

40 Prozent der 50 bis 69-Jährigen klickt bei eBay & Co.

Ältere entdecken Online-Kauf

Immer mehr ältere Menschen und Senioren gehen online einkaufen. Mittlerweile rund 40 Prozent der 50- bis 69-Jährigen ordern dabei vor allem Mietwagen, Computer, Medikamente und Nahrungsergänzungsmittel per Mausclick. Das ergab eine Studie der in Nürnberg ansässigen Gesellschaft für Konsumforschung (GfK). Damit hat sich der Anteil seit 2005 fast verdoppelt. Die Konsumforscher sehen zudem weiterhin besonderes Wachstumspotenzial für Online-Käufe bei den „Silver Surfern“, also den 50- bis 69-jährigen Nutzern des Internets.

Im Internet kaufen die Deutschen der Studie zufolge vor allem Bücher, Kleidung und Tickets. 14,9 Millionen Käufer bestellten im vergangenen Jahr Bücher per Mausclick, 14,7 Millionen orderten Bekleidung. Dahinter folgen Veranstaltungstickets (12,5 Millionen), Tonträger (8,5 Millionen) und Hotelübernachtungen (7,4 Millionen). Die Produktkategorien Bücher, Kleidung

und Tickets haben dabei im Jahresvergleich jeweils mehr als zwei Millionen Käufer dazugewonnen, wie die GfK mitteilte. In der Rangliste der beliebtesten Einkaufs-Webseiten hat der Online-Markt eBay den Buchhändler Amazon wieder von Platz eins verdrängt. Mit hochgerechnet 20,3 Millionen Käufen rangiert eBay auf Platz eins vor Amazon (19,4 Millionen). Mit deutlichem Abstand kommen dahinter das Versandhaus Otto (7,7 Millionen), der Buchhändler Weltbild (5,9 Millionen) sowie Tchibo (5,6 Millionen). Quelle.de, ein Jahr zuvor noch Vierter, ist aufgrund der Insolvenz des Versandhauses aus der Liste herausgefallen. Insgesamt haben im vergangenen Jahr 34,1 Millionen Kunden zwischen 14 und 69 Jahren Waren oder Dienstleistungen online gekauft, das sind 2,2 Millionen mehr als ein Jahr zuvor. Für die Studie wurden angeblich knapp 1200 Menschen telefonisch befragt. > DPA

CDU lobt Rentenschutzklausel

Gut für die Binnenkonjunktur

Die Rentenschutzklausel, die in diesem Jahr erstmals eine Rentenkürzung verhindert, dient nach Einschätzung der Bundesregierung der Stabilisierung der Binnenkonjunktur. Rückläufige Renten wären ein „verheerendes Signal“ in der aktuellen Situation, sagte der Parlamentarische Staatssekretär im Bundesarbeitsministerium, Andreas Storm (CDU). „Es ist gut, dass wir diese Rentengarantie haben.“ Sie sorgt dafür, dass auch bei rückläufigen Löhnen die Renten mindestens stabil bleiben. Die Regelungen der Schutzklausel sind nach Storms Worten „auch eine Garantie für die junge Generation“. Die nun unterbliebenen Rentendämpfungen würden in den nächsten Jahren nachgeholt, indem sie mit künftigen Erhöhungen verrechnet werden. Nur auf diese Weise ließen sich die Beiträge auf

mittlere und lange Sicht bezahlbar halten.

Laut Gesetz darf der Rentenbeitrag bis 2020 nicht über 20 Prozent, bis 2020 nicht über 22 Prozent steigen. Derzeit beträgt er 19,9 Prozent. Nach der in diesem Jahr anstehenden Nullrunde werden sich die gut 20 Millionen Rentner auf eine auch länger anhaltende Durststrecke einstellen müssen: „Das wird sich aus heutiger Sicht wohl mindestens bis zum Jahr 2015 hinziehen, sagte der Präsident der Deutschen Rentenversicherung (DRV), Herbert Rische. Den Ausgleichsbedarf an unterbliebenen Rentendämpfungen bezifferte er für den Westen auf 3,8 Prozent, für den Osten auf 1,8 Prozent. Von einer Mindestrente oberhalb der Grundsicherung von 600 Euro monatlich hält er wenig. > DPA

