



Günther W., 71 Jahre, arbeitete früher als Bauingenieur.

# Eine Stadt mit Lachfalten

**ARNSBERG** Wo man den demografischen Wandel als Chance, nicht als Risiko begreift. Ein Besuch.

Mit Glenn Miller kriegt er sie immer. Wenn Herbert Kramer beim Tanztanz auf seinem Keyboard den Swingklassiker „In the mood“ anstimmt, gibt es kein Halten mehr im Arnsberger Altenpflegeheim Klostereichen. Dann wird richtig gerockt – was die alten Beine, die Stimmbänder und die Rollstühle so hergeben. „Oder Lili Marleen“, erzählt Kramer, der das R so wunderbar sauerländisch rollt, „das können die alle mitsingen.“ Jetzt schiebt er sein weißes Baseball-Cap, das ihn in der Kombination mit dem hell gemusterten, akkurat gebügelten Hemd ein wenig nach Florida Beach und Sun City aussehen lässt, aus dem Gesicht und nippt an seinem dampfenden Kaffee. Direkt aus dem Seniorenbeirat ist er in den „Wendepunkt“, das Zentrum der Arnsberger Seniorenarbeit gekommen, um mit Gleichgesinnten die derzeit laufenden Projekte zu besprechen.

**Pionier in Deutschland** Soweit, so normal. Umtriebige, engagierte Senioren, die sich um ihre Stadt bemühen, sich einbringen, ja manchmal aufdrängen, und für die Sätze wie „Man ist so alt wie man sich fühlt“ kei-

ne hohlen Phrasen sind, gibt es viele – nahezu allerorts.

Was Arnsberg zu etwas Besonderem macht, zu einem Pionier in Deutschland, zum Vorbild für andere Städte und Gemeinden, ist die Idee hinter dem Engagement: den demografischen Wandel als Chance nutzen und nicht als Gefahr sehen. Was fast zu schön klingt, um wahr zu sein, und auch ein bisschen weltfremd, wird in Arnsberg nicht nur sloganhaft verkündet, sondern gelebt. Aus der Idee ist ein durchdachtes Konzept, man nennt es hier ein „strategisches Stadtentwicklungsthema“, geworden. 2004 zeichnete die Robert-Bosch-Stiftung Arnsberg dafür mit dem Otto-Mühl-schlegel-Preis für beispielhafte Seniorenarbeit und -politik aus. Der Tanztanz von Senioren mit Alleinunterhalter Herbert, Anni Künkenrenken und anderen Ehrenamtlichen, die mit den Alten tanzen oder dies – so gut es eben mit einem Rollstuhl geht – zumindest versuchen, ist eines dieser Projekte. Es ist so erfolgreich und tut den Senioren so gut, dass auch ein anderes

**Ein neues Bild vom Alter ist nötig, das an Fähigkeiten ansetzt, nicht an Defiziten.**

Hans-Josef Vogel

Pflegeheim gerne regelmäßig einen solchen Nachmittag veranstalten möchte. Das freut Kramer und seine Mitstreiter sehr – nur zeitlich könnte es bei dem 78-Jährigen etwas schwierig werden. Schließlich geht er auch regelmäßig in eine Förderschule für emotionale Entwicklung, spielt, bastelt, baut dort mit den Schülern oder zaubert ihnen etwas vor. Besonders schwierige Schüler betreut er als Pate. Außerdem arbeitet er bei der Seniorenzeitung „Sicht“. Er sei teilweise so viel unterwegs, erzählt der umtriebige Senior, dass er daheim kaum mit der Hausarbeit „beikommt“, wie man hier sagt.

