

Sonderdruck aus:

Mitteilungen aus der Arbeitsmarkt- und Berufsforschung

Corinna Barkholdt, Frerich Frerichs, Josef Hilbert,
Gerhard Naegele, Karin Scharfenorth

Das Altern der Gesellschaft und
neue Dienstleistungen für Ältere

Mitteilungen aus der Arbeitsmarkt- und Berufsforschung (MittAB)

Die MittAB verstehen sich als Forum der Arbeitsmarkt- und Berufsforschung. Es werden Arbeiten aus all den Wissenschaftsdisziplinen veröffentlicht, die sich mit den Themen Arbeit, Arbeitsmarkt, Beruf und Qualifikation befassen. Die Veröffentlichungen in dieser Zeitschrift sollen methodisch, theoretisch und insbesondere auch empirisch zum Erkenntnisgewinn sowie zur Beratung von Öffentlichkeit und Politik beitragen. Etwa einmal jährlich erscheint ein „Schwerpunkt-Heft“, bei dem Herausgeber und Redaktion zu einem ausgewählten Themenbereich gezielt Beiträge akquirieren.

Hinweise für Autorinnen und Autoren

Das Manuskript ist in dreifacher Ausfertigung an die federführende Herausgeberin Frau Prof. Jutta Allmendinger, Ph. D. Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung 90478 Nürnberg, Regensburger Straße 104 zu senden.

Die Manuskripte können in deutscher oder englischer Sprache eingereicht werden, sie werden durch mindestens zwei Referees begutachtet und dürfen nicht bereits an anderer Stelle veröffentlicht oder zur Veröffentlichung vorgesehen sein.

Autorenhinweise und Angaben zur formalen Gestaltung der Manuskripte können im Internet abgerufen werden unter http://doku.iab.de/mittab/hinweise_mittab.pdf. Im IAB kann ein entsprechendes Merkblatt angefordert werden (Tel.: 09 11/1 79 30 23, Fax: 09 11/1 79 59 99; E-Mail: ursula.wagner@iab.de).

Herausgeber

Jutta Allmendinger, Ph. D., Direktorin des IAB, Professorin für Soziologie, München (federführende Herausgeberin)
Dr. Friedrich Buttler, Professor, International Labour Office, Regionaldirektor für Europa und Zentralasien, Genf, ehem. Direktor des IAB
Dr. Wolfgang Franz, Professor für Volkswirtschaftslehre, Mannheim
Dr. Knut Gerlach, Professor für Politische Wirtschaftslehre und Arbeitsökonomie, Hannover
Florian Gerster, Vorstandsvorsitzender der Bundesanstalt für Arbeit
Dr. Christof Helberger, Professor für Volkswirtschaftslehre, TU Berlin
Dr. Reinhard Hujer, Professor für Statistik und Ökonometrie (Empirische Wirtschaftsforschung), Frankfurt/M.
Dr. Gerhard Kleinhenz, Professor für Volkswirtschaftslehre, Passau
Bernhard Jagoda, Präsident a.D. der Bundesanstalt für Arbeit
Dr. Dieter Sadowski, Professor für Betriebswirtschaftslehre, Trier

Begründer und frühere Mitherausgeber

Prof. Dr. Dieter Mertens, Prof. Dr. Dr. h.c. mult. Karl Martin Bolte, Dr. Hans Büttner, Prof. Dr. Dr. Theodor Ellinger, Heinrich Franke, Prof. Dr. Harald Gerfin, Prof. Dr. Hans Kettner, Prof. Dr. Karl-August Schäffer, Dr. h.c. Josef Stingl

Redaktion

Ulrike Kress, Gerd Peters, Ursula Wagner, in: Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung der Bundesanstalt für Arbeit (IAB), 90478 Nürnberg, Regensburger Str. 104, Telefon (09 11) 1 79 30 19, E-Mail: ulrike.kress@iab.de: (09 11) 1 79 30 16, E-Mail: gerd.peters@iab.de: (09 11) 1 79 30 23, E-Mail: ursula.wagner@iab.de: Telefax (09 11) 1 79 59 99.

Rechte

Nachdruck, auch auszugsweise, nur mit Genehmigung der Redaktion und unter genauer Quellenangabe gestattet. Es ist ohne ausdrückliche Genehmigung des Verlages nicht gestattet, fotografische Vervielfältigungen, Mikrofilme, Mikrofotos u.ä. von den Zeitschriftenheften, von einzelnen Beiträgen oder von Teilen daraus herzustellen.

Herstellung

Satz und Druck: Tümmels Buchdruckerei und Verlag GmbH, Gundelfinger Straße 20, 90451 Nürnberg

Verlag

W. Kohlhammer GmbH, Postanschrift: 70549 Stuttgart; Lieferanschrift: Heßbrühlstraße 69, 70565 Stuttgart; Telefon 07 11/78 63-0; Telefax 07 11/78 63-84 30; E-Mail: waltraud.metzger@kohlhammer.de, Postscheckkonto Stuttgart 163 30. Girokonto Städtische Girokasse Stuttgart 2 022 309. ISSN 0340-3254

Bezugsbedingungen

Die „Mitteilungen aus der Arbeitsmarkt- und Berufsforschung“ erscheinen viermal jährlich. Bezugspreis: Jahresabonnement 52,- € inklusive Versandkosten: Einzelheft 14,- € zuzüglich Versandkosten. Für Studenten, Wehr- und Ersatzdienstleistende wird der Preis um 20 % ermäßigt. Bestellungen durch den Buchhandel oder direkt beim Verlag. Abbestellungen sind nur bis 3 Monate vor Jahresende möglich.

Zitierweise:

MittAB = „Mitteilungen aus der Arbeitsmarkt- und Berufsforschung“ (ab 1970)
Mitt(IAB) = „Mitteilungen“ (1968 und 1969)
In den Jahren 1968 und 1969 erschienen die „Mitteilungen aus der Arbeitsmarkt- und Berufsforschung“ unter dem Titel „Mitteilungen“, herausgegeben vom Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung der Bundesanstalt für Arbeit.

Internet: <http://www.iab.de>

Das Altern der Gesellschaft und neue Dienstleistungen für Ältere

Corinna Barkholdt, Frerich Frerichs, Josef Hilbert, Gerhard Naegele, Karin Scharfenorth*

Dass mit dem Alterungsprozess der Gesellschaft nicht nur Risiken, sondern auch Chancen verbunden sind, findet in den Diskussionen der jüngsten Zeit kaum Beachtung. So bietet der demografische Wandel über die zunehmende Bedeutung Älterer als Wirtschaftsfaktor auch eine Chance, die oft beklagte Dienstleistungslücke in Deutschland zu verringern. Bereits jetzt profitieren zahlreiche Segmente in der Tourismus- und Freizeitindustrie und im Gesundheitsbereich von Dienstleistungen, die hauptsächlich von älteren Menschen wahrgenommen werden. Gleichwohl ist eine aktive staatliche Dienstleistungspolitik, wie auch eine stärkere Öffnung der Akteure auf privatwirtschaftlicher Ebene für die Bedürfnisse und Interessen Älterer erforderlich, um die mit der demografischen Entwicklung verbundenen Potenziale für einen Zuwachs an Lebensqualität im Alter, Arbeit und Wettbewerbsfähigkeit auch effektiv auszuschöpfen.

Dieser Beitrag stellt zentrale Dienstleistungsbereiche für ältere Menschen dar, in denen Ältere als Wirtschaftsfaktor eine wachsende Bedeutung erlangen. In diesen Bereichen können auch Beschäftigungseffekte erzielt werden. Es zählen dazu

- Dienstleistungen für mehr Lebensqualität im Alter (Kultur, Freizeit, Tourismus etc.),
- Soziale Dienste für die selbständige Lebensführung (Wohnen, Alltagsmanagement, Beratung u.a.),
- Technikunterstützte Dienstleistungen.

Gliederung

- 1 Einführung
- 2 Soziodemografische Entwicklung
- 3 Einkommen, Einkommens- und Zeitverwendung im Alter
- 4 Dienstleistungen für mehr Lebensqualität
 - 4.1 Seniorenmarkt Tourismus
 - 4.2 Seniorenmarkt Freizeitsport/Wellness
- 5 Technikunterstützte Dienstleistungen
- 6 Soziale Dienste für die selbständige Lebensführung
- 7 Ausblick

Literatur

1 Einführung

Das Altern der Gesellschaft wird in Deutschland vorwiegend als Belastung und Kostenfaktor für die Sozial- und Gesundheitssysteme thematisiert und als potenzielle Gefahr für die Innovationsfähigkeit der Wirtschaft und das „Konsumklima“ (Klose 1993) gesehen. Auch wenn außer Frage steht, dass die Zunahme älterer Menschen steigende Ausgaben für die Altersversorgung und Pflegeaufwendungen mit sich bringt, so ist diese Betrachtungsweise doch zu einseitig ausgerichtet. In letzter Zeit mehren sich daher die Stimmen, die auf die Chancen des demografischen Wandels für Wirtschaft und Beschäftigung hinweisen und dazu auffordern, mehr Wissen und

Aufmerksamkeit für die Bedürfnisse, Interessen und wirtschaftlichen Potenziale älterer Menschen zu entwickeln (Friedrich-Ebert-Stiftung 1997; IAT, IFG 1999). Als Gegenpol zum derzeit dominierenden „Belastungsdiskurs“, der in dem Ergrauen der Gesellschaft hauptsächlich eine gesamtgesellschaftliche wie ökonomische Bedrohung sieht, wird darauf verwiesen, dass der demografische Wandel vielfältige einzel- und volkswirtschaftliche Entwicklungs- und Beschäftigungspotenziale enthält (für den Bereich des Gesundheitswesens vgl. SVRKAiG 1996).

Die Bedeutung der Älteren als Wirtschaftsfaktor umfasst dabei nicht nur die traditionellen Konsumgütermärkte. Der demografische Wandel bietet vor allem auch eine Chance, die oft beklagte Dienstleistungslücke in Deutschland zu verringern. Wenn ältere Menschen mit ihren berechtigten, aber häufig vernachlässigten Interessen und Bedürfnissen als Kunden bzw. Klienten auf Dienstleistungsmärkten ernst genommen werden, kann sich daraus mehr Beschäftigungsdynamik entwickeln, als es in vielen der „klassischen“ Wirtschafts- und Industriebereiche möglich ist. Bereits jetzt profitieren zahlreiche Segmente in der Tourismus- und Freizeitindustrie und im Gesundheitsbereich von Dienstleistungen, die hauptsächlich von älteren Menschen wahrgenommen werden.

