereich der Infrastruktur anbelangt, so sind die Meinungen im Mischek Tower gespalten. Das Gebäude verfügt im Vergleich mit benachbarten Wohnanlagen in der Donau City über ein eher bescheidenes Angebot an Gemeinschaftsräumlichkeiten: Eingangshalle, Waschküchen, Müllräume, Fahrradraum und Kinderspielraum. Letzterer verfügt über ein paar – z.T. demolierte – Spielgeräte, um deren Erneuerung einige

BewohnerInnen derzeit bemüht seien. Er wird darüber hinaus aber auch sporadisch für Veranstaltungen oder Feiern genutzt.

Die befragten EigentümerInnen würden eine Ausweitung der gemeinschaftlichen Infrastruktur begrüßen, insbesondere einen Fitnessraum, eine Sauna und einen allgemeinen Versammlungsraum. Gleichzeitig steht die Befürchtung im Raum, dass zu solchen Räumlichkeiten von Seiten der Bewohnerschaft nicht genug Sorge getragen würde. Dann würden sie unbenutzbar und nur Kosten verursachen. Diese Einschätzungen basieren auf vergleichbaren Erfahrungen in entsprechend ausgestatteten Wohnhäusern in der Nachbarschaft. In diesem Sinne hat ein Diskutant *„ein lachendes und ein weinendes Auge dazu“*.



Mischek Tower, Haupteingang

Die Erfahrungen von Oliver Högn (Mischek, Stabsstelle Development) gehen in eine ähnliche Richtung. Es sei sehr schwierig, im Voraus zu sagen, welche Zusatzangebote dann tatsächlich genutzt würden. Eine wichtige Bedeutung komme dem so genannten *„Geschafthuber“* zu; und ob sich ein solcher innerhalb einer Bewohnerschaft finde oder nicht, das hänge v.a. vom Zufall ab. Insofern ist es auch mit der Bereitstellung von Gemeinschaftsräumen nicht getan. Es müssen sich engagierte BewohnerInnen finden, welche solche mit Aktivitäten füllen und dazu Sorge tragen. Gelingt dies, so komme infrastrukturellen Heimservices eine sehr zentrale Bedeutung für das Gemeinschaftsleben zu.

Alt Erlaa¹⁵

In der Verantwortlichkeit für das Gemeinsame sieht man auch in Alt Erlaa einen wesentlichen Faktor für den Erfolg solcher Einrichtungen. Dort sind es fast 30 Vereine, welche sich die Zuständigkeiten für die Räume untereinander aufteilen. Ein Befragter ist überzeugt, dass all die gemeinschaftlichen Räumlichkeiten allein noch keine Gemeinschaft ausmachen. Vielmehr müsse es immer wieder initiative BewohnerInnen geben, damit das infrastrukturelle Angebot auch zur Anregung des Soziallebens führe.

Von vielen engagierten MieterInnen in Alt Erlaa wird darauf Wert gelegt, dass Alt Erlaa und seine gemeinschaftlichen Unternehmungen nicht auf den Wohnpark beschränkt bleiben. Man ist aktiv bemüht, die umliegenden Anlagen einzubinden. Dieses Zusammengehörigkeitsgefühl hat sich auch aus der spezifischen Infrastruktur ergeben. Durch Schulen, Kindergärten, Spielplätze und nicht zuletzt die Vereine besteht bereits eine

¹⁵ Die Community in Alt Erlaa betont stark, dass die Zielgruppe der gemeinschaftlichen Aktivitäten keinesfalls auf die Wohnpark-BewohnerInnen beschränkt sei. Vielmehr fördere man gezielt die Einbindung der umliegenden neueren Wohnanlagen – nach dem Motto *„Alt Erlaa ist mehr als der Wohnpark“*. Aus diesem Grund werden jene Themen, welche auch die Bewohnerschaft außerhalb des Wohnparks betreffen, mit *„Alt Erlaa“* betitelt.

enge Verflechtung. Diese Bestrebungen werden auch in der Zusammensetzung der Diskussionsgruppe deutlich: Ein für das Gemeinschaftsleben sehr engagierter Diskutant wohnte nie im Wohnpark selbst, sondern einige Jahre in der Nebenanlage und seit kurzem in einem nahe gelegenen Kleingarten.

8.4.5 Virtuelle Hausgemeinschaften als „alternative“ Heimservices

Um die Kommunikation der Anliegen der Eigentümergemeinschaft zu unterstützen, gibt es im Mischek Tower auf der einen Seite den oben erwähnten Verein, und auf der andern Seite eine Internet-Plattform, die von einigen BewohnerInnen zur Verfügung gestellt wird.

In Alt Erlaa gibt es neben dem Mieterbeirat und zahlreichen Vereinen die gleichfalls privat initiierte Plattform für Alt Erlaa. Sie möchte weniger Beschwerdeinstanz sein, sondern soll v.a. der sozialen Vernetzung der BewohnerInnen untereinander dienen.

Folgende Fragen stehen in Kapitel 8.4.5 im Zentrum, wobei jeweils Vergleich zwischen den beiden Fallsbeispielen gezogen werden:

Was versteht man unter einer Hausplattform bzw. virtuellen Hausgemeinschaft? Wie sind sie in den beiden untersuchten Wohnanlagen entstanden? Welche Ziele verfolgen sie? Was lässt sich über die Nutzung sagen? Welche Bedeutung haben sie für das Sozialleben des Grätzels? Und wie sehen die jeweiligen Betreiber die Zukunft „ihrer“ Plattform?

8.4.5.1 Was sind virtuelle Hausgemeinschaften?

Virtuelle Gemeinschaften oder Communities sind eine Ausprägung der weltweit rasant fortschreitenden Internetkommunikation. Community bedeutet wörtlich übersetzt „Gemeinwesen“ oder auch „Gemeinde“. Online Communities unterscheiden sich von realen Gemeinden gemeinhin dadurch, dass sie nicht auf räumlicher Nähe, sondern auf gemeinsamen Interessen beruhen. Für virtuelle Hausgemeinschaften trifft dieses Merkmal so allerdings nicht zu. Sofern es sich dabei um Internet- und nicht Intranetlösungen handelt, sind sie zwar auch von jedem beliebigen Ort aus einsehbar; geschaffen werden sie aber für eine Klientel, welche durch das Wohnen in einem gemeinsamen Haus oder einer gemeinsamen Gegend verbunden ist. Insofern kann dort von einer Auflösung räumlicher Bezüge keine Rede sein.

Virtuelle Hausgemeinschaften kommunizieren hauptsächlich über ein virtuelles Portal, welches entweder über das Internet oder ein hausinternes Intranet zugänglich ist. Die BewohnerInnen können sich z.B. über Neuigkeiten informieren, über Foren miteinander plaudern, einander Tipps geben oder Sorgen loswerden, am schwarzen Brett Kleinanzeigen aufgeben oder im Veranstaltungskalender Termine einsehen. Virtuelle Hausgemeinschaften können vom Bauträger oder von engagierten BewohnerInnen initiiert und betrieben werden. Es handelt sich also um eine Dienstleistung, welche nicht nur von professionellen und kommerziellen Betreibern geboten wird, sondern oftmals auch von der Gemeinschaft bzw. einigen Privatpersonen ins Leben gerufen wird. Voraussetzung ist eine entsprechende technische Infrastruktur. Das Ziel einer vernetzten Bewohnerschaft liegt in der Förderung der Gemeinschaft und des Nachbarschaftsgefühls, dem Zusammenführen von Interessensgruppen innerhalb der Wohnanlage, etwa bei Problemen mit der Hausverwaltung, weiters in der Erleichterung des Alltags und auch in Kosteneinsparungen durch die gemeinsame Nutzung von Ressourcen. Der Kontakt über das Inter- bzw. Intranet soll in der Regel zu darüber hinausgehenden Zusammenkünften und gemeinsamen Aktivitäten führen.

Communities bieten ihren Mitgliedern verschiedene Formen der Kommunikation und Mitbestimmung an. Letztlich ist das Ziel ein gemeinsamer Nutzen für alle Mitglieder, die Hilfe und Informationen austauschen. Wichtiger Bestandteil einer Community ist aber auch die Mitbestimmung; aktive TeilnehmerInnen wollen über das Schicksal ihrer Gemeinschaft mitentscheiden können.

8.4.5.2 Entstehung, Ziele und Erfolgskriterien der virtuellen Hausplattformen

Mischek Tower

Die Internetplattform des Mischek Towers ist seit November 2002 in Betrieb. Ihre Entstehungsgeschichte beginnt mit der Abspaltung einiger BewohnerInnen von einem Verein zur Vertretung der Eigentümerinteressen. So wie den aktiven Vereinsmitgliedern liegt auch den PlattformbetreiberInnen v.a. eines am Herzen: Sie möchten die EigentümerInnen in der Kommunikation ihrer Anliegen unterstützen. Diese kann man also entweder an den Verein heran tragen oder auf der Plattform kund tun – oder auch beides. Oberstes Ziel der ehrenamtlich und ohne Finanzierung betriebenen Plattform ist hier – anders als im Wohnpark Alt Erlaa – nicht die Stärkung des sozialen Zusammenhalts und der Geselligkeit, sondern vielmehr die Sachorientierung.

Man möchte den ändern EigentümerInnen die Möglichkeit geben, auf unkompliziertem Weg „Dampf abzulassen“, „Frust von der Seele zu schreiben“, Meinungen einzuholen, Themen zu diskutieren oder auch Umfragen zu starten. Die Foren stehen grundsätzlich allen offen, solange die Äußerungen „sprachlich zivilisiert“ und „im legalen Bereich“ sind.

Stark betont wird hier – wie auch auf Seiten des Betreibers von alterlaa.net – der Gedanke der Offenheit. Das Angebot der Plattform soll möglichst frei und offen genutzt werden können und möglichst keiner Zensur unterliegen. Wer etwas reinschreiben möchte, muss sich lediglich registrieren. Wesentlich bei dieser Webseite ist auch die Idee der schriftlichen Dokumentation, Transparenz und Archivierung von Sachdiskussionen rund ums Haus.

Grundsätzlich wird in der Diskussion betont, dass das Funktionieren einer Hauscommunity Plattform von ihrer Offenheit sowie der Beschränkung auf einen kleinen Rahmen abhängt: *„Wenn ich jetzt eine Internetplattform für Wiener Wohnen mach, werde ich ein Problem kriegen, weil die Wohnung im 21. in der Brünnerstrasse mit der im 18. Bezirk oder im 10. Bezirk relativ wenig gemein hat. Das heißt, man muss auch schauen, dass das wirklich überschaubar bleibt.“* Aus diesem Grund habe man auch das Forum in Stiege 1, 2 und 3 unterteilt.

Ein weiteres Motiv der InitiatorInnen des Portals für den Mischek Tower ergibt sich zudem aus den gesetzlichen Grundlagen der Entscheidungsfindungsprozesse innerhalb der Eigentümergemeinschaft. Je nach Thema benötigt man eine unterschiedlich große Mehrheit für oder gegen eine Initiative. Derzeit setze sich beispielsweise ein Bewohner sehr engagiert für die Neuausstattung des Kinderspielraums ein. Nun müsse er seine Ideen samt Kostenaufstellung den anderen EigentümerInnen vorlegen. Mindestens 50 Prozent der WohnungsbesitzerInnen müssen zustimmen, damit sein Ansinnen Erfolg hat.

Diese Prozesse der Überzeugung und Entscheidungsfindung werden teilweise als sehr mühselig beschrieben. Das Forum soll daher auch eine Hilfe dabei sein, sich über Meinungen im Haus rasch ein Bild zu machen. Wenn sich z.B. in der Forumdiskussion herausstelle, dass das Rauchen in der Eingangshalle niemanden störe außer einen selbst, so könne man sich nochmals überlegen, ob man wirklich von Tür zu Tür gehen wolle, um UnterstützerInnen zu finden.

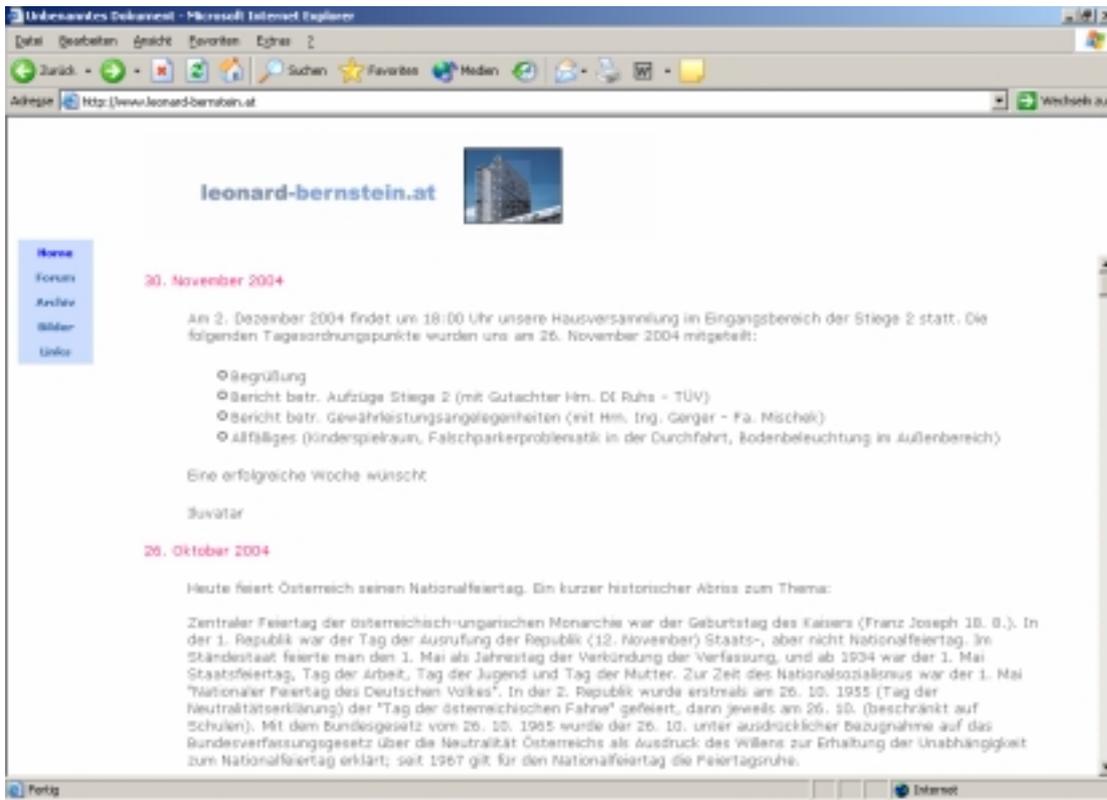
Schließlich wird auch der Faktor Anonymität als bedeutsam beurteilt. Dieser geht hier mit dem Sicherheitsgedanken einher: Man könne jemanden kritisieren, ohne sich danach vor

diesem fürchten zu müssen. Diese Einschätzung muss im Lichte eines konkreten Anlassfalls gesehen werden, in welchem ein Bewohner von einem unliebsamen Nachbarn persönlich bedroht worden sei. Auch für alleinlebende junge Frauen sei es vorteilhaft, wenn sie ihrem Ärger anonym Luft machen können, meint ein Diskutant.

Dennoch können die Forumskontakte auch über die eigene Wohnanlage hinaus gehen. Mit dem Administrator der Seite vom benachbarten Wohnhaus Neue Donau bestehen – wie auch zu einigen anderen virtuellen Hausgemeinschaften in Wien - gute Kontakte. Man unterstütze sich gegenseitig bei diversen Anliegen bzw. bildet Interessensgemeinschaften. So habe es z.B. einmal eine gemeinsame Führung durch die Baustelle der Reichsbrücke gegeben. Anlass war die massive Lärmbelästigung der AnwohnerInnen, für die es um Verständnis zu werben galt. Eine gemeinsame Unterschriftenaktion gegen die Drogenproblematik vor Ort im Jahr 2003 habe es sogar bis ins Fernsehen geschafft, wie ein Diskutant stolz berichtet. Aktivitäten dieser Art werden durch die Vernetzung via Plattform wesentlich erleichtert und beschleunigt.

Doch kann eine solche Webseite von außerhalb der Bewohnerschaft kommen und dennoch erfolgreich sein? Ja, meint der technische Administrator der Plattform. Allerdings hänge es stark von der inhaltlichen Positionierung ab. Ein wesentlicher Grund für das Scheitern der Seite von global home sei deren Orientierung auf Unterhaltung und Spaß gewesen, ist er überzeugt. So etwas nutze sich sehr schnell ab. Für die BewohnerInnen seien Sachthemen von größerem Interesse. Eine Diskussionssteilnehmerin meint: *„Mich interessiert es mehr, ob mein Nachbar auch der Meinung ist, dass das FM-Team schon wieder nicht vernünftig zusammenkehrt, und dann nebenbei lese ich, die Party gibts dann und dann.“* Man könne ruhig Feste ankündigen, aber *„das Zugpferd ist das gemeinsame Problem“*.

