



Projekt Seniorenwirtschaft

- Geschäftsstelle -

im Rahmen der Arbeitsgruppe „Seniorenwirtschaft“
des Bündnisses für Arbeit, Ausbildung und Wettbewerbsfähigkeit
des Landes Nordrhein-Westfalen

impulse

Mai 2000

Erschienen im Heft impulse Mai 2000, Ausgabe Nr. 2

Herausgeber: Institut für Gerontologie an der Universität Dortmund

Editorial

Seniorenwirtschaft als AG des Bündnisses für Arbeit, Ausbildung und Wettbewerbsfähigkeit NRW: Entstehungsgeschichte, Ziele, Aufgaben und institutionelle Struktur

Hintergrund der AG SENIORENWIRTSCHAFT des *Bündnisses für Arbeit, Ausbildung und Wettbewerbsfähigkeit NRW* bildet die Überlegung, dass ältere Menschen eine wirtschaftlich und beschäftigungsmäßig äußerst relevante Größe darstellen, die bisher nur in Ansätzen im Wirtschaftsgeschehen berücksichtigt wurde (vgl. dazu impulse 4/1999). Bislang wurde das Altern der Gesellschaft überwiegend als ein Problem des (Wirtschaft-)Standorts Deutschland diskutiert und die Alten in der Gesellschaft hauptsächlich als Last und Kostenfaktor gesehen. In letzter Zeit wird jedoch auch vermehrt auf die sich daraus ergebenden Chancen für Wirtschaft und Beschäftigung hingewiesen und dazu aufgefordert, den Bedürfnissen und wirtschaftlichen Potenzialen älterer Menschen mehr Aufmerksamkeit zu widmen und das Wissen um diesen Bereich zu bündeln und zu vertiefen (vgl. dazu das „Memorandum Wirtschaftskraft Alter“ der Forschungsgesellschaft für Gerontologie e.V. (FFG) und des Institut Arbeit und Technik (IAT), herunterzuladen unter www.uni-dortmund.de/FFG oder www.iatge.de).

Mit der Einrichtung der AG SENIORENWIRTSCHAFT des *Bündnisses für Arbeit, Ausbildung und Wettbewerbsfähigkeit* trägt das Land Nordrhein-Westfalen der wachsenden Bedeutung der Zielgruppe der Senior/-innen Rechnung.

Zur Entstehungsgeschichte

Grundlage der Initiative Seniorenwirtschaft bildete das von der Forschungsgesellschaft für Gerontologie (FFG) und dem Institut Arbeit und Technik (IAT) gemeinsam verfasste Memorandum „Wirtschaftskraft Älterer“, in dem die Rahmenbedingungen der Wirtschaftskraft Älterer (insbesondere demografische Entwicklungen, ein steigendes Produktivitätspotenzial Älterer, steigende Einkommen und die Diversifizierung von Lebensstilen und Interessen älterer Menschen) aufgezeigt und mögliche Handlungsoptionen fixiert worden sind. Ausgangspunkt der dort vorgestellten Überlegungen war es, durch die (Weiter-) Entwicklung seniorenrechter Produkte und Dienstleistungen die Wirtschaftskraft älterer Menschen zu aktivieren und dadurch zum einen positive

arbeitsmarktpolitische Effekte zu erzielen und zum anderen zu einer Erhöhung der Lebensqualität älterer Menschen beizutragen.

Unter Federführung der Landesministerien MASSKS und MFJFG wurden diese Überlegungen auf einem Auftaktworkshop zum Thema „Wirtschaftskraft Alter: Gestaltungsfelder zur Beschäftigungsförderung“ am 02.11.99 in Gelsenkirchen von einem begrenzten Kreis von Akteuren der freien Wirtschaft, der öffentlichen Hand und der freien Wohlfahrtspflege diskutiert. Die vorab ausgewählten Handlungsfelder *Neue Medien und Mediennutzung im Alter; Wohnen, Handwerk- und Dienstleistungswirtschaft sowie Freizeit, Tourismus, Sport und Wellness* wurden von den Experten/-innen auf ihre Relevanz und ihre Potenziale überprüft und als solche eindrucksvoll bestätigt.

Ziel und Ergebnis des Workshop war es, erste Erkenntnisse über die Verbreitung und Umsetzung der Entwicklung seniorengerechter Dienste und Produkte mit Blick auf positive Beschäftigungseffekte zu gewinnen, bereits bestehende vielversprechende Handlungsansätze und –strategien zu identifizieren und weiterzuentwickeln, Kooperationspartner zu gewinnen und erste konkrete Projektideen zu konzipieren.

