

Foto: Best Ager Club



Foto: Feierabend

Platinnetz ist seit April 2007 am Markt und nennt sich „das lebendige Netzwerk der Generation 40 plus“. Angesprochen werden Menschen mit Lebenserfahrung, vielseitigen Interessen und Neugier auf neue Menschen. Platinnetz möchte der Generation der Junggebliebenen die Möglichkeit bieten, Kontakte zu knüpfen und Erfahrungen auszutauschen.

Die Idee zu Platinnetz hatten die drei Gründer Jan Bromberger, Heike und Markus Helfenstein bei einer Wanderung. Sie unterhielten sich über Netzwerke wie Xing und StudiVZ. Auf der Hütte angekommen, waren die drei umgeben von vielen Menschen, die überwiegend im mittleren Alter waren. Sie waren aktiv, sportlich und gut gelaunt – die Generation der Junggebliebenen. Bei dieser Beobachtung stellten sich die drei die Frage: Warum gibt es eigentlich kein Netzwerk speziell für ältere Menschen? Platinnetz war geboren.

Ähnlich wie bei StudiVZ gestalten die User ihr eigenes Profil und suchen nach Kontakten mit gleichen Interessen oder nach alten Bekannten. Der Austausch findet vor allem in Foren und Chat-Räumen statt. Eines der beliebtesten Foren ist zum Beispiel „Generation 68 und ihre jüngeren und älteren Geschwister – was verbindet uns?“

Die Mitglieder diskutieren über das Single-Dasein, tauschen Reisetipps oder Fotos aus. Über 100.000 Mitglieder sind mittlerweile registriert und machen Platinnetz zu einem führenden Best-Ager-Netzwerk in Deutschland. Mehr als 60.000 mal wird die Seite am Tag besucht. Täglich werden mehr als 4.000 Nachrichten ausgetauscht, und es gibt mittlerweile über 200 Foren.

www.platinnetz.de

5. Plusser - Lifestyle, Erfahrung und Dialog

Ein sehr ähnliches Angebot machen die Gründer Jannis Choulidis, Alexander Thomas, Christian Weiß und Thomas Schwanhäuser von Plusser.de seit Anfang des Jahres. Die vier Jungs sprechen ganz ausdrücklich die Menschen ab 40 Jahren an. Mit ihrem Online-Netzwerk und gleichzeitigem Service-Portal wollen sie den Brückenschlag zwischen dieser Altersgruppe und ihrer Generation

schaffen. Die Erfahrungen mit ihren Eltern zeigte: Für Menschen, die nicht mit dem Internet aufgewachsen sind, ist es oft schwierig, alle Möglichkeiten des World Wide Web zu nutzen.

Plusser schafft hier Abhilfe und dient als Plattform, um Lebenserfahrung auszutauschen, sich über Lifestyle-Trends zu informieren und gemeinsam das Netz zu erleben. Dabei stellen die Gründer die Wünsche der Zielgruppe gezielt in den Vordergrund. Ein Seitenlotse hilft den Usern, sich auf der Seite zu bewegen und schafft einfache Bedienbarkeit. Eine Service-Redaktion hält die Mitglieder auf dem Laufenden und bietet Spiele wie Sudoku oder Gehirnjogging an. Angesprochen werden vor allem diejenigen, die sich als „Youngster“ ihrer Altersgruppe verstehen und Freude daran haben, ihre Kontakte über das Web zu knüpfen.

Die Mitgliedschaft bei Plusser ist für die User vollständig kostenlos. Die Seite finanziert sich komplett über Werbung.

Ein Sahnehäubchen auf ihr Angebot setzen die Macher von Plusser durch die Kooperation mit dem Mobilfunkunternehmen simply. Damit wird den Mitglieder ein gesonderter Mobilfunk-Tarif geboten. Dadurch deckt das Portal die gesamte Palette an Kommunikationswegen für seine Mitglieder ab. Plusser-Mitglieder können in Zukunft ab 3 Cent pro Minute miteinander telefonieren.

Nach drei Monaten am Markt zieht Plusser eine erste positive Bilanz: Mittlerweile zählt das Portal über 2.000 Mitglieder und verzeichnet ein rasantes Wachstum. So verdoppelte sich die Zahl der Mitglieder von Mai auf Juni.

www.plusser.de

6. Home Instead Seniorcare - weltweit erprobtes Franchise-System und neu in Deutschland, Österreich und der Schweiz

Das amerikanische Franchise-Unternehmen Home Instead Seniorcare steht für ein Leben zu Hause. Alte Menschen wünschen sich, so lange wie möglich in den eigenen vier Wänden zu leben, möchten aber auch keinem zur Last fallen. Die Lösung bietet Home Instead Seniorcare und das schon seit geraumer Zeit.



