



# Projekt Seniorenwirtschaft

- Geschäftsstelle -

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

## Statusreport

2/2001

Erschienen Februar 2001

Herausgeber: Geschäftsstelle Seniorenwirtschaft in Gelsenkirchen

## Inhaltsverzeichnis

1.	Einführung .....	3
2.	Braucht die Seniorenwirtschaft Anstöße, Moderation und Organisation oder ist sie ein Selbstläufer? .....	4
3.	Aufbau und Koordination von Netzwerken .....	5
4.	Arbeitsmarkteffekte .....	8
5.	Das Nachfragepotential der Senioren/innen.....	9
5.1	Wohnen, Handwerk- und Dienstleistungswirtschaft .....	10
5.2	Telekommunikation und Neue Medien.....	11
5.3	Freizeit, Tourismus, Sport und Wellness.....	11
6.	Die Einbindung in das BfA und Handlungsanforderungen .....	12
6.1	Rechtliche Hemmnisse .....	13
6.2	Qualifizierungsbedarfe.....	14
6.2.1	Freizeit, Tourismus, Sport und Wellness.....	15
6.2.2	Wohnen .....	16
6.2.3	Neue Medien.....	16
6.2.4	Aufbau von zukunftsfähigen Aus- und Weiterbildungsangeboten für Arbeitnehmer/innen aus und außerhalb NRWs .....	17
6.2.5	Aufbau von Weiterbildungsangeboten für Senioren/innen.....	17
7.	Perspektiven .....	18
	Literatur .....	19
	Anhang .....	20

## 1. Einführung

Im Herbst 1999 beschloss der politische Steuerungskreis des nordrhein-westfälischen Bündnisses für Arbeit, Ausbildung und Wettbewerbsfähigkeit auf Grundlage des vom Institut Arbeit und Technik und der Forschungsgesellschaft für Gerontologie gemeinsam verfassten Memorandums „Wirtschaftskraft Alter“ zu den seit Anfang 1999 arbeitenden Themenschwerpunkten des BfA einen zusätzlichen Schwerpunkt „Seniorenwirtschaft“ zu gründen. Im November 1999 erfolgte ein Auftaktworkshop in Gelsenkirchen, in dessen Folge sich im Februar 2000 die Zentrale AG Seniorenwirtschaft konstituierte und im März die Geschäftsstelle Seniorenwirtschaft eingerichtet wurde. Die Arbeit in den drei handlungsfeldbezogenen Arbeitsgruppen begann in den folgenden Monaten. Das Projekt Seniorenwirtschaft arbeitet damit im Gegensatz zu den meisten anderen Themenschwerpunkten des BfA erst seit einem knappen Jahr.

Bei dem vorliegenden Statusbericht, der als zweiter Info-Brief an alle Mitglieder der Arbeitsgruppen und Themenschwerpunkte verschickt wird, handelt es sich insofern um eine erste Zwischenbilanz der Arbeit des ersten Jahres. Der Statusbericht wurde auf der letzten Sitzung der Zentralen AG in Düsseldorf am 29.01.01 diskutiert und einvernehmlich verabschiedet.

Die AG Seniorenwirtschaft im Bündnis für Arbeit ist aus der Überlegung hervorgegangen, 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“).

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

Mit der Initiative Seniorenwirtschaft soll gemeinsam mit den relevanten Akteuren der Wirtschaft, der öffentlichen Hand und des intermediären Sektors die weitere Entwick-

lung des Wirtschaftsfeldes gestärkt, gestaltet und gefördert werden. Die vordringlichen Ziele richten sich auf die Schaffung und Sicherung von Beschäftigung, die Verbesserung der Lebenssituation und –qualität älterer Menschen, der Mobilisierung der Kaufkraft älterer Menschen und der Entwicklung NRW's zu einem exportfähigen Kompetenzstandort.

Im Mittelpunkt der Umsetzung dieser Ziele stehen die folgenden Maßnahmen:

- Aufbau und Bündelung von Know-how
- Erleichterung von Kooperation und Vernetzung
- Initiierung pilothafter Praxisanwendungen
- Abbau rechtlicher Hemmnisse
- Beseitigung von Informationsdefiziten
- Durchführung von Öffentlichkeits- und Aufklärungsarbeit

## **2. Braucht die Seniorenwirtschaft Anstöße, Moderation und Organisation oder ist sie ein Selbstläufer?**

Das Thema Seniorenwirtschaft hat erheblich an Bedeutung gewonnen. Etliche Akteure sind sich durchaus darüber im Klaren, dass die Entwicklung von Produkten und Dienstleistungen für die größer werdende Gruppe der Senioren/innen bereits heute ein großes Marktpotenzial darstellt, welches zukünftig weiter ansteigen wird. Das spiegelt sich auch in der Entwicklung des Themas „Senioren-Marketing“ in der Fachliteratur wieder. Nach Disch (2000: 32ff.) rollt seit Mitte der 90er Jahre die dritte Welle des Seniorenmarketings, die u.a. durch eine erhöhte Zunahme entsprechender Fachartikel gekennzeichnet ist. Die Nutzung der Chancen des Marktes der Älteren ist jedoch nur zögerlich angelaufen und bei weitem noch nicht ausgereizt. Die Wirtschaft hat zum einen die Marktpotenziale noch nicht im vollen Umfang erkannt, zum anderen ist die Entwicklung neuer Geschäftsfelder stets mit Risiken behaftet und hier muss den Unternehmen der wirtschaftliche Nutzen, der aus der Seniorenwirtschaft zu ziehen ist, noch deutlicher vermittelt werden. Insofern bedarf es durchaus einer Aktivierung der in vielen Köpfen latent

vorhandenen Bereitschaft, die wachsende Gruppe der Senioren/innen in all ihrer Differenziertheit stärker zu beachten und entsprechende Angebote und Marktstrategien zu entwickeln. Auch andere Akteure wie intermediäre Organisationen und Einrichtungen der öffentlichen Hand müssen zur Umsetzung bzw. Inangriffnahme entsprechender Ideen ermutigt werden.