Therapeutische Angebote stark nachgefragt

Ansturm auf Tanzschulen

Im Dreivierteljahr sollen Senioren schon bald die deutschen Tanzschulen erobern. Schon heute seien Tänzer im Alter von bis zu 90 Jahren keine Seltenheit auf dem Parkett, sagte Christian Götsch vom Allgemeinen Deutschen Tanzlehrer-Verband (ADTV). „Wer im Alter noch tanzt, macht das, bis er nicht mehr kann.“ Während heute noch die 30- bis 49-Jährigen mit einem Drittel die größte Gruppe unter den Tanzschülern stellten, rechnet der Verband künftig mit einem steigenden Anteil von Älteren, sagte Götsch. Die Tanzschulen seien nun auf der Suche nach passenden Angeboten für die speziellen Bedürfnisse der neuen Zielgruppe. „Man muss nicht unbedingt paarweise tanzen“, sagte Götsch. Sehr beliebt sei auch der Tanze. Neu seien Angebote wie therapeutisches „Thera-Tanzen“ für Parkinson-Kranke. „Wichtig ist, dass die Leute fit bleiben.“

Zum Tanz des Jahres sei der Tango gekürt worden, sagte Götsch. Der in Argentinien beheimatete Tanz zu traurig-schmachtender Musik war von der UNESCO im vergangenen Jahr auf die Rote Liste der vom Verschwinden bedrohten Feste, Rituale und Handwerkstechniken gesetzt worden. Aufgrund seines vergleichsweise langsamen Tempos sei er bei Älteren auch sehr beliebt. Der komplexe Tango sei in den Tanzschulen jedoch vielfach noch ein Insider-Thema, so der Experte.

Rund 1,5 bis zwei Millionen Menschen tanzten in Deutschland in den rund 750 Tanzschulen des Tanzlehrer-Verbands ADTV. Experten rechneten in den insgesamt etwa 2500 bis 3000 deutschen Tanzschulen mit sechs bis acht Millionen Tanzlustigen. Erste Schritte könnten in den „Pampers“-Kursen noch mit Windeln geübt werden, sagte Götsch. > DPA

Der Handel orientiert sich für ältere Kunden neu

Zahlungskräftig und anspruchsvoll

Sie werden immer mehr, sie sind skonsumfreudig und sie haben Zeit. Senioren sind ein Traum für den deutschen Einzelhandel. Der hat sich auf die wachsende Zielgruppe eingestellt, mit Rollatorfreundlichen und breiten Gängen in den Kaufhäusern, mit Single-Packungen im Supermarktregal und Lupen an den Einkaufswagen, um Kleingedrucktes besser zu erkennen. „Diese Angebote machen nicht nur älteren Menschen das Leben leichter, sondern der ganzen Gesellschaft“, verkündet Ulrike Hörchens, die Sprecherin des Handelsverbandes Deutschland (HDE).

Vielen der Produkte ist nicht anzusehen, dass sie ursprünglich einmal für Senioren entwickelt wurden. „Es gibt unter anderem in der Höhe verstellbare Betten, von selbst zurückgleitende Schubladen, Fernseher mit Hintergrundbeleuchtung oder die Zeit ansagende Wecker“, zählt Hörchens auf. Die Bezeichnung „Seniorenprodukte“ sei allerdings verpönt und komme in der Zielgruppe gar nicht gut an.



Der Handel muss auf die körperlichen Einschränkungen Älterer stärker Rücksicht nehmen.

FOTO BILDERBOX

Ansprechende Reklame immer noch selten

Ein kürzlich eingeführtes HDE-Qualitätszeichen für Geschäfte honoriert denn auch nett formuliert „generationenfreundliches Einkaufen“. Kriterien sind unter anderem die Größe der Umkleekabinen und die Rutschfestigkeit der Böden. Berücksichtigt wird aber auch, ob es Wickeltische gibt. Schließlich soll dem Siegel kein Senioren-Touch anhaften. Die Erinnerung an gescheiterte Versuche, Handys mit großen Tasten zu entwerfen oder Supermärkte speziell für Ältere zu eröffnen, sitzt dem Einzelhandel noch tief in den Knochen.

Der Stempel „für Senioren“ stigmatisiere die Altersgruppe, wenn ihr damit Inkompetenz und Hilfebedürftigkeit zugeschrieben werde, sagt der Leiter des deutschen Zentrums für Altersfragen, Psychologe Clemens Tesch-Römer.