In diesem Sinne können sich die Befragten vorstellen, dass als externe Betreiber vor allem Hausverwaltungen in Frage kämen. Vieles ginge rascher, Informationsaustausch und Meinungsforschung würden wesentlich erleichtert. Als positives Beispiel wird die Seite der Nachbarcommunity (www.neuedonau.com) genannt. Diese werde von der dortigen Hausverwaltung auch aktiv zur Information genutzt.



Quelle: www.leonard-bernstein.at

Alt Erlaa

Der Initiator von alterlaa.net ist Grafiker und hat jahrelang für einen Verlag eine der zwei Wohnpark Zeitungen produziert. Dann hätten die BetreiberInnen vom Wohnparkfernsehen irgendwann Pläne für eine Homepage verfolgt, aus denen aber nichts geworden sei. Und so habe eben er eine solche gemacht. Mit vielen Vorstellungen, was man sich als Bewohner von so einem Portal wünschen könnte, sei er an die Arbeit gegangen. Die Seite ist seit 2001 aktiv, doch „das was ich damals als Ziel gehabt habe, ist nicht annähernd erreicht“.

Eines dieser nicht realisierten Vorhaben betrifft Serviceleistungen für die Bewohnerschaft: „Ich würd mir wünschen, dass ich aufs alterlaa.net gehen kann und schauen, ob eine Sauna in meinem Block frei ist, `ah super, ist frei, ich buch sie`.“ Diese Pläne seien teilweise auch am Bauträger gescheitert, der diesbezüglich sehr eigene Wege gehe.

Die Plattform dient gegenwärtig insbesondere dem Austausch der BewohnerInnen zu vielfältigen Themen sowie zur Bekanntgabe von Events. Dabei wird auch hier großer Wert auf die Offenheit des Mediums gelegt. Um dem Vorwurf der Zensur so weit als möglich zu entgehen, werden teilweise alternative Strategien entwickelt: Wird z.B. eine Posterin von einer anderen Person unsachlich angegriffen, so versuchen andere Community-Mitglieder zunächst, die Attackierte durch bestärkende Forumseinträge ihrerseits zu unterstützen.

Eine Finanzierung der Webseite gibt es – wie auch beim Mischek Tower – derzeit nicht. Der Initiator von alterlaa.net hält – im Gegensatz zum Betreiber in der Donau City - einen kommerziellen Betrieb eines solchen Portals für unmöglich. Auch Werbeeinnahmen durch die umliegenden Geschäfte würden im Fall von alterlaa.net niemals ausreichen. Insbesondere der Zeitaufwand ist enorm. Andere Kosten fallen für den Betreiber hier kaum an, weil die Webseite über den Server seines Grafikbüros läuft. Dennoch profitiere er in gewisser Weise doch durch das Wissen, das er sich durch den Aufbau der Webseite erworben habe: „Für

mich ist es schon ein bisschen eine Umwegrentabilität, weil viele Dinge, die ich lerne und programmiere, kann ich irgendwie auch beruflich weiter verwenden.“



Quelle: www.alterlaa.net

8.4.5.3 Nutzung der virtuellen Hausplattformen

Mischek Tower

Von den angebotenen Funktionen werde das Forum am stärksten genutzt, gibt der Betreiber an. Es gibt zwar beispielsweise auch eine Tauschbörse, die aber nur wenig frequentiert sei. Einen Chatroom gebe es nicht, v.a. weil es bei so wenigen Wohnungen keinen Sinn mache. Schließlich seien maximal zwei oder drei Leute gleichzeitig „on air“, und außerdem gebe es genügend andere Chatmöglichkeiten. Der technisch für die Seite Verantwortliche schätzt, dass etwa 300 BewohnerInnen die Plattform passiv nutzen und 50 bis 100 mindestens wöchentlich hinein schauen. 40 bis 50 Personen haben seit Anbeginn etwas geschrieben; dabei bewegt sich die Spannweite zwischen einem und mehreren Hundert Beiträgen. Wie beim Fallbeispiel Alt Erlaa wird auch hier konstatiert, dass sehr viele Lesende sehr wenigen Schreibenden oder gar nur einigen „Kampfpostern“ gegenüberstehen. Doch im Vergleich mit Alt Erlaa wird dies hier kaum bedauert, was wohl auch mit der unterschiedlichen inhaltlichen Zielsetzung zusammenhängt.

Die Useranzahl sei relativ rasch zustande gekommen. Einige Aktive waren von Anfang an begeistert und bemühten sich um die Bekanntmachung der Plattform. Heute sei sie den meisten im Haus ein Begriff – im Gegensatz zu alterlaa.net, über das nicht so viele Kenntnis hätten.

Sehr bald wurde auch Kontakt zur Hausverwaltung aufgenommen. Diese übergibt gelegentlich Mitteilungen zur Publikation, wenn sie auch selber nicht aktiv auf der Plattform tätig ist. Der befragte Betreiber vermutet, dass diese Zurückhaltung im befürchteten Mehraufwand begründet liegt. Nachdem die Hausverwaltung ja gewinnorientiert arbeite, wolle sie vermutlich das Risiko „eine Lawine loszutreten“ – etwa in Form einer massiven Zunahme von Anfragen via Internet – nicht eingehen.

Welche Themen bewegen nun die PosterInnen am stärksten? „Überall dort, wo man sich aufregen kann“, wie es ein Befragter ausdrückt. Demnach gehe es häufig um Geldangelegenheit wie Abrechnungsmodi, Lärmbelästigung durch NachbarInnen oder Probleme mit falsch geparkten Autos.

Alt Erlaa

Auch beim Hausportal von Alt Erlaa sind es häufig „Aufregerthemen“, die die Leute zum posten animieren, wie auch die vergleichende Analyse unterschiedlicher Webseiten zeigt. Dennoch könnte durch den Blick in die Foren auch ein etwas falsches Bild entstehen, meint der Betreiber in Alt Erlaa. Schauen man sich z.B. das Thema an, zu welchem derzeit am meisten geschrieben würde, so könnte man meinen, dass die Diskussion ums Nacktbaden in den hauseigenen Schwimmbädern ganz Alt Erlaa in Atem halte. Tatsächlich aber seien es ganz andere Dinge, welche die Leute bewege.

Nichtsdestotrotz sind die Foren die häufigst genutzte Funktion. „Halbwegs beliebt“ sei auch das Schwarze Brett; die Einträge darauf würden zudem automatisch über die Bildschirme des Wohnparkfernsehens ausgestrahlt.

Generell seien die Besucherzahlen zur Zeit eher niedrig, was vor allem an der mangelnden Bewerbung der Webseite liege. In Spitzenzeiten habe sie 300 bis 400 BesucherInnen verbuchen können. Der überwiegende Teil davon schreibt allerdings nichts. „Es ist lustig, wenn was im Forum losgeht, wissen sehr viele Leute davon, aber schreiben tun sehr wenige“, beobachtet ein Diskutant. Und eine Teilnehmerin bekennt: „Ich schaue jeden Tag rein, nicht einmal, sondern ein paar Mal.“ Und über ihr Schreibverhalten sagt sie: „Ich schreibe dann etwas dazu, wenns mir ein Anliegen ist.“ Registrierte NutzerInnen gibt es rund 100.

Als entscheidend für den regelmäßigen Besuch der Hausplattform habe sich die inhaltliche Dynamik erwiesen, stellt der Betreiber fest. Zu Beginn seien häufiger längere Reportagen veröffentlicht worden, und weniger News. Die Leute hätten dann kritisiert, dass sich zu wenig verändere: „Ich habe dann sehr schnell gemerkt, `na gut, du musst die hungrigen Mäuler stopfen`, nur das ist halt schwierig.“

Und dennoch halte sich der Bekanntheitsgrad von alterlaa.net sehr in Grenzen. Eine kürzlich erfolgte Telefonumfrage innerhalb der Bewohnerschaft habe diese Vermutung bestätigt. Über die Gründe wird gemutmaßt: Viele der MieterInnen hätte schlicht kein Interesse an der Gemeinschaft, in welcher Form auch immer. Sie seien froh, wenn sie die Türe hinter sich zumachen können und ihre Ruhe haben. Ähnliches berichtet die Bewohnergruppe vom Mischek Tower: Auch dort gebe es einen beträchtlichen Anteil an am Gemeinschaftsleben Desinteressierten, was v.a. bei Entscheidungsprozessen innerhalb der Eigentümergesellschaft ein Problem werden könne.

Diejenigen, welche sich aktiv oder passiv mit der Webseite befassen, seien diejenigen, welche auch in anderen Zusammenhängen engagiert sind: Vereinsmitglieder, Mieterbeirat, Pfarrei, Geschäftsleute etc.. Dieser Umstand wird aber nicht unbedingt bedauert, sondern vielmehr als Qualität des Wohnparks definiert. Es sei nämlich auch das Plus der Anlage, dass jedeR Leben könne wie er oder sie wolle, ob zurück gezogen oder gesellig mit andern BewohnerInnen: „Jeder findet, was er will.“

8.4.5.4 Die Bedeutung der virtuellen Hausplattformen für das Sozialleben

Mischek Tower

Als eine Ursache für die starke Sachorientierung der Webseite wird angegeben, dass die InitiatorInnen sich vorher schon gekannt und zu geselligen Anlässen zusammen gekommen sind. Man musste die Kontakte nicht erst via Internet herstellen. Als Gegenbeispiel wird die Plattform des Wohnhauses Neue Donau (www.neuedonau.com) genannt, welche demgegenüber für das gegenseitige Kennenlernen der dortigen Bewohnerschaft sehr wohl von Bedeutung gewesen sei.

Nichtsdestotrotz wird auch im Mischek Tower das Sozialleben gepflegt. Der Aktivitätsgrad schwankt im Vergleich zu Alt Erlaa, wo man allmonatlich zusammen kommt, hier aber stärker. Das Gesellige wird als wichtig angesehen, beschränke sich aber auf die realen Treffen. Solche finden mindestens vierteljährlich statt. Wenn es „*Probleme zu wälzen*“ gebe, könne es aber bis zu wöchentlich sein. Ähnlich wie in Alt Erlaa wird auch hier manchmal von einzelnen eine Unternehmung organisiert. Das kann – je nach Interessenslage des Initiators oder der Initiatorin – der Besuch von Ritterfestspielen oder Planetarium, eine Blutspendeaktion, ein Jazzkonzert, ein Punschumtrunk oder einfach ein gemütliches Zusammensein im Schweizer Haus sein. Angekündigt werden diese Events auf der Homepage, sie sei „*die Drehscheibe*“ dafür. Insofern ist die virtuelle Hausgemeinschaft für die reale durchaus von Bedeutung. Die realen Treffen in der gegenwärtigen Form seien durchaus aus der Plattform heraus entstanden – auch wenn man sich vorher schon gekannt habe.

Die Zusammensetzung der Gruppe hat sich auch in dieser Community mehr oder weniger eingependelt. Gelegentlich komme zwar jemand neues hinzu, doch im wesentlichen habe sich bereits „*ein harter Kern*“ gebildet. Mit den regelmäßigen Treffen in Alt Erlaa verhält es sich ähnlich.

Ein Betreiber ist der Ansicht, dass man noch mehr Menschen im Haus für das Hausportal und dadurch auch für die gemeinsamen Aktivitäten begeistern könnte. Häufig scheitert es jedoch am Zeitmangel, solche Ideen umzusetzen bzw. adäquat zu bewerben. Andererseits schätzt die Bewohnergruppe die Kleinheit und Überschaubarkeit der Treffen. Wie schon die Befragten in Alt Erlaa sprechen sie sich für unkomplizierte, unaufwändige Aktivitäten aus. Für die Organisation von großen Events fehle es meistens an Zeit. Außerdem gebe es von diesen ohnehin schon genug.

Alt Erlaa

Derzeit dient die Plattform v.a. dem Austausch innerhalb der Community bzw. der Communities. Als Communities verstehen die Alt ErlaaerInnen die zahlreichen kleineren und größeren, formelleren und informelleren Gruppierungen. Neben den fast 30 Vereinen gibt es eine Reihe weiterer Interessensgruppen, welche sich mehr oder weniger regelmäßig treffen: „*Es gibt nicht die Community, es gibt die Motorradcommunity, es gibt die Mountainbikecommunity, es gibt die Leute, die zum Stammtisch kommen, es gibt die Online Community.*“ Darüber hinaus werden noch eine Reihe anderer Interessensgruppen erwähnt (z.B. Wandern, Fremdsprachen). Die Idee der losen Gruppen ist, dass – wie auch bei den Mischek Tower-BewohnerInnen – jemand eine Aktivität organisiert und bewirbt – z.B. über die Plattform. Zumeist entwickelt sich dann ein harter Kern, dem sich immer mal wieder auch neue Leute anschließen – eine Erfahrung, die die Befragten in der Donau City teilen.

Dennoch stehen diese Treffen in Alt Erlaa nur bedingt in Zusammenhang mit der Webseite. Einige TeilnehmerInnen haben sich vielleicht auf der Plattform informiert, andere in einer der Wohnpark-Zeitungen oder auf Plakaten. Manche kennen sich aus den Internetforen, andere von diversen Anlässen. Insofern ist die Webseite eine von mehreren Möglichkeiten, mit anderen BewohnerInnen gesellig zusammen zu kommen.

Dass sich aus dem Austausch im Netz derart rege reale Zusammenkünfte ergeben, das war keinesfalls geplant. Der Betreiber erklärt: *„Es war ein gestaltetes Medium, das ich schön und toll machen wollte. Es war auch klar, dass es Foren geben wird, aber eine Community in dem Sinn, dass sich wirklich im Realen was tut, an das hab ich nicht wirklich gedacht.“* Dies habe sich erst dadurch ergeben, dass er gesehen habe, wie dies in der Community der Gasometer funktioniere. Das habe er toll gefunden, und als dann ein Bewohner aus einer angrenzenden Anlage ein Kartennen organisieren wollte, da habe man sich zusammen getan.

Seither gibt es allmonatliche Community-Treffen in Form gemütlichen Beisammenseins. Daneben haben sich andere fixe Gruppen etabliert, etwa die MountainbikerInnen oder eine English-at-Breakfast-Gruppe, die auf Initiative einer Bewohnerin jeden Dienstag zum Frühstück zusammen kommt, um ihre Sprachkenntnisse aufzufrischen. Einer der Diskutanten ist seit Jahren engagiert für die Gemeinschaft. Er sammelt E-Mail-Adressen und Telefonnummern, versendet einen Newsletter oder Infos per SMS an mittlerweile 128 registrierte, die aber wiederum nicht mit den rund 100 auf der Plattform Angemeldeten identisch sind. Es laufe alles so ein bisschen nebeneinander und ineinander verwoben. Das Internet sei innerhalb vom Wohnpark *„nur ein kleiner Baustein“*.

Die einzelnen Events werden bewusst klein gehalten. Man ist sich mit den Mischek-Tower-BewohnerInnen einig, dass mehrere kleine Veranstaltungen besser als wenige große sind. Außerdem komme ab einer gewissen Menschenmenge der persönliche Kontakt zu kurz. Darüber hinaus teilen die Diskutierenden den Befund der Übersättigung unserer Gesellschaft. Dies merke man auch im Gespräch mit den Kaufleuten, meint ein Befragter. Sie wüssten nicht mehr, was sie noch alles auf die Beine stellen sollen, um die Leute anzuziehen. Den übersättigten KonsumentInnen wolle man daher *„kein Wahnsinnstreffen“* bieten, sondern: *„Die Community ist nix, wo du Riesenveranstaltungen machst, wo du diese Leute hast, die heute mal kommen und morgen eh nicht kommen, sondern die Leute, die sagen, dieses Treffen ist eigentlich ein Schass, aber ich komm trotzdem immer wieder, weil es ist lustig und du kennst die Leute, du plapperst a bissl“*, meint ein Aktiver.

In Zusammenhang mit der Plattform bleibt noch die Wechselwirkung zwischen dem Verhalten im virtuellen und demjenigen im realen Raum zu erwähnen. Zum einen seien die Forumsdiskussionen erst in der gewünschten Intensität angelaufen, als eine sich persönlich bereits bekannte Bewohnergruppe begonnen habe, regelmäßig zu schreiben. Vorher hätten nur einige wenige ihren *„Müll abgeladen“* und dann nie mehr etwas von sich lesen lassen. Und zum andern beeinflusse das Kennenlernen via face-to-face-Kontakt das Verhalten im Netz: *„Es ist ja witzig, wenn man die Leute einmal kennt, wenn man so zu den Community-Treffen geht, man schreibt nachher anders, weil ich war früher viel bissiger, und dann hab ich die Leute einmal kennen gelernt, und dann nimmt man sich ein bisschen zurück, weil da weiß man ja, die kennen einem auch“*, beschreibt eine Diskussionsteilnehmerin ihr gewandeltes Verhalten.

