

## **Leverkusen – Wachsen mit dem Alter**

### **Forschungsziele**

Ziel der Studie war es, den Stand Leverkusens im Hinblick auf seine Altersfreundlichkeit und Zukunftsfähigkeit angesichts der gesellschaftlichen Alterung hin zu überprüfen. Dabei sollten insbesondere die Zusammenhänge zwischen der demografischen Alterung und den ökonomischen Chancen, die diesem Prozess innewohnen, beleuchtet werden. Aus den gewonnenen Erkenntnissen sollten zudem Strategie- und konkrete Handlungsempfehlungen abgeleitet werden.

### **Vorgehen**

Die Studie basiert auf den theoretischen Vorarbeiten im Rahmen des Konzeptes des Wohlfahrtspluralismus (vgl. u.a. Esping-Andersen 1990; Evers/ Olk 1996) sowie auf dem im Memorandum „Wirtschaftskraft Alter“ (vgl. FFG, IAT 1999) erstmals vorgestellten und seitdem kontinuierlich weiterentwickelten Konzept der Seniorenwirtschaft ([www.seniorenwirt.de](http://www.seniorenwirt.de)).

### **Anmerkungen zur Methode**

Die Untersuchung stützt sich auf die Sekundärauswertung verfügbarer Daten und Statistiken zur demografischen und sozio-ökonomischen Entwicklung Leverkusens und vergleichbarer Kommunen, auf die Auswertung relevanter Literatur und sonstiger Publikationen sowie ergänzender Recherchen im Internet und vor Ort. Da sich gerade in den vergangenen Jahren zahlreiche Projekte mit der seniorenfreundlichen und generationengerechten Entwicklung von Kommunen und Regionen befasst haben, wurden diese Ergebnisse – sofern sie für die Fragestellung von Belang sind – in die vorliegende Studie integriert.

Die Sekundäranalysen wurden durch eine Reihe von leitfadengestützten (qualitativen) Experteninterviews sowie durch ein fokusgruppenorientiertes Reviewverfahren ergänzt. Durch die Interviews sollten besondere Problemlagen, aber auch bereits bestehende Modellprojekte und Initiativen in Leverkusen zur Förderung einer seniorenrechtlichen Kommunalentwicklung identifiziert werden. Aus der Sicht der Experten, die sowohl aus der Verwaltung, der Wirtschaft und dem frei-gemeinnützigen Bereich stammen, konnten Entwicklungen in der Stadt eingeschätzt und eingeordnet werden. Nicht zuletzt wurden einige Vorschläge und Ideen zur Verbesserung und Weiterentwicklung der seniorenpolitischen und seniorenwirtschaftlichen Aktivitäten in der Kommune in den Interviews entwickelt.

Die Fokusgruppen Bewertung erfolgte im Rahmen eines Workshops, auf dem das Konzept der Studie sowie erste Zwischenergebnisse und Projektvorschläge präsentiert, mit den Teilnehmerinnen und Teilnehmern des Workshops diskutiert und durch diese bewertet wurden. Die Ergebnisse und Impulse des Workshops sind ebenfalls in die vorliegende Studie mit eingeflossen.

Als wesentliches Analyseinstrument für die Altersfreundlichkeit und Demografiefestigkeit Leverkusens wurde das im Rahmen des Wohlfahrtspluralismus entwickelte Wohlfahrtsdreieck genutzt. Das enge und koordinierte Zusammenspiel der drei Leistungssektoren Markt, Staat und Drittem Sektor ist diesem Konzept entsprechend eine Grundvoraussetzung für die Optimierung und langfristige Ausschöpfung der vorhandenen Wohlfahrtspotenziale, sei es auf der Mikroebene (Personen), der Mesoebene (z.B. Kommune oder Kreis) oder der Makroebene (Bundesland, Staat). Da alle drei Sektoren unterschiedlichen Logiken und Mechanismen folgen, lassen sich Leistungsausfälle des einen Sektors nur bedingt durch Leistungsausweitungen der anderen beiden Sektoren ausgleichen. Durch diesen Ansatz lässt sich aufzeigen, wie ausgeprägt die einzelnen Leistungssektoren sind, wo Übergewichte und Defizite bestehen und wie sie miteinander interagieren. Dies wurde auf die Stadt Leverkusen übertragen. Als Indikatoren wurden die von der Weltgesundheitsorganisation (WHO) im Rahmen ihrer Initiative „age friendly cities“ entwickelten Kriterien zur Bewertung der Altersfreundlichkeit einer Kommune genutzt.