Verfolgt man die allgemeine Tagespresse und Zeitschriften und hier vor allem das Aufkommen an Werbung für Angebote in der Seniorenwirtschaft, so ist bundesweit ein Ansteigen der seniorenorientierten Aktivitäten vor allem auf dem privatwirtschaftlichen Sektor zu beobachten. Auch anhand der Anfragen, die bei der Geschäftsstelle eingehen, wozu zunehmend Anfragen aus anderen Bundesländern sowie z.T. aus dem europäischen Ausland gehören, ist ein steigendes Interesse an der Thematik erkennbar.

Die Idee der Seniorenwirtschaft wird sowohl von der Angebotsseite als auch von der Nachfrageseite, d.h. den Organisationen der Senioren/innen, als ein tragfähiges und nutzenstiftendes Konzept begrüßt.

Die Angemessenheit des Gedankens der Seniorenwirtschaft zeigt sich auch in der hohen Akzeptanz der Initiative in öffentlichen Einrichtungen, Verbänden, Vereinen und Unternehmen der freien Wirtschaft, was u.a. durch die hohen Teilnehmerzahlen der diversen Arbeitsgruppen und Themenkreise sowie durch die ausgeprägte Arbeitsintensität belegt wird.

### **3. Aufbau und Koordination von Netzwerken**

In den vergangenen Monaten hat sich besonders gezeigt, wie wichtig die Einrichtung von Foren für die unterschiedlichen im Bereich der Seniorenwirtschaft tätigen Akteure für das Gesamtprojekt ist. Der Aufbau und die Koordination eines entsprechenden Netzwerkes stellte daher eine vordringliche Aufgabe dar, um die Kooperation und den Wissenstransfer unter den teilnehmenden Unternehmen, Forschungseinrichtungen, Verwaltungen und Verbänden zu fördern. Viele der Akteure kannten sich untereinander nicht bzw. hatten noch keine persönlichen Kontakte hergestellt und dementsprechend parallel entwickelt, geforscht und produziert. Ein Austausch und die Bündelung der Tätigkeiten war zwingend notwendig, um überflüssige Parallelentwicklungen zu vermeiden, potenzielle Synergien offen zu legen und diese Effekte durch die Anbahnung von

Kooperationen zu nutzen. Viele der in NRW bislang verstreut existierenden und - mit Ausnahme von wenigen Insidern - nur wenigen bekannten Angebote konnten so sichtbar gemacht und vernetzt werden und ziehen bereits erkennbar weitere Aktivitäten nach sich.

Das Kernelement der Kooperation und der Zusammenführung der unterschiedlichsten Akteure ist bereits in der Anfangszeit des Projekts erfolgreich umgesetzt worden und hat einen Prozess ausgelöst, der mittlerweile z.T. zu eigenständigen Entwicklungen führt. Dies kann an zwei Beispielen verdeutlicht werden:

### **1. NRW - Qualitätssiegel Betreutes Wohnen für Senioren/innen**

Vor dem Hintergrund der unübersichtlichen und qualitativ stark variierenden Angebotslage des Betreuten Wohnens bzw. des Wohnens mit Service wird schon seit langem von verschiedenen Seiten gefordert, Qualitätskriterien zu entwickeln und festzulegen, die Investoren, Betreibern und Nutzer/innen Orientierungshilfen bieten. Aus der Arbeit der UAG Wohnen, Handwerk und Dienstleistungswirtschaft ist ein Themenschwerpunkt Betreutes Wohnen hervorgegangen, der die Entwicklung und Implementierung eines entsprechenden Qualitätssiegels für NRW vorantreibt und durch ein breites Spektrum unterschiedlichster Akteure in einer bislang einzigartigen Kooperation gekennzeichnet ist (u.a. MASQT, MSWKS, Landesseniorenvertretung, Verbände der Wohnungswirtschaft, Verbraucherzentrale, Wohnberatungsstellen, FFG, GGT und IAT).

### **2. Zielgruppengerechte Tourismusentwicklung der Destinationen im Ruhrgebiet**

Auf Grundlage des Ansatzes des Projekts Seniorenwirtschaft eine Attraktivitätssteigerung der touristischen Angebote in NRW für ältere Menschen zu schaffen, hat sich die Ruhrgebiets Tourismus GmbH dazu entschlossen, die seniorengerechte Zugänglichkeit der Destinationen im Ruhrgebiet mit den Schwerpunkten „Kultur & Technik“ sowie „Bildung“ zu überprüfen und die Ergebnisse in Form eines Leitfadens in das Vermarktungskonzept für Busreiseveranstalter einfließen zu lassen. In diesen Prozess soll der in Kürze von der Geschäftsstelle herausgegebene „Leitfaden zur Entwicklung und Überprüfung zielgruppengerechter Angebote“ einfließen. Eine Zusammenarbeit mit weiteren Akteuren des Projekts Seniorenwirtschaft wird angestrebt.

Aufgrund der Vielzahl der Akteure, der Komplexität der Themenstellungen und der z.T. sensiblen Wettbewerbslage ist eine strukturierte, neutrale Moderationsleistung unerlässlich für den Gesamterfolg des Projektes. Dies umso mehr, da im Feld der Seniorenwirtschaft anscheinend „größere Schwierigkeiten im Rollen- und Selbstverständnis der Partner bestehen“ (Nettelstroth & Hülsmann 2000: 466).

Insgesamt ist der Findungsprozess der verschiedenen Arbeitsgruppen erfolgreich verlaufen und eine gemeinsame Basis geschaffen worden. Auf Grundlage neu entstandener Kooperationen sind zudem viele innovative Anstöße entwickelt worden, die im Rahmen der Arbeit weiter verfolgt werden.

Es bestehen drei große handlungsfeldbezogene Arbeitsgruppen zu den Themenschwerpunkten „Kommunikation und Neue Medien“, „Wohnen- Handwerk- und Dienstleistungswirtschaft“ sowie „Freizeit, Tourismus, Sport und Wellness“, in denen jeweils ca. 25-30 Mitglieder regelmäßig zusammenkommen. Daneben haben sich kleinere Arbeitskreise zu den Bereichen Senientourismus, Intelligentes Wohnen, Betreutes Wohnen und Neue Medien entwickelt. Schon jetzt zeichnet sich ab, dass durch die Arbeit in diesen Foren neue Kooperationen entstehen und neue seniorenspezifische Angebote und Dienste entwickelt werden.

