

Christa Grawert-Wagner  
[Christa\\_grawert@yahoo.com](mailto:Christa_grawert@yahoo.com)

## Marktfaktor alter Mensch

### Neues für Journalisten?

„Wir wollen die Lebensqualität steigern und die Kaufkraft älterer Menschen mobilisieren.“ So eindeutig definierte Gudrun Neumann vom nordrheinwestfälischen Ministerium für Generationen, Familie, Frauen und Integration (MGFFI) die Aufgaben ihres Ministeriums. Zum Seminar „Seniorenwirtschaft – Die alternde Gesellschaft, neue Themen für die journalistische Berichterstattung“ hatte jetzt die Friedrich-Ebert-Stiftung geladen. Rund 30 Journalisten aus dem Bundesgebiet wurden stolz die Bemühungen des westlichen Bundeslandes zur Erschließung des potentiellen Seniorenmarktes dargelegt. Zugrunde liegt die Erkenntnis: „Was für die Älteren gut ist, ist auch für andere Gruppen gut.“ Barrierefreie Gebäude und Wohnungen wüssten schließlich auch Mütter mit Kinderwagen zu schätzen.

#### **Bekanntes verknüpfen**

Teilweise wurde Altbekanntes aufgetischt. Denn wer - und insbesondere kritische Journalisten – kennt nicht den viel zitierten demographischen Wandel und seine Folgen? Bei allem Informationsangebot wurde deutlich, dass Ansätze für eine neue Alter(n)skultur bisher spärlich sind. Durchaus nachahmenswert ist beispielsweise eine Kooperation von Handwerkern in Dortmund („Ein Team für alle Fälle“). Ein europaweites Projekt zu quartiersbezogenen Netzwerken, die „Silberdienste“, werden über das EU-Programm „Equal“ gefördert. Das Innovative liege oft in der Verknüpfung vorhandener Angebote. Es müssten bezahlbare, professionelle Dienstleitungen ausgerichtet auf das jeweilige Quartier etabliert werden, hieß eine Schlussfolgerung.

#### **Europa und die Welt**

Auch auf internationaler Ebene bemüht man sich um eine altengerechte Welt. Hinter dem Namen „Silver Economy Network of European Regions – SEN@er“ steht ein europaweites Netzwerk, in dem sich bisher 16 europäische Regionen (Nordrhein-Westfalen, Andalusien, das Burgenland und weitere) zusammengeschlossen haben. Ziele seien Aufmerksamkeit schaffen für die Anliegen der alternden Gesellschaft, Erfolge austauschen und Lobbyarbeit. Die Aktionsfelder reichen von Produktgestaltung bis hin zur Gesundheit, Finanzservice und Kommunikation. Darüber hinaus gibt es die Initiative der Weltgesundheitsorganisation (WHO) „Age-Friendly Cities“ von derzeit weltweit 30 Städten und Regionen. Die thematischen Schwerpunkte: haushaltsnahe Dienstleistungen, Kultur und Partizipation.

#### **Die Welt von Morgen**

Wenn die meisten Anregungen für die alternde Gesellschaft umgesetzt sind, sind dann die Generationenprobleme gelöst? Referenten und Diskussionsleitnehmer waren sich einig, dass die jetzigen 60- bis 75-Jährigen durchweg auf ein gut gepolstertes Ruhekitzen vertrauen könnten. Allerdings sei es eine Frage nach den Lebensentwürfen, wie das soziale derzeitige Miteinander von den Generationen gelebt werde. Wie gehe ich mit den Eltern, Großeltern um? Bin ich im Bedarfsfall dazu bereit, meine nächsten Angehörigen zu pflegen? Fragen, die mit steigender Zahl der Single-Haushalte immer aktueller würden. Außerdem ergäben sich neue gesellschaftspolitische Aufgaben aus der Situation der jetzigen 40-Jährigen. Denn eins sei gewiss: Für ihr Alter müssten diese heute schon vorsorgen.

**Links:**

[www.empirica.com](http://www.empirica.com)

[www.silberdienste.de](http://www.silberdienste.de)

[www.silvereconomy-europe.org](http://www.silvereconomy-europe.org)

[www.seniorenwirt.de](http://www.seniorenwirt.de)

[www.mgffi.nrw.de](http://www.mgffi.nrw.de)

[www.leg-nrw.de](http://www.leg-nrw.de)