### **Soziodemografische Fakten**

An dieser Stelle soll zunächst eine kurze sozio-demografische Einordnung Leverkusens erfolgen. Das wichtigste Ergebnis hier ist die Erkenntnis, dass die Bevölkerung in Leverkusen zwar altert, aber kaum schrumpft. Im Vergleich zu anderen Städten von ähnlicher Struktur und Größe ergibt sich nur eine geringe Abwanderung und bei jungen Familien sogar ein positives Wanderungssaldo. Langfristig, in der Prognose für 2030, wird das Durchschnittsalter der Leverkusener Bevölkerung dadurch sogar langsamer ansteigen als es in vielen anderen Kommunen Nordrhein-Westfalens. Damit gilt auch für Leverkusen der bundesweit erkennbare Trend, dass bestimmte Metropolregionen, zu denen auch die so genannte Rheinschiene von Düsseldorf bis Bonn gehört, eine gegenläufige, d.h. deutlich bessere Bevölkerungsentwicklung aufweisen als die übrigen Regionen.

Auch beschäftigungs- und arbeitsmarktpolitisch ist Leverkusen durch die starke Einbindung in die Metropolregion Düsseldorf/Köln geprägt, so dass die Entwicklung von Arbeitsplatzangebot und Beschäftigung ebenso wie standortpolitische Maßnahmen immer im regionalen Kontext betrachtet werden muss. Diese regionalen Beziehungen erklären auch die Abweichungen in der funktionalen Einordnung, die z.T. Funktionen eines Oberzentrums für die umliegenden Landkreise umfasst, z.T. aber eben auch auf ein Mittelzentrum schließen lässt.

Die Einkommensverhältnisse und die Kaufkraft der Leverkusener Bevölkerung liegen leicht über dem Bundesdurchschnitt und entsprechen dem Einkommensniveau der Kölner Bevölkerung, liegen aber deutlich unterhalb des Einkommensniveaus in den umliegenden Kreisen. Bezogen auf das verfügbare Einkommen lassen die im Vergleich zu den benachbarten Metropolen Köln und Düsseldorf niedrigeren Lebenshaltungskosten aber den Schluss einer vergleichsweise guten finanziellen Ausstattung zu. Ökonomisch ist auch die ältere Bevölkerung relativ gut aufgestellt, das Haushaltseinkommen älterer Haushalte in Leverkusen liegt im Vergleich mit anderen Regionen Nordrhein-Westfalens im oberen Drittel, der Anteil der von Einkommensarmut Betroffenen unter den über 65-Jährigen liegt unter 5 Prozent.

## **Kurzfassung der Ergebnisse und Handlungsempfehlungen**

Unter dem Aspekt der Alten- und Seniorenpolitik ist die Stadt Leverkusen bereits vorbildlich aufgestellt. Viele und differenzierte altenorientierte Angebote, eine hohe Wohn- und Lebensqualität sowie eine umfassende Versorgungslandschaft ermöglichen den Leverkusener Senioren die Gestaltung eines weitestgehend guten und komfortablen Lebensabends. Sowohl die Leistungssektoren „Öffentliche Hand“ als auch der „dritte Sektor“, der durch freigemeinnützige und ehrenamtliche Leistungserbringung gekennzeichnet ist, sind die tragenden Säulen, die diese zurzeit noch komfortable Situation sicherstellen. Das ausgeprägte bürgerschaftliche Engagement der Senioren umfasst nicht nur das Engagement von Älteren für Ältere, sondern auch den Einsatz für Jüngere und Kinder und trägt so auch zu einem gesellschaftlichen Ausgleich im Sinne der Generationensolidarität bei.

Die dritte Säule, der Leistungssektor Markt, ist mit Blick auf die Sicherung der Lebensqualität älterer Menschen deutlich unterrepräsentiert und stellt nicht nur eine Lücke in der Leistungserbringung für Ältere dar, sondern auch eine Vernachlässigung von Marktchancen für die Wirtschaft.