Der folgende Beitrag stellt zentrale Dienstleistungsbereiche für ältere Menschen dar, in denen Beschäftigungseffekte erzielt werden können. Zwar können dabei nicht alle Felder angesprochen werden, die für das Altern der Gesellschaft von Bedeutung sind – so bleibt etwa der Bildungsbereich im Folgenden ausgeblendet –; gleichwohl gehören die im Folgenden diskutierten Bereiche mit zu den wichtigsten Gestaltungsfeldern. Im Einzelnen handelt es sich dabei um:

- Dienstleistungen für mehr Lebensqualität im Alter (Kultur, Freizeit, Tourismus etc.),
- Soziale Dienste für die selbständige Lebensführung (Wohnen, Alltagsmanagement, Beratung u.a.) und
- Technikunterstützte Dienstleistungen.

Den Ausführungen zu diesen Handlungsfeldern ist eine nähere Beschreibung des soziodemografischen Wandels sowie der

* Dr. Corinna Barkholdt ist wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut für Gerontologie in Dortmund, Dr. Frerich Frerichs ist Leiter der Abteilung Demographischer Wandel und Arbeitswelt am Institut für Gerontologie, Dortmund, Dr. Josef Hilbert ist Leiter der Abteilung Dienstleistungssysteme am Institut Arbeit und Technik, Prof. Dr. Gerhard Naegele ist Professor für soziale Gerontologie an der Universität Dortmund und Direktor des Instituts für Gerontologie, Karin Scharfenorth ist wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut Arbeit und Technik. Der Beitrag liegt in der alleinigen Verantwortung der Autoren.

Einkommenssituation und Zeitverwendung älterer Menschen vorangestellt, um die immateriellen und materiellen Voraussetzungen für die Erbringung der Dienstleistungen für diese Zielgruppe zu umreißen.

2 Soziodemografische Entwicklung

Die Bevölkerungsentwicklung in Deutschland ist durch einen ausgeprägten Alterungsprozess gekennzeichnet. Zukünftig werden sowohl absolut als auch relativ mehr ältere Menschen leben, unter denen mehr Hochaltrige sein werden als je zuvor. Dieser auch als „dreifaches Altern“ (Tews 1997) der Gesellschaft gekennzeichnete Prozess lässt sich wie folgt näher charakterisieren: Die Gruppe der älteren Menschen über 60 Jahre nimmt in den nächsten Jahren kontinuierlich von 17,2 Mio. (1995) auf 19,4 Mio. im Jahr 2010 und auf 21,2 Mio. im Jahr 2020 zu (Prognos 1998). Da gleichzeitig die Gesamtbevölkerung stagniert bzw. schrumpft, steigt auch relativ der Anteil der 60-jährigen und älteren Personen sukzessive von 21 % (1995) auf 23,4 % (2010) und 26,2 % (2020). Dieser Alterungsprozess ist des weiteren gekennzeichnet durch einen gleichzeitigen Anstieg der Zahl sehr alter Menschen (Hochaltrigkeit). So wird allein in der Zeit zwischen 2000 und 2010 eine Zunahme der Zahl der 80-jährigen und älteren Personen um rd. 1 Mio. erfolgen (Prognos 1998).

Neben der rein quantitativen Entwicklung sind vor allem auch qualitative Aspekte zu berücksichtigen, um die Veränderungen, die aus dem Alterungsprozess der Gesellschaft für Wirtschaft und Beschäftigung resultieren, hinreichend charakterisieren zu können. Es treten gleichzeitig sozialstrukturelle Veränderungen auf, die im weiteren bei der Entwicklung personenbezogener Dienstleistungen für ältere Menschen zu berücksichtigen sind und die Nachfrage bestimmen werden. Folgende generelle Trends lassen sich hier skizzieren (vgl. Naegele 1999; Naegele, Tews 1993):

- *Singularisierung des Alters:* Hierunter ist der Anstieg des Anteils der allein lebenden Menschen im Alter zu verstehen. Der Anteil an Ein-Personenhaushalten bei der Altersgruppe der Senioren zwischen 65 und 70 Jahren liegt derzeit bei einem Drittel der Privathaushalte dieser Altersgruppe, der Anteil bei den 75-jährigen und älteren Personen beträgt mehr als zwei Drittel (StBa 1997). Die Dominanz der Einpersonenhaushalte im Alter wird sich vermutlich aufgrund steigender Scheidungsraten, der Zunahme der Einelternfamilien und der Zahl von dauerhaft Alleinlebenden noch verstärken, und im Zuge dessen wird sich der Anteil der Alleinlebenden bis 2030 schätzungsweise auf über 50 % aller 60-jährigen und älteren Personen erhöhen (Roloff 1996). Im Zuge der Singularisierung des Alters gewinnen selbstständigkeitsfördernde und -erhaltende (soziale) Dienste ebenso an Bedeutung wie neue, gemeinschaftsfördernde Wohnformen, Angebote der Kontaktförderung und der Kommunikation.

- *Ausdehnung der Altersphase:* Hiermit ist die Verlängerung der dritten Lebensphase durch früheren Eintritt in den Ruhestand und die Zunahme der Hochaltrigkeit angesprochen. Als ein Indiz hierfür kann die Zunahme der durchschnittlichen Rentenbezugsdauer angesehen werden: Nach Berechnungen des VDR (1999) betrug die durchschnittliche Rentenbezugsdauer von Versicherungsrenten der gesetzlichen Rentenversicherung 1998 bei Frauen 18,1 Jahre und bei Männern 14,2 Jahre. Gegenüber 1960 bedeutet das bei den Frauen eine Steigerung um 7,5 Jahre, bei den Männern um 4,6 Jahre.

- *Feminisierung des Alters:* Hiermit wird der höhere Anteil von Frauen an der Altenbevölkerung bezeichnet (vgl. Tews

1996). Die heutige Altersgesellschaft besteht bei den über 60-Jährigen zu zwei Dritteln aus Frauen, bei den über 75-Jährigen sogar zu drei Vierteln. Dieses durch die Kriegsfolgen und die höhere Lebenserwartung der Frauen bedingte zahlenmäßige Übergewicht schwächt sich in Zukunft zwar etwas ab, es werden aber weiter deutlich höhere Frauenanteile im Alter erhalten bleiben. Die Feminisierung wirkt sich qualitativ auf die Dienstleistungsnachfrage aus: Ältere Frauen nehmen kommunikative Angebote häufiger an als Männer und sind auf Bildungsveranstaltungen häufiger vertreten (Backes/ Clemens 1998). Da Frauen im höheren Alter öfter allein leben als Männer, sind sie im Bedarfsfall aber auch in größerem Umfang auf selbstständigkeitsfördernde Hilfen angewiesen.

- *Differenzierung von Altersgruppen:* In der z.T. mehrere Jahrzehnte umfassenden Altersspanne nach Eintritt in den Ruhestand sind jeweils mehrere Generationen mit unterschiedlichem zeitgeschichtlichem Hintergrund, unterschiedlichen beruflichen Sozialisierungen, Konsum- und Technikerfahrungen vertreten (vgl. im Überblick Schmähl 1997). Als relevante ältere Generationen können dabei z.B. die Altersgruppen 50 plus, 65 plus und 80 plus gesehen werden (Opaschowsky 1998). Diese Differenzierungen zu erkennen und ernst zu nehmen, dient ebenfalls der Versachlichung der Diskussion um die Folgen der demografischen Entwicklung.

- *Unterschiedliche Lebensstiltypen* (vgl. hierzu im näheren Tokarski 1998) und die dahinter stehenden sozio-ökonomischen Potenziale 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.

Dieser primär demografisch bedingte Strukturwandel wird überlagert von Auswirkungen des sozialen und ökonomischen Wandels. Im Zuge dessen verdünnen sich u.a. die Familienstrukturen und die Netzwerke älterer Menschen entscheidend. So haben z. B. bereits jetzt knapp 20 % der Altenbevölkerung überhaupt keine Kinder und ihr Anteil wird weiter steigen (vgl. Deutscher Bundestag 1998). Zudem steigt der Anteil der Geschiedenen und der getrennt Lebenden selbst in den höheren und mittleren Altersgruppen. Vor diesem Hintergrund kann als sicher gelten, dass es mehr Bedarf an organisierten Dienstleistungen geben wird.

Gleichzeitig wird mit den festzustellenden Verbesserungen des immateriellen Niveaus auch die Bereitschaft steigen, Dienstleistungen in Anspruch zu nehmen. Diese Verbesserungen umfassen vor allem die folgenden zwei Aspekte (Deutscher Bundestag 1994; Tews 1996):

- die Altenbevölkerung verfügt über mehr bzw. höhere Bildungs- und Berufsqualifikationen und
- Ältere kommen insgesamt gesünder ins Alter.

Ein Vergleich der beruflichen Bildungsabschlüsse der Kohorten 1930-35, 1940-45 und 1950-55 zeigt in diesem Zusammenhang, dass 18,9 % der Männer der ältesten Kohorten ohne Bildungsabschluss sind, hingegen nur 12,7 % der jüngsten Kohorten (Deutscher Bundestag 1994). Das gestiegene Bildungs- und Ausbildungsniveau vereinfacht dabei den Zugang zu sozialen Aktivitäten und Dienstleistungen im hohen Alter. Den Ergebnissen der Berliner Altersstudie zufolge (vgl. Mayer/ Wagner 1996) fördert z. B. ein höheres Bildungsniveau die Teilnahme an außerhäuslichen Aktivitäten, und bei vorhandenem Bedarf nehmen fast zwei Drittel der Hochaltrigen mit mittlerem Bildungsabschluss und Berufsausbildung,

aber nur etwa ein Drittel der Befragten mit Volksschulabschluss, professionelle Dienste in Anspruch.