Auf Grundlage der viel versprechenden Ergebnisse dieser Auftaktveranstaltung hat sich die AG SENIORENWIRTSCHAFT des *Bündnisses für Arbeit, Ausbildung und Wettbewerbsfähigkeit NRW* am 28.2.2000 konstituiert.

Zielsetzung

Die AG „Seniorenwirtschaft“ will dazu beitragen, dass möglichst viele Sozial-, Gesundheits- und Wirtschaftseinrichtungen im Lande Nordrhein-Westfalen ihr Angebot an altenorientierten und altengerechten Produkten und Dienstleistungen verbessern. Dadurch soll:

- ⇒ die Lebenssituation älterer Mitbürger/-innen in NRW verbessert werden,
- ⇒ der Beschäftigungsstand in Unternehmen, die Produkte und Dienstleistungen für ältere Menschen liefern, deutlich ausgeweitet werden,
- ⇒ die Kaufkraft älterer Menschen aus NRW (aber auch aus Nachbarregionen) mobilisiert werden,

⇒ NRW sich als (exportfähiger) Kompetenzstandort für Fragestellungen profilieren, die die Zukunft des Alterns und das Altern der Gesellschaft betreffen.

Aufgaben

Die Initiative "Seniorenwirtschaft" setzt sich folgende Aufgaben, um die angesprochenen Ziele zu erreichen:

- ⇒ Die Wirtschaft (einschließlich der Sozial- und Gesundheitsdienstleister) soll auf die Herausforderungen und Chancen des Seniorenmarktes aufmerksam gemacht werden.
- ⇒ Es sind Handlungsfelder zu identifizieren, in denen mit neuen oder verbesserten Produkten und Dienstleistungen sowohl mehr Lebensqualität für ältere Menschen als auch mehr Beschäftigung geschaffen werden kann.
- ⇒ Es sind Pilotprojekte anzustoßen und zu begleiten, mit denen gezeigt werden soll, ob und wie sich der Seniorenmarkt aktivieren und ausbauen lässt.
- ⇒ Die Kontakte relevanter Akteure aus der Praxis untereinander sollen aufgebaut und gefördert werden, um die Zusammenarbeit bei der Entwicklung, Erprobung und Vermarktung neuer oder verbesserter Produkte und Dienstleistungen zu erleichtern.
- ⇒ Internationale Kontakte sollen aufgebaut werden, um auf die nordrhein-westfälischen Produkte, Dienstleistungen und Kompetenzen im Bereich der Seniorenwirtschaft hinzuweisen.
- ⇒ Orientierungs- und Qualifizierungsmaßnahmen für Management und Beschäftigte sollen angestoßen werden, die dafür sorgen, dass die Interessen älterer Menschen auch mittel- und langfristig in der Wirtschaft Berücksichtigung finden.

