

Die ALTEN bringen die Wirtschaft in Fahrt

Wirtschaftsmotor Alter

2040 wird gut die Hälfte der deutschen Gesamtbevölkerung über 50 Jahre alt sein. Laut einer Studie des Bundesministerium für Familie werden dann 38% der Bevölkerung arbeiten und 62% im Ruhestand sein. Wegen der höheren Lebenserwartung werden zunehmend Frauen zu den 62% gehören. Zum Vergleich: 2008 lag der Anteil der RentnerInnen bei 34%.

Die über 50-Jährigen bilden schon heute sowohl zahlenmäßig als auch finanziell eine große Käufergruppe. In der Zukunft werden ältere Menschen - und hier insbesondere die über 65-Jährigen - die wichtigste Konsumgruppe sein und die Konsumstruktur bis 2035 substantiell verändern.



Gehört schon jetzt zu den Sonderangeboten von Discountern und zum alltäglichen Straßenbild: der Rollator.
Bild: aboutpixel.de rollator crossing © macka

INDUSTRIE sieht das POTENTIAL

Die Industrie stellt sich bereits jetzt darauf ein und nimmt zum Beispiel im Marketing die Älteren verstärkt ins Visier. Vor allem im Vorabendprogramm sieht man häufig Werbung für Nahrungsergänzungsmittel zur Herzstärkung, wird von Versicherungen vielfältig umworben, um das Alter abzusichern oder kann Treppenlifte in Funktion sehen. Es gibt spezielle „Spielplätze“ für ältere Menschen. Die Spielgeräte dienen der Mobilisierung des Bewegungsapparates und machen auch Jüngeren Spaß. Weniger begüterte RentnerInnen greifen vielleicht zu Gehhilfen vom Discounter und manche Optiker bieten günstige Ratenzahlungen für Gleitsichtbrillen an.

Der Markt der Produkte und Dienstleistungen für SeniorInnen wird weiter wachsen und die Wirtschaft verändern. Die Forschung geht davon aus, dass der demografische Wandel Deutschland einen Wettbewerbsvorteil auf dem internationalen Markt für SeniorInnenprodukte verschaffen kann.

Konsumforscher rechnen damit, dass allein durch die demografische Entwicklung bis 2035 die Ausgaben für „Gesundheit“ sowie „Reisen und Hotels“ um 12% bzw. 6% steigen werden.



Kaufkräftige SeniorInnen werden in Zukunft (noch) mehr Geld für Reisen ausgeben. Die Tourismusindustrie bietet schon heute Konzepte, die auf die speziellen Bedürfnisse dieser Zielgruppe eingehen.
Bild: aboutpixel.de Seniorin vor Skyline Manhattan © Rainer Sturm

Damit sich die KonsumentInnen der Zukunft diese Dinge leisten können, sind jedoch tiefgreifende Reformen auf dem Arbeitsmarkt notwendig. Die Anhebung des Rentenalters muss einhergehen mit der Erhöhung der Erwerbsquote von älteren Arbeitnehmern und vor allem von Frauen. Für Frauen mit Kindern müssen sehr viel mehr Kinderbetreuungsmöglichkeiten geschaffen werden. Die Löhne im Dienstleistungssektor, insbesondere in der Pflege, müssen drastisch steigen. Denn bis zu 90% des Personals in Pflegeberufen sind weiblich. Insgesamt müssen bessere Karrieremöglichkeiten für Frauen geschaffen werden.

Quellen: Bundesministerium für Familie: Studie Wirtschaftsfaktor Alter (Kurzfassung), Juli 2010. Statistisches Bundesamt: Statistisches Jahrbuch 2010.

