



05.14

Editorial

Non-Profit Management

Impact als Schlüssel für erfolgreiche und dauerhafte Förderbeziehungen
Die zehn häufigsten Fehler beim Einstieg in soziale Medien

Gesellschaft

Vermögensungleichheit in Deutschland

Arbeitsmarkt

Pendeln in Deutschland

Gesundheit

Wachstumsstrategien von Krankenhäusern im Wettbewerb

Pflege

Informelle Pflege durch Erwerbstätige in Deutschland

Europa

Freiwillige Senioren im Kampf gegen Jugendarbeitslosigkeit

Materialien

Thomas Rentsch, Harm-Peer Zimmermann, Andreas Kruse (Hg.): Altern in unserer Zeit. Späte Lebensphasen zwischen Vitalität und Endlichkeit

Impressum

Editorial

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

wenn Krankenhäuser sich im Internet präsentieren, sieht das im schlimmsten Fall so aus: ein Foto des Klinikgebäudes und des Eingangsbereichs auf der Startseite, Pläne der Gebäude, Informationen über die Anzahl der Betten, der Kreißsäle und der durchgeführten Operationen. Weitere Bilder zeigen vermummte Ärzte im OP, komplizierte Apparaturen und sterile Räume. Im Text finden sich Fachbegriffe für diverse Krankheiten, unerklärliche Abkürzungen und jede Menge Zahlen. Dabei hat der Patient, also der potenzielle Kunde des Krankenhauses, doch nur *eine* Krankheit und benötigt auch nur *ein* Bett.

Holger Steudemann, Lehrbeauftragter für Marketingkommunikation für Kliniken und Geschäftsführer der Berliner Agentur WOK GmbH, machte in einem Vortrag auf dem Deutschen Fundraising-Kongress am 4. April 2014 in Berlin deutlich: In ihrer Außendarstellung stellen Krankenhäuser sich selbst und ihre Leistungen zu sehr in den Vordergrund. Sie bedienen nach wie vor das Klischee „Krankenhaus = Krankheit – damit will ich nichts zu tun haben“. Dabei vergessen sie mitunter ganz, ihr Produkt anzupreisen. Denn was bieten Krankenhäuser dem Patienten? Nicht Krankheiten, sondern Gesundheit – also eine „positiv veränderte Lebensqualität“, wie Steudemann es ausdrückte. Diese positiv belegten Werte „Gesundheit“ und „Lebensqualität“ gelte es für Kliniken zu besetzen und für ihr Image zu nutzen.

An einem Beispiel wurde die nach innen statt nach außen gerichtete Sichtweise der traditionellen Krankenhauskommunikation besonders deutlich: Was wäre, wenn ein renommierter Autohersteller genauso werben würde wie eine Klinik? Wie das Marketing dann aussehen würde, zeigte Steudemann anhand einer fingierten Website. Auf der Homepage prangte die Ansicht des riesigen Werksgeländes einschließlich des Mitarbeiterparkplatzes. Man konnte Bilder von Fließbändern, Montagehallen und Arbeitern in Blaumännern bewundern und erfahren, wie viele A- und B-Säulen pro Jahr hergestellt werden. Die neueste Gelenkwellentechnik wurde erläutert, aber das fertige Produkt, das Auto, tauchte nirgendwo auf.

In der Welt der Konsum- und Verbrauchsgüter sei es selbstverständlich, so der Referent, dass Marken aufgebaut und geführt werden, die den Adressaten der Marketingkommunikation vor allem auch emotionale Zugänge zu den Produkten ermöglichen. Sozialen Einrichtungen falle es dagegen schwer, trotz der hohen emotionalen Relevanz ihrer Leistungen Kommunikationsstrategien für eine positive emotionale Wahrnehmbarkeit zu finden.

Am Beispiel eines Berliner Klinikbetreibers zeigte Steudemann, wie Krankenhäuser in ihrer Onlinekommunikation für Gesundheit, Lifestyle, Lebensrettung und glückliche Geburt stehen können. Über verschiedene Webportale für medizinische Themenwelten – jeweils separat für Patienten und Angehörige bzw. für Ärzte – erhält jeder Besucher Zugang zu dem Bereich, der ihn interessiert. Nicht die Leistungen des Krankenhauses stehen im Vordergrund, sondern Informationen und praktische Tipps zum Umgang mit einer Diagnose und über die verschiedenen Behandlungsmöglichkeiten. Die Nutzer und ihre Interessen befinden sich also im Mittelpunkt der Kommunikation und nicht der Anbieter.

Wir wünschen Ihnen eine angenehme Lektüre.

Ihre Redaktion

Unter dem Motto „Neue Wege, neue Mittel“ fand vom 2. bis 4. April 2014 der 21. Deutsche Fundraising-Kongress in Berlin statt. In 48 Seminaren, 21 Table Sessions und sechs Konzeptinseln, verteilt über sechs Themenblöcke, wurden den Teilnehmern umfangreiche Informationen über Grundlagen, Methoden und Soft Skills des Fundraisings, der Spenderpsychologie und für Kooperationen mit Unternehmen geboten. Weitere Berichte finden Sie in der Rubrik „Non-Profit-Management“.

Non-Profit Management

Impact als Schlüssel für erfolgreiche und dauerhafte Förderbeziehungen

Wenn gemeinnützige Organisationen ihre Finanzierung strategisch aufbauen wollen, müssen sie sich die Frage nach der Wirkungsorientierung ihrer Aktivitäten stellen (lassen). Wer Großspender, langfristige Sponsoren oder soziale Investoren für seine Tätigkeiten gewinnen möchte, sollte möglichst nachweisen können, welche Effekte die gemeinsam verantworteten Projekte haben.

Dass Organisationen einen messbaren Impact leisten, davon geht Thomas Marschall, geschäftsführender Partner der Marschall Wernecke & Andere Credibility GmbH und ehemaliger Geschäftsführer der SOS-Kinderdörfer, aus. Nur: Wie lassen sich die Effekte und die Wirkung gemeinnütziger Arbeit wirklich messen? In seinem Seminar „Impact als Schlüssel für erfolgreiche und dauerhafte Förderbeziehungen“ auf dem Deutschen Fundraising-Kongress 2014 gab Thomas Marschall Einblicke in Modelle wie „iooi“ (input, output, outcome, impact) und zeigte, wie diese für stabile und relevante Fördereinnahmen und Förderbeziehungen genutzt werden können. Das Potenzial dieser Herangehensweise gehe über die reine Förderer-Akquise hinaus: Der Aufbau einer strategischen Finanzierung bedeute auch, dass nach innen eine hilfreiche, integrierte Projektentwicklung angestoßen werde.

Die iooi-Methode: input, output, outcome, impact oder umgekehrt?

In der iooi-Methode zur Abschätzung der Wirkung werde klassischerweise beim „Input“ angefangen, also bei der Frage, welche Ressourcen (also z. B. Geld, Sachleistungen, Arbeitszeit) für ein Engagement zur Verfügung stehen. Daraus leitet sich dann als „Output“ die direkte Leistung ab, der „Outcome“ fasst die unmittelbaren und meist kurzfristigen Wirkungen zusammen, während der „Impact“ für die gesamtgesellschaftlichen Veränderungen steht. Diese Denkweise von den Ressourcen her sei jedoch mitunter zu kurz gegriffen und schränke die Kreativität und das Potenzial unnötig ein, so Marschall. Um Förderer und Spender als Investoren zu gewinnen, sollten Organisationen eher bei der Frage anfangen, welche Veränderungen sie mittel- bis langfristig in der Gesellschaft erreichen wollen und daraus ableiten, was sie dafür benötigen. Die Frage nach dem „Impact“, also nach der Wirkung und den Effekten eines Projekts, die möglicherweise über den engeren Rahmen und die engere Zielgruppe des Engagements hinausgehen, sei häufig ein entscheidendes Element, um Geldgeber aus dem Kreis der Unternehmen zu überzeugen.

Vom Projekt zum Impact

Spender wollten heute nicht mehr nur ein konkretes Projekt oder die Anschaffung bestimmter Dinge wie z. B. Schulausstattung, Impfdosen oder Brunnen finanzieren, sondern vielmehr inhaltlich die Entwicklung unterstützen. Die Sicht des Spenders erweitere sich auf das „große Ganze“, also auf die Metaebene hinter der konkreten Aktion. Mit der Wirkung lasse sich begeistern und eine bessere Welt „verkaufen“. Dabei unterschied Marschall zwischen „weichen Visionen“ und dem Impact als „knallharte, messbare Effekte“. Die Kommunikation von Impact zeige Orientierung, Leistungsfähigkeit und Verantwortung. Der Fortschritt der Effekte solle zum gemeinsamen Maßstab zwischen Förderern und Organisation gemacht werden. Dies erfordere ein Umdenken, da der „beste Effekt“ nicht zwangsläufig mit dem „besten Geschäft“ im Sinne des höchsten Fundraising-Erfolgs einhergehe. Eventuell könne es für den Impact effektiver sein, das Geld mit einer anderen Organisation zu teilen, um zusätzliches oder ergänzendes

Knowhow einzubeziehen.

