



## Wer ist die BAGSO?

Sehr geehrte Damen und Herren,

ich freue mich, Ihnen die BAGSO und ihre Arbeit sowie die der BAGSO-Verbände vorstellen zu können, denn die BAGSO versteht sich auch als Ansprechpartner für gesellschaftliche Institutionen, die sich wie Sie verstärkt der Gruppe älterer Menschen zuwenden wollen, was wir sehr begrüßen. Daher möchte ich gleich zu Beginn meiner Ausführungen unsere Unterstützung anbieten, denn über die 90 Verbände (Seite 18 bis 20), die zurzeit zur BAGSO gehören, verfügen wir über ein großes Know-how und vielfältige Kontakte.

Die Bundesarbeitsgemeinschaft der Senioren-Organisationen e.V. (BAGSO) wurde im Januar 1989 gegründet, um eine "Lobby der Älteren" zu bilden. Über die ihr angeschlossenen 90 Verbände vertritt die BAGSO die Interessen von mehr als 12,5 Millionen Seniorinnen und Senioren in Deutschland.

Gefördert wird die Arbeit der BAGSO durch das Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ).

### **Fundamentale Anliegen der BAGSO sind:**

1. Ein selbstbestimmtes Altern zu ermöglichen.
2. Ältere zu bestärken, politische und soziale Verantwortung für sich und andere zu übernehmen, sowie das solidarische Miteinander zu unterstützen.
3. Bild und Stellung älterer Menschen in Gesellschaft und Familie zu verbessern.
4. Schwierige Phasen des Alters wie Krankheit und Sterben zu begleiten.
5. Bildung für das Altern und im Alter zu fördern.
6. Die Interessen älterer Verbraucher zu stärken.

### **Konkret umfasst die Arbeit der BAGSO:**

- Mitwirkung in politisch und gesellschaftlich relevanten Gremien und Kuratorien,
- Ausrichtung der Deutschen Seniorentage (2006 unter dem Motto "Alter als Chance" vom 16. bis 18. Mai in Köln),
- Stellungnahmen bei Anhörungen
- Fachtagungen zu aktuellen Fragestellungen,
- Initiierung und Durchführung von Forschungsprojekten,
- Begleitung und Durchführung von Wettbewerben,
- Initiierung und Begleitung von Fachkommissionen und Beiräten der BAGSO zu verbandsübergreifenden Themen,
- Herausgabe der BAGSO-Nachrichten, einer Fachzeitschrift für Aktive in Seniorenarbeit und -politik und weiterer Publikationen.

Neben ihrer Geschäftsstelle in Bonn unterhält die BAGSO eine Kontaktstelle in Brüssel, um auch auf europäischer Ebene die Interessen Älterer und ihrer Verbände zu vertreten und Kontaktnetze zu knüpfen.

## Was bedeutet der demografische Wandel für Deutschland?

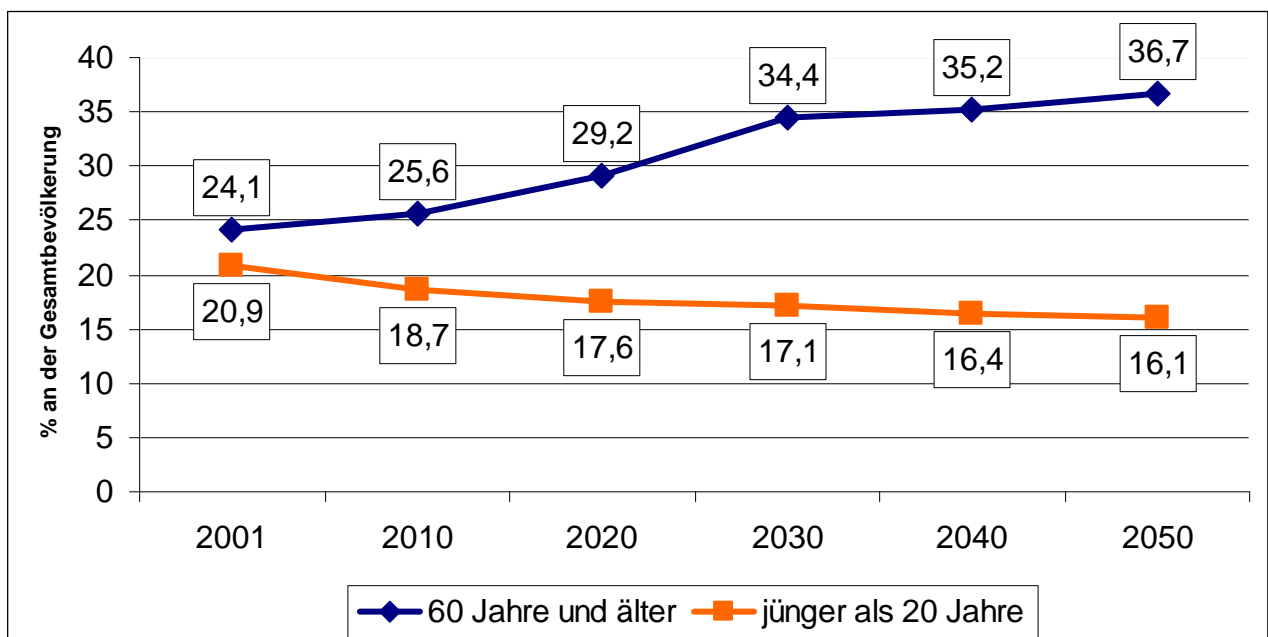
Der Trend in der langfristigen Bevölkerungsstatistik Deutschlands hält wie vorhergesagt an. Während eine weiterhin niedrige Geburtenrate dazu führt, dass der Anteil von Kindern und Jugendlichen sinkt, bewirkt das Aufrücken der geburtenstarken mittleren Jahrgänge ein Anwachsen der älteren Generationen. Somit wird der Anteil der nachfolgenden Generationen zwischen 20 und 60 Jahren weiter abnehmen. Am Jahresende 2003 lebten in Deutschland 82,5 Millionen Menschen. Davon waren 20,3 Millionen Menschen 60 Jahre und älter.