Obwohl noch kein Jahr vergangen ist, seit die AG offiziell ihre Arbeit aufgenommen hat, lässt sich bereits jetzt bilanzieren, dass die strukturierte Förderung der Seniorenwirtschaft durch das Land NRW die richtige Idee zur richtigen Zeit war. Das nordrhein-westfälische Bündnis für Arbeit hat sich damit im Vergleich zu anderen Bundesländern, in denen die Bedeutung des Themas noch nicht erkannt und dementsprechend nicht als inhaltlicher Themenschwerpunkt verankert wurde, als innovativ gezeigt. Im Forum „Mitgestalten des Marktgeschehens“ des Deutschen Senientages in Nürnberg im Sommer 2000 wurde die Initiative von den bundesweit agierenden Senioren Organisationen sehr begrüßt und die Einschätzung vertreten, dass NRW mit der Installation dieses Themas bundesweit richtungsweisend ist.

Wenn es der Seniorenwirtschaft gelingt, neue Angebote zu schaffen, die gleichermaßen anspruchsvoll, kundenorientiert und erschwinglich sind, sind erhebliche Impulse für Umsätze, Existenzgründungen und Beschäftigung in diesem Bereich zu erwarten.

#### **4. Arbeitsmarkteffekte**

An dieser Stelle soll als Zwischenbilanz eine Einschätzung der durch die Initiative Seniorenwirtschaft ausgelösten Arbeitsmarkteffekte erfolgen. Das geht natürlich mit erheblichen Schwierigkeiten der direkten Messbarkeit einher. Zwar lässt sich die Zahl der direkt in einem Projekt der Initiative beschäftigten Menschen leicht errechnen; schwieriger wird es jedoch, wenn es darum geht

- welche Beschäftigung durch die Nachfrage der Projekte nach Vorleistungen ausgelöst wird (indirekte Arbeitsmarkteffekte),
- welche aktivierenden Innovations- und Beschäftigungswirkungen bei Dritten erreicht werden, ohne dass diese in der Initiative mitarbeiten (Multiplikatoreffekte) und
- welche Nachfragesteigerungen und Beschäftigungswirkungen sich durch die Aktivierung der Zielgruppe der älteren Menschen ergeben.

Über die direkten Effekte können wir bereits konkrete Aussagen treffen. Über die indirekten Effekte und die Multiplikatoreffekte lassen sich Schätzungen vornehmen, für Urteile über die Aktivierung der Nachfrage ist es jedoch noch zu früh.

Der Benennung der direkten Arbeitsmarkteffekte der Initiative liegen die bereits angelaufenen Projekte zugrunde, die entweder direkt von ihr auf den Weg gebracht oder von ihr ausgelöst und befruchtet worden sind.

Für 2001 lassen sich auf dieser Grundlage als direkte Arbeitsmarkteffekte ca. 100 ganze Stellen berechnen. Die indirekt durch die Initiative in NRW ausgelösten Arbeitsmarkteffekte betragen – vorsichtig geschätzt – ca. 25% der direkten Effekte; wären sie niedriger, könnten die jeweiligen Projekte ihre Arbeit nicht erledigen. Im Hinblick auf Multiplikatoreffekte ist nach den Eindrücken der Mitarbeiter/innen der Geschäftsstelle in etwa von der gleichen Größenordnung auszugehen. Damit belaufen sich alle durch die Initiative Seniorenwirtschaft direkt, indirekt und über Multiplikatoren ausgelösten Effekte auf ca. 150 Arbeitsplätze.

Grundsätzlich ist zu beachten, dass sowohl das Gesamtprojekt Seniorenwirtschaft als auch die meisten jeweiligen Einzelprojekte sich hinsichtlich der zu erwartenden Arbeitsmarkteffekte erst am Anfang befinden und in den nächsten Jahren mit einer verstärkten Zunahme zu rechnen ist.

## 5. Das Nachfragepotential der Senioren/innen

Die Gruppe der Senioren/innen (60+) stellt bereits zur Zeit die größte Nachfragegruppe und zudem die einzige dar, die in den nächsten Jahren weiter an Bedeutung und Anzahl zunehmen wird. Hintergrund dieser Einschätzung, die in vielen marketing- und wirtschaftswissenschaftlichen Publikationen vertreten wird (z.B. Brünner, 1997 Krieb & Reidl 1999, Barkholdt, Frerichs, Hilbert, Naegele & Scharfenorth 1999, Meyer Hentschel Management Consulting 2000), sind in erster Linie die demographischen Entwicklungen sowie die Veränderungen, denen das Alter und Altern unterliegt. Diese strukturellen Veränderungen des Alters werden in der Gerontologie unter den Begriffen Singularisierung, Ausdehnung der Altersphase, Feminisierung, Verjüngung und Hochaltrigkeit analysiert und diskutiert. Im Rahmen der Verjüngung und der Ausdifferenzierung des Alters entstehen neue Gruppen, die über vielfältige Lebensstile, Konsummuster und –anforderungen verfügen.

Die ökonomische Situation des Großteils der Senioren/innen hat sich in den letzten Jahrzehnten deutlich verbessert und zumindest in den alten Bundesländern kommt Reichtum im Alter vermutlich häufiger als Armut im Alter vor. (Bäcker, Bispinck, Hofemann & Naegele 2000). Die Kaufkraft Älterer ist trotz bestehender großer Einkommensunterschiede grundsätzlich durch eine freie Spitze gekennzeichnet, die für zusätzliche Ausgaben genutzt werden kann. So waren in 1995 ca. 54% aller Haushalte in NRW in der Altersklasse zwischen 55 und 65 Jahren in Besitz von Haus- und Grund und immerhin 43% aller Ehepaare dieser Altersklasse verfügten über ein hohes Kaufkraftpotenzial, d.h. über ein Nettomonatseinkommen von über 4000,- DM. (Barkholdt 2000)

Die Bereitschaft, das vorhandene Geld auszugeben, ist stark gewachsen und wird vermutlich weiter wachsen, wenn Produkte und Dienstleistungen den Bedürfnissen, Wünschen und Vorstellungen dieser Bevölkerungsgruppe besser angepasst werden. Die häufig vertretene Annahme der hohen Produktbindung Älterer steht dem keineswegs entgegen, denn die Aufgeschlossenheit der gegenwärtigen Älteren gegenüber neuen Produkten hat sich in den letzten sieben Jahren extrem erhöht (GfK 1999).