8.4.5.5 Ein Blick in die Zukunft

Mischek Tower

Was wünschen sich die Betreiber der Portale für die Zukunft? Welche Entwicklungen sind geplant? *„Ich glaube, man kann sich nichts wünschen“*, meint der Initiator vom Mischek Tower. Er mache sich keine Illusionen und sei zufrieden, es sei eben normal, dass teilweise etwas wenig los sei auf der Plattform. Gleichfalls diene sie v.a. dazu, *„einem Negativgefühl ein Ventil zu verschaffen“*, und dafür werde sie hoffentlich noch lange genutzt. Änderungen sind lediglich im Layoutbereich sowie im Hinblick auf die Bedienerfreundlichkeit und Offenheit – andere sollen gleichfalls selbständig Beiträge hinein stellen können – geplant. Etwas schade sei, dass viele ein Problem ins Forum schreiben in der Hoffnung, dass jemand anderer dieses löse, und nur wenige aktiv zur Problemlösung beitragen wollen, bedauert eine

DiskutantIn. Vom Engagement dieser wenigen aber lebt die virtuelle Hausgemeinschaft vom Mischek Tower.

Alt Erlaa

Im Gegensatz zum Mischek Tower ist man in Alt Erlaa von Betreiberseite keinesfalls zufrieden mit dem derzeitigen Stand des Hausportals. Der Betreiber verfolgt sehr ambitionöse Zukunftsideen. Zentrales Vorhaben ist es, die technischen Voraussetzungen zu schaffen, dass jeder frei Inhalte auf die Webseite stellen kann. Als Vorbilder gelten dabei neueste Internettrends: Bloggs, Wikipedia, Wikinews. Auf diese Weise soll *„das Ganze auf breitere Beine gestellt werden“*, sodass die Arbeit nicht nur bei ihm hängen bleibe. Dies liege aber nicht daran, dass ihm niemand helfen würde, sondern vielmehr am organisatorischen und technischen Aufwand. Insofern ist v.a. die momentan fehlende Zeit für dieses aufwändige Projekt das Hauptproblem.

8.4.6 Resümée der Ergebnisse

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass in beiden Wohnlagen v.a. auf das Funktionieren der Basisleistungen von Hausverwaltung und FM-Team Wert gelegt wird. Gemeinschaftsräume werden zwar geschätzt, benötigen aber Verantwortliche, die sich darum kümmern, so der einhellige Tenor. Jegliche Zusatzdienstleistungen von privaten Anbietern (z.B. Bäckerei, Putzerei) mussten mangels Erfolg wieder eingestellt werden.

Über die Gründe für das Scheitern dieser Versuche sind sich BewohnerInnen und Hausverwaltung einig: Die Dienste waren zu teuer, der Bedarf zu gering, und damit die wirtschaftliche Rentabilität nicht gegeben. Neben dem schlechten PreisLeistungsverhältnis wird auch angeführt, dass die Geschäfte für die Grundversorgung ohnehin sehr nahe gelegen seien. Auch die mangelnde Vermarktung könnte ein Grund für die Misserfolge gewesen sein, so eine Vermutung.

Einer Vernetzung des lokalen bzw. regionalen Gewerbes stehen die Befragten Großteils negativ bzw. gleichgültig gegenüber. Die befragten Geschäftstreibenden ziehen eine solche nicht in Erwägung, die BewohnerInnen sehen wenig Nutzen darin. Dennoch gibt es Bestrebungen für gemeinsame Internetauftritte, so etwa von Betrieben in Kaisermühlen (www.kik2000.com), und in Kürze von den Kaufparkgeschäften im Alt Erlaa. Obgleich als über ein Branchenverzeichnis hinaus gehend beschrieben, gibt es bei diesen keine innovativen Ansätze für E-Commerce.



Wohnpark Alt Erlaa, Kaufparkhof

Die Vernetzung innerhalb der beiden Wohnanlagen hat jeweils sehr unterschiedliche Ausgangssituationen: Während der Neubau als vernetztes Wohnen auf dem neuesten Stand geplant war, wurde im bald 30 Jahre alten Wohnpark mehrfach nachgerüstet. Im Ergebnis jedoch ähneln sich die Häuser zur Zeit frappant: Ein Großteil der BewohnerInnen verfügt über Internetanschluss. Weitere Innovationen sind entweder wieder abgeschafft worden, bleiben einigen wenige vorbehalten oder sind lediglich als Ideen vorhanden.

Die private Vernetzung der Bewohnerschaft via virtueller Hausplattform scheint bei beiden Fallbeispielen mehr oder weniger zufriedenstellend zu funktionieren – wenn auch in sehr unterschiedlicher Weise und mit sehr unterschiedlichen Zielsetzungen und Motiven. Als entscheidend für die spezifische Gestalt einer virtuellen Hausgemeinschaften erweisen sich ihre Entstehungsgeschichte und damit verknüpft die Ziele und Beweggründe der InitiatorInnen.

Während im Mischek Tower die Plattform v.a. für den Austausch von Sorgen und Nöten rund um das Haus dient, ist sie in Alt Erlaa primär ein gemeinschaftsbildendes Element im geselligen Sinne – wenn auch nicht das zentrale innerhalb der Wohnanlage.

Entsprechend diesem Unterschied differiert auch der zeitliche Aufwand der Betreiber. Die Webseite von Alt Erlaa ist gemäß Initiator sehr aufwändig. Auch seine Zukunftspläne sind im Vergleich zum Mischek Tower sehr ambitiös.

Darüber, wer erfolgreich eine Hausplattform verwalten kann, sind die Ansichten geteilt: Aus Sicht des Betreibers der Plattform des Mischek Towers, ist eine virtuelle Hausgemeinschaft durchaus ein für unterschiedliche Akteure attraktives Angebot im Bereich der Online Heimdienste. Eher von Erfolg gekrönt und dennoch gemeinschaftsfördernd sei sie allerdings mit einem sachorientierten Inhalt. Userdaten und Diskussionschwerpunkte in den Foren bestätigen die Bedeutung der Rolle als „Ventil“ zum „Dampf ablassen“. Probleme und Lösungsvorschläge rund ums Haus würde die BewohnerInnen interessieren, und seien auch für die Hausverwaltung von Bedeutung. Eine aktivere Mitgestaltung auf Seiten der Hausverwaltung ist erwünscht und würde zu einer weiteren Aufwertung der Seite führen. Der Betreiber von alterlaa.net hingegen vertritt die Meinung, dass eine Seite, wie er sie gestaltet, nie kommerziell rentabel sein kann.

Diese Divergenzen hängen wesentlich mit den Zielen der jeweiligen Seite zusammen: Förderung der Geselligkeit versus Sachorientierung. Und dennoch bestehen in beiden

Häusern gesellige Zusammenkünfte. Ihr Zustandekommen hat jedoch nur bedingt mit der Webseite zu tun. Die Portale dienen eher der Bekanntgabe von Veranstaltungen und dem Austausch einiger weniger BewohnerInnen als dem Erweitern des Freundeskreises mittels Netzkontakt.

Hinsichtlich des Userverhaltens lassen sich – ungeachtet der sehr unterschiedlichen Größenordnungen der Wohnanlagen – gewisse Gemeinsamkeiten feststellen: Die meisten PortalsbesucherInnen bleiben passiv, nur ein kleiner Teil schreibt selbst in die Foren, die bei beiden mit Abstand meistgenutzte Funktion.

8.5 Vergleichende Analyse virtueller Hausgemeinschaften

Virtuelle Hausgemeinschaften sind eine neue Form von Online Heimdienstleistungen, welche zunehmend Verbreitung findet. Der Erfolg der Plattformen unterscheidet sich allerdings von Fall zu Fall teilweise stark. In der folgenden Analyse sollen einige Thesen für die Gründe dieser Differenzen aufgestellt werden. Zunächst erfolgt die Untersuchung der beiden Community Plattformen der Fallbeispiele Mischek-Tower und Wohnpark Alt Erlaa. Zusätzlich werden weitere bestehende vernetzte Hausgemeinschaften in Wien und der Schweiz heran gezogen und vergleichend untersucht. Einzelne Ergebnisse obiger Gruppendiskussionen mit BewohnerInnen und der Interviews mit Vertretern aus der Wohnungswirtschaft werden hier nochmals ergänzend herangezogen. Ziel ist die Bewertung und Einschätzung dieser spezifischen Art von Heimdienstleistungen.

- *Mischek Tower (22. Bezirk), Wien*
- *www.leonard-bernstein.at*

- *Wohnpark Alt Erlaa, Wien*
- *www.alterlaa.net*

- *Gasometer, Wien*
- *www.gasometer.cc*

- *Das Dienende Haus, Wien*
- *www.ddhaus.at*

- *SchappeLan, Schweiz*
- *www.schappelan.ch*

8.5.1 Mischek Tower, Wien

8.5.1.1 Zugang und Aufbau

Die Seite der Hausgemeinschaft im Mischek Tower ist nicht auf Anhieb zu finden, da der Wortlaut der Adresse kein Bezug zum Gebäudenamen aufweist. Vielmehr ist die Plattform nach der Leonard-Bernstein-Straße, an der das Wohnhaus steht, benannt. Auch mit den Suchwörtern „Leonard Bernstein“ oder „Leonard-Bernstein-Straße“ kommt man noch lange nicht zum „*unabhängigen Forum rund um den Mischek Tower*“.

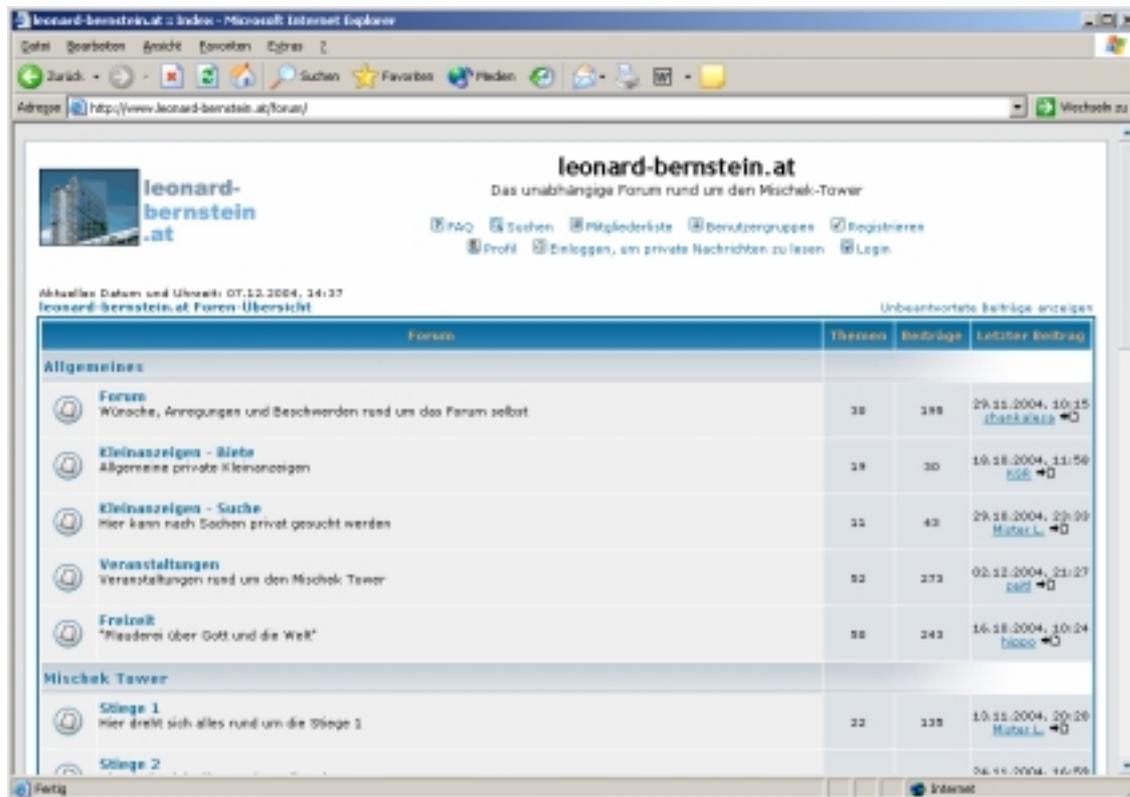
Die Homepage verfügt über fünf Hauptrubriken: Home, Forum, Archiv, Bilder und Links.

Die erste Seite beinhaltet eher sporadisch angekündigte News. Darunter fallen einerseits Veranstaltungen im und ums Haus, z.B. das Forumstreffen oder ein Event von der Uno City. Andererseits werden auch Wien-weite Veranstaltungen beworben, z.B. das Donauinsselfest oder der Vienna City Marathon. Weitere Informationen können die Hintergründe des Staatsfeiertages, ein Volksbegehren oder das gesetzliche Salzstreuverbot betreffen. Das letzte der Forumstreffen wurde im Februar 2004 angekündigt. Forumstreffen sind reale Zusammenkünfte von Wohnenden, welche in den Foren der virtuellen Community Plattform miteinander in Kontakt stehen, und finden in diesem Fall außerhalb der Wohnanlage statt.

8.5.1.2 Das Forum

Das Forum ist in mehrere thematische Kategorien unterteilt. Unter „Allgemein“ kann man sich zum Forum selbst und zu Veranstaltungen äußern, oder Kleinanzeigen aufgeben und mit anderen BenutzerInnen plaudern. Die Kategorie „Mischek Tower“ bietet Gelegenheit zum Austausch über Themen, die nur einzelne oder alle Stiegen gleichermaßen betreffen. Unter zwei weiteren Subkategorien sollen Mitteilungen rund um die Hausverwaltung sowie Umfragen platziert werden. Unter „Fremdfirmen im Mischek Tower“ kann z.B. zu UPC Telekabel oder zum Facility Management Team Stellung genommen werden. Schließlich besteht unter „Themenbezogene Mitteilungen“ die Möglichkeit, sich zu aktuellen Inhalten zu melden. Das können Probleme mit den Aufzügen oder die Betriebskostenabrechnung sein.

Das Forum ist zur Registrierung grundsätzlich allen offen, auch Personen außerhalb des Mischek Towers. Um Beiträge zu schreiben und zu lesen ist eine Anmeldung nötig. Die Zahl der registrierten User beträgt 330, wobei der Großteil davon bisher keine oder sehr wenige eigene Beiträge geschrieben hat. Lediglich 19 Personen haben über 50 Beiträge ins Forum gestellt, 9 davon sogar über 100. Besonders häufig äußern sich die TeilnehmerInnen über das Forum selbst, Veranstaltungen oder „Gott und die Welt“. Die Subkategorien zu aktuellen Themen sind für eine begrenzte Zeitspanne gut besucht. Relativ viele Beiträge betreffen auch den Telekomanbieter Cybertown und den Parkplatzbetreiber APCOA.



Quelle: www.leonard-bernstein.at

8.5.1.3 Fotos, Archiv und Links

Die Fotos dienen ausschließlich als Beweismaterial von Schäden resp. ungebührlichem Verhalten in der und um die Anlage. Da gibt es etwa Fotoserien zu Wasserschaden, Falschparker, Vandalismus, Baumängeln, Eisbildung auf dem Parkplatz oder skatenden Jugendlichen auf der Straße. Der Grund, weshalb keine Fotos geselliger Anlässe ins Netz gestellt werden, liege im Platzmangel, erklärt der Initiator.

Im Archiv sind v.a. Protokolle von „Runden Tischen“ und einer Hausversammlung sowie Papiere über Baumängel und Stellungnahmen zu denselben zu finden. Auch Bauankündigungen, News aus früheren Jahren oder relevante Gesetzestexte werden archiviert.

Die Links führen zu den Fremdfirmen im Wohnhaus: Bauträger, Hausverwaltung, Telekomanbieter, Energieanbieter, Parkplatz- und Liftverantwortliche. Bei diesen stehen jeweils die wichtigsten Koordinaten dabei, damit sie nicht zuerst auf den einzelnen Seiten gesucht werden müssen.

8.5.2 Wohnpark Alt Erlaa, Wien

8.5.2.1 Zugang und Aufbau

Die Webseite von Alt Erlaa ist ein Internetportal für ganz Alt Erlaa sowie die angrenzende Umgebung. Sie ist leicht zu finden und steht jedem und jeder beliebigen NutzerIn offen. Der Wohnpark ist nur eine von mehreren beteiligten Anlagen, verfügt jedoch mit ca. 10000 BewohnerInnen über den größten potenziellen Nutzerkreis. Aus den übrigen vier Wohnanlagen – Gregorygasse, Osrarmgründe, In der Wiesen, Putzendoplergasse – kommen nochmals ca. 5000 Personen hinzu.

