

Inhalt

1	Einleitung: Seniorenwirtschaft – ein neuer Wachstumszyklus?	11
2	Produktivität des Alters – die gesellschaftliche Perspektive	20
2.1	Produktivitätsdiskurse in der Gerontologie	20
2.2	Demographische Krisenszenarien und ökonomische Altersproduktivität	23
2.3	Der gerontologische Produktivitätsdiskurs in der Kritik	29
3	Alter als wirtschaftlicher Innovationsmotor	33
4	Demographische und sozioökonomische Grundlagen	40
4.1	Demographische Entwicklung	40
4.2	Haushaltsstrukturen, Lebens- und Wohnformen älterer Menschen	43
4.3	Verfügbares Einkommen und Kaufkraftentwicklung	46
4.3.1	Überblick über die Alterssicherung in Deutschland	47
4.3.2	Einkommensverteilung im Alter	53
4.3.3	Künftige Einkommenslage im Alter	58
5	Der Konsum älterer Menschen: Bedarf, Struktur und Verhalten	62
5.1	Differenzierung und Pluralisierung des Alters	63
5.2	Für den privaten Konsum relevante Lebensphasen und -ziele	64

5.3	Verbraucherverhalten, konsumrelevante Werteorientierungen und Lebensstile	67
5.4	Konsum- und Sparstrukturen älterer Menschen	71
6	Ältere Arbeitnehmer	77
6.1	Der Paradigmenwechsel von der Frühverrentung zur Verlängerung der Lebensarbeitszeit	78
6.2	Zur beruflichen Leistungsfähigkeit älterer Arbeitnehmer	80
6.2.1	Geistige Leistungsfähigkeit und Lernfähigkeit ..	81
6.2.2	Körperliche Leistungsfähigkeit und Gesundheitszustand	82
6.2.3	Berufliche Qualifikationen und Qualifikationsrisiken	83
6.3	Die Konzepte Arbeits- und Beschäftigungsfähigkeit	85
6.3.1	Arbeitsfähigkeit (Workability)	85
6.3.2	Beschäftigungsfähigkeit (Employability)	87
6.4	Arbeits- und Beschäftigungsfähigkeit älterer Arbeitnehmer in einer veränderten Arbeitslandschaft	89
6.4.1	Strukturwandel der Arbeit und im Leistungsvermögen Älterer	89
6.4.2	Betriebliche »Diskriminierung« Älterer versus produktive Nutzung ihrer Leistungsvorteile	92
6.5	Ältere Unternehmensgründer (von Annette Franke)	95
7	Informelle Arbeit im Alter: Ehrenamtliches und bürgerschaftliches Engagement	99
7.1	Nützliche Tätigkeiten außerhalb der Erwerbssphäre	102
7.1.1	Selbsthilfegruppen	104
7.1.2	Bürgerschaftliches bzw. ehrenamtliches Engagement	106
7.2	Alter als Chance für Engagement	112

7.3	Chancen und Grenzen ehrenamtlichen Engagements Älterer	114
8	Sektoren der Seniorenwirtschaft	119
8.1	Einzelhandel (von Carolin Eitner)	121
8.1.1	Einzelhandel – eine demographiesensible Branche	122
8.1.2	Wünsche und Anforderungen älterer Menschen an den Einzelhandel	124
8.1.3	Handlungsoptionen des Einzelhandels zur Marktbearbeitung älterer Kunden	125
8.1.4	Ausgewählte Praxisbeispiele	128
8.1.5	Fazit	131
8.2	Technik und Neue Medien	132
8.2.1	Produkte und Dienstleistungen	133
8.2.2	Technikakzeptanz und Nutzung	136
8.2.3	Fazit – Chancen und Risiken	139
8.3	Tourismus	140
8.3.1	Wirtschaftliche Bedeutung	141
8.3.2	Touristische Zielgruppen	144
8.3.3	Segmente und Teilbereiche	146
8.3.4	Zukunft des Seniorentourismus	150
8.4	Finanzdienstleistungen	154
8.4.1	Wirtschaftliche Bedeutung	155
8.4.2	Spezifischer Bedarf und Nachfrage	156
8.4.3	Produkte	158
8.4.4	Fazit	161
8.5	Wohnen	163
8.5.1	Wirtschaftliche Bedeutung und Status Quo der Wohnsituation	165
8.5.2	Wünsche und Anforderungen	168
8.5.3	Altersgerechte Wohnformen	169
8.5.4	Fazit: Ausdifferenzierung und Vernetzung im Quartier	176
8.6	Handwerk	179
8.6.1	Sektoren und wirtschaftliche Bedeutung	179
8.6.2	Produkte und Dienstleistungen des Handwerks	180

8.6.3	Strukturen des Handwerks	184
8.6.4	Künftige seniorenwirtschaftliche Potentiale	187
8.7	Soziale Dienstleistungen	188
8.7.1	Soziale Dienste für Ältere	189
8.7.2	Arbeitsmarktpolitische Bedeutung	193
8.7.3	Integrationssichernde soziale Dienste für Ältere	197
8.7.4	»Wohlfahrtsmix« der sozialen Dienste für Ältere	199
8.8	Gesundheitswirtschaft	201
8.8.1	Die Morbiditätsstruktur der Älteren und altersgerechte Versorgungsstrukturen	202
8.8.2	Wirtschaftliche, beschäftigungspolitische und gesellschaftliche Bedeutung	206
8.8.3	Der Haushalt als Dritter Standort der Gesundheitsproduktion: E-Health und Telemedizin	209
8.8.4	Inanspruchnahmeverhalten, Nachfrage und Finanzierung	213
8.8.5	Fazit: Vernetzung zwischen Segmenten und Standorten der Gesundheitsproduktion ..	215
8.9	Pflege	216
8.9.1	Arbeitsmarktpolitische Bedeutung	218
8.9.2	Pflegearrangements	220
8.9.3	Institutionelle Rahmenbedingungen	222
8.9.4	Leistungen der Pflegeversicherung und Inanspruchnahme	223
8.9.5	Ausgabenhöhe und -struktur	225
8.9.6	Pflege im demographischen Umbruch – Beschäftigungs- und Wachstumsmotor der Zukunft	226
9	Sektorenübergreifende Herausforderungen für die Seniorenwirtschaft	234
9.1	Seniorenmarketing	235
9.2	Qualifikation und Weiterbildung	239
9.3	Qualitätssicherung und Verbraucherschutz	240

10 Die Förderung der Seniorenwirtschaft als strukturpolitische Strategie	246
11 Japan – der Pionier (von Florian Kohlbacher)	251
11.1 Schrumpfung und Alterung der Erwerbsbevölkerung – Herausforderungen für Japans Wirtschaft	252
11.2 Das Silbermarktphänomen in Japan	258
11.2.1 »Silbermarkt«-Segmentierungen	262
11.2.2 Unternehmensreaktionen und Produkt- beispiele	266
11.3 Lessons learned from Japan	269
12 Wirtschaftliche Potentiale des Alters im Diskurs ...	274
Literatur	284
Stichwortverzeichnis	313