Entsprechend der zunehmenden Differenzierung des Alters erstreckt sich die (zukünftige) Nachfrage nach Produkten und Dienstleistungen auf unterschiedliche Bereiche und Segmente.

Grundsätzlich wird durch die mit der Hochaltrigkeit verbundenen Folgen des Alters (Verslechterung des allgemeinen Gesundheitszustandes, verstärktes Auftreten von Multimorbidität und eine höhere Anfälligkeit für Unfälle) von einer insgesamt steigenden Nachfrage nach Gesundheits- und Pflegedienstleistungen sowie nach allgemeinen Unterstützungsleistungen zum Erhalt der selbständigen Lebensführung auszugehen sein. Insofern werden vermutlich im Gesundheitssektor die größten Nachfragesteigerungen und Beschäftigungszuwächse zu erwarten sein. (Barkholdt, Frerichs, Hilbert, Naegele, Scharfenorth 1999).

Daneben werden in der Literatur die mit den Handlungsfeldern der Initiative Seniorenwirtschaft abgedeckten Bereiche Freizeit, Wohnen und Neue Medien als solche Bereiche identifiziert, in denen zum einen ein hoher Nachholbedarf an der Entwicklung seniorengerechter Dienste und Produkte besteht und zum anderen von einer zukünftig hohen Nachfrage ausgegangen wird, weil sie auf die wachsende Aufmerksamkeit der Älteren stoßen.

### **5.1 Wohnen, Handwerk- und Dienstleistungswirtschaft**

Der möglichst lange Verbleib in der eigenen Wohnung und im vertrauten Wohnumfeld ist der größte Wunsch der meisten Senioren/innen. Indem dieses durch Wohnraumanpassungen oder entsprechende altersgerechte Wohnangebote (z.B. Betreutes Wohnen bzw. Wohnen mit Service oder alternative Wohnformen) stärker ermöglicht wird, wächst gleichzeitig der Bedarf an die Selbständigkeit im Alter unterstützenden Diensten, wie hauswirtschaftliche und ambulante pflegerische Dienste. Die Befragten der GfK-Studie wünschten sich im Alter vor allem den Anschluss an eine Notrufzentrale, Putz- und Haushaltshilfen sowie Mahlzeitendienste. Aber auch Serviceleistungen zur Verbesserung der eigenen Mobilität, Einkaufs- oder Reparaturdienste gewinnen zunehmend an Bedeutung.

Zudem ist von einem steigenden Grad der Technisierung auszugehen. Z.Zt. ist die Anwendung intelligenter Haustechnik im privaten Wohnbereich zwar noch die Ausnahme, mit wachsendem Bekanntheitsgrad der Einsatzmöglichkeiten, der Vereinfachung der Anwendung und der Installation bei sinkenden Produktpreisen erschließt sich hier jedoch ein großer Zukunftsmarkt.

Für NRW ergeben sich in der beschäftigungsintensiven Baubranche besondere Chancen im Bereich des Betreuten Wohnens bzw. des Service Wohnens. Das Institut empirica etwa konstatiert für NRW im Vergleich zu anderen Bundesländern einen deutlichen Nachholbedarf, vor allem im mittleren Preissegment. (LBS 1999)

## **5.2 Telekommunikation und Neue Medien**

Das Gebiet Telekommunikation und Neue Medien boomt nicht nur bei den Jüngeren, sondern auch bei den Älteren. Die Älteren stellen die am stärksten wachsende Gruppe der Internetnutzer/innen dar, auf dem Markt für PC's hat sich der Anteil der über 50-jährigen Käufer/innen in den letzten sieben Jahren mehr als verdoppelt. (GfK 1999) Projekte wie Senioren Online und Schulungen zur Medienkompetenz stoßen auf eine extrem große Nachfrage, die bei weitem noch nicht befriedigt ist. Daneben bleibt Telefonie im weitesten Sinne ein wichtiges Themenfeld für Senioren/innen, denn für die Gruppe der über 70-Jährigen sind z.B. Telefonketten nach wie vor von hoher Bedeutung. Auch im Handy-Bereich werden die Bedürfnisse der Älteren noch zu wenig berücksichtigt, wodurch Marktpotenziale brach liegen.

Wachsende Bedeutung erfahren zudem bildbasierte TK Medien, die der Unterstützung hilfs- und pflegebedürftiger Älterer sowie ihrer Angehörigen dienen (Stichwort Virtuelles Altenheim) sowie Orientierungshilfen auf Basis der GPS-Technologie.

## **5.3 Freizeit, Tourismus, Sport und Wellness**

Grundsätzlich nehmen Freizeitbeschäftigungen im Alter eine höhere Bedeutung ein, da das Ausmaß an frei einteilbarer Zeit wächst. Aktivitäten außer Haus sinken zwar mit steigendem Alter, werden aber von über 70% der in der GfK-Studie befragten Personen in der Altersklasse 50+ als besonders wichtig bzw. wichtig eingeschätzt. Zu den beliebtesten außerhäusigen Aktivitäten zählen Sport und Bewegung, Reisen, Kultur, Einkaufsbummel und Essen gehen. Die Bedeutung von Fitness und Gesundheit bis ins hohe Alter wird von 90% der befragten Älteren als besonders wichtig und wichtig angesehen, womit die Entwicklung und Bereitstellung adäquater Angebote von entsprechender Bedeutung ist. (GfK 1999)

Der Tourismusbereich stellt einen wachsenden Wirtschaftssektor dar, der ohnehin durch hohe Anteile Älterer gekennzeichnet ist. (Born 1999) Bislang wurden die Potenziale für die Seniorenwirtschaft jedoch ausschließlich unter dem Blickwinkel des Outgoing-Tourismus betrachtet. Für große Teile der Senioren/innen sind Reiseziele im deutschsprachigen Raum jedoch nach wie vor von großer Bedeutung. NRW hat in dieser Hinsicht einiges zu bieten, vorausgesetzt, es vermarktet und vernetzt bestehende Angebote entsprechend und optimiert für Senioren/innen attraktive Destinationen. Durch die Verknüpfung mit dem Wellness- und Gesundheitsbereich ergeben sich zudem auch große Chancen, ausländische Senioren/innen (z.B. aus Japan) für einen Aufenthalt in NRW zu gewinnen.