Bezüglich der gesundheitlichen Situation ist festzuhalten, dass sich der Gesundheitszustand der Bevölkerung in gleichen Altersgruppen sich in den letzten Jahrzehnten erheblich verbessert hat und dass dies auch für die Altersgruppen oberhalb von 60 Jahren zutrifft (vgl. im Überblick Deutscher Bundestag 1994; StBa 1998). Auch wenn die wachsende Zahl Älterer quantitativ zu einer Zunahme von Erkrankungen führt, so sind die älteren Menschen von heute gesünder als frühere Kohorten.

Insgesamt bleibt festzuhalten, dass „die Senioren“ von heute in Gruppen mit differenzierten Aktivitäts- und Entfaltungschancen zu unterteilen sind. 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, sondern mitgestalten und sozial aktiv bleiben wollen. Die gewachsenen Ressourcen vieler Älterer können dem Bereich der personenbezogenen Dienstleistungen im Allgemeinen zahlreiche Impulse geben, wie dies für den Bereich der Sozial- und Gesundheitsdienstleistungen im Speziellen bereits in den vergangenen zwei Dekaden der Fall gewesen ist.

Dieser Trend bringt aber auch veränderte Erwartungen an Qualität und Leistungsspektrum von Dienstleistungen und Einrichtungen mit sich (Friedrich-Ebert-Stiftung 1997; Naegele 1997; Opaschowski 1999). Es sind insgesamt auf mehr Service, Fachlichkeit und Transparenz gerichtete Erwartungen der älteren Dienstleistungsnehmer zu berücksichtigen. Dieses neue Konsumentenbewusstsein älterer Menschen ist nicht zuletzt auch Ausdruck der verbesserten finanziellen Ausgangsbedingungen, auf die im Folgenden näher eingegangen werden soll.

3 Einkommen, Einkommens- und Zeitverwendung im Alter

Die bisher im Vordergrund stehende Diskussion um die langfristige Finanzierung der Renten aus der gesetzlichen Rentenversicherung verstellt nicht nur den Blick auf den tatsächlichen – auch monetären – durchaus ausgeglichenen Leistungsaustausch zwischen der älteren und der jüngeren Generation (vgl. die Ergebnisse des Alterssurvey, dargestellt in Motel & Szydlak 1999), sie lässt zudem häufig übersehen, dass mit dem demografischen Wandel nicht nur die finanziellen Folgekosten einer verstärkten Alterung der Bevölkerung, sondern ebenso das *Kaufkraftpotenzial* Älterer an Bedeutung gewinnt. Dieser Bedeutungszuwachs vollzieht sich außerdem (zumindest noch) parallel mit einer sich bislang für die Rentnerhaushalte insgesamt als positiv zu bezeichnenden Einkommens- und Vermögensentwicklung, also einer auch quantitativen Zunahme der „Wirtschaftskraft Alter“.

So stieg das durchschnittliche Nettogesamteinkommen von Rentnerhepaaren (die Bezugsperson ist mindestens 65 Jahre alt, die Ehepartner können auch jünger sein) in den alten Bundesländern im Zeitraum von 1986 bis 1995 um 39 % auf 3.769 DM (Deutscher Bundestag 1998). Dies summiert sich bei der Gruppe der über 65-Jährigen insgesamt auf ein mo-

natliches Nettoeinkommen von über 26 Mrd. DM (ebd. 1998). Ergänzt um die Gruppe der 55-Jährigen und Älteren verdoppelt sich diese Summe sogar auf fast 52 Mrd. DM. (ebd. 1998). Auch die Vermögenssituation der Älteren deutet auf hohe, über die bloße Sicherung eines auskömmlichen Lebensstandards hinausgehende, zusätzliche Konsumpotenziale hin.

Rund 65 % der Rentnerhaushalte ab 60 Jahren verfügen im früheren Bundesgebiet über Wohneigentum (StBa 1999). Knapp 19 % der Rentnerhaushalte (ebenfalls im früheren Bundesgebiet) verfügen sogar über Wohngebäude mit drei und mehr Wohnungen. Die Einkommens- und Vermögensstichprobe (StBa 1993) weist mit 410 Mrd. DM die Rentnerhaushalte mit einer Bezugsperson von über 65 Jahren als diejenige Personengruppe mit fast einem Viertel aller monetären Vermögensbestände aus (die aktuellsten Angaben zu Geldvermögen und Privatvermögen im Rahmen der Einkommens- und Verbrauchsstichprobe 1998 lagen zum Redaktionsschluss dieses Beitrags noch nicht vor). Sie stellen rund ein Fünftel der gesamten Konsumausgaben aller privaten Haushalte und tragen damit überdurchschnittlich zum Gesamtkonsum bei. Hochgerechnet auf ein Jahr wird das Potenzial für den so genannten Seniorenmarkt auf 300 bis 600 Mrd. DM, je nach Abgrenzung, beziffert (Deutscher Bundestag 1998).

Selbstverständlich darf nicht übersehen werden, dass auch innerhalb der Gruppe der jetzt Älteren von erheblichen Ungleichverteilungen der Einkommen und stärker noch der Vermögen – etwa im Hinblick auf die neuen Bundesländer – auszugehen ist. Nach wie vor haben nicht alle Älteren an der Wohlfahrtsentwicklung teil. Insbesondere bei älteren (geschiedenen/getrennt lebenden) Frauen und in bestimmten wirtschaftlich schwächeren Regionen gibt es Altersarmut. 1995 lag das Nettoeinkommen von immerhin 11,4 % (dies entspricht knapp einer Million Haushalte) der Rentnerhaushalte mit einer Bezugsperson über 65 Jahre unterhalb der Armutsschwelle (Ehepaare: 1800 DM, Alleinstehende 1200 DM). Es ist zweifellos auch die Frage, ob sich die Einkommens- und Vermögensentwicklung angesichts der sich abzeichnenden sozial- und rentenrechtlichen Änderungen und weiterhin angespannten Arbeitsmarktverhältnissen weiterhin so positiv fortschreiben oder ob sich die gegenwärtig günstige Alterseinkommenssituation nicht sogar eher kontinuierlich verschlechtern wird.

In Anbetracht der gleichwohl zunehmenden gesamtwirtschaftlichen Bedeutung Älterer werden mit ihrem Konsumverhalten beträchtliche strukturelle Änderungen des Güter- und Dienstleistungsangebotes einhergehen. Schließlich weisen Ältere erhebliche Unterschiede in ihrer Konsum- und Finanzmentalität nicht nur im Vergleich zu den Jüngeren, sondern auch zu früheren Generationen auf, wie ein Blick auf das Konsumverhalten, ablesbar an der Einkommens-, aber auch an der Zeitverwendung, zeigt. Älteren wird etwa nachgesagt, sie seien sparsamer, statistisch gesehen ist die Konsumquote in Rentnerhaushalten jedoch höher als in Arbeiter- und Angestelltenhaushalten (vgl. Münnich 1997). Obgleich dies auch Folge des niedrigeren Einkommens sein kann, spricht manches dafür, dass die künftigen Älteren konsumfreudiger sein werden als die heutige Generation Älterer.

Dies wird auch durch die Wirtschaftsrechnungen für private Haushalte unterstützt, die das Statistische Bundesamt regelmäßig durchführt (siehe Tabelle 1).¹ So gaben 2-Personen-Rentnerhaushalte in den alten Bundesländern 4,7 % und in den neuen Bundesländern 5,1 % ihres verfügbaren Monats-

¹ Die Angaben der Wirtschaftsrechnungen umfassen leider keine Informationen über Einpersonen-Rentnerhaushalte und über Rentnerhaushalte mit höherem Einkommen.

einkommens für Gesundheits- und Körperpflegegüter aus. Mit Ausnahme der 4-Personen-Haushalte von Angestellten und Beamten in den alten Bundesländern, die dafür 5,0 % ihrer Einkünfte verausgaben, liegen die Rentnerhaushalte bezüglich dieser Ausgaben weit vorn. Bei den Gütern für Bildung, Unterhaltung und Freizeit liegen die Rentnerhaushalte mit ihren Ausgaben noch hinter den anderen Haushaltstypen zurück; berücksichtigt man jedoch die unterschiedliche Personenanzahl der Haushaltstypen, so sind ihre Ausgaben sogar als leicht überdurchschnittlich anzusehen. Zudem deutet das vergleichsweise verhaltene Ausgabeverhalten in diesem Bereich auch darauf hin, dass es an ausreichend attraktiven Angeboten für die älteren Zielgruppen mangelt. Für Dienstleistungen des Beherbergungsgewerbes befinden sich die Ausgaben der Rentnerhaushalte ungefähr auf dem Niveau der anderen Haushaltstypen; bei den Pauschalreisen stehen die Rentnerhaushalte in den neuen Bundesländern weit vor allen anderen.

In den letzten Jahrzehnten sind die Ausgaben der 2-Personen-Rentnerhaushalte für Freizeitgüter mehr als bei allen Haushaltstypen gestiegen, zwischen 1968 und 1988 ungefähr um das 8fache gegenüber dem 3,7fachen bei 4-Personen-Haushalten von Angestellten und Beamten (Euler 1990: 221).

