



Bundesministerium
für Familie, Senioren, Frauen
und Jugend



EUROPÄISCHE KOMMISSION
Generaldirektion für Beschäftigung,
soziale Angelegenheiten
und Chancengleichheit

Europäischer Kongress „Demografischer Wandel als Chance: Wirtschaftliche Potenziale der Älteren“

Berlin, 17. und 18. April 2007

Dokumentation

Kofinanziert durch die Europäische Kommission

Kongress
Chance
Demografie

Forum D: Ältere als Produzierende (II) – Partner der Wirtschaft	84
Dr. Johannes Meier, Vorstand der Bertelsmann Stiftung.....	85
Dr. Franz Schoser, Senior Experten Service	88
Heidi Evers, Vilans.....	91
Gianni Pavesi, Italian Business Angels Network	95
Richard Baker, AGE Concern Großbritannien	98
 Bericht aus den Foren	101
Prof. Dr. Gerhard Nägele, Universität Dortmund	102
Robert Anderson, Europäische Stiftung zur Verbesserung der Lebens- und Arbeitsbedingungen.....	105
 Impulsreferate: Aktives Altern – Active Ageing	109
Prof. Dr. Alan Walker, Universität Sheffield	110
Anne-Sophie Parent, AGE – the European Older People’s Platform.....	114
 Podiumsgespräch: Herausforderungen des demografischen Wandels annehmen – Innovations- und Wettbewerbsfähigkeit stärken	121
Auszüge aus dem Podiumsgespräch – Moderation: Petra Diroll, ARD.....	123
Rolf Myhrman, Ministerium für Soziales und Gesundheit (Finnland)	
Katja Praefke, Unilever Deutschland	
Nicole Prud’homme, Europäischer Wirtschafts- und Sozialausschuss	
Sara E. Rix, Ph.D., AARP Public Policy Institute	
Jérôme Vignon, EU-Kommission, Generaldirektion Beschäftigung, Soziales und Chancengleichheit	
 Schlusswort	133
Gerd Hoofe, Staatssekretär im Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend	133
Mitwirkende in alphabetischer Reihenfolge.....	138

Vorwort

Sehr geehrte Damen und Herren,

fast alle Mitgliedsstaaten der Europäischen Union stehen vor der gleichen Entwicklung: Während Geburtenrate und Bevölkerungszahlen stetig sinken, steigt der Anteil der Menschen über 65 Jahre. Alleine in Deutschland wird er sich bis 2050 auf rund 30 Prozent verdoppeln. Wurden bisher überwiegend die negativen Auswirkungen des demografischen Wandels auf Gesellschaft, Wirtschaft und Sozialsysteme diskutiert, hat das Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend im Rahmen der EU-Ratspräsidentschaft die Chancen der Entwicklung in den Vordergrund gestellt. Mit dem europäischen Kongress „**Demografischer Wandel als Chance: Wirtschaftliche Potenziale der Älteren**“, der gemeinsam mit der EU-Kommission veranstaltet wurde, haben wir erstmals gezielt den Blick auf die Kompetenzen und Potenziale älterer Menschen gelenkt. Denn sie werden in unserer Gesellschaft gebraucht – für ein besseres Miteinander der Generationen und auch für mehr wirtschaftliches Wachstum, damit Deutschland im globalen Wettbewerb auch in Zukunft konkurrenzfähig bleibt.



Die rund 400 Teilnehmenden aus den EU-Mitgliedsstaaten, den USA und der Türkei, aus Politik, Wirtschaft, Verwaltung, Wissenschaft und Zivilgesellschaft, diskutierten zwei Tage über neue Marktpotenziale für Produkte und Dienstleistungen, die auf die Bedürfnisse älterer Menschen zugeschnitten sind. Die ältere Generation verfügt über eine sehr hohe Kaufkraft, die demografisch bedingt noch zunehmen wird. Wenn es uns darüber hinaus gelingt, ältere Menschen noch aktiver in die Zivilgesellschaft einzubinden, ergeben sich daraus viele neue Chancen. Für die Wirtschaft zum Beispiel bei der Produktentwicklung, in der Unternehmensberatung oder im Dienstleistungssektor. Ältere Menschen können als Beschäftigte, als etablierte Unternehmerinnen und Unternehmer oder als Existenzgründerinnen und Existenzgründer einen großen Wissens- und Erfahrungsschatz einbringen.

Die interessanten Vorträge und Diskussionen im Plenum und in den Arbeitsgruppen haben allen Teilnehmerinnen und Teilnehmern vor Augen geführt, welche Chancen für europäisches Wirtschaftswachstum und Beschäftigung der demografische Wandel bietet und welcher Gewinn damit verknüpft sein kann. Ein Gewinn nicht nur für die Unternehmen, sondern vor allem für die ältere Generation von heute und morgen. Deren Lebensqualität kann durch neue Produkte und Dienstleistungen, die auf ihre Bedürfnisse zugeschnitten sind, deutlich steigen – und davon profitieren sogar alle als Konsumentin oder Konsument. Es liegt an uns allen, diese Chance zu nutzen.

Der vorliegende Tagungsband enthält alle Vorträge und Diskussionen der Fachkonferenz vom 17. bis 18. April 2007 in Berlin. Für alle, die am Thema interessiert sind, aber nicht dabei sein konnten, zeigt er Wege auf, wie die Wirtschaftskraft Alter Europa bis 2010 weltweit zum dynamischsten und wettbewerbsfähigsten Wirtschaftsraum machen kann.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Ursula v. der Leyen', written in a cursive style.

URSULA VON DER LEYEN

BUNDESMINISTERIN FÜR FAMILIE, SENIOREN,
FRAUEN UND JUGEND

Berliner Congress Centrum, 17./18. April 2007

Europäischer Kongress „Demografischer Wandel als Chance: Wirtschaftliche Potenziale der Älteren“

Dienstag, 17. April 2007

- | | |
|-----------------|---|
| ab 08:30 Uhr | Registrierung der Teilnehmerinnen und Teilnehmer |
| 10:30 Uhr | Stehkaffee |
| 11:00–11:10 Uhr | Begrüßung und Gesamtmoderation: Petra Diroll,
ARD/Bayerischer Rundfunk |
| 11:10–12:30 Uhr | <p>Erfahrung ist Zukunft – Die Bedeutung der Älteren für die wirtschaftliche Entwicklung</p> <ul style="list-style-type: none"> ! Dr. Ursula von der Leyen, Bundesministerin für Familie, Senioren, Frauen und Jugend ! Vladimír Špidla, EU-Kommissar für Beschäftigung, soziale Angelegenheiten und Chancengleichheit ! Marjeta Cotman, Ministerin für Arbeit, Familie und Soziales (Slowenien) ! Margret Suckale, Vorstand Deutsche Bahn AG |
| 12:30–14:00 Uhr | Mittagspause mit Büffet |
| 14:00–15:30 Uhr | <p>Forum A: Ältere als Konsumierende (I) – Neue Produkte für eine alternde Gesellschaft</p> <ul style="list-style-type: none"> ! Impulsreferat: Prof. Dr. Roger Coleman, Royal College of Art ! Klaus-Peter Wegge, Siemens Accessibility Competence Center ! Stefan Gundelach, Nintendo of Europe ! Dr. Hans-Joachim Lindner/Dr. Werner Koch, Ford Forschungszentrum Aachen ! Kommentar: Dr. Marion Gierden-Jülich, Ministerium für Generationen, Familie, Frauen und Integration NRW ! Moderation: Dr. Elisabeth Mestheneos, 50+Hellas (GR) <p>Forum B: Ältere als Produzierende (I) – Erfolgreich in der Wirtschaft</p> <ul style="list-style-type: none"> ! Impulsreferat: Dr. Willy Buschak, Europäische Stiftung zur Verbesserung der Lebens- und Arbeitsbedingungen ! Thomas Thorsøe, NETTO Supermarkt International ! Dr. Manfred Diederichs, Karl Diederichs KG ! Mike Crisp, HouseHubbies Handyman Service ! Kommentar: Henri Lourdelle, Europäischer Gewerkschaftsbund ! Moderation: Monika Sieradzka, Polnisches Fernsehen TVP |
| 15:30–16:15 Uhr | Kaffeepause |

- 16:15–17:45 Uhr **Forum C: Ältere als Konsumierende (II) – Innovative Dienstleistungen für eine alternde Gesellschaft**
- | Impulsreferat: Prof. Dr. Björn Bloching, Roland Berger Strategy Consultants
 - | Leo Novobilsky, Marienbad Kur & Spa Hotels
 - | Jan Slagter, Radio- und Fernsehsender Max
 - | Juan Carlos Guzmán, Europ Assistance, Spanien
 - | Kommentar: Walter Link, BAGSO – Lobby der Älteren
 - | Moderation: Dr. Elisabeth Mestheneos, 50+Hellas
- Forum D: Ältere als Produzierende (II) – Partner der Wirtschaft**
- | Impulsreferat: Dr. Johannes Meier, Vorstand Bertelsmann Stiftung
 - | Dr. Franz Schoser, Senior Experten Service
 - | Heidi Evers, Vilans
 - | Gianni Pavesi, Italian Business Angels Network
 - | Kommentar: Richard Baker, AGE Concern
 - | Moderation: Monika Sieradzka, Polnisches Fernsehen TVP
- 19:30 Uhr **Empfang im Roten Rathaus mit Abendbuffet und Begleitprogramm**
- | Begrüßung: Ingeborg Junge-Reyer, Bürgermeisterin und Senatorin für Stadtentwicklung, Berlin
 - | Grußwort: Dr. Hermann Kues, Parlamentarischer Staatssekretär im Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend
 - | Dinner Speech: Nikolaus van der Pas, Generaldirektor für Beschäftigung, soziale Angelegenheiten und Chancengleichheit, EU-Kommission
- Mittwoch, 18. April 2007
- 9:00 Uhr **Bericht aus den Foren**
- | Prof. Dr. Gerhard Nägele, Universität Dortmund
 - | Robert Anderson, Europäische Stiftung zur Verbesserung der Lebens- und Arbeitsbedingungen
- 9:30–10:30 Uhr **Aktives Altern – Active Ageing**
- | Prof. Dr. Alan Walker, Universität Sheffield
 - | Anne-Sophie Parent, AGE – the European Older People’s Platform
 - | Fragen/Kommentare aus dem Plenum
- 10:30–11:00 Uhr **Kaffeepause**

- 11:00–12:50 Uhr **Herausforderungen des demografischen Wandels annehmen – Innovations- und Wettbewerbsfähigkeit stärken**
Podiumsgespräch – Moderation: Petra Diroll,
ARD/Bayerischer Rundfunk
- | Rolf Myhrman, Ministerium für Soziales und Gesundheit (Finnland)
 - | Katja Praefke, Unilever Deutschland
 - | Nicole Prud’homme, Europäischer Wirtschafts- und Sozialausschuss
 - | Sara E. Rix, Ph. D., AARP Public Policy Institute
 - | Jérôme Vignon, EU-Kommission, Generaldirektion Beschäftigung, Soziales und Chancengleichheit
- 12:50–13:00 Uhr **Schlusswort:** Gerd Hoofe, Staatssekretär im Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend
- 13:00–14:00 Uhr **Mittagessen**
- 14:00 Uhr **Offizielles Ende der Veranstaltung**
- 14:00–16:00 Uhr **Begleitprogramm:** Schiffsrundfahrt auf der Spree

Eröffnungsforum:
Erfahrung ist Zukunft – Die Bedeutung
der Älteren für die wirtschaftliche Ent-
wicklung



Dank



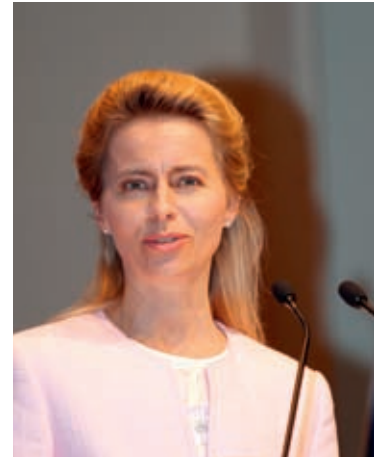
Petra Diroll, ARD, führte als Moderatorin durch das Programm



Dr. Elizabeth Mestheneos, 50+Hellas, und Monika Sieradzka, Polnisches Fernsehen TVP, moderierten die Foren A bis D

Dr. Ursula von der Leyen

**Bundesministerin für Familie, Senioren,
Frauen und Jugend (Berlin)**



Sehr geehrter Herr Kommissar Špidla,
verehrte Frau Kollegin Cotman,
sehr geehrte Frau Suckale,
sehr geehrte Damen und Herren Abgeordnete des Europäischen
Parlaments und des Deutschen Bundestages,
liebe Gäste,

herzlichen Dank, dass Sie alle gekommen sind, um mit der Europäischen Kommission und uns
gemeinsam das Thema „**Demografischer Wandel als Chance**“ zu beleuchten.

Der Theologe und Religionsphilosoph Romano Guardini hat einmal gesagt: „Man spricht viel
und mit Besorgnis vom zunehmenden Anteil alter Menschen am Gesamtbestand des Volkes.
Ich bin aber noch nie der Frage begegnet, ob nicht das wirklich Besorgliche darin bestehe,
dass der alte Mensch heute weithin keine echte Funktion mehr im Ganzen hat.“

Wir brauchen ein neues Bild vom Alter. Wir müssen uns bewusst machen, dass die Potenzi-
ale des Alters in einem längeren Leben bestehen, das uns „gewonnene Jahre“ bringt, die bei
guter Gesundheit, geistiger und körperlicher Fitness verbracht werden können.

Ich bin deshalb der Europäischen Kommission – und insbesondere Ihnen, Herr Kommissar
Špidla – sehr dankbar, dass Sie den Blick auf die Möglichkeiten im demografischen Wandel
lenken, ein Blick, der die Chancen in den Mittelpunkt rückt.

In den 27 Mitgliedsstaaten der EU leben rund 500 Millionen Menschen. In den nächsten Jahr-
zehnten wird die Bevölkerungszahl aber sinken. Die Gruppe der Menschen im Alter zwischen
15 und 65 Jahren wird um ca. 50 Millionen abnehmen. Aber noch wichtiger: Die Zahl der über
80-Jährigen wird sich etwa verdreifachen. Das liegt daran, dass wir länger leben und dass
weniger Kinder geboren worden sind.

In mehr als der Hälfte der EU-Länder wird es zu schrumpfenden Gesellschaften kommen.
Allen gemeinsam wird der zunehmende Alterungsprozess sein. Doch manche Staaten sind
bereits besser darauf vorbereitet als andere.

Wir stellen unsere EU-Ratspräsidentschaft unter das Motto: „Den demografischen Wandel
als Chance begreifen und Chancengleichheit für alle in Beruf und Gesellschaft fördern“. Wir
betten unsere Maßnahmen ein in die erneuerte Lissabon-Strategie für Wachstum und nach-
haltige Entwicklung. Wir befassen uns mit dem demografischen Wandel – bildlich gespro-
chen – von den beiden Enden her: Aus Sicht der Jüngeren, der Kinder und ihrer Eltern, die in
der Lebensmitte vieles zu schultern haben, sowie aus Sicht der älteren Generation, mit der
wir uns auf diesem Kongress intensiv auseinandersetzen.

Wir haben deshalb eine Europäische Allianz für Familien gestartet. Ihr Ziel ist es, diese Veränderungsprozesse so zu verstehen und dann zu gestalten, dass die jungen Menschen Zeit für Kinder und Zeit für gute Arbeit haben – unterstützt von der älteren Generation, die wiederum teilhaben will an der Gestaltung unseres Europas.

Im Rahmen dieser Allianz hat die Kommission eine hochrangige Expertengruppe eingerichtet, die sich mit Fragen des demografischen Wandels befasst. Mit Slowenien und Portugal haben wir uns in der Teampräsidentschaft auf ein gemeinsames Arbeitsprogramm verständigt. All diese Initiativen erfolgen in enger Abstimmung mit den bestehenden Strukturen auf europäischer Ebene, insbesondere mit dem Ausschuss für Sozialschutz und dem Beschäftigungsausschuss.

Sehr geehrte Damen und Herren,
die zentralen Fragen am Beginn des neuen Jahrhunderts lauten: Wie wollen wir künftig miteinander leben? Was dürfen wir unseren Kindern und Enkeln zumuten, ohne dass sie unter den Lasten zusammenbrechen? In diesen Kontext gehört auch die Frage, wie wir eine Gesellschaft gestalten, in der es weniger Menschen gibt. Was bedeutet das für uns, was bedeutet das für Europa?

Weniger Menschen – das hat Auswirkungen auf Wirtschaftswachstum, Steueraufkommen und Arbeitsproduktivität, auf Innovationsfähigkeit und die Balance zwischen den Generationen, unsere Beziehungen untereinander. Weniger Menschen – das bedeutet auch weniger Möglichkeiten der Begegnung und des Miteinanders. Das beginnt in der Familie, setzt sich im Bekannten- und Freundeskreis fort und geht über das Vereinsleben hinein in die gesamte Gesellschaft.

Unser Bild vom Alter muss sich in drei Dimensionen ändern:

- I Wir müssen das aktive, produktive und innovative Alter entdecken.**
- I Wir wollen den sozialen Erfahrungsschatz der Älteren nicht verkümmern lassen.**
- I Wir wollen die Konsumkraft der „silver economy“ im europäischen Wirtschaftsraum stärken.**

Wie können wir das aktive, produktive und innovative Alter entdecken? Die stärkere Einbindung älterer Arbeitskräfte ist eine wesentliche Voraussetzung dafür. In den nächsten 20 Jahren wird in Europa das durchschnittliche Alter der erwerbstätigen Bevölkerung weiter ansteigen. In Deutschland werden schon in zehn Jahren die 40 bis 50-Jährigen in den Unternehmen die größte Altersgruppe stellen. Gleichzeitig wird die Zahl der Frauen und Männer im arbeitsfähigen Alter abnehmen. Wir brauchen also die Älteren!

Das Leben und Arbeiten im Alter ist aber eine Folge dessen, was wir vorher tun. Wer von Kind an lernt, seinen Körper und seinen Kopf zu trainieren, seine sozialen Beziehungen und seine Gesundheit zu pflegen, sich immer wieder neu zu orientieren, Übergänge und Verluste zu bewältigen, der hat große Chancen, dies bis ins hohe Alter beizubehalten.

Künftige Altersgenerationen – die derzeitige mittlere und jüngere Generation – werden sich viel stärker auf das lebenslange Lernen einstellen müssen. Dies ist übrigens auch ganz im Sinne einer modernen Familienpolitik: Examen, erste Schritte im Beruf und Kinderwünsche können nicht zwischen das 30. und 40. Lebensjahr gepresst bleiben.

Die drei starren Blöcke – Ausbildung, Beruf oder Familie, dann Rente – wird und kann es so nicht mehr geben. Es wird Arbeitszeiten geben, Vaterzeiten, Mutterzeiten, Pflegezeiten, Weiterbildungszeiten und Zeiten im Ehrenamt. Alle diese Phasen werden sich in Zukunft bis ins hohe Alter abwechseln.

Altersgemischte Teams stellen der Arbeitsforschung zufolge die optimalen Gruppen dar. Das ist schon lange bekannt. Nicht umsonst gibt es das alte Sprichwort: „Neue Besen kehren gut – aber die alten wissen, wo der Dreck liegt!“

Und damit bin ich bei der zweiten Frage. Wie können wir dafür sorgen, dass der soziale Erfahrungsschatz der Älteren nicht verkümmert? Wenn heutzutage jemand in Rente oder Pension geht, hat er noch ein Viertel seines Lebens vor sich – eine lange Zeit, auf die viele Ältere und ihre Umgebung heutzutage nicht vorbereitet sind.

In früheren Zeiten hatten gerade ältere Menschen die Funktion von Ratgebern, sie hatten lehrende, heilende, richterliche Funktionen, sie wurden besonders geachtet und geehrt. In manchen Ländern ist das noch heute der Fall. Ein altes afrikanisches Sprichwort sagt: „Wenn ein alter Mensch stirbt, dann ist es, als ob eine ganze Bibliothek verbrennt“. Es ist dieser Erfahrungsschatz eines gelebten Lebens, den es für alle zu nutzen gilt.

Die Gruppe der 60 bis 70-Jährigen entwickelt sich zurzeit zu der Gruppe mit der höchsten Bereitschaft zum ehrenamtlichen Engagement. Aber auch hier gilt: Bürgerschaftliches Engagement setzt voraus, dass Strukturen aufgebaut werden, in die die gespendete Zeit und Erfahrung sinnvoll eingebracht werden kann. In Deutschland entwickeln wir deshalb Mehrgenerationenhäuser. Alt und Jung treffen sich hier unter einem Dach. Sie tauschen Erfahrungen aus und helfen sich im Alltag. Jeder kann etwas und jeder erhält etwas dafür. Jeder wird gebraucht, damit die Generationen die gemeinsamen Aufgaben rund um Kinder, Jugendliche und Alte bewältigen können.

Gleiches gilt für die generationenübergreifenden Freiwilligendienste: Ob jemand eine Stunde, einen Tag oder eine Woche im Monat geben kann – wir schaffen Möglichkeiten für jeden, sich nach seinen Fähigkeiten einzusetzen.

Schließlich: Wie wollen wir die Konsumkraft in der „silver economy“ im europäischen Wirtschaftsraum stärken? Neue Märkte für Produkte und Dienstleistungen im Alter entstehen. Das wird für uns alle Vorteile bringen, wenn wir sie nutzen. Der Markt für die „silver economy“ ist groß. Da erstaunt es, dass er noch so wenig erschlossen ist. Für die meisten Marketingaktivitäten von Handel, Banken und produzierender Industrie sind junge Verbraucherinnen und Verbraucher nach wie vor die zentrale Zielgruppe.

Doch: Schon heute kauft die Generation „50plus“ in Europa die Hälfte aller Gesichtskosmetika. Bei teuren Autos macht der Anteil älterer Käufer bereits 80 Prozent aus. Seniorinnen und Senioren verfügen in Deutschland über die höchste Kaufkraft aller Zeiten. Das Deutsche Institut für Wirtschaftsforschung hat errechnet, dass die Generation der über 60-Jährigen über eine Kaufkraft von 316 Milliarden Euro verfügt. Das bedeutet, dass jeder dritte Euro des privaten Konsums von älteren Kundinnen und Kunden ausgegeben wird. Bis 2050 wird dieser Anteil auf mehr als 40 Prozent ansteigen.

Gute seniorenrechtliche Produkte sind eine Wachstumsbranche. Neue Wachstumsperspektiven entstehen auch im Bereich niederschwelliger, haushaltsnaher Dienstleistungen. Ältere Menschen sind nicht nur als Konsumentinnen und Konsumenten eine höchst attraktive Zielgruppe. Sie treten auch verstärkt selbst als Produzentinnen und Produzenten auf, bieten spezielle Dienstleistungen an. Auf diese Aspekte werden die Foren auf dieser Konferenz vertieft eingehen.

Unternehmen beginnen damit, sich umzuorientieren – sowohl was die Altersstruktur ihrer Beschäftigten als auch die Nachfragepräferenzen Älterer anbelangt. Gerade kleine und mittlere Unternehmen sind hier auf Unterstützung angewiesen. Wenn wir uns frühzeitig auf die Bedürfnisse Älterer einstellen, kann Europa hier im weltweiten Wettbewerb an der Spitze stehen.

Wir können die demografische Entwicklung nicht aufhalten. Aber wir haben die Chance, jetzt die richtigen Weichen zu stellen. Von diesem Kongress sollten folgende Botschaften ausgehen: Ältere Menschen sind ein Reichtum für unsere Gesellschaft. Sie haben Kompetenzen und Potenziale. Ältere Menschen werden in unserer Gesellschaft gebraucht – wir wollen sie gewinnen für ein besseres Miteinander der Generationen, für wirtschaftliches Wachstum und für Verbesserungen auf dem Arbeitsmarkt. Und: Mit der „silver economy“ kann sich Europa einen wachsenden, lukrativen Markt erschließen und weltweit zum Trendsetter werden.

Lassen wir uns auf diesem Kongress von guten Beispielen inspirieren und Antworten darauf finden, wie wir vermeintliche Probleme in Chancen umwandeln!

Vladimír Špidla

**EU-Kommissar für Beschäftigung,
soziale Angelegenheiten und Chancengleichheit (Brüssel)**



Sehr geehrte Frau Ministerin von der Leyen,
sehr geehrte Frau Ministerin Cotman,
sehr geehrte Damen und Herren,

ich freue mich sehr, diese Konferenz eröffnen zu dürfen. Insbesondere deshalb, weil ich dies zusammen mit Ihnen, Ministerin von der Leyen, Ministerin Cotman und Frau Suckale, tun kann – und ich weiß, dass Ihnen unser heutiges Thema genauso sehr am Herzen liegt wie mir!

Diese Konferenz spiegelt einen allgemein spürbaren Bewusstseinswandel wider, den die Europäische Kommission mit ihrem Grünbuch zum demografischen Wandel im März 2005 anstoßen wollte. Und nicht ohne Grund haben mein Kollege Joaquín Almunia und ich der Mitteilung der EU-Kommission vom 12. Oktober 2006 den Titel „Der demografische Wandel in Europa – Von der Herausforderung zur Chance“ gegeben. Es ist höchste Zeit, so dachten und denken wir, mit den Klagen über Bevölkerungsschwund und das alternde Europa aufzuhören! Natürlich ist der demografische Wandel eine Herausforderung. Wir sollten dabei aber auch nicht die Chancen vergessen, die mit jeder Herausforderung einhergehen. André Gide, der große französische Schriftsteller, schrieb einmal: „Das Alter als Abstieg zu betrachten, ist genauso ungehörig, wie in der Jugend nur ein Versprechen zu sehen. Jedes Alter ist einer besonderen Vollkommenheit fähig.“ Und er hatte Recht!

Bezogen auf die Situation älter werdender Gesellschaften heißt das, dass wir die Erfahrungen, Kenntnisse und Leistungen der älteren Menschen besser erkennen und pflegen sollten. Denn darin liegt ein wertvolles Potenzial. Wenn wir es zum Wohle aller entwickeln, dann können wir die große Chance nutzen, welche die demografische Herausforderung für uns bereithält.

Das Alter muss in unserem gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Leben einen neuen Stellenwert erhalten. Wir müssen uns von dem Gedanken verabschieden, Alter sei mit „Ruhestand“, „Stillstand“ oder „Brache“ gleichzusetzen. Erfahrung lässt sich nicht durch Wissen ersetzen! Ältere Menschen verfügen über einen wertvollen Schatz an Erfahrungen und Fähigkeiten. Begünstigt durch den wachsenden Anteil älterer Menschen in der Gesellschaft, hat ein Umdenken eingesetzt. So wissen wir schon heute, dass sich in der Europäischen Union der Anteil der über 65-Jährigen an der Bevölkerung bis 2050 auf etwa 30 Prozent verdoppeln wird. Der Anteil der über 80-Jährigen wird sich im selben Zeitraum sogar auf gut über elf Prozent verdreifachen. Schließlich wird die Lebenserwartung weiter steigen. Sie könnte – so die Prognose – europaweit bis ins Jahr 2050 um weitere fünf Jahre anwachsen. Das Alter ist also im Aufschwung!

Unsere Konferenz will sich vor allem der Frage widmen, wie wir in Europa das wirtschaftliche Potenzial älterer Menschen besser zur Entfaltung bringen können.

Deshalb möchte ich mich im Folgenden auf drei Punkte konzentrieren:

1. Zunächst werde ich erläutern, dass ältere Menschen in unserem Wirtschaftsleben ein großes und oft noch ungenutztes Potenzial als Verbraucher, Arbeitnehmer, Unternehmer oder Berater darstellen.
2. Darauf aufbauend werde ich argumentieren, dass ältere Menschen ihr Potenzial nur dann entfalten können, wenn die Weichen in Wirtschaft und Gesellschaft jetzt gestellt werden. Konkret bedeutet das, dass wir ihre Bedürfnisse ernst nehmen, das aktive Altern unterstützen und eine nachhaltige Seniorenwirtschaft fördern müssen.
3. In meinen Schlussfolgerungen werde ich darauf eingehen, was wir auf europäischer Ebene tun können, um das wirtschaftliche Potenzial der älteren Menschen zu entwickeln.

Zunächst zum ersten Punkt. Ein höherer Anteil von Seniorinnen und Senioren an der Bevölkerung bedeutet, dass sie als Verbraucherinnen und Verbraucher immer wichtiger werden. Beispielsweise zeigt eine Studie des Deutschen Instituts für Wirtschaftsforschung, dass zurzeit schon ein Drittel der Konsumausgaben in Deutschland von über 60-jährigen getätigt werden und dass dieser Anteil bis 2050 auf 40 Prozent steigen könnte. Darüber hinaus braucht eine alternde Gesellschaft auch neue Produkte. Bisher dachten viele beim Konsumverhalten älterer Menschen nur an Heizkissen, Rheumadecken oder die berühmt-berühmten Kaffeefahrten. Doch die Europäische Stiftung zur Verbesserung der Lebens- und Arbeitsbedingungen hat errechnet, dass die Verkaufszahlen für Autos um fünf bis acht Prozent gesteigert werden könnten, wenn diese nur besser an die Bedürfnisse von Seniorinnen und Senioren angepasst wären. Ähnliches kann meines Erachtens auch für die Informations- und Kommunikationstechnologien gelten. Bisher verläuft der digitale Graben in unseren Gesellschaften auch zwischen den Generationen. Doch Computer, Internet und Co müssen für alte Menschen kein Buch mit sieben Siegeln bleiben; sie sollten stattdessen besser auf die Anforderungen älterer Menschen zugeschnitten werden. Auch steckt in Technologien und Dienstleistungen zur Unterstützung und Hilfe für ältere Menschen im Alltag ein Wachstumsmarkt: Videotelefone, Spracherkennungsprogramme, Notfall- und Hilfsdienste und so weiter können ihnen ein unabhängiges Leben ermöglichen. Zudem wird im Zuge der Alterung der Bevölkerung auch die Nachfrage nach relevanten Gesundheits- und Sozialdienstleistungen steigen. Wer sich heute auf diesen Bereich spezialisiert, dem ist Beschäftigungssicherheit garantiert! Zu guter Letzt dürften Seniorinnen und Senioren auch als Zielgruppe für die Tourismusbranche immer interessanter werden. Statt der schon erwähnten Kaffeefahrten könnten dann vielleicht Wellness-Angebote an Attraktivität gewinnen.

Aber es geht beim wirtschaftlichen Potenzial der älteren Menschen nicht nur um den Konsum. Warum sollten Seniorinnen und Senioren nicht ihr eigenes Unternehmen gründen? Oder als Berater tätig sein? In der Tat gibt es schon viele ermutigende Beispiele, wie etwa ältere Unternehmerinnen und Unternehmer jüngerer Gründerinnen und Gründern beim Unternehmensstart helfen können. Ihre langjährige Erfahrung ist hier ein unersetzlicher Beitrag und ein großer Gewinn.

Schließlich entdecken wir auch immer mehr die Fähigkeiten älterer Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer. Hier schlummert für den Arbeitsmarkt der Zukunft ein zunehmend wichtiger werdendes Potenzial. Bis 2030 wird sich in der EU die Anzahl der Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer zwischen 55 und 64 Jahren um 14 Millionen erhöhen. Doch unabhängig von demografischen Zahlenspielen schätzen heute immer mehr Unternehmen die Kompetenzen der älteren Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer. Wenn verschiedene

Generationen miteinander arbeiten, ergänzen sie sich gegenseitig in ihrem Wissen und ihren Erfahrungen. Es werden Synergieeffekte freigesetzt. Der Esprit der Jungen verbindet sich mit der Berufserfahrung der Alten. Und letztlich profitieren alle davon. Außerdem ist aufgrund der demografischen Entwicklung in manchen Berufen schon jetzt ein Mangel an jüngeren Fachkräften zu verzeichnen, was letztlich die Nachfrage nach älteren Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer belebt.

Die wirtschaftlichen Potenziale der älteren Generation sind also offensichtlich. Das führt mich zu meinem zweiten Punkt. Was wir jetzt brauchen, sind entsprechende Weichenstellungen in Wirtschaft und Gesellschaft, um diese Potenziale zur Entfaltung zu bringen. Zunächst müssen wir die Anliegen älterer Menschen erkennen und ernst nehmen. Voraussetzung hierfür sind entsprechende Analysen der Bedürfnisse oder des Konsumverhaltens älterer Menschen. Dies ist ein erster Schritt hin zur Förderung einer nachhaltigen Seniorenwirtschaft. Darauf aufbauend können dann Unternehmen entsprechende Produkte und Dienstleistungen entwickeln. Auch bei der Modernisierung der Sozial- und Gesundheitsdienste müssen wir die Situation älterer Menschen verstärkt berücksichtigen. Schließlich sollten wir im Arbeitsleben das aktive Altern fördern. Dies kann zum Beispiel bedeuten, die unternehmerische Aktivität von älteren Menschen mit speziellen Maßnahmen zur Existenzgründung zu unterstützen. Konkret sollten wir uns in Europa endgültig von der Kultur und Praxis der Frühverrentungen verabschieden. Dafür reicht es aber nicht, Frühverrentungen einfach einzuschränken. Wir brauchen vor allem auch Anreize, die den Verbleib im Erwerbsleben für Ältere attraktiv und möglich machen. In meiner Zeit als Premierminister von Tschechien haben wir ein System eingeführt, wonach sich die Pensionszahlung mit jedem Monat, den eine Person über das Renteneintrittsalter hinaus arbeitet, erhöht. Das durchschnittliche Renteneintrittsalter ist dadurch von 2000 bis 2005 um 1,7 Jahre auf 60,6 gestiegen. Das ist immer noch zu niedrig, liegt aber deutlich über dem europäischen Durchschnitt von 59 Jahren. Außerdem: Wer rastet, der rostet! Viel mehr als bisher brauchen wir lebenslanges Lernen für alle Altersstufen, und hier muss insbesondere Deutschland noch einiges tun. Wir benötigen außerdem flexible Formen der Arbeitsorganisation, die das Alter der Belegschaft berücksichtigen. Warum nicht verbreitet Altersteilzeit einführen, wenn sie es den älteren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern erlaubt, im Beruf zu bleiben, und somit einen fließenden Übergang in die Pension ermöglicht? Und schließlich ist eine entsprechende Vorsorge bei der Gesundheit und der Sicherheit – am Arbeitsplatz wie im Privatleben – erforderlich, damit die Menschen so lange wie möglich fit bleiben und ein aktives Leben genießen können.

Im dritten Schwerpunkt möchte ich darauf eingehen, was wir im europäischen Rahmen tun können, um die wirtschaftlichen Potenziale älterer Menschen besser zu entwickeln und zu nutzen. Der Rat für Beschäftigung und Soziales hat auf seiner Sitzung vom 22. Februar 2007 die EU-Kommission aufgefordert, im 7. Forschungsrahmenprogramm die Entwicklung von Dienstleistungen und Gütern für ältere Menschen zu unterstützen. Auf diese Weise sollen die Chancen verbessert werden, Europa zu einem Modell für die Seniorenwirtschaft zu machen. Hier ist meines Erachtens vor allem daran zu denken, den Bedarf an entsprechenden Gütern oder Dienstleistungen zu analysieren, Neuentwicklungen in diesem Bereich zu fördern oder ihre Anwendbarkeit und Wettbewerbsfähigkeit zu testen. Außerdem hat der Rat die Mitgliedsstaaten aufgefordert, adäquate Rahmenbedingungen für die Entwicklung neuer Märkte in der Seniorenwirtschaft zu schaffen. Die Ministerinnen und Minister haben ferner angeregt, über die Strukturfonds angemessene Summen für Initiativen auf lokaler, regionaler und nationaler Ebene bereitzustellen, um dem demografischen Wandel positiv zu begegnen. Konkret denke

ich hierbei an Projekte des mir unterstellten Europäischen Sozialfonds, der mit 70 Milliarden Euro immerhin ein Drittel aller Strukturfonds ausmacht. Diese Projekte sollen das aktive Altern fördern und so mithelfen, die Erfahrungen und Potenziale älterer Menschen für den Arbeitsmarkt zu erhalten. Außerdem hat der Rat die Kommission aufgefordert, nächstes Jahr über die Anpassung der wirtschaftlichen und sozialen Strukturen an die Bedürfnisse älterer Menschen zu berichten. Dem werden wir nachkommen. Schließlich hat der Rat auch vorgeschlagen, den Austausch von guten Beispielen, Erfahrungen und Wissen zu fördern. Hier sollten wir im Rahmen bestehender Prozesse einen breiten Dialog führen. Dabei wird es wichtig sein, dauerhafte Kooperationen zu entwickeln und die Sozialpartner und Nichtregierungsorganisationen einzubeziehen. Die Kommission wird ihrerseits durch Aktivitäten, wie die alle zwei Jahre stattfindenden Europäischen Demografieforen, die hochrangige Expertengruppe zur Demografie oder den jährlichen Demografiebericht, der erstmals Ende April 2007 erscheinen wird, zum Austausch von Wissen und zur Analyse demografischer Trends beitragen. Auch beteiligt sich die EU am Kampf gegen die Diskriminierung älterer Menschen. Dies geschieht zum einen durch die Europäische Rahmenrichtlinie für die Gleichbehandlung in Beschäftigung und Beruf, deren Umsetzung wir zurzeit überprüfen. Zum anderen fördern wir die Bewusstseinsbildung im Rahmen des Europäischen Jahres der Chancengleichheit für alle, das Ende Januar 2007 in Berlin eröffnet wurde.

Die Lissabon-Strategie bildet einen wichtigen strategischen Rahmen für die Entwicklung des wirtschaftlichen Potenzials älterer Menschen. So haben wir uns im Beschäftigungsteil der Lissabon-Strategie das Ziel gesetzt, bis 2010 eine Beschäftigungsquote älterer Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer von 50 Prozent zu erreichen. Mit aktuell etwa 42,5 Prozent sind wir davon noch viel zu weit entfernt. Hier ist ein Bewusstseinswandel auf breiter Ebene erforderlich. Diese Konferenz wird sicherlich dazu beitragen, diesen Wandel auf wirtschaftlichem Gebiet voranzubringen und der Seniorenwirtschaft und dem aktiven Altern Auftrieb zu geben. Doch wir sollten nicht nur in wirtschaftlichen Kategorien denken, wenn wir den Erfahrungsschatz älterer Menschen würdigen. Auch in anderen Bereichen des gesellschaftlichen Lebens, seien es die Familien oder das ehrenamtliche Engagement, können wir von der Erfahrung der älteren Generation profitieren. Im Endeffekt bietet der demografische Wandel die Chance, das Verhältnis zwischen den Generationen neu zu definieren. Ein Umdenken ist bereits im Gange, und je mehr gesellschaftliche Bereiche es erfasst, umso besser. Dann würde auch André Gide Recht behalten: Jedes Alter ist zu besonderer Vollkommenheit fähig.

Marjeta Cotman

Ministerin für Arbeit, Familie und Soziales (Lubiana)

Sehr geehrte Kolleginnen und Kollegen, sehr geehrter Herr Kommissar und sehr geehrte Gäste,

seit dem Ende des Zweiten Weltkrieges hat Europa einen beispiellosen Fortschritt im Bereich von Wirtschaft, technischer Entwicklung und Lebensstandard erfahren. Ein durchschnittlicher Europäer hat heutzutage Zugang zu Sachgütern und technischen Errungenschaften, von denen seine Vorfahren noch nicht einmal zu träumen wagten. Einer der Erfolge wissenschaftlichen Fortschritts, der Verbesserungen bei Gesundheit, Ernährung, den Arbeitsbedingungen etc. ist die höhere Lebenserwartung der Menschen, unzweifelhaft eine der beeindruckendsten Errungenschaften des 20. Jahrhunderts. Ein durchschnittlicher Europäer wird heutzutage allerdings auch mit Herausforderungen konfrontiert, die unseren Vorfahren noch gänzlich unbekannt waren.

Die ständig steigende Lebenserwartung und der höhere Lebensstandard gehen Hand in Hand mit dem Phänomen des Rückgangs der Geburtenrate, die zu unerwarteten demografischen Veränderungen geführt hat.

In Slowenien sind wir uns seit über einem Jahrzehnt der demografischen Herausforderungen bewusst. Wir haben bis jetzt versucht, in vielen Gebieten darauf zu reagieren. Eine anfängliche Maßnahme war die Strategie für den Schutz älterer Bürgerinnen und Bürger, mit der wir zum Beispiel versucht haben, es älteren Personen zu ermöglichen, so lange wie möglich in ihrem familiären Umfeld zu bleiben. Es war unser Ziel, den Wettbewerb zwischen den einzelnen Pflegedienstleistern zu erhöhen, besonders mit der Einführung von speziellen Dienstleistungen.

Während des vergangenen Jahres haben wir zum Schutz der älteren Bürgerinnen und Bürger eine neue Strategie in Form eines zwischenministeriellen Dokuments erarbeitet; es trägt den Titel „Solidarität, Zusammenleben und das qualitative Altern der Bevölkerung“ und beinhaltet eine Planung bis zum Jahr 2010. Zahlreiche Beteiligte haben bei der Gestaltung seine Erarbeitung unterstützt: Neben dem für ältere Bürgerinnen und Bürger zuständigen Ministerium haben verschiedene weitere Ministerien, staatliche Behörden und private Organisationen in der Vorbereitungsphase zusammengearbeitet. Die neue Planung ist nicht nur auf die ältere Generation begrenzt, sondern wendet sich dem demografischen Wandel und seinen Effekten aus einer wesentlich weitergehenden Perspektive heraus zu. Unserer Ansicht nach beeinflusst der demografische Wandel viele Aspekte der Gesellschaft und somit alle Altersgruppen in der Bevölkerung. Aus diesem Grund wird die Rahmenstrategie die Bereiche Arbeit und Beschäftigung, Rente und Arbeitsunfähigkeitsversicherung, Sozialversicherung, Familie, Gesundheitsschutz, Erziehung und Berufsausbildung, Kultur, Wissenschaft, Wohnungswesen und Planung von Umweltpolitik sowie Verkehr und Sicherheit einschließen. Gleichzeitig haben wir beschlossen, einen Rat für das gemeinschaftliche Zusammenleben der Generationen und für die qualitative Alterung der Bevölkerung einzurichten. Dieser Rat wird aus Repräsentantinnen und Repräsentanten der Regierung, Dienstleistern und privaten Organisationen bestehen und seine Aufgabe wird darin bestehen, alle Anforderungen, die für die Umsetzung der Strategie erforderlich sind, zu erfüllen.



Die Strategie zur Absicherung der Interessen der älteren Bürgerinnen und Bürger ist eine gute Antwort auf den bevorstehenden demografischen Wandel. Wir sind uns jedoch sehr bewusst, dass diese Strategie nur als anfänglicher Rahmen für zukünftige Aktivitäten dienen kann. Deshalb sind und bleiben wir offen für neue Vorschläge sowohl für gängige praktische Konzepte als auch für neue Ideen, die bei Zusammenkünften wie diesem Kongress geboren werden. Herausforderungen, die aus dem demografischen Wandel entstehen, stellen eines der wichtigsten Diskussionsthemen in Slowenien und anderen Ländern dar. Wir analysieren Prognosen und Trends, versuchen die Gründe für radikale Veränderungen zu identifizieren und suchen nach Antworten für diese Probleme. Wir bereiten weiterreichende strategische Richtlinien vor: Zum Beispiel führen wir gerade Maßnahmen zur Unterstützung und Stärkung der Beschäftigungsverhältnisse, einer familien- und kinderfreundlichen Umgebung, des aktiven Alterns und auch zur Migrationspolitik ein. Wir haben noch keine Lösungen oder Antworten für all diese Probleme, aber wir haben erkannt, dass wir weitermachen müssen – wie heute auf diesem Kongress –, um die demografischen Herausforderungen als eine Chance zu begreifen.

Darum begrüße ich die Entscheidung der deutschen Bundesregierung und der Ministerin von der Leyen, den demografischen Wandel zum zentralen Thema der diesjährigen Diskussion zu machen. Mit großer Freude sehe ich, dass dieses Thema in den Staaten Deutschland, Portugal und Slowenien eine gemeinsame Priorität hat. Zusammen können wir innerhalb von eineinhalb Jahren sehr viel erreichen.

Slowenien beabsichtigt, diese Diskussion im nächsten Jahr weiterzuführen: Vielleicht werden wir im nächsten Jahr zur gleichen Zeit in Slowenien zu einem ähnlichen Kongress zusammenkommen. Wir planen vor allem, das Bewusstsein für die Chancen zu stärken, die sich aus einer engeren Zusammenarbeit zwischen den verschiedenen Generationen ergeben. Das Grünbuch der EU-Kommission zu den Reaktionen auf den demografischen Wandel gibt einen Einblick in die systematische Beschäftigung mit der Solidarität zwischen den Generationen bei der Lösung der vier aktuellen demografischen Herausforderungen im heutigen und zukünftigen Europa: die Steigerung der Geburtenrate, die verbesserte Eingliederung der jüngeren Generation in den Beschäftigungsmarkt, die langfristige Integration der mittleren Generation in den Arbeitsprozess und die Gewährleistung qualitativen Alterns und einer guten Pflege für einen immer größer werdenden älteren Bevölkerungsanteil.

Junge, mittlere und ältere Generationen in europäischen Familien haben immer weniger miteinander zu tun, sowohl in der Kernfamilie als auch in der Gesellschaft als Ganzem. Ohne Nähe und gegenseitige Vertrautheit schwindet die Solidarität innerhalb der Gesellschaft immer mehr. Wenn es unser Ziel ist, unter den gegebenen Bedingungen eine neue Solidarität zwischen den Generationen herzustellen, müssen wir neue Programme für die wechselseitige Zusammenarbeit aller Generationen entwickeln. Diese Programme müssen sicherstellen, dass alle Generationen im positiven Sinne miteinander vertraut sind und dass sie die Möglichkeiten gegenseitiger Bereicherung und gegenseitigen Nutzens erkennen. Die Entwicklung von Methoden und Programmen für das Erlernen einer hochwertigen wechselseitigen Kommunikation ist unabdingbar, um dieses Ziel zu erreichen.

Aufgrund der rasanten technischen Entwicklung und einer immer ausgeprägteren entfremdeten Lebensweise hat sich die Keimzelle der Gesellschaft – also die Familie – ebenfalls verändert. Vor nicht allzu langer Zeit bestanden familiäre Einheiten aus verschiedenen Generationen, meistens drei oder sogar vier Generationen gleichzeitig. Heutzutage gibt es eine steigende Zahl von Ein-Generationen-Familien, und eine enge natürliche Verbundenheit zwischen verschiedenen Generationen existiert nur noch selten. Vor allem ältere Menschen leben isoliert von der mittleren und besonders der jungen Generation: Daraus entsteht oft Einsamkeit und das Gefühl, überflüssig zu sein; Erfahrungen, die früher von einer Generation an die nächste übergangen, werden nicht mehr weitergegeben und gehen dadurch verloren.

In Slowenien haben verschiedene Institutionen, seit mehr als 15 Jahren die Entwicklung von wissenschaftlichen und effizienten Programmen vorangetrieben, um die Verbindungen zwischen allen Generationen zu verbessern; diese Programme wurden mit dem Ziel der Förderung qualitativen Alterns in den Pflegesektor eingeführt. Die einzelnen Organisationen haben mit der Verbreitung von Informationen über diese Aufgaben und über die Programme für deren Lösung, aber auch der Bewusstseinsbildung aller Bevölkerungsmglieder große Erfolge erzielt. Mehrere Tausend Freiwillige aller Altersklassen wurden ausgebildet, um Kontakte zwischen den Generationen herzustellen, und diese treffen sich mindestens eine Stunde pro Woche paarweise oder in kleinen Gruppen. Ein Erfolg wurde auch durch einen zwölfstündigen Kurzlehrgang für Familienmitglieder erzielt, beispielsweise für solche mit älteren Familienmitgliedern: Die Kurse beinhalteten unter anderem ein Training für jüngere Menschen, damit sie die Bedürfnisse von Älteren verstehen, und für ältere Menschen, damit sie die Bedürfnisse von Jüngeren verstehen, sowie Aufklärung darüber, wie sich eine höhere Lebensqualität im Ruhestand erreichen lässt.

Es gibt derzeit über 20 verschiedene praktische Programme, die im Rahmen des neuen sozialen Netzwerks zwischen verschiedenen Generationen in lokalen Organisationen durchgeführt werden; alle Programme stützen sich auf ein gemeinsames neues Modell, das jeweils ein lokales Zentrum für den Kontakt zwischen den Generationen vorsieht.

Slowenien hat eine Bevölkerung von zwei Millionen Menschen (nur Malta, Zypern und Estland haben eine noch geringere Bevölkerung). Der Anteil an über 65-Jährigen erreichte Mitte des vergangenen Jahres 15,75 Prozent, eine Zahl, die nah am europäischen Durchschnitt liegt. Die Geburtenrate hingegen liegt mit 1,25 weit unter dem europäischen Durchschnitt und damit am unteren Ende der europäischen Skala. Im Vergleich zu anderen europäischen Ländern haben wir ebenfalls einen niedrigen Anteil an erwerbstätigen älteren Bürgerinnen und Bürgern, trotz unserer Bemühungen, die Ziele der Lissabon-Strategie mithilfe arbeitspolitischer Maßnahmen zu erreichen. Einige Ergebnisse sind bereits sichtbar; wir wissen jedoch auch, dass es noch viel Potenzial auszuschöpfen gilt, vor allem bei der Steigerung der Beschäftigungsrate von Älteren und hier insbesondere von älteren Frauen. Wir suchen nach neuen Lösungen auf dem Feld einer aktiven Beschäftigungspolitik, um die älteren Bürgerinnen und Bürger stärker in den Arbeitsmarkt zu integrieren beziehungsweise ihren Eintritt in den Ruhestand hinauszuschieben. Hierbei konzentrieren wir uns auf folgende Maßnahmen: (1) Beratung und Ausbildungsprogramme, die auf den gegenseitigen Austausch von Erfahrung, Wissen, Fähigkeiten und Kompetenzen unter den Mitarbeiterinnen

und Mitarbeitern abzielen; (2) Programme zur Unterstützung von Wissenstransfers an die junge Generation, verbunden mit dem Prozess des Rückzugs aus dem Arbeitsleben und (3) die Entwicklung von Möglichkeiten, Teilzeitarbeit und Altersteilzeit mit dem Ziel zu verbinden, ältere Menschen aktiver zu halten, was außerdem zur Folge hätte, dass diese später in den Ruhestand gehen.

