



© i-Stockphoto – Yuri

Altersbilder

Eine Befragung der VIOS Medien
unter Leserinnen und Lesern
der Zeitschrift Treffpunkt 55plus

Januar 2017

VIOS Medien GmbH Waldstraße 26 82194 Gröbenzell

Carola Ostler (V. i. S. d. P.)

Fon 08142/66 78 84 info@vios-medien.de www.vios-medien.de

Warum eine Befragung zu Altersbildern?

Nie zuvor haben so viele Menschen ein so hohes Alter erreicht wie heute. Diese Entwicklung birgt neue Möglichkeiten zur Entfaltung der Potentiale des Alters, stellt die Einzelnen und die Gesellschaft aber zugleich im Umgang mit den Grenzen des Alters vor neue Herausforderungen. Wie wir als Einzelne und als Gesellschaft diesen Chancen und Anforderungen begegnen, wird durch einen Faktor besonders stark beeinflusst: „Altersbilder haben großen Einfluss sowohl auf die Verwirklichung von Entwicklungsmöglichkeiten im Alter als auch auf den Umgang mit Grenzen im Alter. Die Zukunft des Alters hängt also in erheblichen Maße von Altersbildern ab.“ (BMFSFJ, 2010, S. 6)¹.

Man unterscheidet zwischen gesellschaftlichen Altersbildern, die durch den entsprechenden Kontext beeinflusst werden (beispielsweise Arbeitswelt, Medien, gesundheitliche Versorgung) und individuellen Altersbildern, die zusätzlich durch den persönlichen Hintergrund und die eigenen Erfahrungen bestimmt sind. Angesichts unserer heutigen differenzierten Gesellschaft ist es deshalb nicht verwunderlich, dass die Vorstellungen, die die Generation plus vom Alter und Altern hat, ebenso unterschiedlich sind, wie die älteren Menschen selbst.

Uns hat interessiert, welche Vorstellung vom Alter und vom Altern sich die Leserinnen und Leser von Treffpunkt 55plus machen und was sie über die dominierenden Altersbilder in den Medien und in der Werbung denken. Dazu haben wir im Jahr 2016 von April bis Juli 479 zufällig ausgewählte Leserinnen und Leser befragt. Etwa ein Drittel der Befragten hat einen Print-Fragebogen ausgefüllt, zwei Drittel haben die digitale Möglichkeit des Online-Fragebogens genutzt. Ein Vergleich mit der Lesererhebung aus dem Jahr 2013 zeigt, dass die soziodemografischen Daten der Befragten weitgehend denen der gesamten Leserschaft entsprechen. Rund 73 Prozent der Befragten sind Frauen (Gesamtleserschaft 72 Prozent), 71 Prozent sind zwischen 60 und 75 Jahre alt (Gesamtleserschaft 69 Prozent), etwa 55 Prozent leben alleine (ledig, geschieden, verwitwet (Gesamtleserschaft 58 Prozent) und 74 Prozent befinden sich bereits im Ruhestand bzw. Rente (Gesamtleserschaft 71 Prozent).

Ab wann ist man alt?

Wann beginnt das Alter? Gibt es einen bestimmten Schwellenwert, bei dessen Erreichen jemand als alt bezeichnet werden kann? Ist es der Renteneintritt oder ein bestimmtes Lebensalter? Aufgrund der gestiegenen Lebenserwartung² wird diese Frage heute anders beantwortet als vor 60 Jahren, als nach dem Ausscheiden aus dem Erwerbsleben ein vergleichsweise kurzer und ruhiger „Lebensabend“ folgte. Heute markiert das Ende des Arbeitslebens den Beginn einer Lebensphase von durchschnittlich fünfzehn bis zwanzig Jahren, die mit Aktivitäten wie Reisen, ehrenamtlichen Engagement, Betreuung der Enkelkinder, Weiterbildung usw. angefüllt ist. Zudem verbringen die meisten Menschen viele der gewonnenen Lebensjahre dank des medizinischen Fortschritts bei guter Gesundheit.

Der Beginn des Alters wird heute eher mit dem individuellen Gesundheitszustand einer Person, ihrer geistigen und körperlichen Mobilität verknüpft. Auch für die Mehrheit der Leserinnen und Leser von Treffpunkt 55plus steht der Verlust einer aktiven und selbstbestimmten Lebensführung im Vordergrund.