Ähnlich geht es Anni und Uwe Künkenrenken. „Wir sehen uns nur, wenn wir ein Projekt gemeinsam machen“, scherzt sie, die – ganz Dame – nicht verraten will wieviel älter als 60 sie ist, die mit „den Alten“ und Demenzkranken nicht nur tanzt, sondern auch regelmäßig kegelt. Uwes Blick macht deutlich, dass der Witz gar nicht so weit von der Realität entfernt ist. Der wichtigste politische Kämpfer für die besondere Mentalität ist Hans-Josef Vogel,

erst Stadtdirektor und seit 1999 erster hauptamtlicher Bürgermeister der 80.000-Einwohnerstadt im Hochsauerlandkreis. Er hat in Arnsberg eine Perspektive für den demografischen Wandel geschaffen, die er selbst vom sozialwissenschaftlichen Institut für Wirtschaft und Gesellschaft mitgebracht hat. Ende der 1970er-Jahre hat der Jurist Vogel dort mit Kurt Biedenkopf und Meinhard Miegel gearbeitet. Das hat geprägt, sagt er heute. So sehr, dass er eine städtische Zukunftsforschung eingerichtet hat – als Stabsstelle direkt dem Stadtoberhaupt unterstellt. „Wir müssen Kinder stark machen, die Wirtschaft neu strukturieren und zukunftsfähige Arbeitsplätze schaffen. Und wir müssen ein völlig neues Bild vom Alter entwickeln, das an den Fähigkeiten ansetzt und nicht an den Defiziten“, beschreibt er die Leitlinien seiner Politik. Um all dies, um Stadtentwicklung und „Zukunft Alter“, kümmern sich die drei Mitarbeiter der Zukunftsforschung, kommunale Angestellte. Alles, was mit der Zukunft der Stadt und ihrer Menschen zu tun hat, kön-

nen so gebündelt und ressortübergreifend gebunden bearbeitet werden, schildert Marita Gerwin, Sozialpädagogin und Leiterin der Fachstelle „Zukunft Alter“ in der Zukunftsforschung. „Wir schaffen die Plattform für die Menschen, die sich in unserer Stadt engagieren, und motivieren zum Mitmachen.“ Wie viele Menschen das sind? In wie vielen Projekten? Marita Gerwin, die hellblonde Frau mit der energischen Stimme und dem einnehmenden Lachen, schüttelt mit dem Kopf. „Das kann ich nicht sagen. Es sind unüberschaubar viele.“ Teil der Plattform ist zum Beispiel der regelmäßige Treff im „Wendepunkt“, dem Sitz der Alters-Fachstelle. Kennenlernen sollen sich die Engagierten auf diesen Treffen, von ihren Projekten erzählen, Probleme diskutieren, Ideen austauschen und Netzwerken, Netzwerken und nochmals Netzwerken. So wie Doro Müller. Sie hat an ihrer Schule, einem Berufskolleg, die „Akademie 6 bis 99“ initiiert. Die Idee: gemeinsames, generationsübergreifendes, lebenslanges Lernen. Samstags alle sechs Wochen

finden Vorträge zu Themen wie „Vom Milchzahn bis zur Prothese“ oder „Warum tut Sport gut?“ statt. Mal kommen 40 oder 50, mal mehr als 100 Menschen. Oder Lothar Molin, 68, pensionierter Ingenieur. Er ist regelmäßiger Gast in der Kindertagesstätte Entenhausen, erklärt den Kindern am Papiermodell wie man Brücken baut oder warum Wasser wie eine Lupe wirkt, wenn man durchschaut. Oder Karin Pawlak, die ein Mal pro Woche kostenlos Yoga für Senioren anbietet, oder Marietheres Ernst, 69, die mit Demenzkranken malt, oder, oder, oder...

