

Memorandum

"Wirtschaftskraft Alter"

**Forschungsgesellschaft für
Gerontologie e. V. /
Institut für Gerontologie
an der Universität Dortmund**
Evinger Platz 13
44339 Dortmund
Tel: 0231 / 72 84 88-0
Fax: 0231 / 72 84 88-55
e-mail: [name]@pop.uni-dortmund.de
<http://www.uni-dortmund.de/FFG>

**Institut Arbeit und Technik
Abteilung Dienstleistungssysteme
Wissenschaftszentrum Nordrhein-Westfalen**
Mitglied im Seniorenwirtschaftszentrum
Munscheidstraße 14
45886 Gelsenkirchen
Tel: 0209 / 1707-138
Fax: 0209 / 1707-110
e-mail: [name]@iatge.de
<http://www.iatge.de>

Bearbeitung:

Dr. Corinna Barkholdt,

wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut für Gerontologie

Dr. Frerich Frerichs,

Leiter der Abteilung Demographischer Wandel und Arbeitswelt am Institut für Gerontologie

Dr. Josef Hilbert,

Leiter der Abteilung Dienstleistungssysteme am Institut Arbeit und Technik

Prof. Dr. Gerhard Naegele,

Professor für soziale Gerontologie an der Universität Dortmund und Direktor des Instituts für Gerontologie

Karin Scharfenorth,

wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut Arbeit und Technik

Dortmund und Gelsenkirchen

März 1999

Memorandum

“Wirtschaftskraft Alter”

Inhalt

Einleitung	4	
I	Rahmenbedingungen	9
1	Demographischer Wandel.....	9
2	Produktivitätspotential Älterer	12
3	Einkommen und Einkommensverwendung.....	13
4	Arbeitsmarkt	15
4.1	Alterung des Erwerbspersonenpotentials	15
4.2	Arbeitsmarkteffekte - Nachfrage	16
5	Lebensstile und Interessen alter Menschen.....	19
II	Themenfelder.....	20
1	Gesundheits- und Sozialwirtschaft.....	20
2	Wohnungs- und Städtebau	25
3	Lebensqualität-Dienstleistungen: Kultur, Freizeit, Tourismus, Sport.....	27
3.1	Tourismus	28
3.2	Freizeitsport / Wellness	30
4	Alter und Arbeit	33
4.1	Alternde Belegschaften	35
4.2	Ältere Unternehmensgründer.....	37
5	Selbständige Lebensführung	38
5.1	Technikentwicklung und -gestaltung.....	39

5.2	Soziale Dienste	42
6	Qualitätsentwicklung und Verbraucherschutz.....	44
6.1	Benchmarking.....	44
6.2	Verbraucherschutz.....	46
III	Forschungs- und Gestaltungschancen in NRW.....	48
	Literatur	54
	Anhang: Forschungsbedarf im einzelnen.....	58

Einleitung

„Der heutige Anteil der über 60jährigen ist mit etwa 21 v. H. fast genauso groß wie der Anteil der unter 20jährigen. Bis zum Jahre 2030 ist der enorme Anstieg des Anteils auf 30 – 40 v. H. so gut wie sicher ...“, so faßt der zweite Zwischenbericht der Enquete-Kommission „Demographischer Wandel – Herausforderungen unserer älter werdenden Gesellschaft an den einzelnen und die Politik“ (Enquete-Kommission 1998: 72) das Altern der Gesellschaft in der Bundesrepublik Deutschland zusammen.

Bislang wird das Altern der Gesellschaft zumeist als eine Last für dieselbe debattiert. In letzter Zeit mehren sich jedoch die Stimmen, die auf Chancen für Wirtschaft und Beschäftigung hinweisen und dazu auffordern, mehr Wissen und Aufmerksamkeit für die Bedürfnisse, Interessen und wirtschaftlichen Potentiale älterer Menschen zu entwickeln. Welche Konsequenzen mehr Seniorenwirtschaftskompetenz für Lebensqualität, Arbeit und Wettbewerbsfähigkeit in Nordrhein-Westfalen (NRW) bringen kann, soll im folgenden mit Hilfe von zwei alternativen Blicken in das Jahr 2010 verdeutlicht werden: Im ersten – dem Kompetenzszenario - gelingt es Wirtschaft und Politik, die Wirtschaftskraft älterer Menschen für eine Verbesserung von Lebensqualität, Arbeit und Wettbewerbsfähigkeit in NRW zu nutzen; im zweiten – dem Ignoranzszenario - steht man den absehbaren soziodemographischen Veränderungen abwartend gegenüber.

Das Kompetenzszenario:

NRW, das bevölkerungsreichste Bundesland, bietet seinen älteren Mitbürgerinnen und Mitbürgern nicht nur gute Lebens- und Arbeitsbedingungen, sondern profitiert auch auf überdurchschnittliche Weise von den wirtschaftlichen Aktivitäten und von der Kaufkraft vieler älterer Menschen. Dank einer weitsichtigen Wirtschafts- und Sozialpolitik, die frühzeitig auf die Entwicklung von Seniorenwirtschaftskompetenz setzt, wird NRW zu einem führenden Standort in Sachen Technik und Dienstleistungen für Lebensqualität im Alter. Know-how für das Design altersspezifischer Angebote als auch altersgerechte Produkte und Serviceangebote selbst sind nordrhein-westfälische Exportschlager; und auch die Freizeit- und

Kulturangebote in NRW werden von den einheimischen Seniorinnen und Senioren überdurchschnittlich gut angenommen. Die Gesundheits- und Wellnessangebote, aber auch die Museen, Musicals, Einkaufszentren und Sportveranstaltungen sind Magneten für ältere auswärtige Besucher. Das Landesamt für Datenverarbeitung und Statistik weist aus, daß in NRW im Bereich Technik und Dienstleistungen für Lebensqualität im Alter mittlerweile rund 550.000 Menschen arbeiten. Gegenüber der Jahrtausendwende ist dies ein Plus von rund 40 %.

Bei einem Verzicht auf die Entwicklung von Seniorenwirtschaftskompetenz kann sich das Altern der Gesellschaft für NRW aber auch ganz anders niederschlagen:

Das Ignoranzszenario:

Das alte Industrieland NRW wird sich endlich bewußt, daß die Zukunft der Arbeit in ganz entscheidendem Maße vom Dienstleistungssektor und hier vor allem von den personenbezogenen Dienstleistungen gekennzeichnet sein wird. Es beginnt, seine diesbezüglichen Infrastrukturen und Leistungsangebote umzuorientieren und investiert - vermeintlich zukunftsorientiert - in Angebote für junge Leute. So erhält das Ruhrgebiet endlich seine Love-Parade und der Fremdenverkehrsverband Teutoburgerwald wirbt damit, daß das Team Telekom im Expo Jahr 2000 für eine Woche auf der ostwestfälischen Wellnessradroute trainiert hat. Ältere Menschen kommen jedoch in NRW nur unzureichend auf ihre Kosten. Zwar entdecken auch viele nordrhein-westfälische Dienstleistungsunternehmen die Wirtschaftskraft der älteren Mitbürgerinnen und Mitbürger, jedoch schlägt sich dies vorwiegend in der Vermittlung von attraktiven Angeboten in anderen Regionen nieder. Bei Prävention und Rehabilitation für ältere Menschen haben sich insbesondere Kur- und Heilbäder aus Bayern und Mecklenburg-Vorpommern qualifiziert. Und beim Seniorentourismus ist es u. a. dem Peloponnes und der Toscana gelungen, zum Florida Europas zu werden. Frühzeitig nimmt man hier wahr, daß im Großraum London, in den Benelux-Ländern, aber vor allem im Rhein-Ruhr-Raum viele reisefreudige alte Menschen leben, die mit zielgruppenspezifischen Angeboten dazu motiviert werden können, große Teile ihres verfügbaren Einkommens für Aufenthalte in diesen Regionen auszugeben. Besonders bemerkenswert ist, daß sogar Akteure der freien Wohlfahrtspflege aus NRW auf diesen Zug aufspringen und Wohn- und

Unterstützungsangebote für alte und beeinträchtigte Menschen auf Mallorca aufbauen. Beschäftigungsmäßig führt der Verzicht auf die Entwicklung von Seniorenwirtschaftskompetenz keineswegs zu Einbrüchen; allerdings fallen die Beschäftigungsgewinne eher bescheiden aus und konzentrieren sich auf Pflegeeinrichtungen und Krankenhäuser. Sie liegen etwa um 120.000 Arbeitsplätze niedriger als im Kompetenzszenario.

Zielsetzung des Memorandums:

Mit diesem Memorandum zur Zukunft der Seniorenwirtschaft in NRW soll auf die Chancen aufmerksam gemacht werden, die mit dem Altern unserer Gesellschaft verbunden sind. Gleichzeitig sollen die Strategien und Ansatzpunkte herausgearbeitet werden, mit denen diese Chancen wahrgenommen werden können. Zwar können nicht alle Wirtschafts- und Politikfelder angesprochen werden, die für das Altern der Gesellschaft von Bedeutung sind; gleichwohl gehören die diskutierten Bereiche nicht nur zu den wichtigsten Gestaltungsfeldern, sondern geben auch einen Einblick in Art und Ausmaß der anstehenden Herausforderungen. Bei der Erörterung der Themen wird großer Wert darauf gelegt, diejenigen Fragestellungen zu benennen, zu deren Beantwortung wissenschaftliche Einrichtungen gefordert sind. Knapp umschrieben lautet die Herausforderung hier, mit Wissen, Ideen und Konzepten die Gestaltungsmöglichkeiten, Umsetzungsbedingungen und Vermarktungschancen von Technik und Dienstleistungen für mehr Lebensqualität im Alter zu verbessern.

Forschung und Entwicklung in NRW fangen im Hinblick auf das Thema "Altern der Gesellschaft" keineswegs bei Null an. So genießt bspw. die gerontologische Forschung aus NRW internationale Anerkennung und auch das Thema Alten- und Behindertentechnik ist fest mit einschlägigen Aktivitäten in NRW verknüpft. Am Forschungsinstitut für Gerontologie / Institut für Gerontologie an der Universität Dortmund spielen u. a. die Themen Alter und Arbeit, Lebenslagen und Bedürfnisse alter Menschen sowie Entwicklungstrends moderner Altenpolitik und -arbeit eine große Rolle. Die Gesellschaft für Gerontotechnik in Iserlohn gilt als gute Adresse für altersgerechte Produktgestaltung und das Forschungsinstitut Technologie - Behindertenhilfe in Wetter deckt Fragen ab, die für geistig und körperlich beeinträchtigte Menschen von Bedeutung sind. Seit Anfang 1998 arbeitet im Wissenschaftspark Gelsenkirchen das Seniorenwirtschaftszentrum, in dem sich verschiedene Akteure zusammenge-

geschlossen haben, um an inhaltlichen Schwerpunkten wie z. B. der Nutzung neuer Medien, Senientourismus und Benchmarking von Alteneinrichtungen zu arbeiten. In den nächsten Jahren wird sich entscheiden, ob es gelingt, die Seniorenwirtschaft erfolgreich zu entwickeln. Wie die nachfolgenden Ausführungen zeigen, bestehen hierfür gute Chancen. Die Verfasser des Memorandums wollen an der Realisierung dieser Chancen mitarbeiten und suchen dafür die Zusammenarbeit mit Wirtschaft und Politik.

Wir wollen dabei zwar auch - aber nicht primär - auf die sich der Privatwirtschaft bietenden Umsatz- und Gewinnchancen im bislang wenig entdeckten "Seniorenmarkt" hinweisen. Wir sind viel zu sehr engagierte Gerontologen und Sozialwissenschaftler, um uns auf ein sehr enges "geschäftliches" Verständnis von "Seniorenwirtschaft" einzulassen. Im Gegenteil: Unser ausdrückliches Plädoyer für Benchmarking, Qualitätsicherung und Verbraucherschutz zielt explizit darauf ab, ältere Menschen mit ihren berechtigten, aber häufig vernachlässigten Interessen und Bedürfnissen als Kunden auf privaten und öffentlichen Güter- und Dienstleistungsmärkten ernst zu nehmen sowie sie vor unlauteren Methoden und vor einer neuen "Abzockermentalität" im "Seniorenmarkt" zu bewahren.

Die Vorstellung vom Alter als reinem Kosten- und Lastenfaktor wird mit den Ausführungen kritisch hinterfragt. Anlaß für dieses Vorgehen gibt es genug. Ein Beispiel bietet die Entwicklung der Gesundheitsausgaben. Der Position, unmittel- bis mittelbar bedingte demographische Wandel Ausgabensteigerungen im Gesundheitssystem, steht eine Position gegenüber, nach der trotz demographischer Veränderungen auch künftig durch die Komprimierung von Krankheit und Behinderung in immer kürzeren Zeitabschnitten (Kompressionsthese) und Kohorteneffekte (die nachrückenden Kohorten älterer Menschen seien jeweils gesünder als die vorherigen) von einer Konstanz in den Ausgabenprofilen ausgegangen werden könne. Als Beleg dafür werden insbesondere die sinkenden Krankenhausaufenthaltsdauern bei sehr alten Menschen angeführt. Auf diesen Punkt weist insbesondere der Sachverständigenrat für die Konzertierte Aktion im Gesundheitswesen in seinem Sondergutachten von 1996 hin, wenn er der Auffassung widerspricht, daß die Kosten für die gesundheitliche Versorgung mit dem Alter kontinuierlich ansteigen würden: "Vielmehr sinken die Kosten für die Versterbenden in ihrem letzten Lebensjahr mit zunehmendem Alter deutlich, da - zumindest für die stationäre Versorgung - sowohl der Kumulationseffekt

medizinischer Leistungen als auch die Dauer der Leistungen abnehmen. Vorzeitige Mortalität erspart daher keineswegs Kosten." (SVRKAIG, 1996: 176). Das heißt, je jünger ein Patient stirbt, um so größer wären demnach die Kosten der Behandlung in den letzten Lebensjahren und umgekehrt. Oder anders herum gewendet: Je später die Sterbephase beginnt, desto mehr würden die Ausgaben für das Gesundheitswesen sinken. Dies könnte dann die These nahelegen, daß durch die weiter steigende fernere Lebenserwartung die Ausgaben für Gesundheitsleistungen zurückgehen, da immer mehr Menschen in einem immer höheren Alter und damit mit geringeren Kosten sterben würden. Demnach müßte der demographische Effekt die Ausgaben insgesamt konstant halten, wenn nicht sogar senken. Fraglich bleibt jedoch, ob nicht die Verlängerung der sog. ferneren Lebenserwartung die Gesamtzeit der letzten krankheitsintensiven Lebensphasen ausweitet und somit gar keine ausgabenkompensierenden Effekte auftreten, d. h. es sind die Kosten gegenzurechnen, die in der Phase bis zur Erreichung des sehr hohen Alters auftreten und die mit jedem Jahr ansteigen.

Vor dem Hintergrund der vorangegangenen Ausführungen verfolgen wir mit diesem Memorandum knapp skizziert vor allem die folgenden drei Zielsetzungen:

1. Als Sozialpolitik- und Wirtschaftsforscher gehen wir davon aus, daß die systematische Förderung der Altenwirtschaft in erster Linie der Erhöhung der Lebensqualität älterer Menschen dienen muß. Unser Memorandum soll darauf aufmerksam machen, daß dies auch durch mehr privatgewerbliches Engagement möglich sein kann. In dem Ziel der Verbesserung der Lebenslage älterer Menschen sollte es keine auch sonstwie gearteten "Berührungängste" geben.
2. Wir wollen mit unserem Beitrag einen Gegenpol zum derzeit dominierenden "Belastungsdiskurs" setzen, der in dem Ergrauen der Gesellschaft hauptsächlich eine gesamtgesellschaftliche wie ökonomische Bedrohung sieht und dabei - bewußt oder unbewußt – eine weit verbreitete "Rotstift- bzw. Spar- Mentalität" verstärkt. Dem wollen wir entgegensetzen, daß der demographische Wandel vielfältige einzel- und volkswirtschaftliche Entwicklungspotentiale enthält und daß der Markt für ältere Menschen – vorausgesetzt, er wird "behutsam" entdeckt – mehr Dynamik und Wachstumspoten-

tiale enthält als so manche der hochsubventionierten "klassischen" Wirtschafts- und Industriebereiche. Das Altern der Gesellschaft kann auch Arbeitsplätze schaffen und sichern, und zwar nicht nur im Pflegebereich.

3. Als Gerontologen verstehen wir das Memorandum schließlich als einen Beitrag zur Überwindung von Klischees und zur Korrektur vorherrschender Altersbilder in einem relevanten und zunehmend wichtiger werdenden gesellschaftlichen Teilsegment, dem "Seniorenmarkt". Es gibt nicht die Alten, vielmehr gibt es höchst unterschiedliche Gruppen. Diese Differenzierung des Alters – junge Alte wie alte Alte, gesunde, fitte ebenso wie kranke und pflegebedürftige Alte, wohlhabende und reiche ebenso wie ökonomisch benachteiligte und arme Alte, selbständige wie auf Hilfe angewiesene Alte – spiegelt sich auch in der Differenzierung ihrer konsumrelevanten Bedürfnisse wider. Diese Differenzierung zu erkennen und ernst zu nehmen, dient ebenfalls der Versachlichung der Diskussion um die Folgen der demographischen Entwicklung.

I Rahmenbedingungen

1 Demographischer Wandel

Eine die Entwicklung der Seniorenwirtschaft maßgeblich beeinflussende Größe stellt der demographische Wandel dar. Wenn es zutrifft, daß bis zum Jahr 2030 mit einem enormen Anstieg des Anteils der über 60jährigen gegenüber heute 21% auf 30 bis 40 % zu rechnen sein wird (Enquete-Kommission 1998), so wird dieses über den Geburtenrückgang und die wachsende Lebenserwartung steigende Durchschnittsalter der Bevölkerung zu nachhaltigen Struktureffekten sowohl auf den Arbeits- als auch auf den Gütermärkten führen. Die achte koordinierte LDS-Bevölkerungsprognose zeigt dabei für NRW eine parallele, wenngleich etwas langsamere Alterungstendenz im Vergleich zu der in der Bundesrepublik Deutschland.