Die Gastronomie hat das schon vor geraumer Zeit erkannt, der „Senioren-Teller“, die kleinere Portion für ältere Menschen mit meist geringerem Hunger, gehört der Vergangenheit an. Auch andere Produkte dürften Älteren nicht das Gefühl geben, unmündig zu sein. Denn auch die Werbung weiß, dass zwar jeder alt werden, aber niemand alt sein will.

Es gibt allerdings nur wenig Reklame, die sich gezielt an Ältere wendet. Und das liegt nicht nur am schlechten Image. „Nur vom Lebensalter auszugehen, ist definitiv falsch“, ist der Sprecher des Zentralverbandes der deutschen Werbewirtschaft, Volker Nickel, überzeugt. Rentner seien keine homogene Gruppe, sondern pflegten wie die übrige Bevölkerung sehr unterschiedliche Lebensstile. Die meisten von ihnen seien allerdings sehr empfindsam. Slogans wie „Gegen graue Haare“ seien daher nicht zu empfehlen, rät Nickel. Und Reiseunternehmer soll-

ten statt des Labels „Für Senioren geeignet“ lieber damit werben, dass keine Disco im Haus sei. Motto: gezielte Werbung mit Dingen, die Älteren am Herzen liegen, ohne sie explizit als solche anzusprechen.

Produkte mindestens kniehoch platzieren

Das weit verbreitete Vorurteil, alte Menschen seien eingefahren, stimme nicht. „Der überwiegende Teil ist probierfreudig“, so Nickel. „Da lohnt es sich für den Werbetreibenden, zu sagen, probier doch mal die andere Kaffeesorte“. Neue Produkte für den wachsenden Markt der Älteren förderten nicht nur den Umsatz in Deutschland, sondern bieten auch hervorragende Chancen für den Export. Die Meinung der Zielgruppe zu den Bemühungen des Einzelhandels ist durchwachsen. Seniorin

Anita Borgwald etwa gefällt die Idee einer Supermarktkette, Lupen an den Einkaufswagen anzubringen. Sie selbst könne mit ihren 67 Jahren zwar eigentlich noch recht gut sehen, doch die kleinen Beschriftungen auf den Verpackungen bereiten auch ihr häufig Schwierigkeiten.

Wer Pech hat, muss allerdings lange auf einen Wagen mit Lupe warten, denn nicht jedes Exemplar verfügt über die Sonderausstattung. „Wer soll denn da rankommen?“, fragt Borgwald und zeigt auf einen Wagen mit Lupe, der hinter fünf anderen ohne Leihilfe eingereicht ist. Einpackhilfen an der Kasse, Bringdienste und Sitzgelegenheiten in Geschäften – in Zukunft werden sich Unternehmen mehr auf ältere Kunden einstellen. Manche Änderung ist dabei relativ simpel umzusetzen: Sind Produkte zumindest über Kniehöhe im Regal eingeordnet, müssen sich Ältere nicht bücken. > CHRISTINE CORNELIUS

Angesichts von Überalterung und Fachkräftemangel denken viele Unternehmen um

Rentner erobern den Arbeitsmarkt

Ihre erste Bewerbung schrieb Helga Schleinitz mit 63 Jahren. Als ihr Mann starb und das Geld knapp wurde, suchte sie nach Jahrzehnten als Hausfrau einen Job – und fand ihn bei der Fast-Food-Kette McDonald's. „Die Stelle ist das Glück meines Lebens“, sagt die heute 68-Jährige in einem Werbespot des Schnellrestaurant-Konzerns.

Schleinitz gehört zur wachsenden Gruppe derer, die jenseits des Rentenalters arbeiten und ihre Stellen auch deshalb bekommen, weil es den Firmen zunehmend an Nachwuchs mangelt: Der demografische Wandel zwingt sie zum Umdenken – und lässt jetzt die ersten sogar aktiv um ältere Mitarbeiter werben. Ein einziger Kurzfilm machte Schleinitz bundesweit bekannt und McDonald's als Arbeitgeber bei Senioren prä-senter.