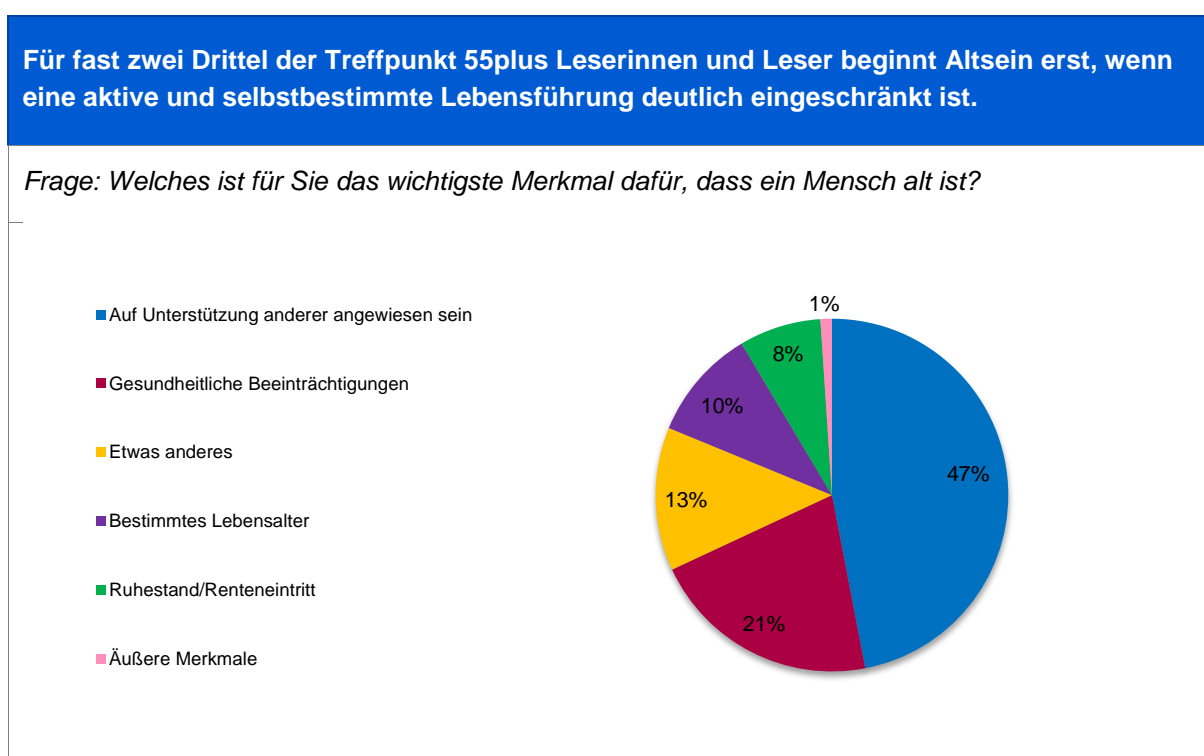
¹ BMFSFJ (Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend), 2010: Sechster Bericht zur Lage der älteren Generation in der Bundesrepublik Deutschland. Altersbilder in der Gesellschaft. Berlin

² Die durchschnittliche Lebenserwartung von Frauen ist von 69 Jahre im Jahr 1950 auf 83 Jahren im Jahr 2015 gestiegen, bei Männern stieg sie im selben Zeitraum von 65 Jahre auf 78 Jahre (Statistisches Bundesamt, 04.03.16).

Für sie beginnt das Altsein, wenn sie ihren Lebensalltag nicht mehr alleine bewältigen können (47 Prozent) oder vermehrt gesundheitliche Beeinträchtigungen auftreten (21 Prozent).

Das Interesse an Neuem zu verlieren, sich aus dem aktiven Leben zurückzuziehen oder mental zu stagnieren, die von 13 Prozent als weitere Aspekte genannt wurden, zeigen ebenfalls in diese Richtung. Nur wenige setzen die Frage, ab wann man alt ist, mit nichtpersonalen Faktoren in Bezug, wie das Überschreiten einer bestimmten Altersschwelle: Lediglich 8 Prozent der Befragten verbinden den Beginn des Alters mit dem Ende des Erwerbslebens und 10 Prozent mit dem Erreichen eines bestimmten Lebensalters, und zwar im Durchschnitt mit etwa 75 Jahren.