Ein nachhaltiger Struktureffekt wird dabei etwa von dem auch in Nordrhein-Westfalen wachsenden Anteil hochaltriger Menschen und den mit diesem "vierten Lebensalter" verbundenen besonderen Bedürfnissen zu erwarten sein.

Tabelle1: Entwicklung der Zahl und des Anteils der 75jährigen und älteren Frauen und Männer in Nordrhein-Westfalen (1995 bis 2015)

Jahr	Männer		Frauen	
	Anzahl	Anteil an Gesamtbevölkerung (v. H.)	Anzahl	Anteil an Gesamtbevölkerung (v. H.)
01. 01. 1995	314.100	1,8	796.600	4,5
01. 01. 2000	368.200	2,0	892.100	4,9
01. 01. 2010	550.900	3,0	992.200	5,5
01. 01. 2015	654.000	3,6	1.084.500	6,0

Quelle: LDS NRW "Bevölkerungsprognose Nordrhein-Westfalen 1996 bis 2015 / 2040"

Aufgrund ihres wachsenden Anteils in unserer Gesellschaft gewinnen ältere Menschen nicht nur quantitativ, sondern auch hinsichtlich ihrer verbesserten Einkommens- und Vermögenssituation als Kunden an Bedeutung. Außerdem erhalten sie zunehmendes Gewicht für wirtschaftsstrukturelle Veränderungen. Zu denken ist hierbei z. B. an den expandierenden Bereich der personenbezogenen Dienstleistungen. Auch in anderen Wirtschaftsbereichen gibt es erste Anzeichen dafür, daß Unternehmen auf die Alterung der Kunden zu reagieren beginnen. Dies ist beispielsweise im Bereich der Werbung, bei der Produktgestaltung und bei der Ladengestaltung zu bemerken.

Hinzu kommen die demographisch induzierten Struktureffekte im Beschäftigungssektor. Mit der Alterung der Bevölkerung geht schließlich selbstverständlich auch die Alterung des Erwerbspersonenpotentials einher - mit den entsprechenden Konsequenzen für die Arbeitsmarkt-, Bildungs- und betriebliche Personalpolitik. Bedingt durch den in Projektionen des Statistischen Bundesamtes dargestellten Alterungstrend müßte etwa das Arbeitskräfteangebot in NRW bis zum Jahr 2000 um rund fünf Prozent sinken (Enquête-Kommission "Zukunft der Erwerbsarbeit" 1998). Angesichts einer sinkenden Zahl junger Erwerbstäti-

ger können die bisherigen jugendzentrierten Rekrutierungs- und Beschäftigungsstrategien nicht weiter verfolgt werden. Vielmehr wird die Innovationsfähigkeit der deutschen Wirtschaft trotz wachsender Verfallsgeschwindigkeit erworbener Qualifikationen mit insgesamt alternden Belegschaften aufrechterhalten werden müssen. Gleichzeitig müssen aber auch neue Beschäftigungspotentiale für ältere Erwerbstätige erschlossen werden, wenn mittelfristig bis langfristig - ebenfalls demographisch bedingt - eine Weiterarbeit bis in das höhere Alter für eine Vielzahl Älterer unumgänglich wird. Schließlich wird angesichts des Dequalifikationsrisikos älterer Erwerbstätiger und der unterschiedlichen Betroffenheit einzelner Sektoren und Berufsgruppen von der Schrumpfung des Erwerbspersonenpotentials nicht von einer "automatischen" Verbesserung der Arbeitsmarktposition Älterer ausgegangen werden können. Es bleibt außerdem zu prüfen, ob die von der demographischen Entwicklung unterstützte Tertiarisierung der Wirtschaft die Beschäftigungsmöglichkeiten älterer Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer eher verbessert oder ob sich die Risiken für diese Gruppe durch den Dienstleistungstrend womöglich noch erhöhen.

In NRW erweist sich die Realisierung von Alterserwerbsarbeit sogar als deutlich schwieriger im Vergleich zum westlichen Bundesgebiet. Die Erwerbsquote in der 60- bis 64jährigen Bevölkerung betrug im Jahr 1996 18,8 % und lag damit um vier Prozentpunkte niedriger als im westlichen Bundesgebiet, nur noch unterboten von der Alterserwerbsquote im Saarland. Die Arbeitslosenquote der 55- bis 64jährigen betrug demgegenüber rund 25 % und lag in dieser Altersgruppe damit doppelt so hoch wie bei den Arbeitslosen insgesamt. Diese niedrige Erwerbsbeteiligung ist auf den in Nordrhein-Westfalen besonders starken wirtschaftlichen Strukturwandel und die niedrige Frauentalterserwerbsquote zurückzuführen. Die demographische Entwicklung wird diese Problemkonstellation erwartungsgemäß noch verschärfen.

Für die Entwicklung des Arbeitsmarktes in Nordrhein-Westfalen ergeben sich aus der demographischen Entwicklung somit eine Vielzahl potentiell positiver wie negativer Implikationen. Sollen die Chancen im Hinblick auf Zuwächse an Lebensqualität, Arbeit und Wettbewerbsfähigkeit in NRW genutzt werden, so wird es erforderlich sein, den weitreichenden und differenzierten Konsequenzen dieses Trends verstärkte (auch wissenschaftliche) Aufmerksamkeit zu widmen.

2 Produktivitätspotential Äterer

Das Produktivitätspotential älterer Menschen im Sinne der Verfügbarkeit über die Ressourcen Zeit, Bildung und Mobilität ist in der Vergangenheit erheblich angestiegen. Verstärkt wird dieser Trend durch die weiter anhaltende Entberuflichung des Alters.

Insbesondere in der zeitlichen Ausweitung der Altersphase liegt ein Grund für die steigende Bedeutung Äterer als gesellschaftlicher Wertschöpfungsquelle. Der säkulare Anstieg der Lebenserwartung - in den Jahren 1875 bis 1995 hat sich in Deutschland die durchschnittliche Lebenserwartung von neugeborenen Mädchen und Jungen mehr als verdoppelt - führt bei gleichzeitigem Absinken der Lebensarbeitszeit mittlerweile zu einem Zugeschwind von rund einem Viertel Lebenszeit nach Abschluß der Erwerbsphase (Imhof 1988). Durch die sich parallel vollziehende Verbesserung des allgemeinen Gesundheitszustandes bedeutet dies, daß nicht nur immer mehr Menschen ein immer früher angesiedeltes Rentenalter erreichen, sondern daß sie in der Regel auch auf eine durchschnittlich zwanzig Jahre dauernde nachberufliche Lebensphase vertrauen und in ihre Lebensplanung und -gestaltung einbeziehen können. Die Mehrheit der Äteren ist dadurch in der Lage, sich in weit höherem Maße und für einen längere Zeitspanne als früher für sozial sinnvolle und ökonomisch nützliche Aktivitäten zu engagieren. Sozial produktive Tätigkeiten wie Ehrenamt oder direkt wirtschaftsbezogene Aktivitäten wie Unternehmensgründung und -beratung im Alter können dabei einen beträchtlichen Beitrag zur gesellschaftlichen Wertschöpfung leisten. So ist z. B. die Aktivierung der Potentiale älterer, frühverrenteter Führungskräfte unter volkswirtschaftlichen Gesichtspunkten außerordentlich attraktiv, speziell in NRW, wo die Existenzgründerquote unter dem Durchschnitt liegt. Der Produktivitätsaspekt schließt dabei insgesamt auch eine konsumtive Seite ein, da z. B. in Zusammenhang mit dem aktivierten freiwilligen Engagement auch Zusatzausgaben von den Senioren getätigt werden.

In dem Übergang vom Erwerbsleben in den Ruhestand ist somit ein Bereich zu sehen, in dem noch erheblicher gesellschaftspolitischer Gestaltungsbedarf besteht. Beschäftigungsmöglichkeiten für die immer länger werdende Lebensphase Alter sind ein Thema,

dem zur Zeit viel Aufmerksamkeit gewidmet wird. Aber auch ehrenamtliche Tätigkeiten und bezahlte Beschäftigung parallel zur Rente haben nicht zuletzt vor dem Hintergrund der Probleme auf dem Arbeitsmarkt und verstärkter Frühverrentungsaktivitäten erheblich an Bedeutung gewonnen. Es entstehen Unternehmungen wie der Senior Expert Service oder Selbsthilfeinitiativen im Vorruhestand im Rahmen des baden-württembergischen Netzwerkes „Bürgerschaftliches Engagement“, um nur zwei konkrete Beispiele zu nennen. NRW hat in diesem Bereich bislang nur wenig zu bieten. Es gilt also diese großen Potentiale für Beschäftigung im Alter verstärkt zu nutzen, nicht zuletzt vor dem Hintergrund, daß eine alternde Gesellschaft sich auch vor die Anforderung gestellt sehen wird, die Verteilung von Wissen, Erwerbsarbeit und unbezahlter Arbeit zu modifizieren.

Bundesweit sind rd. 35% der 65jährigen in mindestens einem nachberuflichen Tätigkeitsfeld aktiv, wobei der Umfang und der ökonomische Wert produktiver Tätigkeiten nach verschiedenen ökonomischen Schätzverfahren zwar erwartungsgemäß geringer ist als während des aktiven Erwerbslebens, aber immer noch eine beträchtliche Größe behält (Kohli / Künemund 1997). Die altersspezifische Erwerbsquote, die z. B. in der Altersgruppe der 60-65jährigen Männer in NRW im Jahr 1996 mit 27,7% deutlich geringer ausfiel als in den alten Bundesländern mit 32,5%, kann aber als ein erstes Indiz für das aktivierbare Potential angesehen werden. Eine Repräsentativbefragung von 2.000 60- bis 80jährigen Menschen im Jahr 1993 im Städtedreieck Wuppertal, Solingen und Remscheid ergab eine Erwerbsquote von Renterinnen bzw. Rentnern von immerhin rund 10 % (Wachtler u. a. 1995).

3 Einkommen und Einkommensverwendung

Die Einkommens- und Vermögenssituation bildet eine zentrale materielle Grundlage für die Lebensgestaltung im Alter. Immer mehr ältere Menschen sind gegenwärtig in der Lage, sich mit ihrem (Renten)einkommen und zusätzlichen Vermögenswerten einen auskömmlichen Lebensstandard zu sichern, und sie stellen gleichzeitig ein erhebliches Kaufkraftpotential dar: Auf die Altenhaushalte in NRW entfallen rd. ein Fünftel der gesamten Konsumausgaben aller privaten Haushalte. Sie tragen damit überdurchschnittlich zum Ge-

samtkonsum bei. In ihrer Konsum- und Finanzmentalität unterscheiden sich die heutigen Senioren dabei erheblich von früheren Generationen. Aber auch innerhalb der Gruppe der jetzt Älteren ist von erheblichen Disparitäten in Höhe und Art der Einkommensverwendung auszugehen. Die wirtschaftliche Absicherung Älterer hat über ihren Einfluß auf private Transferleistungen an die jüngere Generation (Erbschaften und Schenkungen) auch bedeutende Rückwirkungen auf deren ökonomische Lage. Dabei haben nicht alle Älteren an der Wohlfahrtsentwicklung teil. Insbesondere bei älteren Frauen und in bestimmten wirtschaftlich schwächeren Regionen gibt es nach wie vor Altersarmut.

Das durchschnittliche Nettoeinkommen von 65jährigen und älteren Männern bzw. Frauen betrug im Jahr 1995 in Nordrhein-Westfalen 3.020 DM bzw. 1.680 DM¹, wobei aber erhebliche Schwankungsbreiten zu beachten sind. Innerhalb der letzten zehn Jahre sind in dieser Bevölkerungsgruppe reale Einkommenszuwächse um durchschnittlich 6% bzw. 8% erzielt worden. Das verfügbare Einkommen in NRW weicht dabei nicht bedeutsam von dem in der alten Bundesrepublik ab. Die Daten der Einkommens- und Verbrauchsstichprobe von 1993² lassen des weiteren bezüglich der Vermögenssituation erkennen, daß Altenhaushalte mit einer Bezugsperson über 65 Jahre in NRW zu 43% über Haus- und Grundbesitz, zu 55% über Lebensversicherungen, zu 39% über Wertpapiere und zu 91% über Sparbücher verfügten. Das durchschnittliche Geldvermögen in dieser Bevölkerungsgruppe betrug rd. 55.000 DM. NRW-spezifische Angaben zur Einkommensverwendung liegen bisher nicht vor, bundesweit zeigt sich allerdings, daß sich in den letzten 20 Jahren die Ausgaben der 65jährigen und älteren insbesondere für Dienstleistungen um das achtfache, für Verkehr und Nachrichtenübermittlung sogar um das zwölfwache erhöht haben und damit deutlich rascher gestiegen sind als in den übrigen Altersgruppen (Ristau / Makroth 1993).

Für die Wirtschaft des Landes sind bezogen auf Einkommenssituation und -verwendung älterer Menschen Fragen der Kaufkraftsicherung / -steuerung bzw. Einkommensverwendung im Land selbst zentral. Generell müssen attraktive Angebote und Infrastrukturen geschaffen werden, um entsprechende Konsumausgaben regional abschöpfen zu können.

¹ vgl. hierzu die Untersuchung von Barkholdt / Reichert, 1998, die auf Daten der ASID 1995 aufbaut

Hier ergeben sich vielfältige Querbezüge zu den anderen Themen, insbesondere in Hinsicht auf die Entwicklung von altersbezogenen Märkten auf dem Gebiet von Tourismus, Gesundheit, Wohnen u. a. Über diesen zentralen Aspekt hinaus ergeben sich weitere Gestaltungsnotwendigkeiten sowohl im öffentlichen als auch im privaten Sektor bzgl. Fragen der Qualitätssicherung in der Vermögensverwaltung (Mündelsicherheit) und altersgerechtem Kundendienst der Geld-, Vermögens- und Immobilienverwertung (Erbschaftsfragen, Wohnberatung, Verbraucherschutz). Dies ist ein Beispiel dafür, daß durch den Altersstrukturwandel der Bedarf an Dienstleistungen insgesamt zunimmt.

4 Arbeitsmarkt

Ältere bilden jedoch nicht nur außerhalb bzw. an Randbereichen des Erwerbssystems ein gesellschaftliches Produktivitätspotential. Durch die demographische Entwicklung werden sie zunehmend auch innerhalb des Erwerbssystems zu einer zentralen Größe: als alternes Erwerbspersonenpotential auf der Seite des Arbeitskräfteangebots, als Nachfragepotential von Dienstleistungen und Produkten auf der anderen Seite.

4.1 Alterung des Erwerbspersonenpotentials

Mittelfristigen Arbeitsmarktszenarien zufolge wird es schon bald nach der Jahrtausendwende mehr Erwerbstätige über fünfzig als unter dreißig Jahren geben, die jüngst erfolgte gesetzliche Anhebung der Altersgrenzen verstärkt diesen Trend der Alterung der Belegschaften zusätzlich. Der künftige ökonomische Strukturwandel und die verschärften Wettbewerbsbedingungen werden verstärkt mit älteren Beschäftigten bewältigt werden müssen. Dies stellt besondere Herausforderungen an die Aufrechterhaltung der Innovationsfähigkeit in den Betrieben, um Wachstum und Beschäftigung zu sichern. Insbesondere der Faktor Qualifikation, aber auch Fragen der Personalentwicklung, Mobilitäts- und Gesundheitsförderung nehmen dabei eine entscheidende Rolle ein. Arbeitsstrukturen, Arbeitsan-

² Die Einkommens- und Verbrauchsstichprobe wird nur in Fünfjahresintervallen durchgeführt. Aktuellere Ergebnisse sind daher nicht verfügbar.

forderungen, Qualifizierungsmaßnahmen sowie Aus- und Weiterbildungsangebote müssen verstärkt auf alternde Belegschaften hin reorganisiert werden.

Trotz der geringen Erwerbsquoten Älterer aufgrund des Frühverrentungstrends weist NRW eine im Vergleich zum westlichen Bundesgebiet nahezu durchschnittliche Altersstruktur im Beschäftigungssystem auf - der Anteil der 50jährigen und älteren an allen sozialversicherungspflichtig Beschäftigten betrug 1996 rd. 20%. Im Vergleich mit einzelnen Flächenstaaten lassen sich z. T. sogar erheblich höhere Anteile 50jähriger und älterer Arbeitnehmer an den Beschäftigten feststellen (Frerichs u. a. 1997). Branchenbezogen sind vom Altersstrukturwandel im verarbeitenden Gewerbe insbesondere die Bereiche Steine/Erden (28,4%) und Chemieindustrie (26,2%) betroffen, im Dienstleistungsbereich werden insbesondere der Finanzsektor und die Gesundheitsversorgung in Zukunft verstärkten Alterungsprozessen ausgesetzt sein. Betriebsgrößenbezogen sind Betriebe mit weniger als 500 Beschäftigten in NRW vom Alterungsprozeß am stärksten betroffen.

Die Erkenntnisse der gerontologischen Forschung belegen, daß die körperliche und kognitive Leistungsfähigkeit älterer Mitarbeiter grundsätzlich keine Hemmnisse bei der Aufrechterhaltung der Innovationsfähigkeit bietet. Leistungspotentiale älterer Mitarbeiter sind im Prinzip gegeben, Arbeitsgestaltungs- und Qualifizierungsmaßnahmen zu ihrer Umsetzung, Förderung und letztlichen Nutzung sind formulierbar und konzeptualisierbar. Die Betriebe selbst sind aufgefordert, ihre Innovationsfähigkeit durch eine präventive Organisations- und Personalentwicklung zu sichern.