„Impact dilemma assessment“

Wie lässt sich der Impact jedoch erkennen? Welche Erkennungszeichen können erfasst werden, um festzustellen, ob eine Veränderung bewirkt wurde? Hier müssten Ziele, Kennzahlen und Indikatoren definiert werden, die tatsächlich die Effekte messen und nicht nur die Reichweite. Nimmt man z. B. die Anzahl der Teilnehmer an einem Bewerberseminar als Indikator, so erhalte man noch keine Aussage über den Erfolg der Maßnahme. Dazu müssten die Auswirkungen differenzierter betrachtet werden: Wie viele der Teilnehmer haben im Nachgang eine Stelle bekommen? Wie viele davon können von ihrer neuen Erwerbstätigkeit leben? Bei der Definition der Ziele ließen sich Zielkonflikte kaum vermeiden, so Marschall. Daher sprach der Referent in diesem Zusammenhang vom „Impact dilemma assessment“, das überwunden werden müsse.

Fazit

Marschalls Thesen wurden in dem Seminar kontrovers diskutiert. Einige Teilnehmer berichteten, dass sie mehr Erfolg beim Fundraising erzielen, wenn sie konkrete Dinge benennen, die der Geldgeber mit seiner Spende finanziert. Unterstützer für den als abstrakt wahrgenommenen Impact zu finden, schien ihnen nicht so zielführend und wurde teilweise skeptisch aufgenommen. In der langfristig angelegten Kooperation mit Großspendern sei dieser Ansatz jedoch unverzichtbar, meinten andere Teilnehmer, da diese sich eher als visionäre Förderer sähen und vielmehr an der langfristigen Wirkung ihres Engagements interessiert seien als an der unmittelbaren Aktion.

Mit dem Konzept des Impacts verabschiedete sich die Finanzierung von Projekten gemeinnütziger Organisationen vom „mechanischen Fundraising und der Spendenorientierung“ und „setze auf kooperative und partnerschaftliche Projektentwicklung“, so Marschalls Zusammenfassung.

Die Präsentation „Impact als Schlüssel für erfolgreiche und dauerhafte Förderbeziehungen“ von Thomas Marschall, geschäftsführender Partner der Marschall Wernecke & Andere Credibility GmbH, München wurde am 3. April 2014 auf dem Deutschen Fundraising-Kongress in Berlin gehalten. Sie kann [hier](#) abgerufen werden.

Die zehn häufigsten Fehler beim Einstieg in soziale Medien

Ein Facebook-Profil und ein Twitter-Account lassen sich schnell einrichten. Aber nur wenige Non-Profit-Organisationen haben tatsächlich Erfolg mit ihrem Auftritt in sozialen Medien. Bestimmte Mängel treten bei fast allen Organisationen auf. Obwohl sich nicht alle Fehler verhindern lassen, können doch einige klassische Fauxpas vermieden werden – wenn man sie kennt. In einer „Table Session“ auf dem Deutschen Fundraising-Kongress 2014 in Berlin stellte Jona Hölderle, Gründer der Social-Media-Agentur Pluralog für Non-Profit-Organisationen, zehn häufige Fehler beim Umgang mit sozialen Medien vor. Damit illustrierte der Referent, dass eine vollständige Fehlervermeidung unmöglich ist und regte dazu an, Social Media langfristig zu denken und auf

die eigenen Ziele auszurichten.

Wir sagen Social Media und meinen Facebook

Obwohl 55 Prozent der Deutschen mit Internetzugang Facebook regelmäßig nutzen und rund 28 Millionen Deutsche auf Facebook aktiv sind, ist Facebook längst nicht alles, was unter dem Oberbegriff „Social Media“ zu verstehen ist. Jede Website mit „user generated content“, also von Nutzern hervorgebrachten Inhalten, ist Teil des Web 2.0 und zählt zu den sozialen Medien. Dazu gehören natürlich auch Twitter und XING, aber vor allem auch diverse Blogs, Foren und Bewertungsportale. Die Frage, ob eine Organisation einen eigenen Auftritt auf Facebook brauche oder nicht, greife eindeutig zu kurz, wenn es um die Entscheidung für oder wider ein Engagement in sozialen Medien geht, so der Referent. Welche Portale für die eigene Organisation besonders relevant sind, müsse jede Einrichtung für sich selbst herausfinden.

Wir denken in Inhalten, nicht in Communities

Social Media seien außerdem nicht dafür geeignet, um Werbung oder Neuigkeiten aus der eigenen Organisation im Netz zu verbreiten. Für diesen Zweck sei ein Internetauftritt völlig ausreichend. Auch für den Dialog mit Kunden, Spendern oder Interessenten reichten Telefon und E-Mail normalerweise aus. Social Media seien dazu da, „etwas gemeinsam zu machen“ und dienen in erster Linie der Gruppenidentifikation. Wo möglich, sollte man ein Thema besetzen und darüber mit den Nutzern, die sich für dieses Thema interessieren, kommunizieren.

Wir nehmen uns zu wichtig

Gerade in sozialen Medien interessieren sich die Nutzer weniger für die Informationen, Angebote und Dienstleistungen einer Organisation, sondern eher für Dinge, die sie selbst betreffen oder interessieren und die sie mit Gleichgesinnten teilen wollen. Die Selbstdarstellung einer Organisation sollte daher nicht zu umfassend sein.

Wir erwarten neue Zielgruppen

Ein Engagement in sozialen Medien werde häufig damit begründet, dass neue Zielgruppen, insbesondere junge Leute, erreicht werden sollen. Wenn man bedenke, dass das Durchschnittsalter auf Facebook heute jedoch bereits 40 Jahre beträgt, so merke man schnell, dass dieser Ansatz nicht funktionieren werde. Im Vergleich zu Klickzahlen auf der Homepage seien Fan-Zahlen auf sozialen Medien sehr gering. Soziale Medien eigneten sich besser zur Kundenbindung als zur Kundengewinnung, so Hölderle. Die intensive Kontaktpflege und der Daueraustausch mit den Fans müssten im Vordergrund stehen, damit soziale Medien ihre Effekte richtig entfalten können. Häufig seien es sehr kleine und spezielle Zielgruppen, auf die ein bestimmtes Social-Media-Angebot zugeschnitten werde. Diese intensive Betreuung gehe mit viel Arbeit einher, zahle sich jedoch aus, wenn die Nutzer darüber an die Organisation gebunden werden.

Wir wollen Apps

Bevor als „Allheilmittel“ im Social-Media-Zeitalter die Entwicklung einer App in Auftrag gegeben werde, sollte eine Organisation ganz genau überlegen, was die App bringen soll und welchen Vorteil die Installation auf dem Smartphone für den Nutzer hat. Denn Apps sind teuer und bedeuten viel Programmierungsarbeit. Der Aufwand sei daher meist unverhältnismäßig. Außerdem müsse jede App mit vielen anderen Service-Angeboten konkurrieren. Lediglich die gleichen Informationen von der Website als App anzubieten, führe nicht zum gewünschten Erfolg und sollte besser gleich unterlassen werden.

Wir bloggen nicht

Führt man sich vor Augen, dass ein Eintrag auf Facebook bereits nach drei Stunden, eine Meldung auf Twitter sogar schon nach 30 Minuten von vielen anderen Nachrichten überholt ist, so stelle sich die Frage, ob Organisationen ihre Energie nicht in Medien mit höherer Halbwertszeit investieren sollten. Blogs würden viel länger nachgelesen und lassen sich außerdem über Suchmaschinen im Internet finden. Sie seien persönlicher, erlaubten Interaktion und – da sie auf einer eigenen Website veröffentlicht werden – gehören sie der Organisation selbst und nicht fremden Anbietern. So habe man selbst in der Hand, wie lange bestimmte Inhalte präsent seien. Über Facebook, Twitter & Co. könne dann beispielsweise der Hinweis auf einen neuen Blogbeitrag mit dem entsprechenden Link verbreitet werden, riet der Referent.

Wir gehen davon aus, dass unsere Fans Vorwissen haben

Bei sämtlichen Aktionen in sozialen Medien gelte es zu vermeiden, dass neue Nutzer zu einem späteren Zeitpunkt keinen Anschluss mehr finden. Man solle nicht zu viele Hinweise auf frühere Posts oder zu viele interne Witze bringen, die neue Interessenten ohne Vorwissen nicht verstehen können. Der Neueinstieg sollte jederzeit möglich sein, damit sich die Nutzerzahlen im Laufe einer Aktion nicht reduzieren, sondern weiter wachsen können.

Wir interagieren nicht genug

Bei der Nutzung von sozialen Medien sei Interaktion das Wichtigste. Jede Aktion von Unterstützern (Fans, Follower usw.) sei eine Kontaktaufnahme und sollte als solche gewertet werden. Wer hier nicht reagiere, verspiele eine wichtige Chance, Unterstützer an sich zu binden. Die Intensität und die Art der Kommunikation hingen wiederum von der Zielgruppe ab. Je kleiner und spezialisierter die Zielgruppe, desto mehr Nutzer erreiche man. Dies sei dem genauen Profil der Gruppe geschuldet, das zielgerichtete Information und Kommunikation zulasse. Diese Möglichkeiten sollte man auch nutzen.

Wir verlieren unser Ziel aus den Augen

Bevor sich eine Organisation in sozialen Medien engagiere, solle sie sich strategische Ziele stecken, was sie darüber konkret erreichen will. Die Umsetzung sollte regelmäßig analysiert und die Zielerreichung kontrolliert werden. Nur so lasse sich letztlich der Erfolg messen. Noch schlimmer als sein Ziel aus den Augen zu verlieren, sei nur eins, so Hölderle: gar kein eigenes Ziel zu haben.