Ältere Bürgerinnen und Bürger stellen eine besondere Gruppe von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern dar, da sie in der Lage sind, ihr Wissen und ihre Erfahrung maßgeblich einzubringen, um einen ganzheitlicheren Zugang zur Arbeit zu bekommen, besonders für jüngere Menschen, die gerade eine berufliche Karriere beginnen; ältere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter können ihre Dienste als kompetente Beraterinnen und Berater anbieten und sich sukzessive vom beruflichen Leben zurückziehen, je nach ihren persönlichen Präferenzen.

Mit der Durchführung der Rentenreform fördern wir ebenfalls einen späteren Ruhestand, wobei wir versuchen, das Renteneintrittsalter zu erhöhen und einem verbesserten Zusammenspiel von aktiver Arbeit und Ruhestand Rechnung zu tragen.

Meiner Ansicht nach wird der wirtschaftliche Beitrag der älteren Bürgerinnen und Bürger zur Entwicklung der Gesellschaft durchweg unterschätzt. Das trifft jedenfalls derzeit auf Slowenien zu, und es gibt immer noch ein großes Potenzial, das genutzt werden kann. Wir müssen geeignete Bedingungen schaffen und weitere Maßnahmen ergreifen, um die Beschäftigung von älteren Menschen zu fördern. Ich bin auch davon überzeugt, dass angesichts eines ständig steigenden Anteils älterer Menschen der Wirtschaftssektor im Besonderen, aber auch die Gesellschaft als Ganzes im eigenen Interesse reagieren müssen und eine wachsende Zahl an Dienstleistungen und Produkten, die speziell auf die ältere Zielgruppe ausgerichtet sind, bereitstellen müssen. Es handelt sich hier um einen zweigleisigen Prozess, den ältere Menschen sowohl durch ihr Wissen und ihre Erfahrung in Produktionsprozessen als auch durch ihr Wissen und ihre hohen Ansprüche als Konsumenten intensivieren können. Unsere Zukunft liegt in diesem Prozess.

Ich bin davon überzeugt, dass sich das wirtschaftliche Potenzial der älteren Bürgerinnen und Bürger, parallel zu ihrem steigenden Anteil in unserer Gesellschaft, als einmalige Chance für positive Einflüsse in vielen Bereichen erweisen wird. Wir alle sollten diese Chancen erkennen und nutzen: Regierungen, Arbeitgeber, Beschäftigte, Sozialpartner, Nichtregierungsorganisationen ebenso wie Konsumenten.

Margret Suckale

Vorstandsmitglied Deutsche Bahn AG (Berlin)

Sehr geehrte Frau Ministerin von der Leyen,
sehr geehrter Herr Kommissar Špidla,
sehr geehrte Frau Ministerin Cotman!

Ich freue mich sehr über die Gelegenheit, nach meinen drei Vorrednern noch ergänzend die Erfahrung aus der Praxis schildern zu können.



Die Unternehmen betrachten die zunehmende Alterung der Bevölkerung vor allem unter zwei zentralen Gesichtspunkten: der ältere Mensch zum einen als Konsument und zum anderen als Mitarbeiter. Zunächst zum ersten Aspekt. Ältere Menschen, so lässt sich ganz allgemein sagen, werden zu einer immer wichtigeren **Kundengruppe** der Zukunft. Bis 2030 wird die Zahl der über 67-Jährigen – also derjenigen, die nach neuer Regelung das gesetzliche Renteneintrittsalter erreicht und viel Zeit zum Genießen und Konsumieren haben – von heute 13 Millionen auf 20 Millionen Personen anwachsen. Die Gruppe der unter 20-Jährigen dagegen wird deutlich zurückgehen von heute 16 Millionen auf 13 Millionen im Jahr 2030. Ebenso wird die Anzahl der zwischen 20 und 67-Jährigen von 52 Millionen auf 47 Millionen abnehmen. Alterung und Schrumpfung der Bevölkerung sind kein neuer Trend, sondern eine Entwicklung, die sich bereits seit mehreren Jahren vollzieht. Entscheidend für Unternehmen ist, dass es sich bei dieser demografischen Entwicklung um einen langfristigen und stabilen Prozess handelt, der kurz- und mittelfristig nicht beeinflussbar ist. Darauf müssen sie sich einstellen.

Die Abnahme der Bevölkerungszahl lässt für ein Unternehmen wie die Deutsche Bahn AG zunächst einmal negative Folgen erwarten. Denn wir sind ein Verkehrsunternehmen, das im Nah-, Regional- und Fernverkehr über 2,5 Milliarden Menschen im Jahr transportiert. In wenigen Tagen befördern wir somit ebenso viele Reisende wie große Fluggesellschaften in einem ganzen Jahr. Allein auf der Schiene sind es jeden Tag über 5 Millionen Menschen.

Die Deutsche Bahn AG muss beispielsweise damit rechnen, dass die Zahl der Berufspendlerinnen und Berufspendler und Schülerinnen und Schüler abnehmen wird. Auch wissen wir aus zahlreichen Simulationen schon heute, dass die Städte weiter an Einwohnerinnen und Einwohnern gewinnen werden, sich die Bildung von Ballungszentren also verstärkt. Entsprechend wird der Flächenverkehr in ländliche Gebiete und die Peripherie erheblich zurückgehen. Diese Entwicklung muss die Deutsche Bahn AG berücksichtigen, schließlich betreibt sie das größte Schienennetz Europas mit insgesamt 34.000 Kilometern.

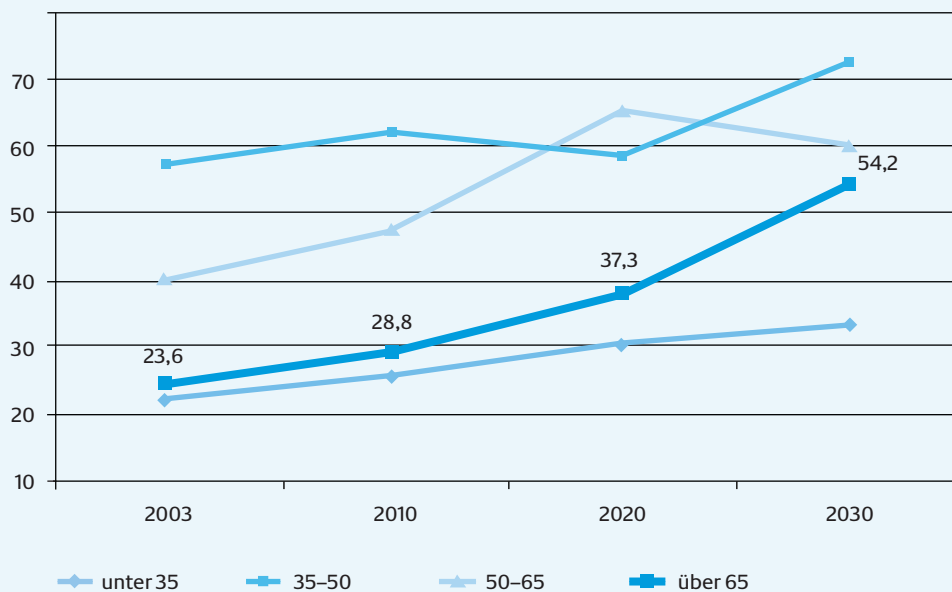
Für das Geschäft mit Mobilität ergeben sich hieraus Chancen, aber auch Risiken – nicht nur im Hinblick auf die sinkende Zahl von Reisenden, sondern auch in Bezug auf veränderte Kundenbedürfnisse. Die ältere Generation wird zu einer entscheidenden Kundengruppe der

Zukunft werden. Diese tief greifende Verschiebung der Altersstruktur beeinflusst in erheblichem Maße die Spielregeln kundengetriebener Märkte. Auf die spezifischen Vorstellungen und Anforderungen älterer Menschen einzugehen, birgt ebenso große Marktpotenziale wie Herausforderungen für Unternehmen.

Die Kaufkraft der Seniorinnen und Senioren wird bis 2030 stark ansteigen

Entwicklung der realen Ausgaben für Verkehr nach Altersgruppen

Mrd. EUR



Kaufkraftanstieg der über 67-Jährigen:
 ■ bis 2020 um 14 Mrd. EUR
 ■ bis 2030 um 30 Mrd. EUR

Datenquelle: Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung, 2007

Die ältere Generation ist nicht nur eine schnell wachsende, sondern auch eine sehr zahlungskräftige Zielgruppe. Sie verfügt über Einkommen und Vermögen, Vererbungsmentalität und extreme Sparsamkeit verlieren an Bedeutung. Die prognostizierten Ausgaben der über 65-Jährigen für den Verkehrsmarkt werden bis 2020 um rund 14 Milliarden Euro und bis 2030 um rund 30 Milliarden Euro anwachsen. Auch ist ein Wertewandel hin zur aktiven Lebensgestaltung zu verzeichnen: Urlaub steht an erster Stelle der Freizeitaktivitäten der Seniorinnen und Senioren. Keine andere Bevölkerungsgruppe ist häufiger, länger und weiter unterwegs – und gibt mehr aus – auf Urlaubsreisen als die ältere Generation. Diese reise-freudige Kundengruppe kann zukünftig als ein wichtiger Wachstumsmotor des Tourismus gelten – insbesondere auch für das Reiseziel Deutschland.

Die ältere Generation wird also einerseits immer aktiver und mobiler, erwartet andererseits aber auch speziell auf ihre Bedürfnisse abgestimmte Angebote. Sie nimmt ihre Werte und Einstellungen mit ins Rentenalter – und immer mehr Frauen auch ihren Führerschein. Das Auto bleibt zwar bis ins hohe Alter Verkehrsmittel Nummer 1. Aber mit zunehmendem Alter wächst auch der Anteil des öffentlichen Verkehrs an den Gesamtausgaben für Mobilität. Beispielsweise steigt die Nutzung des Verkehrsmittels Bahn von 5,5 Prozent bei den 50 bis 59-Jährigen auf 8,2 Prozent bei den über 70-Jährigen.

Worin bestehen nun die spezifischen Bedürfnisse und Anforderungen der Seniorinnen und Senioren im Hinblick auf Mobilitätsprodukte? Auch wenn die ältere Generation – entgegen vieler Klischees – eine sehr heterogene Gruppe ist, die sich in Zukunft eher noch ausdifferenzieren wird, so lassen sich doch allgemeine Anforderungen an altersgerechte Produkte und Dienstleistungen festhalten. Im Mittelpunkt stehen dabei die nachlassenden physischen Kräfte der Älteren, ihr steigendes Sicherheitsbedürfnis und die relativen Barrieren im Umgang mit neuen Technologien. Sie erwarten deshalb:

- ein komfortables und bequemes Verkehrsmittel,
- einfachen und sicheren Zugang,
- Zuverlässigkeit, Pünktlichkeit und ausreichend Information und
- bei preisbewussten Seniorinnen und Senioren auch: Bezahlbarkeit.

Die Deutsche Bahn AG hat einen Teil ihrer Hausaufgaben schon gemacht. Um nur einige Beispiele aus der Angebotspalette zu nennen:

- BahnCard 50 für Menschen über 60 Jahre zum halben Preis, inklusive kostenlose Mitfahrt von bis zu zwei Enkeln und kostenloses City-Ticket für über 100 Städte,
- DB Serviceangebot „Reisepaket“ für nur 12,50 Euro mit Sitzplatzreservierung, persönlichem Ein-, Um- und Aussteigeservice sowie Gepäcktransport im Bahnhof und Scheckheft mit weiteren Komfortangeboten z. B. für Autovermietung und Hotels;
- Reisetipps, Angebote und Informationen für ältere Reisende im Internet unter www.bahn.de/55plus.

Darüber hinaus bemühen wir uns, den Zugang zu unseren Verkehrsangeboten so bequem wie möglich zu gestalten, indem wir z. B. sukzessive Fahrstühle, soweit nicht ohnehin schon vorhanden, in viele Bahnhöfe einbauen oder für unseren Stadtverkehr nach und nach Niederflurbusse beschaffen.

Wechseln wir nun die Blickrichtung vom älteren Kunden zum älteren Mitarbeiter. Da die demografische Entwicklung, die von Unternehmen im Wesentlichen nicht beeinflusst werden kann, nicht



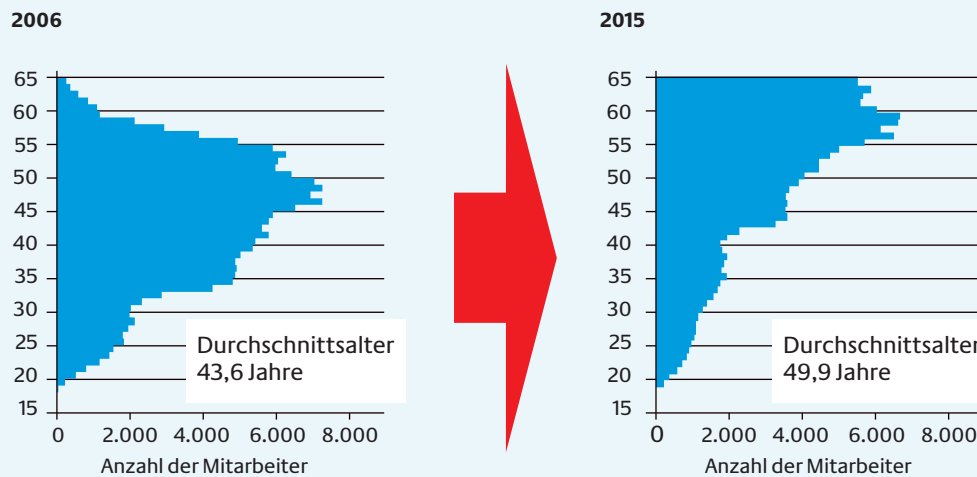
**Für Junggebliebene:
BahnCard 50 zum halben Preis.**

Und das Sparen geht weiter...

Reisende ab 60, schwerbehinderte Menschen (ab GdB 70) und Erwerbsunfähigkeitsrentner zahlen für die ermäßigte BahnCard 50 in der 2. Klasse nur 106 Euro. Damit reisen Sie mit 50% Rabatt auf den Normalpreis. City-Ticket in über 100 Städten inklusive. Kinder und Enkelkinder unter 15 reisen mit Ihnen kostenlos, wenn sie vor Reisebeginn auf der Fahrkarte eingetragen sind. Genaue Informationen überall, wo es Fahrkarten gibt, und unter www.bahn.de. **Die Bahn macht mobil.**



Bei der Deutschen Bahn AG wird sich zwischen 2006 und 2015 der Anteil der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter über 50 Jahre von 30 % auf 60 % verdoppeln



Quelle: Deutsche Bahn AG, Margret Suckale

vor den **Belegschaften** haltmachen wird, müssen wir uns auf eine Alterung und Schrumpfung auch des Erwerbspersonenpotenzials einstellen. Bei der Deutschen Bahn AG wird die Zahl älterer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter künftig deutlich zunehmen. Bereits heute ist ein Drittel der Belegschaft in Deutschland 50 Jahre alt und älter; das Durchschnittsalter liegt bei 44 Jahren und wird bis 2015 auf 50 Jahre ansteigen. Darum beschäftigen wir uns auf höchster Ebene im Konzern bereits seit 2005 intensiv mit dieser Entwicklung im Rahmen des Projekts „Demografie“.

Erfreulich ist, dass Unternehmen Menschen im Alter von über 50 Jahren wieder als Potenzial entdecken. Ein Grund hierfür ist gewiss der wirtschaftliche Aufschwung in Deutschland. Auch die Verlängerung der Lebensarbeitszeit durch eine restriktivere Handhabung von Vorruhestandsregelungen und die Erhöhung des Renteneintrittsalters spielen eine wichtige Rolle. Außerdem ermöglicht der technische Fortschritt eine Längerbeschäftigung in den meisten Tätigkeiten. Aber die Wertschätzung älterer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter greift noch weiter aus. Sie werden von Unternehmen immer mehr als wertvoller Bestandteil für eine ausgewogene und produktive Belegschaftsstruktur wahrgenommen. Sie bringen im besonderen Maße Erfahrungswissen, Zuverlässigkeit und Qualitätsbewusstsein mit. Zumeist ist auch ihre Identifikation mit dem Unternehmen höher, was sich in einer geringeren Fluktuation niederschlägt. Ältere Kolleginnen und Kollegen sind aber auch deshalb interessant, weil sie genau die richtigen Ansprechpartnerinnen und Ansprechpartner für eine ebenfalls älter werdende Kundschaft sein könnten. Es ist erfreulich, dass die Sensibilität hierfür deutlich gestiegen ist und ein selbstkritisches Umdenken im Personalmanagement von Unternehmen bereits eingesetzt hat.

Von der langjährigen Erfahrung älterer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter können die jüngeren stark profitieren. Deshalb praktizieren wir den Aufbau altersgemischter Teams und individueller Tandemlösungen. Denn dadurch ist die Entfaltung eines größeren innovativen Potenzials als in altershomogenen Belegschaften möglich. Die Kompetenzen von

Älteren und Jüngeren sind nicht konkurrierend, sondern komplementär. Sie sollten sich ergänzen und Erfahrung sollte sich mit neuem Wissen paaren, um das Unternehmen durch praktikable Innovationen weiter voranzubringen.

Unternehmen brauchen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aller Altersgruppen. Deshalb hat sich das Unternehmen Bahn vor dem Hintergrund des demografischen Wandels zum Ziel gesetzt, ausreichend qualifizierten Nachwuchs, insbesondere in Engpassgruppen, zu rekrutieren und gleichzeitig ältere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter länger in Beschäftigung zu halten. Qualifizierte Stellenbesetzungen bei der Deutschen Bahn AG im Jahre 2007 bedeuten im Einzelnen:

- rund 2.300 neue Stellen für Auszubildende und 250 neue Plätze für Berufsakademiestudentinnen und -Studenten;
- „Chance plus“: rund 500 Praktikumsplätze für die erfolgreiche Einstiegsqualifizierung;
- „Initiative 50plus“: 12 Prozent der neu eingestellten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter per Februar 2007 waren 50 Jahre alt und älter.

Den Erhalt der Beschäftigungsfähigkeit und Produktivität unserer Belegschaft stellen wir sicher durch geeignete Maßnahmen im Hinblick auf:

- Qualifizierung und Motivation (z. B. durch individuelle Weiterbildungsangebote und Personalentwicklung oder „job rotation“),
- Gesundheitsförderung (z. B. Verlosung von 100 Gutscheinen für Vital-Wochenenden, vorrangig für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Schicht- und Wechseldienst) sowie
- altersgerechte Beschäftigungsbedingungen (z. B. Flexibilisierung der Schicht- und Einsatzplangestaltung oder Förderung von Altersteilzeit).

Es gibt keine grundsätzliche Einschränkung der Lern- und Leistungsfähigkeit mit zunehmendem Alter. Umso wichtiger ist es deshalb, dass kontinuierliche Weiterbildung und die Bereitschaft, neue Aufgaben zu übernehmen, zu einer Selbstverständlichkeit werden. Wir brauchen eine lebendige, aktiv praktizierte Kultur des lebenslangen Lernens, die dazu führt, dass auch Älteren neue Aufgaben zugetraut werden und dass sie sich diese neuen Aufgaben umgekehrt auch selbst zutrauen. Wir bei der Deutschen Bahn verfolgen die Verwirklichung dieses Zieles durch eine alters- und alternsgerechte Personalpolitik.

Ältere Menschen sind ein wertvolles Potenzial – als Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ebenso wie als Kundinnen und Kunden. Dieses Potenzial gilt es zukünftig noch stärker zu berücksichtigen, um gemeinsam den demografischen Wandel zu meistern.

Forum A:
Ältere als Konsumierende (I) –
Neue Produkte für eine alternde
Gesellschaft



Prof. Dr. Roger Coleman

Royal College of Art (London)

In den vergangenen 16 Jahren habe ich mich mit Design und Altern, und in der letzten Zeit verstärkt mit „Inclusive Design“ auseinandergesetzt. Um zu verstehen, wie wir Produkte und Dienstleistungen für eine alternde Gesellschaft angemessener gestalten können, in der wir uns alle auf eine lange Zeitspanne aktiven Lebens nach dem Ruhestand freuen können, aber vernünftigerweise auch damit rechnen müssen, dass wir für einen Teil unseres Lebens eingeschränkt sein werden. Ich arbeite am Royal College of Art in London, einer einzigartigen Universität, die ausschließlich Post-Graduierten-Studiengänge für Kunst und Design anbietet.



Mein ursprünglicher Forschungsschwerpunkt lag auf der Verbindung zwischen Design und einer alternden Bevölkerung. Davon auszugehen, dass Design die Bedürfnisse und Ansprüche älterer Menschen berücksichtigen sollte, ist eine Sache; Gesellschaft und Industrie dazu zu bringen, Notiz davon zu nehmen, eine andere. Als Erstes habe ich mir die Größenordnung des alternden Marktes angesehen. Die Alterung der Bevölkerung ist kein neues Phänomen, obwohl es sie in dieser Form vorher noch nicht gegeben hat. In Großbritannien begann dieser Prozess vor 150 Jahren im Zuge der industriellen Revolution und in Europa ist er bereits ziemlich weit fortgeschritten, wobei Japan seit Kurzem die weltweite Führung eingenommen hat. Während des vergangenen Jahrhunderts hat sich die durchschnittliche Lebenserwartung in Großbritannien um 25 Jahre erhöht. Im Jahr 2020 werden fast 50 Prozent der britischen Erwachsenen 50 Jahre oder älter sein, wogegen die Gruppe der unter 50-Jährigen sich zahlenmäßig in den vergangenen 100 Jahren kaum verändert hat.

Daraus folgt, dass jeder zusätzliche Konsument auf der Straße 50 Jahre oder älter ist. Der Markt für Ältere existiert nun schon eine Weile, aber Handel, Industrie und Regierung haben das erst unlängst bemerkt. Die allgemeine Öffentlichkeit macht sich gerade bewusst, dass das Leben nicht mit 65 oder 70 endet, sondern bis 80, 90 und länger als 100 Jahre dauern kann. Vor der industriellen Revolution betrug die Lebenserwartung bei der Geburt 40 Jahre oder weniger, nun liegt sie bei fast 80 Jahren. Es ist wichtig, daran zu denken, dass es sich um eine neue und beispiellose Situation handelt, und wir deshalb keinen Fahrplan und keine Anleitung dafür haben, wie wir dieses außergewöhnliche Geschenk eines langen Lebens leben, planen, managen und genießen können.

Um ein besseres Verständnis für einige dieser Themen zu entwickeln, habe ich frühzeitig verschiedene Neuerungen in meinem Lehrprogramm am Royal College of Art implementiert. Zunächst holte ich ältere Menschen in die Universität, damit sie mit unseren Designstudentinnen und -studenten aus allen Disziplinen arbeiten.

Außerdem führten wir eine Studie mit älteren Menschen in einem führenden britischen Supermarkt durch, die uns erlaubte, die Konsequenzen des Alterns für das Design auf eine praktische interaktive Art zu erforschen.



Preisgekröntes studentisches Design
Leicht zu öffnende Gläser – besser für alle

Ich bekam dadurch auch ein Podium, auf dem ich die nächste Initiative aufbauen konnte: eine Designherausforderung und ein Wettbewerbsprogramm für meine Studierenden und später für professionelle Designunternehmen. Diese Wettbewerbe brachten die Designbeispiele hervor, die wir brauchten, um die Botschaft an ein breiteres Publikum zu vermitteln und zu demonstrieren, wie ein altersgerechtes Design aussehen könnte: Alltagsprodukte und -dienstleistungen nach dem Konzept des Inclusive Designs, die für alle besser funktionieren können; altersgerechte Designs, um das Leben für ältere Menschen leichter zu machen; und eine bessere Ausstattung, um ein unabhängiges Leben und qualitativ hochwertige Pflege möglich zu machen.

Der nächste Schritt bestand darin, ein tieferes Verständnis für den sich verändernden Lebensstil älterer Menschen aufzubauen. Dazu arbeitete ich mit dem „Henley Centre for Forecasting“ zusammen, einer führenden britischen Ideenschmiede und Konsumforschungsberatung. Das Henley Centre führt regelmäßig eine Reihe von Trendbeobachtungen durch und verfügt dadurch über eine reichhaltiges Datenmaterial, auf das wir zurückgreifen konnten.

Ich schlug vor, in einem konkreten Fall die Daten der Befragungen über Freizeitgestaltung seit 1966 erneut auszuwerten, dabei aber nicht der üblichen Praxis zu folgen, die jüngeren Altersgruppen aufzuteilen und die über 50-jährigen zusammenzufassen, sondern umgekehrt vorzugehen, also die über 50-jährigen aufzuteilen und die jüngeren Altersgruppen zu einer Vergleichsgruppe zusammenzufassen.

Obwohl es eine Fülle von Daten gibt, mit denen man sich auseinandersetzen kann, lassen sich einige sehr interessante Trends erkennen. Zum Beispiel gehen ältere Menschen sehr gerne in Restaurants, aber sie mögen keine traditionellen Kneipen oder Bierlokale. Eine wichtige Nachricht für die Brauindustrie: Machen Sie Ihre Kneipen zu Restaurants! Ein Schritt, der sich für diejenigen, die die Botschaft zur Kenntnis genommen haben, als profitabel erwiesen hat. Spazierengehen, obwohl anfangs eine beliebte Freizeitaktivität, weicht mehr und mehr dem Autofahren, wenn die Leute älter und gebrechlicher werden, und das Autofahren wird für viele Menschen geradezu zu einem Rettungsanker. Dies hat enorme

Folgen für die Automobilhersteller und auch für die Regierungen, die Verkehrsplanung und den Kampf gegen die globale Erwärmung.

Der weltweit führende japanische Autohersteller Toyota hat als Antwort auf den Trend des alternden Marktes Autos entwickelt, in die man sehr leicht einsteigen kann. Ein erstes Modell, der PORTE, war zwar sehr gut designed, verkaufte sich aber nicht gut. Die Überarbeitung der Verkaufsstrategie unter Beachtung von Familien- und Freizeitaspekten hat spätere Modellvarianten sehr viel profitabler gemacht, und die Betonung liegt nun auf Lifestyle, Wohlbefinden und Zusammengehörigkeit. Zu lernen, wie sich altersgerechtes Design verkaufen lässt, ist ein großer Schritt nach vorne und etwas, auf das ich später noch zurückkommen werde.

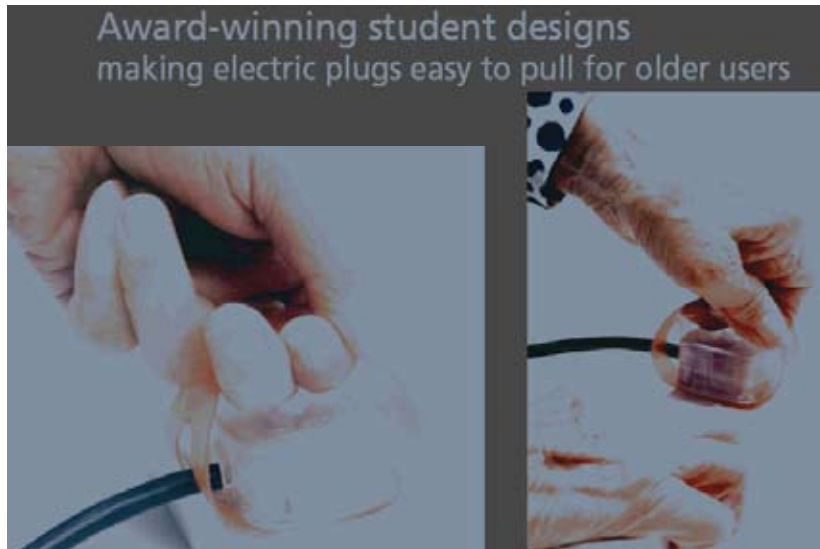
Ein weiteres interessantes Feld ist der Markt Heimwerker, den wir in Großbritannien mit „do it yourself“ (DIY) bezeichnen. Wir haben hier eine Absatzmöglichkeit entdeckt, da ältere Menschen bis zum Rentenalter in diesem Bereich große Aktivität an den Tag legen, die jedoch dann geringer wird, wenn sie genügend Freizeit haben, um sie zu genießen. Vielleicht liegt es daran, dass alle Werkzeuge für junge Männer konzipiert wurden und deshalb für ältere Menschen so schwierig zu benutzen sind.

Wir unterbreiteten diese Idee einem führenden britischen Baumarkt, B&Q, und arbeiteten mit einer unkonventionellen Gruppe von Benutzerinnen und Benutzern, die aller Voraussicht nach die Designvorgaben in Frage stellen würden: ältere, meist allein lebende Frauen, junge Frauen, die ihre neuen Wohnungen verschönern wollten und pensionierte Handwerker und Geschäftsleute – also kompetente Nutzerinnen und Nutzer mit unterschiedlichen Fähigkeiten. Heraus kam eine Reihe von leichten, altersgerechten Elektrowerkzeugen, die sowohl für Frauen als auch für Männer ansprechend waren. Vor Weihnachten 2002 eingeführt, waren sie unmittelbar erfolgreich. Die zweite Produktgeneration zielte direkter auf den neu entdeckten weiblichen Markt ab und sie schafften es auf eine Top-100-Liste von „must have“-Spielereien für Weihnachten 2005. B&Q hat seitdem die „Inclusive Design“-Methode für seine gesamte Produktpalette übernommen.

Nicht alles erwies sich kommerziell gesehen als Erfolg. Der führende britische Einzelhändler Marks & Spencer musste viel Lehrgeld zahlen. 1994 produzierte mein Team ein Video mit dem Titel „Mode nach 50“ für das Management-Team. Wir wiesen darauf hin, dass bemerkenswerterweise in ganz Großbritannien die Gruppe der über 65-Jährigen mehr Geld für Kleidung ausgab als 15 Jahre vorher, wohingegen die Gruppe der 20 bis 24-Jährigen weniger ausgab und von der Gruppe der über 65-Jährigen übertroffen wurde. Das Gleiche galt für die Sparte der über 50-Jährigen als Ganzes. Die Verkäufe von Marks & Spencer an die über 65-Jährigen waren jedoch gerade gesunken. Sie konzentrierten sich auf die falsche Zielgruppe und verloren Stammkundschaft, die in der Vergangenheit sehr treu gewesen war.

Wir schlugen vor, mit älteren Frauen zu sprechen, um herauszufinden, was sie wollten – nämlich gute Qualität, modisch richtige Kleidung, die zu ihrer gealterten Körperform passte –, und ihnen in der Werbung und im Marketing eine größere Präsenz zu verschaffen. Damals beachtete niemand unseren Ansatz, aber zwölf Jahre später fiel der Groschen, Marks & Spencer änderte die Richtung, entwickelte die richtige Kleidung und die richtige Botschaft, „engagierte Models über 60, und heute geht es dem Unternehmen wieder gut.

Warum ist das alles so wichtig? Erstens, und hier liegen die Tatsachen klar auf der Hand, ist die Alterung der Gesellschaft ein bleibender Faktor und ältere Menschen haben sehr viel Geld auszugeben – wenn ihnen die richtigen Waren und Dienstleistungen angeboten werden. Zweitens nimmt die Konkurrenz zu. Das designgeführte US-Unternehmen OXO verzeichnet enorme Zuwächse durch seine Good Grips-Produkte. Vor über 16 Jahren mit nur 15 Produkten eingeführt, setzte das Unternehmen ein Jahr später drei Millionen Dollar um; die Produktpalette beinhaltet heute über 750 Haushaltsprodukte. Sie haben über 100 Design-Preise gewonnen und weisen eine Wachstumsrate von 30 Prozent pro Jahr auf. Und das alles baut auf einem „Inclusive Design“-Ansatz auf.



Preisgekröntes studentisches Design
Elektrostecker lassen sich von älteren Nutzern leichter ziehen

In Japan hat ein Netzwerk von ca. 130 Unternehmen, in dem viele der wichtigsten Marken – Panasonic, Toyota, Sony, NEC, Nissan, Fujitsu und andere – vertreten sind, über viele Jahre an diesen Themen gearbeitet und ist damit 2004 an die Öffentlichkeit getreten. Ich berate dieses Netzwerk und sein zukünftiges Angebot lautet: Mobilität für alle in Form des neuesten Toyota-Konzeptfahrzeugs. Die sogenannte i-unit kann sich zurücklegen und sich aufrichten, man kann leicht ein- und aussteigen, sie ist intelligent, und die Geschwindigkeit kann automatisch und möglicherweise über ein Sprachsystem gesteuert werden – ein starker Indikator dafür, wo der alternde Markt uns hinführen wird, und ich weiß schon genau, was meine Wahl für die Zukunft sein wird.

Klaus-Peter Wegge

Siemens Accessibility Competence Center (Paderborn)

Der Umgang mit dem Konzept Gestaltung für alle bei Siemens



Vorbemerkungen

Brauchen wir tatsächlich besondere Produkte für Seniorinnen und Senioren und wenn ja, warum eigentlich? Irgendwann erwischt es jeden, häufig eher langsam und fast unbemerkt, aber manchmal auch plötzlich und unerwartet: Es ist die Erkenntnis, dass die Bedienung eines Gerätes zunehmend Mühe macht, kompliziertere Funktionen nicht mehr genutzt werden, Fehlbedienungen häufiger vorkommen oder Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, Kolleginnen und Kollegen, Familienmitglieder oder Freunde gebeten werden, bestimmte Einstellungen vorzunehmen. Nicht selten ist die Überraschung bei der Neuanschaffung eines Produktes groß, dass eine ganze Anzahl neuer Funktionen hinzugekommen ist, neue Technologien zum Einsatz kommen und sich daher die Bedienung deutlich verändert hat. Und diese Beobachtung gilt für alle Lebensbereiche: bei der Umstellung auf digitales Fernsehen, bei der Beschaffung eines neuen Fotokopierers oder einer neuen Telefonanlage in der Firma, bei der Umstellung einer Bankfiliale auf Automaten, bei Verlagerungen von Serviceleistungen in das Internet, bei der Umstellung auf automatische Abfertigung im Schienenverkehr oder bei der neuen Kaffeemaschine oder Digitalkamera, die alles kann. Allerdings fällt es den meisten Menschen schwer zu akzeptieren, dass ihre Probleme im Umgang mit solchen Produkten und Dienstleistungen oft in Zusammenhang mit dem alters- oder gesundheitsbedingten Rückgang ihrer Fähigkeiten stehen.

Die Frustration von älter werdenden Menschen und von Menschen mit Behinderungen wächst ständig, denn es ist überhaupt nicht einzusehen, warum Produkte und Dienste, die bislang im Haushalt oder Beruf problemlos zu nutzen waren, nun plötzlich Schwierigkeiten bereiten.

Gestaltung für alle (Design for All) ist die Zauberformel, um die Nutzergruppe unserer Produkte so zu erweitern, dass möglichst viele Menschen, also auch ältere Menschen oder Menschen mit Behinderungen, diese nutzen können.

Hintergrund

Der sogenannte doppelte Alterungseffekt unserer Gesellschaft ist mittlerweile allgemein bekannt: Die Menschen werden immer älter und es werden immer weniger Kinder geboren. Und weiterhin ist es eine bekannte, wenn auch nicht gern akzeptierte Tatsache, dass es einen Zusammenhang zwischen dem Alter und dem Nachlassen der menschlichen Fähigkeiten gibt. So sind heute schon 64 Prozent der Menschen mit staatlich anerkannten Behinderungen über 60 Jahre alt, während die Altersgruppe der 35 bis 60-Jährigen 28 Prozent und die 15 bis 35-Jährigen 6 Prozent ausmachen. Zu 85 Prozent sind Erkrankungen die Ursache für eine Behinderung.

Bei der Umsetzung des Konzepts Gestaltung für alle in Produkte wird auf die eingeschränkten Fähigkeiten der Nutzerinnen und Nutzer Rücksicht genommen. Dabei spielen das Alter oder die Ursache der eingeschränkten Fähigkeit keine Rolle, denn wir möchten selbstverständlich auch die Gruppe der jüngeren Menschen mit Behinderungen, die schließlich 34 Prozent der erweiterten Zielgruppe stellen, sowie Menschen mit temporären eingeschränkten Fähigkeiten (z. B. aufgrund einer Verletzung) nicht ausschließen. Durch die Verlängerung der Lebensarbeitszeit der Menschen erfährt die Gestaltung für alle sogar am Arbeitsplatz eine wachsende Bedeutung.

Kundengruppen

Grundsätzlich unterscheiden wir vier Kundengruppen, die sehr unterschiedliche Anforderungen an unser Unternehmen herantragen:

Konsumentinnen und Konsumenten: Gestaltung für alle vergrößert den potenziellen Nutzerkreis eines Produkts. Konsumentinnen und Konsumenten kaufen für ihren eigenen Bedarf Alltagsprodukte wie Hausgeräte, Schnurlostelefone oder Navigationssysteme. Sie treffen beim Kauf eine eigenverantwortliche Entscheidung darüber, welches Produkt ihren individuellen Bedürfnissen und Fähigkeiten am besten entspricht. So wird eine Person mit einer Sehbehinderung auf ein besonders großes, gut lesbares Display Wert legen, während ein solches Display für hörbehinderte Menschen nicht von derartiger Wichtigkeit sein wird und für einen blinden Käufer keine Rolle spielen oder nur ein unnötiger Kostenfaktor sein wird. Theoretisch müsste ein Hersteller bei der Gestaltung eines Produkts also alle Formen von Behinderungen gleichermaßen berücksichtigen. In der Praxis lässt sich das jedoch meist nicht umsetzen, weil die unterschiedlichen Anforderungen an das Produkt oft nicht miteinander vereinbar sind oder weil das Produkt bei anderen Kundenkreisen nicht akzeptiert würde oder auch weil die Herstellungskosten zu hoch wären. Vielmehr muss der Hersteller darauf achten, dass die Summe der Produkte einer Produktgruppe die Anforderungen der unterschiedlichen Behinderungsarten möglichst weitgehend abdeckt. So kann die Käuferin bzw. der Käufer wählen.

Behörden und Dienstleister: Barrierefreie Gestaltung (Accessibility) ist die Voraussetzung dafür, dass Menschen mit unterschiedlichen Einschränkungen die öffentlich zur Verfügung gestellten Produkte und Dienste wie Geld- und andere Selbstbedienungsautomaten, Internet-Portale, Software oder den öffentlichen Personenverkehr nutzen können. Um eine solche barrierefreie Gestaltung zu gewährleisten, sind nicht selten Maßnahmen erforderlich, die die Kosten des Produktes erhöhen und sogar in Einzelfällen den „Standardnutzer“ benachteiligen können.

Menschen mit Behinderungen: Sie benötigen häufig sogenannte Hilfsmittel wie Hörgeräte oder Spezialtastaturen, um ihre eingeschränkten Fähigkeiten zumindest teilweise zu kompensieren. Diese Hilfsmittel müssen auf ihre individuellen Bedürfnisse hin optimiert werden. Hersteller sollten berücksichtigen, dass die Hilfsmittel kompatibel zu ihren Produkten sind.

Spezialistinnen und Spezialisten: Sie benötigen auf ihre Arbeitsumgebung zugeschnittene, individuell angepasste Produkte, die ein sicheres und effektives Arbeiten ermöglichen. Für den Umgang mit diesen speziellen Produkten ist oft ein persönliches Training erforderlich.

Definitionen

Das Deutsche Institut für Normung (DIN) hat 2003 den Fachbericht 131 „Leitlinien für Normungsgremien zur Berücksichtigung der Bedürfnisse von älteren Menschen und von Menschen mit Behinderungen“ veröffentlicht. Dabei handelt es sich um die deutsche Fassung der „Guidelines for standards developers to address the needs of older persons and persons with disabilities“, die vom European Committee on Standardization (CEN) und vom European Committee on Electrotechnical Standardization (CENELEC) als Guide 6 herausgegeben wurden. Diese Guidelines wiederum gehen auf die gleichnamigen Richtlinien zurück, die die International Organization for Standardization (ISO) 2001 veröffentlicht hatte. Der Fachbericht 131 definiert Barrierefreie Gestaltung wie folgt:

„Gestaltung, die den Schwerpunkt auf die Prinzipien der Ausweitung der Gestaltungsnormen auf die Anwendbarkeit durch Personen richtet, die eine bestimmte Art von Leistungseinschränkung aufweisen, um die Anzahl möglicher Kunden zu erhöhen, die ein Produkt, ein Gebäude oder eine Dienstleistung ohne weiteres nutzen können.“

Nach der Kommission der Europäischen Gemeinschaften (COM(2005)425 endg) gibt es im Wesentlichen drei Strategien der Gestaltung für alle:

- Design für die meisten Nutzerinnen und Nutzer ohne Änderungen;
- Design zur leichten Anpassbarkeit an verschiedene Nutzerinnen und Nutzer (z. B. durch anpassbare Schnittstellen);
- Design im Hinblick auf die reibungslose Verbindung zu Hilfsgeräten.

Das Siemens Accessibility Competence Center

Es ist die Aufgabe des Siemens Accessibility Competence Centers (ACC), die unterschiedlichen Bereiche des Unternehmens Siemens sowie unsere Kundinnen und Kunden bei der sinnvollen und wirtschaftlichen Umsetzung der Idee der Gestaltung für alle zu beraten. Hierbei verwenden wir der Einfachheit halber den Begriff Barrierefreiheit (Accessibility). Neben der allgemeinen Information, der Beratung und dem Training von Ingenieurinnen und Ingenieuren und Designerinnen und Designern sind die Expertinnen und Experten des ACC häufig schon in die früheste Produktentwicklungsphase eingebunden, denn zu diesem Zeitpunkt lassen sich notwendige Modifikationen erfahrungsgemäß noch einfach und meist kostengünstig realisieren. Die Tests finden im eigenen Unternehmen statt. Einige unserer Accessibility-Expertinnen und -Experten sind selbst betroffen, sodass sie auf der Grundlage ihrer eigenen Erfahrungen beurteilen können, ob die getroffenen Maßnahmen auch wirklich nützlich sind. Um die unterschiedlichen Anforderungen der Nutzerinnen und Nutzer kennenzulernen, nehmen wir an speziellen Messen und Konferenzen teil und beteiligen uns an Forschungs- und Entwicklungsprojekten, um unser Wissen zum Thema Barrierefreiheit kontinuierlich zu erweitern. Insbesondere sind uns jedoch die Kontakte zu Menschen mit Behinderungen, ihren Verbänden und den Herstellern von Hilfsmitteln zum gegenseitigen Informationsaustausch wichtig.

Die Firmengrundsätze zur barrierefreien Gestaltung nach dem Konzept des Design for All sind die Grundlage unseres Handelns. Dabei spielt ein internes Netzwerk zur Koordination der Aktivitäten und zum Informationsaustausch eine zentrale Rolle. Aber auch die Zusammenarbeit mit anderen Unternehmen über die entsprechenden nationalen und internationalen Industrieverbände sowie der Gedankenaustausch mit den Gesetzgebern sind von

zentraler Bedeutung. Denn nur dann, wenn alle Beteiligten gemeinsam am Ziel der Umsetzung des Design for All mitwirken, kann diese Idee Wirklichkeit werden. Als gemeinsame Verständigungsgrundlage dienen internationale Accessibility-Standards, an deren Entwicklung, etwa im Rahmen der ISO, wir uns aktiv beteiligen.

Die Herausforderung

Die Anforderungen von älteren Menschen und von Menschen mit unterschiedlichen Behinderungen an Alltagsprodukte und Dienstleistungen sind weltweit weitgehend identisch. Außerdem entwickeln die Unternehmen ihre Produkte für einen globalen Markt. Jedoch entstehen in der Praxis Probleme durch:

- unterschiedliche Begriffe und Definitionen;
- unterschiedliche nationale Regulierungen;
- inkonsistente nationale Standards;
- widersprüchliche Empfehlungen;
- widersprüchliche Anforderungen der Nutzerinnen und Nutzer.

Ältere Menschen sind keinesfalls eine homogene Nutzergruppe, wie vielfach behauptet wird, und es ist nicht einfach, die unterschiedlichen Teilgruppen zu erreichen. Um auf besonders geeignete Produkte und Dienste aufmerksam zu machen, ist eine gezielte Information der Kundinnen und Kunden, Verkäuferinnen und Verkäufer, Planerinnen und Planer und Architektinnen und Architekten erforderlich. Häufig entscheidet die richtige Aufstellung und Konfiguration eines Produktes darüber, ob es einfach zu bedienen ist. Entsprechend sind spezielle Hinweise sowie gegebenenfalls Einweisungen sehr hilfreich. Es bleibt aber immer die Frage, wer für wen die Kaufentscheidung trifft. Auch ist unklar, welche Rolle die individuelle Prüfung der Bedienbarkeit des Produkts bei der Entscheidungsfindung spielt.

Ob ein Produkt als barrierefrei gelten kann, lässt sich nicht generell bewerten, denn Barrierefreiheit wird in Abhängigkeit unter anderem von Alter, Erfahrung, Übung sowie Art und Grad der Behinderung sehr subjektiv beurteilt. Barrierefreiheit ist damit keine einfache Ja/Nein-Entscheidung und auch nicht ohne Weiteres messbar. Für den einzelnen Käufer gilt deshalb die bewährte Regel: Erst informieren und ausprobieren!

Behinderungsspezifische Hinweise, wie sie etwa in einzelnen Berichten bei der Stiftung Warentest zu finden sind, haben Hinweischarakter und bieten dem einzelnen Nutzer Unterstützung. Darüber hinausgehende entsprechende Produktkennzeichnungen sind jedoch nicht geeignet und im Zweifelsfall sogar eher irreführend für die Verbraucherin bzw. den Verbraucher mit besonderen Anforderungen. Vor allem große Unternehmen stehen mit ihrem Namen für die Qualität ihrer Produkte und benötigen keine Bestätigung durch Drittzertifizierer.

Bei jedem neuen Produkt stellt sich immer wieder die Frage: Wie viel Design for All ist sinnvoll, wird von den Kundinnen und Kunden verlangt, akzeptiert und letztendlich auch bezahlt? Die Herausforderung besteht darin, die bisherigen Nutzergruppen nicht zu vernachlässigen und, im Sinne der Gestaltung für alle, neue Kundenkreise zu erschließen.

Neue Ideen für neue Produkte

Durch innovative Ideen und den Einsatz modernster Technologien entstehen Produkte, die einen völlig neuen Komfort auch für ältere Menschen und Menschen mit Behinderungen bieten. Das bedeutet aber auch, dass die Einzelnen diesen Neuerungen gegenüber aufgeschlossen sein sollten. Wenn der Staubsaugerrobot die Wohnung während der Abwesenheit automatisch reinigt, ist das bequem für alle. Wenn der Liftbackofen das Gargut auf passender Arbeitshöhe, von allen Seiten gefahrlos erreichbar, zugänglich macht, ist das sicherlich völlig ungewohnt, aber sehr sinnvoll. Wenn das Schnurlostelefon meldet, dass die Waschmaschine im Keller ihre Arbeit beendet hat oder der Klarspüler in der Spülmaschine verbraucht ist, so ist das nur ein Zeichen dafür, dass Technologien zusammenwachsen. So ergeben sich ganz neue Möglichkeiten und Anwendungen.

Wir setzen uns dafür ein, dass unsere Produkte allen Menschen, unabhängig von ihrem Alter oder ihren eingeschränkten Fähigkeiten, den Alltag erleichtern und dass sie komfortabel für alle sind.



Stefan Gundelach

Nintendo of Europe GmbH (Großostheim)

Einen Vertreter der Videospiel-Branche erwartet sicher nicht jeder auf einem Kongress wie diesem. Schließlich weiß man doch – oder glaubt zu wissen: Video- und Computerspiele sind etwas für Kinder und Jugendliche, in der Regel Jungs, die mehr oder weniger selbstvergessen vor ihrer Konsole oder dem Fernseher sitzen und sich in Spielwelten bewegen, die sich Erwachsenen niemals erschließen werden. Senioren und Videospiele gar? – Das passt überhaupt nicht zusammen! Oder doch?

Ein kurzer Blick nach Japan soll zeigen, wie meine Kolleginnen und Kollegen dort an das Thema herangehen. Japan ist vor allem deshalb interessant, weil in diesem Land der demografische Wandel schon viel früher als bei uns eingesetzt hat.



„Dr. Kawashimas Gehirn-Jogging: Wie fit ist Ihr Gehirn?“ ist eine Software, die für unsere tragbare Spielkonsole Nintendo DS entwickelt wurde. So lässt sich auf spielerische Art und Weise das Gehirn trainieren. Dr. Kawashima gibt es übrigens wirklich. Er ist Hirnforscher an der Tohoku-Universität im japanischen Sendai. Auf seinen Erkenntnissen basieren die Aufgaben, die in diesem Spiel zu lösen sind und die dem Training der kleinen grauen Zellen dienen.

Aus der Sicht passionierter Videospielerinnen und -spieler ist dieser Titel grafisch und spielerisch vergleichsweise unspektakulär. Dennoch ist er zur Überraschung aller Branchenkenner zum erfolgreichsten Videospiel des Jahres 2006 in Deutschland avanciert. Über 450.000 Menschen haben sich den Titel hierzulande zugelegt. Was aber hat das mit unserem Thema zu tun? Ganz einfach: Der enorme Erfolg von „Dr. Kawashimas Gehirn-Jogging“ beruht darauf, dass es bei älteren Spielerinnen und Spielern ebenso ankommt wie bei Jugendlichen. Rund 43 Prozent seiner Käuferinnen und Käufer waren älter als 40 Jahre. Das Spiel ist aber nur ein besonders hervorsteckender Beleg unter vielen für die Vorreiterrolle, die Nintendo in der Entwicklung generationenübergreifender Videospiele übernommen hat.

Warum ist Nintendo Vorreiter?

Die Schlüsselrolle unseres Unternehmens ergibt sich zum einen aus seiner Herkunft aus Japan und zum anderen aus seiner Zugehörigkeit zu zwei verschiedenen Wirtschaftszweigen, der Spielwaren- und der Unterhaltungselektronik-Branche.

Nintendos Heimatmarkt Japan ist das Land, das am stärksten vom demografischen Wandel betroffen ist. Die gesellschaftliche Entwicklung dort nimmt vieles vorweg, was auf uns in Deutschland in wenigen Jahren zukommt. Japan weist heute von allen Industriestaaten die älteste Bevölkerung auf. Es existiert also ein starker wirtschaftlicher Druck zur Entwicklung altersgerechter Produkte und Designs. Erleichtert wird dies durch die generelle Aufgeschlossenheit der Japaner gegenüber neuen Techniken. Über Firmen wie Nintendo können auch die Europäer von den japanischen Erfahrungen profitieren.