4.2 Arbeitsmarkteffekte - Nachfrage

Mit der Alterung der Bevölkerung verändert sich jedoch nicht nur die Altersstruktur des Erwerbpersonals, über die Nachfrage nach sozialen Dienstleistungen werden von ihr in bestimmten Wirtschaftsbranchen auch erhebliche Wachstums- und Beschäftigungseffekte erwartet. Die gewachsenen Ressourcen (mehr Zeit, Geld, Bildung und Mobilität) vieler Älterer könnten insbesondere in der Wirtschaftsbranche Soziales und Gesundheit, die bereits in den vergangenen zwei Dekaden eine große Dynamik aufwies, zu einem

kräftigen Wachstumsschub führen. Bereits in den vergangenen Jahren erfolgten vor allem aus all den Bereichen, die mit der Unterstützung und Betreuung älterer Menschen zu tun hatten, besonders starke Wachstums- und Beschäftigungsimpulse. Auch die Gesundheitsdienstleistungen erleben zur Zeit eine ausgeprägte Wachstumsphase. Die demographische Entwicklung wird - nach Ansicht des Sachverständigenrates für die Konzertierte Aktion im Gesundheitswesen in seinem Sondergutachten von 1996 - künftig als Motor für Wachstum und Arbeitsplatzentwicklung im Gesundheitswesen wirken (SVRKAIG 1996). Allein die sozialversicherungspflichtige Beschäftigung ist im Bereich mit der statistischen Abgrenzung Gesundheit / Veterinärmedizin zwischen 1980 und 1995 in NRW um 53,9% angestiegen - leicht unter dem bundesdurchschnittlichen Anstieg von 58,4%, aber nichtsdestotrotz beachtlich. Nicht in diese Berechnungen eingegangen sind die vielen Selbständigen in diesem Bereich wie z. B. niedergelassene Ärzte und die geringfügig Beschäftigten, deren Zahl vor allem im Pflegebereich von steigender Bedeutung ist.

Die weit überwiegende Mehrheit der älteren Bevölkerung ist zwar weder hilfe- noch pflegebedürftig, dafür aber insgesamt größeren gesundheitlichen Risiken ausgesetzt als jüngere Altersgruppen. Die Lebenslage älterer Menschen muß dabei an einem Gesundheits(förder)begriff gemessen werden, der soziales und psycho-physisches Wohlbefinden integriert und sowohl die individuellen Einstellungen und Verhaltensweisen als auch die Gesamtheit der äußeren Lebensbedingungen (Wohnen, Arbeit, etc.) umfaßt. Gesundheitsförderung trägt wesentlich zu einer erhöhten Lebensqualität im Alter bei, kann Altersmorbidity einschränken und schafft gleichzeitig Bedarf an entsprechenden Fördermaßnahmen. Die Gesundheitsförderung darf daher nicht in erster Linie als Kostenfaktor eingeschätzt werden, sondern ist im Gegenteil aufgrund der demographischen Entwicklung und des gestiegenen Gesundheitsbewußtseins in der älteren Bevölkerung als Wachstumsbranche einzuschätzen. Ernährungsberatung, altersgerechte Fitneß- und Sportangebote und medizinische Vorsorge gewinnen bereits jetzt als präventive Maßnahmen erheblich an Bedeutung, ebenso wie stärker umweltbezogene Maßnahmen in der Wohnberatung, Verkehrssicherheit etc. Insgesamt gehen daraus wichtige Impulse für die volkswirtschaftliche Produktivität und gleichzeitig für die Schaffung neuer Märkte aus.

Auf NRW bezogen lag nach Berechnungen des IAT im Bereich der sozialen Dienstleistungen die Wachstumsrate der Beschäftigung zwischen 1980 und 1997 ca. bei 65 %, während sich im gleichen Zeitraum die Wachstumsrate der Beschäftigung bei den konsumbezogenen Dienstleistungen auf rund 18 % belief. Dabei gilt die Gesundheits- und Sozialwirtschaft auch als Lokomotive für Innovation, Wachstum und Beschäftigung in vor- und nachgelagerten Bereichen wie etwa der Medizintechnik und Pharmaindustrie. Eine Untersuchung des IAT zur Beschäftigung im Bereich der Gerontotechnik aus dem Jahr 1995 ergab, daß in dieser Branche Mitte der neunziger Jahre bundesweit immerhin 35.500 Menschen (NRW: 8.700) arbeiteten. Von einem weiteren Wachstum ist auszugehen.

Für letzteres spricht, daß der Bedarf an gesundheitlichen und sozialen Diensten durch die demographische Entwicklung nachhaltig wachsen wird. Auch wenn Alter nicht automatisch mit Pflege- und Hilfebedürftigkeit gleichzusetzen ist, so ist dennoch nicht zu bestreiten, daß die steigende Lebenserwartung auch von erheblichen medizinischen, pflegerischen und sozialen Hilfen flankiert wird, deren Nachfrage einerseits durch die Zunahme chronischer Erkrankungen, andererseits durch ein abnehmendes familiales Helferpotential noch steigen dürfte. Nach den von v. Bandemer u. a. (1998) entwickelten Szenarien über die zukünftige Beschäftigungsentwicklung im Bereich Gesundheit und Soziales ist selbst in dem Fall, daß es zu gravierenden Kürzungen der öffentlichen und halböffentlichen Gesundheits- und Sozialausgaben kommen sollte, in den kommenden 15 Jahren bundesweit mit rund 460.000 zusätzlichen Arbeitsplätzen zu rechnen. Sollte es gelingen, die Leistungen des Sozial- und Gesundheitssystems deutlich billiger und besser zu gestalten und vermehrt privates Geld für den Sozial- und Gesundheitsbereich zu mobilisieren, rechnen die Autoren sogar mit einem Plus von ca. 1 Mio. Arbeitsplätzen.

Wie an diesen Szenarien deutlich wird, wird es über die demographische Entwicklung hinaus auch wesentlich von politischen und unternehmerischen Strategien abhängen, in welchem Umfang das darin enthaltene Wachstumspotential dieser Branche zugutekommt. Viele Anbieter werden stärker als heute davon abhängen, daß es ihnen gelingt, ihre Produkte und Dienstleistungen attraktiver, also kundenorientierter, wirksamer und kostengünstiger zu erstellen und zu präsentieren, um mögliche Rationierungen der öffentlichen und halböffentlichen Sozial- und Gesundheitsaufgaben auffangen zu können.

5 Lebensstile und Interessen alter Menschen

Einfache Zuschreibungen von Vorlieben oder Abneigungen zu bestimmten Altersgruppen gehören längst der Vergangenheit an. „Die“ Älteren erweisen sich als eine äußerst heterogene Gruppe, die es z. T. neu zu entdecken gilt. Dabei wird das pauschale Bild von den hilflosen armen Greisen ebenso zu korrigieren sein, wie das von den bildungshungrigen aktiven Jungalten. Als Querschnittsthema von zentraler Bedeutung durchzieht diese Vervielfältigung der Interessen daher auch die bisher betrachteten Aspekte, sei es im Zusammenhang mit der materiellen Versorgung und den darin liegenden oder begrenzten Möglichkeiten, Interessen nachzukommen, sei es im Zusammenhang mit den Fragen, ob und wann welche Aktivitäten in der nachberuflichen Phase ausgeübt werden. Mit der Pluralisierung der Interessen geht auch eine starke Differenzierung der Lebensstile im Alter einher: „Die Senioren“ von heute sind in Gruppen mit sehr unterschiedlicher materieller Ausstattung und differenzierten Aktivitäts- und Entfaltungschancen zu unterteilen. Übergreifender Trend ist dabei allerdings, daß aktivere, anspruchsvollere, auf Selbstbestimmung und Selbstorganisation Wert legende Kohorten nachgerückt sind, die nicht im klassischen Sinne unterhalten und betreut werden wollen, sondern mitgestalten und sozial aktiv bleiben wollen. Dieser Trend bringt veränderte Erwartungen an Qualität und Leistungsspektrum von Dienstleistungen und Einrichtungen mit sich. Lebensstilfragen stellen damit ein Querschnittsthema für alle wirtschaftlich bedeutenden Bereiche dar und sind selbst wiederum durch gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Wandel sowie die jeweilige Kohortenabfolge bedingt.

Für NRW liegen bezogen auf veränderte Interessen und Lebensstile im Alter bisher keine gesonderten Untersuchungen vor. Bezogen auf die Bundesrepublik ist die Studie von Infratest und Sinus (1991) die wohl bekannteste Lebensstilstudie. Sie unterscheidet vier Lebensstiltypen mit je unterschiedlichem Gewicht für die Altenpopulation: Die resignierten Älteren aus einem sozial schwachen Milieu (15%), die sicherheits- und gemeinschaftsorientierten Älteren (29%) aus Arbeiter- und Mittelschicht mit traditioneller Lebensführung, die pflichtbewußt-häuslichen Älteren (31%) aus Mittelschicht und wohlhabenderen Schichten und schließlich die aktiven neuen Alten (25%) aus einem gehobenen, aufstiegsorientier-

ten Milieu. Die letztgenannte Gruppe, der das Streben nach Selbstverwirklichung und Lebensgenuß zugeschrieben wird, steht meist im Fokus von ökonomischen und soziologischen Trendanalysen. Allerdings lassen sich noch sehr viel differenziertere Lebensstiltypen mit bis zu 19 unterschiedlichen Gruppen identifizieren (Tokarski 1997). Aufgrund der länderspezifischen Besonderheiten (altindustrielle Ballungsgebiete, andere regionale und bevölkerungsstrukturelle Besonderheiten) ist es erforderlich, auch für NRW eine besondere Typenbildung und Gewichtung vorzunehmen. Über die Lebensstilanalyse hinaus sind einige generelle Trends zu berücksichtigen:

- die Singularisierung, also die Erhöhung des Anteils allein lebender Menschen;
- die Verlängerung der dritten Lebensphase durch früheren Eintritt in den Ruhestand und die Zunahme der Hochaltrigkeit (ab 80 Jahren)
- sowie die Feminisierung, also die deutlich höheren Frauenanteile in den höheren Alterskohorten.

Unterschiedliche Lebensstiltypen und die dahinter stehenden sozio-ökonomischen Potentiale oder Einschränkungen erfordern eine entsprechende Gestaltung und Ausrichtung wirtschaftlicher und sozialer Aktivitäten auf bestimmte Kundengruppen. Sehr viel stärker als früher muß auf unterschiedliche Märkte und Marktchancen seitens der Älteren z. B. bezogen auf Fragen der Mobilität reagiert werden. Hier ergibt sich auch ein direkter Zusammenhang mit Fragen der Einkommensverwendung und den bereits dort genannten Handlungsfeldern. Nicht zuletzt können durch regional unterschiedliche Ausprägungen von Lebensstilen auch örtlich voneinander stark abweichende Angebote und Infrastrukturen erforderlich werden. Hier sind private Anbieter ebenso gefordert wie öffentliche Tourismus- oder Wirtschaftsförderung und soziale Dienstleistungsträger.

II Themenfelder

1 Gesundheits- und Sozialwirtschaft

Gesundheitsdienstleistungen sind ein Markt, der einerseits stark von den höheren Altersgruppen profitiert, andererseits jedoch Defizite bei der Berücksichtigung geriatrischer und gerontologischer Aspekte aufweist. Alterstypische Krankheitsbilder, oftmals chronisch-degenerativen Charakters und durch mehrfache Erkrankungen ("Multimorbidität") geprägt, sowie ein insgesamt steigendes Gesundheitsbewußtsein sprechen für die Sinnhaftigkeit einiger Akzentverschiebungen im Bereich der Gesundheitsdienstleistungen.

Eine sehr viel engere Abstimmung zwischen den relevanten Akteuren des Gesundheits- und Sozialwesens ist gefordert. Dabei ist an die Haus- und Fachärzte, die Apotheken und die Finanzierungsträger ebenso zu denken wie an weitere Unterstützungsträger aus den Bereichen Prävention, Pflege, Rehabilitation und Betreuung. Querbezüge zur Gesundheits- und Bildungspolitik sowie zur allgemeinen Gesundheitsförderung und zu den Ergebnissen der public-health-Forschung sollten ebenfalls gestärkt werden. Der Aufbau geeigneter Gesundheitsnetze zwischen den verschiedenen Akteuren des Gesundheitswesens (z. B. Ärzte, Krankenhäuser, Krankenkassen) organisatorisch und technisch zu unterstützen, ist in diesem Zusammenhang als eine wichtige Aufgabe anzusehen.

Ein wichtiger Pfeiler der modernen Gesundheitsförderung sind die Selbsthilfegruppen. Diese gleichen nicht nur Leistungsdefizite in den professionellen Einrichtungen aus, sondern dienen auch dem Erwerb von Fachwissen und dem Informations- und Erfahrungsaustausch. Sie tragen damit zur Aktivierung der Bevölkerung bei. Ein wesentliches Element der Gesundheitsförderung für ältere Menschen ist daher auch die Stärkung der Gesundheits-selbsthilfe.

Die Förderung der Selbsthilfeinfrastruktur hat bislang vornehmlich an der direkten Unterstützung einzelner Selbsthilfegruppen durch materielle oder immaterielle Beiträge, der institutionellen Unterstützung durch örtliche Beiräte und Kuratorien sowie an der organisatorischen Vernetzung einzelner Selbsthilfe"inseln" zu einer Infrastruktur angesetzt (Braun 1993). Diese Art der Förderung hat zur quantitativen und qualitativen Entwicklung der Gesundheitsselbsthilfe einen wichtigen Beitrag geleistet. Eine weitere Unterstützung der Wirksamkeit von Selbsthilfe könnte durch den stärkeren Einsatz moderner Informations- und Kommunikationstechnologien erreicht werden. Dabei ist es von hoher Bedeutung, An-

gebote z. B. im WWW zu erstellen, die der Struktur und den Belangen der Gesundheits-selbsthilfe gerecht werden.

Ein wesentlicher weiterer Trend, auf den sich die Gesundheitswirtschaft bislang noch nicht ausreichend eingestellt hat, ist die steigende Bedeutung einer ganzheitlichen Vorstellung von Gesundheit. Der Wunsch nach Gesundheit wirkt weit über den Kernbereich der Gesundheitsdienstleistungen hinaus in viele weitere Lebens- und Wirtschaftsbereiche hinein. Beispielhaft sind zu nennen: Ernährung, Freizeitgestaltung oder die Vermeidung gesundheitsschädigender Substanzen in der unmittelbaren Umgebung des Körpers durch die Verwendung schadstoffunbedenklicher Textilien und Baustoffe. Die verstärkte Ergänzung der schulmedizinischen Methoden durch alternative Gesundheitsförderung und Heilmethoden paßt ebenso hierzu wie die wachsende Bedeutung von public-health-Ansätzen, Homöopathie und Molekularmedizin (verschiedene Beiträge in Kaiser u. a. 1996, Nefiodow 1996: 113 ff.). Gerade bei älteren Menschen ist mit einer höheren Nachfrage nach Gesundheitsangeboten in diesem Sinne zu rechnen. Sie bringen heute ein sehr viel stärkeres Gesundheitsbewußtsein mit und sind generell aufgeschlossener für präventive, gesundheitsfördernde Maßnahmen.

In ganzheitlichen Ansätzen der Gesundheitsförderung liegen auch erhebliche Potentiale, um Gesundheitsdienste attraktiver zu machen. So bietet sich die Verknüpfung zu stärker "konsum- und genußorientierten" Dienstleistungen an. Dies können z. B. Kultur-, Tourismus- oder Sportangebote sein. Hintergrund dieser Überlegung ist, daß Gesundheit zwar von allen Gesellschaftsmitgliedern als kostbares Gut eingestuft wird, die Inanspruchnahme von Gesundheitsdiensten aber eher als unangenehme Erfahrung gilt, d. h. als "notwendiges Übel". Die Kopplung mit "genußorientierten" Dienstleistungen, wie z. B. bei Wellness-Angeboten, verhilft dem Gesundheitssektor zu einer Imageverbesserung, die unter wirtschaftlichen Gesichtspunkten dringend notwendig ist. Vor allem Präventions- und Aufklärungsleistungen lassen sich gut mit anderen Diensten koppeln. Für jüngere Personengruppen existieren bereits zahlreiche Angebote dieser Art (z. B. Fitness-Urlaub).

Ein weiterer Bereich, der in diesem Zusammenhang anzuführen ist, sind die Kopplungen zwischen Gesundheit und Ernährung, wie sie inzwischen zunehmend unter dem Stichwort

„Life Sciences“ gehandelt werden. Daß hierin ein enormer Wachstumsmarkt gesehen wird, spiegelt sich nicht zuletzt in der jüngst erfolgten Konzentration der Hoechst AG auf den Pharma- und Ernährungsbereich wider. Der Konzern trennte sich von allen Geschäftsfeldern, die nichts mit Pharma, Pflanzenschutz oder Tiergesundheit zu tun haben (die tageszeitung vom 18. 11. 98).

Handlungsbedarf besteht auch hinsichtlich der unterschiedlichen Erreichbarkeit von Bevölkerungsgruppen bei gesundheitsförderlichen Maßnahmen. Public-health-Studien haben gezeigt, daß das Gesundheitsverhalten mit dem sozioökonomischen Status von Bevölkerungsgruppen korreliert. Personen mit niedrigem Einkommen und geringem Bildungsstand verhalten sich beispielsweise nicht nur riskanter, sondern haben auch weniger Kenntnis über die zur Verfügung stehenden Gesundheitsdienste im präventiven und kurativen Bereich.

Für die Durchführung von gesundheitsfördernden Maßnahmen (Präventionsprogramme u. ä.) stellt sich in diesem Zusammenhang vor allem das Problem der „Erreichbarkeit“, d. h. welche Medien können zur Vermittlung gesundheitsrelevanten Wissens genutzt werden? Eine moderne altersbezogene Gesundheitsförderung sollte daher mögliche Spezifika der Erreichbarkeit älterer Bevölkerungskohorten berücksichtigen.