Ersteres wird in dem Maße problematisch, wie die finanziellen Handlungsspielräume öffentlicher und freigemeinnütziger Akteure enger werden. Es stellt sich die Frage nach der langfristigen Sicherung der bestehenden Verhältnisse. Strategische Überlegungen sollten daher nicht nur auf Sicherung der vorhandenen Angebote abzielen, solange noch Finanzierungsmöglichkeiten vorhanden sind, sondern auch die Übernahme bestimmter Angebote durch privatwirtschaftliche Akteure mit einbeziehen, um ein ausgeglichene Struktur zu erzielen, die nachhaltig und unabhängig von öffentlicher Subventionierung funktioniert.

Letzteres lässt darauf schließen, dass der Paradigmenwechsel, der das Alter nicht nur als Last sondern auch als (ökonomische) Chance begreift, in der Leverkusener Wirtschaft noch nicht angekommen ist. Doch der Blick auf das Alter als einen auch ökonomisch aktiven Lebensabschnitt, in dem bestimmte Bedürfnisse vorhanden sind und befriedigt werden wollen, schärft auch den Blick für den Markt von Produkten und Dienstleistungen für mehr Lebensqualität im Alter und damit für eine Kundengruppe, die zurzeit finanziell noch gut ausgestattet ist und in Zukunft die quantitativ und auch finanziell dominierende Kundengruppe darstellen wird.

Leverkusen verfügt zwar über ein seniorenwirtschaftlich relevantes Angebot an Dienstleistungen und Produkten, nutzt allerdings die vorhandenen Potenziale noch nicht in ausreichendem Maße aus. Insbesondere die Offenheit des Wirtschaftssektors gegenüber dem Seniorenmarkt, die Sensibilität für die Zielgruppe der älteren Menschen sowie die Kommunikation der bestehenden Angebote müssen gestärkt werden. Dementsprechend gehen viele der im Rahmen der Studie erarbeiteten Handlungsempfehlungen auch in die Richtung Sensibilisierung und Qualifizierung für den Seniorenmarkt.

Die empfohlenen Entwicklungsschritte lassen sich mit den folgenden Schlagworten zusammenfassen:

- **Sensibilisierung**

Obwohl das Thema demografische Alterung inzwischen alle gesellschaftlich relevanten Bereiche berührt, herrschen Kenntnisse und Bewusstsein für die damit verbundenen Fragen überwiegend im sozialen Bereich vor. Sowohl die Mitarbeiter in den öffentlichen und kommunalen Einrichtungen als auch besonders in den Unternehmen der Privatwirtschaft müssen für das Thema Alterung und den damit verbundenen Herausforderungen und Chancen sensibilisiert werden.

- **Mobilisierung**

Auf Seiten der Privatwirtschaft müssen Akteure mobilisiert werden, um sich dieses Themas anzunehmen. Eine wesentliche Rolle spielt die Vermittlung der Erkenntnis, dass es sich bei Produkten und Dienstleistungen für mehr Lebensqualität im Alter um einen viel versprechenden Zukunftsmarkt handelt und es hier weniger um soziales Engagement geht, als um die Anpassung an eine bereits bestehende und weiter wachsende Nachfrage.

- **Qualifizierung**

Die Anpassungsleistungen an den Seniorenmarkt können nur vollzogen werden, wenn auch das entsprechende Wissen um die Kundengruppe, ihre Bedürfnisse, Wünsche und Anforderungen besteht. Dieses Wissen vorausgesetzt lassen sich Marktfelder erschließen und innovative Angebote entwickeln und vermarkten, um am Seniorenmarkt zu partizipieren.

- **Kundenorientierung**

Letztlich geht es um konsequente Ausrichtung an den Wünschen und Bedürfnissen des Kunden. Dazu gehört auch, dass die Selbstwahrnehmung der Menschen nicht unbedingt mit ihrem chronologischen Alter übereinstimmt und das Alter als Kriterium nicht die alleinige Richtschnur sein kann, zumal Vieles, das für Ältere sinnvoll und hilfreich ist, auch von Jüngeren als angenehm und komfortabel empfunden wird.