McDonald's umwirbt gezielt die Senioren

„Zwangsläufig wird die Zahl der älteren Mitarbeiter durch die demografische Entwicklung in den Unternehmen zunehmen, auch bei uns“, sagt McDonald's-Sprecherin Christiane Wörle. Branchenübergreifend ist der Anteil von Erwerbstätigen im Rentenalter bereits in der Vergangenheit stark gestiegen. 7,6 Prozent der 65- bis 69-Jährigen hatten laut Statistischem Bundesamt im Jahr 2008 bundesweit einen Job. Das



Gut geeignet für alle, die jenseits der Rente noch arbeiten möchten, ist eine Teilzeitstelle im Einzelhandel.

FOTO BILDERBOX

sind zwei Prozent mehr als noch sieben Jahre zuvor.

„Die Gründe sind vielfältig“, sagt Johann Fuchs vom Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung (IAB) in Nürnberg. „Geldknappheit durch die kleiner werdenden Renten spielt natürlich eine Rolle, aber bei einigen Menschen ist es auch einfach die Langeweile, die sie weiterarbeiten lässt.“ In Zeiten, in denen Deutschlands Bevölkerung immer kleiner wird, die Zahl der Älteren aber umso mehr ansteigt, werden Senioren für den Arbeitsmarkt attraktiver. „Die Zukunft gehört den Alten, weil es in Zukunft immer weniger junge Arbeitnehmer geben wird“, sagt die Bremer Altersforscherin Ursula Staudinger. Sie sieht das kalendarische Alter nur

als „grobe Richtschnur“ für die Leistungsfähigkeit.

Auch Helga Schleinitz fühlt sich nach wie vor innovativ und belastbar – jung geblieben, trotz ihrer knapp sieben Lebensjahrzehnte. „Die typische Dreiteilung der Lebensabfolge in Bildung, Arbeit und Ruhestand ist nicht mehr zeitgemäß“, meint Staudinger. „Wenn einer heute 65 geworden ist, lebt er in der Regel noch 20 Jahre. Das ist ein zu langer Zeitraum, um alles einfach geruhsam ausklingen zu lassen.“

Trotzdem ist Helga Schleinitz bisher noch eine unter wenigen Älteren beim Fast-Food-Riesen McDonald's. Von 60 000 Mitarbeitern sind nach Angaben des Unternehmens bundesweit nur knapp 50 über 65 Jahre alt. Das

mag auch damit zu tun haben, dass die Arbeit körperlich anstrengend und nervlich belastend ist, gerade wenn viele Hungrige in die Gaststätte drängen und rasch bedient werden wollen.

Ruheständler springen in Stoßzeiten ein

Andere Firmen haben schon mehr Erfahrungen mit Senioren gesammelt. Der Technologiekonzern Bosch gründete bereits vor elf Jahren eine Tochtergesellschaft für ehemalige Mitarbeiter aus allen Bereichen. Rund 900 Ruheständler im Alter zwischen 60 und 75 Jahren sind inzwischen registriert. Sie springen immer dann ein, wenn Bedarf ist – auch im Ausland.

Für Bosch ist das vor allem billiger, als sich über ausgelagerte Firmen Ersatz zu holen. Viel Flexibilität ist da gefragt angesichts der im Schnitt 40-tägigen Einsätze. „Es gibt viele, die mit 65 noch nicht komplett in den Ruhestand gehen wollen. Bei uns können sie nicht nur weiterarbeiten, sondern werden nach wie vor gebraucht“, sagt eine Bosch-Sprecherin.

Weniger positive Erfahrungen machte der Autovermieter Sixt, als er vor vier Jahren verstärkt ältere Mitarbeiter einstellen wollte. Die ernüchterte Bilanz von Konzernchef Erich Sixt: „Sie haben nicht die Flexibilität, die wir brauchen. Sixt selbst ist inzwischen 65 Jahre alt – und denkt noch nicht an die Rente. > MICHAEL BREHME

„Das Haus zum Wohlfühlen“



Senioren- und Pflegeheim Vincentinum München
Oettinger Straße 16 • 80538 München

Wir bieten:

- Beratung, Betreuung, Begleitung
 - Vollstationäre Pflege
 - Gerontopsychiatrische Pflege und Betreuung
 - Kurzzeitpflege nach Absprache
 - Verhinderungspflege
 - Einzug mit oder ohne Pflegestufen
 - Oasen-Café
- Tel. 089/21666-0
Fax 089/21666-5570
info@vincentinum.de
www.vincentinum.de