Vor dem dargestellten Hintergrund bieten sich Gestaltungsfelder in folgenden Bereichen:

- Entwicklung eines altersbezogenen, individuellen Gesundheitsbewußtseins (Ernährungsverhalten, sportliche Betätigung usw.) unter besonderer Berücksichtigung der Erreichbarkeit der älteren Zielgruppen;
- Entwicklung angemessener Formen der Gesundheitsberatung und -förderung für ältere Menschen unter Berücksichtigung geriatrischer Aspekte, der Vernetzung im Gesundheitswesen und der Einbeziehung alternativer Heilmethoden;
- Gestaltung der umweltbezogenen und sozialen Faktoren, die Gesundheit beeinflussen, z. B. in Bereichen wie Verkehr (Unfallverhütung und Steigerung der Verkehrssicherheit) und Wohnen (Wohnberatung, Stadtteilinfrastruktur);

- Verbesserung des Kenntnisstandes über alterstypische Arten, Verlaufsformen u. ä. von Erkrankungen bei Ärzten, Pflegepersonal und Apothekern.

Auch die Entwicklung der Altenhilfe bedarf der Aufmerksamkeit. Sie ist inzwischen zu einer vielfältigen sozialen Infrastruktur herangewachsen, die mit einer Fülle neuer Rahmenbedingungen und Strukturanforderungen fertig werden muß. Seit einigen Jahren ist die Altenpflege, politisch gewollt und gesteuert, erstens in großem Stil auch für private gewinnorientierte Unternehmen geöffnet und zweitens dem Grundsatz „ambulant vor stationär“ verpflichtet worden. Dadurch ist in einer Branche, die über Jahrzehnte in ihren Abläufen und Aufgabenverteilungen in einem geschützten Raum gewachsen ist, ein Strukturwandel initiiert worden, der zu unübersichtlichen und bisweilen ambivalenten Entwicklungsprozessen geführt hat. Festgefügte Strukturen und tradierte Verhaltensweisen erweisen sich mehr und mehr als unwirksam.

- Im Zuge von Gesundheitsreform und sozialpolitischen Sparmaßnahmen geraten Altenwirtschaftsunternehmen verstärkt unter Effizienzdruck, weil sie in hohem Maße von öffentlichen Finanzierungssystemen abhängig sind, die zur Zeit bekanntlich einem erheblichen Wandel unterliegen.
- Aufgrund der demographischen Entwicklung steigt der Anteil derjenigen Menschen, die im Alter Unterstützungsleistungen benötigen. Auf diese wachsende Nachfrage bei engeren öffentlichen Finanzierungsspielräumen muß sich das Management der Altenhilfeunternehmen einstellen lernen.
- Im Rahmen der Veränderung der Sozialstruktur und des Finanzierungssystems nimmt der Anteil der Selbstzahler unter den Kunden von Altenhilfeunternehmen zu. Mit dieser Entwicklung sowie einer insgesamt aufgeklärteren Perspektive der älteren Menschen als Verbraucher und Kunden wachsen die Anforderungen gegenüber der Altenhilfe.

Die erforderlichen Anpassungsleistungen kommen nur schwerfällig in Gang. Es besteht vor allem die Notwendigkeit, den Spannungsbogen zwischen Konkurrenz und Kooperation der Anbieter untereinander besser auszubalancieren. Der aktuelle Wettbewerbsdruck hat aus der Altenhilfe einen Bereich gemacht, in dem sich – auch sinnvolle – Kooperationen nur

unter größten Mühen schmieden lassen. Dies ist für die Perspektiven der Anbieter schließlich aber von Nachteil. Es zeichnet sich ab, daß die Zukunft nicht dem Einzelangebot sondern Systemangeboten, also Kombinationsleistungen aus verschiedenen Dienstleistungen und Produkten, gehören wird, die nur in Ausnahmefällen von einem Anbieter erbracht werden können.

Eine weitere Herausforderung für die Anbieter der Altenhilfe ist die Entwicklung und Vermarktung von Angeboten für privat zahlende Kunden. Hierbei tun sich die meisten Altenhilfeunternehmen noch schwer. Nicht selten führt dies zu einer Rückzugsstrategie, die darin besteht, möglichst hohe Einsparungen über Personalreduktion, Leistungsbeschränkung u. ä. zu erzielen und auf diesem Wege mit den knapper werdenden öffentlichen und Versicherungsgeldern auszukommen. Vielmehr erforderlich wäre es dahingehend, die Herausforderungen aktiv mit der Entwicklung neuer Angebote und neuer Märkte anzugehen. Ansonsten wird es nur Einbußen in Qualität und Umfang der Unterstützungsstrukturen für ältere Menschen geben und die Anbieter werden hinsichtlich ihrer Leistungsfähigkeit immer weiter auseinanderfallen. Das bringt die Unternehmen mit der Rückzugsstrategie letztlich in "hausgemachte" Probleme.

2 Wohnungs- und Städtebau

Wohnen und Wohnumfeld haben eine hohe Bedeutung für unsere Lebensqualität. Soziale Kontakte, Gesundheit, nachbarschaftliche Hilfe, Erreichbarkeit von Dienstleistungen und Waren usw. sind geprägt durch regionale und örtliche Besonderheiten. Im Hinblick auf den demographischen Wandel bestehen gerade auch in diesem Bereich vielfältige Anforderungen an Politik, Wohnungswirtschaft und die Akteure der Regionalentwicklung.

Altersbezogener Wohnungs- und Städtebau ist als ein Querschnittsthema zu verstehen, das mit allen anderen hier behandelten Themenfeldern eng verwoben ist. Eine umfassende Darstellung der Ansatzpunkte für einen Wohnungs- und Städtebau, der einer alternden Bevölkerung gerecht wird, ist an dieser Stelle nicht möglich.³ Die Thematik reicht von barrierefreiem Bauen bis hin zur Ansiedlung von bestimmten Dienstleistungsunternehmen. Die folgenden Ausführungen fokussieren exemplarisch auf generationenübergreifende soziale Netzwerke.

In den letzten Jahrzehnten hat es immer wieder viel beachtete Beispiele für Wohnanlagen und -umfelder gegeben, die das Miteinander und die gegenseitige Hilfe verschiedener Generationen fördern. Besondere Aufmerksamkeit hat dabei die Freie Scholle in Bielefeld erhalten. In der Fläche jedoch sind diesbezüglich erhebliche Defizite vorhanden. Siedlungen altern oftmals gemeinsam, denn es fehlt an Durchmischung. Außerdem sind zu wenige Treffpunkte vorhanden, an denen sich die Generationen begegnen. Nachbarschaftliche Hilfe scheitert nicht selten an fehlenden bzw. schwachen sozialen Netzwerken, um deren Ausbau sich niemand kümmert.

Dabei liegt die Problematik weniger in fehlendem Wissen um Bedürfnisse, Gestaltungskriterien und Erfolgsfaktoren, sondern mehr in einer gewissen Behäbigkeit des Kollektivs, durch das das jeweilige Wohngebiet bestimmt ist. Viele Aktivitäten werden anscheinend dadurch gebremst, daß verschiedene Akteure zusammenwirken müßten, um erfolgversprechende Angebote bereitzustellen, sich aber niemand dafür zuständig fühlt, die hauptsächliche Initiative zu übernehmen. Es gilt also, entsprechende Anreize dafür zu setzen, daß die Bürgerinnen und Bürger vor Ort aktiv werden und ein generationenübergreifend freundliches Milieu in ihren Quartieren schaffen.

Hier liegt ein Anknüpfungspunkt für den aktivierenden Staat, also eines Staates, der die Eigeninitiative von Bürgerinnen und Bürgern bei gesellschaftlichen Initiativen mobilisiert und unterstützt (Bandemer u. a. 1995). Ein ganz entscheidendes Kriterium für den Erfolg von altersbezogener Wohn- und Wohnumfeldgestaltung wird gerade unter dem Aspekt der

³ Einen Überblick zu altersbezogenen Aspekten des Wohnens und des Wohnumfeldes bieten beispielsweise Heuwinkel / Kujath / Bergmann (1993) und Enquete-Kommission (1994).

generationenübergreifenden Netzwerkförderung sein, daß die erwünschten sozialen Beziehungen aus sich heraus entstehen können und die dafür bestimmten Infrastrukturen nicht aufgesetzt wirken.

Für die Wohn- und Wohnumfeldgestaltung der Zukunft ist es daher von großer Bedeutung, daß über mögliche Anreizsysteme und Fördermöglichkeiten nachgedacht, ein Katalog möglicher Gestaltungsmaßnahmen, Aktionen usw. zugeschnitten auf verschiedene Siedlungstypen erstellt wird und nach Wegen gesucht wird, funktionierende Lösungen weiter zu verbreiten. Hierbei wird es wichtig sein, die Unternehmen der Wohnungswirtschaft als wesentliche Akteure "vor Ort" wirkungsvoll einzubeziehen.

3 Lebensqualität-Dienstleistungen: Kultur, Freizeit, Tourismus, Sport

Von einer alternden Gesellschaft sind erhebliche Impulse in Richtung der verschiedensten Lebensqualitäts-Dienstleistungen zu erwarten. Ältere Menschen verfügen nicht nur über viel Zeit, um als Nachfrager in Bereichen wie Kultur, Freizeitdienste, Tourismus und Sport aufzutreten, sondern häufig auch über die notwendigen Mittel und das Interesse, den Ruhestand für aufgesparte Bedürfnisse zu nutzen. Hobbys, kulturelle Aktivitäten, Sport treiben, Ausgehen, Reisen, Ausflüge machen und Kurse besuchen bzw. etwas Neues zu erlernen, sind nur einige Aktivitäten aus dem breiten Freizeitkanon der Ruheständler (Opaschowski 1998: 136).

Mit der zunehmenden Verlängerung der Lebenserwartung stellt sich für viele Menschen auch mehr und mehr die Frage nach einer intensiven und sinnvollen Ausfüllung der dritten Lebensphase. Nicht ohne Grund haben sich in den letzten Jahrzehnten auch zahlreiche Studienmöglichkeiten für ältere Menschen etabliert, unter Bezeichnungen wie „Universität des dritten Lebensalters“, „Seniorenstudium“ oder „Wissenschaftliche Weiterbildung für ältere Erwachsene“. Gleichzeitig ist Selbstbestimmtheit bei der Zeitverwendung ein zentraler Wert für viele Menschen im Ruhestand. Bei einer Befragung von 375 Ruheständlern assoziierte ein knappes Drittel mit Freizeit vor allem „Zeit, die man selber gestalten kann; wo man tun und lassen kann, was man will“ (Opaschowski 1998: 134). Die Freiheit

des Ruhestands kann sich also in der Nachfrage nach den verschiedensten Gütern ausdrücken. Im folgenden wird auf zwei Bereiche eingegangen, die zur Zeit als besonders perspektivenreiche Seniorenmärkte gelten und die auch nach der bereits zitierten Erhebung unter den konkreten Freizeitaktivitäten der Befragten in der Prioritätenliste ganz oben rangieren: Tourismus und Freizeitsport bzw. Wellness.

3.1 Tourismus

Tourismus ist ein wichtiger Wirtschaftsfaktor, von dem in Europa in erheblichem Umfang Arbeitsplätze und Wohlstand abhängen. Auf der einen Seite bietet der Tourismus für viele Regionen Europas eine Chance, neue Arbeitsplätze zu schaffen. Angaben des Deutschen Fremdenverkehrsverbands zufolge fanden 1996 rund zwei Mio. Menschen Beschäftigung in der Tourismuswirtschaft und erzeugten einen Gesamtumsatz von 200 Mrd. DM (Handelsblatt vom 04. 03. 97). Sogar im industriell geprägten NRW erreicht die Tourismuswirtschaft mit ungefähr 240.000 Beschäftigten fast die Größenordnung der Maschinenbaubranche (Ministerium für Wirtschaft, Mittelstand und Technologie des Landes NRW 1994).

Auf der anderen Seite sind jedoch durch Veränderungen der Tourismusströme aufgrund neuer Rahmenbedingungen oder Präferenzen der Verbraucher Arbeitsplätze in vielen Tourismusregionen auch unmittelbar bedroht: Aufgrund der allgemeinen wirtschaftlichen Lage und der damit verbundenen Furcht vor Arbeitsplatzverlusten nehmen Reiseintensität und -ausgaben ab. Aufgrund der Reformen im Gesundheitswesen sind in den letzten Jahren erhebliche Rückgänge bei der Zahl der Kurgäste zu verzeichnen. Dies betrifft nicht nur die Kurkliniken, sondern auch das gesamte Umfeld im Bereich Tourismus, Gastronomie und Freizeit. Das Tourismuspotential der älteren Generationen kann hier - zumindest teilweise - Abhilfe schaffen, unter der Voraussetzung, daß mehr attraktive Angebote für diese Zielgruppen entstehen.

Zwar liegt die Reiseintensität der jetzigen Altengenerationen mit 41% ab 60 Jahren immer noch deutlich unter derjenigen der jüngeren Generationen; zum Vergleich: rund 60 % unter

60 Jahren. Jedoch ist festgestellt worden, daß die Reiseintensität der älteren Menschen gegenüber früheren Jahren deutlich gestiegen ist (Lüüs 1993: 823, Artho 1996: 138 f.). Das durchschnittliche Reiseverhalten der höheren Altersgruppen läßt sich kurz wie folgt beschreiben:

- sie verreisen länger als jüngere Menschen,
- sie benutzen öffentliche Verkehrsmittel häufiger als andere Altersgruppen,
- sie sind im Vergleich häufiger Pauschalreisende
- und sie übernachten vergleichsweise häufiger in Hotels (Hübner 1998).

Die Teilnahme am Tourismus wird mit zunehmendem Alter oftmals durch eine im Vergleich zu anderen Touristen verminderte Beweglichkeit, durch das Erfordernis besonderer Unterstützungs- oder Hilfestrukturen und durch Unsicherheit gegenüber veränderten Lebenssituationen gehemmt. Um älteren Menschen mehr Lebensqualität beim Reisen zu ermöglichen und gleichzeitig Arbeitsplätze in der Tourismuswirtschaft zu schaffen, müssen daher Angebot und Nachfrage aufeinander abgestimmt und zusammengebracht werden.

Die spezifischen Bedürfnisse älterer Menschen erfordern, in den Tourismusregionen passende Bedingungen zu entwickeln, z. B.:

- eine adäquate medizinische Versorgung,
- das Angebot einer angepaßten Ernährung,
- eine alten- und behindertengerechte Gestaltung von Einrichtungen,
- Angebote für Pflegedienstleistungen,
- Notrufmöglichkeiten, z. B. unter Einbeziehung von Satellitenortung,
- Unterstützungsangebote zur Bewältigung alltäglicher Lebenssituationen,
- Unterstützung im Bereich von Prävention und Rehabilitation
- und zielgruppengerechte Freizeitaktivitäten.

Die Attraktivität von Tourismusregionen wird aber nicht nur durch die Angebote vor Ort bestimmt, sondern auch durch die Anbindung an den Wohnort. Es bedarf daher geeigne-

ter logistischer Strukturen, um älteren Menschen so weit wie möglich die Gelegenheit verschaffen, am Tourismus teilzunehmen. Hierzu gehören z. B.

- der Transport der Menschen selbst in die Tourismusregion,
- der Transport von und die logistische Unterstützung mit individuellen Hilfsmitteln (vom Rollstuhl über einzelne Einrichtungsgegenstände bis zum Haus-Notruf-Gerät),
- die Bereitstellung von Patienteninformationen in der Tourismusregion (z. B. Pflegedokumentation, ärztliche Katamnesen etc.),
- die Organisation des Kontaktes zur heimatlichen Unterstützungsstruktur
- und die Entwicklung spezifischer Versicherungsangebote.

Entsprechende Logistikkonzepte für alte oder behinderte Menschen werden bisher im Tourismusangebot vernachlässigt. Lokale Dienstleister an den Wohnorten sind in der Regel nicht auf die Unterstützung von Reisen eingestellt, Reiseveranstalter stellen praktisch kein kundenspezifisches Angebot für alte Menschen bereit, und die Tourismusregionen kümmern sich vorwiegend um die Angebote in ihrer Region. Alle drei Akteure bzw. Gruppen müssen jedoch kooperieren, um ihre spezifischen Kompetenzen zu bündeln und damit eine lückenlose Logistik für den Altentourismus zu entwickeln und anzubieten.

Der Gestaltungsbedarf in diesem Bereich ist noch sehr umfangreich. Dabei ist sowohl an die Erarbeitung geeigneter Tourismuskonzepte und Marketingstrategien zu denken als auch an die Entwicklung von neuen Angeboten und den Ausbau von Infrastrukturen für ältere Reisende.

3.2 Freizeitsport / Wellness

Fitness- und Sportparks gehören zu den in den vergangenen Jahren wohl am schnellsten wachsenden Dienstleistungsbereichen überhaupt. Die Deutsche Gesellschaft für Freizeit (1995: 31) geht von 5.300 Sportstudios in Deutschland mit über drei Mio. Kunden aus. Hochgerechnet bedeutet dies etwa einen Jahresumsatz von über drei Mrd. DM und Beschäftigung für über 60.000 Menschen. Gleichwohl findet die Fitness- und Sportbranche in der Öffentlichkeit wenig Beachtung als Wirtschaftsfaktor und Arbeitgeber. Das hat sicher-

lich damit zu tun, daß die Branche bislang von stärkeren Einbrüchen weitgehend verschont geblieben ist. In den letzten zwei Jahren hat die Wachstumsbranche Fitness und Sport allerdings erste Krisenanzeichen registriert.

Erstens trägt das schlechte Image des Marktsegments Bodybuilding dazu bei; zweitens haben die Modesportarten Squash, Badminton sowie Tennis ihren Zenit überschritten und eine große Zahl von Unternehmen müssen heute feststellen, daß sie sich lange Jahre in der Gestaltung ihres Angebotes sowie ihres Erscheinungsbildes zu sehr auf „junge“ Kundengruppen konzentriert haben. Zweitens konnten nach der Begrenzung der Präventionsangebote gemäß § 20 SGB V viele Angebote, die Sport- und Fitnessanbieter für die Versicherten der gesetzlichen Krankenkassen in ihren Leistungskatalog aufgenommen hatten, nicht mehr realisiert werden. Für die Fitness- und Sportbranche ist daraus dennoch ein wichtiger Hinweis geblieben: Die Entwicklung neuer Produkte und Angebote für neue Zielgruppen kann zur Erschließung großer neuer Kundengruppen führen, die bislang vernachlässigt worden waren.