## **6. Die Einbindung in das BfA und Handlungsanforderungen**

Die AG Seniorenwirtschaft wurde im Rahmen des Bündnisses für Arbeit NRW eingerichtet. Zur Umsetzung ihrer angestrebten Ziele wurde eine institutionelle Struktur mit drei Säulen eingesetzt:

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

Die zentrale Arbeitsgruppe Seniorenwirtschaft im Bündnis für Arbeit 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. Sie beschließt im Konsensverfahren ihres Erachtens notwendige Einlassungen, die sich aus der Arbeit der handlungsfeldbezogenen Arbeitsgruppen ergeben, um diese an die entsprechenden Regierungsgremien heranzutragen und gestaltend auf die Rahmenbedingungen einzuwirken.

Die Unterstützung und Einbindung der Sozialpartner ist somit für die Förderung der Seniorenwirtschaft sehr wichtig. Das gilt vor allem für jene Bereiche, in denen gesetzlicher Regulierungsbedarf besteht. Der Spagat zwischen dem gesetzlichen System der sozialen Sicherung und den ergänzenden privat/frei zu finanzierenden Angeboten muss ausgegogen und der partnerschaftliche Konsens sichergestellt sein.

Durch dieses Vorgehen kann dem Wildwuchs auf dem Seniorenmarkt von vornherein - zum Schutz der Senioren/innen ebenso wie zur Unterstützung seriöser Anbieter - vorgebeugt werden. Durch die Einbindung der Sozialpartner kann ebenfalls die Berücksichtigung der sozialpolitischen und arbeitsrechtlichen Dimensionen von vornherein sichergestellt und späteren Konflikten in der Ausrichtung der Arbeit in der Seniorenwirtschaft vorgebeugt werden. Hierzu gehört die Begrenzung sozialer Ungleichheit und Ungerechtigkeit im Alter ebenso wie die Ausgestaltung der in der Seniorenwirtschaft zu schaffenden Beschäftigungsverhältnisse z.B. bzgl. der Fragen um Entgelttarife und der Problematik des Technikeinsatzes im Feld der personenbezogenen Dienstleistungen.

## **6.1 Rechtliche Hemmnisse**

In einigen konkreten Punkten wurde im Verlauf des Projekts die Beseitigung rechtlicher Hemmnisse bzw. die Schaffung von verbindlichen Grundlagen eingefordert. Hier gilt das Bestreben vor allem der Schaffung von Rechtssicherheit bei der Investition in seniorengerechte Anlagen und Produkte. Aber auch die Vereinfachung des Vertriebs (womit der Zugang zu bestimmten Produkten erleichtert, diese preisgünstiger gestaltet und damit die Nutzergruppe vergrößert wird) sind Punkte, die durch eine Anpassung der entsprechenden Vorschriften zum Vorteil der betroffenen Senioren/innen und Unternehmen gestaltet werden könnten.

Im Vordergrund stand zunächst die Novelle des Heimgesetzes und die Verabschiedung einer entsprechenden EntschlieÙung des Bündnis für Arbeit NRW zur Weiterleitung an die entsprechenden Stellen, um die Aufnahme von Anlagen des Betreuten Wohnens in den Geltungsbereich des novellierten Heimgesetzes zu verhindern.

Daneben wurde konkreter Gestaltungsbedarf in den Bereichen des Baurechts, des Betreuten Wohnens und des Heil- und Hilfsmittelgesetzes identifiziert

- In der Diskussion um die Schaffung von Wohnraum im mittleren Preissegment für Senioren/innen in Anlagen des Betreuten Wohnens werden Erleichterungen der baurechtlichen Vorschriften z.B. bei der Zahl der notwendigen Stellplätze angeregt, um Baukosten zu sparen, von denen die Endkunden/innen durch preisgünstigere Angebote profitieren können
- Für den Bereich des Betreuten Wohnens insgesamt wurde die Schaffung von verbindlichen Standards eingefordert, um sowohl den Investoren Grundlagen für die notwendige Ausstattung, das Maß der Unterstützungsleistungen u.ä. zu bieten, als auch den Nutzer/innen durch die Verbesserung der Markttransparenz erhöhte Sicherheit und Vergleichsmöglichkeiten bei der Auswahl einer Wohnanlage zu ermöglichen.
- Durch die engen Grenzen des Heil- und Hilfsmittelgesetzes entsteht der Effekt, dass auch einfache und bei entsprechendem Absatz preisgünstig zu produzierende Hilfsmittel nur über Sanitätshäuser vertrieben werden dürfen, was zu einer künstlichen und nicht marktgerechten Verteuerung vieler Produkte führt. Grund sind die Rahmenverträge mit den Kostenträgern. Eine Auflösung dieser Bindung der Kostenträger an eine bestimmte Branche und die Öffnung für andere würde insbesondere für Handwerksbetriebe z.B. aus dem Sanitärbereich Vorteile bringen und könnte mittelfristig für eine Reihe von Produkten zu Preissenkungen und damit auch zu Einsparungen für die Kostenträger führen.

Durch eine im Sinne der Initiative Seniorenwirtschaft angepasste Gestaltung der angesprochenen Vorschriften könnte ohne direkte Mehrkosten der Sektor Seniorenwirtschaft in erheblichen Umfang gefördert werden.

## **6.2 Qualifizierungsbedarfe**

Fragen der Qualifizierung wurden bei den Überlegungen im Vorfeld des Projektes Seniorenwirtschaft nicht in den Vordergrund gestellt. Die Schwerpunkte wurden zunächst auf die Identifizierung von Gestaltungsoptionen und innovativen Entwicklungschancen im Bereich der Seniorenwirtschaft gelegt. Im Verlauf dieses Prozesses zeigte sich jedoch

bereits relativ früh und mit der Zeit immer deutlicher, dass die Bedeutung des Themenkomplexes Qualifizierung an Gewicht gewinnt.

In einer ersten Bestandsaufnahme können folgende Blöcke identifiziert werden, für die Handlungsbedarf besteht: (Weiter-)Qualifizierung von Arbeitnehmer/innen und Arbeitssuchenden aus NRW für die Belange der Seniorenwirtschaft, übergreifende Aspekte wie Seniorenmarketing und Kundenorientierung sowie der Aufbau von Weiterbildungsangeboten für Senioren/innen.