Auch die Spielwarenindustrie, zu der Nintendo gehört, spürt die Herausforderungen, die vom demografischen Wandel ausgehen: Der Bevölkerungsanteil ihrer klassischen jugendlichen Zielgruppe wird immer kleiner, während der Anteil der Älteren immer weiter zunimmt. Spielangebote für sie zu entwickeln, ist für viele Unternehmen dieser Branche eine Zukunftsfrage. Die Unterhaltungselektronik-Industrie dagegen sollte sich selbstkritisch eingestehen, dass sie die Herausforderungen und Chancen des demografischen Wandels bisher kaum reflektiert hat. Alle, die schon einmal mit kryptischen Bedienungsanleitungen für Fernsehgeräte oder Videorekorder zu kämpfen hatten, werden wissen warum.

Nach einer 2003/04 durchgeführten Umfrage der BAGSO¹ haben zwei Drittel der über 50-jährigen Probleme mit elektronischen Geräten: 64 Prozent der Befragten beklagen mangelhafte Gebrauchsanweisungen, 56 Prozent kritisieren zu kleine oder unverständliche Beschriftungen und Symbole, 54 Prozent halten die Bedienung für zu kompliziert, für 38 Prozent sind Schalter, Tasten und Knöpfe zu klein und 30 Prozent finden die Anordnung der Bedienelemente unübersichtlich. Aufgrund der Markterfordernisse in seinem Herkunftsland Japan und seiner Zugehörigkeit zur Spielwarenindustrie gerät Nintendo im Bereich Unterhaltungselektronik fast automatisch in die Rolle des Vorreiters für senioren-gerechte Produkte. Unser Unternehmen verfolgt schon seit Jahren eine Geschäftsstrategie, die darauf abzielt, Videospiele zu entwickeln, die Alt und Jung – und möglichst die ganze Familie – miteinander verbinden.

Herausforderung als Chance

Und es ist mehr als nur eine Floskel, wenn ich sage, dass wir diese Herausforderung als Chance begreifen: Denn unsere Branche steht derzeit vor einem grundlegenden Wandel. In wenigen Jahren wird das Videospiel für Menschen über 50 ein ebenso selbstverständlicher Freizeitspaß sein wie heute schon für Kinder und Jugendliche. Die sogenannten „Silver Gamer“, wie findige Marketing-Strategen diese älteren Konsumentinnen und Konsumenten getauft haben, sind schon heute die am schnellsten wachsende Gruppe in der Gemeinde der Videospielderinnen und -spieler.

Nach der amerikanischen Entertainment Software Association spielen bereits heute 20 Prozent aller US-Amerikaner über 50 gelegentlich am Computer oder an Videospielekonsolen. 1999 waren es erst 9 Prozent. In Deutschland lag der Anteil im Jahr 2006 laut TNS Infratest immerhin schon bei 12 Prozent. Die Zahl der über 40-jährigen hierzulande, die tragbare Videospiele wie den Nintendo DS nutzen, hat sich nach Angaben der Gesellschaft

¹ „Beschwerdepool für ältere Verbraucher“. Ergebnisse der Befragung „Gebrauchsgegenstände und technische Geräte im Haushalt“, BAGSO e. V., gefördert durch das Bundesministerium für Verbraucherschutz, Ernährung und Landwirtschaft. Bonn, 2004.

für Konsumforschung in den letzten vier Jahren verdoppelt. Bei manchen Unternehmen in unserer Branche ist die Botschaft zwar noch nicht angekommen, aber wer diesen wachsenden Markt nicht bedient, verspielt über kurz oder lang auch seine ökonomische Zukunft.

Nintendos Strategie

Wie sieht nun die Strategie von Nintendo aus, mit der wir auf den demografischen Wandel reagieren? Wir haben uns jedenfalls ganz bewusst entschieden, keine gesonderten Senioren-Produkte anzubieten. Wir wollen die Älteren nicht ausschließen oder in eine bestimmte Nische abschieben, sondern sie mit einschließen in die Gemeinde der Videospiele und -spieler. Das heißt: Wir entwickeln Spielkonsolen und Spielinhalte, die Alte und Junge gleichermaßen ansprechen, die also generationenübergreifend funktionieren. Wir verstehen Seniorenfreundlichkeit als wichtigen Maßstab für allgemeine Nutzerfreundlichkeit. Denn, um neue, insbesondere ältere Zielgruppen für das Videospiel zu gewinnen, müssen zwei entscheidende Voraussetzungen erfüllt sein: Die Hardware, also die jeweilige Spielkonsole, muss erstens intuitiv einfach zu handhaben sein. Unser Ausgangspunkt dabei ist folgender: Wenn wir technische Hemmschwellen auf ein Minimum reduzieren, tun wir damit nicht nur den 70-Jährigen, sondern auch den 7- und den 17-Jährigen einen großen Gefallen. Und zweitens müssen die Spiele selbst eine so große Bandbreite an unterschiedlichen Genres aufweisen und eine solche inhaltliche Qualität besitzen, dass sie auch die Erwartungen und das Unterhaltungsbedürfnis älterer Spielerinnen und Spieler befriedigen. Das heißt: Wir brauchen Sport- und Rennspiele ebenso wie Denk- und Strategiespiele, Abenteuer- und Action-Titel ebenso wie Kreativ- oder Lernspiele oder Software, die zum Training der geistigen und körperlichen Fitness anregt. Diese zweigleisige Strategie – einfachste Handhabung der Spielkonsolen, kombiniert mit anspruchsvollen und abwechslungsreichen Spielinhalten – hat Nintendo in den letzten Jahren in Form von zwei ganz neuen Produktlinien für tragbare und TV-gebundene Videospiele umgesetzt. Um es anders zu formulieren: Wir haben die seit 25 Jahren ausgetretenen Pfade unserer Branche verlassen und das Videospiel in mancher Hinsicht neu erfunden.

Der erste Schritt: Nintendo DS

Der erste Schritt auf diesem neuen Weg war der tragbare Nintendo DS, den wir 2005 auf den Markt gebracht haben. Das Besondere daran: Das Gerät verfügt über ein integriertes Mikrofon und über zwei Bildschirme, darunter einen Touchscreen. Die Spiele für dieses Gerät lassen sich also einfach steuern, indem man den Touchscreen berührt oder ins Mikrofon spricht. Einer der ersten Bestseller für den Nintendo DS war ein Spiel, das sich nicht direkt an Seniorinnen und Senioren richtete, sondern vielmehr an Mädchen und junge Frauen, die ja auch nicht zu den klassischen technik-affinen Zielgruppen der Videospielebranche gehören. Das Spiel heißt „Nintendogs“ und es geht dabei um die Erziehung virtueller Hundewelpen. Die Spielerinnen können die Hunde auf dem Touchscreen streicheln oder per Mikrofon mit ihnen reden und ihnen beispielsweise Kunststücke beibringen. Den ersten großen Erfolg, den wir auch bei Seniorinnen und Senioren – aber eben nicht allein bei ihnen – erzielt haben, war das bereits erwähnte Spiel „Dr. Kawashimas Gehirn-Jogging“. Übrigens war dessen Namensgeber, der Hirnforscher Dr. Kawashima, ursprünglich eher skeptisch gegenüber Videospielen eingestellt. Er hat sich dann aber davon überzeugt, dass sich die neue Steuerungstechnik des Nintendo DS optimal für das Gedächtnistraining eignet, das umso wirksamer ist, je mehr Hirnareale dabei aktiviert werden. Genau das ermöglicht der Nintendo DS, da sich die Übungsaufgaben auf ihm schriftlich oder verbal lösen lassen. So

werden sowohl der Seh-, der Hör- und der Tastsinn als auch das Sprachzentrum des Gehirns gleichermaßen beansprucht. Mittlerweile hat Nintendo weitere Spiele und Lernsoftware herausgebracht, die dieses Kriterium erfüllen. So gibt es z. B. den Titel „English Learning“, der Anfängern und Fortgeschrittenen spielerisch Grundkenntnisse der englischen Sprache vermittelt. Auch ein Sudoku-Spiel gehört zum Nintendo DS-Programm. Wir haben sogar ein eigenes Label namens „Touch! Generations“ für diese Nintendo DS-Spiele geschaffen.



Touch Generations



Mit diesem Label signalisieren wir potenziellen Käuferinnen und Käufern, dass es sich um ein generationenübergreifendes Spiel handelt, mit dem sich Kinder, Eltern und Großeltern gleichermaßen – und gemeinsam – vergnügen können. Wie zukunftsorientiert diese Strategie ist, zeigt sich an den Verkaufszahlen für den Nintendo DS: Er war 2006 mit einer Million Exemplaren die bei weitem meistverkaufte Videospielekonsole auf dem deutschen Markt.

Die Revolution: Wii

Einen Paradigmenwechsel in Sachen Nutzerfreundlichkeit – nicht nur im Bereich der Videospiele, sondern in der Unterhaltungselektronik ganz allgemein – stellt meines Erachtens unsere neue TV-gebundene Konsole Wii dar. Sie ist seit Dezember 2006 auf dem Markt. An ihr wird sich in Zukunft jedes Gerät messen lassen müssen, das für sich beansprucht, intuitiv einfach bedienbar zu sein. Denn dank der Wii wird die bisherige Steuerung von Videospielen – über kleine Knöpfchen, Steuerkreuze oder Joysticks – bald der Vergangenheit angehören. Die Wii bringt im Wortsinn Bewegung ins Spiel und wird unsere Vorstellung von Videospielen völlig verändern. Ermöglicht wird das durch Bewegungssensoren, die in die Fernbedienung integriert sind. Sie wandeln ganz natürliche Hand- und Körperbewegungen der Nutzerinnen und Nutzer in entsprechende Aktionen ihrer Spielfiguren auf dem TV-Bildschirm um. Als Beispiel kann der Titel „Wii Sports“ dienen, ein Spiel, das fünf Sportsimulationen enthält. Dabei schwingt man die Wii-Fernbedienung wie einen echten Tennis-, Golf- oder Baseballschläger. Auch der Wurf einer Bowlingkugel lässt sich mit dem natürlichen Bewegungsablauf simulieren. In einem anderen Titel, dem Rennspiel „Exite

Truck“, hält man die Fernbedienung an beiden Enden wie ein Lenkrad und steuert sein virtuelles Fahrzeug mit den exakt gleichen Bewegungen wie ein reales Auto. Kurz: Die Spieltechnik erklärt sich quasi von selbst. Das Gehirn des Spielers muss keine abstrakte Transferleistung mehr vollbringen zwischen einem Knopfdruck und etwa dem Aufschlag bei Wii-Tennis. Er kann sofort losspielen und sich voll auf den Inhalt des Spiels konzentrieren, statt sich mit der Technik beschäftigen zu müssen. Genau das ist es, was ältere Spielerinnen und Spieler anzieht.



Let's play together



Darüber hinaus gibt es noch zwei weitere Punkte, die für die meisten Videospielerinnen und -spieler wichtig sind, an denen den älteren aber besonders viel liegt. Von den über 50-Jährigen, die das Institut für barrierefreie Gestaltung und Mobilität zu den gewünschten Eigenschaften elektronischer Geräte befragt hat, nannten 80 Prozent „leichte Bedienbarkeit“, während nur 11 Prozent an möglichst vielen Funktionen interessiert sind. Die meisten fühlen sich von Multifunktionalität überfordert und wünschen sich Geräte, die sich auf das Wesentliche beschränken. Aus allen Umfragen von Marktforschern geht hervor, dass ein Hauptanreiz zum Spielen die Geselligkeit ist, die Möglichkeit, mit anderen zusammenzukommen und sich gemeinsam zu unterhalten. Beides sind Bedürfnisse, die Nintendo früh erkannt hat. Wir haben es stets vermieden, unsere Konsolen durch allzu viele Zusatzfunktionen zu überlasten. Wir konzentrieren uns voll und ganz auf die Spielfunktionen, um den Nutzerinnen und Nutzern einen möglichst hohen Unterhaltungswert zu bieten. Wir bei Nintendo haben immer schon höchsten Wert darauf gelegt, Spiele zu entwickeln, bei denen sich mehrere Personen gemeinsam vergnügen können. Das Bild vom einsamen Videospieler, der allein vor dem Bildschirm sitzt, ist – zumindest was unsere Produkte angeht – seit langem passé. Wir sehen Videospiele als Gesellschaftsspiele der Zukunft – auch und gerade – in einer zunehmend alternden Gesellschaft.

Dr. Hans-Joachim Lindner

Ford Forschungszentrum (Aachen)

Auch die Automobilindustrie muss sich mit dem Thema einer alternden Gesellschaft und der Frage altersgerechter Produkte auseinandersetzen. Mein Beitrag stellt in knapper Form vor, was meine Kollegen Clemens Marek, Dr. Werner Koch und ich dazu am Ford Forschungszentrum in Aachen erarbeitet haben.



Dieses Forschungszentrum ist für die europäischen Marken der Ford Motor Company, wie Ford, Volvo, Jaguar und Land Rover, zuständig. Zum Einstieg ein kurzer Blick darauf, wie die neuen Produkte für eine alternde Gesellschaft jedenfalls nicht aussehen sollten:



„Die Produkte, die wir anbieten, sind komfortabler.“

Die aktuelle demografische Entwicklung ist mit vielen Statistiken und Zahlen beschrieben und belegt worden, sie lässt sich aber vielleicht in folgendem Satz zusammenfassen: „Zwei von drei Menschen über 65 Jahre, die jemals gelebt haben, leben heute.“ (Financial Times, 08.03.1994). Das ist natürlich nicht nur für die Automobilbranche, sondern für die gesamte Industrie von hohem wirtschaftlichen Interesse.

Ich will mich im Folgenden auf drei Fragen konzentrieren und versuchen, sie anhand von Beispielen aus der Praxis zu beantworten:

1. Wie sieht unser Kundenprofil aus?
2. Was erwarten unsere Kundinnen und Kunden?
3. Wie kann man die Möglichkeiten und Bedürfnisse älterer Menschen einem (jungen) Entwicklungsingenieur vermitteln?

Ford hat schon vor langer Zeit das Problem des demografischen Wandels erkannt. So führte das Unternehmen bereits im Jahre 1994 gemeinsam mit der englischen Universität Loughborough eine Befragung unter 600 Seniorinnen und Senioren zum Thema „Third Age Car Users, their Characteristics and Needs“ durch. Zu den wichtigsten Ergebnissen zählen unter anderem:

1. Die physische und psychische Leistungsfähigkeit der Älteren ist oft verringert.
2. Ein Lebensstil ohne Fahrzeug erscheint für die meisten der Befragten unvorstellbar.
3. Ältere Menschen haben große Erfahrungen in Bezug auf Verkehrssituationen, was ein Vorteil ist.
4. Sie vermeiden potenziell riskante Situationen und gehen bewusst auch Stresssituationen aus dem Weg.

Unseren Studienauswertungen zufolge lassen sich die wichtigsten Kundenanforderungen folgendermaßen zusammenfassen:

1. Die Sicht ist von zentraler Bedeutung. Die Rundumsicht, die Sicht in die Rückspiegel und die Einschätzung der Fahrzeugabmessungen müssen erleichtert werden. Und auch die Instrumente müssen vernünftig und unter ergonomischen Prinzipien konstruiert sein.
2. Eine verminderte Beweglichkeit und Veränderungen im Bewegungsapparat führen bei vielen älteren Kundinnen und Kunden dazu, dass das problemlose Ein- und Aussteigen zu einem entscheidenden Faktor wird. Insbesondere ist auf eine angemessene Sitzhöhe zu achten sowie darauf, dass Kopf- sowie Bein- und Fußfreiheit gegeben sind.
3. Auch die Bedienelemente sind von großer Bedeutung. Das gilt für Radioschalter ebenso wie für Pedale, Schalthebel, die Handbremse oder auch die Sicherheitsgurte, die gut erreichbar sein müssen.

Wie setzen wir diese Erkenntnisse nun in der Praxis um?

Schon bei der Konstruktion wird der Einstieg ins Auto mit speziellen Computerprogrammen, wie etwa dem Simulationsmodell Ramsis, analysiert. Solche Simulationen werden bei allen unseren Fahrzeuglinien im Vorfeld durchgeführt.

Außerdem bemühen wir uns darum, eine optimale Rundumsicht auch aus einem relativ kleinen Fahrzeug zu ermöglichen.

Was die Bedienelemente angeht, so werden sie möglichst übersichtlich angebracht, und die Schalter und Knöpfe sind relativ groß. So lässt sich beispielsweise das Autoradio einfach und logisch bedienen. Des Weiteren muss man natürlich bedenken, wie die Bedienkraft ist. Damit ist die Kraft gemeint, die aufgebracht werden muss, um beispielsweise die Handbremse zu betätigen. Man kann davon ausgehen, dass ein trainierter Mann von 40 Jahren über eine Zugkraft von ca. 295 Newton verfügt. Eine durchschnittliche, untrainierte Frau von 60 Jahren kann aber nur eine Zugkraft von ca. 100 Newton aufbringen. All diese Faktoren müssen bereits bei der Konstruktion berücksichtigt werden.

Gemeinsam mit der Universität Loughborough hat Ford außerdem einen sogenannten Altersanzug entwickelt. Bei diesem Anzug hindern besondere Bandagen die Beweglichkeit. Mit einer Spezialbrille wird das Nachlassen der Sehfähigkeit imitiert und Neoprenhandschuhe sorgen für eine Verminderung des Tastsinns. Mithilfe dieses Anzugs können

jungen Ingenieurinnen und Ingenieuren die physischen Einschränkungen im Alter am eigenen Körper veranschaulicht werden. Normalerweise gewöhnt sich ein Mensch über einen längeren Zeitraum an eine solche verminderte Leistungsfähigkeit. Die Testpersonen werden durch den Altersanzug jedoch sehr abrupt in diesen Zustand versetzt, was einen bleibenden Eindruck hinterlässt. Wir untersuchen auf diese Weise z. B. den Ein- und Ausstieg oder die Erreichbarkeit von Schaltern und Hebeln. Konzeptverbesserungen können so erarbeitet und unmittelbar überprüft werden.


Altersanzug



Simulation mit dem Altersanzug

- Entwicklung: Universität Loughborough, GB
- Bandagen: eingeschränkte Bewegungsfreiheit
- Spezialbrille: Nachlassen der Sehfähigkeit
- Neoprenhandschuhe: verminderter Tastsinn

- Junge Ingenieure: erleben Einschränkungen eindrucksvoll am eigenen Leib
- Untersuchungen: Ein-/Ausstieg, Erreichbarkeit von Schaltern und Hebeln
- Konzeptverbesserungen werden direkt erarbeitet und überprüft

 Research & Advanced Engineering

Darüber hinaus stehen bei der Entwicklung unserer neuen Produkte gesundheitliche Aspekte besonders im Vordergrund. So haben mittlerweile nahezu alle unsere Fahrzeuglinien das unabhängige TÜV-Prüfsiegel „Allergiegetesteter Innenraum“ erhalten. Ford ist der einzige Fahrzeughersteller weltweit, der dieses Zertifikat bisher erhalten hat.



Allergietesteter Innenraum

Aus unserer Sicht ergibt sich als Fazit: Der wachsende Anteil älterer Konsumentinnen und Konsumenten ist ein wichtiger und bedeutender Kundenkreis für die gesamte Automobilindustrie. Verbesserungen für diesen Kundenkreis kommen allen Kundengruppen zugute. Konstruktive und gestalterische Maßnahmen in Ford-Serienfahrzeugen erleichtern die Nutzung für alle Kundinnen und Kunden. Nach unserer Meinung gibt es keinen Bedarf für spezielle Seniorenautos.

Dr. Marion Gierden-Jülich

**Staatssekretärin im Ministerium für Generationen,
Familie, Frauen und Integration des Landes Nordrhein-Westfalen
(Düsseldorf)**



In meinem Beitrag möchte ich gerne das Projekt der sogenannten „Seniorenwirtschaft“ vorstellen, mit dem wir in Nordrhein-Westfalen die Chancen des demografischen Wandels realisieren wollen.

Der Entstehungshintergrund der „Seniorenwirtschaft“ in Nordrhein-Westfalen

Einer der Gründe für die „Initiative „Seniorenwirtschaft“ in Nordrhein-Westfalen war die Tatsache, dass noch bis vor wenigen Jahren die Bedeutung älterer Menschen als Konsumenten nicht adäquat wahrgenommen wurde. Im Zentrum des Vorhabens steht die Verbesserung der Lebensqualität im Alter. Wir setzen uns dafür ein, dass Produkte und Dienstleistungen geschaffen und angeboten werden, die sich an den Bedürfnissen einer im historischen Vergleich geistig und körperlich sehr aktiven und materiell gut gestellten, in ein höheres Lebensalter hineinwachsenden Generation ausrichtet. Damit verbunden ist zugleich eine veränderte Wahrnehmung des Alters als Lebensabschnitt.

Wir gehen dabei von folgenden Grundannahmen aus: Die Generation 60plus in Deutschland ist weitgehend wohlhabend, aktiv, gesund und gut gebildet. Sie verfügt heute über 650 Milliarden Euro Kaufkraft und ihr Nettovermögen beträgt zwei Billionen Euro. Mit der Alterung der Bevölkerung entsteht eine erhebliche Nachfrage nach neuen Gütern und Dienstleistungen, deren Befriedigung nicht nur zur Lebensqualität älterer Menschen beiträgt, sondern die auch positive Auswirkungen auf den Arbeitsmarkt und auf das Wirtschaftswachstum hat. Diese gewissermaßen „dazu gewonnene“ Generation steht aus der Sicht der Landesregierung Nordrhein-Westfalen damit auch für die Chancen des demografischen Wandels. Als Ministerium verstehen wir uns als Initiator und Motor, um die Chancen in möglichst allen Regionen und in der Vielfalt der Branchen zu verankern. Wir fördern Studien zu Bedarfen sowie Umsetzungsstrategien und unterstützen die Kommunen, Industrie- und Handwerksbetriebe bei der Realisierung.

Unsere derzeitigen Handlungsfelder in Nordrhein-Westfalen in der „Seniorenwirtschaft“ sind:

- | Qualitätssicherung beim Aufbau haushaltsnaher Dienstleistungen;
- | Aufbau bedarfsgerechter Angebote der Altersbildung;
- | gesunde Ernährung und Bewegung;
- | seniorenrechtlicher Einzelhandel (u. a. mit breiten Gängen, angemessenem Sortiment und qualifiziertem Personal);
- | Finanzdienstleistungen für ältere Kundinnen und Kunden und die neu entstehenden Unternehmen der Seniorenwirtschaft;
- | Kultur von und für ältere Menschen;
- | Beteiligung älterer Menschen mit Zuwanderungsgeschichte.

Es geht also in vielfältiger Weise um die Frage: Wie wollen wir im Alter leben? Der demografische Wandel bringt für Politik und Gesellschaft besondere Verpflichtungen mit sich. Wir müssen die Vorurteile gegenüber Älteren überwinden und brauchen stattdessen ein neues Bild vom Alter, denn die Menschen, die wir im Blick haben, fühlen sich an der Schwelle zu einer neuen Lebensphase und nicht als zum „alten Eisen“ gehörig.

Da es sich bei der älteren Generation aber um keine in sich homogene Gruppe handelt, ist es wichtig, die jeweiligen Lebenslagen differenziert zu betrachten.

Spezifische Potenziale und Bedürfnisse älterer Frauen

Immer wieder machen Expertinnen und Experten darauf aufmerksam, dass trotz der allgemeinen guten Einkommenslage älterer Menschen ältere Frauen in einem höheren Maße zu den benachteiligten gesellschaftlichen Gruppen gehören, weil sie ein niedrigeres Einkommen aufweisen. Um darüber ein klares Bild zu erhalten, hat das Ministerium für Generationen, Familie, Frauen und Integration eine Studie in Auftrag gegeben, die die spezifischen Bedürfnisse älterer Frauen und ihr Konsumverhalten bezogen auf die Altersklassen erforschen sollte. Die Ergebnisse dieser Studie werden zurzeit für die Veröffentlichung ausgewertet. Die wichtigsten Erkenntnisse sind: Ältere Frauen haben spezifische Bedürfnisse, die entsprechend zu berücksichtigen sind. Beispielsweise legen Frauen bei der Auswahl von Produkten und Dienstleistungen mehr Wert auf Service und Beratung. Bei Kapitalanlagen sind sie weniger risikofreudig als Männer. Deshalb investieren mehr Frauen als Männer etwa in die staatlich geförderte und gut abgesicherte Riester-Rente. Die Studie zeigt auch, dass Armut im Alter ein Phänomen ist, von dem trotz der allgemeinen guten ökonomischen Situation älterer Menschen immer noch vor allem viele Frauen betroffen sind. Diese Befunde fordern die Seniorenpolitik und die Seniorenwirtschaft gleichermaßen heraus.

Spezifische Potenziale und Bedürfnisse älterer Menschen mit Zuwanderungsgeschichte

Ein neues Feld für die Seniorenpolitik sind die älteren Menschen mit Zuwanderungshintergrund. Insgesamt kann die Zahl der über 60-jährigen Menschen mit Zuwanderungsgeschichte in Nordrhein-Westfalen im Jahr 2006 auf ca. 650.000 geschätzt werden. Sie wird in den nächsten fünf Jahren um weitere 200.000 wachsen. Aus der gerontologischen Forschung der Länder, die eine längere Zuwanderungstradition als Deutschland haben, wissen wir, dass die sogenannten ethnischen Wurzeln – insbesondere die religiösen – im Alter wieder lebendig werden. Das trifft auch auf diejenigen Zuwanderer zu, die als gut integriert gelten können. Daraus folgt, dass die seniorenspezifischen Angebote kultursensibel werden müssen. Besonders die stationären und ambulanten Hilfen, auf die die Betroffenen angewiesen sind, müssen die Bedürfnisse älterer Menschen mit Zuwanderungsgeschichte berücksichtigen. Denn auch sie wollen ihr Leben so lange wie möglich selbstkompetent gestalten können. Im Jahr 2006 habe ich daher eine Expertengruppe eingeladen, sich mit den ökonomischen Potenzialen älterer Menschen mit Zuwanderungsgeschichte zu befassen. Arbeitsgrundlage war eine Expertise der Forschungsgesellschaft für Gerontologie und der Stiftung Zentrum für Türkeistudien mit dem Titel „Erschließung der Seniorenwirtschaft für ältere Migrantinnen und Migranten“ vom Mai 2006. Die Expertengruppe, in der auch Fachleute mit Zuwanderungshintergrund vertreten waren, hat Empfehlungen für die Handlungsfelder „Wohnen/Haushaltsnahe Dienstleistungen“, „Freizeit, Tourismus, Kultur

und Neue Medien“ sowie „Gesundheit, Sport und Bewegung“ erarbeitet. Diese Handlungsempfehlungen sollen nun in den nächsten Wochen mit der Wohlfahrtspflege, den Wirtschaftsverbänden, der Wohnungswirtschaft, den Kommunen und den gesellschaftlichen Gruppen erörtert werden. Außerdem werden wir sie im November 2007 im Rahmen einer Tagung in Oberhausen einem breiten interessierten Publikum vorstellen. Darüber hinaus werden dabei Projekte und Maßnahmen präsentiert, die an der Umsetzung dieser Handlungsempfehlungen arbeiten. Ansätze hierzu gibt es in Nordrhein-Westfalen bereits u. a. in den Bereichen Neue Medien, Mehrgenerationenhäuser, Wohnen im Alter und haushaltsnahe Dienstleistungen. Wichtig ist, dass bei der Planung und Umsetzung dieser Projekte und Maßnahmen ältere Menschen mit Zuwanderungsgeschichte aktiv beteiligt sind.

Der Beitrag Nordrhein-Westfalens zur europäischen Verankerung der Seniorenwirtschaft

Weil aber der demografische Wandel und die Notwendigkeit, die damit verbundenen Chancen zu nutzen, nicht an den Grenzen Nordrhein-Westfalens haltmachen, haben wir uns mit anderen Regionen zusammengetan. Im Netzwerk SEN@ER arbeiten derzeit bereits 17 europäische Regionen (neben Nordrhein-Westfalen sind dies: Andalucía, Burgenland, Dolny Slask, Extremadura, Gelderland, Limburg, Limousin, Niedersachsen, Mid-East Region, Midland Region, North-West Region, Opolskie, Scotland, Sofia, the West Midlands und Yorkshire & Humber) zusammen. Die Auftaktveranstaltung zu dieser europäischen Zusammenarbeit fand auf Initiative des Landes Nordrhein-Westfalen im Jahr 2005 mit der ersten Europäischen Konferenz zur Seniorenwirtschaft statt. Die zweite Europäische Konferenz wurde Ende 2006 im niederländischen Kerkrade veranstaltet. Unsere Partnerregion Andalusien wird Gastgeber bei der dritten Konferenz in Sevilla Ende November 2007 sein. Die Partnerregionen des Netzwerks kommen vier- bis fünfmal jährlich zusammen, um die gemeinsame Arbeit des Netzwerks zu planen und auszuwerten. In den Arbeitsgruppen (Special Interest Groups) „Ageing Well“, „Culture and Ageing“ und „Financial Services“ werden die aktuell wichtigsten Handlungsfelder der Seniorenwirtschaft bearbeitet. Die Arbeitsergebnisse dieser Special Interest Groups werden in Form von Tagungen, Workshops und Voten an die EU-Institutionen sowie an die Regierungen der jeweiligen Partnerregionen vermittelt. Die Bemühungen des Netzwerks tragen bereits gute Früchte: So hat der Rat der Europäischen Union für Beschäftigung, Sozialpolitik, Gesundheit und Verbraucherschutz in Brüssel am 22. Februar 2007 die Entschließung „Chancen und Herausforderungen des demografischen Wandels in Europa“ verabschiedet, in der die Seniorenwirtschaft einen prominenten Platz einnimmt. Experten gehen davon aus, dass wir in Nordrhein-Westfalen zeitlich vorgezogen die Auswirkungen sowohl des Struktur- als auch des demografischen Wandels erleben werden. Dies ist für uns Ansporn und Herausforderung zugleich.

**Forum B:
Ältere als Produzierende (I) –
Erfolgreich in der Wirtschaft**



Dr. Willy Buschak

Europäische Stiftung zur Verbesserung der Lebens- und Arbeitsbedingungen (Dublin)

Die Europäische Stiftung zur Verbesserung der Lebens- und Arbeitsbedingungen beschäftigt sich bereits seit einigen Jahren mit der Frage, was die Sozialpartner praktisch unternehmen, um ältere Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer in den Produktionsablauf zu integrieren. Aus vielen Repräsentativumfragen steht mittlerweile eine Fülle von Datenmaterial über die Situation älterer Beschäftigter zur Verfügung. Eine Auswahl der wichtigsten Ergebnisse möchte ich im Folgenden präsentieren.



Ältere Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer:

Legende ...

- | Europas Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer vergreisen.
- | Sobald sie 50 Jahre alt sind, streben Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer nur noch die Rente an.
- | Bei Älteren hapert es mit neuen Technologien.
- | Ältere Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer sind zu teuer.
- | Mit Beschäftigungsinitiativen für Ältere nimmt man Jüngeren den Arbeitsplatz weg.

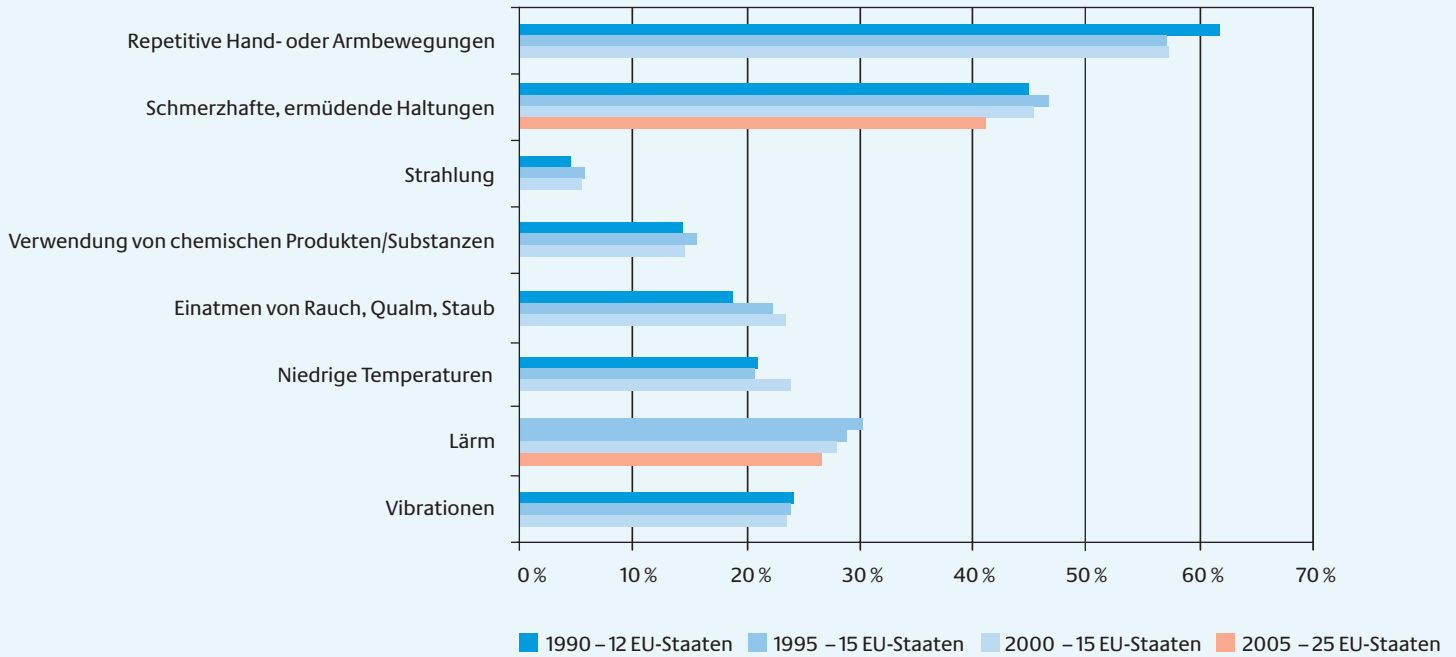
... und Wahrheit

- | Steigende Lebenserwartung bedeutet, dass Männer und Frauen mit 60 Jahren nicht unbedingt alt sind.
- | 70 Prozent der Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer in Deutschland können sich vorstellen, ihren Job noch mit 60 zu machen.
- | Die Lernfähigkeit nimmt mit dem Alter nicht ab.
- | Ältere helfen Kosten sparen und machen Betriebe wettbewerbsfähig.
- | Mehr Jobs für Ältere bedeuten mehr und bessere Jobs für alle.

Wo muss gehandelt werden?

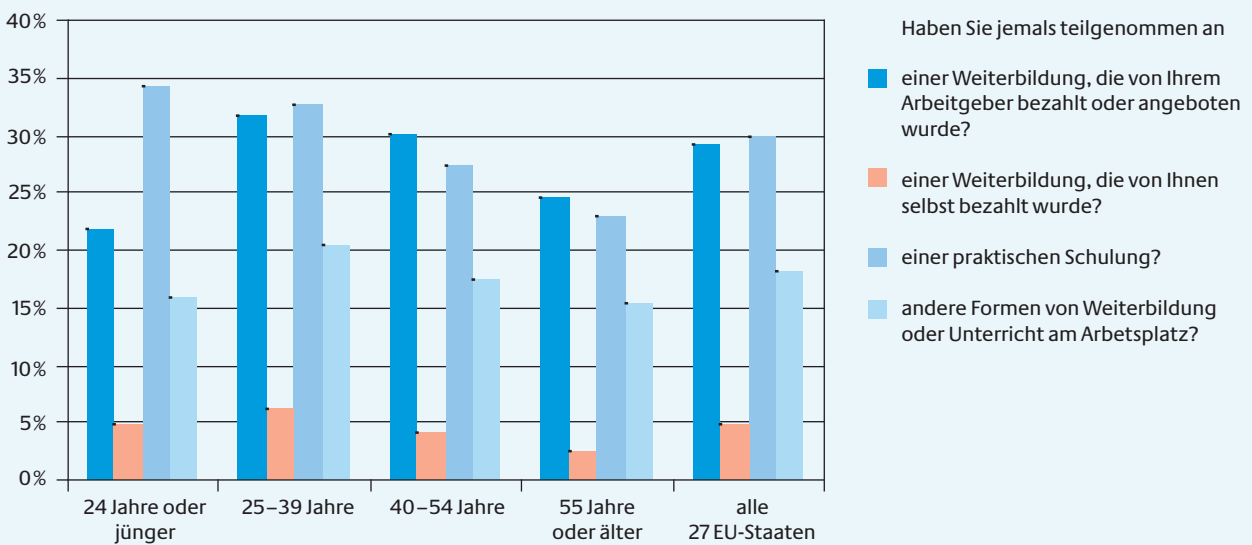
Arbeitsbedingungen

Die demografische Herausforderung, vor der Europa steht, unterstreicht noch einmal, wie notwendig es ist, eine Debatte über Beschäftigungs- und Arbeitsbedingungen der unterschiedlichen Altersgruppen von Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern zu führen.



Quelle: Europäische Stiftung zur Verbesserung der Lebens- und Arbeitsbedingungen, Vierte Europäische Umfrage zu Arbeitsbedingungen

Die Arbeitsbedingungen müssen sich ändern, damit alle Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer davon profitieren. Die oben abgebildete Grafik zeigt, dass sich seit den Neunziger Jahren die körperlichen Beanspruchungen am Arbeitsplatz nur wenig geändert haben. Hier besteht Handlungsbedarf. Die wichtigsten Maßnahmen zur Verbesserung der Arbeitsbedingungen sind auf der Ebene der Personaleinstellungen der Verzicht auf Altersgrenzen und Personalauswahlverfahren, die strikt auf die Qualifikation abheben und sich vom Alter der Bewerberin oder des Bewerbers beeinflussen lassen.



Quelle: Europäische Stiftung zur Verbesserung der Lebens- und Arbeitsbedingungen, Vierte Europäische Umfrage zu Arbeitsbedingungen

Im Bereich der Ausbildung ist der Gedanke des lebenslangen Lernens wichtig. Die Arbeit sollte in einer Weise organisiert werden, die Lernen und Entwicklung fördert.

Eine Analyse des Qualifikationsbedarfs und die kontinuierliche Überprüfung des Kenntnisstands der Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer sorgen für eine bedarfsgerechte, entwicklungsorientierte und an aktuellen Gegebenheiten ausgerichtete Fort- und Weiterbildung.

Weitere Handlungsfelder

Eine flexible Arbeitszeitgestaltung ist ein weiterer Grundpfeiler zur Verbesserung der Arbeitsbedingungen. Dies funktioniert für ältere Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer nur dann, wenn das Unternehmen flexible Arbeitszeitregelungen für alle Beschäftigten hat. Sie nur für ein Teilsegment der Beschäftigten anzubieten, stößt bei diesen meist aufgrund mangelnder Erfahrungen und fehlenden Vertrauens auf wenig Akzeptanz und läuft deshalb oft ins Leere. Teilruhestand und spezifische Urlaubsregelungen sowie die Freistellung von Überstunden und von Schichtdiensten sind Maßnahmen, die hier greifen. Sie tragen zur Verbesserung der Lebens- und Arbeitsbedingungen bei und werden auch bereits von vielen Unternehmen in Europa praktiziert.

Im Bereich Gesundheitsschutz und Gesundheitsförderung ist Sensibilisierung das Stichwort. Mit Umfragen zum Befinden der Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer, einer ergonomischen Arbeitsplatzgestaltung und auf Prävention ausgerichteten Umsetzungsprozessen kann auch in diesem Bereich viel unternommen werden, um die Arbeitsbedingungen von Berufstätigen jeden Alters zu verbessern.

Beim Übergang in den Ruhestand sind flexible Übergangsformen und Ruhestandsregelungen, gekoppelt mit Beratungsangeboten und Kontaktpflege zum Arbeitgeber ratsam. Insgesamt sollte hierbei ein ganzheitlicher Ansatz verfolgt werden, der das gesamte Arbeitsleben und alle Altersgruppen einbezieht.

Diese Strategie wird die Beschäftigungsrate Älterer erhöhen, aber sie nutzt auch den Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern aller Altersgruppen. Ohnehin kann gutes Altersmanagement nur dann funktionieren, wenn alle Altersgruppen im Unternehmen einbezogen werden.

Ganz abgesehen davon haben Ältere und ältere Beschäftigte aber auch ein enormes wirtschaftliches Potenzial. Meine Kollegin Barbara Gerstenberger von der Europäischen Beobachtungsstelle für industriellen Wandel hat in der Zeitung der Stiftung „Foundation Focus“ vom September 2006 folgende überraschenden Fakten zusammengetragen: Nach einer Umfrage des Allensbach-Instituts aus dem Jahr 2004 beläuft sich die Kaufkraft von Deutschlands „Seniorinnen und Senioren“ auf 90 Milliarden Euro im Jahr und liegt damit ungefähr so hoch wie das gesamte Bruttosozialprodukt des ölexportierenden Venezuela. Den über 50-Jährigen gehört die Hälfte von Deutschlands Reichtum. Obwohl es auch etliche ältere Leute in Europa gibt, denen kaum mehr als das Existenzminimum zur Verfügung steht, leben viele ganz gut. Ältere haben im Allgemeinen mehr Zeit, ihr Geld auszugeben. Mit dem steigenden Alter der europäischen Bevölkerung entdecken einige Branchen Ältere als interessanten und wachsenden Markt. Die Tourismusbranche zum Beispiel entwickelt

Produkte, die besser auf die Bedürfnisse älterer Menschen abgestellt sind. Die Urlaubsreisen werden kürzer, aber die kürzeren Reisen anspruchsvoller und auf ihnen wird möglicherweise mehr Geld ausgegeben. Die Notwendigkeit, sich auf anspruchsvolle neue Kundschaft einzustellen und auf sie zugeschnittene Produkte zu entwerfen, wird zu einer weiteren Segmentierung des Marktes führen. Mit den Veränderungen in der Alterssicherung und der Verlagerung von Verantwortung auf den Einzelnen steigt die Nachfrage nach Angeboten privater Altersversicherung, Lebensversicherung und anderen finanziellen Produkten, mit denen man sich einen angemessenen Lebensstandard sichern kann. Dabei wird es gar nicht so einfach sein, die Kundinnen und Kunden zufriedenzustellen. Amerikas Babyboomer zum Beispiel haben kaum Vertrauen in den Finanzdienstleistungssektor ihres Landes. Für die Deutsche Bank war das ein Grund – und damit schließt sich der Bogen und wir sind wieder bei älteren Beschäftigten als Chance –, für eine bessere Altersmischung ihrer Beschäftigten zu sorgen; einerseits, um Vertrauen aufzubauen und andererseits, um besser auf die besonderen Bedürfnisse von Älteren einzugehen.

Ein aktives Eingehen auf die Bedürfnisse und Interessen von Älteren würde Hunderttausende von Arbeitsplätzen überall in der EU schaffen. Nach Einschätzung der Landesregierung Nordrhein-Westfalens könnten durch Investitionen in die „silver economy“ etwa 100.000 neue Arbeitsplätze entstehen. Die Verkaufszahlen für Autos ließen sich um fünf bis acht Prozent steigern, wenn die Fahrzeuge altersgerecht ausgestattet wären.

Altersmanagement in Betrieben muss generell aus einer ganzheitlichen Perspektive heraus durchgeführt werden. Es sollte sich an alle Altersgruppen richten und nicht nur auf kurzfristige Effekte setzen, sondern auf Dauer angelegte und nachhaltige Maßnahmen vorgeben. Altersmanagement geschieht sicherlich auf Unternehmensebene, funktioniert aber nicht ohne flankierende Maßnahmen. Hierzu bedarf es der Unterstützung durch die öffentliche Hand, insbesondere durch Arbeitsagenturen und deren entsprechende Förderprogramme. Zentral für ein gutes Altersmanagement ist und bleibt die Verbesserung der Arbeitsbedingungen im Hinblick auf gesundheitliche Risiken und auf flexiblere Arbeitszeitregelungen. Erforderlich sind weiterhin eine sorgfältige Planung und die kontinuierliche Aktivität und Zusammenarbeit aller Beteiligten, insbesondere von Unternehmensleitung auf der einen und Gewerkschaften auf der anderen Seite. Von großer Bedeutung ist auch eine regelmäßige Überprüfung und Evaluierung der getroffenen Maßnahmen, um sie kontinuierlich anpassen und optimieren zu können.

Durch ein gutes Altersmanagement und Beschäftigungsinitiativen für Ältere können sowohl die Unternehmen als auch die Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer nur gewinnen.

Durch Beschäftigungsinitiativen für Ältere mehr und bessere Arbeitsplätze für alle

Was gewinnen die Unternehmen?

- | Vermeidung von Kompetenzverlusten und damit Erhalt der Wettbewerbsposition
- | Eindämmung von Kosten
- | Steigerung des allgemeinen Qualifikationsniveaus
- | Bessere Motivation
- | Größere Produktivität
- | Zufriedenere Kundinnen und Kunden
- | Besseres Image

Was gewinnen die Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer?

- | Bessere Arbeitsbedingungen für alle
- | Erweiterte Möglichkeiten zu lernen und sich zu entwickeln
- | Besserer Arbeits- und Gesundheitsschutz
- | Mehr Solidarität und Vertrauen zwischen den Generationen



Thomas Thorsøe

NETTO Supermarkt International (Kopenhagen)

Der über 50-Jährige Graue Krieger

Ich möchte Ihnen gerne etwas über unsere Erfahrung mit älteren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in unserem Unternehmen erzählen. 1981 hat Netto seine erste Filiale in Dänemark als kleiner Wettbewerber gegen die Aldimärkte eröffnet. Heute ist Netto mit 380 Filialen in Dänemark Marktführer und in vier anderen Ländern vertreten: Deutschland, Polen, England und Schweden. 1998 haben wir die erste Filiale mit ausschließlich über 45-jährigen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern eröffnet. Das ist ihre Erinnerung daran:



Hier in der traumhaften Stadt Berlin haben wir zwei Projekte. 1999 eröffneten wir zwei Geschäfte, deren sämtliche Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter über 45 Jahre alt waren. Wir hatten acht Stellen ausgeschrieben, um die Positionen im ersten Geschäft zu besetzen, und Sie können sich unsere Überraschung vorstellen, als wir über 2.000 Bewerbungen bekamen. Diese acht Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die schon einige Zeit erwerbslos gewesen waren, erhielten viel Aufmerksamkeit in den Medien und zeigten, dass es eine Chance gibt, wieder auf den Arbeitsmarkt zurückzukehren.

Was hat unser Unternehmen dazu veranlasst, dieses Projekt zu beginnen? Wir waren uns darüber im Klaren, dass die Kompetenzen und das Verhalten der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit denen der Kundinnen und Kunden übereinstimmen müssen, wenn es um Kundenwerbung geht. Aus diesem Grund waren wir daran interessiert, Personen einzustellen, die einen natürlichen Umgang mit den Kundinnen und Kunden haben. Außerdem wollten wir Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit mehr Lebenserfahrung in unseren Filialen. Da das durchschnittliche Alter unserer Belegschaft bei 22 Jahren liegt, waren diese älteren Beschäftigten unerlässlich.

Wenn in einem Unternehmen neue Denkweisen eingeführt werden, gibt es immer einige kritische Stimmen. Es wird viele Menschen in diesem Unternehmen geben, die den positiven Aspekt eines solchen Projektes nicht erkennen. Nach kurzer Zeit mussten wir erkennen, dass wir Schwierigkeiten hatten, die Unterstützung der Filialleiterinnen und Filialleiter zu bekommen. Die Filialleiterinnen und Filialleiter waren sehr kritisch, da sie der Ansicht waren, die älteren Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter hätten weniger Ahnung von neuen Technologien, wären aufgrund von höheren Löhnen teurer, hätten einen hohen Krankenstand, wären langsam und hätten körperliche Probleme.

Es gab allerdings auch ältere Menschen, die Angst hatten, sich auf diese Sache einzulassen. Sie sagten: „Es ist zu schwierig für mich, die Löhne sind zu niedrig, es ist zu hektisch und ich habe Angst, aufgrund meines Alters und der körperlichen Anforderungen nicht eingestellt zu werden.“

Das ist ein Bild von Arne:



Arne war der erste Mitarbeiter unseres Unternehmens. Er war für die Rückgabe der Flaschen verantwortlich und 71 Jahre alt.

Aus unserer Sicht gibt es gewisse Qualitäten, die einerseits auf junge und andererseits auf ältere Menschen zutreffen:

Qualitäten

Junge Menschen fragen nach dem Wie?

- | Körperkraft
- | Tempo
- | Mobilität
- | Interessiert an Veränderungen
- | Risikoorientiert
- | Planen ihre Karriere und ihre Zukunft

Ältere Menschen fragen nach dem Warum?

- | Lebenserfahrung
- | Stabil
- | Loyal
- | Serviceorientiert
- | Organisationstalent
- | Fokus auf Qualität

Was sind die Erfahrungen von Netto mit älteren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern? Ältere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bekommen wegen ihres größeren Kompetenz- und Erfahrungsschatzes höhere Löhne als ihre jungen Kolleginnen und Kollegen. Ein großer Gewinn sind die Qualität der Kundenbetreuung, die Beständigkeit der Arbeit, eine bessere Qualität, geringere Fehlzeiten durch Krankheit sowie das höhere Ausmaß an Loyalität und Teamgeist, das sie mitbringen. Die älteren Beschäftigten geben unseren Geschäften ein besseres Image vor Ort. Das beste Argument für die Einstellung älterer Menschen ist nicht eine höhere Kapitalrendite, sondern einer weiter gefassten Perspektive zufolge eher eine Frage davon, wie man sich als Unternehmen seiner sozialen Verantwortung stellt. Ich würde sagen, dass das strategische Personalmanagement einen langfristigen Wert für die Kundinnen und Kunden und dadurch auch für das Unternehmen schafft, wie es auch eine hochwertige Kundenbetreuung tut. Unsere Erfahrung zeigt, dass eine ausschließlich ältere Belegschaft in unserer Branche kein gutes Geschäft ist. Wir empfehlen deshalb unseren Bereichsleiterinnen und -leitern, eine Mischung aus jüngeren und älteren Menschen einzustellen und so eine größere Bandbreite an Kompetenzen anzubieten. Dies garantiert eine gute Balance zwischen der Erfahrung der älteren Menschen und der höheren Geschwindigkeit, in der die jüngeren Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter arbeiten können. Im Endeffekt stellen wir Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aufgrund ihrer Fähigkeiten, ihrer Erfahrung, ihrem Verhalten, ihrer Motivation und ihrer Persönlichkeit ein.

Bei Netto zählt nicht das Alters sondern das Gespür und die Eignung für das Geschäft und die Mitarbeiterführung.