Nachdem anfänglich die unter 30jährigen die Kernzielgruppe der Fitness- und Sportparks bildeten, hat das Angebot sich in Richtung der 30-40jährigen Kunden entwickelt und sich insbesondere gegenüber Frauen geöffnet, die inzwischen über die Hälfte der Kundschaft bilden. Zu den neuen Kundengruppen, die Fitness- und Sportanbieter in der aktuellen Marktsituation ansprechen können, gehören auch ältere Menschen. Allerdings bedarf diese Kundengruppe einer differenzierten Betrachtung. Sie setzt sich aus unterschiedlichen Untergruppen mit verschiedenen (Zugangs-)Voraussetzungen, Anforderungen und Bedürfnissen zusammen. Im einzelnen lassen sich folgende identifizieren: Ältere Arbeitnehmer, Vorruheständler, "Fitte Alte", Rehabilitanten, Chronisch- oder Langzeitgeschädigte und Altenheimbewohner.

Für alle diese Kundengruppen spielten Fitness und Sport bzw. Wellness eine besondere Rolle. Die potentiellen Angebote lassen sich unter einer Zielvorgabe subsumieren: Lebensqualität erhalten! Weniger das "schöner, schneller, weiter", sondern Gesundheit, Prävention, Rehabilitation und Lebensqualität müssen das Angebot prägen.

Gebündeltes Wissen über geeignete Angebote und Organisationsstrukturen ist jedoch noch nicht verfügbar. Es steht noch aus, hierbei in Zusammenarbeit von Fitness- und Sportparks, Dienstleistern des Bereiches Altenwirtschaft, Organisationsentwicklern, Sportwissenschaftlern, Gerontologen und der Sportgeräteentwicklung Fortschritte zu erzielen. Im Dialog der verschiedenen Akteure mit unterschiedlichen Wissensbeständen und Erfahrungen könnten neue Konzepte entwickelt und erprobt werden. Dabei müßten beispielsweise folgende Angebote berücksichtigt werden:

- zielgruppengerechte Bewegungsschulung,
- spielerisch und unterhaltsam orientierte Fitnessaktivitäten,
- Entspannung und Förderung der kognitiven Leistungsfähigkeit,
- spezielle Übungsprogramme für altersspezifische Risiken und Krankheiten
- und die Einbeziehung von Beratung sowie kommunikativen Elementen.

In Zukunft könnte auch die ambulante Wellness an Gewicht gewinnen. Etwa in der Rehabilitation können Leistungen entweder beim Kunden zu Hause oder auch in stationären Einrichtungen erbracht werden. Bei der Prävention kann das Angebot ebenfalls „vor Ort“ erfolgen, beispielsweise in Altenhilfeeinrichtungen oder in Wohnanlagen größerer Wohnungsgesellschaften.

Sport- und Bewegungsgeräte müssen auf die Bedürfnisse von Wellness, Prävention und Rehabilitation ausgerichtet werden. Gleichzeitig sollte die Technikgestaltung so erfolgen, daß sie den Nutzern ein Optimum an Selbstbestimmung und -kontrolle ermöglicht und das Personal bei der Aktivierungs- und Beratungsarbeit unterstützt. Hierbei sind die Anforderungen an altersgerechte Trainingsinhalte aus geriatrischer und medizinischer Sicht zu berücksichtigen. Ebenfalls geht es um technische Anpassungen von Trainingsgeräten, z. B. im Hinblick auf:

- die Berücksichtigung altersgerechter Ergonomie, Sicherheitstechnik und Bedienungsrechtigkeit;

- das Anzeigen und Rückmelden von Grenzwerten nach altersmedizinischen Anforderungen;
- die Nutzung individueller Displays zur Anzeige von aktuellen Trainings- und Grenzwerten für die Trainierenden;
- den flexiblen Einsatz von speziellen Zusatztechniken an mehreren Geräten, um die Vielfalt im Training zu verbessern
- und die Entwicklung geeigneter Software für Trainings- und Checkprogramme.

Weitere Herausforderungen sind im Qualifizierungsbereich zu sehen. Bis heute existiert für Beschäftigte in Sport- und Fitnessseinrichtungen noch kein allgemein verbindliches Ausbildungsprogramm. Wie in vielen Bereichen der Freizeit- und Tourismuswirtschaft hat es auch hier einen "Boom ohne Berufe" gegeben (Hilbert / Scharfenorth 1998).

Auf die Diversifizierung bestehender Angebote und auf die Einführung neuer Angebote, z. B. Wellness-Produkte für die wachsende Gruppe der älteren Menschen, ist die Sport- und Fitnessbranche damit nicht systematisch vorbereitet. Hier bestehen erhebliche Herausforderungen, z. B. im Hinblick auf die Vermittlung von Kenntnissen über:

- typische Gesundheitszustände älterer Menschen;
- körperliche, geistige und seelische Veränderungen im Altersprozess und ihre Beeinflussung durch Bewegungsaktivitäten und Sport;
- Bewegung und Sport als Grundlage eines Konzeptes „Wohlbefinden im Alter“;
- pathologische Veränderungen im Alter;
- Risikofaktoren im Altersprozeß
- und gesunde Ernährung im Alter.

4 Alter und Arbeit

Arbeit im Alter kann aus zahlreichen Blickwinkeln betrachtet werden. Ein Aspekt, der bislang den größten Teil der Diskussionen und Aktivitäten bestimmt hat, ist die ehrenamtliche Tätigkeit im Ruhestand. Dabei geht es darum, anderen zu helfen - sei es im sozialen Be-

reich oder auch durch Beratung in wirtschaftlichen und fachlichen Fragen. Selbstverwirklichung ist bei gleichzeitiger materieller Absicherung die vorrangige Motivation der Einzelnen dabei. Einer Befragung von erwerbstätigen Rentnerinnen und Rentnern zufolge erwies sich die Tatsache, nachweislich noch gebraucht zu werden, als entscheidend. Auch soziale Kontakte rangierten mit 60,7 % aller Nennungen weit vorn, während 29,5 % das verdiente Geld als eine wichtige Komponente ihrer Altersaktivität schätzten (BMFSFuJ 1996, Braun 1997). Allerorten begegnet man entsprechenden Initiativen. Eine repräsentative Bestandsaufnahme zum Ausmaß des Engagements in der älteren Bevölkerung fehlt aber leider. Eine solche Untersuchung müßte Aufschluß über die gegenwärtigen Strukturen, die regionalen Unterschiede des freiwilligen Engagements sowie die sozialstrukturellen Voraussetzungen der Engagierten und das vorhandene Potential für die künftige Engagementbereitschaft der älteren Bürgerinnen und Bürger geben.

Trotz der vergleichsweise geringeren Nennung des materiellen Verdienstes in der bereits zitierten Befragung älterer Erwerbstätiger ist der Anteil dieser Nennungen von fast 30% nicht bedeutungslos und zeigt ernstzunehmenden Handlungsbedarf. Dabei geht es nicht nur um sozialpolitische Kompensation von Defiziten der Vergangenheit. Vor allem im Hinblick auf die häufige Betroffenheit älterer Beschäftigter von betriebsbedingten Kündigungen erscheint es von hoher Bedeutung, neue Möglichkeiten der Existenzsicherung und geeignete Übergangslösungen von der Erwerbsarbeit in den Ruhestand genauer auszuloten, als dies bisher der Fall ist. Dies erfordert zum einen Kompetenz beim Umgang mit alternden Belegschaften, zum anderen die systematische Suche nach neuen Wegen der Berufstätigkeit im Alter wie beispielsweise der späten Existenzgründung. Bei der späten Existenzgründung ist noch ein weiterer Aspekt anzuführen. Diejenigen älteren Menschen, die über relativ hohe Einkommen und Vermögen verfügen, können im Rahmen von Existenzgründungen oder der Gewährung von finanziellen Hilfen für jüngere Existenzgründer Investitionen tätigen, von denen sie selbst und auch jüngere Existenzgründer profitieren können.

Je früher in diesen Bereichen Wissen zur Verfügung steht und Erfahrungen gesammelt werden, um so besser ist auch die Vorbereitung auf die zukünftige Situation, in der der demographische Wandel wahrscheinlich wesentlich deutlicher als gegenwärtig Arbeit im Alter diktieren wird.

4.1 Alternde Belegschaften

Eine zentrale Herausforderung beim Umgang mit alternden Belegschaften ist die betriebliche Gesundheitsförderung. Inwieweit ältere Beschäftigte ihre Arbeit weiterführen können, ist nicht zuletzt davon abhängig, ob ihre biographisch vorangegangenen Arbeits- und Lebensweisen risikoreich oder gesundheitsschonend gewesen sind. Jedoch gerät die betriebliche Gesundheitsförderung teilweise in Konflikt mit Bemühungen um kurzfristige Leistungssteigerungen. Neue "schlanke" Arbeitsmodelle und technische Rationalisierungen steigern mit der Produktivität auch das Tempo der Güter- und Dienstleistungsproduktion. Die Gesundheitsförderung der Beschäftigten wird dabei häufig vernachlässigt (Morschhäuser 1996). Der Kenntnisstand zur Verträglichkeit von modernen Arbeitskonzepten mit den Anforderungen alternder Belegschaften ist noch gering. Zwar gibt es eine Reihe von Arbeiten zu beiden Themenkomplexen. Diese stehen aber weitgehend unverbunden nebeneinander.

Als weitere Thematik von hoher Bedeutung sind im Zusammenhang mit alternden Belegschaften Qualifikationen und Qualifizierungen zu nennen. Hier sind verschiedene Aspekte von Relevanz. Im Hinblick auf die Qualifikationen sind vor allem das Veralten bestimmter Qualifikationsprofile einerseits und die Anhäufung subjektiver Erfahrungsschätze anzuführen. Die Qualifizierung betreffend sind in erster Linie die Qualifizierungsbereitschaft der Unternehmen und der älteren Beschäftigten sowie die Entwicklung geeigneter Qualifizierungskonzepte als Themen zu nennen.

Langfristig ist anzustreben, Personalentwicklungskonzepte prinzipiell stärker auf alternde Belegschaften auszurichten und kontinuierliche Qualifizierungsprozesse zu gewährleisten. Die entsprechenden Initiativen sind jetzt zu beginnen, da ihre Wirkungen erst nach einem längeren Vorlauf eintreten werden. Kurz- und mittelfristig wird es allerdings auch noch häufig um kompensatorische Maßnahmen für in der Vergangenheit entstandene Qualifikationsdefizite bei älteren Beschäftigten gehen. Bei der Entwicklung geeigneter Qualifizierungsmaßnahmen ist vor allem zu berücksichtigen, daß

- an die bisherigen Berufserfahrungen angeknüpft wird und diese reflektiert werden können;
- hohe Anteile beruflicher Praxis eingeplant werden und ein Wechsel zwischen Lern- und Praxisphasen stattfindet;
- eine aktive Beteiligung gefördert wird, z. B. durch kommunikative Lernstrukturen;
- das Lerntempo an die Zielgruppe der älteren Beschäftigten angepaßt wird (Barkholdt / Frerichs / Naegele 1995: 433).

Mit Blick auf das Erfahrungswissen der älteren Beschäftigten ist ebenfalls darüber nachzudenken, wie dieses am wirkungsvollsten genutzt und an jüngeres Personal weitergegeben werden kann. Dabei könnte zum einen an den Strukturen der organisatorischen Einheiten angesetzt werden. Zum Beispiel ist hierbei an gezielt altersgemischte Arbeitsteams zu denken. Zum anderen wird es darauf ankommen, Strategien dafür zu entwickeln, das angehäufte Erfahrungswissen jüngeren Beschäftigten vermittelbar zu machen, die Vermittlung zu systematisieren und Anreize für derartige Vermittlungsprozesse zu bieten.

Die faktische auf das Alter bezogene Diskriminierung im Bereich der Weiterbildung und die geringe Teilnahmebereitschaft sind sicherlich nicht zuletzt darauf zurückzuführen, daß Arbeitgeber- wie Arbeitnehmerseite der Ertrag solcher Maßnahmen oftmals nicht klar ist. Der Ruhestand ist nicht mehr fern, die Investition in Qualifizierungsmaßnahmen für die Erwerbsarbeit erscheint alles andere als naheliegend. Es bedarf daher geeigneter Anreizstrukturen und Perspektiven für die Betriebe und ihre älteren Beschäftigten. Vor allem aber sind Maßnahmen zu ergreifen, die die Wahrnehmung für die Potentiale schärfen, die in Qualifizierungsprozessen mit, für und von älteren Beschäftigten liegen.

Jenseits der betrieblichen Gesundheitsförderung sowie des Themas Qualifikation / Qualifizierung sind im Hinblick auf alternde Belegschaften noch einige weitere Aspekte zu nennen, die unter das Stichwort Altersbarrieren der Erwerbsarbeit passen:

- Arbeitsplatzgestaltung;

- flexible Übergänge in den Ruhestand
- und die Berücksichtigung besonderer Lebenssituationen, z. B. Pflege von Angehörigen, die oftmals dann eintritt, wenn die Beschäftigten selbst schon zu den Älteren in der Belegschaft zu zählen sind.

Im Bereich des Umgangs mit alternden Belegschaften existieren zwar einige vorbildliche Beispiele (Europäische Stiftung zur Verbesserung der Lebens- und Arbeitsbedingungen 1997). Jedoch ist eine weitere Verbreitung dieser Modelle noch nicht erfolgt. In der Fläche kann daher nicht davon ausgegangen werden, daß in den Betrieben Kompetenz zu diesem Thema verankert ist.

4.2 Ältere Unternehmensgründer

Ältere Unternehmensgründerinnen und -gründer sind vor allem unter den folgenden drei Gesichtspunkten zu betrachten: Aus gesamtwirtschaftlicher Perspektive bedeutet die Unternehmensgründung durch ältere Menschen eine bislang noch zu selten aufgegriffene Möglichkeit, die Produktivität älterer Fach- und Führungskräfte zu nutzen. Nach Expertenschätzungen ist allein in NRW in naher Zukunft mit 80.000 bis 100.000 arbeitslosen Fach- und Führungskräften in der Altersgruppe 50 und mehr zu rechnen. Individuell betrachtet bieten sich hierbei Chancen, die im Verlauf des Berufslebens erworbenen Fähigkeiten sinnvoll und selbstbestimmt einzusetzen und damit eine eigenständige Perspektive für ihren individuellen Übergang in den Ruhestand zu schaffen. Schließlich spielen die Übergabe des Unternehmens und der damit verbundene know-how-Transfer oder auch die Beratung junger Existenzgründer und -gründerinnen eine besondere Rolle bei Unternehmensgründungen durch ältere Menschen.

Eine stärkere Verbreitung "zweiter Karrieren" kann nur in Verbindung mit dazu passenden Rahmenbedingungen erfolgen. Beispielsweise ist zu fragen, inwieweit die betrieblichen und gesetzlichen Regelungen der Altersversorgung ein frühzeitiges Ausscheiden aus dem Betrieb wegen Unternehmensgründung mittragen. Ebenso geht es um die Gestaltung von Personalentwicklungskonzepten: hemmen oder fördern sie den Ausstieg in die späte Selbst-

ständigkeit? Und nicht zuletzt ist in diesem Zusammenhang die Eignung der gängigen Existenzgründungshilfen in Form von Seminaren, Krediten, Beratungen u. ä. anzuführen. Im gesamten Bereich der Rahmenbedingungen für Gründungen älterer Unternehmerinnen und Unternehmer fehlt es noch an ausreichend aufbereitetem know-how und an entsprechenden Handreichungen für die Praxis.

Dasselbe gilt auch für die Übergabe-Thematik. Sie spielt bei späten Unternehmensgründungen viel schneller eine Rolle als bei frühen und sollte deswegen auch frühzeitig und konstruktiv einbezogen werden. Denkbar und teilweise auch in der Praxis umgesetzt sind viele verschiedene Modelle. Dazu gehört die gemeinsame Gründung durch ältere und jüngere Beteiligte genauso wie fließende Übergaben, bei denen zunächst die älteren und darauffolgend die jüngeren Beteiligten die hauptsächliche Verantwortung tragen. Ein zentraler Punkt bei der Übergabe ist die Wahl passender Wege, das betriebsspezifische Managementwissen, vor allem den i. d. R. nicht explizit festgehaltenen Teil des Erfahrungswissens, weiterzugeben und die Einbindung der Nachfolgerinnen bzw. Nachfolger in die geschäftlichen Kooperationsbeziehungen. Die Zentralität des Themas Geschäftsübergabe wird an der aktuellen Situation vieler Handwerksbetriebe, die Probleme haben, Nachwuchs für die Übergabe zu finden, besonders deutlich.

5 Selbständige Lebensführung

Die Unterstützung älterer Menschen in Privathaushalten, die Förderung einer selbständigen Lebensführung in den eigenen vier Wänden, gewinnt einen immer größeren Stellenwert für Politik, Wirtschaft sowie Forschung und Entwicklung. Produkte und Dienstleistungen für diese Zielgruppe bieten im Zuge der demographischen Entwicklung große Chancen für mehr Lebensqualität im fortgeschrittenen Alter sowie die Vermarktung neuer Angebote und damit auch für die Schaffung von Beschäftigung.

In NRW lassen sich bereits vielfältige Anknüpfungspunkte für die weitere Gestaltung der Unterstützungsinfrastrukturen für ältere Menschen in Privathaushalten finden. Unter anderem ist hier auf die Präsenz mehrerer sich ergänzender Institutionen hinzuweisen, die

sich mit Forschung, Entwicklung und Erprobung derartiger Angebote beschäftigen. Die Gesellschaft für Gerontotechnik in Iserlohn gehört genauso dazu wie das Forschungsinstitut Technologie - Behindertenhilfe in Wetter und das Institut für Wohnungswesen, Immobilienwirtschaft, Stadt- und Regionalentwicklung. Ebenso sind die Forschungsgesellschaft für Gerontologie in Dortmund und das Seniorenwirtschaftszentrum in Gelsenkirchen zu nennen. Letzteres ist ein Zusammenschluß von sechs Institutionen, die sich mit der Entwicklung der Seniorenwirtschaft beschäftigen.