Insbesondere von Seiten der Gewerkschaften werden qualitativ hochwertige Qualifizierungsangebote gefordert, was jedoch in gewissem Widerspruch zu einer moderaten Preisgestaltung der Dienstleistungen für die Endverbraucher/innen steht. In der Ausbalancierung dieser Ansprüche liegen besondere Herausforderungen, die nur durch die gemeinsame Beteiligung der Sozialpartner zu lösen sind. Mit Blick auf die Qualifizierung von Arbeitnehmer/innen, Arbeitssuchenden und Ehrenamtlichen soll explizit auch die Gruppe der über 50-jährigen Langzeitarbeitslosen berücksichtigt werden und in diesem Kontext werden Arbeits- und Kooperationsbeziehungen zu der entsprechenden Arbeitsgruppe (Beschäftigungsmöglichkeiten für besondere Personengruppen) des Bündnisses für Arbeit angestrebt.

Wie die Arbeit zu den drei Themenschwerpunkten gezeigt hat, steht die Entwicklung vieler seniorengerechter Angebote in den jeweiligen Bereichen noch an und bedarf gezielter Qualifizierungsmaßnahmen der in diesen Arbeitsfeldern tätigen professionellen und ehrenamtlich Beschäftigten, für die jedoch noch keine entsprechenden Angebote existieren. Im Folgenden werden exemplarisch für jeden Bereich erforderliche Qualifizierungsangebote dargestellt.

### **6.2.1 Freizeit, Tourismus, Sport und Wellness**

Der Touristikbereich hat zwar implizit viele Angebote hervorgebracht, die für Senioren/innen interessant und bedeutsam sind und auch nachgefragt werden, entwickelt z.Zt. jedoch noch zu wenig explizite Angebote, weil das Wissen um die Anforderungen solcher Angebote z.T. nicht vorhanden ist. Gleichzeitig werden bestehende Angebote in Regionen nicht ausreichend gebündelt, optimiert und vermarktet. Es gibt verschiedene Projektkonzepte und Ansätze aus dem Kreis der UAG Freizeit, die diese Qualifizierungsanforderungen z.T. berücksichtigen.

Ähnliches gilt für den Sportbereich. Bestehende Angebote im Bereich des Sports und der Gesundheit beachten z.Zt. zu wenig altersspezifische psychologische und physiologische Anforderungen. In diesem Sinne sind z.B. Qualifizierungsangebote zum/r Trainer/in für Seniorensport- und Gesundheitsprogramme von zentraler Bedeutung. Ein geplantes Projekt zum Aufbau von Dienstleistungspools in der Sport- und Freizeitwirtschaft konzentriert sich auf die Entwicklung und Vermittlung entsprechender Qualifizierungsmaßnahmen.

### **6.2.2 Wohnen**

Auch für den Wohnbereich liegen zielgruppenspezifische Qualifizierungsanforderungen vor, die noch nicht ausreichend entwickelt und umgesetzt worden sind.

Das betrifft zum einen die Qualifizierung von Handwerker/innen mit Blick auf die Durchführung von Wohnraumanpassungsmaßnahmen für Senioren/innen, um räumliche Voraussetzungen für ein selbständiges Leben im Alter zu schaffen. Dieser Ansatz wird in dem Projekt der HWK Düsseldorf verfolgt.

Weitere Qualifizierungserfordernisse bestehen mit Blick auf den Bereich des Intelligenten Wohnens, obwohl dieser z.Zt. noch relativ gering ist. Darüber hinaus müssen Aspekte der barrierefreien Wohnraumgestaltung für Architekten sowohl in der Aus- als auch in der Weiterbildung stärker beachtet werden.

### **6.2.3 Neue Medien**

Im Bereich der Neuen Medien besteht nicht nur ein Qualifizierungsbedarf für die Älteren selbst, sondern im Besonderen auch für die in der Arbeit mit Älteren tätigen professionellen und ehrenamtlichen Mitarbeiter/innen. Insbesondere für Multiplikatoren/innen besteht ein hoher Nachholbedarf in Sachen EDV- und Internetqualifizierung mit Bezug auf ältere Menschen. Mögliche Qualifizierungsmodule betreffen die folgenden Themen: Aufbau und Durchführung von Internetcafés für Senioren/innen, Integration des Internets in die offene Altenhilfe, EDV-Nutzung in Einrichtungen der Altenpflege, Unterstützungs- und Informationsangebote für zu Hause lebende Pflegebedürftige.

#### **6.2.4 Aufbau von zukunftsfähigen Aus- und Weiterbildungsangeboten für Arbeitnehmer/innen aus und außerhalb NRWs**

Über diese handlungsfeldbezogenen Qualifizierungsaspekte hinaus ergeben sich übergreifende Qualifizierungsanforderungen, die für alle Bereiche gleichermaßen von hoher Bedeutung sind. Diese umfassen Elemente seniorengerechter Produkt- und Softwaregestaltung, des Seniorenmarketing und der zielgerechten Kundenorientierung.

Auf Grundlage dieser unterschiedlichen Qualifizierungserfordernisse könnten in NRW zukunftssträchtige Aus- und Weiterbildungsstudiengänge für das wachsende Gebiet der Seniorenwirtschaft entwickelt werden. Diese würden den Kompetenzstandort NRW stärken und entsprechendes Know-how in andere Regionen weitertragen.

In diesem Zusammenhang bitten wir die Mitglieder der Steuerungsgruppe darum, die Aus- und Weiterbildungseinrichtungen aus ihrem Zuständigkeitsbereich auf unser Vorhaben aufmerksam zu machen und interessierte Einrichtungen zur Teilnahme aufzufordern.

#### **6.2.5 Aufbau von Weiterbildungsangeboten für Senioren/innen**

Bei diesen Angeboten handelt es sich hauptsächlich um die Vermittlung von Medienkompetenz und den Aufbau einer privaten Seniorenuniversität.

Wie Erfahrungen aus Projekten wie Senioren Online (SOL) zeigen, stellt die Vermittlung von Medienkompetenz an Ältere nach wie vor ein wichtiges und großes Feld dar. Grundsätzlich müssen Ältere mit Hilfe der Medienkompetenz über die Möglichkeiten und Fähigkeiten der Teilhabe an der Informations- und Kommunikationsgesellschaft verfügen. Darüber hinaus ist eine Verbesserung und Erhöhung der Medienkompetenz auch im Hinblick auf arbeitsmarktpolitische Effekte (z.B. Steigerung der Nachfrage durch e-Commerce) und nachberufliche Tätigkeitsfelder von zentraler Bedeutung.