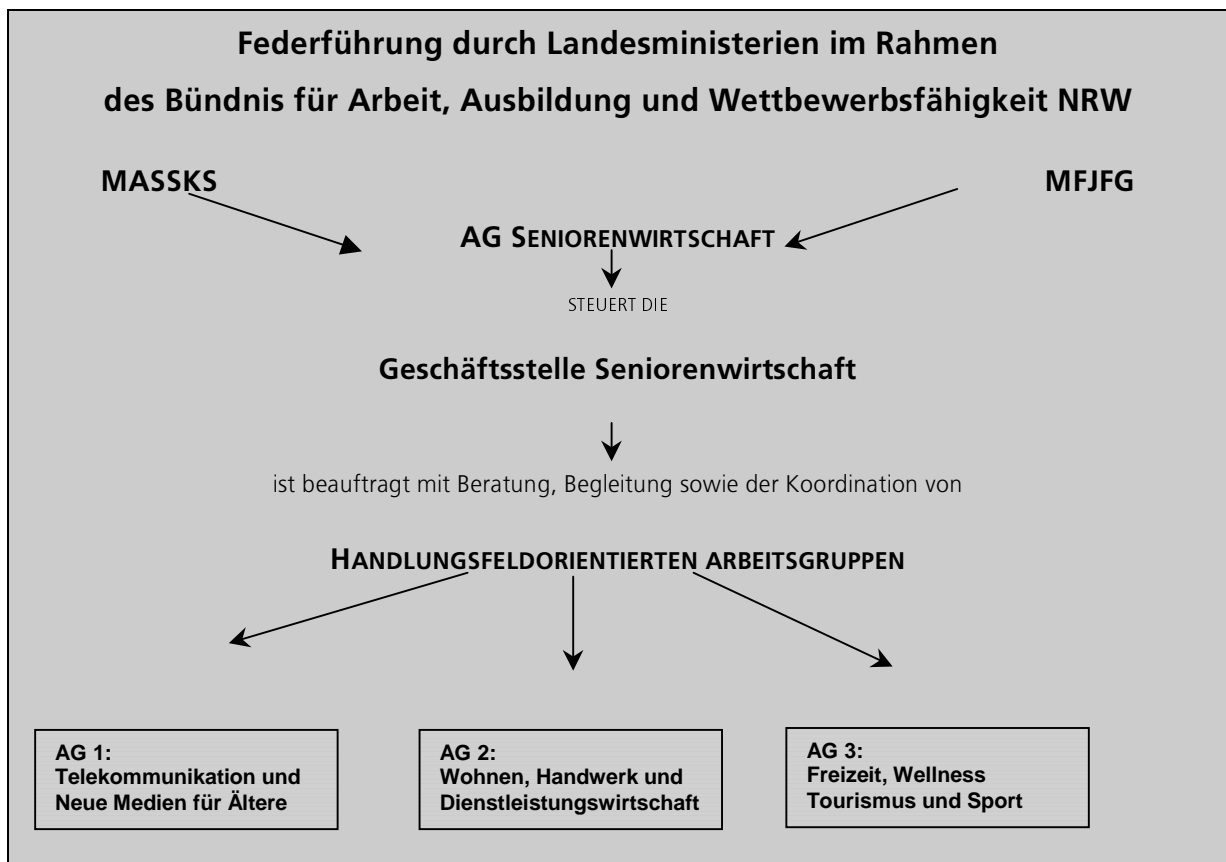
Institutionelle Struktur

Träger der AG SENIORENWIRTSCHAFT im Rahmen des *Bündnisses für Arbeit NRW* sind die Arbeitgeberverbände und Gewerkschaften, Kammern und Fachverbände von Handwerk, Industrie und Handel sowie die Landesregierung (MASSKS, MFJFG, MWMTV, MBW, FM, StK).

Zur Umsetzung der Initiative wurde eine institutionelle Struktur mit drei Säulen eingesetzt:

- 1) **Zentrale Arbeitsgruppe**
- 2) **Handlungsfeldbezogene Arbeitsgruppen**
- 3) **Geschäftsstelle Seniorenwirtschaft**

Abbildung 1: Organisatorischer Aufbau der AG SENIORENWIRTSCHAFT im *BfA NRW*



Die **zentrale Arbeitsgruppe Seniorenwirtschaft** setzt sich aus Vertreter/-innen von Gewerkschaften, Arbeitgebern, der Arbeitsverwaltung, der Industrie- und Handelskammer, der Handwerkskammer, Ressortvertretern zuständiger Landesministerien, der Landesarbeitsgemeinschaft der Wohlfahrtsverbände, der FFG und dem IAT zusammen. Die Federführung wird gemeinsam vom MFJFG und MASSKS wahrgenommen. Sie berät über die Art und Ausrichtung der einzuschlagenden Aktivitäten und unterstützt die Landesregierung sowie andere einschlägig tätige Organisationen bei der Planung und Umsetzung von Maßnahmen, Programmen und Projekten.

Die **handlungsfeldbezogenen Arbeitsgruppen** setzen sich aus Vertreter/-innen der zentralen Arbeitsgruppe zusammen und können jederzeit externe Experten/-innen hinzuziehen. Die Arbeitsgruppen sollen konkrete Projekte anstoßen und entwickeln und darüber hinaus die im Handlungsfeld notwendigerweise zu gestaltenden Rahmenbedingungen (z. B. Qualifizierung, Qualitätssicherung, Förderung von Existenzgründung) definieren.

Die **Geschäftsstelle Seniorenwirtschaft** begleitet die Arbeit der Initiative fachlich. Ihre Aufgaben sind vor allem:

- ◆ Entwicklung und fachliche Fundierung von Vorschlägen für Maßnahmen/Projekte
- ◆ Wissenschaftliche Beratung, Bewertung und Begleitung von Projekten/Initiativen
- ◆ Konzeption und Durchführung von einschlägigen Veranstaltungen/Workshops
- ◆ Sondierung, Bündelung und Vermarktung der vorhandenen Kompetenzen
- ◆ Geschäftsführung/Koordination der Gesamtinitiative und der Arbeit der zentralen Arbeitsgruppe
- ◆ Erstellung eines jährlichen Statusreports über die Entwicklung und Perspektiven der Initiative „Seniorenwirtschaft“ unter besonderer Berücksichtigung von Beschäftigungseffekten und Hemmfaktoren

