

Handelsblatt

Wohlstand ist alle

Die Radikalen diktieren die Richtlinien der Politik –
mit fatalen Folgen für die Wirtschaft



u. Frankreich 4,20 € / 3,20 € o. 50 CHF /
4,00 GBP / 3,00 GBP / Schweiz 5,50 CHF /
6,90 CHF / Polen 23,00 PLN / 72,00 PLN

Handelsblatt Print: 69,00 Euro
Handelsblatt Print + Premium: 79,99 Euro
www.handelsblatt.com/angebot

Tel. 0211 887 3602
kundenservice@handelsblatt.com

4 190253 104801

G 02531 4,80 €

Handelsblatt

Illustration: Samson



LONGEVITY-TREND

Vom Wellnessbereich zum Gesundheitskonzept

Wellnessbereiche werden Teil hochwertiger Wohnkonzepte. Der Longevity-Trend verändert die Anforderungen an Ausstattung und Planung – von der Sauna bis zur altersgerechten Immobilie.

Tristan Heming Düsseldorf

Die Sauna zieht aus dem Keller ins Zentrum des Wohnens. In den 1990er-Jahren stand sie häufig zwischen Wasch- und Vorratsräumen. Wurde sie kaum genutzt, diente sie bald als Abstellkammer. „Heute hat Wellness denselben Stellenwert wie die Küche oder das Wohnzimmer“, sagt der Innenarchitekt Olaf Kitzig, Gründer und Geschäftsführer von Kitzig Design Studios. Sein Unternehmen plant Luxuswohnhäuser, Hotels und Gastronomiebetriebe. „Wir bauen fast gar keine Häuser ohne Spa oder Wellnessbereich mehr“, sagt Kitzig.

Ähnliches beobachtet Till-Fabian Zalewski, Group-Co-CEO des Immobilienmaklers Engel & Völkers, beim Verkauf von Premium- und Luxusimmobilien. Käufer legen heute „besonderen Wert auf ganzheitliche Wohnkonzepte“, die „sowohl ästhetisch als auch funktional überzeugen und hochwertige, nachhaltige Materialien vereinen“. Als Beispiele nennt Zalewski „private Spas mit Saunen, Dampfbädern und Rotlichttherapie, moderne Fitnessräume mit Yoga- und Stretchzonen und Eisbädern sowie Smart-Home-Technologien zur effizienten Energienutzung und Sicherheit“.

Engel & Völkers ordnet solche Wohnkonzepte dem Segment „Wellnessimmobilien“ zu. Als „neueste Kategorie in diesem Segment“ beschreibt der Immobilienmakler sogenannte „Longevity-Residenzen“.

Der Begriff „Longevity“ kommt aus dem Englischen und bedeutet Langlebigkeit. Der Trend zielt nicht nur darauf, Krankheiten und Stress zu vermeiden. Im Mittelpunkt steht vielmehr die Frage, wie

Menschen möglichst lange und möglichst gesund leben können. Im Wohnbereich wird dieser Gedanke auf die Umgebung übertragen: Medizinische Untersuchungen, Gesundheitsdaten, therapeutische Angebote und Wellness sollen umso besser wirken, als sie Teil des Alltags werden.

Longevity geht dabei über die technische Ausstattung hinaus. Auch die langfristige Nutzbarkeit der Immobilie selbst gehört zu dem Konzept. Ein Haus soll möglichst lange zur Lebenssituation seiner Bewohner passen und ihnen auch bei veränderter Beweglichkeit ein selbstständiges Leben ermöglichen.

Nicht jeder Trend hält an

Auf der eigenen Website nennt Engel & Völkers einige Merkmale von „Longevity-Residenzen“. Dazu gehören Systeme zur Aufbereitung von Luft und Wasser, schadstoffarme Materialien sowie getrennte Lüftungsbereiche. Sie sollen die Qualität des Raumklimas verbessern. Dynamische LED-Leuchten bilden den Verlauf des Tageslichts nach. Dieses sogenannte „zirkadiane Licht“ orientiert sich am natürlichen Tag-Nacht-Rhythmus. Zum Konzept zählt laut Engel & Völkers außerdem die Erfassung von Gesundheitsdaten. Berührungsloses Monitoring und Schlaftracking sollen Bewohnern dabei helfen, ihren Körper besser zu verstehen. Auch vernetzte Küchengeräte werden als Beispiel genannt.

Wellnessorientierte Wohnimmobilien kosten nach Angaben des Global Wellness Institute (GWI) zwischen zehn und 25 Prozent mehr als Immobilien



ohne entsprechende Ausstattung. In einem Report von Engel & Völkers werden solche Immobilien zudem als „äußerst wertstabil“ bezeichnet. Zalewski formuliert den möglichen Einfluss auf den Immobilienwert vorsichtiger: „Exklusive Merkmale dieser Art können den Wert einer Immobilie positiv beeinflussen.“ Zudem legen Käufer laut Zalewski „zunehmend Wert auf eine zum individuellen Lebensstil passende Immobilie, die langfristig positiv zu Wohlbefinden und Gesundheit beiträgt“.