An vielen Universitäten werden bereits Veranstaltungen im Rahmen des Studium Generale für Senioren/innen und andere Interessentengruppen geöffnet und es existieren vereinzelt Studiengänge für Senioren/innen. Ein auf die Gruppe der Senioren/innen konzentriertes Angebot mit einem Curriculum, das auch Aspekte einer neuen Alter(n)skultur berücksichtigt, existiert bislang jedoch noch nicht. Diesem Anliegen widmet sich das

Projekt „Europäische Seniorenuniversität in Ostwestfalen Lippe“, das zu einer Aktivierung der Potenziale von Senioren/innen für die Gesellschaft beitragen und Bildungsangebote mit Gesundheitsangeboten verknüpfen will. Die Seniorenuniversität soll in der Rechtsform einer privaten Hochschule mit staatlicher Anerkennung gegründet werden und damit auch über Eigenleistungen der Teilnehmer/innen finanziert werden.

## **7. Perspektiven**

Die Seniorenwirtschaft stellt auch weiterhin ein Gebiet dar, welches durch das BfA gezielt gefördert und strukturiert werden sollte.

Die eingeschlagene Richtung der Arbeit der Initiative hat sich grundsätzlich als richtig erwiesen. Die Grundlagen für die Verankerung der Seniorenwirtschaft im Bewusstsein einer Reihe relevanter Akteure sind gelegt. Erste Vorhaben werden umgesetzt und können die Zukunftsfähigkeit des Feldes Seniorenwirtschaft belegen.

Die weiteren Handlungsanforderungen liegen neben der weiteren grundsätzlichen Stärkung des Themenfeldes durch die bereits zum Einsatz kommenden Maßnahmen insbesondere in der Umsetzung der dargestellten Qualifizierungsanforderungen sowie dem Abbau rechtlicher Hemmnisse.

Zukünftige inhaltliche Schwerpunkte sollen auf die Versorgung Demenzkranker im ambulanten Bereich, das zukünftige Berufsbild des Care-Managers, die stärkere Vernetzung des Betreuten Wohnens mit dem Wellness-Bereich sowie die allgemeine Qualitätssicherung gelegt werden.

Darüber hinaus ist die quantitative und qualitative Verbesserung der Öffentlichkeitsarbeit von zentraler Bedeutung. Das sollte zum einen durch gezielte Informationen für bestimmte Zielgruppen (z.B. Presseseminare, Infoveranstaltungen für Wirtschaftsförderer und unternehmensorientierte Informationsveranstaltungen) und zum anderen durch eine breitere Streuung der Informationen geschehen, um eine breitere Öffentlichkeit zu erreichen und auf einen Bewusstseinswandel hinzuarbeiten.

Aufgrund der Vielzahl der Akteure, der Komplexität der Themenstellungen und der z.T. sensiblen Wettbewerbslage ist eine strukturierte, neutrale Moderationsleistung weiterhin unerlässlich für den Gesamterfolg des Projektes. Die Moderation der verschiedenen Foren und Arbeitskreise und die Abstimmungsprozesse innerhalb der AG Seniorenwirtschaft werden daher auch in Zukunft eine zentrale Aufgabe darstellen.

Damit einher geht der weitere Ausbau der Vernetzung und Kooperation von relevanten Akteuren, insbesondere von privatwirtschaftlichen Unternehmen und Unternehmen der Sozialwirtschaft bzw. Wohlfahrtsverbänden.

## Literatur

- Bäcker, G.; Bispinck, R.; Hofemann, K.; Naegele, G. (2000): Sozialpolitik und soziale Lage in Deutschland, Bd. 2: Gesundheit und Gesundheitssystem, Familie, Alter, Soziale Dienste, Wiesbaden
- Barkholdt, C. (2000): Zur Einkommenssituation Älterer in NRW, Vortrag MFJFG am 11-9.2000
- Barkholdt, C.; Frerichs F.; Hilbert, J.; Naegele, G.; Scharfenorth, K. (1999): Memorandum Wirtschaftskraft Alter, Dortmund/Gelsenkirchen
- Barkholdt, C.; Frerichs F.; Hilbert, J.; Naegele, G.; Scharfenorth, K. (1999): Das Altern der Gesellschaft und neue Dienstleistungen für Ältere, in: Mitteilungen aus der Arbeitsmarkt- und Berufsforschung, 32. Jg., Stuttgart, S.488-498
- Born, A.; Hübner, M. (1999): Zielgruppe Senioren: Chancen und Perspektiven für die Tourismusbranche, Gelsenkirchen
- Brünner, B. O. (1997): Die Zielgruppe Senioren: eine interdisziplinäre Analyse der älteren Konsumenten, Frankfurt am Main
- Disch, W. K.A. (2000): Zur Entwicklung des Themas „Senioren-Marketing“ in der Fachliteratur, in: Meyer-Hentschel Management-Consulting (Hrsg.): Handbuch Seniorenmarketing. Erfolgsstrategien aus der Praxis, Frankfurt am Main: Deutscher Fachverlag
- Geschäftsstelle Seniorenwirtschaft (Hrsg.): Info-Brief 9/2000: Gelsenkirchen: Vervielfältigung
- Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) (1999): 50plus, Nürnberg
- Krieb, C.; Reidl, A. (1999): Senioren Marketing. So erreichen Sie die Zielgruppe Frankfurt am Main
- LBS (1999): Wohnen mit Service, Bonn
- Meyer Hentschel Management Consulting (2000): Handbuch Senioren-Marketing. Erfolgsstrategien aus der Praxis, Frankfurt am Main
- Nettelstroth, W.; Hülsmann, E. (2000): Bündnis für Arbeit, Ausbildung und Wettbewerbsfähigkeit in NRW – Eine Bestandsaufnahme, in: WSI-Mitteilungen 7/2000, S. 462-468

## Anhang

Überblick über laufende und geplante Projekte, Veranstaltungen, Veröffentlichungen und sonstige Aktivitäten im Rahmen der Initiative Seniorenwirtschaft