Schaubild 1: Alterswahrnehmung



Dass nicht eine bestimmte Altersschwelle oder äußerliche Ereignisse bestimmen, ab wann ein Mensch als alt empfunden wird, sondern sein individueller Zustand, zeigen auch persönliche Aussagen von Leserinnen und Lesern: „Wenn es mit der Gesundheit bergab geht, dann geht leider alles bergab“, „Wenn er sich nicht mehr für Neues interessiert“, „Wenn sie gebrechlich sind und auf Hilfe angewiesen“.

Alter: Chance oder Beeinträchtigung?

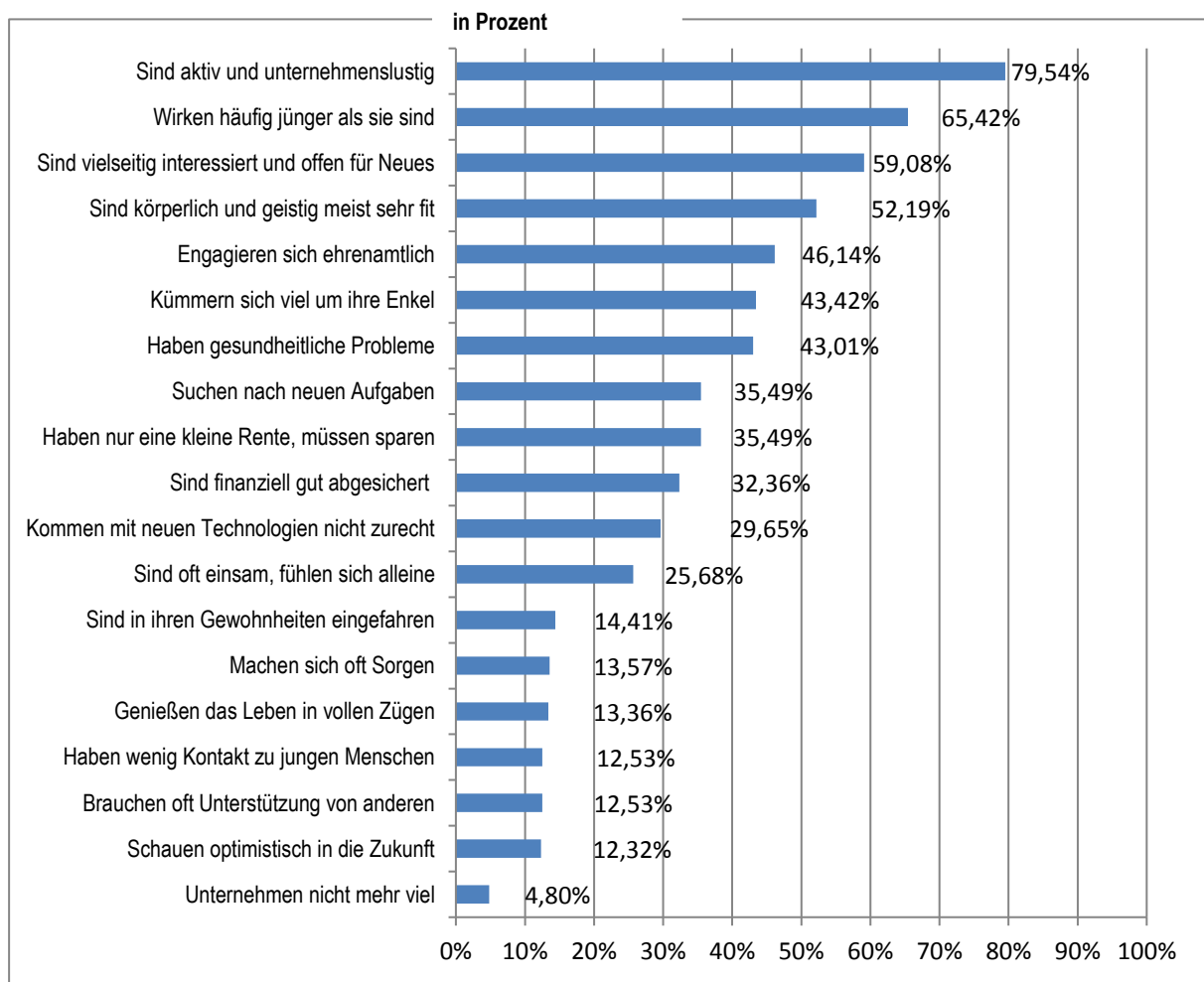
Das nach dem Ende des Erwerbslebens eine längere aktive Lebensphase möglich ist, hat das Bild des Alter(n)s in der Gesellschaft und die Selbstwahrnehmung älterer Menschen in den vergangenen Jahren beeinflusst: Viele schauen dem Alter und Altern gelassener entgegen. So ist auch die Mehrheit der Leserinnen und Leser von Treffpunkt 55plus (69 Prozent) der Überzeugung, dass heutzutage von den meisten Menschen das Alter(n) überwiegend positiv wahrgenommen wird. Dabei sind es vor allem die so genannten „jungen“ Alten zwischen 60 und 74 Jahren, die die Chancen und Möglichkeiten der hinzugewonnenen Lebensjahre (75 Prozent) sehen, gehören sie doch selbst dazu und genießen nach dem Arbeitsleben die neue Freiheit, lang gehegte Wünsche und bisher nicht umgesetzte Vorhaben zu verwirklichen, neue Herausforderungen zu suchen oder sich aktiv in die Gestaltung der Gesellschaft einzubringen.