Ich würde gerne mit drei Ratschlägen enden:

1. „Geschichtenerzählen“: Dieses einfache, aber effektive Instrument unterstützt uns bei der erfolgreichen Integration unserer älteren Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Zeigen sie die überwiegend positiven Erfahrungen auf und lassen Sie das gesamte Unternehmen an diesen schönen Geschichten teilhaben. Erzählen Sie sie den Managern, nutzen Sie Ihr unternehmensinternes Magazin und gewinnen Sie dadurch Akzeptanz für eine neue Personalpolitik. Erzählen Sie die guten Geschichten auch außerhalb, erzählen Sie sie den Kundinnen und Kunden, nutzen Sie die Medien, die Zeitungen und das Radio, weil Sie dadurch Ihr Image in Personalangelegenheiten stärken können.
2. Seien Sie geduldig mit älteren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, da die Einarbeitungsphase länger ist. Das Ergebnis sind sehr loyale und pflichtbewusste Menschen.
3. Sie müssen fest entschlossen sein, da zukünftige Kundinnen und Kunden das richtige Produkt zum richtigen Preis mit dem richtigen Service von Ihren älteren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern angeboten bekommen möchten.

Dr. Manfred Diederichs

Karl Diederichs KG (Remscheid)



Ich will meinen Beitrag mit einem Gedankenexperiment beginnen. Wenn Sie sich selbst nicht mehr zur ganz jungen Generation zählen und sich zurückerinnern: Könnten Sie sich dann Ihren Großvater im Sportdress mit Gleichgesinnten und Gleichaltrigen bei einer Fahrrad-Fitness-Tour vorstellen? Könnten Sie sich vorstellen, dass ein Geschäft für Senioren-Mode heute noch überwiegend nur schwarze oder doch wenigstens dunkelblaue Kleider führt, wie sie mir von meiner Großmutter noch in Erinnerung sind?

Wenn Ehepaare dagegen heute auch mit über 65 Jahren einen Auffrischkurs in der Tanzschule belegen, bevor sie dann zur nächsten Vergnügungsreise auf einem Kreuzfahrtschiff starten, finden Sie das erstaunlich oder eher ganz normal? Und: Glauben Sie, Ihre Großeltern hätten daran überhaupt auch nur gedacht?

In der Wahrnehmung des Alters 65plus ist ein eindeutiger Wandel eingetreten. Diese Entwicklung lässt sich auch an Zahlen festmachen. Von 1960 bis 2004 ist die Lebenserwartung von durchschnittlich 70 auf 79 Jahre angewachsen. So erfreulich diese Zunahme an Lebenserwartung auf der einen Seite ist, so nachteilig ist sie auf der anderen Seite für unser Rentensystem. Denn mit steigender Lebenserwartung verlängert sich auch die Dauer der Rentenzahlung. Erfolgte im Jahr 1960 die Rentenzahlung noch über einen Zeitraum von durchschnittlich 10 Jahren, waren es 2004 schon 17 Jahre. Das entspricht einer Steigerung um volle 70 Prozent.

In der Vergangenheit haben dazu aber in Deutschland die Politik wie auch die Tarifpartner mit Vorruhestand und Altersteilzeit völlig falsche Ziele ausgegeben. Dadurch wurde bei den Beschäftigten der Wunsch geweckt, noch früher in Rente zu gehen, wenn das Einkommen dank zusätzlicher öffentlicher Zuschüsse und tarifgebundener Zuwendungen ein brauchbares Niveau erreichte. Zwar mussten die Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer dann mit etwas weniger Geld auskommen, als wenn sie bis zum eigentlichen Renteneintrittsalter von 65 Jahren weitergearbeitet hätten – falls sie die neu gewonnene Freizeit nicht ohnehin noch lukrativ für einen Nebenverdienst einsetzten. In jedem Fall aber erhielten sie Geldgeschenke, auf die sie hätten verzichten müssen, wenn sie „regulär“ in Rente gegangen wären. Aus dieser Sicht war es also auch ökonomisch sinnvoll, möglichst früh den Ruhestand anzustreben. Diese Situation wurde dann vor allem von den großen Konzernen auch in erheblichem Ausmaß dazu genutzt, Personal abzubauen.

Als mittelständischer Unternehmer, der kein Personal abbauen will, habe ich es dagegen nie begrüßt, den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, die vorzeitig in den Ruhestand drängten, nun mehr Geld bezahlen zu müssen als jenen, die brav bis zum 65. Lebensjahr durcharbeiten. In klaren Zahlen ausgedrückt: Lag der Stundenlohn zuvor bei 15 Euro, verdient ein Vorruheständler dann 25 Euro pro geleistete Arbeitsstunde. Die Vorruhestandsregelung gilt nur bis zu einem Alter von 63 Jahren. Jedoch muss ich dem Frührentner dann noch eine Abfindung zahlen. Diese Abfindung soll die Renten Kürzung kompensieren, die mit dem früheren Ausscheiden aus dem Erwerbsleben verbunden ist, und wird damit begründet, dass der Betroffene ja seinen Arbeitsplatz verloren habe. Dabei wollte ich ihn gar nicht loswerden.

Nun hat aber auch die Politik in Deutschland eingesehen, dass dies der falsche Weg war, und will in Zukunft das Renteneintrittsalter erhöhen. Auch wenn es dem deutschen Michel nicht gefällt, hat Arbeitsminister Müntefering eine Anhebung von 65 auf 67 Jahre durchgesetzt. Aus Sicht der leeren Kassen und der demografischen Entwicklung ist dies sicherlich ein richtiger Ansatz, um der gestiegenen Lebenserwartung Rechnung zu tragen. Ob eine Verlängerung der Lebensarbeitszeit für jeden einzelnen Mitarbeiter so möglich ist, wird von Fall zu Fall unterschiedlich zu beurteilen sein.

Was mein Unternehmen angeht, halte ich jedenfalls nichts davon, das Berufsleben generell und zwangsläufig zu einem festen Stichtag zu beenden. Wer sich gesundheitlich nicht mehr in der Lage sieht, seinen Arbeitsvertrag zu erfüllen, muss selbstverständlich das Recht haben, einen Rentenanspruch zu stellen. Warum sollte ich aber einem erfahrenen Praktiker, der gerne noch etwas länger arbeiten will, die Möglichkeit nehmen, dem Betrieb auch weiterhin sein in vielen Jahren erworbenes Know-how zur Verfügung zu stellen? Schon das Sprichwort sagt: „Neue Besen kehren gut, aber alte kennen die Ecken besser!“ Wenn ein LKW-Fahrer gerne auch weiterhin lieber durch Europa rollt, als auf der Ruhebänk im Schrebergarten zu sitzen, soll ich es ihm verwehren, nur weil er vor mehr als 65 Jahren geboren wurde? Wenn schon ganze Industriezweige davon leben, dass der älter werdende Mensch gesund bleibt und sich fit erhält, wenn jeder Einzelne gefordert ist, sich der stark gestiegenen Lebenserwartung anzupassen, warum sollte für das Arbeitsleben etwas anderes gelten? Seit 1960 ist die durchschnittliche Lebenserwartung um neun Jahre gestiegen. Eine Verlängerung der Lebensarbeitszeit um zwei Jahre entspricht einem Anteil von weniger als einem Viertel an dieser zusätzlichen Zeit.

Zu bedenken ist, dass sich eine Heraufsetzung des Renteneintrittsalters beispielsweise von 65 auf 67 Jahre in vielen Bereichen auswirken wird. So musste ich aus dem Beirat meines Fachverbandes ausscheiden, weil dort bisher eine Altersgrenze von 65 Jahren festgeschrieben ist. Auch im Arbeitsrecht wird sich einiges ändern müssen, denn in unserem Tarifbezirk gilt etwa der Kündigungsschutz für ältere Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer und die Entgeltssicherung für ältere Beschäftigte laut Tarifvertrag nur bis zur Vollendung des 65. Lebensjahres, nicht darüber hinaus.

Um auch in höherem Alter noch weiterhin arbeiten zu können, müssen sicherlich mindestens zwei Voraussetzungen gegeben sein. Zum einen ist eine entsprechende physische wie auch psychische Konstitution erforderlich. Ich gehöre selbst zur Altersgruppe 65plus. Aber noch muss ich nicht dreimal ansetzen, um mit einer Auslandstelefonnummer zurechtzukommen. Selbstverständlich muss man in diesem Alter rechtzeitig daran denken, Führungsnachwuchs aufzubauen. Ich habe deshalb schon dafür gesorgt, dass für einen plötzlichen Notfall qualifizierte Personen zur Verfügung stehen. Die andere Bedingung ist eine positive Einstellung zum Beruf. Hier halte ich es mit Konfuzius: „Wählen Sie einen Beruf, den Sie lieben – und Sie müssen keinen einzigen Tag in Ihrem Leben arbeiten!“ Und ich kann Ihnen versichern, dass meine Frau froh ist, dass ich jeden Tag ins Büro fahre und nicht zu Hause bleibe, um ihren Haushalt neu zu organisieren. Warum sollte ich das den Ehefrauen meiner Mitarbeiter zumuten, wenn diese gerne noch über 65 Jahre hinaus arbeiten wollen?

Auch wenn in meinem Unternehmen Stahl verarbeitet wird, so gehören die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter über 65 Jahren bei uns eben doch nicht zum „alten Eisen“, sondern aufgrund ihrer großen Erfahrung schätzen wir sie als die „alten Hasen“ unseres Gewerbes. Und „Erfahrung“ ist eines der wenigen Dinge, die man mit anderen teilen kann, ohne dabei selbst etwas zu verlieren.

Mike Crisp

HouseHubbies Handyman Service (Manchester)

Die britische Regierung bietet keine ernst zu nehmende finanzielle oder praktische Unterstützung an, die es über 50-Jährigen ermöglichen würde, ein eigenes Unternehmen zu gründen. Wenn ich also im Folgenden darüber sprechen werde, warum und wie HouseHubbies gegründet wurde, geht es mir auch darum zu zeigen, dass viele über 50-Jährige ein eigenes Geschäft gründen und anderen Menschen in der gleichen Lage Hilfestellung und Anregungen geben könnten, wenn man sie nur ein wenig darin unterstützen würde.



Nur 1,5 Prozent der unter 25-jährigen Erwerbslosen in Großbritannien suchen auch nach zwölf Monaten noch eine Arbeit oder beanspruchen staatliche Unterstützung. Für die über 50-Jährigen sieht es jedoch ganz anders aus: 30 Prozent sind nach einem Jahr noch ohne Beschäftigung und dreizehn Jahre später sind es immerhin noch 10 Prozent. Das entspricht 14.000 Menschen monatlich, die sich immer noch in derselben Lage befinden; es handelt sich dabei wohlgerne um 14.000 Menschen, nicht um Äpfel, Orangen oder statistische Zahlen, sondern Menschen. Also sind Briten über 50 Jahre entweder unbrauchbar und reif für den Schrott oder es ist hier etwas anderes im Gange und ich würde sagen, dieses Andere ist Altersdiskriminierung.

Unsere Regierung würde damit argumentieren, dass sie durch die Umsetzung der Europäischen Richtlinie gegen die Altersdiskriminierung im Erwerbsleben, einen großen Schritt gemacht hat, um älteren Menschen zu einem Arbeitsplatz zu verhelfen. Und vielleicht ist es auch ein Schritt in die richtige Richtung, aber unsere Regierung erhöht die Strafen für Verbrechen sehr regelmäßig, und es gibt trotzdem immer noch nicht genügend Gefängnisse in Großbritannien. Wir haben Gesetze über Rassenbeziehungen, über Religionshass, es gibt alle möglichen Gesetze, aber Regierungen können so viele Gesetze erlassen wie sie wollen, die Gesetzgebung wird die diskriminierende Einstellung der Menschen nicht ändern.

Ältere Arbeitssuchende in Großbritannien wissen, dass die Altersdiskriminierung wächst und gedeiht. Ich war 58 Jahre alt, als ich die Universität mit einem frisch erworbenen Juraabschluss verließ, ich bewarb mich überall und arbeitete mich auf der Gehaltsleiter immer weiter nach unten, bis ich mich schließlich für jeden Job bewarb. Bei einem Bewerbungsgespräch wurde mir tatsächlich gesagt, ich sei wegen meines Alters unbrauchbar; mein Gesprächspartner sagte mir wörtlich, er denke nicht, dass sein Unternehmen mich lange genug beschäftigen könnte. So wurde aus mir eine Ziffer in der Altersdiskriminierungsstatistik, ein Teil akademischer Spielereien; es hat mich damals verdammt wütend gemacht und das tut es noch heute.

Nach eineinhalb Jahren, die ich mit Gelegenheitsjobs zubrachte, dämmerte es mir langsam, dass ich keinerlei Aussicht auf eine dauerhafte Beschäftigung hatte, jedenfalls bestimmt nicht auf eine Anstellung mit Aufstiegsmöglichkeit. Ich hatte schon eine Menge Gelegenheitsjobs für Leute gemacht und dachte mir, vielleicht könnte ich mein eigenes Geschäft aufmachen. Idealerweise hätte ich HouseHubbies liebend gern als eine Art soziales Unternehmen begonnen, aber ich bekam keine Unterstützung und musste die Idee aufgeben. Ich recherchierte im Internet auf der Suche nach einem Geschäftsmodell, das mich vielleicht inspirieren würde und ich fand andere Heimwerker-Unternehmen in verschiedenen Ländern, die mich mit den erforderlichen

derlichen Grundkenntnissen ausstatteten. Da eine staatliche Finanzierung nicht verfügbar und der Zugang zu Kapital aus dem Privatsektor faktisch nicht existent war, landete ich wieder im Internet, um nach irgendeiner Form von Hilfe zu suchen. Dabei stieß ich auf eine Organisation mit dem Namen PRIME. PRIME ist eine gemeinnützige Organisation, ein Partner des Wohlfahrtsverbandes AGE Concern, und ihr Ziel ist es, ich zitiere, „das unerschlossene Potenzial der über 50-jährigen Unternehmer freizusetzen“; nur mit der Hilfe von PRIME habe ich es geschafft, mich selbstständig zu machen. Mir wurde jedoch klar, dass HouseHubbies mit den begrenzten Mitteln schnell Bankrott gehen würde, sobald ich anfangen würde, Fachleute wie Anwälte und Steuerberater zu bezahlen. Also musste ich mir selbst beibringen, wie eine Steuersoftware funktioniert, wie man eine Website baut und wie man eine Gesellschaft gründet.

Ich betrachte mich selbst jedoch nicht als Unternehmer im landläufigen Sinne, ich bin nur einer, der seinen Lebensunterhalt verdient und versucht, anderen zu helfen, solange es geht. HouseHubbies ist ein kleines Unternehmen, nur eines unter Tausenden in Großbritannien. Es gibt schätzungsweise 4,3 Millionen Gewerbebetriebe in Großbritannien und 73 Prozent von ihnen, das sind 3,2 Millionen, haben keine Angestellten, sie werden als Ein-Personen-Unternehmen geführt, und diese Unternehmen machen einen Umsatz von fast 200 Milliarden Pfund.

Ich bin nun schon über 60, aber ich denke nicht an Ruhestand, ich möchte nicht aufhören. Ich mag noch nicht einmal das Wort, und aus naheliegenden finanziellen Gründen ist das die Art von Gedanken, die unsere Regierung gerne allen älteren Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern einimpfen würde. Aber um dieses Ziel voranzutreiben, müssen ältere Menschen durch praktische Hilfe davon überzeugt werden, dass ihre Regierung sich kümmert. Vor einigen Jahren wurde britischen Pensionären eine Erhöhung von 70 Pennies die Woche angeboten, das ist knapp ein Euro und in etwa der Preis für eine Packung Erdnüsse. Wie eine Regierung davon überzeugt sein kann, dass ein solch gedankenloses und unsensibles Angebot gut aufgenommen werden könnte, ist mir schleierhaft. Ein Zyniker würde sagen, dass dies etwas über die Prioritäten der Regierung aussagt und über die zentrale Stellung, die ältere Menschen wie ich momentan innerhalb dieser Prioritäten haben. Das britische Rentenniveau lag immer unter dem von Ländern wie Deutschland und Frankreich, aber nun ist die betriebliche Altersversorgung, die dafür einspringen sollte, in großen Schwierigkeiten und die Regierung muss sich Alternativen einfallen lassen; wenn der demografische Trend anhält, muss sie schnell handeln, denn im Endeffekt werden in Großbritannien im Jahr 2050 auf jeden Rentner anstatt dreieinhalb Arbeiterinnen und Arbeiter nur noch weniger als zweieinhalb kommen.

Ältere Arbeitskräfte werden in Zukunft gefragt sein, und es werden mehr von ihnen auf Arbeitssuche sein. Das erfordert einen grundlegenden Einstellungswandel aufseiten der Arbeitgeberinnen und Arbeitgeber und Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer und auch der Regierung. Ich glaube, eines der größten Probleme für ältere Arbeiterinnen und Arbeiter ist die Tatsache, dass nach Jahren der Erwerbslosigkeit, Diskriminierung und der negativen Konditionierung ihr Selbstbewusstsein und der Glaube an sich selbst meist gelitten haben. In der britischen Gesellschaft dominiert eine altenfeindliche Einstellung; es gilt als akzeptabel, alten Menschen gegenüber bevormundend und herablassend zu sein in einer Art, die anderen sozialen Gruppen gegenüber vollkommen untragbar wäre; dadurch können ältere Menschen zu der Überzeugung kommen, sie seien abgehalftert und schrottreif. Und sie können sogar anfangen, sich so zu verhalten, dass diese Überzeugung sich tatsächlich bewahrheitet, ich habe die Bevormundung und die Herablassung am eigenen Leib

erfahren, ich kenne die furchtbaren Auswirkungen, die das haben kann. Aber ich würde jedem älteren Menschen dort draußen sagen, dass es vielfältige Gründe dafür gibt, weiterzuarbeiten: Ihre Gesundheit, Ihr Gedächtnis, Ihr allgemeines Wohlbefinden, Ihr Selbstbewusstsein genauso wie Ihr Kontostand.

Aber man muss den Menschen helfen, damit sie ihre eigenen Fähigkeiten, ihre Erfolge und ihre Fähigkeit, auf dem Markt zu bestehen, erkennen und das erfordert ernsthafte Betreuung; jemand muss sich persönlich Zeit nehmen. Aber ob es sich nun um Drogen, Geschlechtskrankheiten bei Jugendlichen oder Altersdiskriminierung handelt, der Berater muss jemand sein, der so etwas selbst erlebt hat, der die Fallstricke kennt und weiß, wie man sie vermeidet; nur so jemand kann die notwendige Unterstützung bieten. Nach meiner Erfahrung besitzt eine Person, die es gut meint, aber noch nicht mal 40 Jahre alt ist und nie erwerbslos war, nicht die erforderlichen Qualifikationen.

Als Lösungsmöglichkeit bietet es sich meiner Meinung nach an, auf das PRIME-Modell zurückzugreifen, weil ich es selbst erlebt habe und weil es funktioniert. Wenn unserer Regierung wirklich an älteren Menschen gelegen wäre, hätten sie die Dienstleistung von PRIME als Teil in die LinkAge Plus-Pilotprojekte integriert. Diese Pilotprojekte werden in ca. zehn verschiedenen Regionen Englands angeboten, um die Brauchbarkeit von „Geschäften aus einer Hand“ für soziale Dienstleistungen zu testen, also die Art von Dienstleistungen, die von einer immer größeren Zahl von Menschen, die im Alter dazu ermutigt werden, weiter in ihrer Wohnung zu leben, benötigt werden. Diese Pilotprojekte kommen mir vor wie eine verpasste Gelegenheit, einen Service zu entwickeln, der für ältere Menschen, die nicht arbeiten können, tatsächlich wertvoll wäre. Es war eine Chance für die Regierung, im Vorfeld aktiv zu werden, indem sie sich auf die Unterstützung des individuellen Wohlbefindens und der Unabhängigkeit konzentriert hätten, lange bevor Gesundheits- und Soziale Pflegedienste in Anspruch genommen werden müssten.

Die britische Regierung ist sich darüber im Klaren, dass Altersdiskriminierung existiert und dass sie Tausende von älteren Arbeiterinnen und Arbeitern daran hindert, eine Arbeit zu finden; sie hat Gesetze erlassen, um dieses Verhalten zu ächten. Warum aber stellt sie keine zunehmende finanzielle oder praktische Unterstützung zur Verfügung, die den unter der Diskriminierung leidenden über 50-Jährigen helfen könnte, ihr eigenes Unternehmen zu gründen? Das ergibt für mich keinen Sinn, aber das tut eine Erhöhung der Rente um 70 Pennies auch nicht. Nur um ein Gefühl dafür zu bekommen, über welche Zahlen wir sprechen: Es gibt über 3,5 Millionen Menschen, die innerhalb der Stadtgrenzen Berlins leben, in Großbritannien gibt es fast vier Millionen Menschen zwischen 50 und 65 Jahren, die kein Einkommen beziehen. Stellen Sie sich diese Stadt vor, voller erwerbsloser Menschen, alle über 50 Jahre, dann bekommen Sie langsam eine Ahnung. Und die Situation wird auch nicht besser – da die Zahlen steigen, wird es noch schlimmer werden.

Letztendlich war das, was ich als erwerbsloser älterer Mensch wollte, nichts anderes als das, was auch ein jüngerer Arbeiter sich wünschen würde. Ich wollte einen Job, einen Grund morgens aufzustehen und das Gefühl, dass ich etwas wert und ein Teil der menschlichen Gesellschaft bin. Dieses Gefühl hatte ich, als ich mein kleines Unternehmen eröffnete, aber ohne die Hilfe einer gemeinnützigen Organisation hätte ich es vielleicht nie geschafft. Da eine große Zahl älterer Menschen in Großbritannien aufgrund von Diskriminierung keinen Job bekommt, ist die Wahl einfach, sie müssen ihre eigenen Unternehmen gründen oder sich auf staatliche Hilfe verlassen, vielleicht für den Rest ihres Lebens.



Henri Lourdelle

Europäischer Gewerkschaftsbund (Brüssel)

Ich möchte zu Beginn meiner Rede den Organisatoren dieser Konferenz dafür danken, dass sie dem Europäischen Gewerkschaftsbund, den ich vertrete, die Möglichkeit geben, über das Thema der älteren Menschen in der Eigenschaft als „Produzenten“ zu sprechen, und uns eingeladen haben, zu den Präsentationen im Rahmen dieses „Workshops“ Stellung zu nehmen. Ich möchte gleichzeitig betonen, dass der Europäische Gewerkschaftsbund und die in ihm zusammengeschlossenen Berufs- und nationalen Organisationen sich besonders mit der Frage beschäftigen, die ich folgendermaßen zusammenfassen kann: Wie kann man es in der Welt der Produktion und besonders in der Welt der Unternehmen so einrichten, dass man im Alter nicht ausgeschlossen wird? Wir fühlen uns dem Thema so stark verpflichtet, dass ich nach dem Ende dieser Konferenz nach Warschau fahre, um dort ein europäisches Seminar für Gewerkschafter zu moderieren. Wir werden dort diskutieren und unsere Praxis und Erfahrungen zusammentragen, um auf diesem Weg festzustellen, was heutzutage die wahren Herausforderungen sind. Den Vorträgen zufolge, und das spiegelt auch die Überzeugungen des Europäischen Gewerkschaftsbundes wider, kann man aufgrund der genannten Beispiele eine gewisse Anzahl an „Bedingungen“ festlegen, die gewissermaßen Voraussetzungen dafür sind, dass ältere Menschen „Produzenten“ sein können – also Menschen, die in der Lage sind zu produzieren – und nicht einfach nur Konsumenten oder womöglich gar Hilfsempfänger.



Logo des Europäischen Gewerkschaftsbundes

Zu diesen Bedingungen gehört vor allem, den Beitrag der älteren Menschen anzuerkennen. Im Gegensatz zu allen Vorurteilen (ich werde später noch auf diesen Punkt zurückkommen) behalten diese Menschen im Alter nicht nur ihre beruflichen Qualitäten, sondern sie haben auch ein „Plus“ an Erfahrungen gesammelt: Dennoch kann man in den Unternehmen feststellen, dass sie zum Beispiel die Ersten sind, die entlassen werden. Indem man sie entlässt, investieren die Unternehmen nicht in den Ausbau ihrer Kompetenzen, sondern verringern die eigene Produktivität (Ausbildung neuer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter), anstatt einen Transfer von Wissen und Know-how zu fördern.

Eine weitere Bedingung ist notwendig: Es ist wichtig, das Selbstbewusstsein Älterer zu fördern, indem man ihnen beispielsweise anbietet, die jüngsten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Unternehmen zu „begleiten“ (Mentoring), auch weil die ältesten Beschäftigten die Unternehmenskultur in sich tragen ... Das widerlegt nochmals die Vorurteile, wie zum Beispiel ältere Arbeiterinnen und Arbeiter seien weniger produktiv oder es sei teurer, sie weiterzubilden ...

Um ältere Menschen in der Arbeitswelt zu halten, muss man das lebenslange Lernen weiterentwickeln. So haben sich auch im Zusammenhang mit den Tarifgesprächen die europäischen Tarifpartner auf einen „Aktionsrahmen“ geeinigt, um die Entwicklung des lebenslangen Lernens zu fördern (Aktionsprogramm der Europäischen Tarifpartner 2006–2008). In der Tat ist es oft zu spät, einen Menschen mit 50 Jahren noch auszubilden! Man muss die beruflichen und persönlichen Fähigkeiten nach und nach ausbauen können.

Um die älteren Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer auf dem Arbeitsmarkt zu halten, müssen Verhandlungen zwischen den Tarifpartnern geführt und ausgebaut werden, insbesondere bezüglich:

- I der Arbeitsbedingungen,
- I der Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz,
- I des Kampfes gegen und der Verhinderung von Muskel- und Skeletterkrankungen,
- I des Kampfes gegen Arbeitsstress (auch hierüber haben sich die europäischen Tarifpartner geeinigt) und
- I der Arbeitszeitgestaltung.

Auch auf der anderen Seite muss es verstärkt möglich werden, Familien- und Berufsleben miteinander zu vereinbaren – ein Problem, das kulturell bedingt mehrheitlich Frauen betrifft – indem man die Kinderbetreuung, aber auch die Betreuung hilfsbedürftiger älterer Menschen ausbaut und indem man die Unterrichtszeiten überprüft, die manche Frauen zu einer nicht selbst gewählten Teilzeitarbeit zwingen. Gleichzeitig müssen aber auch Möglichkeiten für sie geschaffen werden zur Arbeit zurückzukehren, um damit zu verhindern, dass sie, nachdem sie einmal für die Kindererziehung aus dem Arbeitsumfeld ausgestiegen sind, endgültig ausgeschlossen bleiben.

Auch die Arbeitszeiten müssen überdacht werden, das heißt, sie müssen im Interesse der Erwerbstätigen angepasst werden. Heutzutage ist die Organisation der Arbeit immer noch zu streng und hierarchisch. Dadurch arbeiten Erwerbstätige wenig selbstbestimmt und sie können ihre Arbeit und die Art und Weise, in der sie geleistet wird, kaum kontrollieren. So verlieren sie allmählich das Interesse an der Arbeit. Es wäre also besser, man würde ihr Können nutzen und es wertschätzen.

Auch die Vorruhestandsregelungen müssen überprüft werden. Gewiss muss es für einige Berufe (mit belastenden Tätigkeiten) und im Rahmen von Umstrukturierungen immer Möglichkeiten eines vorgezogenen Ausstiegs aus dem Arbeitsmarkt, den sogenannten, Vorruhestand, geben. Tatsächlich ist es jedoch so, dass die Unternehmen dieses Instrument das ursprünglich dem sozialen Schutz der betroffenen Erwerbstätigen dienen sollte, in ein Managementinstrument für ältere Arbeiterinnen und Arbeiter umgewandelt haben. Das bedeutet, die älteren Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer auf billige Art loszuwerden. Es ist deshalb angebracht, das System des Vorruhestands auf seine ursprüngliche Bestimmung zurückzuführen. Denn die älteren Menschen dürfen nicht mehr als Hemmnis für ein Unternehmen wahrgenommen und so gewissermaßen zu Opfern gemacht werden, sondern sollten als ertragreiche Investition betrachtet werden.

Bezüglich des Eintritts in den Ruhestand kann das nur heißen, dass die Angestellten die Wahl haben müssen zwischen:

- | entweder bei Beendigung ihrer aktiven Tätigkeit und nach Erreichen des gesetzlichen Rentenalters von ihrem Recht auf Rente Gebrauch zu machen, ohne dafür bestraft zu werden,
- | oder später aussteigen zu können, wenn sie das wünschen, und dafür belohnt zu werden (zum Beispiel durch einen Rentenbonus).

Ebenso müssen die flexiblen Ruhestandsregelungen gefördert werden, um Brüche zwischen den Generationen der Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer innerhalb der Unternehmen zu vermeiden und den inneren Zusammenhalt zu stärken ... Der Europäische Gewerkschaftsbund (EGB) stellt sich jedoch gegen die Ansicht derer, die aus Gründen des demografischen Wandels eine generelle Erhöhung des gesetzlichen Rentenalters verlangen. Sicherlich will der EGB diese Gründe weder ignorieren noch überbewerten, aber er erinnert daran, dass die Angestellten zunächst einmal die Möglichkeit haben müssen, bis zum Ende ihres Arbeitslebens (also: bis zum gesetzlichen Rentenalter) zu arbeiten, bevor sie zu einer längeren Lebensarbeitszeit verpflichtet werden. Auf europäischem Niveau, und hier sind fast alle Länder betroffen, lässt sich nämlich feststellen, dass nur ein gutes Drittel der Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer zwischen 55 und 65 Jahren noch eine Erwerbstätigkeit ausübt!

Wie ich bereits erwähnt habe, ist es auch sehr wichtig, die Einstellungen zu verändern: Wegen eines gewissen Desinteresses an der Arbeit, das durch die Art und Weise ihrer Organisation hervorgerufen wird, das heißt aus einem Mangel an Selbstbestimmung, die den Individuen bei der Organisation und Umsetzung ihrer Arbeit bleibt, wird es zum Bestreben einer gesamten Generation, so schnell wie möglich aus dem Arbeitsleben auszuschneiden. Es ist also die Anstrengung der gesamten Gesellschaft nötig, um die Arbeit älterer Menschen aufzuwerten. Abschließend möchte ich das, was wir gehört haben, noch einmal in fünf Schlüsselbotschaften formulieren.

Aus älteren Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern werden Produzentinnen und Produzenten, wenn:

- | sie anerkannt und geschätzt werden in dem, was sie tun. Es handelt sich also auch um eine Frage der Aufmerksamkeit und einer Veränderung der gesellschaftlichen, aber auch der unternehmerischen Mentalität;
- | sie die Wahl haben, ob sie ihre Arbeit aufgeben oder weiterführen möchten;
- | sich ein lebenslanges Lernen durchsetzen kann;
- | gleichzeitig die Verhandlungen der Tarifpartner ausgebaut werden, die sich sowohl auf die Arbeitsorganisation, also die Stärkung der Eigenverantwortlichkeit der Individuen bei der Umsetzung der Arbeit und beim flexiblen Ruhestand, als auch auf die Vereinbarkeit von Familienleben, persönlichem und beruflichem Leben innerhalb der Unternehmen beziehen sollten.
- | Know-how und Selbstbewusstsein eine höhere Priorität bekommen.

Mit einem Wort:

Man muss die Arbeit an die Menschen anpassen und nicht umgekehrt.

**Forum C:
Ältere als Konsumierende (II) –
Innovative Dienstleistungen für eine
alternde Gesellschaft**





Prof. Dr. Björn Bloching

Roland Berger Strategy Consultants (München/Hamburg)

In meinem Beitrag beschäftige ich mich mit der Frage, wie sich die zunehmende Alterung der Bevölkerung auf die Nachfrage nach Gütern und insbesondere auf den Dienstleistungsmarkt auswirken wird und welche Chancen mit dieser Entwicklung verbunden sind.

Wie wird die zunehmende Bedeutung von älteren Menschen in der Gesellschaft die Nachfrage nach Gütern und Dienstleistungen strukturell verändern?

Bereits heute sind die über 50-Jährigen in vielen Gütergruppen für annähernd 50 Prozent der Konsumausgaben verantwortlich. Damit sind sie jetzt schon weit einflussreichere Konsumentinnen und Konsumenten, als es ihre geringe Präsenz in der Werbung suggeriert. Haushalte in der Alterskategorie von 50 bis 64 Jahren haben im Vergleich die höchsten Konsumbudgets – in Deutschland waren das durchschnittlich rund 1.550 Euro pro Haushalt und Monat (ohne Wohnungsausgaben und Kfz-Käufe). Mit Erreichen des Rentenalters sinken die Ausgaben je Haushalt um durchschnittlich 20 Prozent, nochmals knapp 20 Prozent weniger geben die Haushalte der über 75-Jährigen für den privaten Verbrauch aus. Menschen verschiedenen Alters konsumieren auch unterschiedlich. So verwenden beispielsweise über 75-Jährige doppelt so viel Geld für Gesundheitspflege und -dienstleistungen wie 20 bis 49-Jährige, aber nur halb so viel für Verkehrsmittel und Transportdienstleistungen.

Für die Studie zum „Wirtschaftsmotor Alter“, die Roland Berger Strategy Consultants für das Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend erstellt hat, wurden mit einer multivariaten Analyse die Effekte der Alterung auf die Konsumstruktur für Deutschland modelliert. In einem idealtypischen Nachfragesystem wurden die wichtigsten Determinanten der Konsumveränderung auf Basis der Einkommens- und Verbrauchsstichprobe des Statistischen Bundesamtes bestimmt und dabei umfangreiche Faktoren berücksichtigt: Konsumverhalten in den Altersgruppen im Zeitverlauf, Haushaltscharakteristika (Einkommen, Größe, Kinderzahl, Erwerbsstrukturen). Im Ergebnis kann gezeigt werden, dass das Altern und die entsprechend veränderten Präferenzen zu signifikant verändertem Nachfrageverhalten führen. Damit wird die Alterung ganz maßgeblich die Güter- und Dienstleistungsmärkte verändern. Auf dieser Basis lassen sich die Effekte auf die volkswirtschaftlichen Konsumstrukturen in einem makroökonomischen System ableiten. In Szenarien werden unter anderem auch Veränderungen in der Einkommensverteilung (etwa durch politische Reformen) und in der Haushaltszusammensetzung berücksichtigt. Die Älteren sind ganz klar ein Wirtschaftsmotor: Während die Gruppe der unter 20-Jährigen und der bis 49-Jährigen rund 6 Prozentpunkte am gesamtwirtschaftlichen Konsumanteil verlieren wird, was einem Rückgang um 12,5 Prozent entspricht, werden die Älteren auf 58 Prozent zulegen. Dabei gewinnen vor allem die Konsumentinnen und Konsumenten, die älter als 65 Jahre sind.

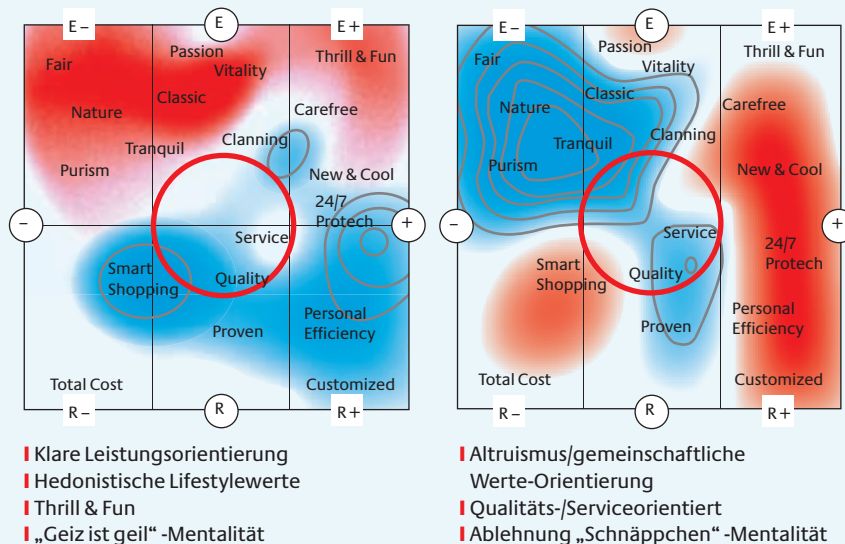
„Inhaltliche“ Veränderungen wird es insbesondere bei zwei Gruppen von Gütern bzw. Dienstleistungen geben: „Pflege und Gesundheit“ und „Reisen und Tourismus“. Ihre Ausgabenanteile werden alleine aufgrund der demografischen Entwicklung bis zum Jahr 2035 deutlich steigen. Berücksichtigt man, dass die demografische Entwicklung neben ihrem

Effekt auf die Konsumnachfrage auch Auswirkungen auf die sozialen Sicherungssysteme und die Einkommensverteilung zwischen den Generationen hat, ergeben sich signifikant veränderte Ergebnisse. Bei der Gütergruppe „Gesundheit“, deren Anteil am Gesamtkonsum im Jahr 2003 bei rund 5 Prozent lag, ist eine Steigerung um bis zu 40 Prozent zu erwarten. Die Gütergruppe „Reisen und Hotels“, die gemeinsam mit aktiver Freizeitgestaltung 2003 gut 13 Prozent des Gesamtkonsums ausmachte, wird um 10 Prozent an Gewicht gewinnen.

Diese Hypothese stützt auch die „Brand Power Studie“ von Roland Berger, für die wir mehr als 2.000 in Deutschland lebende Personen in persönlichen Interviews nach ihren Präferenzen befragt haben. Die Aussagen wurden nach einem System klassifiziert, das auf 19 allgemeinen, für die Konsumpräferenzen wichtigen Werten basiert, die wir aus einer Stichprobe von 150.000 Interviews in 15 Ländern identifiziert haben. Diese Werte werden zu trennscharfen Typen kombiniert, die Konsumverhalten gut beschreiben und vorhersagen lassen.

Ältere haben eine andere Bedürfnis- und Konsumstruktur

Bedürfnis-Mapping 30–39-Jährige vs. 60plus – Basis RB-Profiler®



Derzeitiger Marken-Fit bei 60plus

- 7% (Sehr) Gut
- 22% Neutral
- 71% (Sehr) Schlecht

Quelle: Roland Berger Brand Power Studie

Insgesamt lässt sich sagen, dass ältere Konsumentinnen und Konsumenten ein relativ scharf abgegrenztes konservatives Konsumprofil haben. Sie favorisieren dabei Werte wie „Altruismus“ und Leistungskriterien wie „Service“ und „Qualität“. Gleichzeitig weisen sie eine – aus Unternehmenssicht interessante – geringe Preissensitivität auf, die sich in einer starken Ablehnung von Werten wie „Smart Shopping“ oder „Total Cost“ zeigt.

Viele Unternehmen haben die Bedeutung dieser wichtigen Zielgruppe noch nicht erkannt. Obwohl zukünftig fast 60 Prozent des gesamtwirtschaftlichen Konsums durch diese Zielgruppe getätigt werden, haben viele Unternehmen mit ihren Markenstrategien noch nicht

reagiert. Unsere Untersuchung zeigt, dass nur 7 Prozent der untersuchten Marken gut oder sehr gut an die Erwartungen und Bedürfnisse der Zielgruppe angepasst waren („Marken-Fit“), 71 Prozent verfügten hingegen über einen schlechten oder sehr schlechten Fit.

Welche Anforderungen stellt dies insbesondere an Dienstleistungsunternehmen?

Hinter der zuvor dargestellten gesamtwirtschaftlichen Projektion verbergen sich schon heute zahlreiche Anpassungsprozesse aufseiten der Unternehmen. Nicht zuletzt die steigende Anzahl an Fachveranstaltungen, Veröffentlichungen und Berichten hat zu einer zunehmenden Konjunktur des Themas Seniorenmarkt in den vergangenen Jahren geführt.

Der Seniorenmarkt lässt sich schon lange nicht mehr auf Gebissreiniger, Melissengeist und Gehhilfen reduzieren. Viele Unternehmen haben bereits auf die Verlängerung der Lebenserwartung, einen veränderten Lebensstil und sich wandelnde Bedürfnisse reagiert. Seniorinnen und Senioren verhalten sich heute tendenziell wie früher die 40-Jährigen: Sie sind genuss- und serviceorientiert und durchaus konsumbereit.

Vieles, wovon Ältere in ihrer Jugend träumten, können sie sich heute leisten. Nischenmärkte gibt es bereits. Männer verwirklichen ihre Jugendträume mit motorisierten Statussymbolen. Eine Harley Davidson, früher das Vehikel der jungen Wilden, ist mittlerweile zum Fortbewegungsmittel distinguiert älterer Herren geworden. Auch die Einschätzung, die ältere Generation sei nicht an neuen Technologien interessiert, erweist sich den Untersuchungen zufolge als Vorurteil. Viele sehen das Internet und andere technische Innovationen zunehmend als Verbündete im Alter, weil sie eine unabhängige Lebensführung erleichtern. Von diesen Möglichkeiten macht bereits die nachrückende Generation von Seniorinnen und Senioren mit großer Selbstverständlichkeit Gebrauch, durch Online-Shopping oder das Abwickeln von Bankgeschäften von zu Hause aus, aber auch durch den Aufbau und die Pflege von Kontakten zu Familienmitgliedern, Freunden und Altersgenossen etwa über spezielle Internetforen und -portale für Seniorinnen und Senioren sowie Partner- oder Kontaktvermittlungen. Auch andere Branchen haben sich mittlerweile auf die Anforderungen von Älteren eingestellt: Es gibt spezifische Qualifizierungs- und Vermittlungsangebote für „Senior-Experten“ und es entstehen Senioren-Akademien und -Hochschulen.

Aus dem Bereich der Dienstleistungen möchte ich zwei Felder beispielhaft herausgreifen: altersgerechtes Wohnen und Finanzdienstleistungen.

Im Bereich des altersgerechten Wohnens werden zunehmend ganzheitliche Wohnkonzepte im Sinne von Retirement Communities entwickelt. „Sun City“ in den USA ist sicherlich ein Wegbereiter dieser Idee, aber auch in Südfrankreich, Spanien ebenso wie in Deutschland zeigen sich erste Ansätze solcher Wohnkonzepte. Diese bieten einen umfangreichen Service, darunter Sicherheits- und Hausmeisterdienste, seniorenrechtliche medizinische Versorgung (u. a. Rund-um-die-Uhr-Angebote für Erstversorgung oder Krankentransporte), seniorenrechtliche Freizeitangebote (u. a. Sport, Bibliotheken, Themenabende, Gemeinschaftsräume), bedarfsweise Unterstützung bei Behördengängen oder Catering. Bedarf und Kaufkraft sind vorhanden, und innovative Dienstleistungsangebote werden auch gerne angenommen.

Bei den Finanzdienstleistungen haben sowohl Banken als auch Versicherungen zunehmend Produkte in ihrem Programm, die auf die spezifischen Anforderungen einer älteren Zielgruppe zugeschnitten sind: So bieten Versicherungen Leistungen an, die über eine angepasste Kranken- und Pflegeversicherung deutlich hinausgehen. Gleichzeitig gehen viele Unternehmen dazu über, spezifische Kundenberaterinnen und Kundenberater für diese Zielgruppe zu schulen, erste spezifische Ausbildungsgänge werden vorbereitet.

Welche Chancen liegen im Seniorenmarkt?

Blickt man auf die Aktivitäten der Unternehmen in den verschiedenen Bereichen, lässt sich Folgendes beobachten:

- Bislang ist das Verständnis der Bedürfnisstruktur der „Golden Ager“ noch zu gering ausgeprägt, vor allem findet kaum eine Binnendifferenzierung statt, obwohl die Zielgruppe keineswegs homogen ist.
- Angebote werden nur kommunikativ und bezogen auf einige Eigenschaften „für Alte“ angepasst, wirklich innovative Ideen, gute Universal-Design-Ansätze, die sich auch bei älteren Konsumentinnen und Konsumenten durchsetzen, sind hingegen kaum vertreten.
- Die Marken sprechen die Zielgruppe nur wenig an.

Die Potenziale des Seniorenmarktes werden noch nicht in allen Branchen und nicht von der Breite der Unternehmen ausgeschöpft. So können beispielsweise auch bereits laufende Experimente mit spezialisierten Warenhäusern und Supermärkten für Seniorinnen und Senioren nicht darüber hinwegtäuschen, dass der Einzelhandel diesbezüglich noch Marktentwicklungsmöglichkeiten aufweist – angefangen bei der Größe von Umkleidekabinen im Bekleidungseinzelhandel bis hin zu Produktbeschriftungen und Regalabständen im Lebensmitteleinzelhandel. Dabei kommt dem Handel durch seine Sortimentsfunktion und die direkte Schnittstelle zum Kunden eine besondere Bedeutung bei der Verbreitung von relevantem Marktwissen und der Übersetzung der Konsumpräferenzen von Seniorinnen und Senioren für die vorgelagerten Konsumgüter- und Verpackungsmittelhersteller zu.

Im Unterschied zu bahnbrechenden technologischen Umbrüchen wie beispielsweise dem Aufkommen neuer elektronischer Medien, die innerhalb weniger Jahre zu einem Paradigmenwechsel in der Kommunikation, im Freizeitverhalten, im Konsum, in den Arbeitsprozessen und in der Abwicklung wirtschaftlicher Transaktionen geführt haben, wird sich der Seniorenmarkt langsamer entwickeln. Das Tempo dieser „stillen Revolution“ wird durch die zunehmende Alterung der Gesellschaft und deren Spürbarkeit bestimmt werden. Wir stehen somit erst am Anfang eines an Fahrt gewinnenden Entwicklungs- und Innovationsprozesses. Steigende Marktvolumina, positive Renditen und Verschiebungen der relativen Preise werden die Wettbewerbsintensität im Seniorenmarkt sukzessive erhöhen – und damit auch sein Entwicklungstempo.

In unserem Makro-Modell haben wir gezeigt, dass die Alterung für den gesamtwirtschaftlichen Wachstumspfad kein Risiko ist, sondern ganz im Gegenteil durch die Stärkung der Binnennachfrage einen Beitrag zur Steigerung von Wachstum und Beschäftigung leisten kann. Allerdings nur, wenn dies mit entsprechenden Reformen gestützt wird. Dazu gehören die weitere Erhöhung der Erwerbsbeteiligung bei Älteren und Frauen, Haushaltskonsolidierungen und Investitionen in die Erhöhung unserer Innovationsfähigkeit.



Leo Novobilsky

Kur & Spa Hotels (Marienbad)

Ich komme aus Marienbad, dem zweitgrößten Kurort der Tschechischen Republik, der historisch sehr bekannt ist, weil er von Edward VII. neun Mal besucht wurde und Goethe sich dort im hohen Alter verliebte. Als erstes möchte ich über die Herausforderung des Marktes sprechen und wo wir uns positionieren. Wir treten auf einem überaus gesättigten Markt auf, da es in Deutschland über 350, in der Tschechischen Republik über 45 und in ganz Europa über 1.000 Kurorte gibt, die alle um Marktanteile konkurrieren.

Konkurrieren bedeutet, die höchsten Maßstäbe anzulegen, Betreuung und Service persönlich zu gestalten und auf das Vier- und Fünf-Sterne-Segment hinzuarbeiten. Sie müssen ihr Alleinstellungsmerkmal ebenso bewerben wie ihre natürlichen Quellen, die Geschichte, medizinisches Know-how und eine sichere Umgebung. Darüber hinaus müssen Innovationen und kreative Ideen vorangetrieben werden, und der Gebrauch der neuesten Technik ist selbstverständlich. Dies kann man dadurch erreichen, dass man der Konkurrenz immer einen Schritt voraus ist, und ständig nach neuen Marktnischen, neuen Produkte und neuen Ideen Ausschau hält. Während Hilton zu sagen pflegte, alles sei eine Frage des Standorts, würde ich heute sagen, es dreht sich immer nur ums Marketing, weil heute alles nur mit einer klaren Orientierung auf dem Markt möglich ist. Dazu gibt es keine Alternative, da die Sozial- und Gesundheitssysteme in Europa versagen und gekürzt werden müssen. Aus diesen Gründen gingen wir eine Marketingkooperation mit Sybillenbad in Deutschland ein, die als Fünfjahresprojekt der EU mit einem Etat von über 700.000 Euro realisiert wurde. Da es sich um ein sehr erfolgreiches Projekt handelte und beide Seiten davon profitieren, wurde es um ein Jahr verlängert. Sybillenbad ist ein kleiner Kurort, der 25 km Luftlinie von der tschechischen Grenze entfernt liegt. Es ist ein neuer Kurort, der über natürliche Quellen verfügt, und er ist auch als Heilbad anerkannt. Beide Kurorte zogen Nutzen aus diesem Projekt, und es ist ein gutes Beispiel dafür, wie Länder und Kurorte zusammenarbeiten können, um größere Ziele zu erreichen.



Ich möchte ein paar Anmerkungen zu den neuesten Trends im Kur-Geschäft in Europa und Marienbad machen. Offenkundig ist das, was wir heute erleben, von einer höheren Erwartung auf Besucherseite geprägt, da es sich um zahlende Kundinnen und Kunden handelt und sie deshalb anspruchsvoller sind. Darüber hinaus gibt es den Anspruch, dass individuellen Bedürfnissen Rechnung getragen wird, und das kann unter Umständen dazu führen, dass die Kundschaft ihren Kuraufenthalt mit einem Reisebüro individuell gestaltet. Es scheint, dass Kinder ihre Eltern mit der Welt der Kuren bekanntmachen, und da die Mutter-Tochter-Beziehung sehr eng ist, kommen oft zwei Generationen gleichzeitig in unseren Kurort. Kurorte werden von der jungen an die ältere Generation empfohlen und umgekehrt. Kuranwendungen vor Ort unter Verwendung einheimischer Ressourcen sind ein Hauptthema, genauso wie das Essen, das zu seinen Wurzeln zurückkehrt. Ein anderer bemerkenswerter Punkt ist, dass das Internet kurzfristige Buchungen ermöglicht.

Als Fazit ergibt sich unserer Ansicht nach, dass die guten Kurorte in Europa eine Chance auf Erfolg haben, wenn sie ihre Alleinstellungsmerkmale ausbauen. Europäische Kurorte, die gute Leistungen erbringen, blicken in eine sichere Zukunft, aber nur, wenn sie sich am Markt orientieren. Wir sind der Überzeugung, dass die Europäische Union und die Regierungen vor Ort die europäischen Kurorte stärker fördern sollten, da sie einzigartig sind und ebenso wertvoll wie die europäische Geschichte und Kultur. Krankenversicherer sollten dazu ermutigt werden, Menschen jeden Alters mehr Kuraufenthalte zu ermöglichen, um ein längeres und aktiveres Leben so gut es geht zu fördern.