Vor 30 Jahren waren es lediglich 15,1 Millionen, was eine Erhöhung in diesem Zeitraum von 29 % ausmacht. Die Gesamtbevölkerung stieg hingegen nur um rund 6 % an. War im Jahr 1970 jeder Fünfte der in der Bundesrepublik Deutschland lebenden 78,1 Millionen Menschen 60 Jahre und älter, waren es nach der Wiedervereinigung und 30 Jahre später von 82,5 Millionen Menschen bereits knapp ein Viertel.

Die Zahl der über 80-Jährigen verdoppelte sich innerhalb der letzten drei Jahrzehnte auf 3,4 Millionen im Jahr 2003. Ab dem 60. Lebensjahr stellen Frauen die größte Bevölkerungsgruppe in Deutschland. Der Anteil der Frauen über 60 Jahre an der weiblichen Gesamtbevölkerung liegt bei 27,6 %, d.h.: Mehr als jede vierte Frau in Deutschland ist 60 Jahre und älter.

Neben der niedrigen Geburtenrate ist die gestiegene Lebenserwartung für den demografischen Wandel verantwortlich. In Deutschland haben die in den Jahren 2000 bis 2002 geborenen Jungen eine durchschnittliche Lebenserwartung von 75,4 Jahren. Bei den im gleichen Zeitraum neugeborenen Mädchen liegt die durchschnittliche Lebenserwartung bei 81,2 Jahre. (vgl. Roloff, J., BAGSO-Nachrichten 4/2003, Statistisches Bundesamt, BiB-Mitteilungen 02/2004).

## Bevölkerungsentwicklung in Deutschland bis zum Jahr 2050



Quelle: Statistisches Bundesamt, Bevölkerung Deutschlands bis 2050, 10. koordinierte Bevölkerungsvorausberechnung, Wiesbaden 2003.

Die hier kurz skizzierte Veränderung in der Alterstruktur unserer Gesellschaft stellt eine große gesellschaftliche und politische Herausforderung dar und ist mit zahlreichen Problemen verbunden, auf die hier und heute nicht eingegangen werden kann (Stichworte: Altersicherung, gesundheitliche und pflegerische Versorgung).

Sie beinhaltet jedoch auch Chancen, die bisher unserer Einschätzung nach viel zu wenig gesehen werden. Auch aus diesem Grund hat sich die BAGSO entschieden, den im Mai stattfindenden 8. Deutschen Seniorentag unter das Motto "Alter als Chance" zu stellen – als Chance für den einzelnen Menschen, die gewonnenen Lebensjahre sinnvoll für sich und andere zu nützen, aber auch als Chance für die Gesellschaft, wenn es gelingt, die Potenziale Älterer zu nutzen und nicht zuletzt als Chance für die Wirtschaft.

Es steht nämlich fest: Die älteren Generationen sind auch ein Wirtschaftsfaktor und zwar ein nicht zu unterschätzender. Diese Erkenntnis ist jedoch erst in den letzten Jahren bei einigen Firmen "angekommen", die sich inzwischen gezielt an die Generationen 50plus wenden. Es ist aber immer noch die Ausnahme, dass sich Wirtschaftsunternehmen an Senioren-Organisationen wenden, um Informationen über die Konsumbedürfnisse Älterer zu erhalten oder gar ihre Produkte und Dienstleistungen von Seniorinnen und Senioren testen zu lassen. Dies geschieht z. B. im Projekt Sentha an der technischen Universität Berlin oder in der Agentur für Generationen-Marketing in Nürnberg, die so genannte Senior-Scouts einsetzt und auch die BAGSO Service Gesellschaft hat im Prozess der Zertifizierung "seniorengerechter" Apotheken Seniorinnen und Senioren als Testkäufer eingesetzt.