Bei alterlaa.net handelt es sich nicht um die Seite eines einzelnen Informationsanbieters, sondern sie wird vom Betreiber den Klubs, Vereinen, Mieterbeiräten, Geschäftsleuten, VeranstalterInnen, VermieterInnen, Vermietern etc. als Informationsplattform zur Verfügung gestellt. Das Portal ging im Juni 2001 nach ca. zweimonatiger Planungs- und Vorbereitungszeit mit ersten Basisdiensten ans Netz und wird seitdem erweitert. Der Betreiber – nickname: Ghetto Boss – ist ein in Wohnpark lebender Grafik- und Webdesigner, dem gelegentlich der/die eine oder andere freie MitarbeiterIn zur Seite steht. Ziel ist es, der Bewohnerschaft möglichst interessante Informationen und Services anzubieten. Und wie es der Betreiber formuliert: *„Wie das Internet in den großen weltweiten Dimensionen hilft, um Distanzen zu überbrücken, so kann es auch in dieser kleinen Stadt helfen, die Leute einander noch näher zu bringen.“* Finanziert wird das Portal durch Werbung in verschiedenen Formen (Bannerwerbung, Werbeeinträge im Branchenbuch etc.). Daher ist nur das Publizieren von nicht-kommerziellen Informationen und Diensten kostenfrei. Vorteilhaft für einzelne Geschäfte und Dienstleister ist, dass sie durch die Plattform über ein größeres Besucherpotenzial verfügen als ohne.

alterlaa.net hat eine sehr lebendige virtuelle Hausgemeinschaft. News werden zeitweise im Tagesrhythmus verkündet. Die Themen variieren dabei stark: Es geht um relevante Aspekte der Stadtentwicklung, um Verbesserungen der Plattform selbst, das Fernsehprogramm vom Wohnpark TV (WPTV)¹⁶, Neuerungen im Bereich Sicherheit und Lebensqualität oder um Bekanntgaben von Geschäftseröffnungen oder –schließungen. Häufig werden auch gesellschaftliche Events angekündigt – sei es das Wutzeltturnier, der Skiausflug oder das vorweihnachtliche Punschtrinken.

¹⁶ Der Wohnpark Alt Erlaa verfügt über einen eigenen Fernsehsender (WPTV) ohne kommerzielle Interessen, der von engagierten BewohnerInnen in ihrer Freizeit ehrenamtlich betrieben wird. Weiters gibt es zwei monatlich erscheinende Zeitungen: Die Alterlaa News (früher Alterlaa Journal) und die Wohnpark Alterlaa Zeitung (WAZ).



Quelle: www.alterlaa.net

Unter einer ganzen Reihe von Rubriken werden Dienste und Informationen angeboten. Neben den aktuellen News und dem Diskussionsforum gibt es Informationen über die Community, einen Eventkalender, in dem jeder wichtige Veranstaltungen ankündigen kann, ein umfangreiches Ärzteverzeichnis sowie einen spezifischen Branchenführer der umliegenden Geschäfte und Dienstleister. Weiters haben sich Clubs und Vereine – z.B. der Tischtennis Club, der Gymnastikclub, der Club der Junggebliebenen oder der Alpenverein Ortsgruppe Alterlaa – auf der Plattform eingetragen. Eine katholische und eine evangelische Pfarre stellen sich ebenfalls in dem Portal vor. Es gibt eine Tauschbörse, eine Seite für Jugendliche sowie Informationen und Dienste, die nur einzelne Wohnhausanlagen betreffen. Und schließlich werden auch Informationen über die Geschichte der Plattform sowie die Betreiber kund getan.

8.5.2.2 Das Forum

Alterlaa.net kann passiv und aktiv frei genutzt werden. Um an den Forumsdiskussionen teilzunehmen, ist keine Registrierung erforderlich. Eine Anmeldung als Community Mitglied wird aber begrüßt, insbesondere um auch den persönlichen Kontakt zu fördern. In diesem Sinne ruft der „ghetto boss“ die potenzielle Hausgemeinschaft auf: „*Schreibt Euch ein. Schaut, wer sich hinter den anderen Identitäten im Forum etc. verbirgt. Vielleicht findet ihr jemanden mit den selben Interessen und Hobbies. Vielleicht Euer Nachbar und ihr habt bisher noch nichts davon gewusst.*“ Die BewohnerInnen werden grundsätzlich dazu angehalten, auch selber aktiv Ideen und Vorschläge einzubringen und Aktivitäten zu organisieren.

Die Foren sind generell gut besucht. Innerhalb von einer Woche wurden zu sieben neuen Themen insgesamt 74 Beiträge gezählt. Dennoch variiert das Mitteilungsbedürfnis stark nach Inhalten bzw. Subkategorien, von denen es auch in diesem Forum eine Vielzahl gibt.

Die meisten Beiträge werden nicht bloß einem, sondern mehreren Unterkategorien zugeordnet. Die Mitteilung „Krampuslaufen“ - in obiger Grafik zu sehen – ist unter „Geplauder“, „Sündenpfuhl“ und „Community“ nachzulesen. Besonders häufig wird unter der Rubrik „Geplauder“ diskutiert. Ansonsten unterscheidet sich die Frequenz aber weniger nach den Kategorien als nach einzelnen Themen, welche fallweise bis zu über 70 Kommentare und Reaktionen entlocken. Inhaltlich sind dies zumeist kontroverse, die Gemüter erhitzen Inhalte wie Autoeinbrüche, Hundebisse oder die Diskussion um FKK im Wohnpark-Schwimmbad. Aber auch der Beitrag „Weise Sprüche“ hat fast 50 Kommentare nach sich gezogen.

An diesen Debatten beteiligen sich ganz unterschiedliche BewohnerInnen. Registrierte BenutzerInnen gibt es auf dieser Plattform lediglich knapp über 100. Die übrigen DiskutantInnen haben sich nicht angemeldet. Das Anmeldeformular bietet u.a. die Möglichkeit, sich den anderen in ein paar Sätzen vorzustellen. Dies nutzen manche auch in Sachen Eigenwerbung, etwa um sich als Nikolaus für die bevorstehende Feier anzupreisen. Andere wiederum geben Einblicke in ihren wohnbiografischen Werdegang, ihre Freizeitinteressen oder ihre Familiensituation. Oder auch nur: „*Ich bin jedenfalls froh und glücklich, dass es eine Alterlaa-Community gibt und hoffe, dass diese stets wachsen wird.*“



Quelle: www.alterlaa.net

8.5.2.3 Fotos, Archiv und Links

Zu unterschiedlichen Themen können diverse Bildserien betrachtet werden. Diese zeigen ausschließlich Aufnahmen von gemeinschaftlichen Unternehmungen wie Faschingsparty, Wanderungen, Punschtrinken, Community Treffs, Skitag oder Kartrennen. Die Fotogalerien werden sehr rasch aktualisiert. Die Aufnahmen vom Punschtreffen 2004 sind zum Beispiel bereits kurz darauf auf der Homepage anzusehen.

Im Archiv suchen kann man hier nach früheren Newsmeldungen sowie in den Diskussionsforen.

Links werden auf alterlaa.net nicht angeboten.

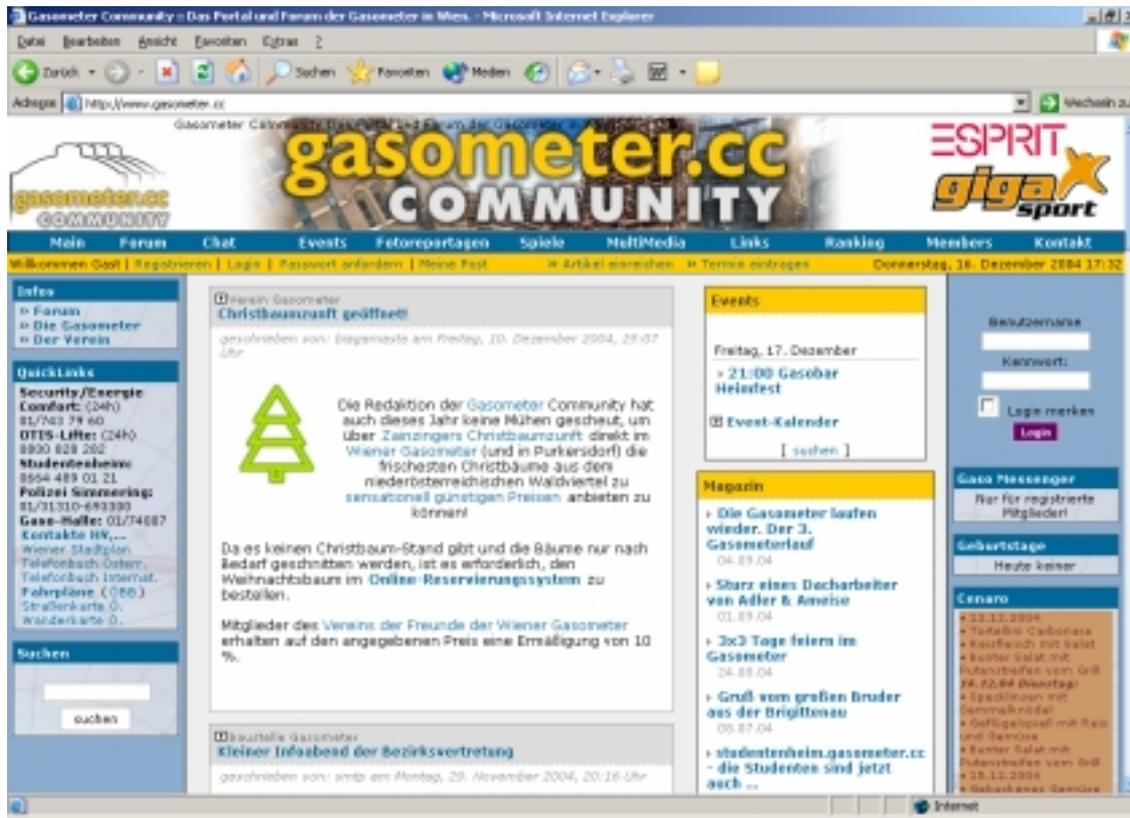
8.5.3 Gasometer, Wien

8.5.3.1 Zugang und Aufbau

Die nicht-kommerzielle virtuelle Hausgemeinschaft gasometer.cc in den Gasometern ist auf private Initiative eines Bewohners entstanden. Sie ist leicht zu finden und Großteils frei zugänglich. Daneben gab es kurze Zeit ein kommerzielles Portal, welches vom Bauträger zur Verfügung gestellt wurde, seinen Betrieb nach kurzer Laufzeit jedoch wieder einstellen musste. Gasometer.cc hingegen hat sich zu einer sehr lebendigen virtuellen Hauscommunity entwickelt. Finanziert wird die Seite vom „Verein der Freunde der Wiener Gasometer“, welcher – wie auch das Studentenheim im Gasometer – zusätzlich ein eigenes Portal am Gasometer Server betreiben. Der Verein versteht sich als Gemeinschaft für all jene, die sich für die Wiener Gasometer interessieren. Hauptsächliches Ziel ist es, die Bedürfnisse derjenigen zu erfüllen, die dort wohnen und arbeiten oder in sonstiger Weise damit befasst sind.

Neben dem Betrieb der Plattform werden von den InitiantInnen zahlreiche gemeinschaftliche Aktivitäten und Anlässe organisiert, Interessensgruppen gefördert und Informationen über die Gasometer archiviert.

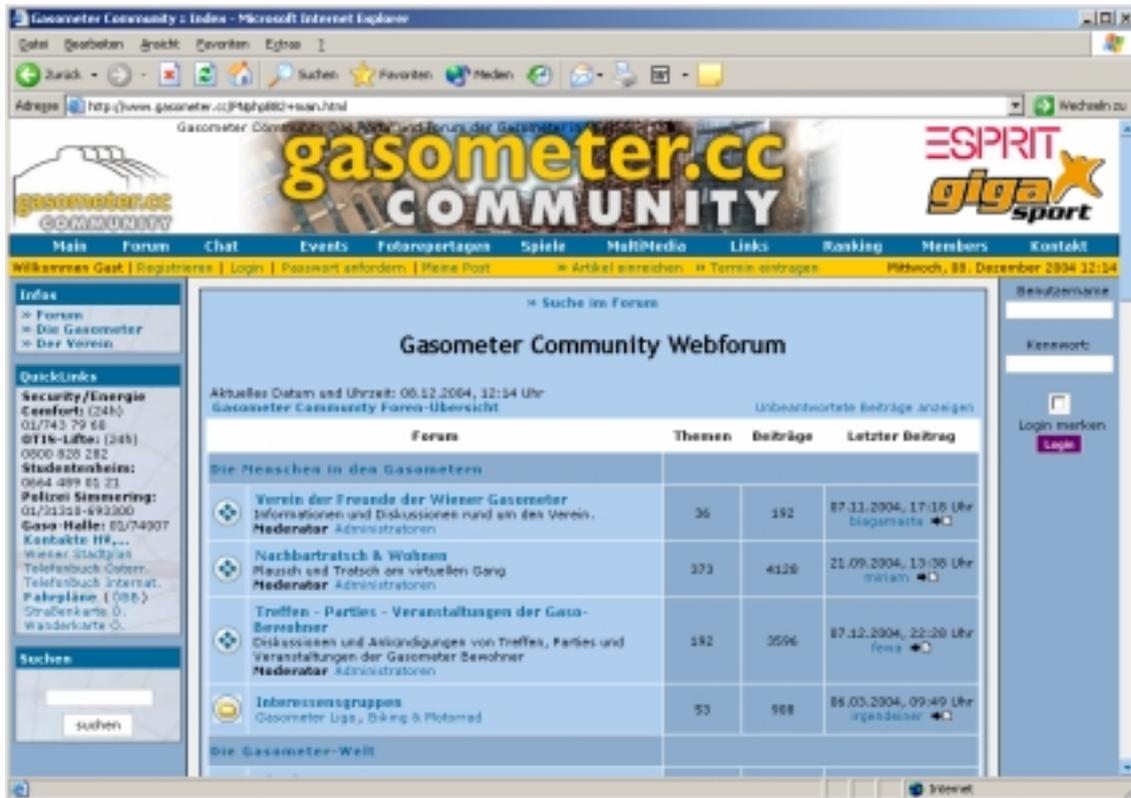
Neben Ankündigungen über Infoabende, Stammtische u. dgl. sowie Artikeln rund um die Gasometer sind z.B. auch wichtige Telefonnummern aufgeführt. Zu den zentralen Funktionen zählen das gut besuchte Forum, ein Chat, eine Bildgalerie, ein Downloadbereich sowie ein Instant Messenger für private Nachrichten. Daneben finden sich auch spezielle Angebote wie ein Geburtstagskalender oder das aktuelle Tagesangebot eines italienischen Restaurants im Gasometer.



Quelle: www.gasometer.cc

8.5.3.2 Das Forum

Die Forumseinträge können ohne Registrierung gelesen werden. Um selbst Beiträge zu schreiben ist jedoch eine Anmeldung erforderlich – wie auch für den Instant Messenger. Besonders viel diskutiert wird zu allgemeineren Themen wie Tratsch und Klatsch, Freizeit und Partys oder zum Gasometer generell. In der Kategorie „Kulturelles und Spezielles“ sind z.B. Themen rund um „Technik und Wissenschaft“ oder „Flora und Fauna“ gut besucht. Unter „Gesellschaft und Leute“ gibt es auch eine Frauen- und eine Männerecke. Besonders großes Mitteilungsbedürfnis wecken hier jedoch „Partnerschaft und Liebe“ sowie die „Ärgerecke“. Weiters werden viele Kleinanzeigen sowie Kommentare zu Community Interna geschaltet. Ein Aktivitätsranking gibt Auskunft darüber, wer wie viele Postings bzw. Artikel auf die Seite gestellt hat. Dabei zeigt sich, dass eine Gruppe von ca. 100 Personen relativ häufig Beiträge in Form von Postings leistet. Von diesen kommen zwölf UserInnen auf über 1000 Kommentare. Die übrigen der 433 im Ranking erfassten BenutzerInnen haben zum Großteil nur ein paar wenige Beiträge geleistet. Die Artikel auf der Seite werden vornehmlich immer von derselben Person verfasst. Diese hat bereits über 60 Artikel und über 4000 Postings beigesteuert.



Quelle: www.gasometer.cc

8.5.3.3 Fotos, Archiv und Links

Die umfangreichen Fotoreportagen dokumentieren hauptsächlich gemeinsame Feiern und Veranstaltungen. Darüber hinaus gibt es z.B. auch Bildserien über ein Hagelunwetter, Bauarbeiten oder ein Hochwasser.

Eine Rubrik Archiv ist hier nicht vorhanden.

Die Links führen in ganz unterschiedliche Richtungen: private oder kommerzielle Seiten der Bewohnerschaft, Vereine, Hausverwaltung, Bauträger, Veranstalter, Stadt und Bezirk etc..