Non-Profit-Organisationen investieren nicht in Online

Weil es sich nicht sofort und unmittelbar rentiert, investierten viele Organisationen nicht in den Ausbau ihrer Online-Präsenz. Hierbei sei jedoch die langfristige Perspektive zu beachten. Ein guter Social-Media-Auftritt gehe mit Community Management einher. Denn wenn eins nicht gilt, dann der Satz, mit dem Jona Hölderle seinen Vortrag beendete: „Sie können Ihren PC jetzt ausschalten. Sie haben das Ende des Internets erreicht.“

Jona Hölderle, Gründer der Online-Marketing- und Social-Media-Beratungsagentur Pluralog für Non-Profit-Organisationen, präsentierte „10 Fehler, die wir alle machen“ am 3. April 2014 auf dem Deutschen Fundraising-Kongress in Berlin. Sein kostenloses eBook zum Thema „Eine Social Media Policy für NPOs“ kann [hier](#) heruntergeladen werden.

Gesellschaft

Vermögensungleichheit in Deutschland

Eine aktuelle Studie des Deutschen Instituts für Wirtschaftsforschung (DIW Berlin) zum Thema „Vermögensungleichheit in Deutschland“ analysiert das Nettovermögen der privaten Haushalte im Hinblick auf die regionale und gesellschaftliche Verteilung. Die Studie von Markus M. Grabka und Christian Westermeier wurde durch die Hans-Böckler-Stiftung gefördert.

Nach Analysen auf der Basis des Sozio-oekonomischen Panels (SOEP) belief sich das Bruttovermögen der privaten Haushalte in Deutschland 2012 auf 7,4 Billionen Euro. Den Großteil des Bruttovermögens machten mit 5,1 Billionen Euro Grund- und Immobilienbesitz aus. Darüber hinaus wurden Geldvermögen (Sparguthaben, Aktien und ähnliches), private Lebens- und Rentenversicherungen, Bausparverträge, Betriebsvermögen und Sachwerte wie Gold, Kunstgegenstände oder Münzen zum Vermögen gerechnet. Nicht berücksichtigt wurden die gesetzlichen Rentenansprüche, was der Studie Kritik von Seiten anderer Forschungsinstitute einbrachte.

Im direkten Vergleich zwischen 2002 und 2012 sei das Bruttovermögen insgesamt um rund 500 Milliarden Euro gestiegen, stellt die Studie fest. Dies sei zurückzuführen auf Zuwächse bei selbst genutzten Immobilien und beim Geldvermögen. Nach Abzug aller Schulden (Konsumentenkredite und Hypotheken) belief sich das wohlfahrtsökonomisch relevante Nettovermögen der Deutschen, das zur Analyse der personellen Vermögensverteilung herangezogen wird, auf insgesamt 6,3 Billionen Euro.

Vermögensungleichheiten im Vergleich

Umgerechnet auf Einzelpersonen ab 17 Jahren betrug das Nettovermögen 2012 durchschnittlich 83.000 Euro pro Person. Der Median, der die reichere von der ärmeren Hälfte der Bevölkerung trennt, lag allerdings mit knapp 17.000 Euro deutlich unter dem Durchschnitt. Dies liegt daran, dass gut ein Fünftel der in die Berechnung einbezogenen Personen über kein persönliches Nettovermögen verfügte. Bei sieben Prozent der Personen waren die Schulden sogar höher als der Besitz. Im Zeitverlauf von 2002 bis 2012 machte sich keine signifikante Änderung der Vermögensverteilung bemerkbar.

Beim Ost-West-Vergleich fiel die Vermögensverteilung sehr unterschiedlich aus. In Westdeutschland betrug das Nettovermögen durchschnittlich knapp 94.000 Euro und damit mehr als doppelt so viel wie in Ostdeutschland. Der Median lag in den alten Bundesländern bei 21.000 Euro, in den neuen dagegen nur bei 8.000 Euro. Im Osten Deutschlands zählt ein Erwachsener ab einem Nettovermögen von 110.000 Euro zu den reichsten 10 Prozent der Bevölkerung, wohingegen dazu im Westteil mindestens 240.000 Euro Nettovermögen erforderlich sind.

In Bezug auf die Ungleichheit der Vermögensverteilung wird der Gini-Koeffizient international als Standardmaß angesehen. Je höher der Wert ist, desto ausgeprägter ist die ungleiche Verteilung. Mit 0,78 befand sich Deutschland 2012 innerhalb der Eurogruppe an vorderster Stelle. Österreich lag knapp dahinter, gefolgt von Frankreich mit 0,68 und Italien mit 0,61. Die Slowakei hat mit 0,45 einen deutlich geringeren Koeffizienten. Für die USA wurde 2010 ein Gini-Koeffizient von 0,87 festgestellt.

Veränderungen des Vermögens zwischen 2002 und 2012

Knapp die Hälfte der Erwachsenen ab 17 Jahren besaßen in Deutschland im Jahr 2012 Geldvermögen oder Vermögen aus privaten Versicherungen. Mit der Verbreitung von privaten Versicherungen durch die im Jahr 2000 eingeführte „Riesterrente“ kam es zu einem Anstieg des Geldvermögens. Das Vermögen betrug 2012 im Durchschnitt rund 29.000 Euro beim Geldvermögen und etwa 18.000 Euro bei den privaten Versicherungen, was einen Zuwachs um rund 30 Prozent im Vergleich zu 2002 bedeutet.

Selbstgenutzte Immobilien gehören bei fast 40 Prozent der Bevölkerung zum wesentlichen Bestandteil ihres Vermögens. Bei denjenigen, die eine eigene Wohnung selbst bewohnen, betrug der Wert der Immobilie durchschnittlich etwa 141.000 Euro pro Person.

Dem Zuwachs an Vermögen steht der Anstieg der Verbindlichkeiten von 27,5 Prozent im Jahr 2002 auf knapp 32 Prozent im Jahr 2012 entgegen. Dies resultiert aus der zunehmenden Verbreitung von Konsumentenkrediten zum Kauf von Gebrauchsgegenständen, auch wenn die Kreditsummen durchschnittlich kleiner geworden sind. Auch ein Zuwachs an Hypothekendarlehen wurde verzeichnet.

Im Vergleich zwischen West- und Ostdeutschland fällt auf, so die Wissenschaftler, dass Immobilienbesitz und Hypothekenkredite im Westen weiter verbreitet sind, wohingegen im Osten häufiger Konsumentenkredite in Anspruch genommen werden.

Alter und Geschlecht als Indikator für die Vermögensverteilung

Erst mit Abschluss der Ausbildung und dem Eintritt in die Erwerbstätigkeit haben die meisten Menschen die Möglichkeit, zu sparen und Vermögen aufzubauen. Schenkungen und Erbschaften können darüber hinaus zu einem schnelleren Anstieg des Nettovermögens führen. Infolgedessen steigt das Nettovermögen ab einem Alter von 26 Jahren signifikant an. Bis zu diesem Zeitpunkt verfügte ein Erwachsener durchschnittlich über weniger als 7.000 Euro Nettovermögen. Bis zum Alter von 40 Jahren seien keine bedeutenden Unterschiede zwischen West- und Ostdeutschland festzustellen.

Die Gruppe der 66- bis 70-Jährigen besaß mit knapp 175.000 Euro das höchste durchschnittliche Nettovermögen. Im Rentenalter haben die meisten Menschen die eigene Immobilie – sofern vorhanden – häufig bereits abbezahlt. Allerdings erfolge bei steigendem Alter ein typischer Vermögensverzehr, der das Nettovermögen wieder leicht sinken lasse. Im Ost-West-Vergleich gingen die Werte in dieser Altersgruppe stark auseinander. Infolge mangelnder Sparmöglichkeiten in der DDR, niedriger Löhne und hoher Arbeitslosigkeit nach der Wende fiel das Vermögen der ostdeutschen Rentner geringer aus als das der westdeutschen.

Auch bei Betrachtung der Geschlechter sind deutliche Unterschiede zu erkennen. Das individuelle Nettovermögen der Männer lag mit durchschnittlich 97.000 Euro deutlich über dem der Frauen, die im Durchschnitt 70.000 Euro und damit nur 72 Prozent des Vermögens der Männer erreichten.

Unterschiede je nach Haushalts- und beruflicher Situation

Um die Vermögenssituation nach Haushaltstyp differenzieren zu können, muss das Pro-Kopf-Haushaltsvermögen betrachtet werden. Hierbei zeigte sich, dass Alleinerziehende mit zwei oder mehr Kindern mit 21.000 Euro das geringste Pro-Kopf-Nettovermögen hatten. Wenn in einem Haushalt eines Alleinerziehenden nur ein Kind lebt, stieg das Nettovermögen auf durchschnittlich 35.000 Euro. Auch bei Paarhaushalten sank das Nettovermögen bei steigender Kinderzahl. Dieses lag im Schnitt bei zwei Kindern bei etwas mehr als 50.000 Euro und ab drei Kindern nur noch bei 44.000 Euro. (Ehe-)Paare ohne Kinder verfügten über ein Vermögen von durchschnittlich 108.000 Euro pro Person. Das höchste Pro-Kopf-Vermögen mit 150.000 Euro wurde bei alleinlebenden Männern ab 60 Jahren verzeichnet. Hierbei erfasst die Statistik auch verwitwete Männer, die möglicherweise das Vermögen eines früheren Ehepartners geerbt haben können.