Die überwiegend positive Haltung der Befragten betrifft nicht nur diese Lebensphase allgemein, sondern auch das Bild, das sie von Menschen zwischen 60 und 75 haben. Die so genannten „jungen“ Alten gehören für die Befragten keinesfalls zum alten Eisen: Sie halten sie für aktiv und unternehmungslustig (79 Prozent), vielseitig interessiert (60 Prozent), körperlich und geistig fit (52 Prozent) und finden, sie wirken häufig jünger als sie tatsächlich sind (62 Prozent). Nach ihrer Meinung bildet diese Altersgruppe auch eine sehr wichtige Stütze für die Familie und die Gesellschaft, da sie sich ehrenamtlich engagieren und für andere einsetzen (46 Prozent) und sich viel um ihre Enkel kümmern (43 Prozent).

Schaubild 2: Die „jungen Alten“ (60 bis 75 Jahre)

79 Prozent der Treffpunkt 55plus Leserinnen und Leser sind der Meinung, dass die „jungen“ Alten von heute aktiv und unternehmungslustig sind, mitten im Leben stehen.

Frage: Was trifft Ihrer Meinung nach auf heutige Menschen im Alter zwischen 60 und 75 Jahren zu?



Bei der Frage der finanziellen Absicherung ergibt sich keine deutliche Tendenz: Während 32 Prozent der Befragten der Meinung sind, dass die „jungen“ Alten finanziell gut abgesichert sind und sich gerne etwas gönnen, glauben 35 Prozent, dass viele nur über eine kleine Rente verfügen und deshalb sparen müssen.

Doch der Blick der Befragten auf ältere Menschen zwischen 60 und 75 ist für einige ambivalent. Vor allem die gesundheitlichen Beeinträchtigungen, die ihnen zugeschrieben werden (43 Prozent) spielen eine Rolle, und immerhin ein Drittel ist der Meinung, dass sie sich mit neuen Technologien oder Geräten wie Internet oder Smartphones schwer tun (30 Prozent), dass sie von Einsamkeit oder Alleinsein

betroffen sind (26 Prozent) und dass sie unflexibel, in ihren Gewohnheiten und Ansichten eingefahren sind (14 Prozent).

Die Zukunft des Alters

Welche Bedeutung hat der Demografische Wandel für unsere Gesellschaft? Obwohl viele die neuen Chancen und Möglichkeiten sehen, sieht mehr als die Hälfte der Befragten skeptisch auf die Herausforderungen, die der Demografische Wandel für die Gesellschaft mit sich bringt. So halten es 57 Prozent für besorgniserregend, dass es immer mehr ältere und immer weniger jüngere Menschen gibt und fokussieren ihre Ängste dabei auf die finanzielle Absicherung im Alter. Fast 67 Prozent befürchten, dass die Altersarmut in den kommenden Jahren zunehmen wird und nur 19 Prozent sind überzeugt, dass die finanzielle Absicherung älterer Menschen gut ist.