5.1 Technikentwicklung und -gestaltung

Im Zusammenhang mit der Förderung einer selbständigen Lebensführung gewinnt auch das Thema Technik für das Alter immer mehr an Bedeutung. Die Bandbreite der technischen Angebote und Pflegehilfsmittel, die für das Alter entwickelt werden, ist groß: Strumpfanziehhilfen gehören genauso dazu wie Haus-Notruf-Geräte, sensorgesteuerte Sturzmelder ebenso wie einfache Greifhilfen und high-tech in Form von Bildtelekommunikations-Diensten oder sogenannten intelligenten Häusern. Dabei geht es um Arbeitsmittel für Unterstützungspersonen, um Geräte für den alleinigen Eigengebrauch durch ältere Menschen und last but not least um die Technik für die kommunikative Verbindung zwischen Menschen. Da sich viele Techniken für das Alter nicht klar von Alltagstechniken abgrenzen lassen, wird gerade auch die Gestaltung letztgenannter parallel zum Altern der Bevölkerung ein immer bedeutenderes Thema. Manchmal fehlt es nur an Kleinigkeiten, beispielsweise an einer veränderten Farbgebung, einer anderen Beschriftung oder einer anderen Gestaltung von Schaltern, um Haushaltsgeräte, Unterhaltungselektronik u. ä. für ältere Menschen attraktiver zu machen. Es wäre jedoch ein Fehlschluß, anzunehmen, daß die notwendigen Anpassungen nebenbei erledigt werden könnten. Eine systematische Aufbereitung des entsprechenden, verstreut teilweise vorhandenen Wissens und seine Nutzbarmachung für die Alltagsroutine der Technikentwicklung steht noch aus, wodurch die Durchsetzungsmöglichkeiten für Technikanpassungen vermutlich nicht unerheblich beschränkt werden.

Ein weiterer Aspekt ist ebenfalls grundlegend für das Verständnis der altersbezogenen Technikentwicklung: bislang zeichnen sich die Dienstleistungen zur Unterstützung älterer Menschen in der häuslichen Umgebung durch einen geringen Technikeinsatz aus. Jedoch ist absehbar, daß sich dies zunehmend verändern wird. Neuere Entwicklungen für Angebote in diesem Bereich verbinden Dienstleistungen und Technik, insbesondere auf Basis der Informations- und Kommunikationstechnologie. Dabei sind für die verschiedenen Angebote unterschiedliche Schwerpunktsetzungen und Entwicklungsstände zu verzeichnen. Insgesamt ist der Forschungs- und Gestaltungsbedarf im Bereich der Technik-Dienstleistungskombinationen unter Nutzung moderner Informations- und Kommunikationstechnologien besonders umfangreich, weshalb die folgenden Ausführungen darauf konzentriert sind.

Eine entscheidende Entwicklung in diesem Bereich ist der Haus-Notruf. Haus-Notruf-Angebote bieten die Möglichkeit, mittels eines dafür konstruierten technischen Systems Notrufe aus der Wohnung in einer Zentrale abzusetzen; die Zentrale führt in Folge Hilfsmaßnahmen durch, die in der automatischen Aussendung eines Krankenwagens, in ausgefeilteren Haus-Notruf-Systemen aber auch in der Situation angemessenen Hilfs-Alternativen (z. B. Alarmierung von Angehörigen / Nachbarn, Besuch durch Sozialarbeiter oder Pflegepersonal, Aussendung eines Krankenwagens) bestehen. Haus-Notruf-Angebote sind bereits über die Versuchsphase hinaus. Es handelt sich um reguläre Angebote, die zwar von einer flächendeckenden Verbreitung weit entfernt sind, aber zunehmend an Kundschaft und Bekanntheit gewinnen.

Im Zusammenhang mit den Haus-Notruf-Angeboten ist auf zwei zentrale Gestaltungs- und damit auch Forschungsbedarf hinzuweisen. Erstens bedarf es der inhaltlichen Weiterentwicklung. Der Ausgangspunkt, also die medizinische Notfallsituation, erweist sich für den häuslichen Bereich allein als unzureichender Zugang. Forschungen über die Nutzung von Haus-Notruf-Systemen haben ergeben, daß der größte Teil von ausgelösten Notrufen nicht auf medizinische Notfall-Situationen zurückgeht, sondern auf als Notfall empfundene Situationen, die durch alltägliche Probleme oder soziale Isolation gekennzeichnet sind (Adam 1995). Ein Ansatz zur Verbesserung der Situation ist bereits in dem nordrhein-westfälischen Modellprogramm zum "Serviceruf" zu sehen. Eng mit dem angeführten Pro-

blem verbunden ist die zweite zentrale Herausforderung: die Technik, die bei Haus-Notruf-Angeboten verwendet wird, ist den auftretenden Kommunikationssituationen nicht angemessen. Sie weist den Charakter von Gegensprechanlagen auf und bietet nicht einmal die Gesprächsmöglichkeit einer analogen Telefonverbindung. Zudem sind die tragbaren Funksender in ihrer Gestaltung verbesserungswürdig.

Eine weitere zentrale Entwicklung sind Dienstleistungen für ältere Menschen, die mit der Nutzung von Bildtelekommunikation einhergehen. Hierbei geht es um die Förderung von Kommunikation bzw. den Abbau sozialer Isolation und die Aktivierung älterer Menschen, ruhende Interessen wieder aufzunehmen, sowie um Beratung, die Vermittlung von Dienstleistungen (z. B. Fußpflege, Menübringdienst) und Hilfe in Notfallsituationen (Stichwort Virtuelles Altenheim⁴). Teilweise werden solche Dienstleistungen als Alternative zu bestehenden Haus-Notruf-Angeboten bzw. als neue Generation des Haus-Notrufs diskutiert. Solche Angebote bewegen sich zwar noch im Stadium von Pilotversuchen; die wissenschaftliche Begleitung solcher Versuche zeigt jedoch immer deutlicher, daß es eine realistische Perspektive für reguläre Angebote in diesem Bereich gibt. Beispielhaft sind hier die Projekte Haus-Tele-Dienst in Frankfurt am Main (Erkert / de Graat / Robinson 1993) und TESS inkontakt - Teleservice für Senioren in Bielefeld (Neue Westfälische vom 29. 01. 1999) anzuführen.

Der Gestaltungsbedarf im Bereich der Bildtelekommunikations-Dienste ist noch erheblich. Dies betrifft zum einen die Ausarbeitung und Erprobung der zur Zeit nur modellartig vorliegenden Dienstkonzeptionen. Zum anderen ist auch vielfältiger Bedarf bezüglich der eingesetzten Technik gegeben; zum Teil geht es dabei um Entwicklungsleistungen, zum Teil um die Weiterentwicklung von Vermarktungsstrategien bzw. die Positionierung solcher Angebote als reguläre Geschäftsfelder der Technikanbieter.

⁴ Das Virtuelle Altenheim ist ein Leitbild zur Unterstützung älterer Menschen in ihren eigenen Wohnungen. Das Leistungsspektrum ist an dem der besten Altenheime orientiert. Die Leistungen, die "vor Ort" in den einzelnen Privathaushalten erbracht werden, werden durch eine Zentrale koordiniert, die als Ansprechstelle für Dienstleistungswünsche, Informationsbedarf, Beratungsbedarf usw. fungiert. Außerdem übernimmt die Zentrale kommunikative Aufgaben und unterstützt die Bildung / Stärkung sozialer Netzwerke (Hilbert 1996).

Die dritte Entwicklung, die hier, jenseits des Anspruchs auf Vollständigkeit, aufgegriffen werden soll, sind die sogenannten intelligenten Häuser. Hierbei geht es um den Einsatz von Vernetzungstechnik im Wohnbereich. Dabei werden vielfältige Funktionen (z. B. Rolläden bewegen, Licht schalten, Türen bewegen) über eine zentrale Fernbedienung ermöglicht. Neben diesem Grundmodell, in dem Vernetzung nach außen und Dienstleistungen noch keine besondere Rolle spielen, entstehen auch zunehmend Ansätze, die technisch unterstützte Dienstleistungen, z. B. die Überwachung von Vitalparametern, einbeziehen. Ähnlich wie im Bereich der Bildtelekommunikations-Dienste befinden sich intelligente Häuser in der Entwicklungs- und Erprobungsphase.

Dienstleistungsangebote, die in Privathaushalte hineinreichen, berühren sehr schnell Aspekte des Datenschutzes bzw. des Schutzes der Privatsphäre, die noch nicht hinreichend thematisiert werden. Vor allem beim Einsatz von Vernetzungstechnologien, wie er für alle vorab genannten Entwicklungen kennzeichnend ist, besteht ein Spannungsverhältnis zwischen dem Angebot zusätzlicher Kommunikationsmöglichkeiten und Überwachung. Daß Techniken auf Basis der Informations- und Kommunikationstechnologien positive Auswirkungen haben können, aber genauso gut auch im Sinne des Orwell'schen Szenarios wirken können, ist nicht neu. Im Zusammenhang mit den zur Zeit entstehenden Technik-Dienstleistungskombinationen für ältere Menschen in Privathaushalten sind jedoch noch viele Detailfragen zu beantworten.

5.2 Soziale Dienste

Wie die Ausführungen zu Technikentwicklung und -gestaltung für ältere Menschen zeigen, werden soziale Dienstleistungen durch technische Neuerungen nicht etwa obsolet, sondern spielen auch weiterhin - mitunter in veränderter Form - eine zentrale Rolle für die Förderung einer selbständigen Lebensführung in den eigenen vier Wänden.

Im Vordergrund stehen hier ebenfalls solche Dienste, die älteren Menschen beim Alltagsmanagement helfen. Dazu gehören insbesondere hauswirtschaftliche Hilfen, wie Putz-, Reinigungs- und Wäschedienste, die hierzulande - im Gegensatz etwa zu den skandinavischen Ländern - nur gering verbreitet sind, des weiteren Mahlzeitendienste, wobei der Trend heute zunehmend hin zu den stationären Mittagstischen und weg vom jahrzehntelang praktizierten "Essen auf Rädern" geht. In der Vergangenheit erfolgten vielfach lediglich aufgrund fehlender hauswirtschaftlicher Dienstleistungsangebote Umsiedlungen in ein Alten- oder Pflegeheim. Gegenwärtig liegen keine Bestandsdaten über das genaue Angebot solcher Anbieter vor. Ein flächendeckendes Angebot an hauswirtschaftlichen Diensten kann jedoch - zumal unter den Bedingungen fortschreitender Singularisierung - wesentlich zu einem Verbleib in der eigenen Wohnung bzw. zur selbständigen Lebensführung beitragen.

Hierzu zählen auch Dienste, die der Förderung des selbständigen Wohnens dienen, wie Wohnberatungsstellen (z. B. Umzugsberatung, Mieterschutz). Maßnahmen zur Wohnungsanpassung (etwa an die besonderen Bedürfnisse im Pflegefall) oder die künftig weiter an Bedeutung zunehmenden speziellen Wohnangebote für ältere Menschen. Zu letzteren zählen verschiedene Formen des Gemeinschaftswohnens, die allerdings noch kaum verbreitet sind, wie das Generationenwohnen, sowie das Betreute Wohnen bzw. das "Service-Wohnen".

Letztere sind im Verbund, das heißt in besonderen Wohnanlagen, oder eingestreut angebotene Wohnungen. Sie repräsentieren bedarfsadäquate Kombinationen von Wohnungs- und Dienstangeboten, die über ein erreichbares, zuverlässiges, wählbares, integrierbares und leistungsfähiges Beratungs-, Kommunikations-, Betreuungs- und gegebenenfalls auch Pflegeangebot verfügen sollten. In ihnen können ältere Menschen im Bedarfsfall - im Gegensatz zu den traditionellen Altenwohnungen, die in solchen Fällen in der Regel einen nochmaligen Umzug in ein Alten- oder Pflegeheim erforderlich machen - auch bis zu ihrem Tod betreut und gepflegt werden. In der Praxis gibt es "Service-Wohnen" sowohl in öffentlicher wie freigemeinnütziger und zunehmend auch in freigewerblicher Trägerschaft und / oder in der Trägerschaft großer Wohnungsbaugesellschaften.

In diesen Zusammenhang gehören jedoch auch Dienste, die über eine Unterstützung des sozialen bzw. familialen Umfeldes, sofern dieses für den Erhalt der selbständigen Lebensführung der älteren Person eine maßgebliche Rolle spielt (Einkaufshilfen bis Pflege), den Verbleib in den eigenen vier Wänden gewährleisten. Hierzu zählen etwa teilstationäre Dienste und Einrichtungen, Angehörigengruppen und -kurse, sowie Maßnahmen zur Förderung von nicht-familialen Netzwerken und zur qualifizierten Beratung über und Vermittlung von selbständigkeitsfördernden Diensten.

6 Qualitätsentwicklung und Verbraucherschutz

Es bedarf geeigneter Maßnahmen, um die Angebote der Seniorenwirtschaft transparenter, vergleichbarer und qualitätsvoller zu gestalten, damit Kundinnen und Kunden sich erstens auf diesem Markt orientieren können und sich zweitens nicht mit fragwürdigen Niedrigstandard-Angeboten zufriedengeben müssen. Dies gilt sowohl für die Kernbereiche der Altenhilfe als auch für darüber hinausgehende Angebote, z. B. aus dem Bereich der Lebensqualitäts-Dienstleistungen und des Wohnens. Vor allem zwei Ansätze sind an dieser Stelle zu nennen, die sich gegenseitig ergänzen: Benchmarking und Verbraucherschutz.

6.1 Benchmarking

Benchmarking ist ein Konzept, das durch den Vergleich von Einrichtungen "beste Lösungen" für die Erledigung von Aufgaben identifizieren soll. Die Beschreibung "bester Lösungen" dient, dazu, ständige Verbesserungen anzuregen, damit Aufgaben mit der optimalen Wirksamkeit und dem geringsten möglichen Aufwand bewältigt werden können. Der Vergleich soll dabei sowohl Anregungen für Verbesserungsmöglichkeiten liefern als auch einen Wettbewerb um die besten Leistungen auslösen. Die Stärken eines Benchmarking kommen insbesondere dann zum Ausdruck, wenn es als systematische Ergänzung existierender Steuerungsinstrumente sozialer Dienstleistungsunternehmen verstanden wird. So begriffen, unterstützt und ergänzt es bestehende (Qualitäts-) Managementansätze.

In neu entstehenden Branchen oder aber in Bereichen, in denen sich Strukturen rasch und umfassend wandeln - wie das heute in der Altenwirtschaft der Fall ist - dient Benchmarking der (Neu-)Orientierung und Standortbestimmung. Für die Altenhilfe sind damit nachhaltige Abstimmungsprozesse gemeint, was denn als "beste Lösungen" oder "wirtschaftlich", "effektiv" und "kundenorientiert" bewertet werden kann.

Häufig bildet den Ausgangspunkt von Benchmarking ein Vergleich ähnlicher Einrichtungen. In Niedersachsen wurden rund 105 Suchtberatungsstellen für ein Benchmarkingprojekt ausgewählt, um diese bei wechselseitigen Lernprozessen zu unterstützen. Die Ähnlichkeit der Einrichtungen ist jedoch keinesfalls zwingend. Private Firmen suchen sich beim Benchmarking oft Partner, die in völlig anderen Bereichen tätig sind, jedoch in bestimmten Geschäftsprozessen als führend gelten. Beispielsweise haben viele Unternehmen ihre Buchhaltung an den großen Kreditkartengesellschaften gemessen, da diese auf Gedeih und Verderb von ihrer Buchhaltung abhängig sind und sie entsprechend optimiert haben.

Auch die Altenwirtschaft kann von anderen Wirtschaftsbereichen lernen. So könnten die Heimverwaltungen von American Express viel über die Organisation des Zahlungsverkehrs lernen, Trägervereine könnten sich am Beschwerdemanagement der Ritz-Carlton Hotel Company messen, die unter anderem in diesem Bereich einen Qualitätspreis gewonnen hat. Für Pflegeeinrichtungen ist beispielsweise ein Erfahrungsaustausch mit Kurier- oder Paketdiensten für die Organisation von Touren- und Einsatzplanung im ambulanten Bereich interessant oder eine Auseinandersetzung mit den Prinzipien des „Anwesenheitsverbesserungsprozesses - AVP“, wie er bei Opel entwickelt worden ist und mit dem der Automobilhersteller erfolgreich die Reduzierung von Fehlzeiten erreicht hat. Wie das Beispiel der Suchtberatungsstellen zeigt, kann aber auch das Benchmarking ähnlicher Einrichtungen oder Aufgaben zu wesentlichen Erkenntnissen und Verbesserungen führen. Ziel bleibt dabei immer, von den Erfolgen anderer zu lernen, intelligentere Lösungen für Unternehmensabläufe zu erkennen und dadurch selbst „billiger und besser“ zu werden.

Es gibt begründete Vermutungen darüber, daß Benchmarking zur Steigerungen der Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen und darüber auch zur Schaffung von zusätzlicher Beschäftigung beitragen kann (Bandemer / Hilbert / Schulz 1998: 429 f.). Die bisher zu

beobachtenden Erfahrungen sprechen für diese Hypothese. Eine breitere empirische Überprüfung der Wirkungen des Benchmarkings auf wirtschaftliche Leistungsfähigkeit und Beschäftigung gibt es allerdings bislang noch nicht. Es steht daher an, eine entsprechende Evaluation bestehender Benchmarkingaktivitäten vorzunehmen. Zudem besteht Handlungsbedarf bei der Verbreitung von Benchmarkingsystemen in der Altenwirtschaft.