### 1. Veranstaltungen

- Veranstaltung des TÜV Rheinland im Herbst 2000: Senioren und Neue Medien
- Vortrag Medientage Münster im Frühling 2000
- DGB-Werkstattgespräch zum Thema Seniorenwirtschaft im Frühjahr 2000
- Vortrag Bildungsstätte „Neues Alter“ e.V. im Winter 2000
- Vortrag WZN Jahreskongress
- Vortrag Fachtagung „Gesellschaft im Wandel“ des MFJFG im Frühjahr 2000
- Gutachten + Vortrag zum Thema Wirtschaftskraft Alter für den Weltaltenplan im Herbst 2000
- Besuch des Seniorentags Nürnberg
- Vortrag Remagen an der Fachhochschule im Januar 2001

### 2. Veröffentlichungen

- Arbeitsmarkt und Berufsforschung 4/1999
- BAGSO- Nachrichten 3/2000
- Impulse, FFG 2/1999
- Impulse, FFG 2/2000
- Busjournal Sommer 2000
- Info-Brief der Geschäftsstelle
- Dokumentation Auftaktworkshop
- Gutachten zum Weltaltenplan (im Erscheinen)

### 3. Sonstiges

- Dreiwöchiges Praktikum einer japanischen Studentin im Rahmen der EXPO 2000 im Sommer 2000

### 4. Projekte

Telekommunikation und Neue Medien

- Das Kompetenznetzwerk „Senioren OnLine“ (SOL) (KDA, Evangelischer Verband für Altenarbeit im Rheinland, GGT)
- „Bildbasierte Unterstützung pflegender Angehöriger“ (Stadt Dortmund)
- „Inkontakt - Aufbau von integrierten Kommunikations-, Aktivierungs-, Vermittlungs- und Koordinierungsservices für Senioren auf Grundlage bildbasierter IuK-Technologien“ im Ruhrgebiet (Ev. Johanneswerk, SWZ, Elias, Telekom)
- „Internetportal für die Seniorenwirtschaft / Elektronischer Marktplatz“ (SWZ)
- „Urlaub mit der Maus“, (Fremdenverkehrsverein Lage-Hörste)

- Sendungen für Ältere über Breitband Kabelnetz (Projekt der Gemeinnützigen Wohnungsgenossenschaft GeWoGe)
- „Entwicklung und Einsatz einer Internet gestützten Applikation zur Kundenakquise und –bindung“ (DPWV NRW)
- Multimediale Kurse zur Medienkompetenz für Senioren und Internetcafé (Arbeitskreis Ostviertel e.V. , Bürgerzentrum für Senioren im Bürgerhaus Bennohaus)

### **Wohnen, Handwerk und Dienstleistungswirtschaft**

- „WIA Handwerk – Wohnen im Alter“, Qualifizierungsprojekt der HWK Düsseldorf in Düsseldorf und Mönchengladbach
- „Mindeststandards/Qualitätssiegel für betreutes Wohnen NRW“ (UAG Wohnen, Geschäftsstelle Seniorenwirtschaft)
- Aufbau eines Netzwerkes: „Intelligentes Wohnen für Senioren“. 1. Schritt: Erstellung eines Kompetenzpapiers (Geschäftsstelle Seniorenwirtschaft)
- Handwerkerqualifizierung und Ausbau einer Musterwohnung in Bielefeld (WEGEMB, SWZ)
- „TÜV geprüfter Sanitärfachbetrieb“ – Altengerechtes Qualitätsmanagement im Handwerksbetrieb (GGT, TÜV Rheinland / Berlin Brandenburg)
- „Bett der Zukunft“ (Firma Stiegelmeyer)
- Investitionsobjekt „Deutsches Integratives Rehaszentrum“ (Leicher Unternehmensgruppe, Dr. Engbrink GmbH & Co.KG; GABS, Diakonisches Werk Gladbeck-Bottrop-Dorsten)

### **Freizeit, Tourismus, Sport und Wellness**

- „Vermittlung und Marketing eines seniorengerechten Tourismus“ Pilotprojekte zur Entwicklung einer „Modellregion für seniorengerechten Tourismus“ in Ostwestfalen-Lippe (Wege, Teuto-Touristik), am Niederrhein (WEGE Niederrhein, Niederrhein Touristik GmbH)
- Leitfaden für seniorengerechtes Reisen (Geschäftsstelle Seniorenwirtschaft)
- „Aufbau einer Seniorenuniversität“ (ZIG, OWL Marketing Gesellschaft GmbH, Universitäten Bielefeld und Paderborn)
- „Japanische Senioren-Touristen“ in Wellness-Hotels NRW (Geschäftsstelle Seniorenwirtschaft)
- „Seniorengerechte Gestaltung und Zertifizierung von Destinationen im Ruhrgebiet“ (Ruhrgebiets Tourismus GmbH)
- „Aufbau von Dienstleistungspools für seniorengerechte Angebote in der Sportwirtschaft“ (BPC, Gersmeier, Job & Partner, Otti Krempel)
- Salinenpark Bad Salzuflen, Wellness und Seniorenhotel Hotel (Herr Schmitt)
- Qualifizierungsprojekt der Diakonie Castrop-Rauxel/Herne
- Investitionsprojekt „Zentrum für Gesundheitsdienstleistungen“ (Montanus AG)
- Aufbau eines Studiengangs und Weiterbildungsangebot Sozialinformatik / Sozialwirtschaft

## Übergreifende Projekte

- „Seniorenrechtliches Design“: „Roter Punkt“ – Erweiterung des Designpreis um die Sonderkategorie Seniorenrechtliches Design (Designzentrum NRW)
- „Nachhaltiges Wirtschaften in Unternehmen der Seniorenwirtschaft“ (Wuppertal Institut, KCR, SWZ)
- Gründungs- und Innovationspreis - „Geschäftsideen für mehr Lebensqualität“ (SWZ, KCR)
- „Erhebung Einkommenssituation Älterer in NRW“

Vera Gerling  
Michael Cirkel

### **Projekt Seniorenwirtschaft**

**- Geschäftsstelle -**

Munscheidstr. 14  
45886 Gelsenkirchen

Tel.: +49-209/1707-344

Fax: +49-209/1707-110

e-mail: [seniorenwirt@iatge.de](mailto:seniorenwirt@iatge.de)