Ob Wirtschaft oder soziales Miteinander, viele Bereiche der Gesellschaft profitieren von älteren Menschen, davon ist eine große Mehrheit der Befragten überzeugt. Sie sind der Meinung, dass ohne das Engagement der Älteren in Ehrenämtern oder der Familie die Gesellschaft größeren Problemen gegenüber stehen würde (68 Prozent), dass die Kaufkraft älterer Konsumenten für die Wirtschaft wichtig ist (67 Prozent) und halten die Erfahrung und das Wissen älterer Arbeitnehmer für Unternehmen für unverzichtbar (50 Prozent).

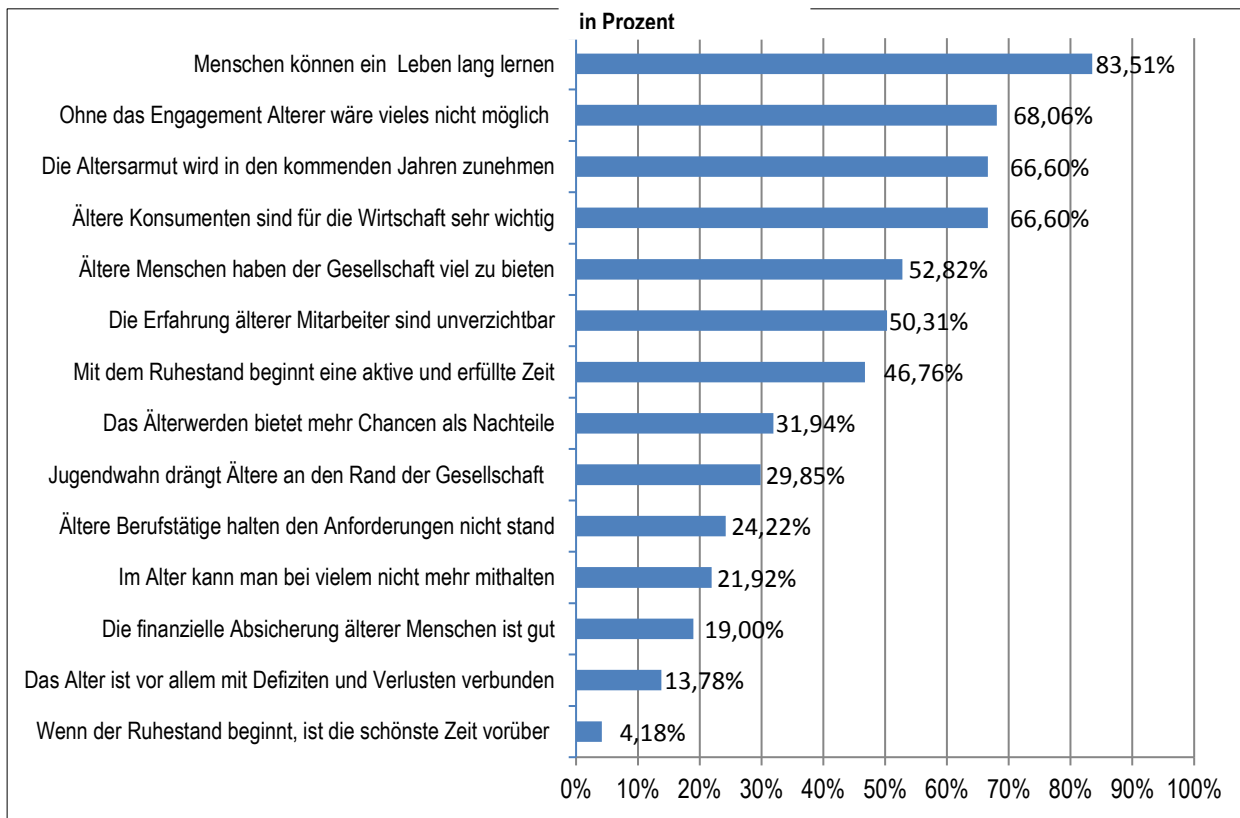
Die rasanten Entwicklungen der letzten Jahre im Bereich Kommunikationstechnologien haben zu dem Vorurteil beigetragen, dass man im Alter nicht mehr mithalten kann. Das sehen Leserinnen und Leser von Treffpunkt 55plus anders: nur 23 Prozent folgen dieser quer durch alle Altersgruppen vorliegende Auffassung. Hingegen kommt der überwiegende Teil der Befragten zu dem Schluss, dass Menschen ein Leben lang Neues dazu lernen können (84 Prozent). Sehr selbstbewusst geht mehr als die Hälfte der Befragten davon aus, dass Ältere der Gesellschaft in vielerlei Hinsicht etwas zu bieten haben (53 Prozent).