Die Geschichte von Home Instead Seniorcare beginnt 1994 mit der Betreuung der Großmutter des Firmengründers Paul Hogan. Aus dieser Idee hat sich seitdem ein schnell wachsendes Franchise-System in Amerika, Asien, Australien und Europa entwickelt.

Der Erfolg ist enorm. Home Instead Seniorcare ist inzwischen der weltweit größte Anbieter nicht-medizinischer Dienstleistungen für Senioren. Mittlerweile gibt es zirka 800 eigenständige Franchising-Büros in den USA, Kanada, Japan, Portugal, Australien, Irland, Neuseeland und Großbritannien.

Im Fokus der Leistungen stehen die sogenannten Caregiver. Sie sind „die Seele des Unternehmens“. Diese einfühlsamen Pfleger kümmern sich um die Angehörigen. Dabei erledigen sie eigentlich alles, was im Alltag anfällt. Sie leisten den Kunden Gesellschaft, erinnern an Termine, planen Reisen und Ausflüge und leihen DVDs aus. Aber auch Hausarbeit wie Wäsche waschen und bügeln, Bettwäsche wechseln, Einkäufe erledigen und Gartenarbeit übernehmen die Caregiver von Home Instead.

Der Franchise-Nehmer fungiert als Manager. Er ist für das Einstellen, Trainieren und die langfristige Zusammenarbeit mit den Mitarbeitern zuständig. Zudem vertritt das Unternehmen in der Öffentlichkeit.

Seit 2007 gibt es das Konzept auch in Österreich und der Schweiz. Paul Fritz übernahm die Lizenzen und startete mit einem Pilotprojekt in Basel.

Er sieht ein enormes Marktpotential: „Hier ist Franchising gerade erst im Aufkommen. Außerdem ist der Markt viel versprechend. Die Nachfrage an Sozialdienstleistungen ist so groß, dass die hier staatlich geförderte Organisation nicht alle Bereiche abdecken kann. Wir sehen Home Instead als eine wertvolle Ergänzung“, so Fritz. In seinem Pilotbetrieb in Basel arbeiten mittlerweile 80 Mitarbeiter. Er startete 2007 zu zweit mit seiner Partnerin.

Seit 2008 gibt es auch das erste Home Instead Büro in Deutschland. Jörg Veil ist im Jahr 2007 als Master-Franchise-Nehmer für Deutschland bei Home Instead Seniorcare eingestiegen und hat als geschäftsführender Gesellschafter die Home Instead GmbH & Co. KG gegründet, die Anfang 2008 ei-

nen Pilotbetrieb in Köln aufbaute. Noch in diesem Jahr wird der Auf- und Ausbau des Home-Instead-Franchise-Systems in Deutschland erfolgen. Vielleicht sind Sie ja ein potentieller Kandidat?

www.homeinstead.de

7. Senior Shop - das mobile Kleidungsfachgeschäft, das zum Kunden kommt

Im Alter wird das Einkaufen für den Menschen häufig zur Qual. In den Geschäften ist es zu voll, zu laut und zu unübersichtlich. Das Ergebnis sind gestresste und frustrierte Senioren. Und der Stress, dem sie sich damit aussetzen, lohnt sich nicht einmal, denn häufig beschränkt sich der Großteil des Angebots auf die jungen Zielgruppen.

Die Lösung hat Senior Shop: „Wir bieten betagten Damen und Herren, die zu einem stressigen Shopping in den Geschäften nicht mehr in der Lage sind, im Seniorenheim oder zu Hause ein vergleichbares Einkaufserlebnis – aber in aller Ruhe“, so Wim Schijen, der deutsche Master-Franchise-Nehmer von Senior Shop. Das mobile Bekleidungs-fachgeschäft kommt regelmäßig zu seinen Kunden in Seniorenheimen oder -residenzen, in Seniorenclubs oder nach Hause. Der Kunde hat die Auswahl zwischen 1.200 Kleidungsstücken, Unterwäsche und Schuhen. Zweimal im Jahr erscheint eine neue Kollektion, von der übrigens viele Teile speziell für Senior Shop angefertigt werden. Neben Modernität zählt vor allem Funktionalität: Große Knöpfe, dreiviertellange Ärmel und Komfortbünde sind altersgerechte Faktoren, die berücksichtigt werden.

Das Konzept des rollenden Kleiderausstatters ist bereits über zehn Jahre alt und 1996 in Schweden gestartet. Wim Schijen startete im Jahr 2002 in Krefeld mit der Einführung auf dem deutschen Markt. Die Erfolgsbilanz von Senior Shop spricht für sich: Europaweit sind inzwischen 70 mobile Shops unterwegs. Davon sind zwölf Franchise-Nehmer in Deutschland, und bis zum Jahresende sind weitere acht geplant. Das Konzept gibt es mittlerweile in zehn Bundesländern; es wird von der Krefelder Systemzentrale verwaltet.