

Eine aktuelle Studie wirft einen detaillierten Blick auf die künftige Entwicklung der Pflege

Der Pflegemarkt: Eine Branche macht sich auf den Weg

Längst ist die Pflege kein Stiefkind der Wirtschaft mehr, sondern ein wichtiger, hoch dynamischer und milliardenschwerer Wachstumsmarkt. Das ist die zentrale Erkenntnis des Care Trendreports 2022, durchgeführt vom Markt- und Meinungsforschungsinstitut Ipsos. Insgesamt zehn Trends konnten die Meinungsforscher identifizieren, die dazu Interviews mit Pflegeexpertinnen und -experten aus zahlreichen Unternehmen sowie Privathaushalten geführt haben.

Einige der Erkenntnisse haben die erfahrenen Pflegemarktforscher in ihrer deutlichen Ausprägung durchaus überrascht. „So zum Beispiel das

große Individualisierungsbedürfnis einer neuen Generation von Alten, das sich nicht nur in sehr unterschiedlichen Ansprüchen an altersgerechte Wohn- und Betreuungsformen zeigt, sondern auch einen ganz anderen Bedarf an zubuchbaren Leistungen nach sich zieht“, so Stephanie Hollaus, Leiterin des Forschungsbereichs Care bei Ipsos.

Markt ist geprägt von hohen Wachstumsraten

Der Pflegemarkt zählt EU- und deutschlandweit zu den größten Wachstumsmärkten überhaupt. So wird das Umsatzvolumen für Services und Dienstleistungen – ohne



DOWNLOAD
Den kompletten Trendreport von Ipsos gibt es hier care-trendreport.ipsos.de

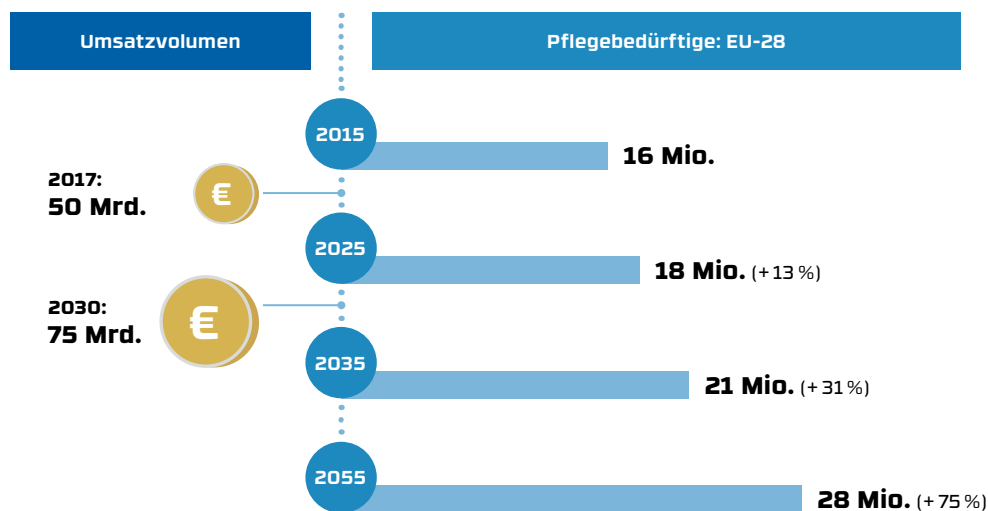
Pflegeprodukte – bis ins Jahr 2030 auf 75 Milliarden Euro steigen. Zum Vergleich: 2017 betrug das gesamte Umsatzvolumen, nach Angaben des Forschungsinstituts noch rund 50 Milliarden Euro (Grafik unten). Anbieter von Produkten und Dienstleistungen – egal, ob sie neu in den Markt eintreten oder in diesem schon etabliert sind – müssen wissen, wer über Investitionen entscheidet, welche Bedürfnisse diese Personen haben und wie sie diese idealerweise adressieren.

Trend: Bildung neuer Unternehmensallianzen

Als einen von zehn Trends konnte Ipsos die Bildung von neuen Unternehmensallianzen ausmachen. Zahlreiche Unternehmen, die sich dafür entscheiden, vulnerable Gruppen im Pflegemarkt anzusprechen, streben Kooperationen an oder kaufen sich Firmen mit dem gewünschten Know-how hinzu. Ziel ist es entweder, das bestehende Angebot eines Unternehmens um zusätzliche Produkte oder Dienstleistungen – zumeist aus dem Bereich Technologie – zu erweitern, oder Produkte und Dienstleistungen komplett neu zu entwickeln.

Ein Beispiel für die Kooperation zweier innovativer Markt-Player ist die Zusammenarbeit zwischen Bringliesel und Senexis. Bringliesel bietet eine digitale Einkaufsassistentz, Senexis eine Art überdimensioniertes Tablet, den Caretable. Gemeinsam erleichtern die beiden Unternehmen älteren Zielgruppen in stationären Einrichtungen, online ihre individuellen Lieblingsprodukte einzukaufen.

Wachstumsmarkt Pflege *



Quelle: Ipsos

Bei den prognostizierten Wachstumsraten sind Anbieter von Produkten und Dienstleistungen gut beraten, wenn sie die Bedarfe der Nutzerinnen und Nutzer genau kennen.



„Die neue Generation der älteren Kunden hat ein großes Bedürfnis nach Individualisierung.“

Stephanie Hollaus, Ipsos

Eine weitere wichtige Erkenntnis aus der Untersuchung, bei der Experten aus 32 Unternehmen verschiedener Branchen befragt wurden, ist dass die Markenbildung und Markenführung im Pflegemarkt einen höheren Stellenwert erlangt.

Trend: Stellenwert des Marketing steigt

Gerade in komplexen Märkten wie der Pflegewirtschaft sind starke Marken besonders wirksam. Sie genießen Vertrauen, bieten Orientierung und entlasten somit ihre Zielgruppe bei der Wahl angesichts eines Überangebots an Produkten und

Marketing und Branding sind Neuland für Akteure der Pflege.

Dienstleistungen. Marketing und Branding sind für viele Player in diesem Wachstumsmarkt Neuland. Da der Wettbewerbsdruck steigt, sorgen neue innovative Unternehmen für frischen Wind, und immer mehr etab-

lierte Anbieter verändern sich und kümmern sich mal mehr, mal weniger professionell um ihre Positionierung als Marke.

Betreiber werden sich weiter konsolidieren

Beim abschließenden Blick auf den deutschen Pflegemarkt zeigt sich, dass zahlreiche neue und etablierte Anbieter konsequent ihre Geschäftsmodelle konzipieren und den Markt weiter entwickeln. Nach Einschätzung des Forschungsteams wird sich die stationäre Pflege zukünftig wei-

terhin konsolidieren und „hybridisieren“. Es werden hier wenige neue Anbieter hinzukommen, stattdessen werden Einzelhäuser von größeren Unternehmen gekauft. Ipsos Geschäftsführer Ralf Ganzenmüller resümiert: „Wer in diesen Markt einsteigen will, muss sich sehr genau mit den besonderen Marktbedingungen sowie den Bedürfnissen und Erwartungen der diversen Zielgruppen auseinandersetzen. Hierbei wird die sich entwickelnde Pflegemarktforschung eine wichtige Unterstützung leisten.“ (CI)

IMMAC
group

Nachhaltige Partnerschaften fest im Fokus.
IMMAC – Spezialist für Sozialimmobilien.

25
IMMAC
JAHRE

www.IMMAC.de