6.2 Verbraucherschutz

Parallel zur wachsenden wirtschaftlichen Bedeutung Älterer wächst auch die Notwendigkeit - und Schwierigkeit - eines funktionsfähigen Verbraucherschutzes im Bereich von Produkten und Dienstleistungen für ältere Menschen. So gilt es, neben der Erschließung des Gesundheitsbereichs sowie der Gebiete Wohnen, Freizeit, Tourismus und Technik als altersbezogene Märkte die fortschreitende Pluralisierung der Interessen Älterer zu berücksichtigen und für Kontrollmechanismen zur Qualitätssicherung, zur Wahrung ethischer Belange und für akzeptable Preis-Leistungs-Verhältnisse zu sorgen. Über einzelne Ansätze hinaus fehlt es hier jedoch an systematischen Bemühungen.

Die Vorstellung von Älteren als souveränen Konsumenten erweist sich als ebenso unzureichend entwickelt wie positive Gegenbilder vom bislang eher defizitär assoziierten Alter generell. Viele ältere Menschen, vor allem solche in stark problematischen und belastenden Lebenslagen, können tatsächlich gar kein „kritisches“ Verbraucherverhalten praktizieren und sind folglich in ihrer Rolle, etwa als „Kunde im Pflegemarkt“, gefährdet. Andererseits nimmt jedoch auch die Gruppe derjenigen Älteren zu, die sich als „Kunde“ verstehen und mit veränderten Ansprüchen auf diesem bisher weitgehend von außen abgeschotteten „Markt“ auftreten. Für beide Gruppen sollte künftig so etwas wie fachlich-professionelle Verbraucherberatung und -vertretung bestehen.

Bislang gibt es erst Ansätze zu Verbraucherschutz-Maßnahmen:

- So hat beispielsweise die Bundesinteressenvertretung der Altenheimbewohner e. V. (BIVA) Formulierungsvorschläge für Heimverträge entwickelt (<http://www-isp.pi.psychologie.uni-bonn.de/bagso/biva/biva.htm> vom 21. Oktober 1998).
- Die Verbraucherschutzzentrale Düsseldorf bietet als Reaktion auf „alptraumhafte Klauseln“ eine Checkliste für Verträge im Bereich des betreuten Wohnens an (WAZ vom 01. 10. 98).
- In München haben die Mitglieder des dortigen kommunalen Seniorenbeirates unangemeldeten Zutritt zu den städtischen Seniorenheimen (Süddeutsche Zeitung vom 14. 10. 1998).
- Von der nordrhein-westfälischen Gesellschaft für Gerontotechnik (GGT) wurde ein Prüfsiegel für Produkte entwickelt, die von Senioren für Senioren getestet werden (Gerontechnik 3 / 96: 8 f.).

Über einzelne Ansätze hinaus fehlt es jedoch an systematischen Bemühungen um den Verbraucherschutz auf dem Seniorenmarkt. Die in der Pflegeversicherung verankerte Verpflichtung zur Qualitätssicherung könnte aber ein aktueller Anlaß sein, sich neben Maßnahmen zu interner Qualitätssicherung um neue und effizientere Formen des Verbraucherschutzes bzw. der externen Qualitätssicherung zu bemühen (z. B. spezielle Beratungs- und Beschwerdestellen, neutrale „Verbraucherberatung“ als Regelaufgabe von Sozialstationen, Ombudsleute nach skandinavischem Vorbild, örtliche „Qualitätssicherungskonferenzen“, Beteiligungsmöglichkeiten der Betroffenen bzw. ihrer Vertreter zur Überprüfung von Leistungen z. B. durch berufsständische Vertreter, Angehörige, Fachleute aus den Pflegewissenschaften). Die Arbeitsgemeinschaft der Verbraucherverbände e. V. (AgV), Bonn, erweist sich hier mit einem im Juli d. J. erscheinenden Ratgeber „Senioren als Verbraucher“ (Heft 3 des AgV Forums), der sich u. a. auch mit der Umsetzung der Pflegeversicherung befassen wird, als initiativ.

Doch nicht nur im Bereich der Pflege, sondern ganz generell in allen Feldern der Seniorenwirtschaft sind Kontrollmechanismen zur Qualitätssicherung zu entwickeln. Diese müssen insbesondere umfassend greifen, damit die Qualitätssicherung auch über diejenigen Unternehmen hinaus ausgedehnt wird, die sich freiwillig der ständigen Kontrolle und Verbes-

serung ihrer Ergebnis- und Prozeßqualität verschrieben haben. Aber auch die Bereiche Gesundheit, Tourismus, Medien (Stichwort: Verbraucherschutz in der Informationsgesellschaft), Vermögensverwaltung, Versicherungsberatung (Stichwort: Tarifwechsel in der privaten Krankenversicherung), Geld-, Vermögens- und Immobilienverwertung (Erbschaftsfragen, Wohnberatung) etc. erweisen sich in Bezug auf die Bedürfnisse und Interessen Älterer als unzureichend erschlossene Felder notwendigen Verbraucherschutzes. Soll die wechselseitige Beziehung von Alter und Wirtschaft nicht in eine unproduktive Schiefelage geraten, so wird Fragen des Verbraucherschutzes im Bereich von Produkten und Dienstleistungen für ältere Menschen künftig die ihnen angemessene Aufmerksamkeit entgegengebracht werden müssen.

III Forschungs- und Gestaltungschancen in NRW

Die Chancen, die für eine wirtschaftlich und sozial hoch entwickelte Region wie NRW mit dem Altern der Gesellschaft verbunden sind, werden sich nicht von selbst ergeben, sondern können nur durch eine Ausweitung des Engagements der entsprechend interessierten wirtschaftlichen, sozialen und wissenschaftlichen Einrichtungen genutzt werden. Im folgenden werden einige Hebel und Ansatzpunkte für die Entwicklung der Seniorenwirtschaft skizziert; dabei geht es im einzelnen um

- eine Übersicht über Beiträge, die von der Grundlagenforschung erwartet werden können;
- die Beschreibung von Aktivitätsfeldern mit besonders guten Chancen in NRW;
- den Vorschlag, eine Marketingeinrichtung für die Seniorenwirtschaft aufzubauen, die für die weitere Entwicklung dieses Bereiches in NRW eine Schlüsselstellung bekommen kann.

Beiträge der Grundlagenforschung:

Bei vielen potentiellen Investoren für Produkte und Dienstleistungen für ältere Menschen bestehen große Unsicherheiten über die finanziellen Möglichkeiten und Gewohnheiten (Einkommen, Vermögen, Ausgaben) dieser Bevölkerungsgruppe. Diese Unsicherheiten können durch eine transparente Darstellung und offensive Verbreitung des bisher vorhandenen Wissens reduziert werden. Allerdings - so die Erfahrung der Autoren dieses Memorandums - suchen investitionswillige Unternehmen in aller Regel nach zusätzlichen, vor allem auch regional differenzierteren Daten. Eine entsprechend detaillierte Einkommens-, Vermögens- und Verbrauchsberichterstattung kann für die zukünftige Entwicklung der Seniorenwirtschaft eine Schlüsselstellung bekommen.

Eng mit der materiellen Lage verknüpft ist das beruflich-gewerbliche Engagement älterer Menschen. Zwar gilt auch hier, daß einige wichtige Rahmendaten bekannt sind; wie es jedoch um die Teilzeitaktivitäten und -wünsche älterer Menschen oder um ihre Rolle bei der geringfügigen Beschäftigung genau steht, ist weitgehend unbekannt – aber dennoch für die Einschätzung und Bewertung ihrer Lebensbedingungen und Konsummöglichkeiten von großer Bedeutung.

Grundlagenforschung ist auch im Hinblick auf gesundheitsbezogene Aspekte der alternden Gesellschaft gefordert. In den Debatten über die Zukunft des Alterns wird über Gesundheit und über körperliche und geistige Beeinträchtigungen mit sehr unterschiedlichen Untertönen gesprochen. Die einen malen ein negatives Bild vom Alter, in dem körperliche und geistige Funktionsverluste prägend sind; die anderen skizzieren demgegenüber das Bild von den "neuen Alten", die fit, vital, vielfältig interessiert und kaufkräftig sind. Das Nebeneinander solcher widersprüchlichen Leitbilder wirkt für viele (potentielle) Investoren der Seniorenwirtschaft oftmals verwirrend und sollte deshalb durch die Weiterentwicklung der alter(n)sbezogenen Gesundheitsberichterstattung überwunden werden. Wenn diese praxisrelevant aufbereitet und verbreitet wird, kann sie eine wichtige Orientierung für die Produktentwicklung und Vermarktung in der Seniorenwirtschaft werden.

Ebenfalls erforderlich scheint es, mehr über die Lebensstile und sozialen Vernetzungen älterer Menschen in Erfahrung zu bringen. Hierauf sind insbesondere Unternehmen angewiesen, die Produkte und Dienstleistungen anbieten (wollen), die ältere Menschen aktivie-

ren und – auch unter Nutzung der neuen Medien – zusätzliche Möglichkeiten zur sozialen Kommunikation und Teilhabe bieten wollen. Erst wenn bekannt ist, wie die Kontakt- und Kommunikationsgepflogenheiten älterer Menschen – differenziert etwa nach Alter, Geschlecht, Bildung und Region – aussehen, können gezielte Angebote für einen größeren Kundenkreis entwickelt werden. Die bisher zu diesem Fragenkomplex vorliegenden Daten werden von den interessierten Unternehmen zwar aufgegriffen, scheinen jedoch noch zu undifferenziert, um für weitreichende Investitionsentscheidungen Orientierung geben zu können.

Die Skizzen des Forschungsbedarfs zu den materiellen, gesundheitsbezogenen und lebensweltlichen Fragen des Alterns zielen auf eine Weiterentwicklung und Anwendungsorientierung einschlägiger Aktivitäten der Grundlagenforschung. Hier kommt von staatlichen Stellen in letzter Zeit immer häufiger der zurückhaltende Einwand, man sollte diese Art von Forschung doch der Wirtschaft selbst überlassen. Eine Laisser-faire-Wirtschaftspolitik kann darauf warten, daß sich die Wirtschaft die regionalen Daten zu den Einkommen, Ausgaben und Lebensstilen eigenständig erschließt. Eine aktivierende Wirtschaftspolitik könnte gut daran tun, entweder selbst in entsprechende Grundlagenforschung zu investieren oder mit der Wirtschaft nach einer Finanzierung zu suchen, an der möglichst viele Unternehmen beteiligt sind und von deren Ergebnis möglichst viele profitieren.

Aussichtsreiche Aktivitätsfelder für NRW:

NRW hat damit begonnen, seine Qualitäten als Freizeit- und Tourismusstandort auszubauen. Bislang spielen dabei alte Menschen als Zielgruppe nur eine untergeordnete Rolle. Eine stärkere Profilierung der Freizeitangebote für diese große und wachsende Kundengruppe könnte dazu beitragen, mehr von ihrer überdurchschnittlichen Kaufkraft in NRW zu halten oder auch für dieses Bundesland zu mobilisieren. Neue, attraktive Angebote für (privat zahlende) ältere Kunden werden für die Kur- und Heilbäder von existentieller Bedeutung sein; aber auch viele Fitnesszentren können ihre Zukunft dadurch sichern, daß sie zu Gesundheits- und Wellnesszentren werden und ihre Angebote stärker auf ältere Kunden ausrichten. In der nordrhein-westfälischen Freizeit-, Sport-, Gesundheits- und Altersforschung kann auf ausreichende Expertise zurückgegriffen werden, um die angesprochenen Neuaus-

richtungen in der Freizeit- und Tourismuswirtschaft zu unterstützen, vielleicht sogar anzustoßen. Die Wirtschaftspolitik dieses Landes hat die Chance, dafür zu sorgen, daß die praxisrelevanten Potentiale der entsprechenden Einrichtungen auch zum Tragen kommen.

NRW ist ein führender Standort der Wohnungswirtschaft. Unternehmen dieser Branche könnten bei der Entwicklung, Erprobung und Umsetzung von Angeboten für ältere Kunden eine Schlüsselstellung einnehmen, weil sie bereits über vielfältige Kontakte zu alten Menschen verfügen. Mit ihrer Hilfe können die Kundenorientierung von Wohnangeboten sowie die Angemessenheit und Akzeptanz von wohnbegleitenden Dienstleistungen wahrscheinlich deutlich verbessert werden. Die Wohnungsunternehmen selbst können durch ein entsprechendes Engagement ihren Kundenkreis erheblich ausbauen. Wohnungsunternehmen aus NRW haben bereits oftmals vielversprechende Projekte und Maßnahmen gestartet; im Abgleich mit den sozialen Erfordernissen sowie den technischen und marktgegebenen Möglichkeiten scheinen aber dennoch erhebliche Spielräume ungenutzt - gerade auch, wenn es darum geht, (private) Kaufkraft für Produkte und Dienstleistungen für mehr Lebensqualität zu mobilisieren. Die Handlungs- und Gestaltungschancen in diesem Aktivitätsbereich liegen zuerst bei den Wohnungswirtschaftsunternehmen selbst. Damit die Kreativität und Kooperationsbereitschaft entsteht, die nötig ist, um innovative Konzepte – auch im Verbund mit Dritten (z. B. Wohlfahrtsverbänden oder Telekommunikationsanbietern) umzusetzen, könnten jedoch Anstöße aus der Wohnungs- und Wirtschaftspolitik hilfreich sein.

Neue Medien werden für die Unterstützung des zu Hause-Lebens eine wachsende Bedeutung bekommen. Telefonbasierte Notrufdienste werden erweitert und vermitteln zusätzliche Dienstleistungen. Und in Pilotprojekten zeichnet sich bereits ab, daß die nächste Generation der „personal-response-systems“ technisch mit moderner Bildtelefonie und (zusätzlichen) mobilen Kommunikationsgeräten arbeiten wird, die auch neue Dienstleistungen in Richtung einer verstärkten Aktivierung und Teilhabe älterer Menschen ermöglichen. Während bislang die Entwicklung, Erprobung und Umsetzung entsprechender Produkte und Dienstleistungssysteme fast ausschließlich im angelsächsischen und skandinavischen Raum stattfand, bieten die in NRW derzeit laufenden Modell- und Pilotprojekte eine Basis dafür, dieses Land als weltweit führenden Kompetenzstandort für Telekommunikation in

der Altenwirtschaft zu etablieren. Die NRW-Modellprojekte werden teils von der Landesregierung gefördert, teils auch privat finanziert. Die Zukunftsherausforderung für die Wirtschafts- und Sozialpolitik liegt darin, gemeinsam mit den einschlägigen Technikanbietern und Dienstleistern für eine breite Umsetzung und dynamische Weiterentwicklung der Angebote zu sorgen.

In den kommenden Jahrzehnten wird sich das Durchschnittsalter der Belegschaften in den Betrieben deutlich erhöhen. Damit die Leistungskraft in den Betrieben gehalten werden kann und damit die Arbeit auch bei alternden Belegschaften sozial verträglich bleibt, müssen in den Betrieben und bei den Beschäftigten Anpassungs- und Qualifizierungsmaßnahmen durchgeführt werden. Im Grunde ist alles Wissen darüber, wie solche Maßnahmen gestaltet sein sollten, vorhanden; allerdings fehlt es noch an Programmen dafür, die Welt der Wirtschaft für ein entsprechendes Engagement zu aktivieren. Von daher gehört die Entwicklung, Implementation und Evaluation von betrieblichen Modernisierungs- und Qualifizierungsmaßnahmen auf die Aktivitätenliste einer pro-aktiv ausgerichteten Arbeitspolitik.

Viele alte Menschen verlassen die Arbeitswelt, obwohl sie noch sehr leistungsfähig sind und über Kenntnisse verfügen, die in der Wirtschaft dringend benötigt werden. Für ein Bundesland wie NRW, das in starkem Maße auf Neugründungen in der Wirtschaft angewiesen ist, liegt es nahe, solche alten Menschen für die Gründung oder Unterstützung neuer Betriebe zu aktivieren. In etlichen Fällen könnte eine Kooperation auch deshalb interessant sein, weil die in Frage kommenden alten Menschen über Kapital verfügen, was zur (Mit-)Finanzierung von neuen Betrieben genutzt werden könnte.

Für die Gründungsoffensive in NRW könnte es interessant sein, einen Akteur zu mobilisieren, der das know-how und den Kapitalzufluß, der von alten Menschen für Neugründungen kommen kann, organisiert. Er hätte dann allerdings auch die Aufgabe, in neu gegründeten Betrieben für Lösungen zu sorgen, wenn es im Laufe der Zeit zu altersbedingten Problemen kommt.

Für Neugründungen aus den Hochschulen heraus könnte es etwa von Vorteil sein, mit älteren Fach- und Führungskräften zusammenzuarbeiten, um Management- und Marktzugangsprobleme zu lösen.

Marketingagentur Seniorenwirtschaft:

In ihrer Ausgabe vom 07. 01. 1999 wies die Wirtschaftswoche auf zwei der wichtigsten Engpässe für die Zukunft der Seniorenwirtschaft hin: 1. Die potentiell geforderten bzw. profitierenden Unternehmen und Einrichtungen sind über die sich bietenden Chancen nur unzureichend orientiert. 2. Die angebotenen Produkte und Dienstleistungen werden sehr häufig nicht kundenorientiert gestaltet und vermarktet. Diese Engpässe könnten für NRW durch den Aufbau einer Marketingagentur überwunden werden.

Die Aufgaben einer solchen Einrichtung lägen sowohl darin, auf sich abzeichnende Chancen und Herausforderungen aufmerksam zu machen, als auch darin, Angebote der nordrhein-westfälischen Seniorenwirtschaft bekannt zu machen. Darüber hinaus könnte sie als gemeinschaftliche Entwicklungsagentur für neue Produkte und Dienstleistungen auftreten und zu diesem Zweck über- und zwischenbetriebliche Partnerschaften anregen, moderieren oder anderweitig unterstützen.