Unser neues Aktiv-Altern-Projekt mit der Danubious Hotels Group, das gerade auf den Markt gebracht wurde, zielt darauf, unseren Gästen das Leben zu erleichtern und die Kurort-Erfahrung zu erweitern. Es beruht auf mehreren Säulen: erstens einem vernünftigen Ernährungsprogramm auf Grundlage einer Diät mit Obst und Gemüse, zweitens einem aktiven Lebensstil, mit dem die Menschen sich fit halten, drittens Stressreduzierung und viertens schließlich einer sicheren Umgebung.



Jan Slagter

Radio- und Fernsehsender MAX (Zoetermeer)

Ich habe MAX im Jahre 2002 gegründet. Zu jener Zeit war der öffentlich-rechtliche Rundfunk in den Niederlanden stark von der Welt der Werbung beeinflusst. Die Zielgruppe waren die 20 bis 49-Jährigen in dem Glauben, dass jeder über 50 sich schon auf die Marken seiner Wahl festgelegt hätte und sein Konsumverhalten auch nicht mehr verändern würde. Als wäre eine Person über 50 Jahre noch genau so wie vor 40 Jahren. Werbefachleute und Radioleute haben ebenfalls vergessen, dass Menschen über 50 die am schnellsten wachsende demografische Gruppe in den Niederlanden sind. Derzeit ist fast jede dritte Person in den Niederlanden 50 Jahre oder älter.

Im September 2005 hatte MAX die erforderlichen 50.000 zahlenden Mitglieder, wurde vom Kulturministerium genehmigt und ist nun ein anerkannter Sender innerhalb des niederländischen öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Das Rundfunksystem ist sehr komplex und in seiner Art einzigartig. Es ist in 20 einzelne Organisationen aufgegliedert, die historisch betrachtet alle eine bestimmte Gruppe in der Gesellschaft repräsentieren. Sie vertreten verschiedene gesellschaftliche Gruppen wie Christen, die Jugend, Muslime und – seit es MAX gibt – auch Menschen über 50. Diese 20 Organisationen liefern zusammen Inhalte für drei Fernsehsender, sechs Radiostationen, 20 digitale Fernsehsender und natürlich Websites.

2002 stellten sich nur wenige Menschen innerhalb des öffentlich-rechtlichen Rundfunksystems folgende wichtige Fragen: Wie können wir die Tatsache, dass die Gesellschaft sich mit der wachsenden Zahl an über 50-Jährigen verändert, in unsere Strategie integrieren? Und was wissen wir über die Art und Weise, wie ältere Menschen in den Medien dargestellt werden? Wie können wir die wertvolle Lebenserfahrung von Menschen über 50 in unser Programm einbeziehen? Welche Mechanismen des Stereotypisierens spielen eine Rolle?

Wussten Sie, dass die Ansichten junger Menschen über ältere Menschen hauptsächlich darauf beruhen, was sie im Fernsehen sehen? Und das Problem dabei ist, dass die Medien diese Menschen vollkommen verzerrt darstellen. Folglich sehen die meisten jungen Leute die Älteren als Menschen mit Stöcken und Gehhilfen. Die Medien fördern, wenn auch möglicherweise unbewusst, den negativen Blick auf ältere Menschen in unserer Gesellschaft. Und stellen Sie sich vor, die meisten Werbefachleute sind junge Menschen. Kein Wunder, dass sie ihr Zielpublikum nicht wechseln möchten.

Wie sieht unser Programm für Menschen über 50 aus und was versuchen wir unter allen Umständen zu vermeiden?

Ein wichtiger Aspekt, der MAX von anderen unterscheidet, ist die Art, wie wir Inhalte produzieren.

Untersuchungen haben gezeigt, dass Menschen über 50 sich am meisten ärgern über:

- | zu reißerische Beiträge,
- | laute Musik, besonders, wenn sie gleichzeitig von Stimmen überlagert wird,
- | fluchen,
- | zu viel Sex,
- | zu viel Gewalt,
- | Leute, die sich gegenseitig ins Wort fallen.

MAX hat diese Hauptärgernisse in Produktionskriterien übertragen. Auch haben wir aus der Denkweise der über 50-jährigen einige zusätzliche Regeln für die Produktion abgeleitet:

- | Stellen Sie ältere Menschen als Persönlichkeiten dar, nicht als Stereotypen.
- | Menschen über 50 werden, wenn sie realistisch dargestellt werden, als lebhaft und interessante Erwachsene gezeigt.
- | Vermeiden Sie typische Probleme der über 50-Jährigen, stellen Sie stattdessen lieber die Lösungen in den Vordergrund.
- | Menschen über 50 werden in aktuellen Szenarien und mit modernen Ansichten gezeigt.
- | Machen Sie keine billigen Witze über Menschen über 50.

Bei MAX gibt es ein paar Grundthemen, die die Grundlage für unsere Programme bilden. Ich nenne Ihnen ein paar davon: Gesundheit (keine Operationen, sondern wie man fit bleiben kann), Recht und Finanzen, Freizeit und Urlaub, Familie, Kunst und Kultur, Computer und Internet, Großeltern und Enkel sowie Nostalgie.

Die Hauptinteressen und die Ansichten von Menschen über 50 stehen immer im Mittelpunkt unserer Programmplanung. Unser Ausgangspunkt ist der moderne Mensch über 50 und nicht das altmodische Bild von untätigen und unproduktiven Menschen.

MAX sendet nun seit ungefähr eineinhalb Jahren. Einer unserer großen Erfolge ist unsere Vorabend-Talkshow „MAX & Catherine“. Gastgeberin der Show ist eine bekannte niederländische Moderatorin, die gerade 60 geworden ist, und besteht aus verschiedenen Elementen: einem Hauptgast, Kurznachrichten, Modetrends, Autotests, Musik und einer Debatte über ein typisches Über-50-Thema. Ca. 700.000 Menschen schalten jeden Tag ein. Mit Marktanteilen zwischen 15 und 20 Prozent und mehr als 90 Prozent an über 50-jährigen Zuschauerinnen und Zuschauern, ist diese Sendung zum Zugpferd von MAX geworden.

Im letzten September hat das öffentlich-rechtliche Rundfunksystem in den Niederlanden mit Radio 5 auch einen Über-50-Radiosender eingeführt. MAX ist dort drei Stunden täglich auf Sendung und wir spielen Musik aus den 40er, 50er und 60er Jahren. Das Publikum hat diesem Sender die beste Bewertung gegeben, die es jemals gegeben hat.

Als MAX im September 2005 angefangen hat, hatten wir ungefähr 62.000 Mitglieder und nun, nach eineinhalb Jahren, haben wir 100.000 Mitglieder. Damit sind wir der am schnellsten wachsende öffentlich-rechtliche Sender in den Niederlanden. Im Dezember 2008 möchten wir gerne 150.000 Mitglieder haben, was bedeutet, dass uns ein höherer Status im öffentlich-rechtlichen Rundfunksystem eingeräumt wird und wir mehr Sendezeit bekommen.

MAX ist auch im Internet sehr aktiv. Unsere Website wird monatlich von über 100.000 Menschen besucht. Kürzlich haben wir den MAX-Treffpunkt eröffnet, eine Online-Datenbank, in die sich das Publikum eintragen kann, um eine Begleitung zum Ausgehen zu finden oder jemanden, der sein Hobby teilt. Mehr als 20.000 Menschen haben sich bereits registrieren lassen und der MAX-Treffpunkt ist damit die größte Online-Community für über 50-Jährige in den Niederlanden. Wir sind stolz auf diesen Erfolg.

MAX ist mehr als ein Sender. Wir möchten einen Komplett-Community-Service für Menschen über 50 anbieten. Zum Beispiel organisieren wir Atlantik-Kreuzfahrten zusammen mit dem größten Magazin, das sich in den Niederlanden an über 50-Jährige wendet, im Dezember veranstalten wir die vierten MAX Proms, ein musikalisches Event mit mehr als 21.000 Menschen und am kommenden Sonntag erwarten wir fast 4.000 Gäste zu unserem jährlichen Mitgliedertag.

Menschen über 50 Jahre sind ein interessantes Zielpublikum

Zwei Drittel des gesamten Geldes, das in der Reisebranche ausgegeben wird, stammt von Menschen über 50, das entspricht allein in den Niederlanden ca. 2,1 Milliarden Euro. Menschen über 50 kaufen die Hälfte aller Autos in den Niederlanden. „PLUS Magazine“, das größte Magazin für diese demografische Gruppe in den Niederlanden, hat 300.000 Abonnenten und ist die größte Monatszeitschrift in unserem Land. Vor nur fünf Jahren warben alle Anzeigen, die im „PLUS Magazine“ veröffentlicht wurden, für Spezialprodukte wie Gehhilfen, Spezialmatratzen und Produkte für Menschen mit medizinischen Bedürfnissen. Jetzt sind alle großen Anzeigenkunden an Bord, um Anzeigen zu schalten. Noch ein Beispiel: Die Messe für über 50-Jährige lockt jährlich mehr als 100.000 Besucher an und zählt nun Automarken, Banken und Reiseveranstalter zu ihren ständigen Ausstellern. Immer mehr Anzeigenkunden entdecken diese wundervolle Zielgruppe. Vielleicht werden die Marketing-Manager ja langsam auch älter.

Europa steht kurz vor einem riesigen demografischen Wandel. Ein Wandel, der nicht als Bedrohung oder Problem angesehen werden sollte. Regierungen haben eine große Verantwortung, auf positive Art und Weise auf diesen Wandel zu reagieren und ihn in ihre Politik mit einzubeziehen. Marketing-Manager müssen anfangen, ältere Menschen ernst zu nehmen. Es ist unerlässlich, dass Regierung und große Unternehmen eine langfristige Vision über diesen Wandel in unserer Gesellschaft entwickeln. Von heute an zähle ich auf Sie, dass Sie die Themen, die mit dem demografischen Wandel auf uns zukommen, nicht als Problem sehen, sondern als Chance begreifen.

Juan Carlos Guzmán

Europ Assistance Spanien (Madrid)

Es ist mir eine große Freude, meine Erfahrungen im Bereich der Dienstleistungen für ältere Menschen, die ich bei Europ Assistance machen durfte, mit Ihnen zu teilen.

Die Darstellung, die ich Ihnen präsentieren werde, basiert auf den unterschiedlichen professionellen Dienstleistungen, die wir älteren Menschen anbieten. Nach arbeitsreichen Jahren hat das von mir repräsentierte Unternehmen eine ganze Bandbreite an Aktivitäten und Dienstleistungen, die das Leben von Seniorinnen und Senioren vereinfachen, auf den Markt gebracht. Um eine möglichst vollständige Vorstellung von unserer Philosophie zu geben, werden wir kurz die Charakteristiken der alternden Gesellschaften im aktuellen Europa analysieren.

Ältere Menschen repräsentieren momentan die am schnellsten wachsende europäische Bevölkerungsgruppe: Innerhalb der nächsten zehn Jahre wird der größte Teil der Bevölkerung der fünf stärksten Wirtschaftsmächte in Europa erstmals älter als 40 Jahre sein.

Die Zahl der Personen über 50 Jahre wird beträchtlich steigen, während der Prozentsatz der Bevölkerung zwischen 20 und 40 Jahren sinken wird. Auf lange Sicht wird sich diese Entwicklung beschleunigen und bis 2050 wird der Erwerbstätigenanteil in Europa nur noch ein Fünftel des heutigen Standes betragen. Der prozentuale Anteil der Menschen über 50 Jahre wird 2020 in Europa 41,5 Prozent erreichen und in den Vereinigten Staaten 35 Prozent.

Auch die Lebenserwartung steigt; sie liegt in Spanien bei 75,6 Jahren für Männer und 82,9 Jahren für Frauen. Das ist der höchste Wert in ganz Europa.

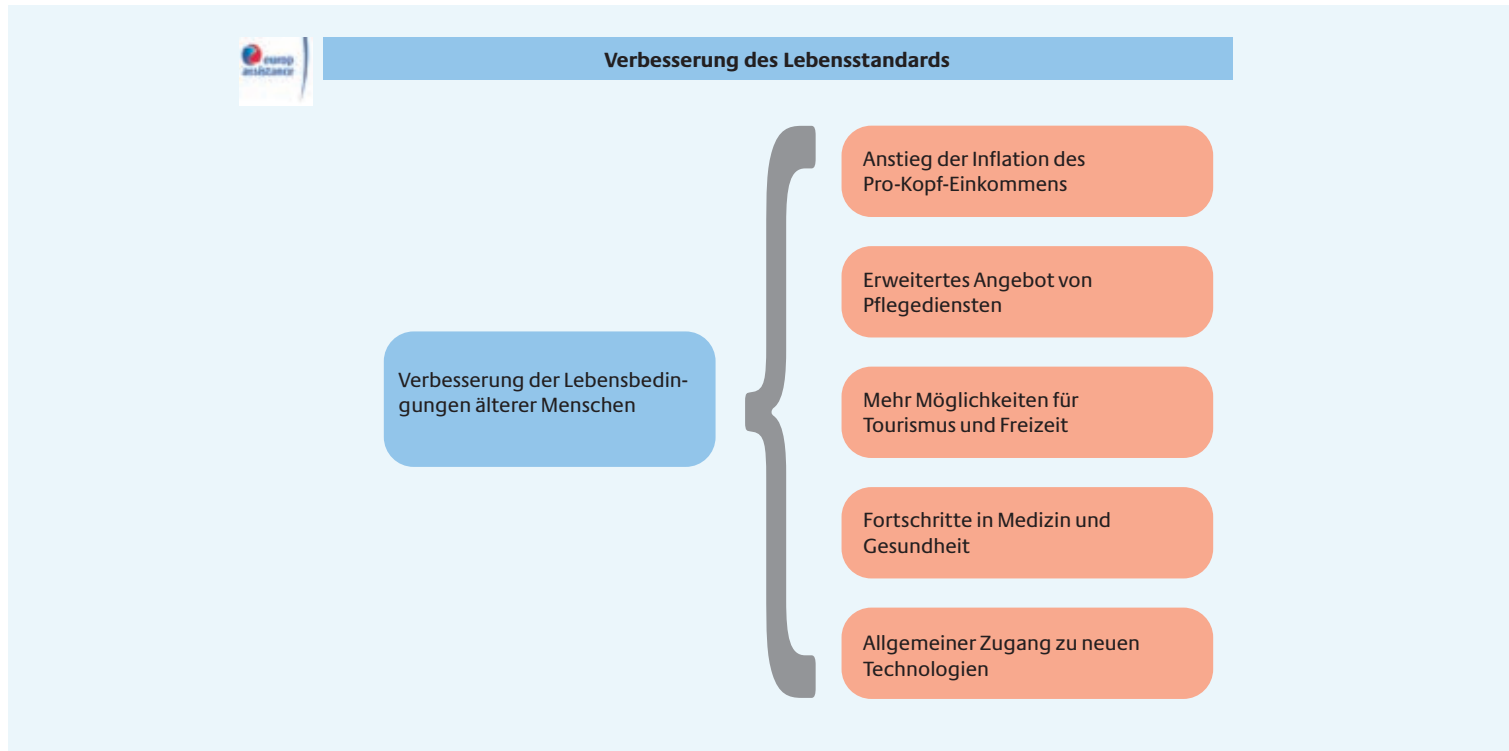
Dies alles bedeutet aber nicht, dass es sich bei diesem demografischen Wandel grundsätzlich um eine schlechte Nachricht handelt oder dass er Auswirkungen auf alle Bereiche der Wirtschaft hat, aber es ist offensichtlich, dass er Veränderungen, neue Regeln und vollkommen neue Herausforderungen nach sich zieht.

Traditionellerweise war die tägliche Versorgung von Kranken, Kindern und Älteren innerhalb der Familie dank der Frauen sichergestellt. Aber diese „informelle“ Stütze hat in Spanien aufgrund des Wandels der Familienstrukturen Veränderungen durchgemacht:

Die Großfamilie, die allen Mitgliedern Ressourcen und Hilfe zur Verfügung stellte, verschwindet zusehends und hat sich in reduzierte Kernfamilien verwandelt: Paare, Alleinerziehende, Singles. Die Neudefinition des Familienprofils als Institution zeigt sich auch in den zahlreichen Scheidungen, Wiederverheiratungen und Trennungen. Die steigende



geografische Mobilität der einzelnen Familienmitglieder entfernt die Eltern voneinander und schwächt die Netze der familiären Solidarität. Und vor allem die tief greifenden Veränderungen der sozialen Stellung der Frau und ihrer Rolle innerhalb der Familie bleiben nicht ohne Wirkung.



Man darf bei alledem die stetige Verbesserung der Lebensqualität der Seniorinnen und Senioren nicht vergessen. Während der letzten zehn Jahre haben sich in Spanien rapide und bedeutsame Veränderungen vollzogen, die folgende Charakteristika aufweisen:

- | eine Steigerung des Bruttoinlandsproduktes und des Einkommens pro Familie,
- | mehr Pflegedienste,
- | mehr Alternativen für Freizeit und Tourismus,
- | Fortschritte im Bereich der Medizin und der Gesundheit,
- | allgemeiner Zugang zu neuen Technologien: Internet, Handys, Automatisierungssysteme etc.,
- | eine steigende Zahl an Wohnsitzen (Haupt- und Zweitwohnsitz).

3,8 Millionen der an der spanischen Küste gelegenen Wohnungen sollen zu Zweitwohnsitzen gemacht werden, 1,7 Millionen gehören Ausländern, davon sind 52 Prozent Briten, 22 Prozent Deutsche, 8 Prozent Franzosen, 3 Prozent Belgier, 3 Prozent kommen aus dem Norden und 6 Prozent sind Italiener.

Aus steuerlichen Gründen sind die meisten nicht registriert und verlassen Spanien in den Sommermonaten Juli und August, um ihre Wohnungen an Freunde oder Bekannte zu vermieten. Sie haben Schwierigkeiten mit der spanischen Sprache und unterhalten über Clubs Beziehungen zu anderen Landsleuten. Sie leben meist als Paare zusammen und verfügen über ein gehobenes Einkommen.

Ihre Motivation, sich an der spanischen Küste niederzulassen, geht hauptsächlich auf den Lebensstil und das Klima, das offene Wesen der Spanier und das gute Niveau der existierenden medizinischen Einrichtungen zurück. Infolgedessen ist die Wahl ihres Wohnsitzes davon abhängig, wie nah dieser von Gesundheitszentren entfernt ist, beziehungsweise von Krankenhäusern, Mitbürgerinnen und Mitbürgern aus dem gleichen Land, Geschäftszentren, Freizeiteinrichtungen oder Flughäfen.

In den vergangenen sechs Jahren hat die Einwanderung ein erhebliches Wachstum erlebt. Bezüglich der Herkunftsregionen Südamerika, den ehemaligen Ostblockstaaten und Afrika ist sie von einer Million auf 4,8 Millionen gestiegen. Diese Einwanderinnen und Einwanderer stellen bezahlbare und verfügbare Arbeitskräfte dar, im Fall der Südamerikaner weisen sie zudem ähnliche Charakteristika auf (hinsichtlich Sprache, Kultur, Religion und Respekt gegenüber älteren Menschen), was ihnen die Pflege älterer Menschen sehr erleichtert. Deshalb ist die Immigration die größte Stütze für das wirtschaftliche Wachstum im Dienstleistungssektor einiger Provinzen, insbesondere in Katalonien, Valencia und Madrid.

In diesem Zusammenhang erlauben uns neue Technologien, in unserem Alltag einige Veränderungen anzupacken. Die Zweckmäßigkeit von Handys, Computern, Internet und Digitalfotos, die Weiterentwicklung des Rund-um-die-Uhr-Notfalldienstes und des digitalen Fernsehens, das es uns erlaubt, jederzeit ganz nach unseren Wünschen zu wählen, werden die Entwicklung von Dienstleistungen, die auf die Bedürfnisse älterer Menschen eingehen, entscheidenden Einfluss haben.

Auf diese Weise möchte auch Europ Assistance eine Lösung für ihre Bedürfnisse finden.

Mit der Unterstützung der Gruppe Generali, einem unserer Aktionäre, hat es die Europ Assistance, bereits 1963 eine Vorkämpferin des Pflegekonzeptes, inzwischen dazu gebracht, 57 Millionen Kundenanfragen in der ganzen Welt (in 208 Ländern) zu bedienen, mithilfe eines leistungsfähigen Netzwerkes, bestehend aus 400.000 ausgewählten und geprüften Anbietern, die der Kundschaft den Service garantieren, den sie erwartet.

In den vergangenen Jahren ist sich Europ Assistance Spanien der Situation bewusst geworden, dass man auf die Bedürfnisse der Gesellschaft und der Ausländerinnen und Ausländer, die sich in den Küstengebieten auf der Suche nach einer höheren Lebensqualität niedergelassen haben, reagieren muss. Das war auch der Zeitpunkt, zu dem der „Club Azul“ gegründet wurde, mit einem Dienstleistungskonzept, das an die Bedürfnisse älterer Menschen angepasst war, wer auch immer sie sein mögen, und die Rolle des „l’ami azul“ geschaffen wurde.

Man muss die Begriffe des sogenannten Dritten und des Vierten Alters unterscheiden. Die Bedürfnisse können sehr unterschiedlich sein.

Beim Menschen im Dritten Alter (60 bis 75 Jahre) handelt es sich um Personen, die viel Freizeit haben, die das Leben genießen und sich einfach in vollkommener Sicherheit und ohne irgendein Risiko amüsieren möchten. Es ist eine Gruppe, die Zugang zu Informationen haben möchte, mit einem sehr kritischen Bewusstsein ausgestattet ist und keine wirtschaftlichen Sorgen hat.

Hier sind integrierte Dienstleistungslösungen, wie häusliche Pflege, die ihnen alle Sorgen nimmt, Gesundheitsinformationen, Hilfen auf Reisen, sowohl was die Menschen als auch die Fahrzeuge oder das Gepäck angeht, Freizeitangebote und alltägliche Dienstleistungen wie Fahrerinnen und Fahrer, Friseurinnen und Friseure und Tierärztinnen und Tierärzte am meisten gefragt.

Wenn man hingegen das Vierte Alter erreicht hat (älter als 75 Jahre), wird der Pflegebedarf wichtiger und die Pflege muss spezieller und professioneller sein. Deshalb sind die 24-Stunden-Notrufe und die Unterstützung von Kindern, die selbst nicht die Zeit haben, sich darum zu kümmern, bei der Wohnungssuche für ihre leiblichen Eltern am meisten gefragt.

Es sind unsere Beraterinnen und Berater, die Profis in unserem Unternehmen, die älteren Menschen und ihnen nahestehenden Personen eine spezielle Unterstützung bieten können: sowohl durch Beratung als auch durch direkte Begleitung, die Koordination der Hilfsangebote sowie durch die Supervision und moralische Unterstützung, die unsere Seniorinnen und Senioren brauchen.

Folgende Bereiche lassen sich dabei unterscheiden:

- Im Bereich der Gesundheit ist es der unmittelbare Zugang zu medizinischem Fortschritt, zu Programmen zur Förderung körperlicher und geistiger Fitness und zu alternativen Heilmethoden (Akupunktur, Homöopathie etc.).
- Im Bereich der Technologie geht es hauptsächlich darum, die älteren Menschen in Bezug auf die neuen technischen Neuerungen in ihren Wohnungen und im Alltag zu beraten und zu trainieren. Der 24-Stunden-Notruf ist dabei eine der wichtigsten Dienstleistungen.
- Im Bereich der Verwaltung sind es alle Aufgaben, die von einem Steuerbüro, einer Anwaltskanzlei und durch eine Finanzberatung wahrgenommen werden können.

Diese Entwicklung ist nur der Anfang einer ganzen Reihe von Dienstleistungen, die es noch zu entdecken oder zu verbessern gilt, immer getragen von dem Gedanken daran, zu helfen und den älteren Generationen unsere Wertschätzung entgegenzubringen.



Neue Dienstleistungen für ältere Menschen

Gesundheit

- Direkter Zugang zu medizinischem Fortschritt
- Alternative Medizin (Homöopathie, Akupunktur etc.)
- Programme zur Förderung körperlicher und geistiger Fitness

Technologie

- Technische Beratung für neue Technologien
- Training für die Benutzung häuslicher Technologien
- Moderne „Domotics“ (häuslicher Gebrauch von Robotern)

Verwaltung

- Administratives Management
- Wirtschaftliche und rechtliche Vermögensverwaltung
- Finanzielle Beratung („inverse“ Hypotheken, Renten)

Walter Link

Bundesarbeitsgemeinschaft der Senioren-Organisationen (BAGSO) e. V. (Bonn)



Um die Jahrtausendwende war ich sehr pessimistisch. Zum jetzigen Zeitpunkt bin ich aber relativ optimistisch, dass wir die Probleme um den demografischen Wandel nicht nur in Deutschland, sondern in ganz Europa meistern können. Warum war ich pessimistisch? Ich war viele Jahre Mitglied des Deutschen Bundestages und habe Anfang der Neunziger Jahre den Seniorenausschuss des Parlaments, später dann acht Jahre lang die Enquête-Kommission „Demografischer Wandel“ geleitet. In dieser Enquête-Kommission haben wir gemeinsam mit Expertinnen und Experten die Situation gründlich analysiert. Die Kommission übergab dem Deutschen Bundestag zwei Zwischenberichte und einen Endbericht. Diese Berichte enthielten Handlungsempfehlungen, die zu drei Vierteln von den Bundestagsfraktionen gemeinsam erarbeitet worden waren. Die wichtigsten darin behandelten Fragen betrafen die Wirtschaft und die Arbeitswelt, die sozialen Sicherungssysteme, wie Rente, Gesundheit, Pflegeversicherung und Arbeitslosenversicherung, aber auch die Familien mit ihrem sozialen Umfeld sowie Migration und Integration. Die intensive Beschäftigung mit diesen Themen hat mir klar gemacht, vor welche großen Herausforderungen uns der demografische Wandel stellt.

Ich bin heute und insbesondere seit ich Vorsitzender der BAGSO bin, wieder optimistischer, weil ich spüre, welche enorme Arbeit in den letzten Jahren von vielen Organisationen geleistet worden ist – nicht nur von der BAGSO mit ihren 95 Organisationen und 12 Millionen Mitgliedern.

Die Vertretung der Interessen älterer Verbraucherinnen und Verbraucher ist eines der Hauptanliegen unseres Verbandes. Dabei geht es nicht nur um Verbraucherschutz, sondern auch um den Dialog zwischen Seniorinnen und Senioren und Wirtschaft. Beide Seiten profitieren davon, wenn es Produkte gibt, die nutzergerecht sind, und wenn es Dienstleistungen gibt, die den Bedürfnissen der Verbraucherinnen und Verbraucher entsprechen. Für die ältere Generation geht es um mehr Lebensqualität und teilweise auch um den Erhalt ihrer Selbstständigkeit, die Unternehmen sind an neuen Märkten und natürlich an Gewinnen interessiert. Diese „Win-win“-Situation wollen wir nutzen.

Was tut die BAGSO konkret?

Zu unseren Aktivitäten gehört es, regelmäßig Befragungen unter Seniorinnen und Senioren zu Themen wie Wohnen im Alter, Reisen oder ganz aktuell: Einkaufen im Supermarkt durchzuführen.

Aus diesen Befragungen ergeben sich wichtige Erkenntnisse. Der jüngsten Umfrage zufolge wünschen sich 97 Prozent unserer älteren Mitbürgerinnen und Mitbürger in der Bundesrepublik Deutschland, so lange wie möglich in den eigenen vier Wänden wohnen zu bleiben. Damit ist ein ganz wichtiger Bereich der Seniorenwirtschaft angesprochen. Denn Wohnungen müssen so gestaltet sein, dass man darin alt werden kann. Ein zentrales Stichwort

für das Wohnen im Alter ist deshalb die Beseitigung von Barrieren. Außerdem brauchen wir aber auch die unterschiedlichsten Dienstleistungen rund um das Wohnen. Daher freut es mich, dass es uns mittlerweile gelungen ist, die Frage des demografischen Wandels vom Bund in die Länder und die Kommunen hineinzutragen, denn die Kommunen spielen hierbei eine ganz besonders wichtige Rolle.

Zum zweiten Beispiel, dem Thema Reisen: In Deutschland werden 30 Prozent aller Urlaubsreisen von Menschen unternommen, die über 60 Jahre alt sind. In vielen europäischen oder zumindest in den westeuropäischen Ländern sehen die Zahlen wohl ähnlich aus. Auch dies ist also ein ganz wichtiges Feld für die Seniorenwirtschaft. Dabei lässt sich vor allem ein Trend hin zu Gesundheits- und Wellness-Reisen beobachten. Und immerhin zwei Drittel der von uns Befragten können sich vorstellen, ihren Gesundheitsurlaub in den traditionellen Kurorten in unseren östlichen Nachbarländern zu verbringen. – Das sind doch gute Aussichten für Ihre Marienbader Kureinrichtungen, Herr Novobilsky!

Bei dem dritten von mir angesprochenen Thema, dem Einkaufen im Supermarkt, geht es beispielsweise darum, ob die Gänge zwischen den Regalen breit genug sind, ob die Waren nach dem Bezahlen in Ruhe eingepackt werden können oder ob es Sitzgelegenheiten gibt. Die ältere Generation reagiert zwar etwas sensibler auf solche Hindernisse und Probleme, entsprechende Verbesserungen kommen aber letztlich allen Generationen zugute.

Was tut die BAGSO noch?

Das vielfältige Spektrum der BAGSO-Aktivitäten lässt sich am besten an weiteren Beispielen verdeutlichen. Wir versuchen das Potenzial, das in der größeren Sensibilität der Älteren steckt, zu nutzen. So haben wir etwa mithilfe von ehrenamtlichen Personen über 1.000 Apotheken im Hinblick auf Barrierefreiheit, Ladenausstattung, Qualität der Beratung und Service getestet. Über 700 Mal konnten wir das Prädikat der BAGSO-Verbraucherempfehlung verleihen. Aber viele Apotheken mussten noch nachrüsten, um dem Qualitätsanspruch, den wir gesetzt hatten, zu genügen. Die ältere Generation orientiert sich nach unseren Untersuchungen deutlich weniger am Preis, das macht sie als Kunden besonders wertvoll.

Als Nächstes nehmen wir die Kreditinstitute und Sparkassen unter die Lupe. Es ist allgemein bekannt, wie schwierig es sein kann, einen Kredit zu bekommen, und welche Hindernisse hier besonders auch Seniorinnen und Senioren in den Weg gelegt werden. Das Gleiche gilt für Versicherungen, die sich oft nicht gerade aufgeschlossen zeigen, wenn die Kundschaft älter ist und die Branchenangebote wahrnehmen will.

Außerdem fördern wir den Zugang älterer Menschen zu Computer und Internet sowie zum Service rund um die neuen Medien. Mit der Deutschen Bahn und mit dem Verkehrsverbund Rhein/Ruhr arbeiten wir zum Thema Mobilität im Alter zusammen. Auch liegt uns die Kooperation mit dem Elektrofachhandel besonders am Herzen, um so manches seniorenge-rechter zu machen. Das heißt, unsere Arbeit führt auch zu ganz konkreten Verbesserungen!

Im Rahmen dieses Kongresses konnten wir vonseiten der BAGSO Kontakt zu der US-amerikanischen Seniorenorganisation AARP knüpfen. Die AARP hat 38 Millionen Mitglieder und schon allein deshalb lassen sich deren Arbeitsweise und Erfahrungen wohl kaum auf europäische Verhältnisse übertragen. Dennoch sollten wir uns austauschen, und zwar nicht nur in Europa, sondern über die Ozeane hinweg, um die Probleme gemeinsam anzugehen und zu lösen. Denn der demografische Wandel in seinen verschiedenen Facetten spielt überall auf der Welt eine Rolle. Mit Schlagwörtern wie „graue Gesellschaft“ oder „Rentnerberg“ lassen sich die anstehenden Herausforderungen jedenfalls nicht bewältigen.

Forum D:
Ältere als Produzierende (II) –
Partner der Wirtschaft



Dr. Johannes Meier

Bertelsmann Stiftung (Gütersloh)



Ältere als produzierende Partner der Wirtschaft jenseits des Alters von 67 sind für mich ein ungewohntes Thema. Vor meiner Zeit in der Bertelsmann Stiftung habe ich ein IT-Unternehmen mit 4.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern geleitet, in dem das Durchschnittsalter bei 30 Jahren lag und kaum eine Mitarbeiterin bzw. ein Mitarbeiter über 50 Jahre alt war. Die Älteren tauchen in Unternehmensstatistiken zwar unter Umständen als vermögende Konsumentengruppe auf, nicht aber als produzierende Partner der Wirtschaft. Somit könnte man die Frage, ob Ältere in dieser Rolle von der Wirtschaft wahrgenommen werden, klar mit Nein beantworten. Das wäre eine etwas zynische Sicht auf das Thema und mein Impulsreferat käme schnell zum Ende.

Stattdessen will ich in Form von zehn Thesen eine Gegenposition zu dieser zynischen Sicht aufbauen. Die ersten drei Thesen beschreiben zunächst die derzeitige Situation (Thesen 1–3). Dann will ich auf drei Komplikationen verweisen, die sich auf dem Weg zu Lösungsansätzen ergeben (Thesen 4–6). Schließlich will ich drei Lösungsansätze präsentieren (Thesen 7–9). Die letzte und zehnte These stellt ein Fazit in Form einer Bewertung dar.

Zur Situation

1. Ich bin davon überzeugt, dass erfolgreiches Wirtschaften und soziale Kohäsion Hand in Hand gehen. Ohne sozialen Zusammenhalt entstehen für die Wirtschaft hohe Zusatzkosten in Form von Streiks, Unruhen, Unsicherheit und zugleich stellen erst erfolgreiches Wirtschaften und kontinuierliche Produktivitätssteigerungen die Mittel bereit, um das in Europa dominierende Sicherheitsdenken und die starken gesetzlichen Sicherungssysteme zu finanzieren.
2. Unser dreistufiges Biografiemodell mit den Phasen Ausbildung, Beruf und (Vor-)Ruhestand trifft nicht mehr die Bedürfnisse der modernen Wirtschaft. Auf die Beschleunigung des Wissensfortschritts, auf die gestiegenen Flexibilitätsanforderungen in vielen Dimensionen sowie auf neue und sich wandelnde Berufsbilder wurde in vielen Studien und auch im Rahmen dieser Konferenz bereits verwiesen.
3. Infolge der demografischen Entwicklung in Deutschland wird es bei Schlüsselqualifikationen schon innerhalb der nächsten 10 bis 20 Jahre zu signifikanten Engpässen kommen. Denn viele gut qualifizierte Babyboomer scheidern in den nächsten 20 Jahren aus dem Berufsleben aus, ohne dass ausreichend qualifizierter Nachwuchs in Sicht wäre. Bereits heute fehlen in Deutschland über 20.000 Ingenieurinnen und Ingenieure.

Komplikationen

4. Viele heutige Anreizsysteme sind auf Erwerbsarbeit und monetäre Vergünstigungen in einer Form fokussiert, dass man schon von Reduktionismus sprechen kann. Was nicht ökonomisch zu bewerten ist, scheint keinen Wert zu haben. Wo aber wird dann Sinnstiftung explizit thematisiert? Und noch konkreter: Wo ist die „Ethik eines gelingenden Lebens“ verankert? Wenn man sich diese Fragen erst mit dem Eintritt in den Ruhestand stellt, dann wird ihre Beantwortung schwierig, selbst wenn dafür dann statistisch noch

- 25 Jahre zur Verfügung stehen. Ein gelingendes Leben muss den gesamten Lebenshorizont umfassen. Ich halte es für zutiefst bedeutsam – und die neue politische Ökonomie hat das schon längst erkannt –, dass es immer nicht nur um „self-interest“ (Eigeninteresse), sondern auch um „interest in the self“ (Interesse an der eigenen Person) gehen muss.
5. Unser Altersbild ist einschränkend und „veraltet“. Noch immer sind viele negativen Konnotationen mit dem Begriff Alter verbunden, obwohl uns die moderne neurologische Forschung zeigt, dass das Gehirn auch noch im Alter eine erstaunliche Plastizität aufweist. Man darf also nicht von physischen und sensorischen Einschränkungen auf geistige Begrenzungen schließen.
 6. Die Fortbildungsquote Älterer ist unzureichend. Gerade in Deutschland fehlen sowohl das Angebot als auch insbesondere die Nachfrage nach lebenslangem Lernen Älterer.

Lösungsansätze

7. Ältere müssen einen großen Beitrag zum Zusammenhalt der Gesellschaft leisten. Das betrifft zunächst die finanziellen Transfers zwischen den Generationen, gerade auch von den Älteren zu den Jüngeren. Eine Abschaffung der Erbschaftssteuer wäre aus meiner Sicht inakzeptabel vor dem Hintergrund der Anforderungen gesellschaftlicher Kohäsion. Aber es gilt auch zur Kenntnis zu nehmen, dass im intergenerativen Verhältnis bereits vor dem Todesfall enorme finanzielle Transfers von den Älteren zu den Jüngeren stattfinden. Hinzu kommt die immaterielle Unterstützung durch die Großeltern (einschließlich der als Großelternersatz fungierenden ehrenamtlich Tätigen) bei der Betreuung und Erziehung von Kindern oder bei der Pflege chronisch Kranker durch rüstige Ältere. Besonders erwähnenswert ist auch das soziale Engagement, das Ältere durch Nachbarschaftshilfe in jeder Form an den Tag legen. Wir erleben in Projekten der Bertelsmann Stiftung sehr häufig, dass sich besonders in geeigneten Wohnanlagen oder gut gestalteten Quartieren eine große Gegenseitigkeit und Verbindlichkeit der Hilfe entwickelt, in deren Kern Ältere aktiv sind.
8. Bereits während der Erwerbstätigkeit muss die Grundlage gelegt werden für eine individuell und kollektiv sinnstiftende Beschäftigung in der nachfolgenden Lebensphase. Eine Tätigkeitsgesellschaft ist hier das Ideal. Flexiblere Übergänge sind im Interesse des Individuums und der Wirtschaft, auch wenn sie bislang nur selten praktiziert werden. Es ist deshalb höchst interessant, dass Untersuchungen zum freiwilligen gesellschaftlichen Engagement auf Zusammenhänge zwischen dem Aktivitätsniveau im Beruf und im Ruhestand hinweisen. Ich halte es jedoch geradezu für erschreckend, dass im Umkehrschluss damit diejenigen, die in ihrem Berufsleben ohnehin schon einen guten Weg gefunden haben, auch diejenigen sind, die danach noch aktiv bleiben. Somit lautet eine der wichtigsten Fragen mit Blick auf die Konkretisierung dieser Lösungsidee: Wie kann man schon frühzeitig mehrere und verschiedene Standbeine aufbauen in einer Gesellschaft, die vielfältig ausdifferenziert ist, in der aufgrund der Arbeitsmarktsituation kaum jemand mehr das ganze Leben in ein und derselben Kommune verbringt und die Bindungen in Kirchengemeinden oder Gewerkschaften viel schwächer geworden sind? Ich glaube, wir brauchen neue Bindungen, neue Standbeine, damit sich ein hohes Aktivitätsniveau aus frühen Lebensjahrzehnten auch nach dem Renteneintritt aufrechterhalten lässt.
9. Ältere mit Schlüsselqualifikationen werden in 20 Jahren umworben sein. Die Bedeutung der Senior Experts für die Wirtschaft wird sicherlich zunehmen, sie müssen auf diese Rolle aber auch vorbereitet werden. Es versteht sich beispielsweise nicht von selbst, dass ein Manager, der ein Unternehmen gut geleitet hat, automatisch auch im Non-Profit-Sektor

erfolgreich ist. Denn die jeweiligen Referenz- und Anreizsysteme sind grundsätzlich verschieden, und es bedarf daher eines anderen „Managements“, was eine entsprechende Sensibilisierung beim Wechsel vom einen in den anderen Bereich voraussetzt. Die zentrale Frage mit Blick auf absehbare Engpässe bei Schlüsselqualifikationen lautet: Wie schaffen wir es, den gesetzgeberischen und sozialpartnerschaftlichen Rahmen so flexibel zu gestalten, dass das Renteneintrittsalter faktisch frei wählbar sein wird? Können wir uns mit den Zu- und Abschlägen anfreunden, die mit einer hohen Flexibilität zwangsläufig einhergehen? Im Jahr 2006 hat die Bertelsmann Stiftung den Carl Bertelsmann-Preis zum Thema „Älter werden – aktiv bleiben“ (Active Ageing) vergeben. Der Preis wurde Finnland zuerkannt für seine beeindruckende „Governance“, also die Art und Weise, wie der Wandel des Altersbildes und der sozialen Sicherungssysteme dort gestaltet wurde. Das Beispiel Finnland hat gezeigt, dass es durchaus gelingen kann, eine breite gesellschaftliche Zustimmung zu solchen Reformen zu erreichen, wenn die damit verbundenen Ängste der Menschen in adäquater Weise frühzeitig adressiert werden.

Fazit

10. Ich glaube, wir belügen uns, wenn wir die Älteren nach 67 noch als direkte Produzierende im engeren ökonomischen Wertschöpfungssinn als Partner der Wirtschaft zu positionieren versuchen. Das betrifft tatsächlich nur eine kleinere Gruppe von Menschen mit Schlüsselqualifikationen. Zum ganz überwiegenden Teil ist und bleibt es das indirekte Wirken der Älteren, das zur Stabilisierung der Gesellschaft beiträgt und als solches einen nicht zu unterschätzenden Wert darstellt. Diesen Wert gilt es zu quantifizieren, damit er auch wahrgenommen wird. Gerade auch für die Wirtschaft, die der Kohäsion der Gesellschaft bedarf, liegt hierin ein großer Mehrwert der Älteren, der gewürdigt werden muss.



Dr. Franz Schoser

Senior Experten Service (Bonn)

Ich darf Ihnen den Senior Experten Service (SES) vorstellen und damit ein Beispiel geben, wie Seniorinnen und Senioren sich organisieren, um nach dem Motto „Zukunft braucht Erfahrung“ ihre Erfahrung einzubringen in ihr Tun, nachdem sie aus dem aktiven Berufsleben ausgeschieden sind. Dieses Motto „Erkenntnisse aus der Vergangenheit für die Zukunft zu nutzen“ ist sicherlich nicht überall akzeptiert, und es ist auch völlig richtig, dass jede Generation ihre eigene Erfahrung machen muss und soll. Es ist eine Frage der Klugheit, der Besonnenheit, auf Ältere dann und wann zu hören.

1983 wurde der SES ins Leben gerufen. Im Jahre 1986 gründeten die vier heutigen Stifter damals gemeinsam die gemeinnützige SES-GmbH. Diese wird heute von der Stiftung der deutschen Wirtschaft für internationale Zusammenarbeit getragen, die 2003 gegründet wurde.

Die Stifter sind:

BDA Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände, Berlin

BDI Bundesverband der Deutschen Industrie, Berlin

DIHK Deutscher Industrie- und Handelskammertag, Berlin

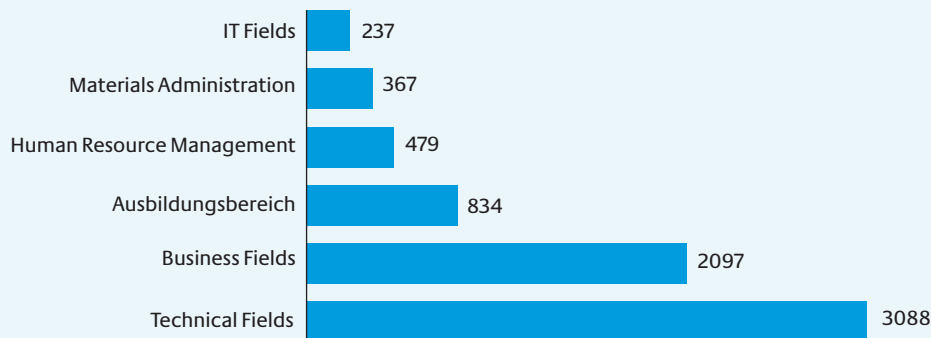
ZDH Zentralverband des Deutschen Handwerks, Berlin.

In der Zentrale in Bonn sind 129 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter tätig und, was sehr bemerkenswert ist, davon sind 75 Ehrenamtliche. Ich glaube, man kann es nicht hoch genug einschätzen, dass das Zusammenarbeiten dieser zwei Gruppen gut funktioniert. Es ist ja nicht selbstverständlich, dass jemand, der lange in einem Unternehmen verantwortlich tätig war, sich jetzt einordnet in einen Kreis von Haupt- und Ehrenamtlichen, die nun miteinander arbeiten. Und es klappt, weil sie alle von dem Ziel angetan sind, sich als älterer Mensch einzusetzen und bei Aktivitäten vor allem in Entwicklungsländern einen Teil der Aufbauhilfe zu leisten. Von Anfang an war das Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) der wichtige Partner. Aus dem Etat der Entwicklungshilfe werden derzeit rund fünf Millionen Euro für Einsätze im Ausland zur Verfügung gestellt.

Zurück zur Organisation: Wir haben 14 Büros in Deutschland als Außenbüros, die akquirieren, Kontakte herstellen, natürlich auch die Verbindung zu den ehrenamtlichen Seniorinnen und Senioren haben. Und wir haben ca. 102 ehrenamtliche Repräsentantinnen und Repräsentanten in 62 Ländern.

Welche Qualifikationen bringen die Senior Experten mit? Bei den rund 7.200 Seniorinnen und Senioren bilden die Ingenieure die größte Gruppe. Dann kommt der kaufmännische und der Ausbildungsbereich, der ganz wichtig ist, weil immer wieder in den anderen Ländern nachgefragt wird: „Wo können wir von Euch lernen?“. Das ist nicht immer eine ausgefeilte Ausbildung in unserem deutschen Sinne, sondern Learning on the Job, zeigen wie man es macht. Dann folgen die Bereiche Personalwesen und Materialwirtschaft, der IT-Bereich ist im Kommen.

Senior Experten's Expertise 2007



Wie hat sich das Potenzial der Seniorinnen und Senioren im SES entwickelt? Wir fingen an im Jahre 1983 mit 800 Seniorinnen und Senioren und 83 Einsätzen, jetzt sind wir bei ca. 7.200 Seniorinnen und Senioren und ca. 1.480 Einsätzen pro Jahr. Woher kommen die Senior-Experten? Sie kommen durch persönliche Kontakte. Gerade in diesem Bereich ist es wichtig, dass man Vertrauenspersonen hat. Man kann sehen, wer was gemacht hat, es gibt einen Austausch, regionale Treffen und Zusammenschlüsse. Wir haben ein sehr lebhaftes Informationssystem untereinander, auch durch Publikationen. Die zweite Quelle ist die Öffentlichkeitsarbeit. Sobald die Medien Beispiele bringen, kommt ein Echo von vielen Freiwilligen und Interessierten.

Wir prüfen sehr genau, wer bei uns mitmacht, und schauen auch, wie viel Auslandserfahrung die Einzelnen mitbringen, um sie dann unter Umständen wieder in die Länder zu schicken, die sie kennen. In welchen Teilen der Erde finden die Einsätze statt? Den größten Anteil hat Asien, gefolgt von Europa, hier vor allem Ost- und Südost-Europa, gefolgt von Lateinamerika. Steigend ist Afrika, mit allen Schwierigkeiten, die damit verbunden sind: in dem jeweiligen Land Fuß zu fassen, die Vertrauenspersonen zu finden, aber es geht vorwärts. Ein kleiner Teil der Einsätze findet im Inland statt. Warum nur so wenig Inland? Für diese Tätigkeiten im Inland gibt es viele Organisationen vor Ort. Denen wollen wir keine Konkurrenz machen, das Schwergewicht unserer Arbeit liegt im Ausland. Zunehmend gehen aber Anfragen von kleinen und mittleren Betrieben ein, ob sie nicht einen Experten haben können.

Die Senior-Experten kommen hauptsächlich im Wirtschaftszweig der Industrie zum Einsatz, was ja auch das Schaubild zu den Qualifikationen deutlich macht, gefolgt von infrastrukturellen Hilfen. Immer wieder ganz wichtig ist das Bildungswesen. Hier wird sehr stark nachgefragt, gefolgt vom Handwerk und Agrarwesen. Neu hinzugekommen sind jetzt Dienstleistungen im weitesten Sinne, die nachgefragt werden.

Die Inhalte und die Nachhaltigkeit der Einsätze wird nicht nur registriert, sondern auch geprüft. In der Dokumentation der Ergebnisse kann man sehen, dass Ausbildung ganz vorne steht, dass der Ausbildungsstand der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter angehoben wird (65%), gefolgt von der Notwendigkeit, Arbeitsabläufe effizienter zu gestalten (50%). Dann folgen schon neue Produkte und Verfahren (47%), die eingeführt wurden. Die Wettbewerbsfähigkeit wurde verbessert (40%), Arbeitsplätze gesichert (22%) und umweltschonende Verfahren eingeführt (25%). Dies ist nur eine schwerpunktmäßige Aufstellung, die Palette ist viel breiter.

Das Motto des SES, neben der Zielsetzung und Strategie, ist „Hilfe zur Selbsthilfe“. Es geht darum, den Menschen in den Ländern dabei zu helfen, die Probleme, die sie haben, selbst zu lösen. Das erfordert aber auch eine gewisse „Demut“ des Senior-Experten. Er oder sie kann nicht einfach hinkommen und sagen: „Ich weiß alles besser, macht’s mal, bitte schön, so.“ Er muss bereit sein, trotz all seines Könnens und Wissens einen Weg zu finden, sein Können den Betroffenen nahe zu bringen und verständlich zu machen und sie davon zu überzeugen, dass sie dieses und jenes auf diesem Wege tun können. Dabei spielt die Schulung natürlich eine ganz große Rolle. Sie sehen dann, was man erreichen kann, nämlich die Förderung der wirtschaftlichen Entwicklung in den Ländern, vor allem durch kleine und mittlere Betriebe, die Stärkung der Marktposition von Unternehmen, dass sie sich stabilisieren und durch höhere Produktivität und Effizienz dazu beitragen, dass die gesamtwirtschaftliche Entwicklung in diesen Ländern vorankommt. Dazu gehört viel Idealismus. Nur so kann man vorgehen, so hat sich der SES entwickelt, und ich bin sicher, nur auf diesem Wege wird er eine Zukunft haben.

Heidi Evers

Vilans (Utrecht)

In meinem Beitrag möchte ich gerne von den Erfahrungen meiner Organisation mit älteren Menschen berichten, die auf freiwilliger Basis in Benutzertests oder vergleichenden Produktstudien mit uns zusammenarbeiten, um die Benutzerfreundlichkeit von Produkten, öffentlichen Räumen und Dienstleistungen zu verbessern.