Tabelle 1: Ausgaben je Haushalt und Monat nach Haushaltstypen für 1997 (Prozentangaben = Anteil an den Gesamtausgaben)

Art der Ausgaben	Haushaltstyp 1*	Haushaltstyp 2*	Haushaltstyp 3*
<i>Güter für die Gesundheits- und Körperpflege</i>			
Alte Bundesländer	132 DM (4,7 %)	152 DM (2,6 %)	453 DM (5,0 %)
Neue Bundesländer	154 DM (5,1 %)	105 DM (2,2 %)	166 DM (2,6 %)
<i>Güter für Bildung, Unterhaltung, Freizeit</i>			
Alte Bundesländer	151 DM (5,4 %)	513 DM (9,0 %)	763 DM (8,5 %)
Neue Bundesländer	190 DM (6,3 %)	400 DM (8,3 %)	472 DM (7,5 %)
<i>Dienstleistungen des Beherbergungsgewerbes</i>			
Alte Bundesländer	34 DM (1,2 %)	70 DM (1,2 %)	135 DM (1,5 %)
Neue Bundesländer	53 DM (1,8 %)	71 DM (1,5 %)	102 DM (1,6 %)
<i>Pauschalreisen</i>			
Alte Bundesländer	18 DM (0,6 %)	35 DM (0,6 %)	75 DM (0,8 %)
Neue Bundesländer	63 DM (2,1 %)	29 DM (0,6 %)	57 DM (0,9 %)

* Haushaltstyp 1: 2-Personenrentnerhaushalte, in den alten Bundesländern mit geringem Einkommen zwischen 1.750 und 2.650 DM im Monat, in den neuen Bundesländern mit Einkommen zwischen 1.750 und 2.700 DM im Monat; Haushaltstyp 2: 4-Personenhaushalte von Angestellten und Arbeitern mit mittlerem Einkommen, in den alten Bundesländern mit Einkommen zwischen 3.850 DM und 5.850 DM durch einen Einkommensbezieher, in den neuen Bundesländern mit Einkommen zwischen 3.250 DM und 5.250 DM im Monat durch einen oder zwei Einkommensbezieher; Haushaltstyp 3: 4-Personen-Rentnerhaushalte von Beamten und Angestellten mit höherem Einkommen, in den alten Bundesländern mit Einkommen zwischen 6.800 DM und 9.050 DM im Monat durch einen Einkommensbezieher, in den neuen Bundesländern mit Einkommen zwischen 6.000 und 7.850 DM im Monat durch ein oder zwei Einkommensbezieher (Statistisches Bundesamt 1998: 546).

Quelle: StBa 1998b: 544 - 553

Bundesweit zeigt sich, dass sich in den letzten 20 Jahren die Ausgaben der 65-Jährigen und Älteren insbesondere für Dienstleistungen um das achtfache, für Verkehr und Nach-

² Unter Reiseintensität versteht man den Anteil der Reisenden in Bezug auf die Gesamtbevölkerung, bestimmte Altersgruppen usw.

richtenübermittlung sogar um das zwölffache erhöht haben (Deutscher Bundestag 1998).

Untersuchungen zum Freizeitverhalten 1998 bestätigen, dass es sich bei den Älteren um einen eigenständigen Markt handelt, in dem Lebensqualität (etwa der Erhalt der selbständigen Lebensführung) und Sinnstiftung die zentrale Rolle spielen und der Zuwachs an freier Zeit sich auch in Ausgabensteigerungen niederschlägt (z. B. für Zeitungen, Zeitschriften, Fernsehen, Reisen etc.). Es profitieren von dieser Entwicklung – wie die Zeitverwendung Älterer zeigt – in erster Linie die Unterhaltungsindustrie (täglich werden von 65- bis 70-Jährigen 3 1/2 Stunden Medien genutzt), der Kultur- und Bildungsbetrieb, die Gastronomie, aber auch die Körperpflege- und Kosmetikbranche (65- bis 70-Jährige investieren täglich ein Viertel mehr Zeit in Körperpflege als 30- bis 35-Jährige) sowie Gesundheitsdienste (StBa 1995).

4 Dienstleistungen für mehr Lebensqualität

Mit der zunehmenden Verlängerung der Lebenserwartung stellt sich für viele Menschen mehr und mehr die Frage nach einer intensiven und sinnvollen Ausfüllung der dritten Lebensphase. Nicht ohne Grund haben sich in den letzten Jahrzehnten zahlreiche Studienmöglichkeiten für ältere Menschen etabliert, unter Bezeichnungen wie „Universität des dritten Lebensalters“, „Seniorenstudium“ oder „Wissenschaftliche Weiterbildung für ältere Erwachsene“. Aber auch viele andere Lebensqualitäts-Dienste profitieren in wachsendem Maße vom demografischen Wandel. Von einer alternden Gesellschaft sind insgesamt erhebliche Impulse in Richtung der verschiedensten Lebensqualitäts-Dienstleistungen zu erwarten.

Ältere Menschen verfügen dabei nicht nur über viel Zeit, um als Nachfrager in Bereichen wie Kultur, Freizeitdienste, Tourismus und Sport aufzutreten, sondern wie aufgezeigt 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). In diesem Kapitel werden insbesondere die Bereiche Tourismus und Freizeitsport/Wellness in den Mittelpunkt gestellt, die zur Zeit als besonders perspektivenreiche Seniorenmärkte gelten.

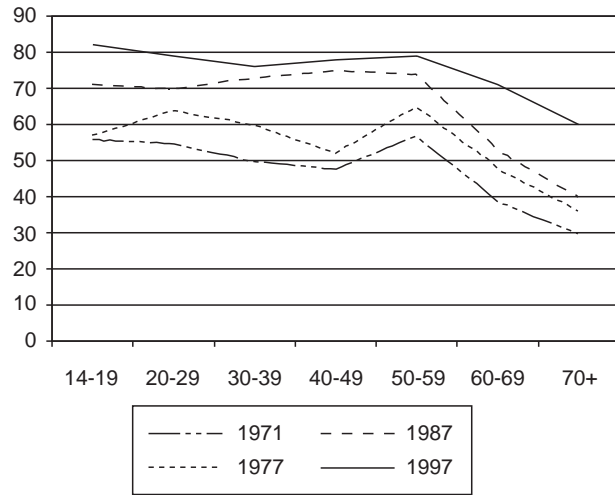
4.1 Seniorenmarkt Tourismus

Tourismus ist ein relevanter Wirtschaftsfaktor, von dem in erheblichem Umfang Arbeitsplätze und Wohlstand abhängen. Nach Angaben des Deutschen Fremdenverkehrsverbandes fanden 1996 bundesweit rund zwei Millionen Menschen Beschäftigung in der Tourismuswirtschaft, die einen Gesamtumsatz von 200 Milliarden DM aufweist (Handelsblatt vom 04. 03. 97). Der größte Teil der Reiseangebote ist auf jüngere Menschen bzw. solche mittleren Alters ausgerichtet. Seniorentouristen werden bislang nur selten als Zielgruppe angesprochen, obwohl sie aufgrund des demografischen Wandels und ihres sich ändernden Reiseverhaltens eine wachsende Nachfragemacht darstellen.

Die Reiseintensität² der älteren Bundesbürger ist im Laufe der letzten Jahrzehnte deutlich angestiegen. Ein Vergleich der Daten aus den Reiseanalysen von 1971, 1977, 1987 und 1997 zeigt dies recht deutlich. Während die Reiseintensität 1971 und 1977 vor allem ab der Altersgruppe der 50- bis 59-Jährigen und 1987 ab der Altersgruppe der 40- bis 49-Jährigen ra-

pide abnahm, zeigt die Kurve für 1997 mit ihrem insgesamt flacheren Verlauf eine sowohl absolut als auch relativ zu den niedrigeren Altersgruppen erhöhte Reiseintensität der höheren Altersgruppen (siehe Abbildung 1).³

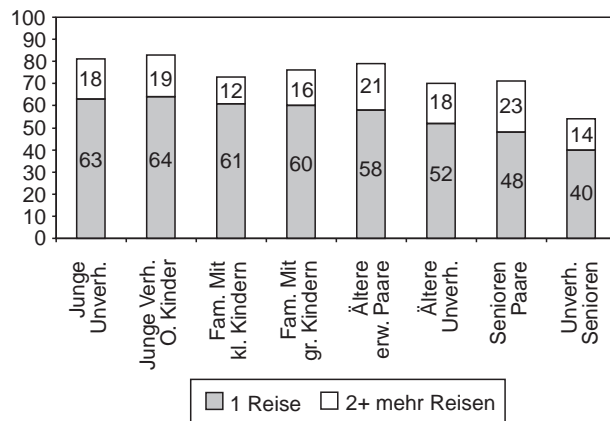
Abbildung 1: Reiseintensität 1971, 1977, 1987 und 1997 nach Alter (in %)



Quelle: Reiseanalysen verschiedener Jahrgänge, nach: Reiseanalyse der Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen (F. U. R.), 1998

Vor allem die Paare ab 60 Jahren sind reisefreudig. Gegenüber den alleinstehenden Senioren hatten sie 1997 eine um 17 Prozentpunkte höhere Reiseintensität und verreisten häufiger im Jahr als alle anderen Altersgruppen (siehe Abbildung 2). Damit haben die 60 plus-Touristen bereits heute einen erheblichen Anteil an den Umsätzen der Tourismuswirtschaft, der in den nächsten Jahren aller Voraussicht nach weiter zunehmen wird.

Abbildung 2: Urlaubsreise-Intensität und -Häufigkeit 1997 nach Lebensphasen (in %)



Quelle: Reiseanalyse der Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen (F. U. R.), 1998

Die weitergehende Erschließung des Seniorenmarktes Tourismus ist allerdings kein Selbstläufer, sondern erfordert die Schaffung attraktiver Angebote für die älteren Tourismuszielgruppen. Die gegenüber niedrigeren Altersgruppen immer noch geringere Reiseintensität, vor allem der älteren und

alleinlebenden Senioren ist ein Zeichen dafür, dass hemmende Faktoren für das Reiseverhalten älterer Menschen da sind. Diesbezüglich sind vor allem eine bei Senientouristen im Vergleich zu anderen Touristen verminderte Beweglichkeit, das Erfordernis besonderer Unterstützungs- oder Hilfsstrukturen und Unsicherheiten gegenüber veränderten Lebenssituationen anzuführen.