Zwischen den verschiedenen Berufsgruppen lagen signifikante Vermögensunterschiede vor. Bei un- oder angelernten Arbeitern oder Angestellten war ein Nettovermögen von durchschnittlich 33.000 Euro vorhanden. Der Median lag bei 2.000 Euro. Fast 44 Prozent dieser Gruppe hatten mehr Schulden als Besitz. Angestellte mit qualifizierten Tätigkeiten besaßen im Schnitt 83.000 Euro, während Angestellte mit umfassenden Führungsaufgaben ein durchschnittliches individuelles Nettovermögen von knapp 210.000 Euro erreichten. Das höchste Vermögen entfiel auf die Selbständigen, was damit zusammenhängt, dass Selbständige meist nicht in die gesetzliche Rentenversicherung einzahlen, sondern privat für das Alter vorsorgen und teilweise auch über Betriebsvermögen verfügen.

Arbeitslose kamen 2012 auf ein durchschnittliches Nettovermögen von 18.000 Euro, wobei 65,5 Prozent der Arbeitslosen mehr Schulden als Vermögen hatten. Dies war auch bei der Hälfte der Personen in Ausbildung der Fall.

Fazit

Die Studie kommt zu dem Schluss, dass die Nettovermögen in Deutschland zwischen 2007 und 2012 im Durchschnitt nicht signifikant gestiegen sind. Zwar habe es seit 2002 einen höheren Zuwachs bei privaten Lebens- und Rentenversicherungen gegeben, was vermutlich auf die Einführung der „Riesterrente“ zurückzuführen sei, allerdings betrug der durchschnittliche Vermögenswert dieser Versicherungen nur knapp 19.000 Euro. „Ob damit die Lücken in der Absicherung durch die Gesetzliche Rentenversicherung geschlossen werden können, bleibt fraglich“, urteilen die Wissenschaftler. Die deutlichen Vermögensungleichheiten zwischen West- und Ostdeutschland und auch im Vergleich zu anderen Ländern bestünden weiterhin. Dem Risiko der Altersarmut könnten insbesondere Ostdeutsche mit ihrem privaten Vermögen kaum begegnen.

Die Studie „Anhaltend hohe Vermögensungleichheit in Deutschland“ von Markus M. Grabka und Christian Westermeier, veröffentlicht im DIW Wochenbericht 9/2014 finden Sie [hier](#).

Arbeitsmarkt

Pendeln in Deutschland

„Nö, du störst nicht, ich bin gerade in der Bahn“, das ist der Titel eines Buches von Christof Dörr, das 2013 erschienen ist. Seit der Geburt seiner Zwillingstöchter lebt er in einem Vorort von München und fährt täglich mit dem Zug zur Arbeit. Er beschreibt in seinem Buch Eindrücke, die tausende Pendler in Deutschland in ähnlicher Form mit ihm teilen. Jeden Morgen eine Stunde auf Schienen zur Arbeit und jeden Abend eine Stunde zurück. Was anfänglich für Christof Dörr ein Horrorszenario war, beginnt er bald zu genießen. Denn in der Bahn lernt er viele unterschiedliche, skurrile und im wahrsten Sinne des Wortes merkwürdige Menschen kennen.

Pendeln, die Fahrt zwischen Arbeitsort und Wohnort, ist in einer arbeitsteiligen Gesellschaft unumgänglich. Die Art und Weise wie dieser Weg zurückgelegt wird, muss jeder einzelne für sich entscheiden. Dies hat jedoch mannigfaltige Auswirkungen auf die Lebensweise, die Volkswirtschaft und die Umwelt.

Die Autoren Linus Holtermann, Alkis Otto und Sven Schulze vom Hamburgischen WeltWirtschafts Instituts (HWWI) widmeten sich in einem „Policy Paper“ dem Thema „Pendeln in Deutschland“ und ganz speziell dem „Pendeln in Hamburg“. Die Studie, die mit Unterstützung der Hamburger Sparkasse (HASPA) erarbeitet wurde, zeigt die Entwicklung des Pendelns in Deutschland in den letzten Jahren und des Status quo im Jahr 2012.

Datengrundlage der Studie bilden die Befragungsergebnisse des Microzensus sowie die statistische Erhebung der Bundesagentur für Arbeit über „Sozialversicherungspflichtige Beschäftigte am Wohn- und Arbeitsort nach Gemeinden mit Angaben zu Aus- und Einpendlern“ 2013.

Pendeln in Deutschland

Entsprechend der Definition der Bundesagentur für Arbeit gelten alle Personen als Pendler, deren Arbeits- bzw. Ausbildungsplatz in einer anderen Gemeinde liegt. Je nach Richtung wird zwischen Ein- und Auspendlern unterschieden.

Für die Entscheidung über Wohn- und Arbeitsort spielen verschiedene Kriterien, wie z. B. Arbeitszeit, Arbeitskosten, Wohnkosten, Vorlieben bezüglich der Wohnumgebung, Nähe zu Familie und Freunden eine Rolle. Wesentlichstes Kriterium für die Entscheidung ist das Einkommen. So wiesen die Hamburger Forscher nach, dass mit steigendem Einkommen sowohl die Pendeldistanzen und -zeiten steigen als auch die Nutzung des Pkw. Die Fahrt zwischen Wohn- und Arbeitsort macht jedoch nur den kleineren Teil der Wege aus. Etwa zwei Drittel der Wege werden für private Erledigungen, Einkäufe und Freizeitaktivitäten zurückgelegt.

Obwohl das Pendeln einen geringen Anteil an der individuellen Mobilität hat, ist es für Politik und Wirtschaft von großem Interesse. Insbesondere zu den Stoßzeiten wird die Verkehrsinfrastruktur hoch belastet. Es entstehen Staus auf Autobahnen und in Ballungsräumen, die wiederum zu hohen Zeitverlusten führen und die Gesundheit der Pendler beeinträchtigen. In der Zeit von 1996 und 2012 sei die einfache Pendelstrecke mit weniger als 10 Kilometern von 56 Prozent auf 53 Prozent gesunken, während

der Anteil der Strecken zwischen 25 und 50 Kilometer von 10 auf 13 Prozent zugenommen habe. Die mittleren Strecken von 10 bis 25 Kilometern und die langen Strecken über 50 Kilometer seien in etwa gleich geblieben. Der Anteil derjenigen, die weniger als 10 Minuten zu Arbeit brauchten, sei in diesem Zeitraum gesunken, wobei der Anteil der Wegzeit von 30 auf 60 Minuten um 6 Prozent auf 23 Prozent gestiegen sei.

Der motorisierte Individualverkehr macht in Deutschland mehr als zwei Drittel aus. Auf den Öffentlichen Personennahverkehr seien 2012 gut 14 Prozent, auf Fahrradfahrer und Fußgänger 17 Prozent entfallen. Interessant sei, dass mit zunehmender Größe des Wohnortes der Anteil der kürzeren Strecken bis 10 Kilometer zunimmt, während er bei Städten mit mehr als 200.000 Einwohnern wieder zurückgeht.

Hamburg im Vergleich zu anderen Großstädten in Deutschland

Insgesamt werden in der Studie 13 Städte mit über 500.000 Einwohnern miteinander verglichen. Spitzenreiter bei den kurzen Anfahrtswegen ist Hannover mit 38,9 Prozent. Beim Anteil der Pendler mit einem Weg von 5 bis 10 und 10 bis 25 Kilometern liegt Hamburg über dem deutschen Durchschnitt von 30,7 Prozent bzw. 30,4 Prozent. Bei den Pendlern von mehr als 50 Kilometern Anfahrtsweg zur Arbeit verzeichnet Hamburg den geringsten Wert. Für die Beurteilung der Pendlersituation ist es wichtig, wie schnell die Wegstecken zurückgelegt werden können. Wenn man die Pendler betrachtet, die bis 30 Minuten zu Ihrem Arbeitsplatz benötigen, liegen Hamburg (56,9 Prozent) und Berlin (52,6 Prozent) am Ende der Skala.

In Hamburg fahren ca. 31,7 Prozent der Berufstätigen mit öffentlichen Verkehrsmitteln, 43,5 Prozent benutzen das Auto, 9 Prozent das Fahrrad und 6,5 Prozent gehen zu Fuß. Nur in den Bundesländern Nordrhein-Westfalen und Baden-Württemberg ist der Anteil der Radfahrer am Berufsverkehr noch geringer.

Die Gesamtzahl der Ein- und Auspendler in Hamburg ist in den letzten Jahren kontinuierlich gestiegen. Die Zahl der Einpendler mit Wohnsitz außerhalb und Arbeitsplatz innerhalb Hamburgs stieg von 1989 bis zum Jahr 2012 von 237.100 auf 321.202 an. Die Zahl der Auspendler verdoppelte sich in diesem Zeitraum von 50.200 auf 102.349. Diese Entwicklung sei auf die zunehmende Suburbanisierung der Bevölkerung und von Betrieben zurückzuführen. Ein wesentlicher Grund liege auch in der günstigen Beschäftigungsentwicklung und der Anziehungskraft der Stadt Hamburg. Insgesamt ergab sich 2012 ein Pendlersaldo von 218.853 Personen. Wenn der Trend anhielte, läge der Pendlersaldo im Jahr 2020 bei über 229.000.