Auf diesem Kongress wurden schon einige Informationen über die Vorteile der Strategie des „Design for All“ (Gestaltung für alle), auf die ich Sie aufmerksam machen möchte, formuliert. Darüber bin ich sehr froh, denn das bedeutet, dass es ein weitreichendes Bewusstsein für die Bedeutung des „Design for All“ gibt. Deshalb will ich mich in meiner Rede mehr auf die Erfahrungen konzentrieren, die wir mit älteren Menschen in Benutzerstudien gemacht haben.

Zunächst möchte ich gerne unsere Organisation vorstellen: Vilans ist eine niederländische Non-Profit-Organisation. Unser Motto lautet: „Wissen, das im Pflegesektor wirkt“. Vilans erarbeitet und verbreitet praktische und nützliche Informationen und Wissen für Fachkräfte und Kundinnen und Kunden im Pflegebereich, die:

- | Fachkräfte in die Lage versetzen, den Ansprüchen der Kundinnen und Kunden gerecht zu werden;
- | Kundinnen und Kunden in die Lage versetzen, geeignete Dienstleistungen zu finden, die ihrer Situation und ihren Bedürfnissen entsprechen.

Wir möchten die Lebenssituation von älteren Menschen, körperlich oder geistig Behinderten oder unheilbar Kranken verbessern, damit sie im Rahmen ihrer Möglichkeiten umfassend an der Gemeinschaft teilhaben können.

Ich arbeite für einen Bereich bei Vilans, der sich auf Technologien im Pflege-, Lebens- und Arbeitsbereich spezialisiert hat. Eine unserer Aufgaben ist die Erarbeitung von objektiven Informationen über technische Hilfsmittel, die beispielsweise Angaben über Verfügbarkeit, Funktionalität und Benutzerfreundlichkeit eines Produkts beinhalten können. Um Informationen über Benutzerfreundlichkeit zu erhalten führen wir Benutzertests und vergleichende Produktstudien durch. Außerdem versuchen wir „Design for All“ im Bereich der Verbrauchsgüter, der öffentlichen Räume und Dienstleistungen zu fördern.

Design for All

„Design for All“ bedeutet, dass sich eine Gestalterin bzw. ein Gestalter bei jedem Schritt im Designprozess eines Produktes, eines öffentlichen Raumes oder einer Dienstleistung bemüht, Gruppen mit besonderen Bedürfnissen nicht auszugrenzen. Deshalb spricht man in diesem Zusammenhang auch oft vom „Inclusive Design“. Dahinter steht der Gedanke, dass Menschen mit Behinderungen weniger eingeschränkt sind, wenn mehr Einrichtungen nach dem Prinzip des „Design for All“ gestaltet sind.





Schalter sollten für alle zugänglich sein

Dieses Bild zeigt, wie es nicht sein sollte. Die Person im Rollstuhl kann nicht vernünftig mit der Person hinter dem Schalter kommunizieren. Eine einfache Lösung bestünde etwa darin, einen Teil des Schalters abzusenken, um ihn für die Person im Rollstuhl ebenfalls zugänglich zu machen.

Gemäß dem Konzept des „Design for All“ können ältere Menschen ein wichtiger ergonomischer Bezugspunkt für viele Designparameter sein. Herr Nayak aus Großbritannien sagte einmal: „Wenn Sie Design für junge Menschen machen, grenzen Sie die Alten aus. Wenn Sie Design für alte Menschen machen, schließen Sie die Jungen mit ein.“



Produkte sollten für ältere Menschen leicht zu öffnen sein

Dieses Bild zeigt ein weiteres nicht gelungenes Produkt. Die Flasche enthält eine gefährliche Flüssigkeit und ist deshalb kindersicher. Der Designer machte es kleinen Kindern sehr schwer, die Flasche zu öffnen, und das hat jüngere Menschen davon abgehalten, das Produkt zu verwenden. Unglücklicherweise hat der Designer dabei die Älteren vergessen! Für viele ältere Menschen ist die Flasche nämlich ebenfalls nicht zu öffnen.

Ältere Menschen als ergonomische Orientierungshilfe

Aus verschiedenen Gründen können und sollten sich ergonomische Überlegungen vielfach an älteren Menschen orientieren. Im Folgenden nenne ich einige Beispiele für verminderte Leistungsfähigkeiten, die unter älteren Menschen verbreitet sind. Dabei gilt es jedoch zu bedenken, dass es große individuelle Unterschiede in der Leistungsfähigkeit gibt:

- ! Nachlassen des Sehvermögens (Lesebrille, Grauer Star, Farbkontraste, Nachtblindheit),
- ! Schwerhörigkeit (hohe Töne),
- ! zurückgehende Körpergröße,
- ! Nachlassen der Körperkraft, der Mobilität und damit verbunden auch der Flexibilität,
- ! langsames Lesen, Agieren, Reagieren,
- ! langsames Lernen und Einprägen (Wiederholung),
- ! geringere Vertrautheit mit modernen Produkten (Informations- und Kommunikationstechnologien).

Außerdem ist die Art und Weise des Lernens bei älteren Menschen anders als bei jungen Leuten.

Die Wirtschaftlichkeit des Design for All

Auf dieser Konferenz wurde bereits mehrfach betont, dass es neben den sozialen Auswirkungen auch wichtige ökonomische Vorteile hat, ältere Menschen mit einzubeziehen. Da es immer mehr ältere Menschen gibt, weitet deren Integration den potenziellen Kundenkreis. Außerdem ist diese Gruppe wirtschaftlich stärker als früher und verfügt über mehr Freizeit!

Methoden, um ältere Menschen in den Designprozess mit einzubeziehen

Es gibt verschiedene Wege, um ältere Menschen in den Designprozess mit einzubeziehen. Ein paar Beispiele bedienen sich ergonomischer Daten bezüglich älterer Menschen und nutzen Wissen über Produkterfahrungen, über mit Produkten verbundene Stigmatisierungen und die

Produktakzeptanz von älteren Menschen. Das sind wertvolle Informationen für den Designprozess, aber es ist trotzdem immer noch sehr schwer vorherzusehen, in welchem Zusammenhang und auf welche Art und Weise wie ältere Menschen das spezifische neue Produkt verwenden werden. Darum ist es in vielen Fällen so interessant, die produktbezogenen Bedürfnisse, Ansprüche und Benutzerprobleme gemeinsam mit den älteren Nutzerinnen und Nutzern selbst zu untersuchen. Das kann auf viele Arten geschehen, aber zwei wichtige Hilfsmittel sind Gruppengespräche oder Produktbewertungen in einem Benutzertest. Beide Methoden sind einfach zu handhaben und liefern viele interessante Informationen. Nicht zuletzt deshalb, weil ältere Menschen sehr gut in der Lage sind, die von ihnen wahrgenommenen Vorteile und Benutzerprobleme zu vermitteln.

Gruppengespräche

Für ein Gruppengespräch genügen fünf bis acht Personen, deshalb lässt es sich ziemlich leicht organisieren. Während der Diskussion können Erfahrungen mit vorhandenen Produkten herausgearbeitet werden, aber auch in Bezug auf neue Produkte in einem frühen Designstadium können viele Informationen darüber gesammelt werden, in welchem Zusammenhang und auf welche Art das (neue) Produkt benutzt werden soll. Ältere Menschen, die an diesen Treffen teilnehmen, tun das meist gerne, weil sie dadurch die Möglichkeit haben, zu Produktverbesserungen beizutragen und ihre Unzufriedenheit mit Produkten zum Ausdruck zu bringen. Darüber hinaus wird die Teilnahme als eine erfreuliche soziale Betätigung angesehen!

In einem Gruppengespräch werden nützliche Informationen zusammengetragen, aber es gilt zu bedenken, dass diese Informationen nur darüber Auskunft geben, was die Leute sagen, nicht darüber, was sie tatsächlich tun und auch nicht über Probleme, die nicht so offensichtlich sind, da die Menschen oft einen Weg finden, verminderte Fähigkeiten ihrerseits oder schlecht funktionierende Produktelemente auszugleichen. Ein hübsches Beispiel ist das einer älteren Dame, die mit mir vor einiger Zeit ein Telefon mit DECT-Technik (digital verbesserte schnurlose Telekommunikation) getestet hat. Sie kam in dem Test sehr gut zurecht und ich stellte ihr danach einige Fragen über das Produkt. Was die Menüstruktur betraf, sagte sie: „Also für mich ist es in Ordnung, aber für ältere Menschen ist es wirklich zu kompliziert“. Ich schaute sie an und fragte sie, wie alt sie sei, worauf sie erwiderte: „86“. Dann begann sie laut zu lachen, weil sie bemerkt hatte, dass sie selbst zu den sehr alten DECT-Telefon-Benutzerinnen gehörte. Der Benutzertest zeigt, was tatsächlich passiert, wenn die Testperson das Produkt benutzt. In diesem Fall hatte die Dame keine Probleme damit, auch wenn sie behauptete, dass die Menüstruktur für ältere Menschen zu kompliziert sei.

Benutzertests

Sechs bis sieben Personen aus der Gesprächsgruppe zur Teilnahme an einem Benutzertest einzuladen, ist ausreichend. Ein Benutzertest wird normalerweise mit einem vorhandenen Produkt oder einem realitätsnahen Prototypen durchgeführt. Obwohl er etwas zeitaufwendiger ist als ein Gruppengespräch, lassen sich mit einem Benutzertest relativ rasch viele Informationen sammeln. Für ältere Menschen, die daran teilnehmen, stellt er zudem eine angenehme Beschäftigung dar und bietet eine Möglichkeit, (neue) Produkte kennenzulernen.

Mithilfe eines Benutzertests werden weiter gehende Erkenntnisse über das Zusammenwirken und die Probleme mit der Benutzerfreundlich-



Usability Test eines Telefons mit einer älteren Person

keit eines getesteten Produktes gewonnen. Er kann auf problematische Eigenschaften aufmerksam machen, zum Beispiel auf Produktelemente, die Schwierigkeiten beim Verstehen, Lesen, Hören oder bei der Handhabung verursachen. Neben Informationen über Probleme kann ein Usability Test auch wichtige Hinweise dafür geben, wie ein Produkt anders gestaltet werden kann.

Ein weiteres Beispiel für die unterschiedlichen Testmethoden ist ein Test mit älteren Menschen für ein neues Zahlungssystem im öffentlichen Nahverkehr in den Niederlanden, den wir kürzlich durchgeführt haben. Für diesen Test haben wir ein Gruppengespräch und einen Benutzertest organisiert. In dem Gruppengespräch tauchten viele Fragen darüber auf, wie das Zahlungssystem funktioniert, wie die Kosten kontrolliert werden können und ob es genug Aufladestationen für die Chipkarte geben würde. Im Benutzertest kamen diese Fragen nicht so deutlich zum Vorschein, weil die Menschen ihr Augenmerk auf die praktischen Probleme richteten, die ihnen bei der tatsächlichen Benutzung des Systems begegneten, wie der Kauf und das Aufladen einer Karte und das Ein- und Auschecken für eine Fahrt.

Fazit

Zusammenfassend möchte ich betonen, dass es eine Menge nützlicher Informationen gibt, die ältere Menschen zur Verbesserung der Benutzerfreundlichkeit von Produkten, öffentlichen Räumen und Dienstleistungen beitragen können. Diese Informationen können dazu dienen, die Produkte gebrauchstauglicher zu machen und damit attraktiver für eine größere Gruppe potenzieller Käuferinnen und Käufer zu machen. Das erhöht natürlich nicht nur die Gewinne der herstellenden Unternehmen und Dienstleistungsanbieter sondern es verbessert ebenfalls das Wohlbefinden einer großen Gruppe von älteren Menschen, besonders wenn die Produkte benutzerfreundlich und nach dem Prinzip des „Design for All“ gestaltet sind.

Neben den Tests für Produktverbesserungen unter dem Aspekt „Design for All“, führt Vilans auch Benutzertests an Produkten für Menschen mit besonderen Bedürfnissen durch. Für Menschen mit Behinderungen, die auf Hilfsmittel angewiesen sind, ist es sehr wichtig, dass die von ihnen benutzten Hilfsmittel ihren Bedürfnissen entsprechen, an ihre Lebensumstände angepasst sind und sie in ihren Aktivitäten unterstützen. Für solche Hilfsmittel legt Vilans zusammen mit den Nutzergruppen wichtige Benutzungskriterien fest, und wir versuchen, die Unterschiede zwischen Produkten im Hinblick auf unterschiedliche Bedürfnisse herauszuarbeiten.

Vergleichende Benutzerstudien stellen diese Informationen bereit, mit deren Hilfe wir versuchen Transparenz zu schaffen und Einblick in spezifische Funktionen, Qualitäten und Nutzungsaspekte von Hilfsmitteln und -produkten zu geben. Diese Information kann etwa in Form einer Produktkennzeichnung oder eines Merkblatts präsentiert werden.

Einige Rollatoren etwa sind gut geeignet, wenn ein schweres Hilfsmittel benötigt wird, das eine starke Stütze bietet; für andere Menschen jedoch, die in ihrer Mobilität nur leicht eingeschränkt sind, wäre ein Rollator attraktiver, der leicht ist und sich bequem im Auto transportieren lässt. Auf den Produktbeschreibungen, die wir für Rollatoren entwickelt haben, den sogenannten LuQy Kennzeichnungen für Benutzerqualität, sind diese verschiedenen Stufen für Benutzerfreundlichkeit durch eine Punktzahl auf einer Skala von eins bis drei angegeben. Dadurch können Produkte miteinander verglichen werden.

Gianni Pavesi

Italian Business Angels Network (Turin)

Business Angels: Die Rolle der älteren Menschen in der New Economy

Ältere Menschen und New Economy scheinen auf den ersten Blick Gegensätze zu sein, aber wenn wir die Rolle der Business Angels betrachten, entdecken wir, wie gut sie sich gegenseitig ergänzen. Manche Menschen betrachten Business Angels ausschließlich als Investoren, andere verstehen die Rolle eines Business Angels als eine Art Coach oder Beraterinnen bzw. Berater. Tatsächlich sind Business Angels beides und noch viel mehr. Ein Business Angel ist normalerweise ein erfahrener Unternehmer oder ein leitender Angestellter, der Kapital, Know-how und Beziehungen für ein Start-up-Unternehmen im Tausch gegen Unternehmensanteile zur Verfügung stellt. Die Person investiert ihr eigenes Geld und Zeit, um junge Unternehmerinnen und Unternehmer zu unterstützen, die einen neuen Geschäftsbetrieb auf den Weg bringen und ausbauen möchten, und sie hilft, Ideen in Geschäfte zu verwandeln. Andere herkömmliche Geldquellen wie etwa Bankfinanzierungen stehen für die meisten unternehmerischen Projekte in einem frühen Stadium nicht zur Verfügung. Freunde oder Familien können nur selten größere Geldbeträge bereitstellen. Risikokapitalfonds ziehen wegen der hohen Fixkosten nur in Ausnahmefällen Abschlüsse unter einer Million Euro in Erwägung.



Business-Angel-Kapital schließt die Lücke

Aufgrund des hohen Risikos, das ein Start-up-Unternehmen mit sich bringt, sind die Investitionen auf die Bereiche der New Economy mit hohem Wachstumspotenzial konzentriert, so wie Informations- und Kommunikationstechnologien, Multimedia und High-Tech. Um den Unternehmenswert zu erhöhen, bringt der Business Angel nicht nur Geld in die neuen Unternehmen ein: Er stellt „intelligentes Kapital“ zur Verfügung. Was meine ich mit „intelligentem Kapital“? Ich meine die Fülle an Wissen, Management-Erfahrung und Beziehungen, die in der Geschäftswelt zusammengetragen werden. Aus diesem Grund sind Business Angels meist zwischen 45 und 65 Jahre alt. Es ist sehr wichtig, dass Business Angels nicht als Individuen, sondern als Gruppe oder Konsortium erfahrener Investoren agieren, nicht nur um das Investitionsrisiko zu teilen, sondern insbesondere, um verschiedene Wissens- und auch geografische Gebiete abzudecken. In den 15 Jahren in denen ich als Business Angel in Italien, Deutschland, Spanien, den USA und Kanada Erfahrungen gesammelt habe, konnte ich immer auf sachkundige lokale Unterstützung zurückgreifen, die den jungen Unternehmerinnen und Unternehmern dabei half, sich zu entwickeln. Um dieses Ziel zu erreichen, war die Rolle eines lokalen Netzwerkes wie des Italian Business Angels Network (IBAN), das ich heute vertrete, immer sehr wertvoll.

Das internationale Interesse an Business-Angel-Investitionen wächst. Um deren Einfluss auf die Wirtschaft zu verstehen, will ich einige Zahlen nennen. Vorab muss allerdings darauf hingewiesen werden, dass es sich aufgrund der informellen Natur dieser Tätigkeit bei den folgenden Zahlen um Schätzungen handelt.

Dem „Centre for Venture Research“ zufolge gab es 2005 in den USA 225.000 aktive Business-Angel-Investoren. Seit den späten 1980er Jahren schlossen sich immer mehr Business Angels zu informellen Gruppen zusammen mit dem Ziel, sich die Arbeit der sorgfältigen Prüfung

der angebotenen Investmentmöglichkeiten zu teilen, und ihr Kapital zusammenzulegen, um größere Investitionen tätigen zu können.

Business-Angel-Gruppen sind normalerweise lokale Organisationen, die aus 10 bis 150 anerkannten Investorinnen und Investoren bestehen, die Interesse an frühzeitigen Investitionen haben. 1996 gab es in den USA ungefähr 10 Business-Angel-Gruppen, 2005 waren es bereits über 200.

Nach Angaben des Centre for Venture Research erhielten im Jahr 2004 18,5 Prozent der Geschäfte, die bei einer Erstprüfung durch Business Angels erfolgreich waren und Investoren präsentiert wurden, eine Finanzierung. Das bedeutete eine signifikante Erhöhung gegenüber 10 Prozent noch im Jahr 2003, einem Wert, der in etwa dem bisherigen Durchschnitt entsprach. Aber da diese Zahl die entscheidende anfängliche Auswahl außer Acht lässt, liegt der Prozentsatz der Unternehmen, die eine Business-Angel-Finanzierung erstreben und die tatsächlich eine Förderung bekommen wohl eher bei 0,5 oder 1 Prozent (und damit jedoch immer noch höher als die 0,2 bis 0,25 Prozent von Bewerberinnen und Bewerbern, die über Risikokapitalgeber eine Finanzierung erhalten).

Ungefähr 45.000 US-Unternehmen haben im Jahr 2004 eine Business-Angel-Finanzierung erhalten, mit einem durchschnittlichen Volumen von 469.000 Dollar pro Unternehmen. Der Löwenanteil ging an die New Economy. 2005 haben in den USA 227.000 Business Angels 49.500 Risikoprojekte mit globalen Investitionen in Höhe von 23,1 Milliarden Dollar finanziert. Die Zahl ist sogar höher als die globalen Investitionen von Risikokapitalfonds, die 3.008 Unternehmen mit einer Gesamtsumme von 22,1 Milliarden Dollar finanziert haben. Business Angels waren traditionell immer die größte Kapitalquelle für Unternehmen in der Gründungs- und Start-up-Phase in den USA, und Business Angels favorisieren weiterhin diese Investitionsphasen.

Business-Angel-Netzwerke spielen im Aufbau von Kontakten zwischen Kapitalnachfrage von Unternehmerinnen und Unternehmern und Kapitalangebot von Investorinnen und Investoren eine Schlüsselrolle. Allein 2005 trugen sie dazu bei, 198.000 neue Jobs in den USA zu schaffen. Business Angels in Europa investieren im Allgemeinen zwischen 25.000 und 250.000 Euro in ein Unternehmen. In Großbritannien kann die Summe bis zu 400.000 Euro betragen. Der europäische Durchschnitt in besser entwickelten Ländern liegt bei 80.000 Euro für jedes Unternehmen. Wenn sie sich zusammentun und „Konsortien“ gründen, investieren Business Angels in manchen Ländern bis zu 2,5 Millionen Euro.

2004 waren in Europa über 12.000 Business Angels in den Netzwerken aktiv, die Zahl der Projekte, die Investorinnen und Investoren vorgeschlagen wurden, lag bei über 9.000 und es wurden mehr als 500 Abschlüsse getätigt.

Das Italian Business Angels Network (IBAN) mit seinen über 200 aktiven Partnern

- erhält und prüft über 350 Anträge von Risikoprojekten pro Jahr;
- wählt jedes Jahr 150 Projekte aus;
- hat 80 neue Unternehmen für 16 Millionen Euro auf den Weg gebracht.

Derzeit legt IBAN den ersten italienischen Investmentfonds (IA, Italia Angel Fund) auf, der auf die Entwicklung von kleinen und Start-up-Unternehmen ausgerichtet ist.

Für mich bedeutete die Tätigkeit als Business Angel:

- | eine Chance, an den neuesten wirtschaftlichen und technologischen Trends teilzuhaben;
- | eine Möglichkeit, mein Wissen und meine unternehmerische Erfahrung zu teilen;
- | eine Gelegenheit, durch das Ausschöpfen meines wirtschaftlichen Potenzials eine privilegierte Rolle zu spielen;
- | ein faszinierendes unternehmerisches Abenteuer.

Nicht zuletzt war diese Tätigkeit immer mit einer flexiblen Nutzung meiner Zeit vereinbar, und in einer Lebensphase, in der Zeit eine sehr wertvolle Ressource darstellt, macht das einen großen Unterschied.



Richard Baker

AGE Concern Großbritannien (London)

Das Thema dieser Veranstaltung ist das wirtschaftliche Potenzial älterer Menschen im Kontext eines rasanten und langfristigen demografischen Wandels. Diese Veranstaltung ist sehr wichtig, da sie sich auf eine bestimmte Gruppe älterer Menschen konzentriert, die auf verschiedene Arten signifikante Beiträge zur ökonomischen Wertschöpfung leisten, und das auch nach einem Zeitpunkt, zu dem sie nach landläufiger Meinung als nicht mehr ökonomisch aktiv gelten, weil sie den Arbeitsmarkt verlassen haben.

Die Kernbotschaft, die man der Forumssitzung entnehmen konnte ist meiner Ansicht nach, dass eine alternde Gesellschaft eine sehr produktive sein kann und ist – und dass ältere Menschen eine große Bandbreite an wirtschaftlich wertvollen Beiträgen leisten können – manchmal bis ins hohe Alter. Dr. Meier hat uns daran erinnert, dass wir im Hinblick auf diese Beiträge ganzheitlich denken sollen. Wie er sagte, geht es bei der Frage des wirtschaftlichen Beitrags um lebenslange Beschäftigung. Die Lebensläufe vieler Menschen sind viel unterschiedlicher als das traditionelle Modell, das unser Denken und unsere Politik dominiert. Nur wenige Menschen durchlaufen heutzutage das einfache Modell von Ausbildung, Arbeit und Rente; viele werden noch nach dem Ruhestand arbeiten und ihren Beitrag leisten, während andere im späteren Leben mit wirtschaftlicher Untätigkeit konfrontiert sind, die nichts mit ihrem Ruhestand zu tun hat, sondern mit mangelnder Weiterbildung oder einer schwachen Gesundheit.

Dr. Meier hat auch die Bedeutung anderer Funktionen betont – wie ehrenamtliche Tätigkeiten und Pflege –, die beide wirtschaftlich wertvoll sind und den gesellschaftlichen Zusammenhalt unterstützen. In diesem Zusammenhang war eines der Kernthemen die Motivation, und ein Schlüsselaspekt seiner und der folgenden Präsentationen war der Begriff der Gegenseitigkeit. Ältere Menschen wollen in ihrem Tun motiviert und gefördert werden, und ihr Beitrag hilft ihnen auch, sich nach wie vor integriert und wertvoll zu fühlen. Dem Begriff der Gegenseitigkeit sollte besondere Aufmerksamkeit gewidmet werden – einschließlich des Beitrags, den ältere Menschen in unbezahlten Tätigkeiten erbringen und der sowohl für die Wirtschaft als auch für das Individuum wertvoll ist.

Ich möchte diese drei Vorträge, die wir gehört haben, reflektieren und herausarbeiten, wie jeder von ihnen Beiträge von älteren Menschen gezeigt hat, die wirtschaftlich nützlich waren, aber keine traditionellen Beschäftigungsmodelle darstellten.

Dr. Schoser hat über den höchst beeindruckenden Senior Expert Service diskutiert, wo Fähigkeiten, die über ein ganzes Leben aufgebaut wurden, von Hunderten von pensionierten Fachleuten wiederverwertet werden, um ihre früheren Branchen zu unterstützen. Das beeindruckende Wachstum dieses Projektes verweist auf das unerschlossene Potenzial einer alternden Gesellschaft in Europa und weltweit, wenn es gelingt, diese Ressourcen zu bündeln und zu verteilen.

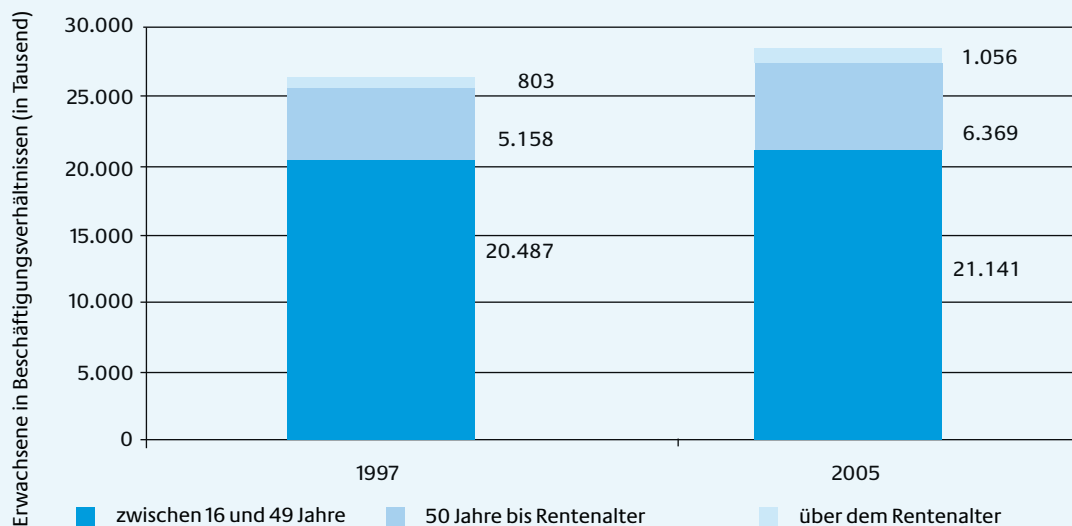
Herr Pavesi hat ein Netzwerk von Business Angels beschrieben, die eine Reihe von unterschiedlichen persönlichen Ressourcen – Zeit, Erfahrung und Geld – nutzen können, um die Ideen junger Unternehmerinnen und Unternehmer zu unterstützen – über die Generationen hinweg. Sie haben mit jüngeren Leuten und untereinander zusammengearbeitet, um Innovation zu fördern, haben Risiken auf sich genommen und auch Menschen zum Erfolg verholfen. Im Verlauf dieser Arbeit haben sie geholfen, wirtschaftliche Hemmnisse zu beseitigen.

Frau Evers hat über die entscheidende Bedeutung dessen gesprochen, was ältere Menschen von der Gesundheitsversorgung und den Pflegediensten erwarten und welchen Beitrag ältere Menschen selbst leisten können, um diese Dienstleistungen zu gestalten. Sie stellte die Vorstellung in Frage, dass man die älteren Menschen als passive Empfängerinnen und Empfänger wahrnimmt, und der Gedanke der Gegenseitigkeit wurde auch hier erwähnt – in diesem Fall eine gut gestaltete und zugängliche Dienstleistung, die für Anbieter und Kundinnen und Kunden vorteilhaft ist.

Ich möchte in meinem Vortrag ein paar Dias vorstellen – und die Zahlen zeigen, die wir in Großbritannien produziert hatten, um den ökonomischen Beitrag älterer Menschen zu bewerten – damit möchte ich den den enorm hohen Wert der älteren Bevölkerung belegen:

Erwachsene in Beschäftigung

**1997–2005 – 1,5 Millionen mehr über 50-jährige Beschäftigte (69 % der 2,1 Millionen neu geschaffenen Jobs)
Eine Viertelmillion dieser Menschen ist älter als das gesetzliche Rentenalter**

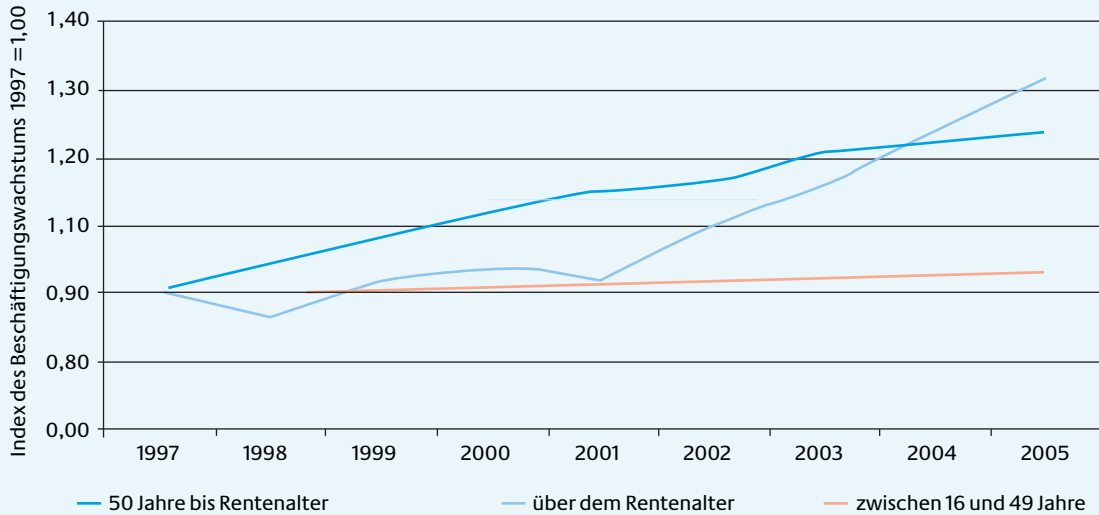


Quelle: Erwerbsstatistik, Großbritannien, erstes Quartal

... und auch das Potenzial, das darin liegt:

Index des Beschäftigungswachstums

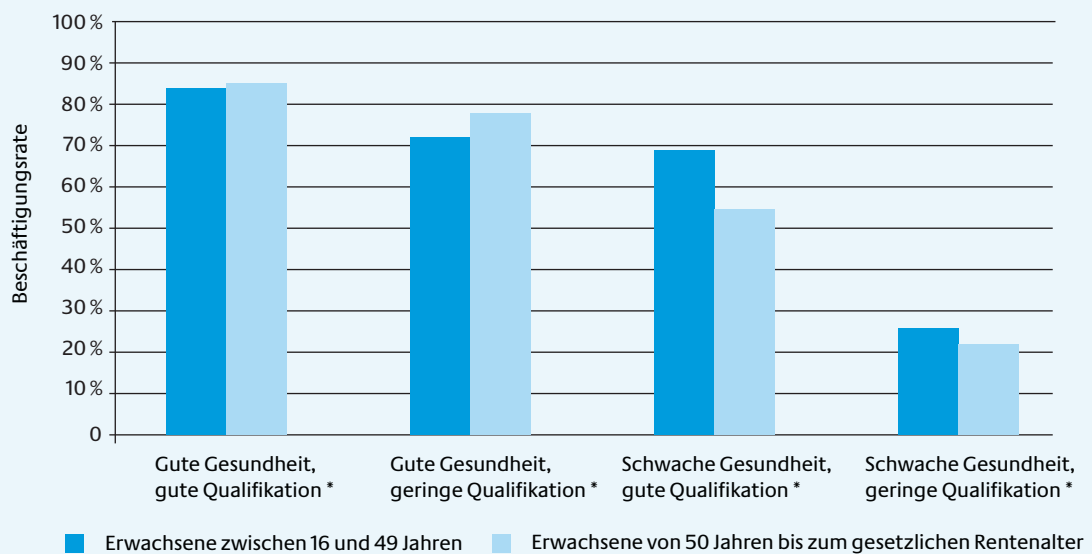
1997–2005 – 25% mehr ältere Arbeiterinnen und Arbeiter gegenüber
3% Zuwachs zwischen 16 und 49 Jahre



Quelle: Erwerbsstatistik, Großbritannien, erstes Quartal

Ich möchte in diesem Zusammenhang auf die Herausforderung hinweisen, die Qualifikationen immer auf dem neuesten Stand zu halten und die Gesundheit zu verbessern und zu schützen.

Beschäftigungsrate, Qualifikation und Gesundheitszustand 1997–2005



* Abgeleitete Schätzungen; Quelle: Erwerbsstatistik, Großbritannien, 2002–2004

Wie die oben abgebildete Grafik zeigt, gibt es bei geringer Qualifikation und schlechtem Gesundheitszustand nur für einen von drei Menschen die Chance zu arbeiten. Anscheinend gibt es zusätzliche altersbedingte Risiken für Menschen mit schwacher Gesundheit.

Zum Abschluss möchte ich auf Vladimír Špidla's Rede zurückkommen, in der er angemerkt hat, dass wir uns mehr bemühen müssen, um das unerschlossene Potenzial älterer Menschen als Konsumentinnen und Konsumenten, Beschäftigte und Arbeitgeber wertzuschätzen und zu mobilisieren. Ich stimme mit ihm überein, möchte jedoch hinzufügen, dass die Veranstaltung tatsächlich gezeigt hat, dass ältere Menschen bereits jetzt in vielfältiger Weise einen gewaltigen Beitrag leisten; wir sollten bedenken, dass eine alternde Gesellschaft ein großes Potenzial beinhaltet, wenn wir den Beitrag der älteren Menschen in den von ihm erwähnten Funktionen und ebenso als Beraterinnen und Berater, Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler, Sponsorinnen und Sponsoren, Sozialunternehmerinnen und -unternehmer, Pflegerinnen und Pfleger, Ehrenamtliche und auch in führenden Rollen in der Gesellschaft erkennen.

Bericht aus den Foren





Prof. Dr. Gerhard Nägele

Institut für Gerontologie an der Universität Dortmund

Es war zweifellos eine gute Entscheidung bei der Planung dieser Veranstaltung, die beiden Perspektiven der wirtschaftlichen Potenziale des Alters aufzugreifen, nämlich zum einen die Konsumenten- und zum anderen die Produzentenperspektive. Entsprechend getrennt organisiert waren gestern auch die Foren. Der folgende Bericht gilt den Foren A und C, die beide der Konsumentenperspektive gewidmet waren. In Forum A galt die Aufmerksamkeit dabei neuen Produkten für eine alternde Gesellschaft, während Forum B innovative Dienstleistungen thematisierte.

Leitlinien für die inhaltliche Arbeit in den Foren ließen sich bereits den Einführungsvorträgen entnehmen. So bezeichnete etwa Bundesministerin von der Leyen ausdrücklich die ökonomischen Kompetenzen und Potenziale Älterer als „Motor“ auf der Nachfrageseite der Konsumgüter und Dienstleistungsmärkte. EU-Kommissar Špidla ging sogar noch einen Schritt weiter, indem er sich explizit für die nachhaltige Förderung der Seniorenwirtschaft durch die Politik aussprach und die Wirtschaft zu entsprechenden Initiativen aufrief. Weil man nicht zwangsläufig davon ausgehen könne, dass derartige Prozesse Selbstläufer seien, spielt seines Erachtens die Förderung der Unternehmen in der Seniorenwirtschaft durch bessere Rahmenbedingungen eine entscheidende Rolle bei der Entwicklung neuer Märkte, Produkte und Dienstleistungen. Darauf wies konsequenterweise auch die Sozialministerin Cotman aus Slowenien in ihrem Beitrag hin.

In Forum A ging es zunächst um Strategien im Zusammenhang mit neuen Produkten für die ältere Generation. Hier kreisten Beiträge und Diskussionen inhaltlich um das Thema Design for All, eingeleitet durch ein Referat von Roger Coleman vom Royal College of Art in London. Seine Kernthese lässt sich auf folgenden kurzen Nenner bringen: Erfolg im Seniorenmarkt haben solche Produkte, die im Idealfall von möglichst allen Alters- und Konsumentengruppen genutzt werden können. Man kann in dieser Aussage eine implizite Absage an altersspezifische Produkte und ein Plädoyer für generationenübergreifende Produktgestaltung erkennen, welche – der These zufolge – das Geheimnis einer erfolgreichen Seniorenwirtschaft ist. Das heißt aber nicht, so ein Kommentar aus dem Publikum, dass für produktbezogene Bedürfnisse von Älteren mit besonderen Bedürfnissen nicht doch spezielle Angebote entwickelt werden müssen.

Die im Anschluss vorgestellten Beispiele aus der Praxis behandelten dann unterschiedliche Produktfelder. Roger Coleman berichtete zunächst von erfolgreichen Beispielen des Design for All aus der Verpackungswirtschaft und über Do-it-yourself-Werkzeuge. Das Unternehmen Nintendo, repräsentiert durch Stefan Gundelach, vermarktet sehr erfolgreich Videospiele, die für Jung und Alt gleichsam attraktiv sind, wobei es ein explizites Erfolgsrezept von Nintendo zu sein scheint, keine gesonderten Altersprodukte anzubieten. Mich hat die Aussage überzeugt, Seniorenfreundlichkeit werde bei Nintendo als Teil einer allgemeinen Konzeption von Nutzerfreundlichkeit verstanden, denn leichte Bedienbarkeit anstelle von unübersichtlicher Multifunktionalität ist eines der Erfolgskonzepte, das ich selbst für mich anerkenne.

Ähnlich argumentierte Klaus-Peter Wegge vom Siemens Accessibility Competence Center, als er das Siemens-Konzept vom Design for All anhand von Alltagsprodukten erläuterte. Dieses Konzept bestehe darin, kein besonderes altersspezifisches Design zu entwickeln, sondern die Produktgestaltung auf die jeweiligen Bedürfnisse von Personengruppen mit besonderen Einschränkungen zuzuschneiden. Und auch Hans-Joachim Lindner und Werner Koch vom Ford Forschungszentrum in Aachen sahen keinen Bedarf für spezielle Seniorenautos, wohl aber die Notwendigkeit einer Anpassung der Fahrzeuge an altersstypische Veränderungen und Einschränkungen der (psycho)physischen Leistungsfähigkeit, wobei insbesondere die Aspekte „gute Sicht“, „bequemer Ein- und Ausstieg“, „leicht handhabbare Bedienungsinstrumente“ und „hohe Sicherheit“ eine wichtige Rolle spielen.

Das Fazit aus Forum A lautet deshalb: Bezogen auf die Produkte hat das Konzept des Design for All in der Seniorenwirtschaft die größten Erfolgsaussichten, und es ist offensichtlich gegenüber dem altersspezifischen Design von Vorteil. Wir wissen allerdings, und das wurde auch im Forum C noch einmal deutlich, dass nicht unterschiedslos in Bezug auf alle Marktsegmente so argumentiert werden kann. Es wird immer Produkte geben, die für ganz bestimmte Altersgruppen erfolgreich auf dem Markt positioniert werden können.

In Forum C standen innovative Dienstleistungen im Mittelpunkt. Gleich zu Beginn zeigte sich, dass die getrennte Betrachtung von Produkten und Dienstleistungen in den Foren sinnvoll und berechtigt war. In Bezug auf Letztere lässt sich nämlich ganz klar ein altersspezifischer Bedarf feststellen, insbesondere in den Bereichen Pflege und Gesundheit, Reisen und Tourismus, Wohnen, Bildung, Unterhaltung und Finanzdienstleistungen – so die Kernthese des Einführungsreferats von Björn Bloching von Roland Berger Strategy Consultants. Er wies darauf hin, dass es eine Diskrepanz zwischen den konsumrelevanten Wertewelten Älterer und dem sich im Angebot widerspiegelnden Produkt- und Dienstleistungsimage gebe. Er zog daraus den Schluss, dass die Erfolge in der Seniorenwirtschaft durchaus noch verbessert werden könnten.

Mit den Marienbad Kur- und Spa-Hotels in Tschechien präsentierte deren Generaldirektor Leo Novobilsky das erste Praxisbeispiel in Forum C. Es handelt sich dabei um eine Hotelkette, die sich auf Kurreiseangebote für Ältere spezialisiert hat. Das zweite Beispiel kam aus den Niederlanden, wo sich das Programm des Radio- und Fernsehsenders MAX, vorgestellt von Jan Slagter, gezielt an ein älteres Publikum richtet. Und schließlich berichtete Juan Carlos Guzmán über Europ Assistance Spanien, einem auf privatwirtschaftlicher Basis agierenden Vermittler von haushaltsnahen, selbstständigkeitsfördernden Dienstleistungen für Ältere in verschiedenen Bereichen des Alltagsbedarfs.

Sie alle haben in ihren Beiträgen die Ausgangsthese von Björn Bloching bestätigt; demnach existieren altersspezifische Dienstleistungsbedarfe, aus denen sich Chancen für seniorenwirtschaftliche Initiativen ergeben. Die übergreifende Botschaft aller drei Praxisbeispiele war meines Erachtens, dass spezielle Dienstleistungsangebote von Älteren dann angenommen werden, wenn sie das Alltagsleben erleichtern, die Lebensqualität erhöhen, an Zielen wie aktives und gesundes Alter anknüpfen und zugleich finanziell erschwinglich sind.

In beiden Foren gab es abschließende sachkundige Kommentare. So betonte im Forum A die nordrhein-westfälische Staatssekretärin Marion Gierden-Jülich am Beispiel der nordrhein-westfälischen Landesinitiative „Seniorenwirtschaft“ die Notwendigkeit öffentlicher Unterstützung diesbezüglicher Aktivitäten. Walter Link, Vorsitzender der BAGSO, plädierte in Forum C unter anderem für eine aktive Beteiligung älterer Konsumentinnen und Konsumenten bei der Produktentwicklung und beim Produktdesign.

Die gemeinsamen Erkenntnisse, die sich im Sinne von Empfehlungen zur Verbesserung der Seniorenwirtschaft aus beiden Foren ergeben haben, lassen sich wie folgt zusammenfassen:

1. Alle Akteurinnen und Akteure am Markt müssen sich stärker um die Ermittlung der Konsumbedürfnisse und Interessen Älterer bemühen.
2. Die Marketingkonzepte und Strategien, vor allem im Bereich der Werbung, sollten entsprechend angepasst werden.
3. Die Entwicklung neuer Produkte und Dienstleistungen sollte ebenso wie ihre Gestaltung im Dialog mit den Älteren erfolgen.
4. Die Akteurinnen und Akteure am Markt müssen vernetzt werden.
5. Die sozialen Netzwerke und Familien älterer Menschen sollten, gleichsam als Ko-Konsumentinnen und Konsumenten, einbezogen werden.
6. Die besonderen Bedarfe von Menschen mit eingeschränkter Autonomie und mit Handicaps dürfen nicht ausgeschlossen werden.
7. Die Belange der Älteren mit Migrationshintergrund sind auch in der Seniorenwirtschaft zu beachten.
8. Die Erhaltung und Sicherung der Kaufkraft der Älteren, etwa durch rentenpolitische Maßnahmen, ist eine Grundvoraussetzung für eine positive Entwicklung der Seniorenwirtschaft.
9. Die Seniorenwirtschaft bedarf der Unterstützung durch die Schaffung geeigneter politischer Rahmenbedingungen und öffentliche Förderung.
10. Die Seniorenwirtschaft muss Aspekte des Verbraucherschutzes berücksichtigen.

Robert Anderson

Europäische Stiftung zur Verbesserung der Lebens- und Arbeitsbedingungen (Dublin)



Ich freue mich, Ihnen von den Foren B und D berichten zu können. Die gute Nachricht ist, dass alle erschienen sind. Die Redner waren die im Programm ausgewiesenen, und wir hatten einen ausgezeichneten Vorsitzenden, der acht meist aus der Praxis stammende Beiträge sowie zwei Diskussionen moderierte. Die schlechte Nachricht ist, dass ich nicht auf jeden Vortrag eingehen kann. Also gebe ich Ihnen eine sehr persönliche und selektive Darstellung des gestrigen Nachmittags.

Wir haben hauptsächlich den wirtschaftlichen Beitrag älterer Menschen diskutiert und uns ihre Beteiligung an bezahlter und unbezahlter Arbeit angesehen. Wir haben die Bevölkerungsentwicklung aufmerksam betrachtet und gewürdigt, sowohl im Hinblick auf die sich verändernde Bevölkerung als auch in Bezug auf Veränderungen der Erwerbstätigkeit in Europa. Wir waren uns darüber im Klaren, dass der Alterungsprozess selbst sich in seiner Bedeutung wandelt. Es bedeutet heute etwas anderes 45 oder 55 oder auch 85 Jahre alt zu sein als noch zwei oder auch eine Generation vor uns, und es wurden einige interessante Anmerkungen dazu gemacht, dass sich die Babyboomer-Generation in Bezug auf bezahlte und unbezahlte Arbeit anders verhält. Bei der Betrachtung Erwerbstätigkeit konnten wir viel über Arbeitskräfte sprechen, die 45 Jahre und älter oder im Alter zwischen 55 und 64 Jahren sind; wir mussten allerdings feststellen, dass es kaum Literatur über Erwerbstätige im Alter zwischen 65 und 67 Jahren oder darüber gibt, auch wenn zwei unserer Unternehmensfallstudien, NETTO und Diederichs KG, Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer jenseits des Rentenalters beschäftigten und deren Produktivität in bezahlten Beschäftigungsverhältnissen demonstriert haben.

Die Fallstudien waren eine gute Art der Herangehensweise. Sie stellten beispielhaft Unternehmen dar, die den Bedürfnissen, den Erwartungen und dem Potenzial ihrer alternden Belegschaft Beachtung schenkten. Uns würden viel mehr Beispiele einfallen von Unternehmen, die das Potenzial ihrer alternden Arbeitskräfte außer Acht gelassen haben. Uns wurden Beispiele von Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern in diesen Unternehmen aufgezeigt, die auch über 60 noch motiviert, enthusiastisch und pflichtbewusst bei der Arbeit waren, aber uns würden auch viele Menschen in unseren Ländern einfallen, die aus dem Erwerbsleben ausscheiden möchten, deren Motivation und Enthusiasmus auf die Freiheit jenseits der Erwerbstätigkeit ausgerichtet ist. Die Fallstudien ermöglichten es uns, eine Verbindung zwischen den Mythen und den Klischees und einem Teil dessen, was in der Praxis passiert, herzustellen, aber die Mythen und Klischees erwiesen sich als äußerst beharrlich. Deshalb lieferten uns die Fallstudien auch Beispiele dafür, was in der Praxis getan werden kann und was derzeit passiert, um die Arbeitsbedingungen zu ändern, die Arbeitszeiten zu überdenken und die Arbeit neu zu organisieren, aber wir haben auch festgestellt, dass diese Chancen in vielen anderen Unternehmen nicht genutzt wurden.

Warum sind die Chancen nicht genutzt worden? Wir haben die Mythen und Klischees hervorgehoben, ja sogar die Vorurteile gegenüber älteren Arbeitskräften. Diese wurden sowohl in der ersten als auch in der folgenden Fallstudie bestätigt. Eines der Praxisbeispiele sprach über die Vorurteile jüngerer Managerinnen und Manager gegenüber älteren Arbeitskräften, und wir diskutierten darüber, wie man diese Vorurteile überwinden könnte. Die NETTO-Fallstudie unterstrich, wie wichtig es ist, über gute Erfahrungen zu berichten, aber in beiden Vorträgen wurde auch von den Vorurteilen gesprochen, die ältere Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer sich selbst gegenüber haben – ihr negatives Selbstbild, ihr schwaches Selbstbewusstsein und das Bedürfnis nach Unterstützung, um Motivation für die Beschäftigung zu entwickeln. Wir erfuhren etwas über die Weiterbildung und die Qualitätsmängel von älteren Arbeitskräften, aber auch darüber, wie Letztere überwunden werden können. Dennoch sind wir uns bewusst, dass ältere Arbeitskräfte in vielen Fällen keine Weiterbildung erhalten oder sie die Vorteile einer solchen Weiterbildung nicht nutzen.

Im Hinblick auf die Erwerbstätigkeit stellten wir schließlich fest, dass wir oft eine Diskussion führten, wie sie sich auch schon vor 10 oder sogar 50 Jahren hätte abspielen können, dass sich nur zögernd ein Einstellungswandel vollzieht, dass die Mentalität von Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern und Managerinnen und Managern sich nur sehr langsam verändert, genauso wie bei Arbeitgebern und vielleicht auch in den Gewerkschaften. Wir haben auch erkannt, dass sich Arbeitsbedingungen nur sehr langsam ändern, und selbst wenn wir wissen, was langfristig getan werden muss, um die Situation älterer Arbeitskräfte zu verbessern, geschieht dennoch nichts. Und manche von Ihnen werden sich noch erinnern, dass ein Sprecher aus dem Unternehmensbereich auf dem Europäischen Beschäftigungsgipfel diesen Monat sagte, dass nur sechs Prozent der europäischen Unternehmen sich auf den demografischen Wandel vorbereiten. Wie auch immer es also um das Bewusstsein für den demografischen Wandel und die Wertschätzung der älteren Arbeitskräfte bestellt sein mag, es gibt keine Verbindlichkeit für wirkliches Engagement, keine Umsetzung in der Praxis. Es wurde berichtet, dass es einfacher sei, ältere Arbeitskräfte zu behalten als sie neu einzustellen, aber es ist etwas mehr Einfallsreichtum notwendig, um diese Beschäftigten zu binden und um die Bedeutung von Gesundheit als einen Beweggrund für das Ausscheiden von Beschäftigten aus der Erwerbstätigkeit zu erkennen.

Wir haben erfahren, dass Vorbeugung nach allgemeinem Wissen das beste ist, um Gesundheitsprobleme, Qualifikationsdefizite, mangelndes Interesse am beruflichen Fortkommen etc. zu vermeiden. Aber es gibt mindestens eine Generation älterer Beschäftigter, die nicht in den Genuss unserer Weisheit über Altersmanagement gekommen sind, und wir müssen diese Generation von Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern, die heute 30, 40 und 50 Jahre alt sind und die nicht die Art von Unterstützung erhalten haben, die wir heute für unerlässlich halten, berücksichtigen. Ein weiterer Punkt war, dass ältere Arbeiterinnen und Arbeiter möglicherweise in Bezug auf Löhne und Weiterbildung teuer sind, aber zumindest den uns präsentierten Fallstudien zufolge ist ihr Wert größer. Sie blieben länger angestellt, seien dem Unternehmen verbunden und sie produzierten qualitativ hochwertige Waren und Dienstleistungen.