Um den Seniorenmarkt Tourismus systematisch zu erschließen, müssen Angebot und Nachfrage besser aufeinander abgestimmt werden. Ansatzpunkte hierfür bieten das durchschnittliche Reiseverhalten der höheren Altersgruppen (Born/ Hübner 1999) und ihre spezifischen Bedürfnisbereiche:

- Ältere Menschen verreisen i. d. R. länger als jüngere Menschen.
- Sie benutzen häufiger als andere Altersgruppen öffentliche Verkehrsmittel.
- Senientouristen sind im Vergleich häufiger Pauschalreisende.
- Reisende der höheren Altersgruppen übernachten vergleichsweise häufiger in Hotels.
- Für die Entwicklung des Seniorenmarktes Tourismus ist eine adäquate medizinische Versorgung am Urlaubsort von hoher Bedeutung.
- Darüber hinaus sind seniorenspezifische Nahrungs- und Genussangebote relevant.
- Die Einrichtungen am Urlaubsort sollten eine alten- und behindertengerechte Gestaltung aufweisen.
- Angebote für Pflegedienstleistungen können die Attraktivität des Urlaubs vor allem für Hochaltrige und gemeinsame Urlaube von pflegenden Angehörigen und Pflegebedürftigen steigern.
- Technische Unterstützungsmöglichkeiten, z. B. Notrufmöglichkeiten mit Satellitenortung, können älteren Touristen neue Freiheiten eröffnen und ihnen die Sicherheit geben, ohne die sie sich bestimmte Aktivitäten nicht mehr zutrauen.
- Unterstützungsangebote und Informationsservices zur Bewältigung alltäglicher Lebenssituationen sind ebenfalls ein Schritt in Richtung seniorengerechteren Reisens.
- Dasselbe gilt für die Verfügbarkeit von Prävention- und Rehabilitationsangeboten.
- Last but not least sind zielgruppengerechte Freizeitaktivitäten als Anforderung an für Senientouristen attraktive Ziele zu nennen.

Die Attraktivität von Tourismusregionen wird aber nicht nur durch die Angebote vor Ort bestimmt, sondern auch durch die Anbindung an den Wohnort. 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. 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.),

³ Siehe zur gestiegenen Reiseintensität älterer Menschen u. a. auch Leimer 1997: 70 ff., Artho 1996: 138 f.

- die Organisation des Kontaktes zur heimatlichen Unterstützungsstruktur
- und die Entwicklung spezifischer Versicherungsangebote.

Der Gestaltungsbedarf in diesem Bereich ist insgesamt 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.

4.2 Seniorenmarkt 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. In den letzten zwei Jahren sind in der Wachstumsbranche Fitness und Sport allerdings erste Krisenanzeichen aufgetreten. Dazu tragen verschiedene Faktoren bei: das schlechte Image des Marktsegments „Bodybuilding“, die stagnierende Nachfrage bei Squash, Badminton und Tennis, die Begrenzung der Präventionsangebote der Krankenkassen und last but not least müssen viele Anbieter feststellen, dass sie sich in ihrem Angebot und ihrem Erscheinungsbild zu sehr auf junge Kundengruppen konzentriert haben. Nachdem anfänglich die unter 30-Jährigen die Kernzielgruppe der Fitness- und Sportparks bildeten, hat das Angebot sich bereits heute in Richtung der 30- bis 40-jährigen Kunden entwickelt. Spezielle Freizeitsport- und Wellness-Angebote für ältere Menschen sind aber noch die Ausnahme, obwohl in diesem Bereich außerordentliche Marktchancen bestehen.

Von den Sportparks wie auch von anderen Sportbereichen werden aber bisher nur relativ wenige Senioren erreicht. Das Bundesinstitut für Sportwissenschaften ist zu dem Ergebnis gekommen, dass in der Gruppe der 50- bis 60-Jährigen ca. 17 %, in der Gruppe der 61- bis 70-Jährigen ca. 13 % und in der Gruppe 70 plus sogar nur ca. 6 % regelmäßig Sport treiben (zitiert nach Pro Alter 2/96: 20). Die Sportbeteiligung der Senioren ist damit deutlich geringer als diejenige der Gesamtbevölkerung. Für 1996 hielt die Deutsche Gesellschaft für Freizeit (1996: 44) fest, dass rund 40 % der über 14-jährigen Bundesbürger gelegentlich oder öfter einer sportlichen Betätigung nachgehen.

Allerdings bedarf die Kundengruppe der Senioren auch 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“, Rehabilitanden, Chronisch-Kranke oder Altenheimbewohner.

Für alle diese Kundengruppen spielen Freizeitsport und Wellness eine besondere Rolle. Die potenziellen Angebote lassen sich unter einer Zielvorgabe subsumieren: Lebensqualität erhalten! Weniger das „schöner, schneller, weiter“, sondern Gesundheit, Prävention, Rehabilitation und Lebensqualität müssen das Angebot prägen.

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 Alten-

hilfeeinrichtungen oder in Wohnanlagen größerer Wohnungsgesellschaften.

Gebündeltes Wissen über geeignete Angebote und Organisationsstrukturen ist leider noch nicht verfügbar. 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. Seniorengerechte Angebote müssen u. a. die folgenden Aspekte berücksichtigen:

- typische Gesundheitszustände älterer Menschen;
- zielgruppeneignete Bewegungsschulung;
- spielerisch und unterhaltsam orientierte Fitnessaktivitäten;
- Entspannung und Förderung der kognitiven Leistungsfähigkeit;
- spezielle Übungsprogramme für altersspezifische Risiken und Krankheiten;
- Einbeziehung von Beratung sowie kommunikativen Elementen;
- 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;
- Einbindung gesunder Ernährung im Alter.

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 Bedienungsgerechtigkeit;
- 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.

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.

5 Technikunterstützte Dienstleistungen

Im Zusammenhang mit der Förderung einer selbständigen Lebensführung gewinnt auch das Thema Technik für das Alter immer mehr an Bedeutung. Technische Produkte können allgemein einen Beitrag zur Verbesserung der Lebensqualität leisten und im Besonderen bei der sozialen Integration, bei der Alltagsbewältigung sowie bei der Bewältigung von Krankheitsfolgen bzw. von Hilfe- und Pflegebedürftigkeit un-

terstützend wirken. Hiermit ist nicht zuletzt auch die Hoffnung verbunden, den kostenaufwändigen Einsatz von persönlichen Hilfen vermeiden oder hinauszögern zu können.

Ebenso wie für den Bereich der Gesundheitsdienstleistungen wird aber davon ausgegangen werden können, dass nicht die Maxime „Technik statt“, sondern die Maxime „Technik plus Interaktion“ die notwendige Kundenorientierung sicherstellen kann (vgl. Badura 1995). Dienstleistungen werden 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. Hierfür sind insbesondere zwei Gründe verantwortlich:

- Zum einen werden der Verkauf und die Anwendung von Technikprodukten stärker als bei anderen Altersgruppen durch Dienstleistungsangebote wie Beratung, Erarbeitung individueller Systemlösungen und zusätzlichen Service ergänzt werden müssen (vgl. Schweikart 1998). Es sind begleitende Dienstleistungen notwendig, damit sie vom älteren Kunden akzeptiert und ihren vollen Nutzen für dessen Lebensqualität entfalten können (Bruns et al. 1999).

- Zur Vermeidung bzw. Verminderung negativer sozialer Effekte und Isolationstendenzen beim verstärkten Einsatz technischer Hilfen für ältere alleinstehende Menschen (Tele-shopping, Home-banking) und aufgrund bestehender Kontaktwünsche sind technische Angebote gerade im Alter verstärkt mit personenbezogenen Dienstleistungen zu verknüpfen. Forschungen z.B. 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).

Zum anderen können aber auch zahlreiche Dienstleistungen erst mit Unterstützung durch technische Produkte und Anwendungen adäquat und kostengünstig erbracht werden. Sicherheitsangebote werden erst durch die bereits erwähnten Haus-Not-Ruf-Systeme möglich und finanzierbar; Aktivierungs-, Kommunikations- und Vermittlungsangebote werden mit großer Wahrscheinlichkeit nicht ohne eine offensive Nutzung von Telekommunikation und Multimedia auskommen. Beispielhafte Anwendungen von technikgestützten Beratungs- und Informationssystemen im pflegerischen Bereich (MAGS 1997) belegen dies ebenso wie der Aufbau von Info-Pools und Vermittlungsagenturen auf EDV-Basis im Bereich freizeitorientierter Dienstleistungen für ältere Menschen (MAGS 1998).

Internationale Vergleiche zeigen dabei, dass das Potenzial hierfür in Deutschland bei weitem noch nicht ausgeschöpft ist (Heinemann 1999) und sich die Dienstleistungen zur Unterstützung älterer Menschen in der häuslichen Umgebung durch einen eher geringen Technikeinsatz auszeichnen. Hierfür sind nicht zuletzt Innovationshemmnisse und Entwicklungsprobleme verantwortlich, die sich u.a. aus einer derzeit mangelnden Kooperation zwischen Technikentwicklern und (sozialen) Diensten für ältere Menschen ableiten lassen (vgl. Bandemer et al. 1995). Dies resultiert nicht zuletzt daraus – wie Praxiserfahrungen zeigen (vgl. Bruns et al. 1999) –, dass Technikanbieter den Betreuungs-, Anpassungs- und Erklärungsbedarf ihrer Produkte unterschätzen und Anbieter von (sozialen) Dienstleistungen diesbezüglich über nur begrenzte Investitions- und Gestaltungsspielräume verfügen und zudem einem Technikeinsatz generell reserviert gegenüber stehen.

Der sich daraus ableitende Kooperations-, Forschungs- und Gestaltungsbedarf im Bereich der Technik-Dienstleistungskombinationen unter Nutzung moderner Informations- und Kommunikationstechnologien kann als besonders umfangreich eingeschätzt werden. Zum Abbau bestehender Defizite können zum einen ein internationaler Erfahrungsaustausch und Forschungs- und Gestaltungsinitiativen, wie sie derzeit im Rahmen des 5. Forschungsrahmenplanes der EU-Kommission in den Leitaktionen „Alterung der Bevölkerung“ und „System und Dienste für den Bürger“ angestoßen werden (EU-Kommission 1999), förderlich wirken. Zum anderen sind Anbieter von Technik und Dienstleistungen aufgefordert, im Verbund und mit Unterstützung öffentlicher und halböffentlicher Stellen entsprechende Modernisierungsinitiativen zu starten. Einzelne Modelle wie z. B. das Praxisprojekt „TESS inkontakt - Teleservice für Senioren“ können dabei neben den bereits genannten Initiativen als Referenzobjekte angesehen werden (vgl. Bruns et al. 1999).