Empfehlungen der Studienautoren

Anzustreben sei eine personen- anstelle einer fahrzeugorientierten Herangehensweise, so die Wissenschaftler. Für Pendler müsse die Möglichkeit bestehen, schnell und komfortabel zur Arbeit bzw. nach Hause zu kommen. Vor diesem Hintergrund sprechen sie folgende Empfehlungen aus:

-
- Ein Neubau solle sich eher auf den ÖPNV und die Fahrradinfrastruktur richten.
 - Dem Erhalt und der Erweiterung vorhandener Systeme solle der Vorzug gegeben werden, wenn der Neubau von Verkehrsinfrastruktur nicht dringend geboten sei.
 - Zu berücksichtigen sei, dass Neubau von Verkehrsinfrastruktur meist zu Lasten von Investitionen in den Erhalt bestehender Einrichtungen gehe.
 - Die Vernetzung der Verkehrsträger solle gefördert und ausgebaut werden. Sharing-Angebote von Pkw und Fahrrädern, Applikationsbasierte Info-Systeme, Park&Ride usw. sollten unterstützt werden.
 - Steuerung des Pkw-Verkehrs während der Stoßzeiten sowie Nutzungs- und Zufahrtsbeschränkungen, Parkraummanagement und eine City-Maut sollten offen diskutiert werden.

Die Studie „Pendeln in Hamburg“ von Linus Holtermann, Alkis Otto und Sven Schulze, erschienen als HWWI Policy Paper 83, ist [hier](#) abrufbar.

Gesundheit

Wachstumsstrategien von Krankenhäusern im Wettbewerb

Kostendruck und Defizite auf der einen Seite und steigende Qualitätsanforderungen auf der anderen Seite verändern die deutsche Krankenhauslandschaft und erfordern von allen Akteuren ein Umdenken und Beschreiten neuer Wege. Unter dem Motto „Die Zukunft der Gesundheitsversorgung neu denken“ fand am 20. und 21. Februar 2014 zum 8. Mal der Rhein-Main Zukunftskongress in Offenbach statt. Über hundert Referenten berichteten über die zukünftigen Strukturen in der Gesundheitsversorgung. Im Fokus der Ausführungen standen insbesondere die Chancen und Risiken von Übernahmen und regionalen Verbundbildungen auf dem Krankenhausmarkt.

Wichtige Faktoren wie Patientensicherheit, Qualitätsverbesserung oder Fachkräftebeschaffung betreffen alle Krankenhäuser trägerübergreifend. Welche Strategien die unterschiedlichen Träger verfolgen, um trotz des Wettbewerbsdrucks Erfolge zu verzeichnen, war Thema eines der zahlreichen Seminare am ersten Kongresstag, das den Titel „Wachstumsstrategien von Krankenhäusern im Wettbewerb“ trug. Die Referentenrunde bestand aus jeweils einem Vertreter von Universitätsklinik, kommunalem Krankenhaus, freigemeinnützigem sowie privatem Krankenhaus, deren Ausführungen und zentralen Ergebnisse nachfolgend vorgestellt werden:

Universitätskliniken im Spannungsfeld zwischen Krankenversorgung und Wissenschaft

Anhand der Uniklinik Köln stellte Universitätsprofessor Dr. Edgar Schömig die Besonderheiten des Betriebs einer Universitätsklinik dar. Die Steigung der Fallzahlen an Unikliniken habe zwischen 2005 und 2011 überdurchschnittlich stark zugenommen. Während die Fälle an allen Krankenhäusern insgesamt um etwa 12 Prozent gestiegen seien, verzeichneten die Unikliniken rund 15 Prozent Zuwachs, so der Vertreter der Uniklinik Köln.

Grundsätzlich erfüllen Unikliniken Aufgaben in der Krankenversorgung und der öffentlichen Gesundheitsfürsorge. Gleichzeitig dienen sie dem Fachbereich Medizin der Universität für Forschung und Lehre. Diese Verknüpfung führe zwar häufig zu einer komplexen Leitungsstruktur und langwierigeren Entscheidungsfindungsprozessen, jedoch schaffe die akademische Tradition auch eine positive Kultur des Diskurses. Die Freiheit von Forschung und Lehre fördere zwar manchmal Egoismen, aber gleichzeitig garantiere sie den handelnden Akteuren auch Unabhängigkeit und Freiraum für Kreativität.

Als Herausforderungen für Unikliniken nannte der Referent unter anderem den aktuellen Investitionsstau, die rasanten Innovationszyklen in der Medizin sowie das komplexe Leistungsgeschehen. Erfolgsversprechende Handlungsfelder seien insbesondere die enge Verzahnung von Forschung und Krankenversorgung, eine durchgängig hohe Qualität der Maximalversorger, eine gute interne und externe Kommunikation sowie regelmäßige Patientenbefragungen. Die richtige Profilierung nach außen helfe zudem dabei, gute Mitarbeiter zu finden.

Verbundbildung als Zukunftsperspektive für kommunale Krankenhäuser

Kommunale Krankenhäuser leiden besonders stark unter dem Kostendruck. Sie müssen sich vor allem mit den wirtschaftlichen und politischen Rahmenbedingungen wie Tariflöhnen, Investitionskraft und Insolvenzgefahren befassen. Spezielle Widerstände hätten kommunale Kliniken insbesondere durch politisch bedingte Gegebenheiten, wie etwa die Einmischung von Lokalpolitikern, zu überwinden. Der zweite Referent des Seminars, der Geschäftsführer des Klinikums Darmstadt, Clemens Maurer, sieht besonders die Personalkosten als wirtschaftliche Herausforderung für kommunale Kliniken, die unter anderem vor dem Hintergrund erhöhter Anforderungen an die Personalbeschaffung stetig steigen.

In ländlichen Regionen litten die Versorgungsstrukturen am meisten, so Maurer. Große Krankenhäuser müssten sich daher gerade in ländlichen Gebieten mit der Verbundbildung auseinandersetzen, um dort eine ausreichende medizinische Versorgung sicherzustellen. Gerade kommunale Kliniken könnten von regionalen Verbundbildungen profitieren. Hierzu müssten oftmals im Vorfeld innerbetriebliche Hürden und Zweifel aus dem Weg geräumt werden und Voraussetzungen für einen Zusammenschluss geschaffen werden. Die Kooperation mit anderen Versorgern ist seiner Meinung nach das wirkvollste Mittel, um der Konkurrenz begegnen zu können. Die Offenheit gegenüber Zusammenschlüssen, ob überregional oder bundesweit, sei ein wichtiger Faktor bei der Bildung neuer Strukturen. Der flächendeckende Versorgungsauftrag sei abzustimmen. Dabei sollte ein medizinisches Konzept, bei dem sich die einzelnen Partner gegebenenfalls spezialisieren, erstellt werden.

Hohes Spezialisierungspotenzial bei freigemeinnützigen Krankenhäusern

Der Geschäftsführer der Kliniken Essen-Mitte Evangelische HuysSENS-Stiftung/ Knappschaft GmbH, Horst Defren, sprach als dritter Referent. Er vertrat die These, dass ein freigemeinnütziges Krankenhaus Wachstum am ehesten über Spezialisierung generieren könne. So fokussierten sich die Kliniken Essen-Mitte beispielsweise auf die gynäkologische Onkologie und die Senologie, während dagegen die Geburtshilfe geschlossen worden sei. Dies erforderte zwar ein großes Investitionsvolumen, jedoch habe sich das ausgebildete Zentrum für Gynäkologie und gynäkologische Onkologie seither durch eine hohe Anzahl von Publikationen und Promotionen einen Namen gemacht.

Die Einhaltung hoher Qualitätsanforderungen sei das wichtigste Ziel, so Defren. Zur Erreichung einer hohen Qualität könne es durchaus nötig und angebracht sein, Leistungen an bestimmten Stellen zu kappen und Wirtschaftlichkeitsaspekte nicht in den Fokus der Betrachtungen zu stellen. Der Referent vertrat die Meinung, dass Kooperation, Verbundbildung oder auch Fusion als Wachstumsstrategien in Frage kommen können. Jedoch sieht er es insbesondere für die freigemeinnützigen Einrichtungen als prioritär an, sich zu spezialisieren, um sich im Wettbewerb mit den privaten Einrichtungen behaupten zu können. Freigemeinnützige Krankenhäuser seien nicht an den Shareholder-Value externer Investoren gebunden, was nicht nur mehr Kreativität zulasse, sondern es auch erleichtere, Visionen und Ideen mit Nachdruck verfolgen zu können. Die Festlegung einer eigenen Vision sei vor diesem Hintergrund von großer Wichtigkeit für die Einrichtung. Das Krankenhaus müsse erst genau wissen, wohin es sich entwickeln will. Im zweiten Schritt könne dann das entsprechend spezialisierte Personal aufgebaut werden.

Private Krankenhäuser setzen auf optimierte Strukturen

Dr. Michael Philippi, Vorstandsvorsitzender der Sana Kliniken AG, vertrat als vierter Referent die Ansichten eines privaten Trägers von Krankenhäusern zum Thema „Wachstumsstrategien im Wettbewerb“. Dabei machte er deutlich, dass sich Zukäufe, sofern sie denn durch rechtliche und politische Rahmenbedingungen getätigt werden können, gut eignen, um Wachstumsziele zu erreichen. Allerdings müsste gewährleistet werden, dass der Konzern durch den Zukauf insgesamt erfolgreicher werden könne. Dazu gehörten unter anderem Management- und Steuerungsstrukturen und die enge Verzahnung mit Dienstleistungsunternehmen.