8.5.4 Das Dienende Haus, Wien

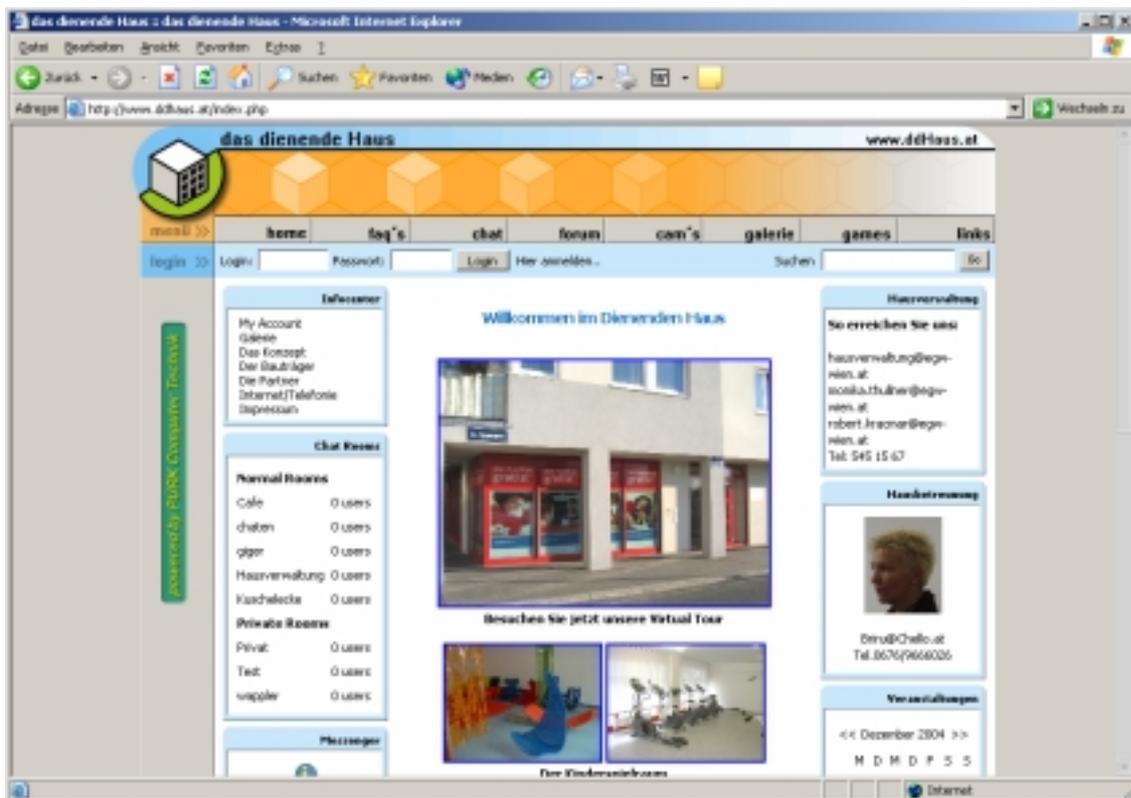
8.5.4.1 Zugang und Aufbau

Das Dienende Haus liegt im 22. Wiener Gemeindebezirk und verfügt über eine überdurchschnittliche hausinterne Infrastruktur: Breitbandinternetanschluss, ein Intranet, Web-Kameras oder auch gekühlte Einlagerungsräume. Jeder Aufenthaltsraum wurde mit einer Intranet-Datendose ausgestattet, über die man sich mit seinem PC in das hauseigene Intranet einwählen und mit den anderen BewohnerInnen kommunizieren kann. Dieser Dienst

ist kostenlos. Ein eigens geschaffenes Funk-Lan ermöglicht das drahtlose Surfen in der gesamten Anlage – sowohl im Intranet als auch im Internet. Von beiden aus ist die virtuelle Plattform der Hausgemeinschaft erreichbar, auf der sich die BewohnerInnen und interessierte Außenstehende informieren und austauschen können.

Webkameras geben Einblicke in einzelne Bereiche der Anlage, so etwa den Kinderspielraum oder die Garagen. Weiters stehen ein Chat, ein Diskussionsforum sowie ein Downloadbereich zur Verfügung.

Die Plattform wird von einem an Planung und Umsetzung des Konzepts vom Dienenden Haus beteiligten IT-Unternehmen betreut.



Quelle: ddhaus.at

8.5.4.2 Das Forum

Um sich am Chat zu beteiligen oder im Forum Beiträge zu lesen oder zu schreiben ist eine Anmeldung erforderlich. Danach stehen eine Reihe von Kategorien zur Mitteilung offen.

8.5.4.3 Fotos, Archiv und Links

Die Fotogalerien dienen hier dazu, einen Eindruck vom Haus und seiner Umgebung zu bekommen. Es gilt das Projekt in einem attraktiven Lichte darzustellen und das Interesse potenzieller NeukundInnen zu wecken.

Ein Archiv gibt es auf dieser Seite nicht.

Gegenwärtig sind auf der Seite 24 Links, unterteilt in sechs Themenblöcke (Die besten Webseiten, Restaurants, Games, Sport, Nachtleben, Einkauf) zu finden. Links können von jedem und jeder registrierten BenutzerIn hinzugefügt werden

8.5.5 SchappeLan, Basel (Schweiz)

Das Projekt SchappeLan erforschte in der Siedlung "Obere Widen" in Arlesheim im Schweizerischen Kanton Basel Land den Einsatz eines virtuellen Netzwerks in einer Wohnsiedlung. Den rund 160 Haushalten wurde dabei ein eigens entwickeltes Groupware Programm zur Kommunikation und Organisation zur Verfügung gestellt. Es wurde der Frage nachgegangen, ob soziale, organisatorische und informelle Prozesse in Wohnsiedlungen mit Hilfe eines Intranets unterstützt und erweitert werden. Im Vorfeld wurden die Bedürfnisse der Siedlungsbewohnerschaft mittels einer Umfrage eruiert, und in der Folge eine Reihe von Funktionen angeboten: virtuelles Anschlagbrett, Mitteilungen, Forum, Siedlungskalender, Unterhaltung und gemeinsamer Großeinkauf. Über die Ergebnisse dieser Forschungsarbeit waren keine Informationen in Erfahrung zu bringen.

8.5.6 Vergleich und Interpretation

Der Vergleich dieser Beispiele virtueller Hausgemeinschaften macht deutlich, dass die Akzeptanz und Intensität der Nutzung durch die Bewohnerschaft (und allenfalls interessierte Außenstehende) wesentlich vom Betreiber der Plattform sowie seinen Intentionen abhängt. Virtuelle Hausgemeinschaften, welche von engagierten BewohnerInnen privat und nicht-kommerziell initiiert werden, scheinen ein deutlich höheres Echo zu haben. Diese unterscheiden sich auch in ihrer inhaltlichen Schwerpunktsetzung. So steht etwa bei alterlaa.net und gasometer.cc der Gemeinschaftsgedanke ganz vorne; beim Dienenden Haus hingegen haben die Betreiber eine etwas andere Vorstellung von einer „dienenden“ Hausplattform: Im wesentlichen geht es darum, das Projekt selbst attraktiv zu präsentieren. Die Inhalte dienen kaum der Förderung des Gemeinschaftsgefühls im Haus.

Doch allein damit lassen sich die auffälligen Unterschiede zum Beispiel zwischen Mischek Tower und Alt Erlaa nicht erklären. Beide Plattformen werden privat betrieben, unterscheiden sich in Umfang, Inhalt und Nutzerfrequenz aber klar voneinander. In Alt Erlaa steht das Gesellige weiter im Vordergrund. Bewohnertreffen gibt es im Mischek Tower zwar auch, doch weniger regelmäßig. Dort dominieren Inhalte, welche sich mit infrastrukturellen, haustechnischen oder mietpolitischen Aspekten auseinandersetzen. Dies hängt einerseits mit der Zielsetzung der Betreiber und andererseits mit dem beschränkten Platz, der im Netz zur Verfügung steht, zusammen.

Auf alterlaa.net hingegen werden zusätzlich rege soziale Kontakte organisiert und gepflegt – auch außerhalb vom Netz. Bezeichnend für diese frappanten Unterschiede sind die jeweiligen Bildgalerien. Während es bei letzterem ausschließlich um die Beweisführung von Schäden und ungebührlichem Verhalten im und ums Haus geht, finden sich auf alterlaa.net zahlreiche Fotos von gemeinsamen Ausflügen, Feiern und Veranstaltungen. Der Betreiber des Mischek Tower-Portals erklärt, dass Fotos zu geselligen Anlässen aus Platzgründen nicht zu sehen sind; es ist also eine Frage der Prioritätensetzung.

Was die Funktionen der Seiten anbelangt, so verfügen alle Beispiele über Basisanwendungen wie Diskussionsforen, Kleinanzeigen sowie Veranstaltungskalender. Weiters sind die

Administratoren – mehr oder weniger – bemüht, aktuelle Informationen rund ums Haus bereit zu stellen. Die Links führen einerseits zu den für die Wohnanlage relevanten Firmen, und andererseits zu Freizeithemen (Nachtleben, Einkauf, Games, Sport etc.).

Im Mittelpunkt der Kommunikation stehen Themen, die das Haus direkt bzw. das Wohnumfeld betreffen (z.B. Hausverwaltung, Sicherheit). Bei den – nicht zuletzt auch wegen ihrer Größe – sehr lebendigen Gemeinschaften wie alterlaa.net oder gasometer.cc sind auch allgemeine Rubriken im Stil von Klatsch und Tratsch sehr beliebt. Bei diesen geht es den UserInnen nicht bloß um Informationen, welche das Haus bzw. die Umgebung betreffen. Man möchte vielmehr auch tatsächlich etwas über den Nachbar oder die Nachbarin erfahren und einander kennen lernen, und verbringt daher mehr Zeit auf der Seite als zur reinen Information nötig wäre. Dennoch scheint sich bei jeder virtuellen Hausgemeinschaft nur ein geringer Teil der Haushalte aktiv zu beteiligen, was in den Gruppendiskussionen mit BewohnerInnen bestätigt wird. Wie auch bei nicht-virtuellen Vereinen oder Gemeinschaften gibt es stets einen „harten Kern“ von Engagierten, der das Ganze am Laufen hält.

Dass das Funktionieren von Dienstleistungen wie virtuelle Hausgemeinschaften oder andere Angebote innerhalb einer Wohnanlage (z.B. Sauna, Gemeinschaftsraum) nicht zur Gänze erklärt werden kann, bestätigt Oliver Högn (Mischek, Stabsstelle Development): Es sei sehr schwierig zu sagen, weshalb manche Angebote gut angenommen werden und andere nicht. Zentral sei jedenfalls der so genannte „*Gschaftlhuber*“, der in vielen Wohnanlagen zu finden ist. Er initiiere Aktivitäten und fördere dadurch die hausinterne Kommunikation.

Zumindest im Fall von Alt Erlaa und der Gasometer – die im übrigen auch untereinander schon Kontakt pflegten nach dem Motto „Vernetzung zweier erfolgreicher Netzwerke“ – scheint klar, dass die virtuelle Hausgemeinschaft positiven Einfluss auf das Zusammengehörigkeitsgefühl und die realen Kontakte untereinander hat. Für sie gilt, was für Internet-Kommunikation generell gilt:

„Für die Kommunikation innerhalb bestehender Netzwerke oder Organisationen hat die Internet-Kommunikation erhebliche Vorteile. Durch Internetseiten und Mailing-Listen können Informationen gezielter und leicht zugänglich verbreitet werden. Computernetzwerke sind aufgrund ihrer Struktur besonders dazu geeignet, heterogene und kaum hierarchische soziale Netzwerke zu unterstützen“ (vgl. z.B. Wellman/Quan Hasse 2002, zit. nach Häussermann/Siebel 2004, 115).

Die Auswirkungen der Internetkommunikation sind allerdings altersabhängig: Während bei Kindern durch die zunehmend vor dem Bildschirm verbrachte Zeit Störungen der sozialen Beziehungen befürchtet werden, ist dies bei Erwachsenen nicht der Fall. Bei ihnen intensiviert die Internet-Kommunikation sogar die Beteiligung an gemeinschaftlichen Aktivitäten. Durch die Internet-Kommunikation bilden sich neue Gemeinschaften, wie empirische Befunde belegen (z.B. Wellman/Quan Hasse 2002).

Die Analyse der Gruppendiskussionen mit BewohnerInnen bestätigt diese Erkenntnisse: Auch wenn die Hausplattform nicht zentrales Element der Gemeinschaftsbildung ist, so erleichtert sie dennoch eine solche beträchtlich. Engagierte BewohnerInnen gestalten sich ihre eigene Webseite und stellen Mailing-Listen zusammen. Dies ermöglicht auf unkomplizierte Weise die Verbreitung von Initiativen oder Anliegen – seien sie geselliger Natur oder sachorientiert.

Als wesentliches Erfolgskennzeichen von Community Plattformen in Wohnanlagen hat sich in der Analyse das hohe Engagement der Bewohnerschaft bzw. eines Teils davon herausgestellt. Ist ein Betreiber – ob kommerziell oder nicht – bestrebt, das Gemeinschaftsgefühl zu stärken, so ist die Initiative zu gemeinsamen Veranstaltungen angezeigt. Der Erfolg wird dabei zum einen von der Art des Angebots und zum andern vom Bedarf innerhalb der Community abhängen. Wie es scheint, spielt auch die Größe der Wohnanlage eine beträchtliche Rolle. Je mehr Menschen irgendwo wohnen, desto größer ist die Wahrscheinlichkeit, dass sich ein „Gschaftlhuber“ mit Internet-Affinität unter ihnen befindet.

9 Chancen und Gefahren im Hinblick auf die Implementierung neuer (Online) Heimservices

In dieser Studie wurde aus unterschiedlichen Perspektiven auf die Thematik der (Online) Heimservices eingegangen. Es wurden Typisierungen vorgenommen, Hintergründe der Anbieter wie auch die (potenziellen) NutzerInnen von Heimservices beleuchtet, und schließlich konkrete Analysen der Fallbeispiele Wohnpark Alt Erlaa und Mischek Tower präsentiert. Es hat sich gezeigt, dass die Entwicklung neuer Heimservices einen großen Einfluss auf das Wohnen der Zukunft ausübt. Dabei stellen sich den AkteurInnen und EntscheidungsträgerInnen im Feld der wohnbegleitenden Dienstleistungen eine Reihe von Herausforderungen. Die Entwicklungen bergen für die Betroffenen sowohl Chancen als auch Gefahren. Worin diese bestehen können, soll abschließend im vorliegenden Kapitel diskutiert werden.

Zunächst stellt sich die Frage: Chancen und Gefahren für wen? So kann im Bereich E-Care/Telemedizin beispielsweise das Fernablesen von Vitaldaten für den Gesundheitsdienstleister ökonomisch reizvoll sein, während bei der Patientin durch das Wegfallen der Arztbesuche vielleicht eine weitere Isolation droht. Daher sollte die Differenzierung in Chancen und Gefahren auf Seiten der Anbieter und auf Seiten der NachfragerInnen stets mitbedacht werden. Weiters kommen die wichtigsten Aspekte genereller Natur als auch in Bezug auf einzelne Bereiche, etwa Online Heimservices im Bereich E-Commerce oder die Sicherheitsdienste, zur Sprache. Weiteres Augenmerk kommt schließlich den Themen Grätzelkultur und Sozialer Wohnbau zu.

9.1 (Online) Heimservices: Zwei Seiten der Medaille

Grundsätzlich ist festzuhalten, dass die Frage nach Chancen und Gefahren nicht allgemein zu beantworten ist. Sämtliche Innovationen im Bereich der (Online) Heimservices können sowohl von *positiven* als auch *negativen* Effekten begleitet sein. Zum Beispiel das „virtuelle Kaffeekränzchen“: Das Zusammenkommen und Plaudern im virtuellen Raum kann – gerade für gebrechliche Menschen – künftig eine Bereicherung an sozialen Kontakten bedeuten. Zwischenmenschliche Beziehungen in der realen Welt werden in positivem Sinne ergänzt. Handkehrum kann das „virtuelle Kaffeekränzchen“ auch zu einem Abbau physischer Kontakte führen, und zwar in zweierlei Hinsicht: Zum einen geht die neuerdings im Chat beheimatete Person vielleicht weniger zum realen Kaffeeklatsch. Und zum anderen neigt der/die eine oder andere Bekannte der Person vielleicht dazu, weniger oft vorbei zu schauen, da durch die Anbindung ans Netz scheinbar genügend Sozialkontakte bestehen.

Die Problematik der *schwindenden Hausbesuche* ist genereller Natur. Sie tritt angesichts der zunehmenden Vernetzung auf und betrifft unterschiedliche Heimservices: Durch die fortschreitende Verbreitung der Fernablesung des Energieverbrauchs wird das Vorbeikommen eines „Stromablesers“ obsolet. Die Fernwartung von Hausgeräten hat zur Folge, dass kaum mehr HandwerkerInnen in die Wohnung kommen. Technologische Hochrüstung der Sicherheitskontrollen kann patrouillierende Teams von Wachleuten dezimieren. Vielen BewohnerInnen werden diese Umstände begrüßenswert erscheinen; dennoch ist nicht zu vergessen, dass Hausbesuche dieser Art häufig auch eine *soziale Funktion* innehaben. Wird diese nicht mehr erfüllt, bedeutet dies möglicherweise ein (weiterer) Schritt Richtung *Isolation* und *Vereinsamung*. Zu den besonders von dieser Gefahr Betroffenen ist sicherlich die Gruppe derjenigen zu zählen, welche in ihrer Mobilität eingeschränkt sind, also v.a. Ältere. Insofern sind – insbesondere auch im Hinblick auf den

Sozialen Wohnbau in Wien mit zumeist hohem Anteil älterer BewohnerInnen – Ansätze gefordert, welche hier ein Gegensteuern ermöglichen.