Doch es gibt auch andere Stimmen: Ein Drittel ist der Auffassung, dass Ältere durch den vorherrschenden Jugendwahn an den Rand der Gesellschaft gedrängt werden. Kommentaren einzelner Befragten weisen darauf hin, dass die Zusammenarbeit aller gesellschaftlichen Bereiche als eine wichtige Voraussetzung dafür angesehen wird, die Probleme des Demografischen Wandels zu bewältigen: „Alle sind dazu aufgefordert, sich zu engagieren – Politik, Wirtschaft und die gesamte Gesellschaft.“ Dabei spielt für sie auch das Miteinander der Generationen eine Rolle: „Gegenseitiger Respekt und Achtung sind wichtig, dann funktioniert es zwischen den Generationen.“

Schaubild 3: Alter und Gesellschaft

84 Prozent der Treffpunkt 55plus Leserinnen und Leser sind überzeugt davon, dass Menschen ein ganzes Leben lang lernen, unabhängig vom Alter.

Frage: Welchen der folgenden Aussagen zum Thema Alter und Altern würden Sie zustimmen?



Altersbilder in Medien und Werbung

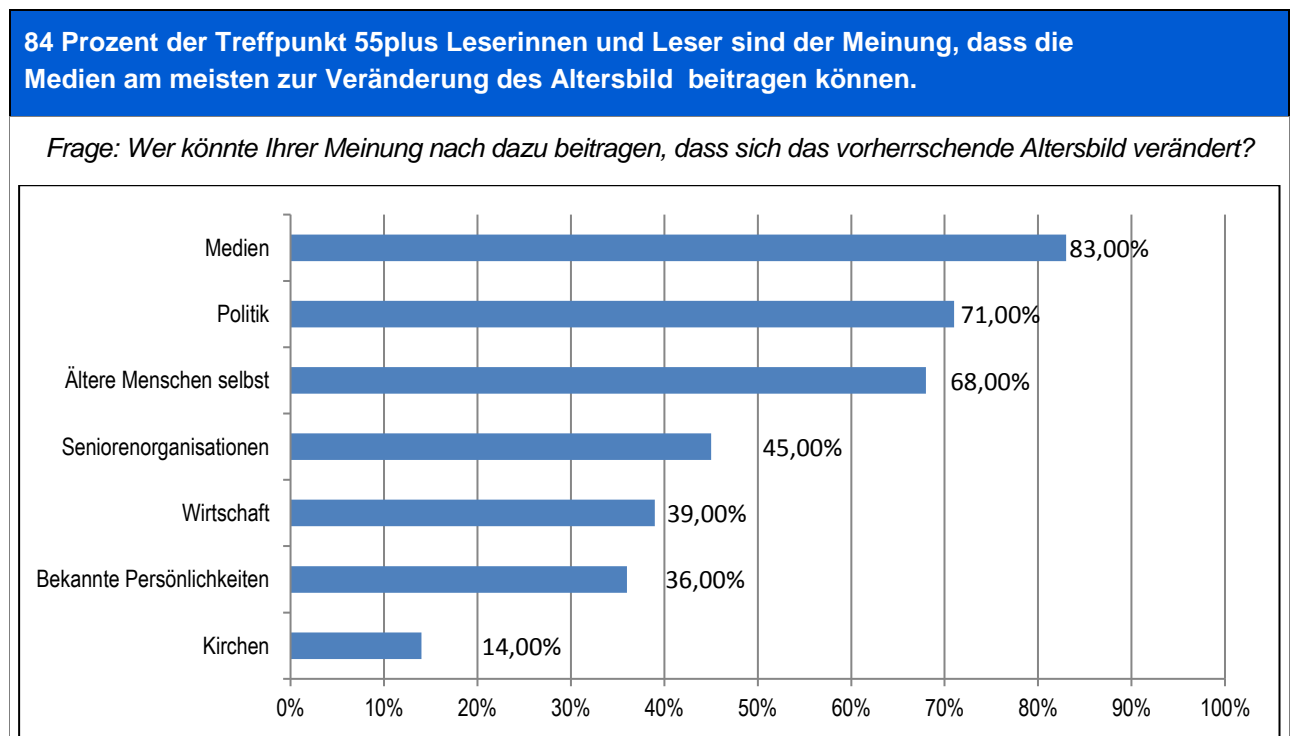
Ein gebrechlicher Mensch am Rollator im Artikel über die Zunahme der Zahl an Demenz erkrankter einerseits, der durchtrainierte grauhaarige Bergsteiger im Bericht über sportliche Leistungen älterer Menschen andererseits – die gesellschaftlichen und individuellen Altersbilder werden stark von den Bildern und Themen in den Medien beeinflusst. Sie spielen eine wichtige Rolle, denn wir beziehen unser Wissen über das Alter und Älterwerden zu einem nicht unerheblichen Teil aus den Medien.