Fest stehe, so Philippi, dass Wachstum langfristig nicht unendlich über eine Ausweitung von Behandlungsfällen generiert werden könne. Es sei nicht damit zu rechnen, dass in Zukunft durchgängig ein so hoher Bedarf an medizinischen Leistungen bestehe wie derzeit. Daher müssten zwangsläufig Verschiebungen auf dem Krankenhausmarkt stattfinden, die einen optimalen Einsatz der drei Faktoren Management, Kapitalkraft und Immobilie erfordern.

Diversifikation stelle aus diesem Grund nicht automatisch Wachstumspotenziale her. Insbesondere wenn mit Diversifikation eine zu eng gesetzte Trennung nach Leistungsangeboten einhergeht. Um seine Feststellung zu untermauern, nannte Philippi unter anderem Vorsorge- und Rehabilitationseinrichtungen als Beispiel, wo verstärkte Diversifikationen kaum einen Mehrwert gebracht hätten. Leistungen müssten stattdessen optimal gebündelt und Schwerpunkte gesetzt werden, um einerseits gestiegenen Qualitäts- und Patientenanforderungen zu entsprechen und andererseits den Zugang zu ausreichender medizinischer Behandlung zu gewährleisten.

Die sektorübergreifende Vernetzung und Regionalisierung schließlich stärke die wohnortnahe Versorgung weiter und bereite Akteure auf die optimale Gesundheitsversorgung der Zukunft vor. Regionale Verbünde, so der Wirtschaftswissenschaftler weiter, seien allerdings keine Alternative, wenn anschließend weiterhin herkömmliche Leistungen statt neuer Angebote erbracht würden. Zusammenschlüsse müssten mit optimierten Strukturen und der Zentralisierung von Fachbereichen einhergehen.

Fazit

Krankenhäuser müssen in Zukunft stärker zusammenarbeiten, so das Fazit des diesjährigen Rhein-Main-Zukunftskongresses. Unter anderem aufgrund eines Überangebots an Betten und steigender Anforderungen an die Versorgungsqualität sei der Erfolg auf lange Sicht gekoppelt an die Kooperationsfähigkeit und die Effektivität von Verbundstrukturen.

Der Erfolg von Partnerschaften oder Fusionen hänge von zahlreichen Faktoren ab. Dazu gehören insbesondere eine selbstständig agierende Geschäftsführung, kompetente und motivierte Mitarbeiter sowie die Erfüllung hochwertiger und ausweisbarer Qualitätsansprüche. Schaffen es Krankenhäuser, Schwerpunkte zu setzen und ihre Qualität zu steigern, so haben sie Vorteile bei der Partnersuche. Selbst Maximalversorger müssten sich daher zukünftig auf einen steigenden Konkurrenzdruck einstellen, wenn es um die Bildung von Partnerschaften geht. Für den Erfolg oder Misserfolg von Krankenhäusern sei nicht die Art des Trägers entscheidend, sondern der innere Zuschnitt der Klinik.

Weitere Informationen zum Rhein-Main-Zukunftskongress von Krankenhäusern für Krankenhäuser und Partner finden Sie [hier](#). Auf der Website besteht auch die Möglichkeit, sich für einen Newsletter zu registrieren, um sich frühzeitig über das Kongressprogramm für 2015 informieren zu lassen.

Pflege

Informelle Pflege durch Erwerbstätige in Deutschland

In Deutschland ist schon seit vielen Jahren ein deutlich steigender Bedarf an Pflegeleistungen zu beobachten. So ist beispielsweise die Anzahl der Personen, die Leistungen der Pflegeversicherung erhalten, von 2,25 Millionen am Ende des Jahres 2007 auf 2,50 Millionen am Ende des Jahres 2011 gestiegen. Nicht in den Zahlen berücksichtigt sind Personen, die nicht die Kriterien der Pflegeversicherung erfüllen, aber auf Pflege angewiesen sind. Nach groben Schätzungen handelt es sich hierbei um rund 5,4 Millionen Personen. In Folge der demografischen Entwicklung ist auch künftig mit einer stetig steigenden Anzahl von Menschen mit einem Pflegebedarf zu rechnen.

Eine zentrale Stütze des Pflegesystems sind neben der professionellen Pflege informelle Pflegetätigkeiten, welche u. a. von erwerbstätigen Angehörigen erbracht werden. Vor diesem Hintergrund haben Johannes Geyer und Erika Schulz vom Deutschen Institut für Wirtschaftsforschung (DIW Berlin) untersucht, wie sich die Gruppe der informell Pflegenden im erwerbsfähigen Alter zusammensetzt und ob sich durch die Aufnahme einer informellen Pflegetätigkeit die allgemeine Lebenszufriedenheit und die Zufriedenheit mit der sozialen Sicherung ändern. Die Ergebnisse der Analyse lassen sich wie folgt zusammenfassen:

Der Anteil informell Pflegender ist in den älteren Erwerbsjahren besonders hoch

Nach Berechnungen der Autoren auf Basis des Sozio-oekonomischen Panels (SOEP) leisteten in den Jahren 2001 bis 2012 zwischen fünf und sechs Prozent aller Erwachsenen regelmäßig informelle Pflege. Im Jahr 2012 waren rund 60 Prozent dieser Personen bzw. ca. 2,5 Millionen der insgesamt vier Millionen informell Pflegenden im erwerbsfähigen Alter. Auffällig ist der mit dem Alter steigende Anteil der informell Pflegenden innerhalb dieser Personengruppe. So lag der Anteil bei den 55- bis 64-jährigen Frauen im Jahr 2012 bei etwa zwölf Prozent und bei den gleichaltrigen Männern bei rund acht Prozent. Zum Vergleich: Bei den 16- bis 39-jährigen Frauen kümmerten sich knapp sieben Prozent und bei den gleichaltrigen Männern circa vier Prozent regelmäßig um pflegebedürftige Angehörige oder Freunde.

Steigender Anteil, aber rückläufige durchschnittliche Pflegezeit bei den Erwerbstätigen

Im Zeitverlauf deutlich gestiegen ist der Anteil der Erwerbstätigen an allen informell Pflegenden unter 65 Jahren. Lag dieser im Jahr 2001 noch bei 53 Prozent, so waren es im Jahr 2012 bereits 66 Prozent. Erwartungsgemäß fällt der Anteil bei den Vollzeitbeschäftigten geringer aus als bei den Teilzeit- und geringfügig Beschäftigten. Im Betrachtungszeitraum war allerdings bei den Vollzeitbeschäftigten eine stärkere Steigerung zu verzeichnen als bei den anderen beiden Gruppen. Rückläufig hat sich hingegen in allen drei Gruppen die durchschnittliche Pflegezeit entwickelt. So leisteten bspw. Vollzeitbeschäftigte im Jahr 2012 an einem Werktag durchschnittlich 2,0 Stunden informelle Pflege; im Jahr 2001 waren es noch 2,4 Stunden.

Informelle Pflegetätigkeit verringert die Lebenszufriedenheit

In Bezug auf die allgemeine Lebenszufriedenheit zeigen die Ergebnisse der Analyse, dass diese mit Aufnahme einer informellen Pflegetätigkeit abnimmt. Ein Wiederanstieg ist drei Jahre nach der Aufnahme zu beobachten. Eine mögliche Erklärung für diese Entwicklung wird darin gesehen, dass die längeren Pflegeverläufe oftmals weniger schwer verlaufen. Demgegenüber verstirbt rund

die Hälfte der Leistungsbezieher der sozialen Pflegeversicherung innerhalb der ersten beiden Jahre nach Eintritt der Pflegebedürftigkeit. Ein heterogenes Bild zeigt sich hinsichtlich der Zufriedenheit mit der sozialen Sicherung. Hier sind in den meisten Jahren keine Abweichungen zwischen der gesamten erwerbsfähigen Bevölkerung und den Pflegenden festzustellen. Bemerkenswert ist, dass ein negativer Effekt der Kombination von Erwerbstätigkeit und Pflege weder auf die allgemeine Lebenszufriedenheit noch auf die Zufriedenheit mit der sozialen Sicherung nachgewiesen werden konnte.

Fazit

Wie die Analyse zeigt, hat sich der Anteil der Erwerbstätigen an den informell Pflegenden in den letzten Jahren erhöht. Aufgrund des demografischen Wandels wird die Verbesserung der Vereinbarkeit von Beruf und Pflege zukünftig verstärkt in den Fokus rücken. Obwohl kein negativer Zusammenhang zwischen der Lebenszufriedenheit und der Kombination von Berufstätigkeit und Pflege nachgewiesen werden konnte, sollte die Vereinbarkeit von Beruf und Pflege nach Ansicht der Autoren verbessert sowie die Sichtbarkeit bereits implementierter Leistungen, z. B. Familienpflegezeit, erhöht werden.

Der Bericht „Who cares? Die Bedeutung der informellen Pflege durch Erwerbstätige in Deutschland“ von Johannes Geyer und Erika Schulz vom Deutschen Institut für Wirtschaftsforschung (DIW Berlin) (DIW Wochenbericht Nr. 14/2014) steht [hier zum Download bereit](#).