Für die Zukunft von Heimservices im Bereich E-Care/Telemedizin sind v.a. gesellschaftliche Prozesse maßgeblich. Demographisch ist in Wien von einem wachsenden Anteil älterer Menschen an der Gesamtbevölkerung auszugehen. Diese bleiben einerseits länger agil und wünschen sich andererseits möglichst lange eine *selbständige Lebensführung*, also ein autonomes Leben in den eigenen vier Wänden. Dieser Bedarf kann von neuen Gesundheitsdienstleistungen unterstützt werden: Bewegungsmelder, Patientenüberwachung (Monitoring), Fernübertragung von Vitaldaten etc.. Für die Gesundheitsdienstleistenden wiederum bedeuten diese Innovationen enormes Einsparungspotenzial für belastete Gesundheitsbudgets (vgl. z.B. Kinder 2000). Insofern kann durchaus von einer Win-Win-Situation gesprochen werden. Allerdings: Auch in diesem Zusammenhang ist die Gefahr der wachsenden Isolation zu bedenken, wie das eingangs erwähnte Beispiel der ausfallenden Arztbesuche verdeutlicht.

9.2 Das Redundanzprinzip als Postulat

Der *Wegfall von Infrastruktur im Nahversorgungsbereich* ist eines der elementaren Probleme der fortschreitenden Verbreitung von Online Heimservices. Besonders gut beobachten lässt sich diese nachteilige Konsequenz beim E-Banking. Zunehmend werden Banktätigkeiten online abgewickelt, was zu einer Ausdünnung der entsprechenden Infrastruktur führt; Bankfilialen schließen oder stehen lediglich noch für bald kostenpflichtige Beratungsleistungen zur Verfügung. Daher wird es eine der zentralen Herausforderungen sein, hier ein gewisses Mindestmass an *Redundanzen* zu erhalten: Die Bankfiliale soll neben dem Online Banking bestehen.

Etwas anders stellt sich die Lage des Handels in Zusammenhang mit Online Heimservices dar. Zwar ist auch hier ein „Aussterben“ oder zumindest harter Überlebenskampf der kleinen Händler evident – Stichwort „*Greisslersterben*“. Doch ist dies keine Folge der Implementierung neuer Heimservices, sondern vielmehr der Expansion großer Handelsketten. Heimservices können für KMUs sogar eine Chance darstellen. Grundsätzlich wird es dabei für diese um *Flexibilität* und *Innovation* gehen. Vielen gelingt das Überleben etwa mittels einer Spezialisierung, z.B. für bestimmte Feinkostprodukte. Mindestens so wichtig wie das Sortiment sind aber die *Vertriebskanäle*. So erweist sich etwa bei spezialisierten Kleinhändlern der Internethandel häufig als elementares zweites – wenn nicht gar erstes – Standbein.

Maßgeblich für das Wahrnehmen der Chancen werden für die KMUs Anregungen und Impulse von außen sein. Aber nicht nur die Geschäftstreibenden können profitieren, sondern auch die Wohnenden.

Dass die Technologisierung eine Chance für kleine und weniger bekannte Unternehmen und Marken mit sich bringt, belegt eine aktuelle Studie von Forrester Research in den USA: 7 Prozent des Einzelhandels laufen im Jahr 2004 via Internet, wobei es zu einer Ausdifferenzierung der Anbieter kommt. 2004 verdingen sich 430000 Menschen in den USA als Online-HändlerInnen – gegenüber 150000 im Jahr 2002 (vgl. Mullaney/Hof 2004). Für die KundInnen bedeutet dies mehr Auswahl und bessere Preiskonditionen: „*The Internet promised an era of more choice, better prices, and greater customer satisfaction. And as the web reached adolescence, that’s what’s arrived.*“ (ebenda, 35). Und dennoch ist der Wunsch nach dem „Einkaufserlebnis“ nicht zu unterschätzen, wie auch in den Interviews mit Experten und BewohnerInnen zum Ausdruck kam. Im Internet kann der Kunde zwar vielleicht zwischen 4000 Taschen wählen anstatt nur zwischen 200. Das Fühlen und Riechen des Leders aber etwa ist nicht möglich. Insofern wird das Ladenlokal vor Ort auch nicht so

schnell verschwinden, sondern beide – Internethandel und Handel vor Ort – werden in einem *dualen System* nebeneinander bestehen – so wie es auch den Versandhandel schon lange vor dem Internethandel parallel zum Einkauf im Geschäft gegeben hat.

9.3 Die Zukunft: Heimservice Plattformen

Hat nun ein kleinerer oder mittlerer Betrieb anstelle einer eigenen Homepage mit Bestellfunktion, eine Kooperation mit anderen Unternehmen, so erhöhen sich seine Überlebenschancen abermals. Gemeinsame *Plattformen* unterschiedlicher Heimserviceanbieter – Gewerbetreibende, Hausverwaltungen, Telekom- und IT-Unternehmen, EVUs, Contentanbieter, Gesundheitsdienstleister etc. - sind ein deutlicher Zukunftstrend. Dass sich in diesem Bereich sehr viel bewegt, zeigt sich z.B. auch auf der Ebene von EU-Projekten; Forschung und Entwicklung nehmen sich verstärkt der Thematik an.

Eine besondere Herausforderung stellen dabei folgende Aspekte dar: Die *Konvergenz von Technologie und Logistik* und das *Wissen um die Möglichkeiten* auf Seiten der potenziellen Anbieter und der Verantwortlichen aus der Wohnungswirtschaft. Die Kompatibilität von Prozessoren und Vereinheitlichung von Schnittstellen sind Voraussetzungen für die Vernetzung unterschiedlicher Anbieter auf einer Plattform. Daneben gilt es eine effiziente und gleichfalls kompatible Logistik aufzubauen. Diese ist z.B. beim Onlinehandel von großen Lebensmittelketten ohnehin schon sehr komplex. Die Integration von kleinen Gewerbetreibenden kann man sich zwar „*prinzipiell vorstellen*“, wie Herr Faber von Merkur Direkt meint, Kooperationspartner könnten etwa Weinhändler und Papierfachgeschäfte sein. Doch technologisch und logistisch wäre eine Reihe von Schwierigkeiten zu überwinden, erklärt der Befragte, so hätten kleine Händler in der Regel Lieferzeiten von zwei bis drei Tagen, während Merkur Direkt prompter liefern müsse. Diesbezüglich ist es zentral, von Seite der Politik und der Wirtschaft entsprechende Impulse zu setzen. Es gilt die entsprechende Erkenntnisgewinnung in Forschung und Entwicklung zu forcieren.

Das gilt gleichfalls hinsichtlich des Wissensstandes der Beteiligten um die Möglichkeiten und Konsequenzen künftiger Heimservices. Es handelt sich um einen kaum erforschten Bereich, der aber rasant an Bedeutung gewinnt, wie auch in den Expertengesprächen deutlich wurde. Welche Chancen beinhaltet diese Entwicklung? Wer kann profitieren? Welche Strategien werden erfolgreich sein? In welcher Form können sich KMUs hier einbringen? Worin kann die Rolle der Wohnungswirtschaft liegen? An diese Fragen haben wir uns im Rahmen der vorliegenden Studie angenähert. Eine Vertiefung dieser ersten Erkenntnisse ist aber geboten.

Eine sinnvolle Umsetzung von hier angeschnittenen Zukunftsszenarien wird wesentlich auch vom Wissensstand der potenziellen PartnerInnen am Markt der neuen Heimservices abhängen. Potenzielle künftige Akteure gilt es vorzubereiten und mit dem nötigen Knowhow auszustatten. Je nach regionalem Gebiet oder Grätzel sollten auch spezifische Bestandsaufnahmen erfolgen. Dadurch könnte ein wichtiger Beitrag für die *Sicherstellung einer diversen Nahversorgung* geleistet werden. Denn schließlich können alle Beteiligten nur dann profitieren, wenn Bedürfnisse und Akzeptanz, Möglichkeiten, Chancen und Gefahren im Vorfeld im Rahmen eines Pilotprojektes ausreichend evaluiert werden.

9.4 Maßgeschneiderte Angebote vernetzter Akteure

Vernetzung und *Flexibilität* erweisen sich als wichtige Merkmale erfolgreicher Heimserviceanbieter der Zukunft. Im Bereich des Online Handels als Heimservice in Wien kann dies beispielsweise wie folgt aussehen: E-Commerce ist auch hierzulande stetig im Wachsen begriffen. Hausbestellungen von Lebensmittel via Internet nehmen bei Privathaushalten zu. Und auch der Internethandel mit anderen nicht-digitalen (und digitalen) Produkten boomt. Die Flexibilität des Greisslers ums Eck kann sich hier als Vorteil erweisen. Große Lebensmittelketten in Wien liefern z.B. in der Regel nicht in hausinterne Lieferboxen, sondern übergeben die Ware ausschließlich persönlich, wie Ernst Kovacs von Raiffeisen Evolution erklärt. Der Greissler würde demgegenüber sehr wohl seine Waren in den spindähnlichen Schränken abliefern, was ihn u.a. zum möglichen Kooperationspartner für ein Pilotprojekt des Bauträgers Raiffeisen Evolution qualifiziere.

Das Vernetzen mit anderen Akteuren und Branchen kann als generelle Strategie der österreichischen Unternehmen angesichts des heraufziehenden Informationszeitalters angesehen werden. Durch die zunehmende Operation im virtuellen Raum eröffnet sich eine Fülle neuer Möglichkeiten. Dabei wird der Erfolg mutmaßlich weniger von der Größe des Unternehmens abhängen, als vielmehr von seiner *Schnelligkeit*, wie manche ExpertInnen meinen. Tendenziell werden jene Unternehmen erfolgreich sein, „die in der Lage sind, unverzüglich auf die sich permanent wandelnden Marktgegebenheiten und Kundenwünsche zu reagieren“ (www.monitor.co.at).

Im Hinblick auf das Erkennen von Kundenbedürfnissen ist der flexible lokale Greissler wiederum im Vorteil. Durch den persönlichen Kontakt vor Ort ist er über die Wünsche seiner KundInnen besonders gut informiert. Dabei wird das *maßgeschneiderte Dienstleistungspaket* immer wichtiger. Individualisierte Inhalte sind ein genereller Trend in der Informationstechnologie, ablesbar etwa in den aktuellen Bestrebungen um zielgruppenspezifische Anpassung von Ausstellungsinformationen: Der Schüler kann dann im Museum via Audioguide z.B. ganz andere, auf seine Interessen zugeschnittene Inhalte bekommen als die Kunstkritikerin. Dieser Trend tangiert auch den Heimservicebereich. Diversifizierung, Pluralisierung und Individualisierung unserer Gesellschaft schlagen sich in dem Bedarf nach individuellen Leistungen nieder. Die Erfüllung derselben wird u.a. durch *neue Kommunikations- und Distributionswege* erleichtert, die vermehrt auch Nischenmärkte interessant machen. So ist es beispielsweise technologisch und ökonomisch möglich, mit einer Innovation oder einem Produkt auf kleinere Zielgruppen abzielen. Durch sinkende Kosten können auch individuelle Wünsche berücksichtigt werden (vgl. monitor.co.at).

Auch für die Entwicklung von Heimservices im Bereich *Hauszustellung* wird entscheidend sein, wie innovativ Dienstleistungspakete sind. Bisherige Ansätze in den evaluierten Wiener Beispielen waren wenig erfolgreich, z.B. ein Frühstücksservice oder ein Reinigungsdienst. Hier bedarf es neuer Ideen im Hinblick auf Logistik und Bündelungen. Wesentlich wird wiederum das maßgeschneiderte und zielgruppenorientierte Angebot sein. Angesichts der guten Kenntnisse über Kundenbedürfnisse auf Seiten lokaler Geschäftstreibender stellt sich die Frage: Ergeben sich dadurch für jene KMUs vor Ort, welche sich durch Flexibilität und Innovation auszeichnen, neue Chancen auf dem Markt der Heimservices? Es scheint, dass sich davor einige Dienstleister noch scheuen, da sie zwar den Mehraufwand, aber nicht die mögliche Wertschöpfung sehen.

Im Hinblick auf *spezifische Zielgruppen* für Heimservices wäre eine differenziertere Bedarfsanalyse wünschenswert. Im Rahmen dieser Studie wurden eine Reihe von Haushaltsformen identifiziert, welche in Wien anteilmäßig wachsen und in unterschiedlicher Weise Bedarf nach Heimserviceleistungen haben (werden). Neben der oben diskutierten bedeutsamen Gruppe der SeniorInnen sind dies die Singlehaushalte, die DINKs (Double Income No Kids) und die Familien von DoppelverdienerInnen. (Online) Heimservices können erhöhten *Komfort, Entlastung* in der Haushalt, ein Mehr an *Sicherheit, Unabhängigkeit, Partizipation*, bessere *soziale Einbindung* und *Kosteneinsparungen* bedeuten – Aspekte, die für jede Zielgruppe von unterschiedlich großer Relevanz sind.

9.5 Sicherheit, Datenschutz und die Bedeutung des Vertrauens

Was die *Sicherheit* anbelangt, so ist diese in mehrerer Hinsicht ein zentrales Thema künftiger (Online) Heimservices. Zunächst werden Sicherheitsdienstleistungen immer wichtiger. Wesentlich dabei ist aber, dass sie technisch ausgereift sind und dass diesbezügliche Bedenken der Bewohnerschaft ernst genommen werden. So gibt es z.B. auf der einen Seite in beiden analysierten Fallbeispielen ein „Sicherheitsproblem“: Im Wohnpark Alt Erlaa wird kritisiert, dass zahlreiche Schlüssel ehemaliger MieterInnen kursieren. Im Mischek Tower verfügen laut BewohnerInnen hausfremde Personen, welche lediglich einen Garagenstellplatz gemietet haben, über Schlüssel zu sämtlichen Allgemeinräumen. Auf der anderen Seite sind z.T. massive Bedenken gegenüber Neuerungen im Sicherheitsbereich zu vernehmen. Im Wohnpark Alt Erlaa wird auf ein Chipsystem umgestellt, demgegenüber einige BewohnerInnen massive Datenschutzbedenken äußern. Und im Mischek Tower hingegen werden die Videoüberwachungen als unzureichend kritisiert.

Die Problematik des *Datenschutzes* betrifft darüber hinaus sämtliche Online Heimservices, bei denen es um die Übertragung von Daten geht – seien dies E-Commerce, Telemedizin/E-Care, E-Government, E-Banking oder Downloads im Internet. Grundsätzlich ist eine Zunahme von Problemen mit Viren, Spammails und vermehrt auch mit Betrugsfällen im Internet zu konstatieren. Gleichzeitig besteht in Privathaushalten - im Gegensatz zum kommerziellen Bereich, in dem verstärkt Datenschutz- und Sicherheitsbeauftragte zum Einsatz gelangen – noch wenig Erfahrung im Umgang mit derlei Sicherheitslücken, bzw. ein geringes Bewusstsein über Missbrauchsmöglichkeiten. Auch hier wird es notwendig sein, dass die Politik reagiert, und die Thematik, etwa in Kooperation mit der Industrie, den Menschen näher bringt. Denn Wissenslücken bereiten weiterem Missbrauch den Boden.

Generell gilt: Je vernetzter ein System ist, desto höher ist das Risiko einer *Systemstörung* bzw. gar eines Zusammenbruchs. So kann der Ausfall eines Stromnetzwerkes etwa massive Störungen herbei führen, möglicherweise sogar ohne eruierbare Ursachen. Im Hinblick auf vernetzte Haustechnik können dabei sensible Funktionen betroffen sein, mit eventuell schwerwiegenden Folgen für die Sicherheit im Wohnbereich. Man denke beispielsweise an Türen, welche verschlossen bleiben oder an ausfallende Alarmsysteme.

In diesem Zusammenhang ist auf weitere Gefahren aufmerksam zu machen: Die ungewollte *Überwachung* und *Kontrolle* sowie die *Abhängigkeit von technologisch komplexer Infrastruktur*, welche auch zu *Überforderung* und *Stress* führen kann.

Ein wichtiger Aspekt ist diesbezüglich das *Vertrauen*, und zwar auf mehreren Ebenen: Vertrauen in die Zuverlässigkeit und Ausgereiftheit der Technologie, Vertrauen in die Seriosität des Anbieters, etwa hinsichtlich des Datenschutzes, Vertrauen in das Preis-Leistungsverhältnis von Heimserviceleistungen. Dabei liegt die Chance wiederum z.B. in vernetzten Heimserviceplattformen, welche mitunter mehr Seriosität ausstrahlen können als einzelne Anbieter nebeneinander. Es ist zu erwarten, dass das Kundenvertrauen in solche gemeinsamen Plattformen und hinsichtlich allfälliger Transaktionen über diese größer ist als bei einzelnen Contentanbietern. Verstärkt werden kann dieses Vertrauen durch die Einbindung persönlich bekannter Anbieter aus dem eigenen Wohnumfeld.