**Wir schaffen die Plattform für die Menschen, die sich engagieren.**

Marita Gerwin

**Alter(s)vergessen** Die Meisten an diesem Montagmorgen beim Netzwerktreffen sind selbst älter als 60 Jahre – aber alt, alt fühlt sich hier niemand. Denn sie haben verstanden: Wenn ich mich für andere, für meine Stadt engagiere, tue ich ganz viel für mich selbst – soviel, das man darüber das eigene Alter fast vergisst. Ein besseres Mittel gegen die Folgen des demografischen Wandels kann es wohl kaum geben. Sebastian Hille

Der Autor ist Volontär bei „Das Parlament“

Mehr unter: [www.arnsberg.de](http://www.arnsberg.de), [www.bertelsmann-stiftung.de](http://www.bertelsmann-stiftung.de)

## Supermarktregale mit Lupen

**KONSUM** Die Alten sind die Zielgruppe der Zukunft. Die Wirtschaft reagiert allmählich darauf.

„Das Alter hat zwei große Vorteile: Die Zähne tun nicht mehr weh, und man hört nicht mehr all das dumme Zeug, das ringsum gesagt wird.“ Der Dramatiker George Bernard Shaw konnte dem Alterwerden nur wenig, wenn auch nicht unbedeutende Vorzüge abgewinnen. Kein Wunder: Lange beschränkten sich die Produkte, die die Wirtschaft für ihre älteren Kunden bereithielt, auf leckere Seniorenteller, wohlthuende Heizdecken und praktische Treppenlifte.

Doch damit ist es nun vorbei: Industrie und Handel haben erkannt, wie wichtig die über 50-Jährigen für ihren Umsatz sind und dass diese Zielgruppe heute anders angesprochen werden muss als noch vor zehn Jahren. Ob Finanzbranche, Tourismusindustrie oder Dienstleister – alle versuchen, sich auf den demografischen Wandel einzustellen und ihr Angebot darauf abzustimmen. Im Jahr 2035 wird fast jeder zweite Deutsche älter als 50 Jahre sein. Der Anteil der über 65-Jährigen am Gesamtverbrauch wächst von bisher 18 auf 26 Prozent. Schon heute verfügen die über 60-Jährigen über eine immense Kaufkraft: Mit 316 Milliarden Euro jährlich bestreiten sie fast ein Drittel der Gesamtausgaben für den privaten Konsum. Dass dies eine Herausforderung für die Zukunft ist, hat auch Bundesfamilienministerin Ursula von der Leyen (CDU) erkannt. Mitte Juli stellte sie eine Studie der Unternehmensberatung Roland Berger vor, in der die Älteren als wichtigste Zielgruppe der

kommenden Jahre ausgemacht werden. „Deutschland kann es sich nicht leisten, diesen wachsenden Zukunftsmarkt der Senioren mit enormer Kaufkraft anderen zu überlassen“, stellt die Ministerin fest. Sie hätten „das Zeug zu einem Wirtschaftsmotor“. Aber: Noch stecke der Seniorenmarkt „in den Kinderschuhen“. Deshalb hat das Ministerium das Projekt „Wirtschaftsfaktor Alter – Unternehmen gewinnen“ ins Leben gerufen, das bis 2010 mit insgesamt 4 Millionen Euro gefördert werden soll. Auf dem Internetportal [www.wirtschaftsfaktor-alter.de](http://www.wirtschaftsfaktor-alter.de) sollen Wirtschafts-, Verbraucher- und Seniorenorganisationen und Altersforscher miteinander darüber diskutieren, welche Interessen und Bedürfnisse die Generation 50plus hat und was das für die Wirtschaft bedeutet.

Denn die Studie stellt fest: Im Alter ändert sich das Kaufverhalten. So geben die über 75-Jährigen doppelt so viel für Produkte der Gesundheitspflege aus wie 20- bis 49-Jährige, aber nur halb so viel für Verkehrsmittel. Und während die Experten für den Gesundheitsbereich mit 40 Prozent und für Reisen mit zehn Prozent Wachstum rechnen, verlieren für die älteren Konsumenten die Bereiche Kleidung, Schmuck und Home Entertainment an Bedeutung. Da die wahlweise „Best Ager“ oder „Golden Oldies“ Genannten bis zu 85 Prozent ihres Einkommens für den Konsum ausgeben – in der Gesamtbevölkerung liegt der Schnitt bei