Europa

Freiwillige Senioren im Kampf gegen Jugendarbeitslosigkeit

Die bloßen Zahlen über Jugendarbeitslosigkeit in Europa zeigen den dringenden Handlungsbedarf. In der EU sind derzeit über 5,5 Millionen Jugendliche ohne Arbeit, was bedeutet, dass etwa jeder fünfte europäische Jugendliche auf Arbeitssuche ist. Zwar ist in Deutschland mit 7,7 Prozent die Jugendarbeitslosigkeit vergleichsweise gering, in anderen Ländern wie Spanien (54,6 Prozent) oder Griechenland (58,3 Prozent) bedeutet sie hingegen Existenzängste für die Jugendlichen und eine Bedrohung für die nationalen Sozialsysteme.

Angesichts dieser Zahlen wollen viele Seniorinnen und Senioren in der EU nicht untätig zusehen und entscheiden sich für ein ehrenamtliches Engagement. Die Idee: Mit der Erfahrung und der Expertise aus einem ganzen Berufsleben kann auch mit geringen finanziellen Mitteln Jugendlichen bei der Arbeitssuche geholfen werden.

Vor diesem Hintergrund veranstaltete der Europäische Verband der Seniorexperten (CESES) am 19. März 2014 in Brüssel einen Workshop unter dem Motto „Future meets Experience“. Dabei wurden einige Projekte aus verschiedenen Ländern vorgestellt, bei denen sich Seniorinnen und Senioren gegen Jugendarbeitslosigkeit engagieren.

Bewältigung von Problemen in der Ausbildung in Deutschland

Das bekannteste Projekt in Deutschland ist die Initiative „Verhinderung von Ausbildungsabbrüchen und Stärkung von Jugendlichen in der Berufsausbildung“ (VerA), welche die gemeinnützige Gesellschaft „Senior Experten Service“ (SES) im Jahr 2008 gestartet hat. VerA unterstützt Jugendliche, die sich in ihrer Ausbildung schwer tun und mit dem Gedanken spielen, diese abubrechen. Die Jugendlichen bekommen durch VerA einen Senioren-Experten an die Seite gestellt, welcher ihnen bei der Bewältigung der Ausbildungsprobleme hilft. SES bereitet die freiwilligen Helfer gezielt auf diese Aufgabe vor, vermittelt werden sie in der Regel durch die regionalen Behörden. Bislang haben sich etwa 7.000 Seniorinnen und Senioren freiwillig gemeldet und registrieren lassen, bis März 2014 gingen über 5.000 Anfragen beim SES ein.

Unterricht und individuelle Beratung in Spanien

Obwohl in Spanien der Bedarf an Initiativen gegen Jugendarbeitslosigkeit angesichts einer Quote von über 50 Prozent besonders hoch ist, gibt es keine spanische Senioren-Gesellschaft von vergleichbarer Größe zur deutschen SES. Es bestehen jedoch mehrere kleine, regionale Organisationen wie beispielsweise die „Voluntariado Senior de Asesoramiento Empresarial“ (SECOT), welche seit fast 20 Jahren in Madrid aktiv ist. Deren Mitglieder, aktive sowie bereits pensionierte Fachkräfte, Frührentner und andere Freiwillige, haben ihren Schwerpunkt auf betriebswirtschaftliche Fragen gesetzt. Sie ermöglichen hilfsbedürftigen Jugendlichen eine individuelle Beratung für Geschäftsentwicklungen, Unternehmensführung und Start-up-Unternehmen. Selbständigkeit und die Gründung eines Unternehmens bieten angesichts der Krise vielen Spaniern eine gute Alternative zur klassischen Arbeitssuche. Im Optimalfall kann so nicht nur den Jugendlichen geholfen werden, sondern werden langfristig sogar neue Arbeitsplätze geschaffen. Besonders eindrucksvoll wurde während des Workshops die SECOT-Unternehmerschule „eSemp“ vorgestellt, in

welcher etwa 500 arbeitslose Schüler aus schwierigen Verhältnissen von 35 freiwilligen Senioren-Experten unterrichtet werden.

Fokus auf Sprachunterricht und soziale Integration in Belgien

Wie die spanische SECOT ist auch die belgische Initiative „Duo for a Job“ regional aktiv. Sie fokussiert sich auf die Stadt Brüssel. Auch hier ist die Jugendarbeitslosigkeit mit 36,4 Prozent hoch. Gleichzeitig hat etwa die Hälfte der Jugendlichen in Brüssel einen Migrationshintergrund, was oftmals zu Diskriminierung und Ungerechtigkeiten führt. Hinzu kommen Schwierigkeiten bei der Anerkennung von Schulbildung oder Qualifikationen. Aus diesem Grund hat sich „Duo for a Job“ das Ziel gesetzt, insbesondere Jugendlichen aus dem Nicht-EU-Ausland, wie beispielsweise Flüchtlingen, zu helfen. Dafür haben sich seit der Gründung in 2012 bereits 600 Senioren freiwillig gemeldet. Nach Angaben der Organisation ist dies aber nur ein Bruchteil der Senioren, die sich gerne engagieren würden, es aufgrund fehlender Mittel jedoch nicht können.

Das Prinzip der Initiative ist es, Jugendliche, die in Brüssel neu ankommen, in die Stadt zu integrieren. Hierfür bildet die/der Jugendliche ein Duo mit einem der 600 Senioren, welcher ihr/ihm für mindestens sechs Monate beratend zur Seite steht. Die Unterstützung durch die Senioren kann in verschiedener Weise angepasst an die Bedürfnisse der/des Jugendlichen erfolgen. Es umfasst insbesondere Französisch-Sprachunterricht, die soziale Integration in Sportvereinen o. ä. bis hin zur Jobsuche. Die Senioren selbst werden durch die Organisatoren der Initiative mit Workshops und Fortbildungen für den richtigen Umgang mit den Jugendlichen unterstützt. An der Initiative beteiligen sich u. a. auch Caritas International und Ärzte ohne Grenzen als Partnerorganisationen.

Beratungsdienste für Unternehmen, Kommunen und Organisationen in Frankreich

Im Kontrast zu diesen drei Initiativen aus Deutschland, Spanien und Belgien steht die französische Non-Profit-Organisation „Entreprises, collectivités territoriales, insertion“ (ECTI), bei welcher die freiwilligen Senioren nicht im direkten Kontakt mit den Jugendlichen stehen. Die etwa 3.000 Senioren-Experten von ECTI haben ihre Expertise, ähnlich wie die spanischen SECOT-Senioren, in Gebieten der Betriebswirtschaft und der Unternehmensführung. Anstatt diese jedoch direkt an die Jugendlichen weiterzugeben, bietet ECTI Beratungsdienste für Unternehmen, den öffentlichen Dienst, Kommunen, Verbände sowie für nationale und internationale Organisationen an. Auf diese Weise versuchen die Senioren, einen Beitrag zur Schaffung neuer Arbeitsplätze bzw. zur Erhaltung von Arbeitsplätzen zu leisten und somit die Arbeitsmarktsituation zu verbessern. Darüber hinaus kooperiert die Initiative mit Entwicklungsländern in den Bereichen Wirtschaft, Wissenschaft, Technologie und Kultur.

Fazit

Während des CESES-Workshops wurde neben dem Nutzen derartiger Projekte für die Jugendlichen auch die Bedeutung des Engagements für die Seniorinnen und Senioren hervorgehoben. So werde insbesondere alleinstehenden älteren Menschen, die an Alterseinsamkeit leiden, ein Weg aus der sozialen Isolation geboten. Auch das Verstehen von Jugendlichen und ihrer Anliegen sowie das Gefühl, einen Beitrag für die Gemeinschaft leisten zu können, seien für viele ältere Menschen sehr wichtig.

Der Workshop „Future meets Experience“ des Europäischen Verbands der Seniorexperten (CESES) fand am 19. März 2014 im Ausschuss der Regionen in Brüssel statt. Weitere Informationen finden Sie [hier](#).

Materialien

Thomas Rentsch, Harm-Peer Zimmermann, Andreas Kruse (Hg.): Altern in unserer Zeit. Späte Lebensphasen zwischen Vitalität und Endlichkeit

Frankfurt am Main/New York: Campus Verlag 2013, 231 S., 19,90 Euro, ISBN 978-593-39908-9

Der Sammelband „Altern in unserer Zeit“ veröffentlicht die Ergebnisse des interdisziplinären Forschungsprojekts „Gutes Leben im hohen Alter angesichts von Verletzlichkeit und Endlichkeit – eine Analyse von Altersbildern in öffentlichen Diskursen und Alltagspraktiken“, das von der Volkswagen-Stiftung gefördert wurde. Ziel des Forschungsprojekts war es, die „defizitorientierte Sicht auf das hohe Alter“ zu überwinden und die legitime Berechtigung, trotz gewisser Schwächen in Würde alt zu werden, in den Blick zu rücken. Die Projektergebnisse wurden im Juli 2012 bei einem öffentlichen Symposium im Hygiene-Museum in Dresden vorgestellt.

Gemäß der wissenschaftlichen Disziplinen der drei Herausgeber wurde das hohe Alter aus drei unterschiedlichen Perspektiven betrachtet: aus Sicht der Gerontologie (Andreas Kruse), der Kulturwissenschaften (Harm-Peer Zimmermann) und der Philosophie (Thomas Rentsch). Diese drei Sichtweisen finden sich in den drei Teilen des Buchs wieder.