Insgesamt bleibt festzuhalten, dass sich der aus Technikanwendungen ableitbare Nutzen nicht auf eine Verbesserung der Lebensqualität für die Gruppe der älteren Menschen bzw. der Verbesserung ihrer Voraussetzungen für eine selbständige Lebensführung beschränkt und auch nicht auf Beschäftigungseffekte durch verstärkten Personalbedarf bei der Entwicklung, der Herstellung und dem Verkauf von technischen Produkten. Vielmehr schafft Technik neue Spielräume für die Erbringung von Dienstleistungen für ältere Menschen, und technische Anwendungen ziehen umgekehrt einen Dienstleistungsbedarf für Ältere nach sich. Unter Experten gilt der Bereich technikerunterstützter Dienstleistungen für ältere Menschen daher auch als eine Zukunftsbranche mit sehr guten Beschäftigungsaussichten (Bandemer et al. 1998).

6 Soziale Dienste für die selbständige Lebensführung

Die Unterstützung älterer Menschen in Privathaushalten und die Förderung einer selbständigen Lebensführung in den eigenen vier Wänden gewinnt einen immer größeren Stellenwert für Politik, Wirtschaft sowie Forschung und Entwicklung. Insgesamt wird der Anteil derjenigen, die von typisch immateriellen Problemen in der selbständigen Lebensführung betroffen sind, auf ca. 30 % der Altenbevölkerung geschätzt (vgl. Naegele 1997). Das sind gegenwärtig rd. 6 Mio. ältere Menschen ab 60 Jahre. Die weitere Zunahme kann vor dem Hintergrund der geschilderten sozio-demografischen Entwicklung als sicher gelten. In besonderer Weise betroffen sind dabei die städtischen Ballungszentren.

Möglichkeiten und Grenzen häuslicher Selbstversorgung und darüber hinausgehender sozialer Integration sind für die Planung von Dienstleistungsangeboten von besonderer Bedeutung. Die Feststellung eines sozialen Dienstleistungsbedarfs hängt dabei nicht nur von objektiv feststellbaren Merkmalen, sondern auch stark von subjektiv geprägten Bedingungskonstellationen sowie von den materiellen Ressourcen ab (vgl. im Überblick Backes/ Clemens 1998). Diese Faktoren sind bei der Planung der im Folgenden aufgeführten Dienstleistungsbereiche in Betracht zu ziehen.

Wohnungsnaher Dienstleistungen und Alltagsmanagement

Allgemein gewinnen mit zunehmendem Alter - und vor allem bei eintretenden gesundheitlichen Einschränkungen und Behinderungen – wohnungsnaher Dienstleistungen und solche des Alltagsmanagements an Bedeutung (vgl. Backes/ Clemens 1998). Diese beschränken sich nicht nur auf Unterstüt-

zungspotenziale für den Fall nachlassender individueller Fähigkeiten, sondern umfassen darüber hinausgehende Angebote. Hierzu zählen zum einen Waren- und Dienstleistungsangebote zur Verbesserung der Infrastruktur des täglichen Bedarfs, allgemein zugängliche Fahrt- und Transportmöglichkeiten sowie Freizeit- und Kultureinrichtungen (Deutscher Bundestag 1994).

Bezogen auf das Alltagsmanagement stehen solche Dienste im Zentrum, die älteren Menschen bei der häuslichen Grundversorgung 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.

Zu den wohnungsnahen Dienstleistungen gehören vor allem solche 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 (vgl. Naegele 1997). Hinzu kommen Hausreinigung, Grünflächenpflege und der Anspruch auf technische/handwerkliche Hilfen, die flexibel zuwählbar, erreichbar und zuverlässig sein sollten (Heinze et al. 1997).

In derartigen Service-Wohnungen 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.

Im Zuge der wachsenden Mobilitätsbereitschaft älterer Menschen erhalten des weiteren auch besondere Formen des Umzugsmanagements eine Bedeutung (Heinze et al. 1997; BMFSFJ 1998). Zwar ist die Wohnmobilität älterer Haushalte nur ein Drittel so hoch wie die jüngerer Haushalte, aber höher als landläufig angenommen (vgl. Friedrich, 1994). Sie erreicht bei Mieterhaushalten jenseits des Alters von 55 Jahren nach Daten des Sozioökonomischen Panels 3,6 % pro Jahr (ohne Umzüge in Alten- und Pflegeheime, vgl. Heinze et al. 1997). Die realisierte Mobilität älterer Haushalte zwischen

dem 55. und 75. Lebensjahr liegt wesentlich höher: Die Wahrscheinlichkeit für einen heute 55-jährigen Ein- oder Zweipersonen Mieterhaushalt, bis zum 75. Lebensjahr noch mindestens einmal umzuziehen, liegt bei 52,2 %. Auch fast jeder vierte Eigentümerhaushalt zieht nach dieser Rechnung zwischen dem 55. und 75. Lebensjahr noch einmal um.

Zur Unterstützung der umzugsbereiten älteren Menschen sind vor dem Hintergrund der zunehmenden Singularisierung und nachlassender körperlicher Kräfte geeignete Hilfen und Angebote wie Beratungs- und Betreuungsmöglichkeiten beim Umzug, Umzugsmanagement und Integrationshilfen für neu Zugezogene entwickelbar und z.T. bereits umgesetzt worden. Das Umzugsmanagement spürt dabei Tauschinteressen von älteren Menschen, die ihre zu groß gewordene gegen eine kleinere, besser gelegene und altengerechte Wohnung auswechseln möchten, auf und gewährt Umzugshilfen für die älteren Mieter.

Ohne die Bereitschaft, auch eigene Mittel dafür einzusetzen, kann ein professionelles Angebot an wohnungsbegleitenden Dienstleistungen kaum gewährleistet werden. Repräsentative Untersuchungen zur Frage, in welchem Maße die ältere Menschen bereit und in der Lage sind, für die Inanspruchnahme wohnungsnaher Dienstleistungen selbst zu zahlen, zeigen folgendes Bild (vgl. Heinze et al. 1997): Mehr als die Hälfte der befragten Personen im Alter zwischen 55 und 75 Jahren äußern eine grundsätzliche Zahlungsbereitschaft. Ein Viertel hat über diese Frage noch nicht nachgedacht und stellt somit ein noch nicht erschlossenes Potenzial dar. Bezogen auf die Höhe der Mittel lässt sich festhalten, dass die Befragten fast 10 % ihres Haushaltseinkommens für wohnungsnaher Dienstleistungen verwenden wollen, wenn sie diese Dienste benötigen. Hierbei zeigen sich u.a. insofern Differenzierungen, als dass Wohneigentümer – unabhängig von dem Haushaltseinkommen – viel eher zur Eigenfinanzierung bereit sind. Dies begründet sich vor allem darin, dass der ohnehin stark ausgeprägte Wunsch nach Verbleib in den eigenen vier Wänden durch Eigentum noch zusätzlich verstärkt wird.

Die Wohnungsunternehmen selbst können durch ein entsprechendes Engagement ihren Kundenkreis erheblich ausbauen und die Kundenorientierung von Wohnangeboten sowie die Angemessenheit und Akzeptanz von wohnbegleitenden Dienstleistungen deutlich verbessern. Im Abgleich mit den sozialen Erfordernissen sowie den technischen und marktgegebenen Möglichkeiten scheinen dabei noch erhebliche Spielräume ungenutzt. 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.

Gesundheitsbezogene Dienstleistungen

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. Ernährungs-

beratung, altersgerechte Fitness- und Sportangebote und medizinische Vorsorge gewinnen bereits jetzt als präventive Maßnahmen erheblich an Bedeutung.

So bietet sich die Verknüpfung zu stärker „konsum- und genussorientierten“ Dienstleistungen an (vgl. hierzu IAI/IFG 1998). 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. 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).

Ausbau und Qualifizierung von Fachberatung

Wegen der Komplexität und Multidimensionalität von Bedarfslagen älterer Menschen im sozialen Bereich, der gewachsenen Intransparenz auf Träger- und Angebotsseite sowie aufgrund neuer Regelungen in der Kostenträgerschaft besteht bei vielen älteren Menschen ein hoher Beratungs- und Informationsbedarf, der nur durch Fachkräfte abgedeckt werden kann (vgl. Naegele 1997, Backes, Clemens 1998). Hinzu kommt Beratungsbedarf in alterstypischen Krisensituationen, beispielsweise bei häuslicher Pflege oder bei Generationenkonflikten in der Familie. Generell besteht ein erhöhter Beratungsbedarf bei den so genannten Problemgruppen, wie älteren Ausländern, alleinlebenden Frauen, Einkommensschwachen oder Hilfe- und Pflegebedürftigen.

Vor allem zugehende Beratungsdienste sowie ein dezentrales beziehungsweise kleinräumig vorgehaltenes Angebot sind gefordert, das nicht nur Fachberatung, sondern auch Fachvermittlung (vor allem von selbständigkeitsfördernden Diensten) sowie psychosoziale Beratungsangebote und Hilfen umfassen sollte. In vielen Städten und Gemeinden gibt es mittlerweile so genannte Altenberatungs- oder Servicestellen, die diese Aufgaben übernehmen. Ein flächendeckendes Angebot ist allerdings noch längst nicht gegeben. Denkbar ist dabei auch ein zusätzliches Angebot für Ältere innerhalb der bestehenden Verbraucherberatungsstellen.

Soziale Dienste für ältere Migranten

Die wachsende Zahl der älteren Migranten wird künftig einen zusätzlichen Dienstleistungsbedarf nach sich ziehen. Die Ge-

samtzahl der älteren Migranten soll bis zum Jahr 2010 auf etwa 1,3 Mio. anwachsen, das werden 6,4 % der über 60-Jährigen insgesamt sein (Deutscher Bundestag 1994). Entgegen einer weit verbreiteten Annahme ist für die ausländische Altenbevölkerung nicht unbedingt typisch, dass Altern im Familienverbund erfolgt und die notwendigen Dienstleistungen über diese sozialen Netzwerke abgedeckt werden. Schon der hohe Anteil Alleinstehender unter den älteren, insbesondere männlichen Migranten (vgl. Tews 1996) setzt hier Grenzen. Auch wenn ältere Migranten nicht per se als Problemgruppe angesehen werden können, so weisen sie im Vergleich zur deutschen Bevölkerung doch verstärkt negative Lebenslagemerkmale wie z. B. durchschnittlich schlechtere Gesundheits- und Wohnbedingungen auf (vgl. im Überblick Clemens/ Backes 1999; DZA 1998).

