

Zeitschrift: Zenit
Herausgeber: Pro Senectute Kanton Luzern
Band: - (2008)
Heft: 2

Artikel: "Künftige Senioren füttern keine Tauben mehr"
Autor: Eckert, Heinz
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-820972>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 14.03.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

«Künftige Senioren füttern keine Tauben mehr»

Die Gruppe der Menschen ab 60 wird immer wichtiger und prägend. So sieht es auch der Luzerner Zukunftsforscher Georges T. Roos. Für ihn ist die Diskussion um eine Senkung des Rentenalters überholt, weil die neuen Alten sowieso länger arbeiten wollen.

Im Jahr 2040 sind 25 Prozent aller Schweizerinnen und Schweizer im Rentenalter. So prophezeit es jedenfalls das Bundesamt für Statistik. Das sind zehn Prozent mehr als heute, und die Tendenz ist steigend. Mit dem Pillenknick sind die Geburtenraten rapide gefallen. Zudem werden wir immer älter. Dieser Trend ist in den meisten europäischen Ländern gleich. Während die nordischen Staaten eine etwas höhere Reproduktionsrate haben, ist die sogenannte «Überalterung» in Italien noch viel ausgeprägter. Was heisst das für die Gesellschaft und die Sozialversicherungen? Und was bedeutet es, dass die neuen Alten immer jünger und aktiver werden?

Der Luzerner Zukunftsforscher Georges T. Roos teilt die Menschen denn auch nicht mehr in Junge, Erwachsene und Alte ein. Er unterscheidet heute schon zwischen Jungen, Erwachsenen sowie jungen Alten ab 60 Jahren, die aktiv im Leben stehen, vielleicht sogar ein Geschäft eröffnen, reisen, konsumieren. Dann kommen die mittleren Alten ab 75 und 80 Jahren, die zwar zunehmend körperliche Einschränkungen spüren, das Leben aber immer noch geniessen können und meistens fit sind. Ab etwa 90 Jahren könne man dann von den Hochbetagten sprechen. Sie beanspruchen auch die meiste Pflege.

Nach Roos ist die Vorstellung von Pensionierten, die in grauen Mänteln im Park Tauben füttern, völlig veraltet. Für ihn sind die Rentner von morgen zum Beispiel die Rolling Stones, die zwar über 60, aber keineswegs alt sind und immer

noch um die ganze Welt rocken. Die Menschen, die in den nächsten Jahrzehnten in die Jahre kommen, haben als 68er und Baby-Boomer viel verändert, Jugendwerte durchgesetzt, sich emanzipiert und die Gesellschaft aus konventionellen Zwängen befreit. «Sie werden schon bald ein ganz anderes gesellschaftliches Bild der Rentner prägen, als wir es heute kennen», sagt Roos. Die 68er haben die Gesellschaft bezüglich der Jugendanliegen umgewandelt, sie sind auch imstande, die Anliegen und Werte in Bezug auf das Alter zu ändern.»

Das Alter sollte nach Roos deshalb nicht mehr nach Lebensjahren definiert werden, sondern aufgrund der körperlichen Einschränkungen. Der Luzerner Zukunftsforscher ist überzeugt, dass die ältere Generation der Gesellschaft in Zukunft ein neues Gesicht geben und zur bestimmenden Gruppe werden wird. Die Alterung der Gesellschaft sei eine Herausforderung für die Rentensysteme, die aber gemildert werde, weil viele der neuen Alten länger arbeiten wollten, meint Roos. Wer eine befriedigende Arbeit habe, wolle sich nicht vorzeitig pensionieren lassen. Das sei eine Herausforderung für die Wirtschaft. Viele Unter-

Zur Person

Georges T. Roos, geboren 1963, ist Zukunftsforscher und Inhaber der Firma Roos Büro für kulturelle Innovation. Das Beratungsunternehmen in Luzern ist auf Zukunftsfragen, Trendanalysen und Zukunftsgestaltung spezialisiert. Roos ist Vorstandsmitglied der Schweizerischen Vereinigung für Zukunftsforschung «swissfuture» sowie Gründer und Direktor der European Futurists Conference in Luzern. An der Universität Luzern doziert Roos am Nachdiplomkurs Philosophie und Management.



Bild: Dany Schultheiss

nehmen würden sich heute schon intensiv mit den älteren Arbeitnehmern auseinandersetzen und sich fragen, wie deren Erfahrungsschatz und Einsatzbereitschaft am sinnvollsten eingesetzt werden könnte. Werte wie Zuverlässigkeit und Erfahrungen seien wieder sehr gefragt.

Für den Zukunftsforscher ist es deshalb ein Unsinn, immer wieder von einer Senkung des Rentenalters zu reden, und er fragt sich, ob nicht an neue Rentenmodelle gedacht werden sollte. «Warum berechnet man die Rente immer von 65 bis zum Tod?», fragt er. «Wäre es nicht sinnvoller, wenn die Rente zum Beispiel für eine Neuqualifikation vorbezogen und dafür länger gearbeitet werden könnte? Wenn ein Mittdreissiger ein Jahr pausieren, sich weiterbilden oder erholen möchte vom täglichen Berufsstress?»

Ist die Gesellschaft nicht nach wie vor vom Jugendwahn geprägt? Sind die Chancen für ältere Arbeitnehmer nicht immer noch sehr gering, eine interessante und anständig bezahlte Arbeit zu finden? Der Luzerner glaubt, dass der Jugendwahn bereits abnimmt: «Die Trendwende ist beispielsweise in der Werbung abzulesen, die lang-

Für Georges T. Roos ist klar, dass die ältere Generation der Gesellschaft in Zukunft ein neues Gesicht geben wird: «Das Marketing ist auf der Suche nach Begriffen, mit denen sich die reifen Menschen auch tatsächlich identifizieren können.»

sam merkt, dass die Alten ein sehr interessantes und konsumfreudiges Publikum darstellen.» Die Leute über 60 verfügen in der Regel nämlich über mehr Geld als früher, und in der Schweiz liegt das durchschnittliche Alter beim Erbantritt mittlerweile bei 60 Jahren. 2006 wurden in der Schweiz rund 28,5 Milliarden Franken vererbt.

Deshalb überlegen sich die Unternehmen intensiv, wie sie dieses interessante Käufersegment ansprechen können, und kreieren laufend neue Begriffe. Denn die neuen Alten wollen weder mit alt noch mit Bezeichnungen wie Senioren oder Rentner angesprochen werden, da sie sich keineswegs als solche fühlen.

«Das Marketing ist auf der Suche nach Bezeichnungen, mit denen sich die «reifen» Menschen auch tatsächlich identifizieren können», weiss Georges T. Roos. «Silver- oder Golden-Generation sind zwei Beispiele dafür.» Golden deutet auf die goldenen Jahre hin, Silver weniger auf die Haarfarbe als auf das Silber im Portemonnaie. Doch beide Bezeichnungen weisen auf die Kaufkraft dieser Gesellschaftsgruppe hin.

Heinz Eckert