Wir haben uns damit beschäftigt, was ältere Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer tun, wenn sie arbeitslos sind. Die Sorge, sie würden zu Hause bleiben und dort eher im Weg sein, erwies sich nicht gerade als sachkundige Äußerung, da heutzutage sehr viele der älteren Arbeitnehmer Frauen sind. Der Anteil älterer Arbeitnehmer unter den weiblichen Beschäftigten wächst viel schneller als bei den Männern, und diese Ansicht verkennt zudem die wirtschaftlich bedeutsamen unbezahlten Tätigkeiten, denen ältere Arbeitskräfte nachgehen. Das haben wir in der zweiten Nachmittagsveranstaltung herausgestellt, die sich hauptsächlich mit der unbezahlten Arbeit älterer Menschen beschäftigte. Zentrales Thema dabei ist natürlich die unbezahlte Arbeit im Pflegebereich, die ältere Menschen leisten, indem sie sich um ihre Enkel kümmern, sich gegenseitig oder ihre Eltern pflegen. Wir erhielten Hinweise darüber, welchen enormen wirtschaftlichen Beitrag in Form von unbezahlter Arbeit sowohl erwerbstätige als auch erwerbslose Menschen erbringen; dieser Beitrag ist so groß, dass man mit gutem Grund behaupten könnte, die unbezahlte Arbeit älterer Menschen stelle einen Grundpfeiler unserer Wohlfahrtsgesellschaft dar.

Wir haben auch etwas über die Schlüsselrolle erfahren, die ältere Menschen bei der Verbesserung der Lebensqualität und bei der Förderung des sozialen Zusammenhalts einnehmen. Der Senior Experten Service zeigte, dass ältere Menschen, die als ehrenamtliche Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in Firmen oder in Verbraucherangelegenheiten tätig werden, tatsächlich Expertinnen und Experten in Fragen des Geschäftslebens oder der Verbraucherangelegenheiten sind. Wir haben etwas über die Bedeutung von Gegenseitigkeit erfahren, über soziales und wirtschaftliches Kapital und über die Relevanz sozialer Netzwerke beim Aufbau von ehrenamtlichen und anderen sozialen Tätigkeiten. Um die ehrenamtliche Tätigkeit von älteren Menschen systematisch auszubauen ist allerdings ein Angebot an Weiterbildungen, Organisation und Unterstützung für die Ehrenamtlichen erforderlich, damit sie effektiv mitarbeiten können. Wir haben etwas über ihren Wert erfahren, nicht nur im ökonomischen Sinn, sondern auch im Hinblick auf sozialen Zusammenhalt und Solidarität.

Tatsächlich betraf eine der Botschaften, die sich durch beide Veranstaltungen zog, die Solidarität zwischen den Generationen und die Bedeutung, die solchen Maßnahmen im Bereich ehrenamtlicher Tätigkeit wie auch im Bereich der Erwerbsarbeit zukommt, die sich gleichzeitig an Personen verschiedener Altersgruppen richten. Diese Maßnahmen bringen ältere und jüngere Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer zusammen, bieten Unterstützung für junge Unternehmerinnen und Unternehmer durch ältere Unternehmerinnen und Unternehmer, Erfahrungsaustausch durch Beratung und Coaching und fördern Netzwerke und Teams aus älteren und jüngeren Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern mit unterschiedlichen Fähigkeiten und Kompetenzen. Als Fazit der Veranstaltung schlage ich vor, folgende vier Punkte nochmals hervorzuheben:

1. Als Erstes müssen wir den Beitrag wirklich anerkennen, den ältere Menschen in Form von unbezahlter Arbeit leisten; das darf nicht nur ein Lippenbekenntnis bleiben, und wir müssen Ideen entwickeln, wie wir das Verhältnis zwischen bezahlter und unbezahlter Arbeit im Verlauf des gesamten Lebens ausgewogener gestalten können.
2. Zweitens sollten wir die Spannungen abbauen, die zwischen bezahlter und unbezahlter Arbeit, zwischen der Zeit zum Arbeiten und zur Pflege, der Zeit zum Arbeiten und für ehrenamtliche Tätigkeiten, der Zeit zum Arbeiten und für die persönliche Entwicklung bestehen. Manchmal kann unbezahlte Arbeit nicht von denjenigen erbracht werden,

die Verpflichtungen durch eine Erwerbstätigkeit haben. Ebenso können einige, die sich ehrenamtlich und hier vor allem in der Pflege engagieren wollen, das nicht mit einer bezahlten Arbeit vereinbaren; hier ist es notwendig, Work-Life-Balance nicht länger ausschließlich als Thema für jüngere Menschen mit Kindern zu betrachten.

3. Wir müssen die Möglichkeiten für ältere Menschen ausbauen, am Erwerbsleben teilzunehmen. Wir wissen sehr gut, was zu tun ist und worin ein erfolgreiches Altersmanagement besteht. Das Problem ist, diese Maßnahmen umzusetzen, und der Schlüssel dazu liegt in einem Bewusstseinswandel, im Abbau von Schranken in den Köpfen von Arbeitgebern und Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern, von jüngeren Managerinnen und Managern und den älteren Angestellten selbst.
4. Schließlich müssen wir die Rolle der öffentlichen Politik wiederentdecken, die so viele Veränderungen im Hinblick auf die Teilnahme älterer Arbeitskräfte am Erwerbsleben erreicht hat und die heute vielleicht nicht genug tut, um es Älteren zu ermöglichen, in eine bezahlte Beschäftigung zurückzukehren oder dabei zu bleiben, insbesondere als Selbstständige.



Impulsreferate: Aktives Altern – Active Ageing





Prof. Dr. Alan Walker

Universität Sheffield

Herzlichen Dank für die nette Einladung, auf dieser bedeutenden Konferenz eine Rede zu halten. Ich möchte erst einmal das Bundesministerium und die deutsche EU-Ratspräsidentschaft zu der Entscheidung beglückwünschen, diese wichtige Veranstaltungen durchzuführen und besonders dazu, dass sie gegenüber anderen Mitgliedsstaaten der Europäischen Union eine Vorreiterrolle einnehmen, indem sie eine positive Haltung zum demografischen Wandel einnehmen, weil viel zu oft das Gegenteil der Fall ist: Altern wird als eine Bedrohung und nicht als eine Chance betrachtet.

Mein Thema ist „aktives Altern“ und ich werde kurz beschreiben, was darunter zu verstehen ist, wie wir von einem engen zu einem umfassenderen Ansatz finden können und – das ist das Wichtigste – wie wir von der Theorie in die Praxis kommen. Aktives Altern hat das Potenzial, viele negative Effekte des Alterns zu verhindern, sowohl für den Einzelnen als auch auf gesellschaftlicher Ebene. Um es etwas positiver auszudrücken, ließe sich sagen, dass aktives Altern ein wichtiger Weg ist, das wirtschaftliche Potenzial älterer Menschen zu erkennen, aber – und das ist ein sehr großes Aber – dieser Ansatz muss unter bevölkerungswissenschaftlichen Gesichtspunkten, in Bezug auf die zu erfassenden Gruppen, die Maßnahmen und die Politik umfassend sein – und er muss die Autonomie der Einzelnen stärken, darf also nicht nur von oben nach unten, sondern muss auch von unten nach oben funktionieren. Er muss fördern und unterstützen. Der Hintergrund kommt ihnen sicher bekannt vor und da all das in der Konferenz schon sehr genau untersucht wurde, möchte ich nicht noch einmal darauf eingehen.

Offensichtlich sind Beschäftigungs- und Mitwirkungsrechte entscheidend für wirtschaftliches Potenzial und aktives Altern. Aber lassen Sie uns nicht vergessen, dass das auf Gesundheit ebenfalls zutrifft. Die folgenden Informationen zu den bis 2050 geplanten altersbezogenen Aufwendungen in den sogenannten G7-Staaten (Kanada, USA, Frankreich, Deutschland, Italien, Japan, Großbritannien) sind kürzlich im Geschäftsbericht des Internationalen Währungsfonds veröffentlicht worden. Der Hauptanteil der Ausgabensteigerung wird voraussichtlich durch zusätzliche Kosten im Gesundheitswesen verursacht. Darum sind Renten und Langzeitpflege wichtig, so wie Partizipation wesentlich für aktives Altern ist; wenn wir jedoch die gesundheitliche Dimension übersehen, lassen wir einen großen Teil dessen außer Acht, was ältere Menschen dazu befähigt oder davon abhält, wirtschaftlich aktiv zu bleiben. Wenn wir die Gesundheitskosten in Grenzen halten und das wirtschaftliche Potenzial aller alternden Menschen fördern möchten, liegt die Lösung im aktiven Altern.

Was ist und woraus besteht aktives Altern? Wir haben nicht die Zeit, den Entstehungsprozess des aktiven Alterns zurückzuverfolgen, der bis in die 1950er Jahre in den USA zurückreicht. Ich werde mich auf die Gegenwart konzentrieren, und was wir im neuen Jahrtausend erlebt haben, ist die Entwicklung eines umfassenden Ansatzes für aktives Altern unter Führung der Weltgesundheitsorganisation (WHO), die sich zwangsläufig auf das Gesundheitswesen konzentriert. Ein WHO-Bericht aus dem Jahr 2002 erklärt, dass „aktives Altern der Prozess der Optimierung der Chancen auf Gesundheit, Mitwirkung und Sicherheit ist, um die Lebensqualität im Alter zu verbessern.“

Kürzlich hat auch die Europäische Kommission einen umfassenden Ansatz übernommen und 2006 Folgendes festgelegt:

„Das Konzept des ‚aktiven Alterns‘ stellt schon an und für sich einen umfassenden und nachhaltigen Ansatz dar, der ein ganzes Spektrum von Begleitmaßnahmen beinhaltet, welche über Rentenreformen weit hinausgehen. Will man ernsthaft über eine längere Lebensarbeitszeit nachdenken, dürfen Menschen nicht mehr mit diskriminierenden Vorurteilen konfrontiert werden, müssen sie darauf vorbereitet sein, im Laufe der Zeit erworbene Fähigkeiten zu aktualisieren und zu nutzen, müssen Zugang zu flexiblen Ruhestandssystemen erhalten und müssen sich nicht nur guter körperlicher und geistiger Gesundheit erfreuen, sondern auch die berechnete Hoffnung haben, diesen Zustand noch lange beizubehalten.“ (COM(2006) 571 final)

Ich bitte um Entschuldigung dafür, dass ich hier meine eigene Lesart vorstelle, sie entstand jedoch in Zusammenarbeit mit Kolleginnen und Kollegen in der Europäischen Kommission:

„Aktives Altern sollte eine umfassende Strategie sein, um ein Höchstmaß an Teilhabe und Wohlbefinden für alternde Menschen zu erreichen. Es sollte gleichzeitig auf individueller (persönliche Lebensführung), organisatorischer (Management) und gesellschaftlicher Ebene (Politik) und in sämtlichen Lebensphasen wirksam sein.“

Wie Sie sehen, ist diese Definition etwas zurückhaltender als die anderen Definitionen. Sie spricht von „sollte“ und nicht von „ist“, weil aktives Altern noch nirgendwo in Europa zur Realität geworden ist. Diese Definition hebt die Vielschichtigkeit der Idee des aktiven Alterns hervor, nicht von oben nach unten, sondern durch Einbeziehung aller relevanten Gesellschaftsebenen. Sie betont auch, wie wichtig es ist, den Lebensverlauf zum Schwerpunkt zu machen. Sie basiert auf der Vorstellung eines Kreislaufs des Wohlbefindens, die wiederum besagt, dass Aktivität und Teilhabe, einschließlich wirtschaftlicher Partizipation, entscheidend für das Wohlbefinden sind und dass sie sich gegenseitig positiv verstärken.

Ich werde nun einige der zentralen Einflüsse von Arbeit auf das Wohlbefinden erörtern. Lassen Sie mich kurz die entscheidende Rolle der Arbeit betonen: Amerikanische Auswertungen zeigen, dass Beschäftigung eine wichtige Komponente für die Lebensqualität älterer Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer, ja für ältere Menschen generell ist. Warum ist die Konzentration auf den Lebensverlauf so wichtig? Weil die Risikofaktoren für Krankheiten, die arbeitsunfähig machen können, während des gesamten Lebenszyklus auftreten. Sie sind nicht auf ältere Erwerbstätige beschränkt, sondern kommen in allen Altersgruppen vor. Mit anderen Worten: Wenn wir die Leistungsfähigkeit älterer Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer erhöhen wollen, müssen wir den Risikofaktoren während des gesamten Lebens Aufmerksamkeit schenken.

Wenn wir all das zusammenfügen, können wir sagen, dass es sich hier um grundlegende Prinzipien für aktives Altern handelt: Alles, was dem Wohlbefinden zuträglich ist, ein vorbeugendes Konzept, das den Lebensverlauf nicht nur von älteren Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern, sondern von allen älteren Menschen umfasst, sogar von sehr gebrechlichen älteren Menschen. Es sollte auf der Solidarität zwischen den Generationen basieren, sowohl Rechte als auch Pflichten beinhalten und kulturelle Unterschiede unterstützen und respektieren. Soweit einige der Hauptelemente, die Teil einer Strategie für aktives Altern wären.

Sie haben gehört, wie wichtig es ist, Altersdiskriminierung und Altersbarrieren zu hinterfragen und abzubauen, eine aktive Teilhabe zu fördern, soziale Pflege auszubauen und ältere Menschen, besonders ältere Frauen, in die Lage zu versetzen, den Konflikt zwischen der Pflege eines Familienmitglieds und dem Eintritt in den Arbeitsmarkt zu lösen.

So viel zur Theorie. Wie können wir sie in die Realität umsetzen? In der Praxis finden wir in Europa zwei verschiedene politische Perspektiven, eine enge und eine umfassendere. Lassen Sie mich ganz offen sagen: Die erste wird keinen Erfolg haben. Das Pensions- oder Rentenalter zu erhöhen ohne entsprechende Begleitmaßnahmen, die Menschen dazu befähigen, länger zu arbeiten, wird darauf hinauslaufen, dass ältere Menschen auf dem Arbeitsmarkt diskriminiert werden, soziale Ausgrenzung erfahren und schließlich aus dem Arbeitsmarkt gedrängt werden, weil ihre Gesundheit und ihr Wohlbefinden zu schwach sind, um eine Erwerbstätigkeit aufrechtzuerhalten. Deshalb wird die erste schmalspurige Alternative für sich allein nicht funktionieren. Was wir brauchen, ist eine breitere Strategie, und darauf möchte ich mich nun konzentrieren.

Mein Hauptargument ist, dass es nicht allein die Aufgabe der Regierung oder der Arbeitgeber oder gar der älteren Menschen selbst der Beschäftigten sein kann, aktives Altern in die Tat umzusetzen, sondern es ist tatsächlich eine Aufgabe, die uns alle angeht. Solange nicht alle in diese Bemühungen miteinbezogen werden, kann es nicht funktionieren. Alternde Menschen müssen sich schon zu Beginn ihres Arbeitslebens auf das Altern vorbereiten. Unternehmen brauchen, wie wir gehört haben, ein Altersmanagement. Manche haben das schon umgesetzt, aber es sind noch nicht genügend. Die Sozialpartner müssen an der Förderung dieser Praxisbeispiele beteiligt werden. Politikerinnen und Politiker müssen sich über die einzelnen Politikbereiche hinweg abstimmen – Renten, Beschäftigung, Gesundheitswesen, Wohlbefinden und so weiter – und auf der Ebene der Europäischen Union sind die „Method of Open Coordination“ und die Förderung der Praxisbeispiele wichtige Elemente. Ein gutes Beispiel ist die Gemeinschaftsinitiative EQUAL, die eine Reihe von dynamischen Entwicklungspartnerschaften aufgebaut und so den Weg für neue Ansätze im Bereich des aktiven Altersmanagements geebnet hat.



Mit anderen Worten: Alle müssen in die Förderung aktiven Alterns miteinbezogen werden. Es gibt noch eine ganze Reihe von Beispielen, über die man sprechen könnte. Sie haben während dieser Konferenz von vielen gehört. Eine weitere Zusammenstellung voller guter Praxisbeispiele im Altersmanagement und ausgerichtet auf Unternehmen wurde von der Europäischen Stiftung zur Verbesserung der Lebens- und Arbeitsbedingungen herausgegeben. Wenn wir uns also auf Unternehmensebene begeben, kann aktives Altern über fünf Dimensionen des Altersmanagements möglich gemacht werden. Da die Zeit drängt, werde ich nur ein Beispiel herausgreifen und das ist die Bedeutung einer altersgerechten Jobgestaltung. Wenn Arbeiterinnen und Arbeiter Risiken ausgesetzt sind, wie etwa sich

wiederholende Arbeitsabläufe, Hitze, Lärm, Staub, knappe Fristen und so weiter, dann ist es unvermeidlich, dass ihre Leistungsfähigkeit darunter leidet. Das ist eine zwangsläufige Folge. Deshalb müssen wir Maßnahmen ergreifen und für ergonomische Arbeitsplätze sorgen, einen gesunden Arbeitsablauf fördern, den Zeitdruck verringern und die Arbeitszeiten begrenzen. Vor allem, um Gesundheit, Motivation und Qualifikation während des gesamten Arbeitslebens zu fördern und zu erhalten. Das ist ein dicker Maßnahmenkatalog darüber, was Altersmanagement in der Praxis und auf organisatorischer Ebene bedeuten kann. Es ist auch wichtig für uns, das riesige Potenzial von Informations- und Kommunikationstechnologien für eine Strategie des aktiven Alterns zu erkennen. Sie können Hilfestellung geben durch kompetente Unterstützung sowie bei vorbeugenden und kompensatorischen Maßnahmen und ich brauche Ihnen nicht zu sagen, dass darin ein bedeutendes Geschäftspotenzial liegt mit neuen profitablen Märkten und einem relativ niedrigen Risiko.

Lassen Sie uns die potenziellen Vorteile aktiven Alterns zusammenfassen: individuelle Kontrolle über Karriere, Gesundheit und Wohlbefinden, die Optimierung des Humankapitals auf organisatorischer Ebene, die Maximierung des Wirtschaftswachstumspotenzials, die Garantie, dass so viele Menschen wie möglich in diese Bemühungen eingebunden sind und natürlich der Erhalt unserer sozialen Sicherungssysteme. Mit anderen Worten: Es gibt in jeglicher Hinsicht sehr viel positives Potenzial für aktives Altern und das ist eine wirklich bemerkenswerte Chance. Im öffentlichen Leben gibt es nur wenige Dinge, die potenziell für alle gut sind. Aktives Altern verbindet idealerweise wirtschafts- und sozialpolitische Ziele mit geschäftlichen Interessen. Wie bereits erwähnt, ist eine solche Win-win-Situation selten zu finden.

Zusammenfassend habe ich, in sehr verkürzter und unzureichender Form, versucht zu klären, was aktives Altern ist und zu zeigen, dass sich langsam eine umfassendere Strategie abzeichnet, aber ich habe auch darauf hingewiesen, dass sie noch in keinem europäischen Land umgesetzt ist, und drittens habe ich versucht aufzuzeigen, wie wir von der Theorie zur Praxis kommen und sie Realität werden lassen können.

Wir kommen zurück zum Anfang: Meine Schlüsselbotschaft ist, dass aktives Altern ein großes Potenzial sowohl für den Einzelnen als auch für die Gesellschaft als Ganzes in sich birgt, aber es muss umfassend sein und es muss fördern und stärken. Mit anderen Worten, es ist eine Kombination individueller und sozialer Verantwortung und nur in dieser Verbindung kann das wirtschaftliche Potenzial älterer Menschen verwirklicht werden.



Anne-Sophie Parent

AGE – the European Older People's Platform (Brüssel)

Aktives Altern: Chance oder Notwendigkeit für die europäische Gesellschaft?

Als erstes möchte ich gerne der Deutschen EU-Ratspräsidentschaft für die Einladung danken, die Ansichten unserer Mitgliedsorganisationen zu einem Thema von außerordentlicher Bedeutung für ältere Menschen zu präsentieren. AGE ist ein europäisches Netzwerk, das etwa 145 Seniorenorganisationen aus den 27 Mitgliedsstaaten der Europäischen Union zusammenbringt. Unser größtes Ziel ist es, als Brückenglied zwischen unseren Mitgliedern und den europäischen Institutionen zu fungieren und die Interessen unserer 24 Millionen älteren Bürgerinnen und Bürger, die in unserem Netzwerk vereint sind, voranzutreiben. Wir sprechen uns für eine „altersfreundliche“ Gesellschaft aus, in der ältere Menschen als Individuen geschätzt werden und gleiche Rechte und Chancen in allen Bereichen des Lebens genießen.

Ich wurde gebeten, die Sicht von AGE auf das Konzept des aktiven Alterns zu präsentieren. Anhand der Vorträge auf diesem Kongress konnten wir bereits sehen, dass der Begriff „aktives Altern“ zwei verschiedene Bedeutungen hat, die mit den zwei Sichtweisen, die in der Konferenz angesprochen wurden, in direktem Zusammenhang stehen: ältere Menschen als „Produzenten“ und ältere Menschen als „Konsumenten“.

Ältere Menschen als „Produzenten“ oder aktives Altern als längere Teilhabe am Erwerbsleben

Aktives Altern wird im europäischen Sprachgebrauch als Ausdruck benutzt, um auf die aktive Teilnahme von älteren Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern am Arbeitsmarkt zu verweisen. Es wird definiert durch Beschäftigungsquoten von Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern zwischen 55 und 64 Jahren und damit verbundene Themen wie Altersquotienten, erhöhte öffentliche Ausgaben für Renten etc. Dieses Konzept hat eine rein wirtschaftliche Dimension und in der europäischen Beschäftigungsstrategie und der Lissabon-Strategie wird ihm eine sehr hohe Priorität eingeräumt, da die Verlängerung der Lebensarbeitszeit zu Recht als entscheidend für eine gesunde Wirtschaft und das Wachstum im Zusammenhang mit dem aktuellen demografischen Wandel und der Globalisierung erachtet wird. Eine Verlängerung der Lebensarbeitszeit wird auch für unvermeidlich gehalten, wenn wir die Kernelemente unserer Sozialmodelle bewahren und in der Lage sein möchten, denjenigen weiterhin eine soziale Absicherung anzubieten, die sie auf lange Sicht brauchen.

Die Bedingungen und Umstände für das Funktionieren der europäischen Arbeitsmärkte, haben sich in den vergangenen Jahrzehnten sehr schnell verändert und AGE ist der Ansicht, dass die Arbeitsgesetzgebung sich auf die stattfindenden sozialen, ökonomischen und demografischen Veränderungen einstellen sollte. Wir müssen uns mit dem Einfluss von Entwicklungen wie Globalisierung, Alterung der Bevölkerung, fortlaufenden Umstrukturierungen und dem Wechsel zu einer verstärkt wissensbasierten Wirtschaft beschäftigen, besonders in Verbindung mit den speziellen Bedürfnissen einer wachsenden Zahl älterer Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer, darunter insbesondere ältere Frauen, deren

Beschäftigungsquote die niedrigste aller Gruppen ist, und denjenigen, die mit über 50 Jahren wieder in den Arbeitsmarkt einsteigen möchten.

Das Konzept des aktiven Alterns sowie die Rechte von älteren Beschäftigten ebenso wie die Anforderungen an sie haben bedeutende Auswirkungen auf den Arbeitsmarkt und müssen in diese Diskussion eingebunden werden. Der wachsende Altersquotient wird weitreichende Konsequenzen für die öffentlichen Dienstleistungen, das Gesundheitswesen und die Sozialversicherungs- und Rentensysteme haben; deshalb ist es notwendig, ein altersfreundliches Arbeitsumfeld zu schaffen, das Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer zu Beginn und am Ende ihres Berufslebens einschließt, das heißt, ein Arbeitsplatz, der sowohl für Junge als auch für Ältere offen ist.

Ein besseres Arbeitsumfeld und -bedingungen für alle, einschließlich der älteren Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer

AGE war sehr froh darüber, dass das Thema der Arbeitsqualität im Januar 2007 von der Deutschen EU-Ratspräsidentschaft als Hauptthema des Informellen Rats ausgewählt wurde und außerdem im Februar 2007 in Nürnberg auf der Konferenz zum europäischen Sozialmodell diskutiert wurde. Die Bürgerinnen und Bürger sind zunehmend besorgt über die Verschlechterung der allgemeinen Arbeitsbedingungen und insbesondere über die Hürden für ältere Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer, die länger arbeiten oder wieder in die Beschäftigung eintreten wollen. Als Folge der Beschäftigungspolitik und der Haltung der Arbeitgeber werden ältere Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer oft aus dem Arbeitsmarkt verdrängt und sind überproportional von Dauerarbeitslosigkeit betroffen. Das trifft besonders auf ältere Frauen zu, die einige Zeit aus der Erwerbstätigkeit ausscheiden, um sich um bedürftige Angehörige zu kümmern.

Chancengleichheit und eine angemessene Behandlung sind die Basis für eine Lösung der Probleme von älteren Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern auf dem Arbeitsmarkt und deshalb gibt es sowohl für Arbeitgeber als auch für die Regierungen Handlungsbedarf, damit sich Erfolge einstellen. Aus diesem Grund kann eine solche Konferenz helfen, ein besseres Image älterer Arbeitskräfte zu fördern und zu zeigen, dass sie immer noch eine wertvolle Rolle als „Produzenten“ spielen können.

Es gibt eine EU-weite Gesetzgebung gegen Diskriminierung im Berufsleben, einschließlich der Altersdiskriminierung; diese Richtlinie ist endlich innerhalb der gesamten EU umgesetzt worden, wenn auch in Deutschland erst sehr spät. Gesetze allein genügen jedoch nicht, um ältere Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer in Beschäftigung zu halten oder das durchschnittliche Renteneintrittsalter zu erhöhen. Die Förderung einer positiven Einstellung unter den Arbeitgebern gegenüber älteren Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern ist unerlässlich, um die Beschäftigungsquote der über 50-Jährigen zu erhöhen. Es bedarf einer aktiven Arbeitsmarktpolitik mit Ausrichtung auf diese spezielle Altersgruppe als Teil eines Lebenszyklusansatzes und in Kombination mit wirksamen Begleitmaßnahmen, um eine kulturelle Veränderung und einen Einstellungswandel gegenüber älteren Arbeitskräften sicherzustellen.

Das bedeutet, dass Arbeitgeber bereit sein müssen, die Arbeitsbedingungen an die Bedürfnisse älterer Beschäftigter anzupassen und flexible Arbeitszeiten sowie Altersteilzeit einzuführen. Eine Anpassung des Arbeitsplatzes und der Arbeitszeiten können wirksame Instrumente darstellen, um Beschäftigte dazu zu bewegen, den Ruhestand hinauszuschieben. Anreize dafür sollten sich nicht auf finanzielle Vorteile beschränken, sondern sich mit der ganzen Bandbreite stichhaltiger Gründe befassen, die Menschen dazu bringen, früh in den Ruhestand zu gehen. Arbeitsbedingungen, das Verhalten des Arbeitsumfelds, eine bessere Übereinstimmung des Jobs mit den Fähigkeiten und die spezifischen Schwierigkeiten, denen ältere Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer, insbesondere ältere Frauen, gegenüberstehen, die Arbeits- und Familienleben miteinander vereinbaren wollen, sollten angegangen werden. Es ist notwendig ein integratives, attraktives, sicheres und anpassungsfähiges Arbeitsumfeld zu bieten, das die Bedürfnisse und Erwartungen der alternden Arbeitskräfte berücksichtigt und Chancen für deren Weiterbildung und eine Aktualisierung ihrer vorhandenen Fähigkeiten bietet.

Obwohl AGE findet, dass aktives Altern als eine positive Strategie betrachtet werden sollte, die ältere Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer dazu ermuntert und darin unterstützt, ihr Arbeitsleben zu verlängern, wenn sie das wollen und dazu in der Lage sind, möchten wir darauf hinweisen, dass andere Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer – besonders solche mit einer hohen Stressbelastung, in Jobs mit schwierigen Arbeitsbedingungen oder mit erheblichen Verpflichtungen gegenüber pflegebedürftigen Angehörigen – sich jedoch einen frühen Ruhestand wünschen und ihn oft auch benötigen. Hier sollte man nicht versuchen, alle älteren Menschen zwangsweise zu längerer Arbeit zu verpflichten, ohne auf ihre körperlichen Fähigkeiten, ihren Gesundheitszustand, ihre wirtschaftliche Situation oder die familiären Umstände Rücksicht zu nehmen.

Der zusätzliche Wert älterer Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer

Ältere Menschen leisten einen nützlichen gesellschaftlichen Beitrag und wären auf allen gesellschaftlichen und gemeinschaftlichen Ebenen zu einem noch größeren Engagement fähig, wenn sie ihr Potenzial als „Produzenten“ sowohl in Erwerbstätigkeit als auch in ehrenamtlichen Tätigkeiten entfalten dürften. Zu viele Barrieren verhindern jedoch immer noch ihre vollständige Teilhabe, besonders auf dem Arbeitsmarkt. So sind zum Beispiel viele Menschen aufgrund von veralteten Qualifikationen, strukturellen Barrieren, Mobilitätsproblemen, Altersdiskriminierung und Pflegebedürftigkeit ausgeschlossen.

Die vorherrschende Einstellung zur Beschäftigung älterer Arbeitskräfte in der EU muss sich ändern und Arbeitgeber müssen erkennen, dass sie davon profitieren, wenn sie die Kenntnisse ihrer vorhandenen älteren Belegschaft erhalten und weiterentwickeln. Im Zusammenhang mit Debatten über das Heraufsetzen des Rentenalters betrachtet AGE es als zwingend, sich in Erinnerung zu rufen, dass die Beschäftigungsquote von Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern zwischen 55 und 64 Jahren immer noch durchschnittlich bei 40 Prozent (31,7 Prozent für ältere Frauen) liegt und dass wirkliche Zuwächse nur dadurch erreicht werden können, dass Männer und Frauen so lange sie wollen produktiv arbeiten dürfen. Hohe Arbeitslosigkeit und Unterbeschäftigung betreffen die Gruppe der älteren Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer mehr als andere und ihren Bedürfnissen und der Entwicklung von geeigneten Anreizen und unterstützenden Maßnahmen muss besondere Aufmerksamkeit geschenkt werden.

Wenn wir zum Beispiel die familienfreundliche Politik betrachten, die Frauen eine Balance zwischen ihrem Arbeits- und Familienleben ermöglichen soll, hoffen wir, dass die zukünftige Europäische Familienallianz sich nicht nur auf Familien mit kleinen Kindern als Zielgruppe beschränken wird, sondern sich mit den lebenslangen Pflichten, mit denen familiäre Pflegekräfte (meist Frauen) konfrontiert sind, beschäftigen wird. Die meisten von ihnen gehen direkt von der Kindererziehung zur Pflege älterer Angehöriger oder der Versorgung der Enkelkinder über. Obwohl die Notwendigkeit, dem Mangel an Pflegedienstleistungen abzuweichen, von den Politikerinnen und Politikern zumindest auf dem Papier anerkannt wurde, wurden bisher noch keine verbindlichen Vereinbarungen über spezielle Vorgaben für die Altenpflege getroffen, wie es bei der Kinderbetreuung der Fall ist. Es gibt eine EU-Richtlinie, die sogenannten Barcelona-Ziele zur Kinderbetreuung, aber für die Altenpflege existiert nichts Vergleichbares, obwohl alle darin übereinstimmen, dass dies die Voraussetzung dafür ist, die Beschäftigungsquote älterer Frauen zu erhöhen.

AGE ist fest davon überzeugt, dass die Mitgliedsstaaten sich selbst verpflichten müssen, ihren nationalen Reformprogrammen eine höhere Priorität einzuräumen, um die gemeinsam vereinbarten Lissabon-Ziele, einschließlich der Mechanismen für eine höhere Beschäftigungssicherheit für alle, insbesondere für Frauen, zu erreichen und nicht nur eine größere Flexibilität für die Arbeitgeber. Die Tendenz einiger Mitgliedsstaaten, ältere Menschen dazu zu zwingen, Beschäftigungen mit geringer oder schlechter Qualität anzunehmen, ist nicht der richtige Ansatz, und wir sind beunruhigt, dass die EU-Gesetzgebung gegen Diskriminierung am Arbeitsplatz, die nun von allen Mitgliedsstaaten umgesetzt wurde, ältere Beschäftigte anscheinend nicht vor Altersdiskriminierung schützt. Wir sind überrascht, dass zum Beispiel das neue deutsche Allgemeine Gleichbehandlungsgesetz nicht auf Entlassungen anwendbar ist. Das bedeutet, dass Arbeitgeber trotz der EU-Beschäftigungsrichtlinie unter Hinweis auf sein Alter auch in Zukunft einen älteren Arbeitnehmer eher als einen jüngeren entlassen können.

Gute und faire Arbeitsbedingungen sind unverzichtbar. Ältere Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer werden eher geneigt sein weiterzuarbeiten, wenn ihnen Jobs und Arbeitsbedingungen angeboten werden, die es ihnen ermöglichen, ihre Fähigkeiten und Erfahrungen optimal zu nutzen und wenn ihre Arbeitsleistung und ihre Mitwirkung weiterhin gewürdigt werden.

Wir haben gesehen, dass Selbstständigkeit eine weitere wichtige Möglichkeit für ältere Menschen darstellt, die ihnen Flexibilität bieten kann, um bezahlte Arbeit mit anderen Verantwortlichkeiten und Verpflichtungen zu vereinbaren. AGE möchte hier jedoch gerne zur Vorsicht mahnen: Die Tendenz zur Selbstständigkeit sollte nicht zu einer Absenkung des Niveaus der sozialen Absicherung führen, wie es in vielen Mitgliedsstaaten der Fall ist, und die geschlechtsspezifische Dimension der Entwicklung zur Selbstständigkeit sollte näher untersucht werden. Arbeitgeber sollten ein stärkeres Bewusstsein für das unerschlossene Arbeitskräftepotenzial älterer Menschen und den Wert ihrer Beschäftigung und Weiterbildung entwickeln.

Arbeitgeber könnten auch am Wissenstransfer von älteren Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern zu jüngeren interessiert sein, um auf diese Weise möglichen Qualifikationsengpässen entgegenzusteuern. Ein Ziel solcher Maßnahmen könnte darin bestehen, die Arbeitgeber davon zu überzeugen, dass eine altersdiskriminierende Politik nicht nur moralisch und sozial gesehen ungerecht ist, sondern auch dem eigenen ökonomischen Interesse und dem Image der Arbeitgeber abträglich ist. Wenn die Bevölkerung rasant altert, wird Diskriminierung aus ökonomischer Perspektive kontraproduktiv. Die in den Workshops präsentierten Beispiele zeigen, dass aus ökonomischer Sicht vieles für die erweiterte Teilnahme am Arbeitsmarkt spricht.

Der Staat muss hierbei jedoch eine Führungsrolle einnehmen und andere Akteurinnen und Akteure, wie beispielsweise Nichtregierungsorganisationen, aktiv an Beschäftigungsdebatten beteiligen. Auch hier möchte AGE die Deutsche EU-Ratspräsidentschaft für ihr entschlossenes Bekenntnis zu einer sozialen Partnerschaft mit den Nichtregierungsorganisationen loben. Der Arbeitsmarkt muss so angepasst werden, dass er allen Menschen eine faire Chance einräumt, ein angemessenes Einkommen zu erzielen und eine aktive Rolle in der Gesellschaft zu spielen. Neue Arbeitsgesetze sollten die Notwendigkeit für Investitionen in Humankapital und lebenslanges Lernen als Voraussetzungen für einen nachhaltigen Arbeitsmarkt berücksichtigen. Das derzeitige System von Sicherheitsmaßnahmen am Arbeitsplatz sollte durch übergreifende Arbeitsmarktmaßnahmen ersetzt werden, die die lebenslange Einbindung der Beschäftigten in den Arbeitsmarkt einschließen. Europa muss einen Arbeitsmarkt und soziale Sicherungssysteme aufbauen, die ein hohes Maß an sozialer Sicherheit bei unterschiedlichen Arbeitsbedingungen, Verträgen und verschiedenen Arbeits- und Lebenszyklen garantieren. Ein solches System sollte es den Menschen erlauben, flexibel von einer Beschäftigung zur nächsten, von Unternehmensbereich zu Unternehmensbereich, von Land zu Land und von Teilzeit- zu Vollzeitarbeit und umgekehrt zu wechseln, ohne ihre sozialen Rechte einschließlich ihres Rechts auf ein angemessenes Einkommen im Alter zu verlieren.

Außerdem glaubt AGE, dass es die Pflicht sowohl der Behörden als auch der Tarifpartner ist, ein positiveres Image älterer Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer zu fördern und altersdiskriminierende Behauptungen anzufechten. 2006 etwa hat eine OECD-Studie Belege dafür gefunden, dass die Produktivität einer Arbeitnehmerin bzw. eines Arbeitnehmers sich im Alter nicht verringert, da eine verringerte körperliche Leistungsfähigkeit problemlos durch Qualitäten und Fähigkeiten kompensiert wird, die durch Erfahrung erworben wurden. Hochqualifizierte Jobs müssen für ältere Arbeitnehmer verfügbar sein, auch für ältere Frauen, bevor Frühverrentungsmaßnahmen nach und nach abgebaut werden können, und es sollte sichergestellt sein, dass diejenigen, die gerne nach Erreichen des Rentenalters noch arbeiten möchten, das auch tun können und nicht durch eine unflexible, die Wahlmöglichkeiten einschränkende Politik daran gehindert werden.

Ältere Menschen als „Konsumenten“ oder „Nutzer“

Das Konzept der älteren Menschen als „Konsumenten“ steht in direktem Zusammenhang mit dem Konzept des aktiven Alterns nach dem Verständnis der Weltgesundheitsorganisation, also beispielsweise gesundes Altern, unabhängiges Leben und soziale Integration. Hier handelt es sich um ein wesentlich breiteres Konzept, das seinen Schwerpunkt auf das Recht eines Individuums auf umfassende gesellschaftliche Teilhabe legt, ein Konzept, das auf den Grundrechten und der Entscheidungsfreiheit des Einzelnen beruht.

AGE begrüßt das zunehmende Bewusstsein in der Wirtschaft für den demografischen Wandel und für die Chancen, die durch die wachsende Zahl an Konsumentinnen und Konsumenten entstehen. Wir teilen zwar die Einschätzung, dass es eine steigende Nachfrage nach Spezialprodukten und -hilfsmitteln geben wird, um die speziellen Bedürfnisse einer wachsenden Zahl von bedürftigen Personen und Menschen mit chronischen Krankheiten zu befriedigen; dennoch glauben wir, dass es einen Markt dafür gibt, die Bedürfnisse und Erwartungen älterer Menschen generell in die Entwicklung aller Produkte und Dienstleistungen einzubeziehen. AGE unterstützt nachdrücklich das Konzept des „Design for All“ in allen Lebensbereichen: öffentliche Verkehrsmittel, Stadtentwicklung, Informations- und Kommunikationstechnologien, Dienstleistungen von allgemeinem Interesse ebenso wie gewöhnliche Waren und Dienstleistungen, die der Öffentlichkeit angeboten werden.

Behörden können dabei helfen, die Wirtschaft davon zu überzeugen, das Konzept des „Design for All“ zu übernehmen, indem sie es zu einer Bedingung für die Vergabe öffentlicher Aufträge machen. In einigen Mitgliedsstaaten ist dies im Bereich des öffentlichen Verkehrs bereits der Fall und alle, die diesen Ansatz freiwillig übernommen haben, konnten eine starke Erhöhung der Passagierzahlen beobachten (zum Beispiel verzeichnete Grenoble einen Zuwachs von 30 Prozent in den neuen, leicht zugänglichen Trambahnen).

Aus unserer Sicht ist es notwendig, alle unsere Produkte, Einrichtungen und Dienstleistungen an die Bedürfnisse älterer Menschen anzupassen und das kann nur geschehen, wenn man ihre Bedürfnisse von Anfang an mit einbezieht. Das Konzept des „Design for All“ wird die meisten Schranken, die ältere Menschen an der vollständigen Teilnahme am gesellschaftlichen Leben hindern, verschwinden lassen. Es wird den Zeitpunkt der Bedürftigkeit hinausschieben, da viele Barrieren durch unerreichbare Waren, Einrichtungen und Dienstleistungen entstehen.

Neben der Anpassung von Alltagsprodukten an die Bedürfnisse von älteren Menschen ist es notwendig, innovative Produkte und Hilfsmittel zu entwickeln, um Behinderungen zu überwinden und den Menschen zu helfen, in einem sicheren Umfeld so unabhängig wie möglich zu leben.

Die Wirtschaft hat neue Märkte erschlossen, zum Beispiel durch das Angebot neuer Serviceleistungen, die besonders für ältere Bürgerinnen und Bürger, aber auch für eine jüngere Kundschaft attraktiv sind: häusliche Überwachungssysteme, die von allen allein lebenden Personen benutzt und an den individuellen Bedarf angepasst werden können, eine Palette von Dienstleistungen wie Reinigung und Lebensmittelservices, die nach Hause (für diejenigen, die Mobilitätsprobleme haben) oder ins Büro liefern (für diejenigen, die lange arbeiten) etc. Es gibt schon verschiedene interessante Beispiele für neue Produkte und Dienstleistungen. Aber es gibt noch viel zu tun, um einen ungehinderten Zugang zu allen Produkten und Dienstleistungen zu gewährleisten, die für die Allgemeinheit gedacht sind und nicht nur für die wenigen Glücklichen, die es sich leisten können, teure maßgeschneiderte Produkte zu kaufen.

Aktives Altern kann aus der Sicht eines älteren Menschen viele verschiedene Dinge bedeuten, aber es kann letztlich in wenigen Worten zusammengefasst werden: in allen gesellschaftlichen Bereichen glücklich und eingebunden zu bleiben, sei es auf dem Arbeitsmarkt (für diejenigen, die länger arbeiten möchten), sei es bei ehrenamtlichen Tätigkeiten, bei der unbezahlten Pflege von Angehörigen, bei sportlichen oder kulturellen Aktivitäten oder bei der Kaufentscheidung als Konsumentin bzw. Konsument, genau wie jeder andere und so lange wie möglich. Aktives Altern bedeutet für jeden Einzelnen etwas anderes, da die Bedürfnisse und Erwartungen variieren und wenn die Menschen älter werden, wandelt sich auch ihre soziale und familiäre Umgebung, wie sich auch ihre Gesundheit und ihre Vermögensverhältnisse verändern.

Viel zu oft schon haben Diskussionen über die Alterung der Bevölkerung dazu tendiert, von älteren Menschen als einer homogenen Gruppe auszugehen und haben die Realität vernachlässigt, dass Menschen ab 50 Jahren eine sehr facettenreiche Gruppe bilden und ihr

Alter nur eine Eigenschaft unter vielen anderen darstellt. Da die ältere Bevölkerung weiter wächst, wird diese Unterschiedlichkeit auch weiter zunehmen. Gesellschaft und Wirtschaft sind diejenigen, die sich schnellstens anpassen müssen.

Ältere Menschen können weder generell als wohlhabende, gesunde und früh in Rente gegangene Menschen gekennzeichnet werden, die viel Geld ausgeben möchten, um ihr Wohlbefinden zu verbessern und das Leben zu genießen, wie manche das Konzept der „Silver Economy“ gerne einstufen. Noch können sie ohne Weiteres als verletzbare, bedürftige Menschen eingestuft werden, die spezielle Hilfstechnologien benötigen, um zu Hause unabhängig und mit geringeren gesellschaftlichen Kosten leben zu können. Diese beiden Bilder spiegeln die wachsende und zunehmend ausdifferenzierte Gruppe älterer Bürgerinnen und Bürger heutzutage nicht richtig wider.

Darum begrüßt AGE die Initiative der Deutschen EU-Ratspräsidentschaft, eine Konferenz zum wirtschaftlichen Potenzial der Älteren, sowohl als „Produzenten“ als auch als „Konsumenten“ zu organisieren. Der demografische Wandel ist in der Tat eine Chance, die ergriffen werden muss, um unserer alternden Bevölkerung zu helfen, ihr wirtschaftliches Potenzial auszuschöpfen und auf die soziale Herausforderung zu reagieren, gleiche Chancen für alle zu gewährleisten.

AGE ist der Meinung, dass allen, auch den älteren Menschen, die Möglichkeit offen stehen sollte, vollwertig an der Gesellschaft zu partizipieren, sei es als „Produzenten“ in einer bezahlten Beschäftigung, als Ehrenamtliche oder informelle Pflegekräfte oder als „Konsumenten“ respektive „Nutzer“ – ein adäquaterer Ausdruck, um diejenigen zu definieren, die beispielsweise soziale Dienstleistungen oder Dienstleistungen von allgemeinem Interesse in Anspruch nehmen.

Es älteren Menschen zu ermöglichen, ihr wirtschaftliches Potenzial auszuschöpfen, ist nicht nur eine Möglichkeit für die Wirtschaft, neue Märkte zu erschließen, und für die Behörden, Geld zu sparen, sondern für die heutige europäische Gesellschaft auch eine Notwendigkeit, ein Muss für alle wirtschaftlichen Akteurinnen und Akteure (Geschäftsleute, Beschäftigte und Anbieter von Dienstleistungen) genauso wie für Politikerinnen und Politiker, die die Verantwortung dafür tragen, das Wohlbefinden aller zu fördern und sicherzustellen, dass es älteren Menschen ermöglicht wird, ihre persönlichen Erwartungen zu verwirklichen und einen Beitrag für die Gesellschaft zu leisten, um im Alter eine hohe Lebensqualität zu genießen.

Podiumsgespräch: Herausforderungen des demografischen Wandels annehmen – Innovations- und Wettbewerbsfähigkeit stärken



Podiumsgespräch:

1. Katja Praefke, Unilever Deutschland
2. Sara E. Rix, Ph. D., AARP Public Policy Institute
3. Rolf Myhrman, Ministerium für Soziales und Gesundheit (Finnland)
4. Petra Diroll, ARD (Moderatorin)
5. Jérôme Vignon, EU-Kommission, Generaldirektion Beschäftigung, Soziales und Chancengleichheit
6. Nicole Prud'homme, Europäischer Wirtschafts- und Sozialausschuss



Petra Diroll



Rolf Myhrman



Nicole Prud'homme



Sara E. Rix



Jérôme Vignon



Katja Praefke

Auszüge aus dem Podiumsgespräch

Ältere auf dem Arbeitsmarkt

Petra Diroll:

Welche Einflussmöglichkeiten hat die EU, um die Beschäftigungsquote Älterer zu erhöhen?

Jérôme Vignon:

Ich glaube, wir haben mehrere Einflussmöglichkeiten. Zum einen gibt es die Lissabon-Agenda mit ihrer Beschäftigungsstrategie für Europa. Diese Beschäftigungsstrategie ist schon seit fünf Jahren im Gange. Sie betont die Teilnahme der älteren Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer besonders. Um diese Strategie zu unterstützen und weiter Druck auf Unternehmerinnen und Unternehmer und Sozialpartner auszuüben, haben wir Indikatoren entwickelt, die jährlich überprüft werden. Auch über die Mittelvergabe beim Sozialfonds können wir die Einstellung älterer Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer fördern. Schließlich haben wir die Antidiskriminierungsrichtlinien, die auch Benachteiligungen aufgrund des Alters verhindern helfen. Es existiert also ein ganzes Bündel von Maßnahmen auf europäischer Ebene, um diese gesamte Strategie, die die völlige Teilhabe der älteren Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer zum Ziel hat, wirklich voranzubringen.

Petra Diroll:

Frau Prud'homme, wie schaffen wir es, in ganz Europa Schluss zu machen mit der Frühverrentungspolitik? Wie fördern wir ein „aktives Altern“, das auch den Einstieg Älterer in den Arbeitsmarkt einschließt? Auf dem Arbeitsmarkt gelten die Alten ja immer noch eher als Problem. Wie gehen wir damit um?

Nicole Prud'homme:

Sie haben von der Frührente gesprochen und ich bin trotzdem ein wenig erstaunt zu hören, dass man sich mit 50 Jahren alt fühlen kann. Ich glaube, das Ganze hat eine andere Dynamik, weil es sich meistens nicht wirklich um Frührente, sondern vielmehr um Erwerbslosigkeit von Menschen handelt, die keine Arbeit mehr haben, und die sich mit 50 Jahren sagen, dass sie der Gesellschaft keinen Nutzen mehr bringen, dass sie ihre eigenen Bedürfnisse durch die Früchte ihrer Arbeit nicht mehr erfüllen können. Das erscheint mir dramatisch. Bei all den unterschiedlichen Meinungen, die der Europäische Wirtschafts- und Sozialausschuss über Demografie, Vergreisung und die Beschäftigungsmöglichkeiten Älterer zusammengetragen hat, musste ich feststellen, dass diese Ansichten über lange Zeit von den verschiedenen Akteurinnen und Akteuren der gesamten zivilen Gesellschaft geteilt wurden, zumindest von den Arbeitgebern, den Beschäftigten und anderen Teilen der Gesellschaft. Ich glaube, die Zeit ist reif dafür, die Kluft zwischen der Tatkraft der alternden Beschäftigten (alle Veranstaltungen, die wir in den letzten beiden Tagen besucht haben, zeigen, dass diese Menschen der Gesellschaft noch viel zu geben haben) und der Ausgrenzung, der sie innerhalb der Arbeitswelt ausgesetzt sind, der sehr hohen Arbeitslosenquote bei älteren Menschen zu hinterfragen, und ich glaube, dass wir alle auf einen Ruck warten, einen Anlauf, um dieses Phänomen, das übrigens nicht nur die Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer, sondern auch die Arbeitgeber betrifft, zu bekämpfen. Ich bin überzeugt, dass man sehr beunruhigt sein kann bezüglich der Zukunft der Wirtschaft, ob aus Sicht der Arbeitgeber

(wie sieht die Zukunft der Gesellschaft aus? Könnte sie verschwinden?) oder aus dem Blickwinkel der Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer (Wie wirkt sich das auf die Familien aus, auf das soziale Leben?).