75 Prozent –, ist es für die Unternehmen höchste Zeit, ihre Produkte auch zielgruppengerecht zu vermarkten. Bislang ist das ein Problem: „Niemand kauft ein Produkt, wo drüber steht: ‚altersgerecht‘“, gab ein Vertreter der Unternehmensberatung bei der Präsentation der Studie zu bedenken. Auch die Europabeauftragte des Kuratoriums Deutsche Altershilfe, Annette Scholl, bemängelt, dass Ältere in der Werbung vielfach „als tüdelig, leicht verwirrt und schwach dargestellt“ würden – dies sei diskriminierend und verkenne, „welche enorme Macht“ sie in Wirklichkeit hätten.

**Maßgeschneiderte Angebote** Das Potenzial der „silver economy“ erkannt hat man in Nordrhein-Westfalen. Dort hat Generationenminister Armin Laschet (CDU) eine „Zukunftsinitiative Seniorenwirtschaft“ ins Leben gerufen, die die Lebenssituation der NRW-Senioren nachhaltig verbessern will. Außerdem hat Laschet sich mit Banken und Sparkassen darauf geeinigt, dass mehr maßgeschneiderte Dienstleistungen insbesondere im Finanz- und Wohnungssektor angeboten werden. Weil ältere Menschen stärker als jüngere in Sachen Finanzen auf Rendite und Sicherheit setzen und Risiken scheuen, sollen sie spezielle Beratung von geschulten Experten erhalten. Neben Seniorenschaltern, wo es Hilfe beim Ausfüllen der Überweisungsformulare gibt, werden auch Internetseminare angeboten,



Das „Best-Ager-Reisemobil“ wurde für wohlhabende Senioren entwickelt.

die die Alten fit fürs Online-Banking machen sollen. Auch der Handel reagiert: So eröffnete Edeka vor drei Jahren in Chemnitz den „Supermarkt der Generationen“. Über breite Gänge, rutschfeste Böden, Ruhebänke und Lupen an den Regalen sowie Ruf-

knöpfe für das Servicepersonal sollen das Einkaufserlebnis für die Senioren so angenehm wie möglich gestalten. Nachdem der Umsatz der Filiale in Sachsen mit der Umgestaltung um 35 Prozent gestiegen war, folgten weitere Läden in Bayern und Thüringen.

Der erste reine Seniorensupermarkt wurde im vergangenen Jahr im sächsischen Großräschen eröffnet – mit extragroßen Umkleidekabine, breiten Gängen und ohne Rolltreppen. Und einem umfassenden Angebot: Von Kleidung und Schuhen über Telefone mit extragroßen Tasten und besonders lauten Weckern bis hin zu Krückstöcken und Inkontinenzbinden gibt es hier alles, was ältere Menschen brauchen können.

**Service für alle** Doch das, was bislang in Großräschen eher Randgruppencharakter hat, wird in den kommenden Jahren wohl auch die „normalen“ Supermärkte erreichen – auch zur Freude der Jungen. Der Haushaltsgerätehersteller Miele etwa, der gerade von der Deutschen Gesellschaft für Gerontechnik ausgezeichnet wurde, setzt auf „Universal Design“. Dazu gehört etwa ein Geschirrspüler, in dem sich das Salzfach oben in der Tür befindet. Das ist bequemer für ältere Menschen, die sich nicht mehr gut bücken können, erfreut aber auch junge – und sollte alle Generationen zu einer optimistischeren Einschätzung des Alters führen, als sie der Schriftsteller Truman Capote hatte: „Die junge Generation hat auch heute noch Respekt vor dem Alter, allerdings nur noch beim Wein, beim Whisky und bei den Möbeln.“

Die Autorin ist Redakteurin bei „Das Parlament“.