Gerontologische Perspektive

Andreas Kruse, Direktor des Instituts für Gerontologie der Universität Heidelberg, betrachtet das Alter zwischen Selbstbestimmung und Grenzen der Autonomie sowie im Spannungsfeld von Potenzialen und Einschränkungen. Er versucht in seinem Beitrag eine anthropologische Annäherung an das Alter. Den Auftakt seiner Überlegungen bildet die Selbstgestaltung im Alter. Diese verliere im Alter nicht an Bedeutung, sondern verändere sich. Auch in hohem Alter wollen Menschen ihr Leben bewusst gestalten und lassen sich von Ihren Werten und Bedürfnissen leiten. Feststellbar sei, dass die Lebensgestaltung mehr und mehr von einem Lebensrückblick, der einer Spurensuche gleichkommt, beeinflusst werde. Gleichzeitig gelte es die Grenzen der Selbstverantwortung anzuerkennen und eine zunehmende Abhängigkeit bewusst anzunehmen. Wie in allen Lebensphasen sind auch im Alter zwei Perspektiven – die Potenzial- und die Verletzlichkeitsperspektive – zu betrachten, wobei das Hauptaugenmerk auf dem Entwicklungspotenzial liegen sollte.

Bei einer Anthropologie des Alters könne von einer coram-Struktur gesprochen werden, bei der es um die Verantwortung vor sich selbst, vor anderen Menschen und vor der Schöpfung, im Sinne von Nachhaltigkeit, gehe. „Gestaltungsfähigkeit und Gestaltungswille des Individuums enden nicht mit einem bestimmten Lebensalter, sondern bilden ein über die gesamte Lebensspanne bestehendes Entwicklungspotential.“ Es gehe immer um Chancen und Herausforderungen sowohl für den Einzelnen als auch für die Gesellschaft.

Bedingungen guten Alterns

Die Heidelberger Wissenschaftler Sonja Ehret, Timo Jacobs und Dagmara Wozniak greifen diesen Diskurs auf. Im gerontologischen

Teilprojekt haben sie zwölf zentrale nationale und internationale Fachjournale sowie 40 Monografien und Sammelbände im Zeitraum von 1990 bis 2009 im Rahmen einer Diskursanalyse untersucht. Die Befunde der textbasierten Analysen wurden durch 86 Experteninterviews mit Praktikern und Wissenschaftlern ergänzt. Unter anderem erkennen sie folgende Handlungsbedarfe: Mehr als die Hälfte der Experten aus Medizin und Pflege wünschen sich eine Professionalisierung der helfenden Akteure. Man brauche lernende Institutionen, eine Geriatriisierung der Medizin und eine Gerontologisierung der Gesellschaft, die bei noch nicht vorhandenen universitären Lehrstühlen ihren Anfang nehmen sollte.

Zwei bis drei Viertel der Experten würden gerne die gesellschaftliche Einstellung zu Altern und Tod verändert sehen. So fragt eine Pflegende: „Sehen wir die Alten nur als Kostenfaktor oder als Aufgabe?“ Wir täten gut daran, mit den Alten wieder leben zu lernen. 80 Prozent der Praktiker aus Medizin und Pflege weisen auf Veränderungsbedarf der infrastrukturellen Bedingungen hin. Den breitesten Raum nimmt dabei die Quartiersentwicklung ein. Mediziner stellen fest: „Reiche Leute altern besser.“ Deshalb wünschen sie sich u. a. standardmäßig ein geriatrisches Assessment, Psychotherapie im Alter und verbessertes Entlassungsmanagement. Eine Quintessenz ist: „Das Wissen explodiert, aber das Handeln nicht.“

Kulturwissenschaftliche Perspektive

Das kulturwissenschaftliche Forschungsprojekt, das im zweiten Teil des Buches dargestellt wird, thematisiert die objektiven und subjektiven Bedingungen von Lebenskunst. Dafür wurden öffentliche Debatten sowie Printmedien von der Apothekenumschau über die Bildzeitung bis hin zur Süddeutschen Zeitung im Zeitraum von 1990 bis 2012 ausgewertet. Weiterhin fanden seit Herbst 2011 Gespräche mit Menschen über 75 Jahre sowie mit 20 Angehörigen statt. Wie reagieren Menschen auf die Bewertungen in den Zeitungen wie z. B: „Die Bevölkerung vergreist“, „Deutschland rutscht in die Methusalem-Falle“? Eine erste Auswertung ergab: Die beiden signifikanten Haltungen sind „Alters-Flexibilität“ und „Alters-Coolness“. Harm-Peer Zimmermann, während der Projektlaufzeit Professor am Institut für Europäische Ethnologie/Kulturwissenschaften der Philipps-Universität Marburg, beleuchtet in seinem Beitrag diese beiden typischen und zugleich konträren Begriffe näher.

Der Beitrag von Welf-Gerrit Otto, Doktorand an der Philipps-Universität Marburg, geht auf die öffentliche Diskussion um Sexualität betagter und hochbetagter Menschen ein. Er zeigt eine hochgradig problematische Tendenz der vermittelten Altersbilder auf. Der gegenwärtige Boom der Veröffentlichungen zum Alterssex gründe auf einem Generationswechsel innerhalb der Gruppe der Alten. „Die Alt-68er kommen in die Jahre“. Damit verzeichne die Alterskultur einen Paradigmenwechsel.

Formen der alterspraktischen Lebenskunst stellt Heinrich Grebe, wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Europäische Ethnologie/Kulturwissenschaften der Philipps-Universität Marburg, dar. In seiner Arbeitsgruppe ging es schwerpunktmäßig darum, wie Hochbetagte selbst ihre Situation erleben. 14 Menschen im Alter von 80 bis 101 wurden dazu befragt. Grebe lässt den Leser an den geführten Gesprächen direkt teilhaben. Hier begegnet der Leser dem 80-jährigen ehemaligen Leiter einer Klinik oder der 88-jährigen Dame, die früher ein kleines Geschäft betrieben hat und jetzt auf dauernde Hilfe angewiesen ist. Ein Ergebnis seiner Untersuchungen ist es, „die Selbstsorge hochbetagter Menschen stärker wahrzunehmen und ihr einen größeren Raum zu geben“. Konkret bedeute dies, sich Hochbetagten nicht in erster Linie über ihre Hilfsbedürftigkeit, sondern über ihre Persönlichkeit zu

nähern.

Philosophische Perspektive

Die philosophischen Beiträge werden von Thomas Rentsch (Professor für Praktische Philosophie/Ethik an der Technischen Universität Dresden), Petra Gehring (Professorin für Philosophie an der TU Darmstadt) und Carolin Wiegand (wissenschaftliche Mitarbeiterin an der Technischen Universität Dresden) bestritten. Sie thematisieren die zentrale Bedeutung der Endlichkeit für ein menschliches Lebensverständnis und die Möglichkeiten, Demenz zu bewältigen. Es wird versucht, eine Ethik des späten Alters zu entwickeln. Dabei werden auch die Potenziale der Weisheit im Alter hinterfragt. Beim Nachdenken über die Besonderheiten des Alterns dürfe man nicht vergessen, dass alle Lebensphasen von Problemen, Krisen, Konflikten und Ängsten gekennzeichnet seien und auch in allen Lebensphasen Chancen zum Glück bestünden. Dennoch erkennt Rentsch angesichts des Alterns eine „Radikalisierung der Lebenssituation“. Seine These untermauert er, indem er sich mit dem physischen, psychischen, sozialen und kulturellen Altern auseinandersetzt.

Die philosophische Analyse zeigt, dass eine „andere Kultur des Alterns wie des Sterbens“ anzustreben sei, die „humane Achtung und wertschätzende, Trost und Zuversicht vermittelnde Pflege ins Zentrum rückt“.

Fazit

Im Gegensatz zum vorherrschenden Jugendwahn und der allgemeinen Verdrängung des Todes in der heutigen Gesellschaft plädieren die Autoren für ein Altern, „das als wesentlicher Aspekt des menschlichen Lebens wahrgenommen wird und nicht als lästiges Problem“.

Die Beiträge im Sammelband „Altern in unserer Zeit“ stimmen nachdenklich. Durch die ganzheitliche Sicht auf den Menschen werden viele Anregungen für die Auseinandersetzung mit dem Älterwerden und einem bewussteren Umgang mit der Sprache gegeben. Die Beiträge und Zitate regen an, bei Sokrates, Platon, Schopenhauer oder Rilke nachzulesen, was sie über das Altern in ihrer Zeit gedacht haben. Vor allem wird man sich die Werke von Johann Sebastian Bach, die er in seinen letzten Lebensjahren schrieb oder schreiben ließ, bewusster anhören.

Impressum

Verlag/Herausgeber:

BANK FÜR SOZIALWIRTSCHAFT AG
Wörthstraße 15-17, 50668 Köln
Telefon 0221 / 97356-237
Telefax 0221 / 97356-479

Redaktion:

Susanne Bauer (v. i. S. d. P.), s.bauer@sozialbank.de

Denise Broich, d.broich@sozialbank.de (Gesellschaft)

Jens Hayer, j.hayer@sozialbank.de (Pflege)

Nurcan Karapolat, n.karapolat@sozialbank.de (Gesundheit)

Hella Krauß, h.krauss@sozialbank.de (Arbeitsmarkt, Materialien)

Tobias Nickl, t.nickl@eufis.de (Europa)

ISSN: 1869-7631

Erscheinungsweise: monatlich