9.6 „Die Wohnung als Marktplatz“

Die Vielfalt einzelner Heimserviceanbieter sowie ihrer Angebote nimmt zu. Neue Branchen betätigen sich auf dem Markt der wohnungsnahen Dienstleistungen, erweitern ihre

Kernkompetenzen und vernetzen sich mit Akteuren der Wohnungswirtschaft. Dies führt einerseits zu einer größeren *Auswahl*, aber auch zu einer größeren *Unübersichtlichkeit* für die Kundschaft. Eine künftig zu erwartende *Vernetzung* und *Bündelung* von Anbietern und Leistungen wird dem Abhilfe schaffen.

Die Zunahme und wachsende Vernetzung vielfältiger Heimservices führt auch zu einer *Ökonomisierung des Wohnens*, zu einer „Wohnung als Marktplatz“. Damit ist einerseits das gewandelte Verhältnis zur Zeit gemeint; Zeit sparende Dienstleistungen gewinnen an Bedeutung. Und andererseits kommt es im Zuge des vernetzten Wohnens und der Verbreitung neuer Online Heimservices zu einem Anstieg ökonomischen Tauschhandels, welcher direkt von der Wohnung aus getätigt wird: Downloads (Musik, Filme, Spiele etc.), E-Banking, Online Abrechnung des Stromverbrauchs, E-Commerce mit Heimlieferservices etc.. Am Rande sei diesbezüglich auch auf die wachsende Anzahl Personen, welche von zu Hause aus ihrer Erwerbsarbeit nachgehen (Telearbeit), hingewiesen.

Die Ökonomisierung der Privathaushalte wird auch durch die Industrie vorangetrieben. Die Gewinnspannen bei Breitbandanbietern gehen zurück, Überlegungen hinsichtlich einer stärkeren ökonomischen Nutzbarmachung bestehender Glasfaserkabel werden angestellt. So verfügt Wien über große Kapazitäten in diesem Bereich.

9.7 Die Gefahr des Digital Gap

Angesichts dieser Entwicklungen ist stets eine der zentralen generellen Gefahren neuer Online Heimservices im Auge zu behalten: der *Digital Gap* oder *Digital Divide*. Von der zunehmenden Technologisierung und Vernetzung der Haushalte bleibt derjenige Teil der Bevölkerung ausgeschlossen, der aufgrund mangelnder Ressourcen an diesen Entwicklungen nicht partizipieren kann. *Medienkompetenz* wird bereits vielfach – neben Lesen, Schreiben und Rechnen – als vierte Kulturtechnik gehandelt. Deren Aneignung wird an vier Hauptdimensionen festgemacht (vgl. Parlamentarische Enquete 2004):

- *die soziokulturelle Voraussetzung*
- *die ökonomische Leistbarkeit*
- *die technische Verfügbarkeit sowie deren Qualität*
- *die politisch-rechtlichen Unterschiede im Zugang und in der Nutzung (z.B. restringierte bzw. privilegierte Zugänge)*

Im Rahmen der 2004 in Wien eröffneten Enquete des Bundesrates zur Überwindung der digitalen Kluft werden drei soziodemografische Kriterien für eine besondere Gefährdung ausgemacht:

- *Alter*
- *Bildung*
- *Einkommen*

Konkret benannt werden drei Gruppen:

- *Ältere Menschen*
- *Jugendliche aus Haushalten mit niedrigem sozialen Status*
- *Langzeitarbeitslose*

Unter besonderer Berücksichtigung dieser Bevölkerungsgruppen gilt es der digitalen Spaltung der Gesellschaft Einhalt zu gebieten. Denn Chancengleichheit in Bezug auf die neuen Medien können bestehende soziale Unterschiede verschärfen und neue Polarisierungen

aufkommen lassen (vgl. Parlamentarische Enquete 2004). Daher sind in Zukunft v.a. im Bereich der Heimservices politische Aktivitäten zur Verhinderung eines Digital Gap vonnöten.

In diesem Zusammenhang ist auch darauf hinzuweisen, dass ein Großteil der Heimservices kostenpflichtig ist und sein wird. Damit ist v.a. die Frage der ökonomischen Leistbarkeit von Bedeutung. Von den seitens der Industrie oft euphorisch verkündeten neuen Möglichkeiten werden viele Wohnende ausgeschlossen sein, was zu einer weiteren Verschärfung der Ungleichheit führen kann. Und wenn es ein Grundrecht auf Wohnen gibt, inwieweit beinhaltet dieses dann wohnbegleitende Dienstleistungen? Wie weit sollen etwa Heimserviceleistungen im Sozialen Wohnbau gehen? Und wie weit werden hier die Förderungen reichen?

9.8 Barrierefreiheit künftiger Online Heimservices

Heimservices basieren auf entsprechender Breitbandversorgung und EDV-Ausstattung. Doch damit allein ist es nicht getan. Wesentlich wird dabei auch die größtmögliche *Barrierefreiheit* sein. Laut dem Bericht über die Lage der behinderten Menschen in Österreich, erstellt vom Bundesministerium für soziale Sicherheit und Generationen im März 2003, leben fast 30 Prozent der österreichischen Bevölkerung (2,1 Millionen) mit mindestens einer körperlichen Beeinträchtigung. 6,7 Prozent davon leiden an einer Beeinträchtigung des Bewegungsvermögens, 6,4 Prozent des Hörvermögens und 5,7 Prozent des Sehvermögens. Mit zunehmenden Alter treten häufig mehrere Beeinträchtigungen nebeneinander auf. Außerdem gibt es eine beträchtliche Gruppe farbenblinder und farbfehlsichtiger Menschen. Menschen mit Behinderungen nutzen das Netz fast doppelt so häufig wie Nichtbehinderte, z.B. die Funktionen von E-Commerce und E-Government (vgl. Neuhold/Wrann/icomediass 2003). „*Der Computer ist für viele behinderte Menschen eine Möglichkeit, sich in Arbeit und Privatleben besser in die Gesellschaft zu integrieren*“ (ebenda).

Das steigende Durchschnittsalter der Internetnutzer bedeutet auch eine Zunahme altersbedingter Einschränkungen. Insofern ist im Hinblick auf die Entwicklung von Online Heimservices dem Thema Barrierefreiheit große Aufmerksamkeit zu schenken und diesbezügliche Verbesserungen zu forcieren. Vielfach besteht nämlich sowohl auf der Dienstleister- als auch auf der Nutzerseite nur geringes Bewusstsein und wenige Vorstellungen darüber, wie Barrierefreiheit in diesem Zusammenhang aussehen könnte. Erste Schritte wurden vom Wiener Wohnservice etwa im Herbst 2004 mit einer Veranstaltung über barrierefreies Wohnen in Wien unternommen. Je besser diese Schwierigkeit in den Griff bekommen werden, umso mehr BewohnerInnen können von den Online Heimservices der Zukunft profitieren.

9.9 Die Bedeutung von Anbieterstruktur und Nachfrage für die Grätzkultur

Inwiefern (Online) Heimservices für die *Integration* bzw. das *Gemeinschaftsgefühl* einer Bewohnerschaft eine Rolle spielen, wurde in der Analyse der beiden Wiener Fallbeispiele Wohnpark Alt Erlaa und Mischek Tower untersucht. Dabei gilt zunächst für *infrastrukturelle Heimservices* wie Gemeinschaftsanlagen, welchen im Sozialen Wohnbau eine besondere Bedeutung zukommt, dass das Ausmaß der Nutzung kaum voraussehbar ist. Wichtig sind jedenfalls – darüber sind sich Experten und BewohnerInnen einig – die sogenannten „Gschaftlhuber“, engagierte, am Gemeinwohl interessierte HausbewohnerInnen, welche immer wieder (ehrenamtlich) Impulse für die Gemeinschaft setzen. Im Wohnpark Alt Erlaa sind dies etwa die zahlreichen Vereine, welche sich auch für die gemeinsame Infrastruktur

verantwortlich fühlen. Gibt es nicht genügend Initiative und fühlt sich niemand verantwortlich, so besteht die Gefahr der „Verlotterung“ solcher Räumlichkeiten. Diesbezüglich wäre die Entwicklung eines Instrumentariums interessant, mit dessen Hilfe die Nutzung gemeinschaftsfördernder Infrastruktur im Vorfeld besser abgeschätzt werden könnte.

Als eine sehr spezifische Form neuer Online Heimdienstleistungen haben sich im Zuge der Fallstudien *virtuelle Hausgemeinschaften* erwiesen. Online Hausportale können als eine Art nicht-kommerzielle Variante künftiger kommerzieller Online Plattformen betrachtet werden. Je nach Intention der Betreiber erfüllen sie unterschiedliche Funktionen:

- *Austausch innerhalb von Foren*
- *Ankündigung von Veranstaltungen*
- *Schwarzes Brett*
- *Sachinformationen in Zusammenhang mit der Wohnanlage*
- *Finden von Gleichgesinnten - sei es für eine Mountainbiketour oder eine Beschwerdeinitiative gegen die Hausverwaltung*

Allerdings beteiligt sich in der Regel nur jeweils ein eher kleiner Teil der Bewohnerschaft am gemeinsamen Aktivitäten. Es kann jedoch davon ausgegangen werden, dass diese Aktivitäten einen wesentlichen Beitrag zur Identitätsstiftung und zur Auseinandersetzung mit der lokalen Agenda leisten. Es kommt zu einer Stärkung des lokalen Bewusstseins bei der gesamten Bewohnerschaft. Wie eine derartige Identitätsstiftung durch die Auseinandersetzung mit dem Lokalen genau zustande kommt und wovon sie abhängt, wäre Gegenstand einer vertiefenden Untersuchung.

Private Initiativen von BewohnerInnen stellen jedenfalls einen wichtigen Beitrag zu einer *lebendigen Grätzekultur* dar. Dies könnte auf Seiten weiterer Akteure, wie Bauträger, Hausverwaltung oder auch lokaler Gewebetreibender, durch verstärkte Kooperationen gefördert werden. Vor allem die virtuellen Hausportale könnten eine Chance für innovative Zusammenarbeit darstellen. Die befragten Betreiber zumindest könnten sich das sehr gut vorstellen bzw. haben die Einbindung von Bauträger und regionalem Gewerbe bereits aktiv angestrebt, allerdings ohne Erfolg. Trotzdem entwickeln sich auf den Plattformen auch im kleinen privaten Rahmen ökonomische Austauschbeziehungen, etwa wenn eine Bewohnerin einen Chauffeur sucht oder ein anderer sich als Nikolaus anpreist. Grundsätzlich scheinen gemeinschaftsfördernde Initiativen aber nur in Kooperation mit den Wohnenden zu funktionieren. Von außen aufgesetzte Projekte haben wenig Überlebenschancen, wie sich etwa am Beispiel der virtuellen Hausplattformen gezeigt hat.

9.10 Die Möglichkeiten im Sozialen Wohnbau

Mit besonderen Herausforderungen, aber auch Möglichkeiten ist diesbezüglich der *Soziale Wohnbau* konfrontiert. Zwar bestehen stärkere Vorgaben als im freifinanzierten Wohnbau, durch die Förderungsmöglichkeiten können aber auch sozial innovative Heimservices leichter realisiert werden. Wie vielfältig solche Umsetzungen aussehen können, wurde bereits in Kapitel 5.2 anhand einiger Beispiele illustriert. Für die Zukunft stellt sich die Frage, welche in einzelnen Projekten des Sozialen Wohnbaus erprobten Heimservices sich als Standards durchsetzen werden. Dies wird nicht unwesentlich von der Entwicklung der Wohnbauförderung generell abhängen. Schenkt man den TrendforscherInnen rund um Faith Popcorn und Matthias Horx (Zukunftsinstitut) Glauben, so zählen Nachbarschaft, Gemeinschaft, Gruppenaktivitäten, bürgerschaftliches Engagement und Quartiersorientierung zu den gegenwärtig wichtigsten Wohntrends (vgl. Eichener 2003). Auch in diesem Sinne scheint der Soziale Wohnbau mit seiner starken gemeinschaftsfördernden Orientierung auf dem richtigen Weg zu sein.

Resümierend kann festgehalten werden, dass die Entwicklung neuer Heimservices das Wohnen nachhaltig verändern wird. Auch wenn in der Vermarktung von Heimdienstleistungen stets der Anspruch der Vereinfachung steckt, kommen dennoch zahlreiche neue Dimensionen hinzu; der Komplexitätsgrad von Wohnen erhöht sich. Wohnende müssen sich künftig darauf einstellen, dass sie es nicht mehr nur mit einigen wenigen AnsprechpartnerInnen zu tun haben, etwa der Hausbesorgerin und dem Hausverwalter, sondern mit einer Reihe neuer Akteure. Online Heimservices werden weiters dazu führen, dass das Wohnen nicht mehr nur isoliert in den eigenen vier Wänden stattfindet, sondern zunehmend und in vielfältiger Weise mit der Außenwelt vernetzt ist: Von zu Hause aus kommunizieren wir mit der Stadtverwaltung, bestellen unsere Einkäufe ins Haus, lassen uns ärztlich untersuchen, besorgen uns zur Unterhaltung Filme und Musik u.v.m..

Quellenverzeichnis

Amann, Anton: Österreichische Genossenschaften im Spiegel empirischer Befragungen, in Patera, Mario (Hg.): Genossenschaftliche Herausforderungen im 21. Jahrhundert. Wiener Studien des Forschungsinstituts für Genossenschaftswesen, Wien 1993

Andritzky, Michael: Das Haus als Maschine, in: Döllmann, Peter/Temel, Robert (Hg.): Lebenslandschaften. Zukünftiges Wohnen im Schnittpunkt von privat und öffentlich, Frankfurt/New York 2002

Beck, Ulrich: Risikogesellschaft. Auf dem Weg in eine andere Moderne, Frankfurt a.M., 1986

Berry, Michael/Linoff, Gordon: Data Mining Techniques: For Marketing, Sales, and Customer Support, New York et al. 1997

Elias, Norbert: Die Gesellschaft der Individuen, Frankfurt a.M., 1987

das fernlicht: Befragungsergebnisse im Rahmen der Messe „Eigentum 2003“, Wien 2003a

das fernlicht: Befragungsergebnisse Smartes Wohnen. Kundenbefragung im Rahmen der Messe „Eigentum 2002“, Wien 2002a

das fernlicht: Expertenbefragung zu e/living (Zukunft des Wohnens) an der Messe und Konferenz e/home in Berlin, Wien 2002b

das fernlicht: Wohnen der Zukunft: Konzepte und Projekte. Studie zur empirischen Erfassung und beispielhaften Darstellung neuer Wohntrends und ihrer Umsetzung in städtischen Projekten, Wien 2003b

Fassmann, Heinz/Kytir, Josef/Münz, Rainer: Bevölkerungsprognosen für Österreich 1991 bis 2021. Szenarien der räumlichen Entwicklung von Wohn- und Erwerbsbevölkerung. Österreichische Raumordnungskonferenz (ÖROK) Schriftenreihe Nr. 126, Wien 1996

Fehr, Peter: Dienstleistungsmanagement in der Wohnungswirtschaft. Wohnbegleitende Dienstleistungen für Mieter und Eigentümer, Wiesbaden 2000

Harsch, Ulla: Betriebswirtschaftliche Analyse wohnbegleitender Dienstleistungen am Beispiel Lenaupark Linz, Wien, 2003a

Harsch, Ulla: Wohnbegleitende Dienstleistungen. Eine Chance für Wohnbaugenossenschaften, Wien 2003b

Häussermann, Hartmut/Siebel, Walter: Stadtsoziologie. Eine Einführung, Frankfurt/New York, 2004

Häussermann, Hartmut/Siebel, Walter: Soziologie des Wohnens. Eine Einführung in Wandel und Ausdifferenzierung des Wohnens, Weinheim/München 2000

Hohm et al.: Innovative Dienstleistungen „rund ums Wohnen“ professionell entwickelt. Service Engineering in der Wohnungswirtschaft, Leitfaden, Berlin 2004

Horx, Matthias: Sensual Society. Die neuen Märkte der Sinn- und Sinnlichkeitsgesellschaft, Kelkheim, 2002

Hrauda, Gabriela et al. (Institut für Ökologische Wirtschaftsforschung): Homeservices aus der Fabrik der Zukunft, Berichte aus Energie- und Umweltforschung 5/2003, Wien, 2002

Kaindl, Christoph/Maerki Daniel O. (das fernlicht): Erfolgreiche Online Communities. Gruppengefühl unterstützt Kundenbindung, Wien, 2002