Ich möchte Ihnen dazu eine Zahl nennen, die Frankreich betrifft: Im Bereich der Wirtschaft wurde der Geldtransfer innerhalb der Familien von den Großeltern zu ihren Kindern oder Enkelkindern in Frankreich pro Jahr mit 34 Milliarden Euro beziffert. Das zeigt die wirtschaftliche Bedeutung, die ältere Menschen innerhalb der Familienstrukturen haben. Das bedeutet, dass die älteren Personen, die ihr Geld weitergeben, aber nicht zwangsläufig reich sind, sich in das Wirtschaftsleben einbringen, um anderen zu helfen, besonders ihren Kindern, die sich mit 50 Jahren in Arbeitslosigkeit befinden und ihre Kinder weder einkleiden noch deren Studium bezahlen können. Hieran lässt sich sehr gut die Bedeutung erkennen, die ältere Menschen in der Eigenschaft als Konsumentinnen und Konsumenten haben. Nun zum zweiten Teil ihrer Frage. Unter all den Meinungen, die wir innerhalb des Gremiums angesprochen haben, sind einige aus dem Gremium selbst entstanden, andere wurden als Antwort auf die Kommission formuliert und betreffen die Demografie, Vergreisung sowie Beschäftigungsmöglichkeiten der Menschen. Wir sind nicht uneinig mit der Kommission, im Gegenteil, wir unterstützen sie. Ich habe den Eindruck, dass wir heute im Bezug auf die gesetzgeberischen Instrumente, die durch die Kommission vorgestellt wurden, gut ausgestattet sind und genau deshalb habe ich bei meinem ersten Einwurf gesagt, dass uns eher der Wille fehlt. Ich bin nicht dafür da, die Kommission zu loben, auch wenn ich große Sympathie hege gegenüber Herrn Vignon, den ich sehr gut kenne, aber ich muss sagen, dass wir keinen Dissens bei den zu diesen Themen geäußerten Meinungen haben und dass wir uns darüber bewusst sind, dass wir eine große Anzahl an Verordnungen haben, die in die richtige Richtung gehen und die gerade dieses Thema voranbringen sollten, besonders was die Beschäftigung älterer Menschen betrifft.

Petra Diroll:

Herr Myhrman, die finnische Regierung hat vergangenes Jahr hier in Deutschland den Karl-Bertelsmann-Preis für ihre erfolgreiche Politik zugunsten älterer Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer erhalten. Vor zehn Jahren war die Beschäftigungsrate dieser Menschen in Finnland noch niedriger als bei uns in Deutschland. Aber Sie haben ungeheuer aufgeholt. Wie haben Sie das in Finnland geschafft?

Rolf Myhrman:

Wenn man darüber nachdenkt, wie hoch die altersbedingte wirtschaftliche Ausgabenquote heute ist und was man benötigt, um 2050 das gleiche Niveau zu halten, folgt daraus, dass das Renteneintrittsalter, das derzeit zwischen 60 und 70 Jahren liegt auf 70 Jahre erhöht werden muss. 70 scheint eine magische Zahl zu sein, und ist diese Aufgabe zu bewältigen? Es ist nicht unmöglich, aber wir benötigen Instrumente, und in Finnland haben wir ein Konzept für Erwerbsfähigkeit entwickelt, das im Wesentlichen auf vier Grundlagen basiert, zwei betreffen die Beschäftigten und zwei die Arbeitgeber. Die Seite der Arbeitgeber ist für die Geschäftsführung, das Altersmanagement und auch für die Qualität des Arbeitsumfelds zuständig. Die Beschäftigten sind für ihre Qualifikationen und ihre Gesundheit verantwortlich. Auf diese Weise haben beide Parteien Verantwortung, genau wie die Tarifpartner, die auch in den Prozess eingebunden sind, der von der Regierung geleitet wird. Ich freue mich auch, sagen zu können, dass die EU an diesem Prozess sehr interessiert war und ihn zweimal jährlich überprüft hat. So kann dieses gute Praxisbeispiel von allen europäischen Ländern übernommen werden. Die Hauptidee, die auf der praktischen Ebene zum Erfolg führte, war die Koopera-

tion der Ministerien. Das Institut für Gesundheit am Arbeitsplatz hat eine entscheidende Rolle in der Förderung dieses Prozesses gespielt, da es zwischen Regierung, Ministerien und Unternehmen angesiedelt ist. Anschließend werden die besten Praxisbeispiele von den unteren Unternehmensebenen übernommen und angewendet. Dieses Institut ist auch ein Forschungsinstitut, das einen kostenlosen und zügigen Service anbietet, um die Ergebnisse so schnell wie möglich umzusetzen. Zurzeit untersuchen wir die Effektivität unserer Maßnahmen. Lässt sich das von uns erwartete Verhalten tatsächlich beobachten und was sagen uns die Ergebnisse über das, was zu erwarten ist? Ein mehrstufiges System wie dieses hat Vorteile.

Petra Diroll:

Frau Praefke, haben Sie in Ihrem Unternehmen schon entsprechende Veränderungen bemerkt? Ist die Unternehmenskultur eine andere geworden oder kommt es immer noch vor, dass 40-jährige Mitarbeiter sich bei einem 60-jährigen Manager denken: „Willst Du nicht endlich in den Vorruhestand und mir den Job freimachen?“ Findet da so etwas wie ein Mentalitätswechsel statt?

Katja Praefke:

Um ganz ehrlich zu sein: Nein. Wir sollten die Situation auch nicht schönreden. Unser Unternehmen kann derzeit keine Leute einstellen, weil wir nicht das nötige Wachstum haben, um zu expandieren, was auch an den Märkten liegt, in denen wir operieren. Im Lebensmittel-, Körperpflege- und Waschmittelbereich, in dem wir tätig sind, gibt es zurzeit kaum Wachstum, es sei denn, man findet neue Zielgruppen, aber das dauert. Von daher sind wir im Moment leider nicht in der Lage, unsere Belegschaft auszubauen und damit finden solche Diskussionen zwangsläufig gar nicht statt.

Petra Diroll:

Frau Rix, Ihre Organisation AARP hat etwa 38 Millionen Einzelmitglieder. Eine annähernd vergleichbare Größe hat bei uns nur der Allgemeine Deutsche Automobilclub, und alle, die hier leben, wissen, wie stark die Lobby der Autofahrer in Deutschland ist. Würden Sie sagen, die Lobby der Älteren in den USA ist so stark, dass sie maßgeblich Gesetze mitbestimmt?

Sara E. Rix:

Also, es muss einen gewissen Druck von den Mitgliedern geben. AARP kümmert sich im Allgemeinen nicht um Themen, die die Mitglieder nicht für wichtig halten. Wir haben 38 Millionen Mitglieder, Einzelpersonen, die zum größten Teil 50 Jahre und älter sind und sie sind gewiss ein entscheidender Faktor bei Wahlen in den USA. Ich möchte nicht sagen, dass sie einen einheitlichen Block darstellen, denn das würde diesen 38 Millionen Amerikanerinnen und Amerikanern nicht gerecht werden. Ältere Menschen wählen nicht als Einzelpersonen, wie viele Politikerinnen und Politiker feststellen mussten, trotzdem gibt es Themen, die ihnen am Herzen liegen: soziale Absicherung zum Beispiel.

Ich möchte gerne erwähnen, dass AARP nun der offizielle Name der Organisation ist. Sie heißt nicht mehr „American Association of Retired Persons“ und der Grund dafür ist, dass fast die Hälfte unserer Mitglieder zur erwerbstätigen Bevölkerung gehört und der Begriff „im Ruhestand“ nicht mehr passt. Um weitere Mitglieder zu werben, haben wir die Bezeichnung „American Association of Retired Persons“ abgeschafft und nur die Abkürzung übernommen; ich glaube, das spiegelt deutlich wider, was in unserem Land vor sich geht, weil mehr US-Amerikanerinnen und Amerikaner die Notwendigkeit erkennen oder den Wunsch

haben, länger zu arbeiten. Nichtsdestotrotz sind Gesetzesvorstöße bei AARP, auch wenn wir uns mehr in Richtung einer Lobby für ältere Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer und Beschäftigungsthemen entwickeln, nicht das, wofür unsere Mitglieder kämpfen. Im Grunde genommen, und das sollten wir auch nach dem Ende der Konferenz im Kopf behalten, ist der Ruhestand eine der großen Erfolgsgeschichten des 20. Jahrhunderts. Die Menschen freuen sich auf den Ruhestand, haben mehr und mehr zu tun, wenn sie in Rente sind, und wir als Gesellschaft haben das erreicht. Es gibt Leute, die sagen, wir haben ein Monster erschaffen, aber wir haben es über einen Zeitraum von mehreren Jahrzehnten erschaffen und es wird eine ganze Weile dauern, das und die Gefühle unserer Mitglieder zu verändern – obwohl 80 Prozent der Babyboomer sagen, sie rechneten damit, im Ruhestand weiterzuarbeiten, und das auch tatsächlich wollen, erwarten sie von uns keine Bemühungen an der Beschäftigungsfront.

Ältere als Verbraucherinnen und Verbraucher

Petra Diroll:

Als Konsumentinnen und Konsumenten sind die Älteren der Wirtschaft, so mein Eindruck, hoch willkommen. Mich erstaunt, wie viele Statistiken zu diesem Thema derzeit kursieren und woher die Statistiker wissen, wie viele Milliarden auf irgendwelchen Sparkonten liegen.

Katja Praefke:

Wenn man neue wirtschaftliche Impulse setzen will, dann muss man sich der Zielgruppe der Älteren auch neu öffnen. Der überwältigende Erfolg unserer Pro-Age-Kampagne für Dove zeigt, dass wir damit einen wichtigen Punkt getroffen haben. Wir haben bei dieser Zielgruppe wirklich Tür und Tor geöffnet, sodass sie auch bereit ist, für einen Markenartikel plötzlich wieder Geld auszugeben. Es ist die wirtschaftliche Notwendigkeit, die uns als Unternehmen dazu bringt, solche Initiativen zu ergreifen. Mein Tipp an die Politik lautet deshalb zu schauen, welches die Türen sind, die man aufstoßen muss, um dieses Potenzial auch wirklich auszuschöpfen und zu nutzen. Eine Ansprache, wie wir sie in unserer Kampagne gewählt haben, mit unbedeckten älteren Damen, die sich souverän präsentieren, ist vielleicht nicht der Weg, den die Politik wählen müsste. Aber für uns war es ein Weg, um Massenartikel wie Deodorants, Duschgels und Körperlotionen einer sehr großen, auch wirtschaftlich sehr wichtigen Zielgruppe anzubieten, die diese Produkte vorher vielleicht nicht so im Blick hatte.

Petra Diroll:

Gibt es also Märkte, die wir unter diesem Aspekt vielleicht noch nicht genügend beachtet haben?

Jérôme Vignon:

Ich würde den Schwerpunkt nicht so sehr auf die Märkte legen, sondern auf die Infrastrukturen, die die Entwicklung der Märkte vereinfachen oder unterstützen. Bei der Konzipierung von Städten, von Wohnungen, von Beförderungsmitteln, von Dienstleistungen und bei der Harmonisierung von Infrastrukturen waren die Europäer bis jetzt nicht so schlecht. Die europäische Stadt hat schon seit Jahrhunderten eine Tradition nicht der Gettoisierung, sondern der Integration, und es geht jetzt darum, diese Integration auch im Hinblick auf das Zusammenleben der Generationen zu verwirklichen. Ich sehe in vielen Städten in

Deutschland, in Frankreich, in Spanien und natürlich auch in Skandinavien einzelne innovative Ansätze, um etwa die öffentlichen Verkehrsmittel und das Schulwesen mit der Zeitor-
ganisation der Bevölkerung in Einklang zu bringen.

Petra Diroll:

Auch für die Gesundheitswirtschaft bieten sich Wachstumschancen im Zuge des demogra-
fischen Wandels. Wenn aber die Krankenversicherungen unter finanziellen Engpässen lei-
den, dann muss der Staat handeln. Wie können wir in Europa das Dilemma lösen, einerseits
den Gesundheitsmarkt zu fördern, andererseits aber auch den Mahnungen der EU-Kommis-
sion zu folgen, unsere Sozialsysteme zukunftsfähig zu machen?

Rolf Myhrman:

Das Gesundheitssystem ist ein sehr schwieriges Thema. Heutzutage ist Gesundheitsvor-
sorge ein großer Schwerpunkt. In Finnland stellen die Lobbyisten sicher, dass gut ausge-
bildete und qualifizierte Menschen gut bezahlt werden, um die Bevölkerung mit dem
bestmöglichen Gesundheitswesen auszustatten. Momentan werden die Dienstleistungen
im Gesundheitswesen stark nachgefragt. In Zukunft wird es wichtig sein, eine gute Gesund-
heitsvorsorge zu organisieren. Die Regierung muss eine kompromisslose Haltung ein-
nehmen, die Löhne kürzen und weitere Ressourcen für Gesundheitsvorsorgemaßnahmen
bereitstellen, die im Gegenzug wiederum die Kosten im Gesundheitswesen gering halten
können. Das zentrale landesweite Patientenverwaltungssystem spielt auch eine Rolle. Die
vorherrschende Diskussion, wie man für Vorsorge im medizinischen Bereich Gelder zur
Verfügung stellen kann, hat zu einigen radikalen Reformen geführt. Die augenblickliche
Diskussion macht sich dafür stark, größere Krankenhäuser aus wenig besiedelten Gebieten
in größere Städte zu verlegen und in den wenig besiedelten Gebieten nur kleinere Häuser
zu behalten.

Jérôme Vignon:

Das Problem einer Modernisierung der Gesundheitsdienstleistungen, besonders der
Langzeitpflege, ist tatsächlich eine Schlüsselfrage. Es hängt sehr viel davon ab, dass wir die
Gesundheitssysteme konstruktiv und dauerhaft reformieren. Die Leitlinien bei der Finan-
zierung und bei der Modernisierung des Angebots sind dabei immer die gleichen. Es geht
letztlich um die Nachhaltigkeit des Zugangs für alle. Das ist der Kern des Reformkonzepts
überall in Europa. Im Zentrum steht die Qualität des Angebots, und man hofft, dass sich
durch dieses Mehr an Qualität die Kosten verringern lassen.

Petra Diroll:

Ergeben sich daraus auch neue Arbeitsmarktchancen für die vielen Frauen, die bisher
Gesundheitsdienstleistungen im Rahmen von Familienarbeit erbracht haben?

Jérôme Vignon:

Ja, das ist richtig. Das gilt besonders in den neuen Mitgliedsstaaten, wo viele Frauen, die
über 50 Jahre alt sind, keinen Arbeitsplatz bekommen. Sie haben ganz niedrige Pensions-
ansprüche und stünden eventuell zur Verfügung, um auf die zunehmenden Pflegebedürf-
nisse eine Antwort zu geben.

Petra Diroll:

Zu Beginn des Jahres wurde im Deutschen Fernsehen eine dreiteilige Sendung mit dem Titel „Aufstand der Alten“ ausgestrahlt. Darin wurde ein sehr düsteres Bild von der Zukunft gezeichnet. Gehen solche Schreckensszenarien völlig an der Realität vorbei?

Jerôme Vignon:

Ich halte diese Schreckensszenarien eher für nützlich. Es besteht die Gefahr, dass die Renten- und Gesundheitsreformen in Europa zu großen Vermögens- und Einkommensunterschieden in der Gruppe der Älteren führen. Wir haben uns in den letzten Jahrzehnten in Europa daran gewöhnt, dass die Vermögensunterschiede dank der Universalität der sozialen Sicherungssysteme zurückgehen. Wenn die Reformen nur diejenigen begünstigen, die sich am Ende ihres Arbeitslebens in den besten Bedingungen befinden, dann ist diese Politik wirklich riskant. Die Zahlen aus den OECD-Studien, aber auch aus unseren eigenen Untersuchungen zeigen, dass die Einkommensungleichheit bei den über 60-Jährigen in Europa erneut zunimmt. Wenn wir die an sich richtige Strategie des positiven Alterns tatsächlich zum Erfolg führen wollen, müssen wir in jedem Fall vermeiden, dass eine große Gruppe vom Genuss der Vorteile ausgeschlossen bleibt, weil sie nicht kaufkräftig genug ist. Die durchschnittliche Kaufkraft der über 50-Jährigen ist sehr hoch, aber es gibt einen immer größer werdenden Teil der Älteren, der nie Zugang zu diesen neuen Produkten und Dienstleistungen haben wird. Bei diesen Menschen wird es zu einer gewissen Verzweiflung und Skepsis kommen, die zum Scheitern der ganzen Strategie führen könnte. Deswegen müssen wir unbedingt sicherstellen, dass die Renten- und Gesundheitsreformen sozial angemessen und gerecht sind. Finanzielle Nachhaltigkeit ist unbedingt wichtig, aber wir dürfen darüber die soziale Nachhaltigkeit nicht vergessen. Das ist wirklich ein wesentlicher Punkt. Wir müssen unsere gemeinsamen sozialen Ziele gewährleisten, zu denen die soziale Angemessenheit der zukünftigen Renten gehört. Das muss auch in der Lissabon-Strategie deutlich sichtbar werden. Ich kann Ihnen versichern, dass wir vonseiten der EU-Kommission unser Bestes tun werden, damit die soziale Angemessenheit der Pensionen auch als gemeinsames Ziel in der zentralen Lissabon-Strategie verankert wird.

Generationenzusammenhalt

Petra Diroll:

Die Politik will die Pflege in der Familie stärken. Gleichzeitig sollen wir mehr arbeiten, um das Wirtschaftswachstum in Europa angesichts einer schrumpfenden Bevölkerung halten zu können. Wir müssen produktiver sein, um dieses Wachstum zu generieren, und dann sollen wir auch noch lebenslang lernen. Die mittleren Generationen sind also vielfach belastet. Frau Prud'homme, wie sollen wir das alles leisten?

Nicole Prud'homme:

Wir sollten positiv bleiben, trotz der Zahl der eher negativen Berichte, die die alternde Bevölkerung betreffen, zu der auch ich gehöre: Bezüglich der Probleme der Demografie und der Geburtenrate zeigt sich heute, wie mir scheint, bei einigen Mitgliedsstaaten ein Ruck, eine Bewusstwerdung in der Politik, weil sie verhindern wollen, dass ihre Länder verschwinden, denn tendenziell gibt es in den meisten Mitgliedsstaaten einen Bevölke-

rungsrückgang. Die Bevölkerung verringert sich und vergreist, deshalb gibt es wohl in einer großen Zahl von Ländern einen Bewusstseinswandel zugunsten der Erhöhung der Geburtenrate. Die Kommission hat eine Anzahl von Empfehlungen vorgelegt, darunter die Einwanderung, die eine, aber nicht die einzige Lösung darstellen kann. Ich formuliere hier also den Wunsch, dass man die Bevölkerung dabei unterstützt, Kinder zu bekommen, und ich bin sicher, dass mit dieser Bewusstwerdung der Geburtenziffer die Politik in Bewegung kommen wird. Denn angesichts des Phänomens der Vergreisung mit allen ihren Konsequenzen, kann nur eine kollektive Bewusstmachung die Ausarbeitung einer Politik zugunsten der alternden Bevölkerung ermöglichen, das heißt der über 50-Jährigen, besonders mit Unterstützung auf europäischem Niveau durch eine Anzahl an Richtlinien, die eine Förderung oder sogar eine Finanzierung ermöglichen sollen. Ich habe zumindest noch ein wenig Hoffnung.

Petra Diroll:

Müssen wir uns also doch von der Hoffnung verabschieden, dass Ältere als Aktive in der Wirtschaft jemals so gefragt sein werden, wie wir uns das alle wünschen, und vielleicht stattdessen das Thema Ehrenamt in den Mittelpunkt rücken?

Jérôme Vignon:

Die EU-Kommission verfolgt eine Politik der Vereinbarkeit von Familie, sozialem Leben und Arbeitsleben. Dies wollen wir vor allem über einen gesellschaftlichen Dialog erreichen. Nicht nur die Unternehmen, auch die Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer müssen sich anstrengen. Die Anerkennung der nicht bezahlten Arbeit soll von öffentlicher Seite kommen, in Einklang mit den Versuchen, auf Betriebsebene die Vereinbarkeit von Beruf und Familie zu erreichen – und zwar für Frauen und Männer. Hier für Verbesserungen zu sorgen, wird auch eine Aufgabe der Expertengruppe sein, die im Kontext der Europäischen Allianz für die Familie eingesetzt wurde. Eine der wesentlichen Herausforderungen wird darin bestehen, neue, innovative Ansätze zur Bewertung der unbezahlten Arbeit zu entwickeln, um das Thema nicht nur in den Unternehmen, sondern in der ganzen Gesellschaft voranzubringen.

Petra Diroll:

Frau Rix, in Europa existiert die Vorstellung, dass ältere Menschen in den Vereinigten Staaten vielfach gezwungen sind zu arbeiten, um ihre Rente aufzubessern. Trifft dieses Bild zu?

Sara E. Rix:

Als Folge der Verschiebung von festgelegten Pensionsleistungsplänen zu festgelegten Rentenversicherungsbeiträgen sind ältere Menschen auf dem Markt gefährdet und als Folge der Rezession im Jahr 2000 haben viele Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer das Datum des Rentenbeginns nach hinten verschoben. Relativ wenig Rentnerinnen und Rentner sind trotz des Konjunkturabschwungs in die Erwerbstätigkeit zurückgekehrt. Studien in den Vereinigten Staaten über 65-jährige Erwerbstätige und eine vergleichbare Altersgruppe von Erwerbslosen zeigte, dass ältere Erwerbstätige gesünder, besser ausgebildet und wohlhabender waren als die nicht erwerbstätige Vergleichsgruppe. Während es für Menschen mit niedrigem Einkommen eine Notwendigkeit sein kann, länger zu arbeiten, haben sie es schwerer, da ihnen Fähigkeiten und Qualifikationen fehlen, die Arbeitgeber verlangen.

Die besser ausgebildeten Personen verfügen über die erforderlichen Mittel für einen angenehmen Ruhestand. Das Bild in den Vereinigten Staaten ist uneinheitlich. Die Erwerbsquote bei den über 50-Jährigen und über 65-Jährigen begann um 1985 zu steigen. Es wäre vielleicht möglich, diese Quote in der entscheidenden Altersgruppe der 65 bis 69-Jährigen auf 40 Prozent zu erhöhen, aber einen Großteil der Last trägt eine Gruppe, die wir während dieser Konferenz sehr kurz behandelt haben. Wir haben über Arbeitgeber und Regierungen gesprochen, aber wir haben die Beschäftigten selbst vergessen, außer wenn es um Gesundheitsvorsorge Maßnahmen ging. In den Vereinigten Staaten gibt es keine Rückkehr in das Erwerbsleben in höherem Alter, denn, wer einmal draußen ist, ist in der Regel für immer draußen.

Die Erfahrungen mit dem US-amerikanischen Gesetz gegen Altersdiskriminierung im Berufsleben deuten darauf hin, dass eine solche Gesetzgebung zwar möglicherweise einen negativen Effekt auf die Einstellung älterer Arbeitskräfte hatte – und die Europäische Union sollte diesen Effekt bei der derzeit beginnenden Überprüfung ihrer Gesetzgebung gegen Altersdiskriminierung bedenken –, sie sich aber dennoch auch positiv auf den Verbleib älterer Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer im Erwerbsleben ausgewirkt hat, die länger arbeiten möchten, wenn ihnen die Möglichkeit dazu geboten wird; und ich glaube, sie werden in Zukunft mehr Chancen dazu bekommen, da einige – nicht alle – Wirtschaftszweige unter einem Arbeitskräftemangel zu leiden beginnen, wie wir ihn aus der Pflegebranche kennen.

Altersbilder

Petra Diroll:

Frau Praefke, niemand diskutiert in jungen Jahren gern über das Älterwerden. Glauben Sie, diese Diskussion lässt sich trotzdem in die gesamte Gesellschaft hinaustragen? Werden sich Menschen künftig mehr Gedanken machen, wie sie ihr Alter gestalten wollen?

Katja Praefke:

Ich glaube, gerade unsere Dove-Werbekampagne zeigt, dass diese Diskussion bereits stattfindet und dass sie mitunter auch polarisiert geführt wird. Hätten wir vor drei Monaten angekündigt, wir werden Frauen nackt abbilden, die zwischen 55 und 65 Jahre alt sind, wären wir wohl für verrückt erklärt worden. Wenn wir diese Kampagne, bei der es sich ja um Werbung für ein Kosmetikprodukt handelte, jetzt betrachten, dann ist das Echo darauf durch die Bank positiv. Die Zeit ist reif, über unsere Sicht auf das Alter zu sprechen, und die Leute wollen auch darüber diskutieren. Meiner Meinung nach ist es außerdem besonders erfreulich, dass das Alter in dieser Diskussion als ein gesellschaftliches Phänomen gesehen wird, das existiert und das deshalb auch so adressiert werden sollte, wie es ist. Die Leute sollen so dargestellt werden, wie sie sind, in ihrer ganzen Vielfältigkeit und auch in ihrer Schönheit. Also ich würde sagen, die Zeit ist reif zu diskutieren, und im Moment profitieren wir auch von dieser Diskussion.

Petra Diroll:

Frau Rix, können Sie eine zunehmende Bereitschaft erkennen, sich mit dem Altern auseinanderzusetzen?

Sara E. Rix:

Als ich als junge Wissenschaftlerin angefangen habe, solche Konferenzen zu besuchen und viele meiner älteren Kolleginnen und Kollegen in den Meetings zu treffen, habe ich immer gesagt: Wann werden sie endlich in Rente gehen und uns eine Chance geben? Und ich weiß, dass Leute das nun auch über mich sagen. Und wenn ich so ins Publikum schaue, sehe ich zwar ein paar junge Gesichter, aber auch hier müssen diejenigen von uns, die hier oben sind und Veranstaltungen wie diese organisieren, bessere Arbeit leisten, um die jüngere Generation zu erreichen. Denn je länger wir erwerbstätig sind, desto länger müssen wir auch zusammen arbeiten und ich halte es für wichtig, dass wir die Bedürfnisse und die Sorgen der Generationen von älteren Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern, die nach uns kommen, anerkennen.

Petra Diroll:

Herr Myhrman, ist Ihrer Ansicht nach in Finnland ein neues Bewusstsein entstanden, auch vor dem Hintergrund, dass Sie es geschafft haben, wieder mehr ältere Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer in den Arbeitsprozess zu integrieren? Gibt es da neue Formen des Zusammenlebens zwischen den Generationen oder so etwas wie mehr Respekt bei den Jüngeren?

Rolf Myhrman:

In Finnland hat sich in den letzten 15 Jahren ein enormer Einstellungswandel vollzogen und nun respektieren wir ältere Erwerbstätige auf ganz andere Art. Ich würde gerne ein paar Anmerkungen machen über Waren und die Art, wie sie produziert werden. Wir tendieren dazu, zwischen zwei Extremen, den privaten und den öffentlichen Gütern, zu polarisieren und übersehen dabei möglicherweise die unbezahlte Arbeit, die in Familien oder Nichtregierungsorganisationen geleistet wird, wo einige dieser Güter produziert werden. Gütern, die für den Markt produziert werden, wird eine Menge Aufmerksamkeit zuteil, aber man sollte erwähnen, dass es einen ethischen Unterschied gibt, ob sie von kommerziellen Unternehmen, von Wohltätigkeitsorganisationen oder in Strukturen produziert werden, wo nahe Familienangehörige gepflegt werden. Wenn wir uns dem Thema von neuen Modellen des Zusammenlebens der Generationen zuwenden, verfügen wir zwar nicht über statistische Daten, aber während wir älter werden, sprechen wir darüber, wie man ältere Menschen innerhalb der Familienstrukturen, im Gegensatz zu institutionellen Angeboten, pflegen und wie man sie aktiv in die Gesellschaft eingliedern kann.

Petra Diroll:

Herr Vignon, Stichwort Mentalitätswechsel. Stellen Sie eine Veränderung fest?

Jérôme Vignon:

Ja, ohne Zweifel. Björn Bloching hat das in seinem Tagungsbeitrag zugespitzt. Er hat darauf hingewiesen, dass die jüngeren und die älteren Generationen alle Konsumenten sind und dass der Kaufkraft der Älteren insgesamt mehr Aufmerksamkeit geschenkt werden sollte. Es gibt aber Unterschiede in der Bedeutung, die die Jüngeren und die Älteren dem Konsum jeweils beimessen. Die ältere Generation tendiert zu mehr Altruismus als die jüngere Generation. Wenn es uns gelingt, mit generationenübergreifenden Häusern oder gemischten Teams in der Arbeitswelt die verschiedenen Generationen mehr in Kontakt miteinander zu bringen, wenn es uns gelingt, die Erfahrung und die sozialen Kompetenzen der Älteren zu nutzen, dann werden wir viele unserer Probleme überwinden. Ein solcher Bewusstseins-

wandel wird sich positiv auf Firmen und auch auf öffentliche Institutionen auswirken. Ich bin da ganz zuversichtlich. Es gibt eine Komplementarität zwischen Jüngeren und Älteren und die Wertschätzung dieser Komplementarität wird zunehmen. Allerdings gibt es dabei ein regionales Problem: Was passiert in denjenigen Ländern, Städten und Gemeinden, in denen es kaum noch eine junge Generation gibt, in denen über 90 Prozent der Bevölkerung älter als 50 Jahre sind? Es ist eine große Aufgabe auf europäischer Ebene, neue Perspektiven für diese Regionen zu schaffen. Dabei kann das Sozialforum helfen, aber es muss auch wieder Selbstvertrauen in solchen Regionen entstehen.

Petra Diroll:

Frau Prud'homme, kennen Sie ein konkretes Beispiel aus Ihrer Umgebung für den angesprochenen Mentalitätswandel?

Nicole Prud'homme:

Danke, dass Sie mir meine Familienerlebnisse ins Gedächtnis rufen. Ich habe Kinder und Enkelkinder und meine Kinder stellen sich im Hinblick auf ihre Zukunft oft Fragen, in Anbetracht der schwierigen Beschäftigungssituation, der gestiegenen Immobilienpreise, die für unsere Jugend ein großes Problem darstellen. Auch die zunehmende Desintegration der Familien, über die überhaupt nicht gesprochen wird, stellt oftmals ein großes Problem dar. Ich glaube aber, dass ältere Menschen eine zentrale Rolle spielen können, wenn sich die Familie auflöst. Einige andere sagen sich, dass sie vielleicht keine Rente bekommen und wenden sich schließlich den privaten Systemen zu. Hierin sehe ich eine Gefahr, weil diese Menschen sich fragen, warum sie Beiträge einzahlen sollen, von denen sie nicht profitieren werden, denn es geht ja darum, die Renten an eine immer wichtiger werdende gealterte Bevölkerung auszuzahlen. Ich glaube, dass der soziale Zusammenhalt in diesem Bereich Schaden nehmen könnte. Ich glaube, Herr Vignon hat auch in Bezug auf den Niedergang der Kommunen Recht. Es scheint mir, dass die Einführung neuer Technologien, besonders des Internets, und der Zugang zu solchen Technologien von allen Orten aus, es den Jugendlichen erlaubt, sich in ländlichen Gegenden niederzulassen, um von der höheren Lebensqualität und den vorteilhafteren Immobilienpreisen dort zu profitieren, und dennoch während der Woche in den wichtigen Wirtschaftszentren zusammenzukommen. Für mich beruht sozialer Zusammenhalt auf einem System der sozialen Absicherung, das wiederum auf Solidarität beruht. Wenn wir das nicht als ein wertvolles Gut unserer Gesellschaften betrachten, wird es 2030 ältere Menschen geben, die isoliert und verzweifelt sind, und ich glaube, das wäre der schlechteste aller Wege, die wir einschlagen können. Aus diesem Grund hat der Europäische Wirtschafts- und Sozialausschuss eine Art Sozialpakt zwischen den Generationen vorgeschlagen. Andernfalls gehen wir gesellschaftlichen Katastrophen entgegen. Ich halte die Idee der Deutschen EU-Ratspräsidentschaft zu einer Allianz der Familien für äußerst interessant, weil ich glaube, dass unsere Gesellschaften, in unterschiedlicher Form, auf den Familien basieren. Wenn wir über diese Familienallianz einen Konsens finden, können wir einem Europa der Solidarität entgegengehen, wo die Probleme des Alterns auf sehr viel positivere Art gelöst werden würden. Denn wenn man die Entfernung zwischen unseren Kindern zu ihren Großeltern betrachtet, aber auch die Einrichtung von Pflegeheimen und Kinderkrippen in unseren Städten, die es den Kleinen ermöglicht, ältere Menschen kennenzulernen und keine Angst mehr vor ihnen zu haben, so glaube ich, dass wir dank dieses Zusammenlebens eine Gesellschaft der Hoffnung aufbauen können und keine Gesellschaft der Verzweiflung.

Schlusswort

Gerd Hoofe

**Staatssekretär im Bundesministerium für Familie, Senioren,
Frauen und Jugend (Berlin)**



Sehr geehrter Herr Vignon,
sehr geehrte Frau Prud'homme,
sehr geehrte Frau Dr. Rix,
sehr geehrte Frau Praefke,
sehr geehrter Herr Myhrman,
sehr geehrte Damen und Herren Abgeordnete,
meine Damen und Herren,

wo früher das Alter begann, fängt heute häufig ein ganz neuer Lebensabschnitt voller Selbstbewusstsein und Ideen an. Die Älteren von heute wollen Lebensqualität in den späten Jahren ebenso sehr wie in früheren Lebensabschnitten genießen. Und viele sind dazu auch in der Lage und handeln danach. Die „neuen“ Alten sind mithin die Wachstumsgruppe schlechthin. Feststellungen, die auch zum Abschluss unserer Konferenz „Demografischer Wandel als Chance: Wirtschaftliche Potenziale der Älteren“ nicht infrage stehen.

Wir haben in den letzten Tagen über spannende Möglichkeiten gesprochen, die die wirtschaftlichen Potenziale Älterer bieten, und darüber, welche Chancen die Alterung unserer europäischen Gesellschaften für Wirtschaftswachstum und Beschäftigung bereithält. Die Voraussetzung dafür ist aber, dass die Potenziale der Älteren besser erkannt und genutzt werden.

Herr Kommissar Špidla hat in seiner Rede unterstrichen, dass die Weichen in Gesellschaft und Wirtschaft jetzt gestellt werden müssen. Die Beispiele, die wir aus der Wirtschaft gehört haben, veranschaulichen, dass eine zunehmende Zahl von Unternehmen intern diese Weichenstellung bereits vornimmt.

Auch der Blick in die Medien zeigt, dass sich ein Wandel vollzieht. Agenturen, Werbe- und Marketingunternehmen sind endlich dabei, ihr Bild von älteren Konsumentinnen und Konsumenten zu korrigieren und Abschied zu nehmen von der früher verbreiteten Einschätzung der Älteren als sparsam, arm und wenig lebensfroh.

Allzu lange wurde Jugend gemeinhin mit Neugier, Lernfreudigkeit und Zuversichtlichkeit gleichgesetzt. Aber bedeutet „alt sein“ dann auch automatisch weniger Innovationsfreude, weniger Offenheit gegenüber neuen Ideen und mehr Zukunftsangst? Ist das so? Können ältere Gesellschaften nicht vielleicht genauso offen für Neues sein wie jüngere? Und: Wer definiert oder entscheidet eigentlich, ob und wann wir „alt“ sind? Jedes Lebensalter ist wichtig. Ein höheres Lebensalter bringt neben dem Wissen auch Erfahrungen mit sich, von denen Jüngere profitieren können – gerade in einer Phase der Entwicklung der europäischen Gesellschaften, in der wir viele Anpassungen und Veränderungen zu bewältigen

haben. Weit mehr als bisher werden sich vor allem Wirtschaft und Industrie auf ein älter werdendes Europa einstellen: Das reicht von der größeren Auswahl von Ein-Personen-Portionen im Supermarkt bis hin zu leicht handhabbaren Gebrauchsgegenständen. Auch die Dienstleistungsangebote werden sich stärker als bisher auf die Zielgruppe der älteren Menschen ausrichten müssen, ob bei Freizeit, Tourismus, Dienstleistungen im Wohnumfeld, Finanzdienstleistungen, Gesundheit oder Pflege.

Seniorinnen und Senioren sind bereit, ihr Geld in Dienstleistungen zu investieren, die ihre Belange berücksichtigen. Die Hälfte der Älteren wäre sogar bereit, für ein besseres Dienstleistungsangebot mehr zu bezahlen. Es ist also auch ökonomisch sinnvoll, den Interessen der älteren Menschen Rechnung zu tragen; denn sie sind eine wirtschaftlich interessante Konsumentengruppe.

Aber die wirtschaftlichen Potenziale Älterer reichen weiter. Es ergeben sich auch neue Chancen für Gesellschaft und Wirtschaft, wenn ältere Menschen aktiv eingebunden werden, zum Beispiel bei der Produktentwicklung, in der Unternehmensberatung oder im Verkauf. Wir haben auf dieser Konferenz von vielen interessanten Beispielen gehört, bei denen ältere Menschen noch im Berufsleben stehen oder nach dem Berufsleben ihre Erfahrungen in den Wirtschaftsprozess einbringen – als Beschäftigte, als etablierte Unternehmerinnen und Unternehmer, als Existenzgründerinnen und Existenzgründer oder als Senior Experts.

Es zeigt sich danach immer deutlicher: Angebote, die sich an den unterschiedlichen Lebensphasen älterer Menschen orientieren, bieten mehr Komfort und auch mehr Lebensqualität. Aber – und dies ist ein dritter wichtiger Aspekt der wirtschaftlichen Potenziale Älterer – das kommt nicht nur der älteren Generation, sondern allen Menschen zugute. Design for All ist in diesem Zusammenhang das entscheidende Stichwort.

Hier eröffnet sich für den Markt eine große Chance, mit nutzergerechten Produkten und Dienstleistungen nicht nur eine kaufkräftige, sondern sogar eine generationenübergreifende Kundschaft zu gewinnen.

Wir wissen: Europa steht im globalen Wettbewerb. Trotzdem – oder gerade deshalb? – ist das europäische Modell, das die Freiheit des Marktes mit dem Gebot des sozialen Ausgleichs verbindet, moderner denn je. Mit dem Binnenmarkt und der gemeinsamen Währung sind wir auf dem richtigen Weg. Die Lissabon-Strategie hat auch die weiteren Ziele richtig benannt.

Mir scheint immer wieder: Europa hat keine großen Probleme mit Zielformulierungen, wohl aber bei der Verwirklichung von vereinbarten Zielen. Jetzt brauchen wir mehr und zielgerichteter Taten auf europäischer und auf nationaler Ebene, um Europa wirtschaftlich leistungsfähiger zu machen. Dafür müssen wir aber noch die notwendigen Strukturreformen für mehr Innovationen und Arbeitsplätze durchsetzen.

Richten wir unseren Blick auf Brüssel: Die Staats- und Regierungschefs der EU-Mitgliedsstaaten haben auf dem Gipfel am 8./9. März 2007 bekräftigt: „Der demografische Wandel stellt die Mitgliedsstaaten vor komplexe, miteinander verknüpfte Herausforderungen“.

Die EU-Kommission ist mit dem Grünbuch zum demografischen Wandel 2005 und darauf aufbauend der Mitteilung vom Oktober 2006 aktiv geworden.

Frau Ministerin von der Leyen hat in ihrem Eröffnungsbeitrag dargelegt, wie wir diese Impulse unter deutscher EU-Präsidentschaft mit unseren Schwerpunktsetzungen aufgegriffen haben – unter anderem, um die gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Potenziale Älterer in Europa besser zu erschließen.

Der Arbeits- und Sozialrat der EU hat am 22. Februar 2007 eine von Deutschland eingebrachte Entschließung zum Thema „Beitrag der älteren Menschen zur wirtschaftlichen und sozialen Entwicklung“ angenommen. Sie enthält konkrete Vorschläge, wie die Potenziale älterer Menschen gezielt für Wirtschaft und Gesellschaft, für ein Mehr an Zusammenarbeit und für ein besseres Verhältnis zwischen den Generationen genutzt werden können.

Ein weiterer Baustein für die Etablierung des Themas auf europäischer Ebene war für uns dieser Kongress.

Wie können wir nun all das, darunter auch die Ergebnisse dieser Konferenz, in die Praxis umsetzen und verstetigen? Wie müssen die Rahmenbedingungen gestaltet werden, damit Europa auf dem Wachstumsmarkt „silver economy“ eine Vorreiterrolle einnimmt und damit einen gewichtigen Beitrag zur Zielsetzung der Lissabon-Strategie leistet?

Gemeinsam mit der Kommission wollen wir dazu

1. nach Wegen suchen, um auch in Zukunft deutlich zu machen, welche Chancen die Wirtschaftskraft Älterer einerseits für mehr Lebensqualität im Alter, andererseits für Wachstum und Beschäftigung in Europa bietet;
2. Möglichkeiten aufzeigen, um nationale Regierungen in ihren Handlungs- und Gestaltungsmöglichkeiten zur Umsetzung innovationstechnischer und arbeitsmarktpolitischer Elemente einer „silver economy“ zu unterstützen;
3. der „silver economy“ einen Platz in verschiedenen Förder- und Strukturprogrammen der Europäischen Union schaffen, um insbesondere Klein- und mittelständische Unternehmen mit Blick auf die neuen Märkte zu unterstützen und
4. Vorschläge für den Austausch bewährter Verfahren in den ältere Menschen betreffenden Politikbereichen, insbesondere im Bereich des freiwilligen und ehrenamtlichen Engagements, entwickeln.

Bei alledem sollten wir aber zunächst auf bestehende Instrumente zurückgreifen und ohne Not keine neuen Strukturen aufbauen.

Eine interessante Mischung aus Praktikerinnen und Praktikern, Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern und Politikerinnen und Politikern hat sich hier in Berlin anlässlich unseres Kongresses zusammengefunden – für mich hat das auch im Ergebnis bedeutet: Vielfalt und Ertrag.

Eine gelungene Veranstaltung, die uns motivieren wird, in Deutschland und auf europäischer Ebene die Chancen des demografischen Wandels sowie die Stärken, Leistungen und Potenziale der älteren Menschen verstärkt in den Vordergrund zu rücken. Trotz der unterschiedlichen Ausprägungen in den einzelnen Ländern der EU betrifft dieses Thema jede und jeden. Nicht zuletzt: Dieser Kongress hat gezeigt, dass wir viel voneinander lernen und

von den Erfahrungen der anderen profitieren können. Wir müssen deshalb die Diskussionen und den Dialog dazu auf breiter Ebene konstruktiv und konsequent fortsetzen und alle Länder, die in den letzten beiden Tagen bei uns zu Gast waren, hieran beteiligen.

Nehmen Sie viele neue Ideen und Anregungen mit nach Hause, entwickeln Sie diese weiter, lassen Sie uns alle an Ihren Erkenntnissen und Erfahrungen teilhaben und so gemeinsam voneinander profitieren. Zum Schluss Ihnen allen – den Teilnehmerinnen und Teilnehmern, aber auch den Referentinnen und Referenten – nochmals ganz herzlichen Dank, dass Sie unserer Einladung gefolgt sind, und der EU-Kommission für ihre große Unterstützung und partnerschaftliche Zusammenarbeit.

Keep in touch. Have a good and safe journey home and come back soon. We need you.
Auf Wiedersehen.

Allen, die im Hintergrund gearbeitet und vorbereitet haben und somit zu einem gelungenen Ablauf beitragen, gebührt Dank.



Mitwirkende in alphabetischer Reihenfolge

Anderson, Robert

Koordinator des Living Conditions Programms der Europäischen Stiftung zur Verbesserung der Lebens- und Arbeitsbedingungen, Dublin (Irland)

Baker, Richard

National Development Manager AGE Concern, London (Vereinigtes Königreich)

Bloching, Prof. Dr. Björn

Partner bei Roland Berger Strategy Consultants, München/Hamburg (Deutschland)

Buschak, Dr. Willy

Stellvertretender Direktor der Europäischen Stiftung zur Verbesserung der Lebens- und Arbeitsbedingungen, Dublin (Irland)

Coleman, Prof. Dr. Roger

Professor für Inclusive Design (Design für Alle) und Co-Direktor des Forschungszentrums „Helen Hamlyn“ am Royal College of Art, London (Vereinigtes Königreich)

Cotman, Marjeta

Ministerin für Arbeit, Familie und Soziales, Ljubljana (Slowenien)

Crisp, Mike

Inhaber des HouseHubbies Handyman Service, Manchester (Vereinigtes Königreich)

Diederichs, Dr. Manfred

alleiniger Gesellschafter und Leiter der Karl Diederichs KG, Remscheid (Deutschland)

Diroll, Petra

Redakteurin, Moderatorin, Korrespondentin, Bayerischer Rundfunk/ARD, Berlin/München (Deutschland)

Evers, Heidi

Projektmanagerin bei Vilans, Utrecht (Niederlande)

Gierden-Jülich, Dr. Marion

Staatssekretärin im Ministerium für Generationen, Familie, Frauen und Integration des Landes Nordrhein-Westfalen, Düsseldorf (Deutschland)

Gundelach, Stefan

Pressesprecher der Nintendo of Europe GmbH, Stockstadt (Deutschland)

Guzmán, Juan Carlos

Geschäftsführer der Europ Assistance Spanien, Madrid (Spanien)

Hoofe, Gerd

Staatssekretär im Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend, Berlin (Deutschland)

Leyen, Dr. Ursula von der

Bundesministerin für Familie, Senioren, Frauen und Jugend, Berlin (Deutschland)

Lindner, Dr. Hans-Joachim

Facharzt für Arbeitsmedizin, Verantwortlicher im interdisziplinären Team für ergonomische und medizinische Fragestellungen beim Ford Forschungszentrum, Aachen (Deutschland)

Link, Walter

Mitglied des Bundestages a.D., Vorstandsvorsitzender der Bundesarbeitsgemeinschaft der Senioren-Organisationen (BAGSO) e.V., Bonn (Deutschland)

Lourdelle, Henri

Berater im Bereich des Sozialschutzes beim Generalsekretariat des Europäischen Gewerkschaftsbundes in Brüssel (Belgien)

Meier, Dr. Johannes

geschäftsführendes Vorstandsmitglied der Bertelsmann Stiftung, Gütersloh (Deutschland)

Mestheneos, Dr. Elizabeth

Sozialforscherin und Gründungsmitglied der Nichtregierungsorganisation „50+Hellas“, Athen (Griechenland)

Myhrman, Rolf

Stellvertretender Generaldirektor im Ministerium für Soziales und Gesundheit, Helsinki (Finnland)

Nägele, Prof. Dr Gerhard

Direktor des Instituts für Gerontologie an der Universität Dortmund (Deutschland)

Novobilsky, Leo

Generaldirektor der Firma Kur & Spa Marienbad (Tschechische Republik)

Parent, Anne-Sophie

Direktorin von AGE – Europäische Plattform für ältere Menschen, Brüssel (Belgien)

Pavesi, Gianni

Italienisches Netzwerk Business Angels (IBAN), Turin (Italien)

Praefke, Katja

Unternehmenssprecherin für die Unilever Deutschland GmbH, Hamburg (Deutschland)

Prud'homme, Nicole

Mitglied des Europäischen Wirtschafts- und Sozialausschusses (EWSA) GrII (Arbeitnehmer); Ehrenvorsitzende der französischen Familienkasse Caisse nationale d'allocations familiales (CNAF)

Rix, Dr. Sara E.

Interimsdirektorin des Teams für Wirtschaftswissenschaften am Public Policy Institute der AARP, Washington D. C. (USA)

Schoser, Dr. Franz

Vorstandsvorsitzender der gemeinnützigen GmbH Senior Experten Service, Bonn (Deutschland)

Sieradzka, Monika

Polnisches Fernsehen TVP, Warschau (Polen)

Slagter, Jan

Gründer und Direktor des Radio- und Fernsehsenders MAX, Zoetermeer (Niederlande)

Špidla, Vladimír

EU-Kommissar für Beschäftigung, soziale Angelegenheiten und Chancengleichheit der Europäischen Kommission, Brüssel (Belgien)

Suckale, Margret

Personalvorstand und Arbeitsdirektorin der Deutschen Bahn AG, Berlin (Deutschland)

Thorsøe, Thomas

Leiter des Personalwesens, NETTO Supermarkt International, Kopenhagen (Dänemark)

Vignon, Jérôme

Direktor der Abteilung Sozialschutz und soziale Integration in der Generaldirektion für Beschäftigung, soziale Angelegenheiten und Chancengleichheit der Europäischen Kommission, Brüssel (Belgien)

Walker, Prof. Dr. Alan

Professor für Sozialpolitik und Sozialgerontologie an der Universität Sheffield

Wegge, Klaus-Peter

Leiter des Siemens Accessibility Competence Center der Siemens AG, Paderborn (Deutschland)

Diese Broschüre ist Teil der Öffentlichkeitsarbeit der Bundesregierung;
sie wird kostenlos abgegeben und ist nicht zum Verkauf bestimmt.

Herausgeber:

Bundesministerium
für Familie, Senioren, Frauen
und Jugend
11018 Berlin
www.bmfsfj.de
EU-Ratspräsidentschaft
EU-Kommission

Bezugsstelle:

Publikationsversand der Bundesregierung
Postfach 48 10 09
18132 Rostock
Tel.: 0 18 05/77 80 90*
Fax: 0 18 05/77 80 94*
E-Mail: publikationen@bundesregierung.de
www.bmfsfj.de

Stand: September 2007

Gestaltung: KIWI GmbH, Osnabrück

Druck: DruckVogt GmbH, Berlin

Bildnachweis: Alle Kongressfotos: Mike Auerbach

Fotos und/oder Grafiken Anderson: Europäische Stiftung zur Verbesserung
der Lebens- und Arbeitsbedingungen, Dublin

Fotos und/oder Grafiken Baker: AGE Concern, London

Fotos und/oder Grafiken Buschak: Europäische Stiftung zur Verbesserung
der Lebens- und Arbeitsbedingungen, Dublin

Fotos und/oder Grafiken Coleman: Helen-Hamlyn-Centre, London

Fotos und/oder Grafiken Evers: Vilans, NL

Fotos und/oder Grafiken Gundelach: Nintendo of Europe

Fotos und/oder Grafiken Guzman: Europ Assistance Spanien, Madrid

Fotos und/oder Grafiken Lindner: Ford-Forschungszentrum Aachen

Fotos und/oder Grafiken Novobilsky: SPA, Bad Marienbad

Fotos und/oder Grafiken Schoser: Senior Experten Service, Bonn

Fotos und/oder Grafiken Suckale: Deutsche Bahn

Fotos und/oder Grafiken Thorsø: NETTO Supermarkt International, Kopenhagen

Fotos und/oder Grafiken Wegge: Siemens Accessibility Competence Center, Paderborn

Redaktionelle Bearbeitung der Dokumentation:

Nicola Röhricht, Bundesarbeitsgemeinschaft der Senioren-Organisationen (BAGSO) e.V.

Für weitere Fragen nutzen Sie unser

Servicetelefon: 0 18 01/90 70 50**

Fax: 030 18/5 55 44 00

Montag–Donnerstag 9–18 Uhr

E-Mail: info@bmfsfj-service.bund.de

* jeder Anruf kostet 14 Cent pro Minute aus dem deutschen Festnetz,
abweichende Preise aus den Mobilfunknetzen möglich

** nur Anrufe aus dem Festnetz, 3,9 Cent
pro angefangene Minute