Die Marketingagentur sollte in Form einer public-private-partnership organisiert werden. Von der öffentlichen Seite werden – zumindest in der Startphase - nur in geringem Maße zusätzliche Mittel benötigt, da sie ihre bereits vorhandenen Forschungs- und Entwicklungseinrichtungen einbringen kann. Was allerdings dennoch von der öffentlichen Politik gefordert ist, ist der politische Anstoß und die politische Unterstützung. Ein erster wichtiger Baustein hierfür könnte sein, daß die Spitze der Landesregierung zu einer entsprechenden Initiative ruft. Ein zweiter könnte darin bestehen, daß die verschiedenen Häuser der Landesregierung (v. a. Wirtschaft, Arbeit, Soziales, Gesundheit, Stadtentwicklung, Frauen) bei Themen, die für die Zukunft der Seniorenwirtschaft bedeutsam sind, bei ihren Aktivitäten stärker darauf achten, wie mögliche positive Folgewirkungen für Wachstum und Beschäftigung gestärkt werden können.

Literatur

- Adam, C. (1995): Hausnotruf-Dienste in Nordrhein-Westfalen. Bestandsaufnahme - Konzeptionen - Empfehlungen. Düsseldorf: Ministerium für Arbeit, Gesundheit und Soziales des Landes Nordrhein-Westfalen.
- Artho, S. (1996): Auswirkungen der Überalterung im Tourismus: Alter als Chance für die Reiseveranstalter. Bern, Stuttgart, Wien.
- Bandemer, S. von u. a. (1995): Staatsaufgaben - Von der "schleichenden Privatisierung" zum "aktivierenden Staat". In: Behrens, F. u. a. (Hg.): Den Staat neu denken. Reformperspektiven für die Landesverwaltungen. In der Reihe: Modernisierung des öffentlichen Sektors, Sonderband 3. Berlin: Sigma: 41 - 60.
- Bandemer, S. von / Hilbert, J. / Schulz, E. (1998): Zukunftsbranche Gesundheit und Soziales? Szenarien und Ansatzpunkte der Beschäftigungsentwicklung bei gesundheitsbezogenen und sozialen Diensten. In: Bosch, G. (Hg.): Zukunft der Erwerbsarbeit. Strategien für Arbeit und Umwelt. Frankfurt am Main / New York: Campus: 412 - 435.
- Barkholdt, C. / Frerichs, F. / Naegele, G. (1995): Altersübergreifende Qualifizierung - eine Strategie zur betrieblichen Integration älterer Arbeitnehmer. Mitteilungen aus der Arbeitsmarkt- und Berufsforschung, Sonderdruck.
- Barkholdt, C. / Reichert, M. (1998): Alterssicherung in Nordrhein-Westfalen unter besonderer Berücksichtigung neuer sozial- und rentenrechtlicher Regelungen. Zwischenbericht im Auftrag des Ministeriums für Arbeit, Gesundheit und Soziales des Landes Nordrhein-Westfalen. Dortmund: Forschungsgesellschaft für Gerontologie.
- BMFSuJ (1996): Nachbarberufliche Tätigkeitsfelder. Konzepte, Forschungslage, Empirie. Schriftenreihe, Band 130.1. Stuttgart, Berlin, Köln: Kohlhammer.
- Braun, J. (1993): Umfang der Selbsthilfe in den alten Bundesländern. In: ISAB-Institut; Braun, J. (Hg.): Praxishandbuch für Selbsthilfekontaktstellen: erstellt im Rahmen des Modellprogramms "Förderung der sozialen Selbsthilfe in den neuen Bundesländern" des Bundesministeriums für Familie und Senioren. ISAB-Schriftenreihe, Nr. 17. Köln / Leipzig: ISAB. S. 22 – 24.
- Braun, J. (1997): Freiwilliges Engagement im Alter. Nutzer und Leistungen in Seniorenbüros. Schriftenreihe des BMFSuJ, Band 142. Stuttgart, Berlin, Köln: Kohlhammer

- Deutsche Gesellschaft für Freizeit (Hg.) (1995): Freizeit in Deutschland 1994/1995. Aktuelle Daten - Fakten - Aufsätze. Jahrbuch der Deutschen Gesellschaft für Freizeit, Band 2. Erkrath.
- die tageszeitung vom 18. 11. 98: Zellteilung bei Hoechst.
- Enquete-Kommission (1994): Zwischenbericht der Enquete-Kommission "Demographischer Wandel - Herausforderungen unserer älter werdenden Gesellschaft an den einzelnen und die Politik". Bundestagsdrucksache 12/7876.
- Enquete-Kommission (1998): Zweiter Zwischenbericht der Enquete-Kommission "Demographischer Wandel - Herausforderungen unserer älter werdenden Gesellschaft an den einzelnen und die Politik". Bundestagsdrucksache 13/11460.
- Enquete-Kommission "Zukunft der Erwerbsarbeit" (1998): Der Arbeitsmarkt in Nordrhein-Westfalen. Teil 1 – Bestandsanalyse. Düsseldorf: Landtag Nordrhein-Westfalen.
- Erkert, T. / de Graat, T. / Robinson, S. (1993): Der Haus-Tele-Dienst in Frankfurt am Main-Westhausen. Projektbericht. In: Kuratorium Deutsche Altershilfe: thema, Nr. 71. Köln: Kuratorium Deutsche Altershilfe.
- Europäische Stiftung zur Verbesserung der Lebens- und Arbeitsbedingungen (1997): Maßnahmen zur Bekämpfung von Altersbarrieren in der Erwerbstätigkeit. Zusammenfassung des Forschungsprojektes. Luxemburg: Amt für amtliche Veröffentlichungen der Europäischen Gemeinschaften.
- Frerichs, F. / Sczesny, C. / Michel, M. / Naegele, G. / Peter, G. (1997): Bewältigung des Demographischen Wandels in Nordrhein-Westfalen. Entwicklungen in der Arbeitswelt und Handlungsperspektiven für die nachberufliche Lebenswelt. Münster: Lit.
- Gerontotechnik 3 / 96: Prüfsiegel.
- Handelsblatt vom 04. 03. 97: Flugreisen in die Sonne sind besonders gefragt.
- Heuwinkel, D. / Kujath, H. J. / Bergmann, K. (1993): Entwicklung des Wohnens und Wohnumfelds älterer Menschen bis zum Jahr 2030. IES-Bericht Nr. 239.93. Hannover: Institut für Entwicklungsplanung und Strukturforschung.
- Hilbert, J. (1996): Das "virtuelle Altenheim". In: Fraunhofer-Gesellschaft (Hg.): Technik für Senioren, Mehr Menschlichkeit für weniger Geld? Tagungsband des Fraunhofer-Forums am 19. November 1996. München: Fraunhofer-Gesellschaft.

- Hilbert, J. / Scharfenorth, K. (1998): Besser als ihr Ruf – Ausbildung im Dienstleistungssektor und ihre Perspektiven. In: Bosch, G. (Hg.): Zukunft der Erwerbsarbeit. Strategien für Arbeit und Umwelt. Frankfurt am Main / New York: Campus: 436 - 457.
- <http://www-isp.ipsychologie.uni-bonn.de/bagso/biva/biva.htm> vom 21. Oktober 1998: Bundesinteressenvertretung der Altenheimbewohner e. V. (BIVA).
- Hübner, M. (1998): Senientourismus. Das Altern der Gesellschaft als Perspektive für den Tourismusbereich. Diplomarbeit. Duisburg: Gerhard-Mercator-Universität.
- Imhof, A. (1988): Von der unsicheren zur sicheren Lebenszeit: Fünf historisch-demographische Studien. Darmstadt: Wiss. Buchgesellschaft.
- Infratest, Sinus (1991): Die Älteren - Zur Lebenssituation der 55 - 70jährigen. Bonn: Dietz.
- Kaiser, G. / Siegrist, J. / Rosenfeld, E. / Wetzel-Vandai, K. (Hg.) (1996): Die Zukunft der Medizin. Neue Wege zur Gesundheit? Frankfurt am Main / New York: Campus.
- Kohli, M./ Künemund, H. (1997): Nachbarerliche Tätigkeitsfelder. Konzepte, Forschungsfrage, Empirie. Schriftenreihe des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend, Band 130.1. Stuttgart: Kohlhammer.
- Lüüs, H.-P. (1993): Fachliche Ergebnisse der Tourismusstichprobe 1992. In: Wirtschaft und Statistik, Nr. 11: S. 818 – 825.
- Ministerium für Wirtschaft, Mittelstand und Technologie des Landes Nordrhein-Westfalen (Hg.) (1994): Tourismus in Nordrhein-Westfalen - Leitlinien und Handlungsfelder. Düsseldorf: Ministerium für Wirtschaft, Mittelstand und Technologie des Landes Nordrhein-Westfalen.
- Morschhäuser, M. (1996): Modernisierung und alternde Belegschaften. Beschäftigungsperspektiven älterer Arbeitnehmer bei Gruppenarbeit. Grauer Reihe des Instituts Arbeit und Technik 96/5. Gelsenkirchen: Institut Arbeit und Technik.
- Nefiodow, L. A. (1996): Der sechste Kondratieff. Wege zur Produktivität und Vollbeschäftigung im Zeitalter der Information. Sankt Augustin: Rhein-Sieg-Verlag.
- Neue Westfälische vom 29. 01. 1999: Bildschirmgespräche über das Telefon. Teleservice für Senioren: Drei Monate kostenlos testen.
- Opaschowski, H. W. (1998): Leben zwischen Muß und Muße. Die ältere Generation: Gestern. Heute. Morgen. Hamburg: Germa Press.

- Ristau, M.; Mackroth, P. (1993): Produktivität eines neuen Alters: Lebensziele, Märkte und Produkte. In Klose, H.-U. (Hg.): Altern hat Zukunft. Bevölkerungsentwicklung und dynamische Wirtschaft. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Süddeutsche Zeitung vom 14. 10. 1998: Senioren attackieren Stamm. Sozialministerin "hätte sich intensiver kümmern müssen".
- SVRKAIG (Sachverständigenrat für die Konzertierte Aktion im Gesundheitswesen) (1996): Gesundheitswesen in Deutschland - Kostenfaktor und Zukunftsbranche. Bonn. Vervielfältigung.
- Tokarski, W. (1997): Alterswandel und veränderte Lebensstile. In: Clemens, W. / Backes, G. (Hg.), Altern und Gesellschaft. Gesellschaftliche Modernisierung durch Altersstrukturwandel. Opladen: Leske + Budrich. S. 109 - 121.
- Wachtler, G. / Wagner, P. S. / Hungerland, B. (1995): Arbeit im Ruhestand - Betriebliche Strategien und persönliche Motive zur Erwerbsarbeit im Alter. Abschlußbericht. Wuppertal.
- WAZ vom 01. 10. 98: Scharfen Rüge für Verträge über Altenwohnungen.
- Wirtschaftswoche vom 07. 01. 99: Sonnenblume am Revers.

Anhang: Forschungsbedarf im einzelnen

Der sich aus den genannten Bereichen ergebende Forschungsbedarf berührt im wesentlichen drei Dimensionen: die Dimension der Grundlagenforschung, diejenige punktueller Analysen, sowie die Anwendungsdimension konkreter Pilot- bzw. Gestaltungsprojekte.

1. Dimension: Grundlagenforschung

- ⇒ Weiterentwicklung einer altersbezogenen Gesundheitsberichterstattung unter besonderer Berücksichtigung von Aspekten der Gesundheitsförderung
- ⇒ Durchführung einer Längsschnittbetrachtung der NRW-spezifischen Einkommens- und Verbrauchsdaten, um den Einfluß sich wandelnder individueller Präferenzen und (sozial-) staatlicher Einflüsse über den Zeitverlauf besser nachzeichnen zu können
- ⇒ Durchführung einer NRW-spezifischen Lebensstilanalyse, die die regionalen Besonderheiten in NRW abdeckt und Querbezüge zu anderen Themen wie Produktivität im Alter und Einkommensverwendung erlaubt
- ⇒ Verstetigung der vorliegenden Ansätze zur Beobachtung und Bewertung der Altersstrukturentwicklung im Erwerbsleben in NRW
- ⇒ Ermittlung der Erwerbswünsche und -möglichkeiten älterer Erwerbspersonen vor dem spezifischen wirtschaftlichen Hintergrund in NRW und unter besonderer Berücksichtigung des Dienstleistungssektors
- ⇒ Erforschung innovationsförderlicher Arbeitsbedingungen für älter werdende Beschäftigte im Betrieb

2. Dimension: Punktuelle Analysen

- ⇒ Entwicklung von Personalentwicklungskonzepten, die den Umgang mit veraltenden Qualifikationsressourcen, eine systematische Nutzung von Erfahrungswissen und Qualifizierungsmöglichkeiten einbeziehen, die auf ältere Arbeitnehmer zugeschnitten sind

- ⇒ Überprüfung moderner Arbeitsmodelle und technischer Rationalisierungen im Hinblick auf ihre Verträglichkeit mit humanen Anforderungen in Zeiten alternder Belegschaften sowie Entwicklung von konkreten Gestaltungsvorschlägen
- ⇒ Systematische Aufarbeitung von Ansätzen und Erfahrungen im Bereich Übergang in den Ruhestand unter besonderer Berücksichtigung von best-practise-Beispielen
- ⇒ Erfassung und Analyse von Motiven, Umfang, Hemmnissen und Unterstützungsbedarf der Unternehmensgründung / Unternehmensberatung durch ältere Fach- und Führungskräfte
- ⇒ Evaluation der Wirkungen von Benchmarkingsystemen auf die Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen der Seniorenwirtschaft und auf die Schaffung von Beschäftigung
- ⇒ Untersuchungen zur Engagementbereitschaft und -tätigkeit Älterer bezogen auf sozial/ökonomisch produktive Tätigkeiten in NRW
- ⇒ Analysen zur besseren Passung der Produkte und ihrer Vermarktung an die speziellen Bedürfnisse und sozialstrukturellen Voraussetzungen älterer Menschen
- ⇒ Zusammenstellung der bisherigen Erfahrungen mit dem Verbraucherschutz auf dem Seniorenmarkt, einschließlich der Identifizierung von best-practise und der Aufarbeitung internationaler Erfahrungen zu diesem Thema
- ⇒ Zusammenstellung datenschutzrelevanter Aspekte und ethischer Fragestellungen bei der Verwendung von Technik im Rahmen von Angeboten für ältere Menschen und Entwicklung geeigneter Einsatzkriterien für Vernetzungstechnologien vor diesem Hintergrund
- ⇒ Angebots- und Defizitanalyse in Diensten und Einrichtungen, bei kulturellen, sportlichen und anderen Angeboten bezogen auf lebensstilbezogene Erwartungen
- ⇒ Ermittlung der Potentiale und Maßnahmen für gesundheitsfördernde Umwelten im Alter (Technik, Wohnen, Verkehr)
- ⇒ Evaluation der Berufsbildung im Bereich Gesundheit und Soziales in NRW
- ⇒ Bündelung und Weiterentwicklung des Wissens um Wellness-Angebote für ältere Menschen und Ermittlung der Anforderungen an Fitnessseinrichtungen, Sportgeräte und Angebotsinhalte

⇒ Inhaltliche Weiterentwicklung von Haus-Notruf-Diensten sowie die Anpassung der verwendeten Techniken an die relevanten Kommunikationssituationen im Haus-Notruf-Bereich

3. Dimension: Pilot-/Gestaltungsprojekte

⇒ Entwicklung, Implementation und Evaluation von betrieblichen Qualifizierungsmaßnahmen mit älter werdenden Belegschaften (Stichwort: Lebenslanges Lernen)

⇒ Anreize für gewandelte Laufbahnmodelle und Entwicklung zweiter Karrieren im Betrieb

⇒ Schulung betrieblicher Führungskräfte für den Personaleinsatz älterer Arbeitnehmer

⇒ Entwicklung von strategischen Konzepten und Ansatzpunkten für konkrete Initiativen auf dem Feld nachberuflicher Tätigkeit und deren wissenschaftliche Begleitung und Beratung

⇒ Entwicklung regionaler und überregionaler Formen des bürgerschaftlichen Engagements (Aufbau von Genossenschaften und trägergestützter Altenkompetenz)

⇒ Bildungsmaßnahmen zur Entwicklung und Nutzung von Kompetenzen im Alter

⇒ Gestaltung der umweltbezogenen und sozialen Faktoren in solch zentralen Bereichen wie Verkehr (Unfallverhütung und Steigerung der Verkehrssicherheit) und Wohnen (Wohnberatung, Stadtteilinfrastruktur), insbesondere auf kommunaler / lokaler Ebene.

⇒ Implementation von Qualitätsmanagement- und Benchmarkingsystemen in die Praxis der Altenwirtschaft unter besonderer Berücksichtigung der besonderen Bedingungen in diesem Wirtschaftszweig;

⇒ Entwicklung computergestützter Informationsbörsen für Dienstleistungen von und für Ältere

⇒ Aufbau eines Informationssystems für die systematische Zusammen- und Bereitstellung von Wissen und Erfahrungen zur Technikgestaltung für das Alter

⇒ Erprobung von Bildtelekommunikations-Diensten für ältere Menschen auf breiter Basis einschließlich notwendiger Weiterentwicklungen von Diensten, Technik sowie der Konzeption von Vermarktungsstrategien und der Klärung offener Akzeptanzfragen

⇒ Konzepte für eine altersangemessene individuelle Gesundheitsberatung, -aufklärung und -förderung

- ⇒ Entwicklung eines neuen Berufsbildes jenseits der Alten- und Krankenpflege unter besonderer Berücksichtigung der Schnittmengen mit den Randbereichen Aktivierung, Kommunikation, Freizeit und Wellness
- ⇒ Kooperations- und Vernetzungsanforderungen und -möglichkeiten und praktische Ansätze zwischen öffentlichem Gesundheitsdienst und Privatwirtschaft
- ⇒ Entwicklung der Selbsthilfe im Alter und Verbesserung der Verzahnung zwischen Selbsthilfe und professioneller Hilfe
- ⇒ Implementation und Evaluation von Wellnesskonzepten für ältere Menschen in Zusammenarbeit mit Sport- und Fitnessanbietern
- ⇒ Entwicklung von Berufsbildern im Bereich Wellness, die Qualifikationen für die Arbeit mit älteren Menschen einbeziehen
- ⇒ Entwicklung von Tourismuskonzepten für ältere Reisende, die geeignete Angebote, Infrastrukturen und Marketingstrategien aufgreifen sowie deren praktische Erprobung