Die Geschäftsstelle hat ihren Sitz in Gelsenkirchen und wird in fachlichen Fragen von der Forschungsgesellschaft für Gerontologie (Dortmund) sowie vom Institut Arbeit und Technik (Gelsenkirchen) unterstützt und begleitet. Sie hat ihre Arbeit zum 01. März 2000 aufgenommen und ist unter folgender Adresse zu erreichen:

Geschäftsstelle Seniorenwirtschaft am IAT
 Wissenschaftspark Gelsenkirchen
 Munscheidstr, 14, 45886 Gelsenkirchen
 Vera Gerling & Michael Cirkel
 Sekretariat: Simone Sprick & Ursula Puzicha
 Tel.: 02 09/17 07-3 44
 02 09/17 07-3 43
 Fax: 02 09/17 07-1 10
 e-mail: gerling@iatge.de
 cirkel@iatge.de

AG „Seniorenwirtschaft“ des Bündnis für Arbeit, Ausbildung und Wettbewerbsfähigkeit NRW: Handlungsfelder und Initiativchancen

Das Feld Seniorenwirtschaft ist ein komplexes und umfassendes Gebiet, weswegen eine inhaltliche Eingrenzung der Arbeitsfelder der AG Seniorenwirtschaft dringend erforderlich war.

Die Auswahl und Begründung der Handlungsfelder ist anhand zweier Kriterien erfolgt. Zum einen wird aus beschäftigungspolitischer Sicht davon ausgegangen, dass in den ausgewählten Bereichen aufgrund ihrer stärkeren Orientierung am Dienstleistungsbereich am ehesten und am schnellsten Beschäftigungseffekte erreicht werden können. Zum anderen wird aus fachlicher Sicht davon ausgegangen, dass in den aufgeführten Bereich die größten Angebotsdefizite für ältere Menschen ausgeglichen werden und so am ehesten zur Verbesserung ihrer Lebenssituation beigetragen werden kann.

Unter diesen Gesichtspunkten sind die seitens des IAT und der FFG aus wissenschaftlicher Perspektive erfolgten Vorschläge für Handlungsfelder auf dem Workshop in Gelsenkirchen eingegrenzt und durch die Mitglieder der AG Seniorenwirtschaft und der jeweiligen Unter-AGs diskutiert und ergänzt worden. Folgende drei Themenkomplexe sind als prioritäre Handlungsfelder festgesetzt worden.

Prioritäre Handlungsfelder

Telekommunikation und Neue Medien für Ältere

Wohnen, Handwerk und Dienstleistungswirtschaft

Freizeit, Tourismus, Sport und Wellness

1. Zum Handlungsfeld TELEKOMMUNIKATION UND NEUE MEDIEN

Die Relevanz des Feldes TELEKOMMUNIKATION UND NEUE MEDIEN FÜR ÄLTERE wurde lange Zeit bezweifelt, ist heute jedoch unumstritten: Alte Menschen partizipieren an den Vorteilen der Neuen Medien. Sie zählen im Internet zu den am stärksten wachsenden Teilnehmergruppen und einige Unternehmen machen sich daran, die neuen Medien zur Entwicklung innovativer Angebote für ältere Menschen zu nutzen. NRW als Medienland Nr. 1 könnte so auch zu einem der wichtigsten Standorte im Seniorenbereich werden.

Die Vorteile neuer Medien für ältere Menschen lassen sich in drei Bereiche gliedern:

Die Entwicklung und Verbesserung der Medienkompetenz älterer Menschen

Die Entwicklung spezifischer Internetangebote

Die Nutzung von Telekommunikation und Multimedia für die Um- und Neugestaltung von altenorientierten Produkten und Dienstleistungen

In der konstituierenden Sitzung der Unter-AG Telekommunikation und Neue Medien am 28.3.00 sind folgende Arbeitsfelder und inhaltliche Schwerpunkte benannt worden.