Der Demografische Wandel hat unter anderem dazu geführt, dass in den Medien das Thema Alter(n) mehr Raum in der Berichterstattung und Unterhaltung einnimmt und differenzierter als früher dargestellt wird. Doch wird es ausreichend thematisiert in den Medien? 64 Prozent der Befragten Leserinnen und Leser finden das nicht und halten mehr Informationen über unterschiedliche Aspekte des Alter(n)s für notwendig.

Angesichts des Demografischen Wandels stellt sich auch die Frage, ob die zunehmende Zahl älterer Menschen unter der Bevölkerung das Bild, das wir heute vom Alter(n) haben, in den nächsten 5 bis 10 Jahren ändern wird. Zwei Drittel der befragten Leserinnen und Leser sind überzeugt davon, während ein Drittel annimmt, das sich nichts Wesentliches verändern wird. Dabei gehen 48 Prozent von einer positiven Veränderung des Altersbilds aus, allen voran diejenigen unter den Befragten, die finanziell besser gestellt sind (42 Prozent).

Bei der erwarteten Veränderung spielen die Medien aus Sicht der Leserinnen und Leser eine besonders wichtige Rolle: Bei der Frage, wer alles zur Veränderung der vorherrschenden Altersbilder beitragen kann, stehen sie an erster Stelle (83 Prozent), gefolgt von der Politik (71 Prozent), den älteren Menschen selbst (68 Prozent), Seniorenorganisationen (45 Prozent), der Wirtschaft (38 Prozent) oder bekannten Persönlichkeiten (36 Prozent). Die Kirchen spielen aus ihrer Sicht dabei nur eine unwesentliche Rolle (14 Prozent).

Schaubild 4: Veränderung der Altersbilder



Auch wenn sich im Umgang der Medien mit dem Thema Alter(n) in den letzten Jahren einiges getan hat, sind ältere Menschen in der Werbung noch immer unterrepräsentiert. Denn trotz guter Beispiele, die Senior Models in Werbekampagnen verwenden und obwohl insgesamt mehr graue Köpfe in der Werbung zu finden sind als noch vor 10 Jahren – Jugend ist nach wie vor Trumpf, selbst wenn die angesprochene Zielgruppe jenseits der 50 ist und die beworbenen Produkte vor allem von älteren Konsumentinnen und Konsumenten genutzt werden.

43 Prozent der Befragten wünschen sich eine gesunde Mischung von Älteren und Jüngeren, nur 20 Prozent sprechen sich generell für mehr Ältere in der Werbung aus. Für 37 Prozent kommt es bei der Frage, wer gezeigt wird, vor allem auf den Inhalt der Werbung an, das wird aus weiteren Aussagen ersichtlich: „Gerade bei Angeboten, die für jedes Alter interessant sind, möchte ich nicht nur junge Menschen in einer Anzeige sehen“, „Das Alter der gezeigten Menschen sollte dem beworbenen Produkt entsprechen.“

Auch wenn 54 Prozent der befragten Leserinnen und Leser die Darstellung älterer Menschen in der Werbung in den meisten Fällen angemessen findet, ist immerhin noch ein gutes Drittel der Meinung, dass das Alter und ältere Menschen in Anzeigen oder Werbespots oft unpassend visualisiert werden (34 Prozent). Verschiedenen Kommentare, wie „Ich möchte normal aussehende Menschen ab 55“, „Die Zuschauer wollen keine grau gefärbten 40-Jährigen“ oder „Es sollten wirkliche ältere Menschen gezeigt werden, mit allem Drum und Dran“ machen deutlich, dass ein realistischeres Bild vom Alter notwendig ist – und das nicht nur in der Werbung.