Ein Wellnessbereich sollte laut Olaf Kitzig Duschen und Ruheflächen umfassen. In einem größeren Bad lassen sich dafür etwa eine großflächige Dusche mit verschiedenen Strahlarten, eine Vorrichtung für wechselnde Warm-Kalt-Anwendungen, eine kleine Sauna und eine Whirlpool-Wanne kombinieren. So entstehe „auf kleinem Raum eine hochwertige Sauna-Umgebung“, sagt Kitzig.

Steht mehr Fläche zur Verfügung, kann der Wellnessbereich als eigener Raum geplant werden und über eigene Duschen und Ruheflächen verfügen – auch im Garten. „Bei Häusern verlegen wir den Wellnessbereich gern nach draußen. Da gibt es Platz, man ist ein bisschen aus dem Tagesgeschehen des Hauses raus und kann einen echten Entspannungsort schaffen“, sagt Kitzig.

Mit Smart-Home-Technik lässt sich das Heim-Spa von unterwegs oder vom Sofa aus einschalten: „Dann gibt es keine Wartezeiten mehr.“ Die Sauna ist dann bereits aufgeheizt, wenn sie genutzt werden soll, und lässt sich leichter in den Alltag integrieren.

Doch nicht alle Entwicklungen im Wellnessbereich setzen sich durch. So wurden Sport- und Wellnessflächen jahrelang gemeinsam geplant und gebaut. Für Kitzig handelt es sich dabei aber um „völlig verschiedene Aktivitäten“. Heute würden beide Bereiche getrennt geplant, der Trend gehe zur „puren Entspannungsfläche“. Das erhöhe nicht nur die Verweildauer, sondern auch das Wohlbefinden.

Auch bei der technischen Ausstattung geht der Trend laut Kitzig weg von Multifunktionsgeräten. Kleine Dampfbäder, die zugleich als Dusche dienen, hätten sich nicht durchgesetzt. Stattdessen kämen zunehmend kompakte Einzelgeräte zum Einsatz, die platzsparend und auch für Privathaushalte erschwinglich seien. Sie ließen sich zu einem eigenen Wellnessbereich kombinieren.

Kitzig integriert nach eigenen Angaben auch medizinische Geräte und andere technische Anwen-



1. Wellnessbereich: Die Entspannungsfläche soll auch unabhängig vom Whirlpool Ruhe bieten.

2. Sauna: Schwitzkabinen in allen Größen.

3. Badezimmer: Der Übergang zwischen Hygiene und Wellness wird fließender.

und mich ist das vielleicht nicht mehr passend, wenn ich in einigen Jahren Kinder haben möchte. Da muss das Konzept so flexibel sein wie die Lebensgestaltung.“

Der Longevity-Gedanke reicht damit über die unmittelbare Gesundheitsförderung hinaus. Eine Immobilie soll möglichst langfristig zur Lebenssituation ihrer Bewohner passen und auch bei veränderter Beweglichkeit ein selbstständiges Leben ermöglichen. Der aktuelle „2026 Mid-Year Luxury Outlook“ von Sotheby's International Realty zeigt, dass diese langfristige Perspektive bei Luxusimmobilien an Bedeutung gewinnt.

Immobilie vorbereiten auf das Alter

Knapp 38 Prozent der Immobilienfachleute, die Objekte im Wert von mindestens zehn Millionen US-Dollar vermitteln, geben an, dass die Möglichkeit, auch im Alter in der eigenen Immobilie zu leben, für Käufer zunehmend eine Rolle spielt. Flache Grundrisse auf einer Ebene, breite Türrdurchgänge und ebenerdige Duschen können dazu beitragen, dass Bewohner auch bei eingeschränkter Beweglichkeit möglichst lange selbstständig in den eigenen vier Wänden leben können. ◀

”

Wir bauen fast gar
keine Häuser
ohne Spa oder
Wellnessbereich mehr.

Olaf Kitzig
Geschäftsführer Kitzig Interior Design

dungen in seine Innenraumkonzepte. Die Geräte selbst kommen von spezialisierten Unternehmen. Bei der Gestaltung geht es ihm darum, dass die Technik im Raum nicht im Vordergrund steht. „Wir zeigen keine Geräte, ob Infusion, Pediküre oder Maniküre. Das Wohlfühlen hat einen großen Einfluss auf unsere Gesundheit, also weg mit allem technischen Gerät.“

Damit Wellness dauerhaft funktioniert, sollte die Ausstattung zur Lebensweise der Bewohner passen. Für Engel & Völkers entstehen „echte Gesundheitseffekte nicht bei einem kurzen Wellness-Wochenende, sondern in der Umgebung, in der Menschen täglich leben.“

Am wichtigsten ist für Olaf Kitzig „eine saubere Bedarfsanalyse“ bei der Planung. In Privathäusern sei eine komplette Spa-Ausstattung mit mehreren unterschiedlich heißen Saunen, Dampfbad, Infrarotgeräten, Salzgrotte und mehreren Whirlpools meist nicht sinnvoll. Wenn die teure Ausstattung später kaum genutzt werde, seien die Kunden entsprechend unzufrieden. „Alles, was man nicht kennt, sollte man vorher ausprobieren, um zu wissen, ob man es braucht“, sagt Kitzig.

Zudem veränderten sich die Ansprüche an einen Wellnessbereich im Laufe des Lebens: „Wenn ich mir jetzt ein Spa einrichte für meine Partnerin