Kinder, Tony: A sociotechnical approach to the innovation of a network technology in the public sector - the introduction of smart homes in West Lothian, in : European Journal of Innovative Management, Nr. 2, 2000, S. 72-90

Kremer-Preiß, Ursula/Stolarz, Holger: Leben und Wohnen im Alter. Neue Wohnkonzepte für das Alter und praktische Erfahrungen bei der Umsetzung. Eine Bestandsanalyse, in: Zwischenbericht im Rahmen des Projektes „Leben und Wohnen im Alter“ der Bertelsmann Stiftung und des Kuratoriums Deutsche Altershilfe, Köln, August 2003

Kroeber-Riel, Werner/Weinberg, Peter: Konsumentenverhalten, München 1996

Maerki, Daniel O. (das fernlicht): Online Services: Chancen und/oder Gefahren? Enquete Wien auf dem Weg zur barrierefreien Stadt – Lebensqualität für alle, Präsentation am 8.10.04 in Wien, Wien 2004

Pelikan, Jürgen/Halbmayer, Ernst: Gesundheitswissenschaftliche Grundlagen zur Strategie des gesundheitsfördernden Krankenhauses, in: Pelikan, Jürgen/Wolff, Stephan: Das gesundheitsfördernde Krankenhaus. Konzepte und Beispiele zur Entwicklung einer lernenden Organisation, Weinheim/München, 1999

Peuckert, Rüdiger: Familienformen im sozialen Wandel, Opladen 1999

Pine, Joseph B./Gilmore, James H.: Erlebniskauf. Konsum als Erlebnis, Business als Bühne, Arbeit als Theater, München 2000

Schneider, Nicole/Spellerberg, Annette: Lebensstile, Wohnbedürfnisse und räumliche Mobilität, Opladen 1999

Tappeiner et al. (Österreichisches Ökologie-Institut): wohnträume. nutzerspezifische qualitätskriterien für den innovationsorientierten wohnbau, hauptbericht, Wien, 2001

Theel, Ingo/Zang, Thomas: Wohnbaugenossenschaften im Systemwettbewerb, in: Theurl, Theresia (Hg.): Marketing und Kooperation bei Wohnbaugenossenschaften. Beiträge eines Symposiums des Instituts für Genossenschaftswesen der Universität Münster, Aachen, 2001,

Vossen Gottfried et al.: Ergebnisbericht zur Umfrage: Analyse der allgemeinen Ausstattung und Nutzung von Informationstechnik in Privathaushalten, Studie des Informatiklehrstuhls der Universität Münster, 2004, per E-Mail (nicht veröffentlicht)

Walch, Karin et al. (Österreichisches Ökologie-Institut): gebaut 2020. Zukunftsbilder und Zukunftsgeschichten für das Bauen von morgen, Projektbericht, Wien 2001

Wellman, Barry/Quan Hasse, Anabel: Capitalizing the Internet: Network Capital, Participatory Capital, and Sense of Community, in: Wellman, Barry/Haythornthwaite, Caroline (Hg.): The Internet in Everyday Life, Oxford, 2002, S. 291-324

Zukunftsinstitut GmbH: Megatrend Dokumentation, Kelkheim 2002

Zeitungsartikel, Presstexte, Broschüren

GESIBA: Broschüre zum Projekt Troststrasse 73-75

Lattinger, Peter: Kommentar, Sonderbeilage Kurier vom 21.11.2004

Management rund um Gebäude, in: Der Standard Spezial Facility Management vom 30.11.2004, S. 13

Mullaney, Timothy J./Hof, Robert D.: E-Tailing finally hits its stride, in: Business Week, December 2004, S. 34-35

Wiener wünschen sich Greißler ums Eck, in: Kurier vom 15.2.2004, S. 6

Artikel und Berichte Online

AMS: Arbeitsmarktlage 2002 – Jahresbericht,
URL: www.ams.or.at

Ärztezeitung Online: Der Markt für Telemedizin soll boomen, Artikel vom 19.11.2004
URL: www.aerztezeitung.de/docs/2004/11/19/211a2203.asp?cat=/computer/telemedizin

Austrian Internet Monitor: Internet wird immer besser in den Alltag integriert, Artikel vom 3.2.2005,
URL: www.presetext.at/pte.mc?pte=050203024

Architekturzentrum Wien (AZW): Wohnpark ´Alt Erlaa´, Artikel vom 14.9.2004,
URL: www.nextroom.at/building_article.php?building_id=239&article_id=3237

Berliner Institut für Sozialforschung (BIS): Forschungsbereich Smart Home/Smart Living, Präsentation
URL: www.bis-berlin.de/docs/shsl/presentation_shsl.pdf

Braun, Daniela: Der Concierge als Mitgliederservice der Bau- und Wohnungsgenossenschaft von 1892 eG, Präsentation am 18.2.04 an der Immobilia 2004 in Berlin,
URL: www.izt.de/pdfs/sewowi/Immobilia_Braun%20Concierge.pdf

Broy, Manfred et al.: Integrierte Gebäudesysteme – Technologien, Sicherheit und Märkte, Bonn/Ingelheim, 2002,
URL: www.bsi.bund.de/literat/studien/iggbs/igs.pdf

Bruhn, Manfred: Das Unternehmen in der Dienstleistungsgesellschaft, in:
Bullinger, Hans Jörg/Warnecke, Hans Jürgen (Hg.): Neue Organisationsformen im Unternehmen, Berlin/Heidelberg 1996,
URL: www.ebelteam.de/buch/irrtum/irrtum.pdf

Bundesministerium für soziale Sicherheit und Generationen: Bericht über die Lage der Behinderten in Österreich, Wien 2003,
URL: broschuerenservice.bmsg.gv.at:8080/PubAttachments/Behindertenbericht.pdf

Bürgermeister Zeitung: Wien: Tausende Wiener Seniorinnen und Senioren „surfen“ im Internet, Artikel vom 21.1.2005,
URL:
www.webway.at/neu/oebz/bundesland/content.php?oe=yes&mehr=yes&nrmehr=12980&bl=8&nachrichtenaus=austria&nav=a

De Barnabé y Varela, Gil Fernando (The Cisco Internet Business Solutions Group IBSG): Consumer Broadband: The Path to Growth and Profitability, White Paper, 2004

URL:

www.cisco.com/application/pdf/en/us/guest/about/about/c644/ccmigration_09186a00802c14c9.pdf

Der Greißler (Tante-Emma-Laden) als Vorbild, Artikel vom 10.10.2003

URL: www.newport.at/ge/news.aspx?CID=20190&ID=1062

Der Hausmeister kommt durchs Telefon, Presstext der Firma Servotel, Wiener Neudorf
13.10.2003

URL: www.pte.at/pte.mc?pte=031013011

Cisco Systems: Cisco Helps Wienstrom Make Broadband the New Utility Service in Vienna,
Artikel

URL:

www.cisco.com/en/US/netsol/ns341/ns396/ns223/ns227/networking_solutions_customer_pr_ofile09186a008019b515.html

Deutsches Institut für Urbanistik (difu): Medien, Kommunikation und Stadtentwicklung,
1996,

URL: www.difu.de/index.shtml?/publikationen/difu-berichte/4_96/artikel04.shtml

E-Business-Community-Newsletter Nr. 23, Dezember 2004: Österreich bei M-Business gut
unterwegs,

URL: www.apa.at/multimedia/ebc/downloads/ebc-newsletter2304.pdf

ecaustria: Alles was das Herz begehrt, Artikel vom 7.11.2004,

URL: ecaustria.at/?url=/?id=1850699

Eichener, Volker: Zukunft des Wohnens – Zukunft der Wohnungsgenossenschaften,
Präsentation beim GdW Forum der deutschen Wohnungsgenossenschaften, „Innovativ in die
Zukunft“, Würzburg 17.11.2003,

URL: www.inwis.de/hfm/aktuelles/Genossenschaften-ZukV2.pdf

Faymann, Werner: Eröffnungsrede zur Social Housing UNECE-Konferenz Wien am
30.11.2004,

URL: www.socialhousing2004.at/Rede_Stadtrat_Faymann.at

Fehr, Corinna/Henner-Fehr, Christian: High Tech aus Österreich, Artikel in: Monitor Das
Magazin für Informationstechnologie, Nr. 4, 2000,

URL: www.monitor.co.at/story.cfm?storyid=2374

Förster, Wolfgang: Guidelines on Social Housing, Präsentation an der UNECE Konferenz Wien
vom 28. bis 30. November 2004,

URL: www.socialhousing2004.at/Presentation_Session1_Foerster_short.pdf

Förster, Wolfgang: Sozialer Wohnbau in Wien. 80 Jahre Erfolg und Herausforderung, Artikel
vom 20.7.2004,

URL: www.gebietsbetreuungen.wien.at/htdocs/sozialeswohnen.htm

Gallup-Institut/Baidinger, Andrea: Wohnstudie 2004, Presseinformation vom 25.3.04,

URL: www.gallup/wohnen.htm

Gareis, Karsten/Hüsing, Tobias/Mentrup, Alexander: What Drives eWork? An Exploration into
Determinants of eWork Uptake in Europe. Paper presented at ITA 2004, 9th International
Telework Workshop, Heraklion, 6-9 September,

URL: www.empirica.de

Gareis, Karsten/Kordey, Norbert: Telearbeit - Status Quo 2001 und Ausblick,
URL: www.empirica.de

Gupta, Satish: Home Networking, White Paper, WIPRO Technologies, 2002,
URL: www.wipro.com/pdf_files/homenetworking.pdf

Halme, Minna/Jasch, Christine/Scharp, Michael: Dienstleistungen, Homeservices,
Nachhaltigkeit, 2004,
URL: www.izt.de/homeservice

Hohm et al.: Dienstleistungen in der Wohnungswirtschaft: professionelle Entwicklung neuer
Serviceleistungen, Dokumentation des Workshops, Mannheim, 2002,
URL: www.ioew.de/dienstleistung/publikationen/Workshopdoku.pdf

KMU Forschung Austria: Pressemitteilung,
URL: www.kmuforschung.at/de/Presse/2005/Kaufkraft%2001-05.pdf

Knoll et al. Mobilität und Wohnen, IZT Werkstattbericht Nr. 61, Berlin 2003,
URL: www.izt.de/pdfs/IZT_WB61_Mobilitaet_Wohnen.pdf

Frost & Sullivan: Marktanalyse – Rosige Zeiten für die Telemedizin, 2002, Artikel zum
Projekt
URL: www.praxisnetz.multimedica.de/public/091/010/0214kw_02_091_010.html

Millmann-Pichler, Gerd: Faymann: Keine Wahlmöglichkeit zwischen Hausbesorgern und
Firmen, Artikel vom 29.9.2004,
URL: www.wien.gv.at/vtx/vtx-rk-xlink?DATUM=20040929&SEITE=020040929006

Monte Laa: Präsentation der Sieger des zweiten Wohnbauträger-Wettbewerbs,
Pressemitteilung vom 5.11.2003,
URL: www.montelaa.at/presse/presse-detail.php?lang=de&Id=22

Neuhold, Leopold (Universität Graz)/Wrann, Gerhild (Universität Graz)/icomediass GmbH:
Studie: Barrierefreies Internet in Österreich, Graz 2003,
URL: icomediass.com/cms/dokumente/10003397/7306dba5/studie_barrierefreiheit.pdf

Parlamentarische Enquete des Bundesrates: Die Überwindung der `Digital Divide´ als
regionale Herausforderung, 24.7.2004, Stenographisches Protokoll,
URL:
www.parlament.gv.at/pls/portal/docs/page/PG/DE/BR/VER-BR/VER-BR_00003/FNAMEORIG_025742.HTML

Presstext Austria: Der Hausmeister kommt durchs Telefon, Pressemitteilung vom
13.10.2003,
URL: www.pte.at/pte.mc?pte=031013011

Presstext Austria: T-Commerce: Teleshopping-Sender überholen Premiere, Pressemitteilung
vom 6.1.2005
URL: www.presetext.at/pte.mc?pte=050106002

Rottenberg, Thomas: Der Wohnpark-Planer und sein Mantra, Artikel vom 11.9.2001,
URL: www.nextroom.at/building_article.php?building_id=239&article_id=6060

Sandström, Greger/Keijer, Ulf: User Value evaluated in three Smart Home Projects, 2003,
URL: www.smarthomeforum.com/start/int190404.asp

Scholz, Detlev: Telemedizin: Warten auf verbesserte Standards, Artikel vom 27.11.2004
URL: www.cio.de/index.cfm?Pageid=262&cat=det&maid=6955

Seiß, Reinhard: Harry Glücks hängende Gärten, Artikel in der Wiener Zeitung vom 2.4.2004,
URL: www.wienerzeitung.at/frameless/lexikon.htm?ID=13233

Serentschy, Georg: Breitbandinitiative 2003. Status – Vision – Ziele, Pressehintergrundgespräch am 1. April 2003 zum RTR Symposium am 2.4.2003,
URL:
[www.rtr.at/web.nsf/lookuid/3F681AE286A6FFDCC1256DC80035F853/\\$file/StatusVisionZiele.pdf](http://www.rtr.at/web.nsf/lookuid/3F681AE286A6FFDCC1256DC80035F853/$file/StatusVisionZiele.pdf)

Stadtentwicklung Wien: Bevölkerungsvorausschätzung 2000-2030 nach Teilgebieten der Wiener Stadtregion, Artikel vom 29.4.2004,
URL: www.wien.gv.at/stadtentwicklung/bevoelkerung2030

Stadtentwicklung Wien: Wohnzufriedenheit in Wien. Ergebnisse aus empirischen Erhebungen (Befragungen) in unterschiedlichen Wohn- und Siedlungsformen in Wien und im Wiener Umland (Wien 1999/2000),
URL: www.wien.gv.at/stadtentwicklung/wohnzufriedenheit/index.htm

Verivox: Bereit für die nächsten Schritte bei Netzwerken, WLAN und Home-Entertainment, Pressemitteilung vom 17.1.2005,
URL: www.verivox.de/News/ArticleDetails.asp?aid=5372&pm=1

Winkler/Eigner/Henter/Lattacher: Haushaltsnahe Dienste. Vorsicht neues Berufsbild. PU Innovationen am Arbeitsmarkt Kooperation BAS/WU, WS/SS 2002/2003,
URL:
www.wohnenarbeiten.at/dwnl.d/Studie_Haushaltsnahe_Dienste_Vorsicht_neues_Berufsbild.pdf

Wurm, Karl (GBV): Das gemeinnützige Wohnungswesen in Österreich, Präsentation Social Housing UNECE-Konferenz Wien, 30.11.2004,
URL: www.socialhousing2004.at/Präsentation_Special_Wurm.pdf

Webseiten

www.aeag.at

www.alterlaa.net

www.ams.or.at/statistik/berichte/bezprofile/bul/9/tab_02.htm

www.ams.or.at/wien/sfa/soeb/haus.htm

www.blizznet.at

www.catsitting-nuernberg.de

www.cio.gv.at

www.ddhaus.at

www.experten-marktplatz.de/lobby.asp

www.futurelife.ch

www.futurezone.orf.at/futurezone.orf?read=detail?id255314

www.gasometer.cc

www.gesiba.at

www.handwerklicherheimservicepeine.de

www.hitech.at/archiv/2_01/strom.htm

www.homeservice.at

www.homeservice-berlin.info

www.hopferl.com

www.intelligentes-wohnen.com

www.leonard-bernstein.at

www.neue-arbeit.at

www.neuedonau.com

www.schappelan.ch

www.statistik.at/fachbereich_02/preisindex_txt2.shtml

www.statistik.at/konsumerhebung/detailergebnisse.shtml

www.statistik.at/konsumerhebung/pc.shtml

www.volkshilfe.at

www.wien.gv.at/ma66

www.wien.gv.at/wienerwohnen/gesch.htm

InterviewpartnerInnen

Mag. Gabriele Drunecky (Fonds Soziales Wien, Stabstelle Dokumentation) und Helga Grünwald (Fonds Soziales Wien, Fachbereich Pflege)

Herr Faber, Leiter Zustellservice Merkur Direkt

DI Oliver Högn, Mischek, Stabsstelle Development

Ernst Kovacs, Leiter Wohnbau, Raiffeisen Evolution

Dr. Josef Noll, Telenor (Norwegen)

Ing. Alexander L. Pawlik, EDV-Experte, tätig im Bereich Smart Homes

Helmut Redl, Mischek, Verkauf

Peter Stamminger, Geschäftsführer des Service Call Centers Servotel

Ein Vertreter der Hausverwaltung im Mischek Tower

Ein Vertreter des Facility Managements im Mischek Tower

Ein Apotheker im Kaufpark des Wohnparks Alt Erlaa

Eine Buchhändlerin im Kaufpark des Wohnparks Alt Erlaa

Eine Bewohnergruppe vom Wohnpark Alt Erlaa
Initiator des virtuellen Hausportals alterlaa.net

Eine Bewohnergruppe vom Mischek Tower, Donau City
Initiator des virtuellen Hausportals leonard-bernstein.at