Im Prinzip benötigen ältere Migranten ähnliche soziale Dienste wie ältere Deutsche auch, wobei die Arbeitsansätze und Konzepte an den jeweiligen kulturellen und religiösen Hintergrund angepasst werden müssen (Naegele 1997). In der Praxis sind dabei sowohl ethnisch-spezifische Lösungen als auch zielgruppenorientierte Erweiterungen bestehender Angebote im pflegerischen, psycho-sozialen und beraterischen Bereich entwickelt worden (vgl. Olbermann/ Dietzel-Papakriakou 1996)

Durch die Ausrichtung sozialer Dienste auf die Klientel der älteren Ausländer können positive Arbeitsmarkteffekte erzielt werden (vgl. hierzu und im Folgenden Gerling, 1999). Insbesondere für bilinguale bzw. bikulturelle Migranten der zweiten oder dritten Generation können mit Hilfe entsprechender (Aus)bildungspolitik zusätzliche Qualifikationen geschaffen werden, die sie für das Arbeitsfeld „soziale Dienste für ältere Ausländer“ prädestinieren würden. Auch die Ausweitung des ethnischen Unternehmertums kann für diesbezügliche soziale Dienstleistungen genutzt werden. Allerdings sind bedarfsgerechte soziale Dienstleistungen - für ältere Migranten ebenso wie für andere Zielgruppen - nicht ausschließlich an einem möglichst hohen Grad der Qualifizierung der Erbringer gebunden, sondern auch niedrigqualifizierte Dienstleistungsangebote können einen Beitrag zum Erhalt der selbständigen Lebensführung beitragen.

Um die entsprechenden Potenziale bei der Schaffung entsprechender Dienstleistungen nutzen zu können, werden mit Blick auf ausländische Erfahrungen u.a. folgende Handlungsschritte empfohlen (vgl. Gerling a.a.O.):

- Einbindung und Konsultation ethnischer Minderheitengruppen, z. B. durch Einbeziehung ausländischer Vereine oder relevanter Institutionen,
- Stärkung der Nutzerorientierung und -beteiligung, z. B. durch Nutzerbefragungen und Einbeziehung in das Management entsprechender Dienste,
- Verbesserung der Kooperation zwischen staatlich-kommunalen Stellen, privatwirtschaftlichen Initiativen und ehrenamtlichen Diensten und
- Entwicklung von bedarfsgerechtem Informationsmaterial und Einbeziehung von Übersetzungsdiensten.

7 Ausblick

Für die Entwicklung des Arbeitsmarktes ergeben sich aus der demografischen Entwicklung eine Vielzahl positiver Implikationen. Sollen die Chancen im Hinblick auf Zuwächse an Lebensqualität, Arbeit und Wettbewerbsfähigkeit genutzt werden, so wird es erforderlich sein, den weitreichenden und differenzierten Konsequenzen dieses Trends verstärkte Auf-

merksamkeit zu widmen. Die Chancen, die mit dem Altern der Gesellschaft für neue Dienstleistungen verbunden sind, werden sich nicht von selbst ergeben. Es ist hierzu eine aktive Dienstleistungspolitik erforderlich, und über die demografische Entwicklung hinaus wird es auch wesentlich von politischen und unternehmerischen Strategien abhängen, in welchem Umfang das Beschäftigungspotenzial ausgeschöpft werden kann.

Dienstleistungen für ältere Menschen müssen dabei insgesamt gezielter und kundenorientierter entwickelt werden. Hierbei sind sowohl staatliches als auch privatgewerbliches Engagement und die Stärkung der Kooperationsbezüge zwischen beiden Akteursebenen gefordert. Auf privatwirtschaftlicher Ebene sind dabei Akteure wie Wohnungswirtschaftsunternehmen, Touristikdienstleister u.a. aufgefordert, sich der Zielgruppe älterer Menschen verstärkt zu öffnen. Ob hierbei eine spezielle Ausrichtung auf ältere und Ansprache der älteren Menschen oder vielmehr eine sehr viel stärkere Einbeziehung der Bedürfnisse und Präferenzen älterer Menschen in bestehende Angebote und die Erweiterung derselben sinnvoll ist, ist abhängig von der konkret angesprochenen Gruppe innerhalb der Altenpopulation und dem jeweiligen Angebot. Ältere lehnen allerdings in den meisten Fällen für sie zusammengestellte Produkte und Angebotskonzeptionen ab, die eine primär defizitorientierte Ausrichtung aufweisen.

Eine weitere wichtige Voraussetzung für die Nutzung der Beschäftigungspotenziale für Dienstleistungen für ältere Menschen bilden adäquate Qualifizierungsmodelle für potenzielle Mitarbeiter, um entsprechende soziale und fachliche Kompetenzen zu erwerben und die entsprechende Servicequalität für ältere Menschen liefern zu können. Hierbei sind sowohl die Betriebe, als auch (öffentliche) Weiterbildungsträger aufgerufen, entsprechende Konzepte zu entwickeln und Schulungsmaßnahmen durchzuführen. Ansatzpunkte dazu in den Bereichen Tourismus und Fachberatungsdienste für ältere Migranten konnten bereits aufgezeigt werden. Es gilt dabei zu berücksichtigen, dass z.T. hochqualifizierte Fachkräfte gewonnen werden müssen, aber auch viele Arbeitsplätze für eher niedrigqualifizierte Tätigkeiten und damit jeweils sehr unterschiedliche Qualifizierungsbedarfe entstehen.

Politik und Wissenschaft können dabei insgesamt als Ideengeber fungieren und überbetriebliche Innovationspartnerschaften anregen, moderieren und (finanziell) unterstützen. Damit kann für private Dienstleistungsanbieter das anfängliche Risiko beim Aufbau von Angeboten verringert und das vorhandene Wissen über Interessen, Bedürfnisse und Handlungsweisen älterer Menschen genutzt bzw. vertieft werden. Politik und Wissenschaft können gezielt auf arbeitsmarkt- und altpolitisch relevante Bereiche aufmerksam machen und bestehende Kooperationshemmnisse zwischen wohlfühllichen und privaten Akteuren überwinden helfen. Entsprechende Konzepte und Modellansätze – z. B. in Form des Aufbaus von Kompetenz-, Kooperations- und Entwicklungszentren – sollten gezielt gefördert werden.

Neben dem verstärkten privatwirtschaftlichen Engagement und der Anreizfunktion der staatlichen Dienstleistungspolitik ist allerdings auch eine gleichzeitige Teilverrechtlichung solcher sozialen Dienste für ältere Menschen notwendig, die bislang nicht über die Sozialversicherungen abgedeckt sind – wie zum Beispiel die hauswirtschaftlichen Dienste. Zwar spricht angesichts der veränderten Einkommensverhältnisse prinzipiell nichts gegen eine verstärkte Eigenbeteiligung der Nutzer. Längst nicht alle älteren Menschen sind aber in der Lage, die Kosten für (soziale) Dienste teilweise oder voll-

ständig zu tragen. Um inakzeptable soziale Verteilungseffekte zu verhindern, ist aber eine soziale Komponente notwendig, die im Bedarfsfall auch eine völlig kostenfreie Nutzung zulassen muss. Ziel muss es sein, die relative Benachteiligung zu überwinden, der die nicht verrechtlichten sozialen Dienste insbesondere im Verhältnis zu den durch die Versicherungssysteme finanzierten Dienste unterliegen. Auch hier gilt zu beachten, dass dadurch beträchtliche einzel- und gesamtwirtschaftliche Nachfrage entsteht und somit Arbeitsplätze geschaffen bzw. gesichert werden.

Abschließend sei darauf verwiesen, dass es für die Nutzergruppe der älteren Menschen auch geeigneter Maßnahmen bedarf, um (soziale) Dienstleistungsangebote transparenter, vergleichbarer und qualitätsvoller zu gestalten (Naegele 1999). Dies ist erforderlich, damit ältere Kundinnen und Kunden sich auf diesem Markt orientieren können und sich nicht mit fragwürdigen Niedrigstandard-Angeboten zufrieden geben müssen. 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, Beschäftigung und Wirtschaft nicht in eine unproduktive Schieflage geraten, so werden Fragen des Verbraucherschutzes im Bereich von Produkten und Dienstleistungen für ältere Menschen künftig die ihnen angemessene Aufmerksamkeit entgegengebracht werden müssen. Darüber hinaus sind die jeweiligen Dienstleistungsanbieter aufgefordert, durch ein systematisches Qualitätsmanagement auch selber dafür zu sorgen, dass ihre Leistungsangebote kundenorientiert erbracht werden.

Literatur

- Adam, C. (1995): Hausnotruf-Dienste in Nordrhein-Westfalen. Bestandsaufnahme – Konzeptionen – Empfehlungen. Düsseldorf: Ministerium für Arbeit, Gesundheit und Soziales des Landes Nordrhein-Westfalen.
- Artho, Sigrid (1996): Auswirkungen der Überalterung im Tourismus: Alter als Chance für die Reiseveranstalter. Bern, Stuttgart, Wien.
- Backes, G./ Clemens, W. (1998): Lebensphase Alter. Eine Einführung in die sozialwissenschaftliche Altersforschung. Weinheim, München: Juventa
- Badura, B. (1995): Gesundheitsdienstleistungen im Wandel. In: Bullinger, H.-J. (Hrsg.), Dienstleistung der Zukunft. Märkte, Unternehmen und Infrastrukturen im Wandel. Wiesbaden: Gabler, S. 183 - 190
- Bandemer, S. von/ Hilbert, J./ Schulz, E. (1998): Zukunftsbranche Gesundheit und Soziales? Szenarien und Ansatzpunkte der Beschäftigungsentwicklung bei gesundheitsbezogenen und sozialen Diensten. In: G. Bosch, (Hrsg.): Zukunft der Erwerbsarbeit. Strategien für Arbeit und Umwelt. Frankfurt am Main, New York: Campus, S. 412 - 435.
- BMFSFJ (Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend) (1998): Zweiter Altenbericht. Wohnen im Alter. Bonn: Eigenverlag.
- Born, Andreas/ Hübner, Michael (1999): Senioren – eine relevante Zielgruppe für den Tourismussektor. Graue Reihe des Instituts Arbeit und Technik (i. E.).
- Bruns, U./ Hilbert, J./ Scharfenorth, K. (1999): Technik und Dienstleistungen für mehr Lebensqualität im Alter – Ansätze und Gestaltungsorientierungen. In: Zeitschrift für Sozialreform, Jg. 45, Heft 5, S. 369 - 382.