1.1 Handlungsfeld *Medienkompetenz*:

Ausstattungskonzepte für Senioreneinrichtungen

Schulungskonzepte für Mitarbeiter/-innen

Weiterentwicklung von seniorengerechten Online-Angeboten und Unterstützungskonzepten für ältere EDV und Online-Nutzer/-innen

Besondere Berücksichtigung des Aspekts der Bedienungsfreundlichkeit

1.2. Handlungsfeld *Telekommunikation und Neue Medien als Instrument für bessere Dienstleistungen*:

Entwicklung eines Businesskonzeptes für Teleservices für Senioren (TESS), Auflage dieses Angebotes als Großprojekt im Ruhrgebiet mit mehreren Zentralen

Aufbau und Weiterentwicklung bildbasierter Unterstützungstechnik für zu Hause pflegende Angehörige

Entwicklung mobiler Kommunikations- und Orientierungssysteme mit GPS-Technologie durch soziale Dienstleistungsanbieter und Technik-anbieter

Entwicklung von electronic-commerce-Angeboten für ältere Menschen sowie den Aufbau geeigneter Distributionssysteme (z. B. in Kooperation mit Pflegediensten)

2. **Zum Handlungsfeld WOHNEN, HANDWERK UND DIENSTLEISTUNGSWIRTSCHAFT**

Das Handlungsfeld Wohnen stellt einen zentralen Aspekt der alltäglichen Lebensqualität Älterer dar und ist seniorenpolitisch schon seit längerem ein thematisiertes Handlungsfeld. Allerdings ist es beschäftigungspolitisch bislang wenig belichtet und entwickelt worden. Grundsätzlich müssen bestehende Dienste stärker auf die Bedürfnisse und Bedarfe der Senioren ausgerichtet und ausgeweitet werden. Dies gilt vor allem im Bereich des Betreuten bzw. Service-Wohnens und bezogen auf handwerkliche Reparatur- und Wartungsdienste. Viele dieser, die Selbständigkeit und Integration älterer Menschen fördernde Dienste, sind im Vergleich zu anderen Ländern stark unterentwickelt.

In der konstituierenden Sitzung der UAG Wohnen, Handwerk und Dienstleistungswirtschaft sind folgende fünf prioritäre Arbeitsfelder und Handlungsanforderungen diskutiert und festgelegt worden:

Wohnungsbau für Ältere

- Verbesserung investiver Rahmenbedingungen
- Verknüpfung von Wohnungsbau und Infrastrukturplanung
- Durchführung einer Marktanalyse
- Schaffung von Kooperationsbündnissen

Umbaumaßnahmen im Bestand

- Verknüpfung Wohnraumanpassungsberatung und Handwerk
- Marktanalyse/Zielgruppenansprache/Informationskonzepte
- Qualifizierung des Handwerks bzw. von Handwerkern

Service für Wohnen im Alter

- Schaffung von Markttransparenz
- Erschließung mittlerer Preissegmente/Schaffung von Finanzierungsmodellen
- Verknüpfung mit arbeitsmarktpolitischen Maßnahmen
- Abbau rechtlicher Hemmnisse bezogen auf das Heimgesetz

Wohnungsausstattung und –technik

Durchführung von Marktforschung und Entwicklung von entsprechendem (Gemeinschafts-) Marketing

Produktentwicklung, Entwicklung von Gestaltungsrichtlinien und Qualitätsprüfung

Zielgruppengerechter Verkauf/Distribution

Verknüpfung mit Wartungs-/Reparaturdienstleistungen

Sensibilisierung Älterer und Stärkung der Nachfrage

Marketingkonzepte

Stärkung des Verbraucherschutzgedankens

Alltagsnahe Zielgruppenansprache

3. Zum Handlungsfeld FREIZEIT, TOURISMUS, SPORT UND WELLNESS

Ältere Menschen haben mehr frei verfügbare Zeit als junge Menschen, und viele Ältere verfügen auch über ausreichende finanzielle Möglichkeiten zur Freizeitgestaltung. Freizeit- und Tourismuswirtschaft sind aber bisher nicht ausreichend auf diese Zielgruppe ausgerichtet. Wichtige Entwicklungsbereiche liegen dabei in den Feldern Städtetourismus, (kommerzielle) Sportangebote und Wellness (auch in Kur- und Heilbädern).

Die Unter AG Freizeit, Tourismus, Sport und Wellness hat sich noch nicht konstituiert. Mögliche Arbeitsfelder sind die folgenden:

Weiterentwicklung und Umsetzung von Seniorenfitness und -sportprogrammen mit kommerziellen und verbandlichen Akteuren

Entwicklung eines Marketingkonzepts zur Förderung der Verbreitung von Freizeit- und Tourismusangeboten für Senioren im In- und Ausland

Entwicklung unterschiedlicher Gesundheitsprogramme für Senioren im Gesundheitssport

Ausbau bestehender Qualifizierungsmaßnahmen und Beschäftigungsfelder im Bereich Tourismus

Entwicklung von seniorenspezifischen regionalen Angeboten