- Deutscher Bundestag (1994): Erster Zwischenbericht der Enquete-Kommission „Demographischer Wandel – Herausforderungen unserer älter werdenden Gesellschaft an den einzelnen und die Politik“. Bundestagsdrucksache 12/7876.
- Deutscher Bundestag (1998): Zweiter Zwischenbericht der Enquete-Kommission „Demographischer Wandel – Herausforderungen unserer älter werdenden Gesellschaft an den einzelnen und die Politik“. Bundestagsdrucksache 13/11460.
- Deutsche Gesellschaft für Freizeit (Hrsg.) (1996): Freizeit in Deutschland 1996. Aktuelle Daten und Grundinformation. Jahrbuch. Erkrath.
- DZA (Deutsches Zentrum für Altersfragen) (Hrsg.) (1998): Wohnverhältnisse älterer Migranten. Frankfurt/Main: Campus.
- Euler, M. (1990): Ausgaben privater Haushalte für Freizeitgüter. In: *Wirtschaft und Statistik*, Nr. 3: 219 - 227.
- Friedrich, K. (1994): Wohnortwechsel im Alter. Aktuelle Ergebnisse geographischer Mobilitätsforschung im vereinten Deutschland. In: *Zeitschrift für Gerontologie*, 27, S. 410 - 418.
- EU-Kommission (1999): Das fünfte Rahmenprogramm 1998 - 2002. Arbeitsprogramm 1999. Brüssel: EU-Kommission.
- Friedrich-Ebert-Stiftung (Hrsg.) (1997): Wachstumsmotor Alter(n): Lebensstile – Kaufkraft – Konsum. Bonn: Eigenverlag.
- Gerling, V. (1999): Soziale Dienstleistungen für ältere Angehörige ethnischer Minderheiten. Erfahrungen und Handlungsansätze aus Leeds, Großbritannien. In: J. Hilbert, G. Naegele (Hrsg.), *Qualifizierte Dienstleistungen. Internationale Erfahrungen und Herausforderungen für den Strukturwandel im Ruhrgebiet*. Münster: Lit-Verlag, im Erscheinen.
- Heinemann, H. (1999): Technik und Dienstleistungen für mehr Lebensqualität im Alter – Das Beispiel Hausnotrufdienste in England. In: J. Hilbert, G. Naegele (Hrsg.), *Qualifizierte Dienstleistungen. Internationale Erfahrungen und Herausforderungen für den Strukturwandel im Ruhrgebiet*. Münster: Lit-Verlag, im Erscheinen.
- Heinze, R. G./ Eichener, V./ Naegele, G./ Bucksteeg, M./ Schauerte, M. (1997): Neue Wohnung auch im Alter. Folgerungen aus dem demographischen Wandel für Wohnungspolitik und Wohnungswirtschaft. Darmstadt: Schader-Stiftung.
- Hilbert, J./ Scharfenorth, K. (1998): Besser als ihr Ruf – Ausbildung im Dienstleistungssektor und ihre Perspektiven. In: G. Bosch (Hrsg.), *Zukunft der Erwerbsarbeit. Strategien für Arbeit und Umwelt*. Frankfurt am Main, New York: Campus, S. 436 - 457
- IAT, IFG (Institut für Arbeit und Technik, Institut für Gerontologie) (1999): Memorandum „Wirtschaftskraft Alter“. Düsseldorf: Ministerium für Arbeit und Soziales, Stadtentwicklung, Kultur und Sport (in Druck).
- Klopping, B./ Siebertz, K./ Neubauer, E. (1999): Fakten und Felder der freien Seniorenarbeit. Ältere Menschen in Deutschland. Bonn: BAGSO.
- Klose, H.-U. (Hrsg.): *Altern hat Zukunft. Bevölkerungsentwicklung und dynamische Wirtschaft*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Leimer, Sigrid (1997): Seniorenreisen. Ansprüche, Angebote, Nachfragen – eine Marktübersicht. In der Reihe Thema des Kuratoriums Deutsche Altershilfe, Nr. 127.
- Mayer, K.-U.; Wagner, M. (1996): Lebenslagen und soziale Ungleichheit. In: K.-U. Mayer, P.B. Baltes (Hrsg.), *Die Berliner Altersstudie*. Berlin: Akademie-Verlag, S. 251 - 275.
- MAGS (Ministerium für Arbeit, Gesundheit und Soziales des Landes Nordrhein-Westfalen) (1997): *Qualitätssicherung durch Beratung in der Pflege*. Düsseldorf: Eigenverlag.
- MAGS (Ministerium für Arbeit, Gesundheit und Soziales des Landes Nordrhein-Westfalen) (1998): *Älter werden in NRW*. Düsseldorf: Eigenverlag.
- Münnich, M. (1997): Zur wirtschaftlichen Lage von Ein- und Zweipersonenrentnerhaushalten – Ergebnisse der Einkommens- und Verbrauchsstichprobe 1993. In: *Wirtschaft und Statistik*, 2/1997, S. 120 - 135.
- Motel, A./ Szydlík, M. (1999): Private Transfers zwischen den Generationen. In: *Zeitschrift für Sozialreform* 28 (in Druck)
- Naegele, G./ Tews, H.-P. (Hrsg.) (1993): *Lebenslagen im Strukturwandel des Alters*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Naegele, G. (1997): Altern schafft Bedarf. Neue Märkte und Berufe. In: *DIFF (Deutsches Institut für Fernstudienforschung) (Hrsg.), Funkkolleg Altern, Studienbrief 7, Studieneinheit 19, S. 4 - 33*. Tübingen, DIFF.
- Naegele, G. (1999): Vom Dreieck zum Pilz. Der demographische Wandel in Deutschland und seine sozial- und verbraucherpolitischen Herausforderungen. In: *agv-forum*, 3, S. 4 - 15.
- Olbermann, E./ Dietzel-Papakyriakou, M. (1996): Entwicklung von Konzepten und Handlungsstrategien für die Versorgung älter werdender und älterer Ausländer. Forschungsbericht Nr. 253 aus der Reihe Sozialforschung des Bundesministeriums für Arbeit und Sozialordnung (BMA). Bonn.
- Opaschowski, H. W. (1998): *Leben zwischen Muß und Muße. Die ältere Generation: Gestern. Heute. Morgen*. Hamburg: Germa Press.
- Opaschowski, H. W. (1999): Zwischen Kaufkraft und Konsumkompetenz – die neuen Senioren, *agv-forum*, 3, S. 16 - 22.
- Pro Alter 2, 96: WHO-Altenplan für den Sport fordert mehr Aktivität. „Das Ziel ist Spaß“. S. 20 - 22.
- Reiseanalyse der Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen (F. U. R.) (1998): *Maria. Seniorentourismus*. Hamburg (13. 01. 99).
- Ristau, M./ Mackroth, P. (1993): Produktivität eines neuen Alters: Lebensziele, Märkte und Produkte. In: Klose, H.-U. (Hrsg.): *Altern hat Zukunft. Bevölkerungsentwicklung und dynamische Wirtschaft*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Roloff, J. (1996): *Alternde Gesellschaft in Deutschland. Eine bevölkerungsstatistische Analyse*. In: *Aus Politik und Zeitgeschichte*, B35/96, S. 3 - 11.
- Schmähl, W. (1997): *Einkommen im Alter - Woher kommt es, wohin geht es?* In: Friedrich-Ebert-Stiftung (Hrsg.), *Wachstumsmotor Alter(n): Lebensstile – Kaufkraft – Konsum*. Bonn, Eigenverlag, S. 29 - 48.
- Schweikart, R. (1998): Chancen und Risiken der Informationsgesellschaft für SeniorInnen. In: Erkert, T.; J. Salomon (Hrsg.), *Seniorinnen und Senioren in der Wissensgesellschaft*, Bielefeld, Kleine Verlag, S. 91 - 94.
- Statistisches Bundesamt (1995). *Die Zeitverwendung der Bevölkerung. Ergebnisse der Zeitbudgeterhebung 1991/92*. 4 Bände. Band II: Allgemeiner Überblick. Wiesbaden.
- StBa (Statistisches Bundesamt) (1993): *Einkommens- und Verbrauchsstichprobe 1993*.
- StBa (Statistisches Bundesamt) (1997): *Bevölkerung und Erwerbstätigkeit, Reihe 3, Haushalte und Familien*. Stuttgart: Metzler-Poeschl.
- StBa (Statistisches Bundesamt) (1999): *Einkommens- und Verbrauchsstichprobe 1998*.
- StBa (Statistisches Bundesamt) (1998): *Gesundheitsbericht für Deutschland*. Stuttgart: Metzler-Poeschl.
- StBa (Statistisches Bundesamt) (1998b): *Statistisches Jahrbuch für die Bundesrepublik Deutschland 1998*. Wiesbaden.
- SVRKAiG (Sachverständigenrat für die Konzertierte Aktion im Gesundheitswesen) (1996): *Gesundheitswesen in Deutschland - Kostenfaktor und Zukunftsbranche. (Band II: Fortschritt und Wachstumsmärkte, Finanzierung und Vergütung)*. Bonn: Vervielfältigung.
- Tews, H.-P. (1996): Von der Pyramide zum Pilz. Demographische Veränderungen in der Gesellschaft. In: *DIFF (Deutsches Institut für Fernstudienforschung) (Hrsg.), Funkkolleg Altern, Studienbrief 2, Studieneinheit 4, S. 4 - 33*. Tübingen: DIFF.
- Tokarski, W. (1998): Alterswandel und veränderte Lebensstile. In: W. Clemens, G. Backes (Hrsg.), *Altern und Gesellschaft. Gesellschaftliche Modernisierung durch Altersstrukturwandel*. Opladen: Leske + Budrich, S. 109 - 121.