Die BAGSO hat zahlreiche Verbraucherbefragungen durchgeführt, die Aufschluss geben über die Wünsche und Bedürfnisse Älterer und die aufzeigen, wo Probleme liegen. So steht z. B. fest, dass der Konsumverzicht oder zumindest die Konsumzurückhaltung vieler Älterer im Bereich der neuen Technologien nicht auf einem grundsätzlichen Desinteresse oder einer generellen Sparsamkeit beruht, sondern in der Nutzerunfreundlichkeit vieler Produkte begründet ist. Das heißt: Ehe sich Ältere mit Produkten herumplagen, die für sie kaum handhabbar und bedienbar sind und die mitgelieferten Gebrauchsanweisungen eher verwirren als Klarheit schaffen, verzichten sie auf den Kauf und Einsatz neuer Technologien.

Die BAGSO bevorzugt in diesem Kontext den Begriff "nutzerfreundlich" statt "seniorengerecht" nach dem Motto: "Produziere für die Jüngeren und Du schließt die Älteren aus, produziere für die Älteren und Du schließt die Jüngeren ein."

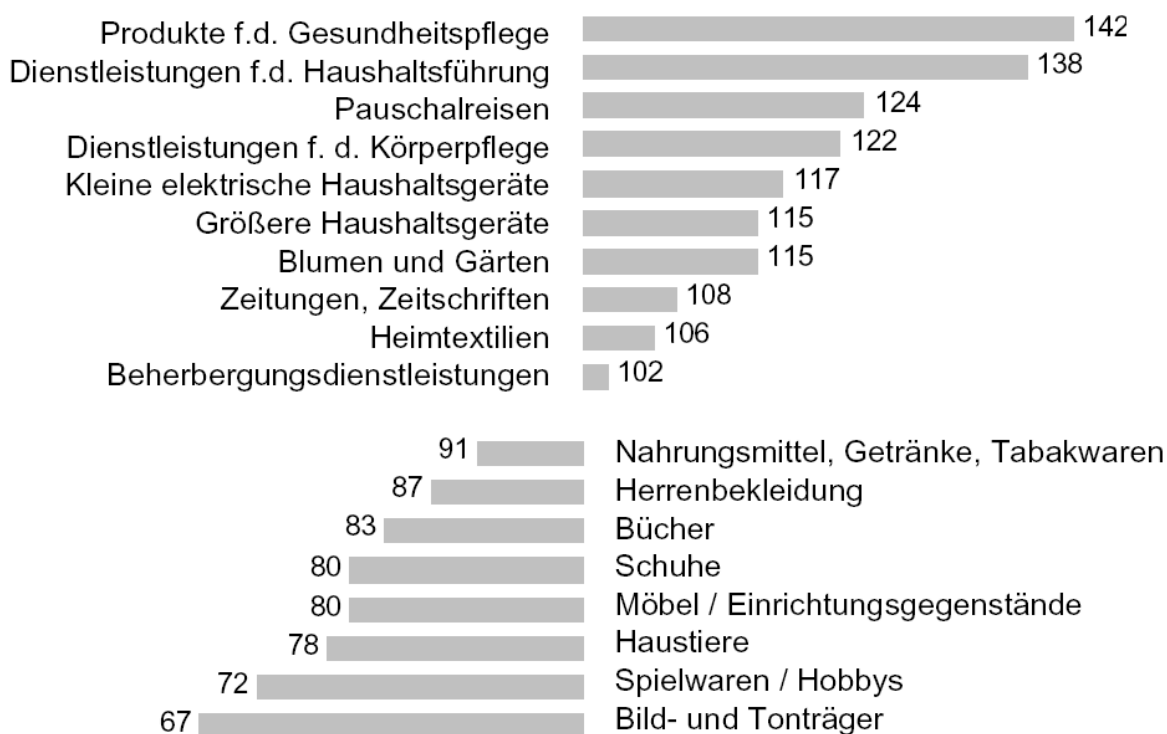
## **Wofür geben Ältere ihr Geld aus?**

Ein kurzer Blick auf die Konsumausgaben der 55plus-Haushalte zeigt, was Älteren wichtig ist und wofür sie Geld ausgeben. Dazu noch ein kurzer Hinweis zum Konsumverhalten Älterer: Eine BAGSO-Befragung hat ergeben, dass für ältere Verbraucher eine gute Beratung und ein guter Service und Kundendienst am wichtigsten sind, der Preis ist nachrangig!

Die Konsumausgaben älterer Menschen unterscheiden sich für bestimmte Bereiche von den Ausgaben durchschnittlicher Haushalte. In folgenden Branchenbereichen ist ein verstärkter Konsum der 55plus-Haushalte zu verzeichnen: Produkte für Gesundheitspflege, Dienstleistungen für die Haushaltsführung, Pauschalreisen, Dienstleistungen für die Körperpflege, Haushaltsgeräte, Blumen und Gärten sowie Zeitungen und Zeitschriften. Geringere Konsumausgaben als die durchschnittlichen Haushalte betreffen die Bereiche: Nahrungsmittel, Getränke, Tabak, Herrenbekleidung, für Sie von besonderem Interesse: Bücher, Schuhe, Möbel/Einrichtungsgegenstände, Haustiere, Spielwaren und Hobbys sowie Bild- und Tonträger, was das eben Gesagte zur Konsumzurückhaltung Älterer bestätigt.

## Konsumausgaben 55plus-Haushalte

Indexwerte



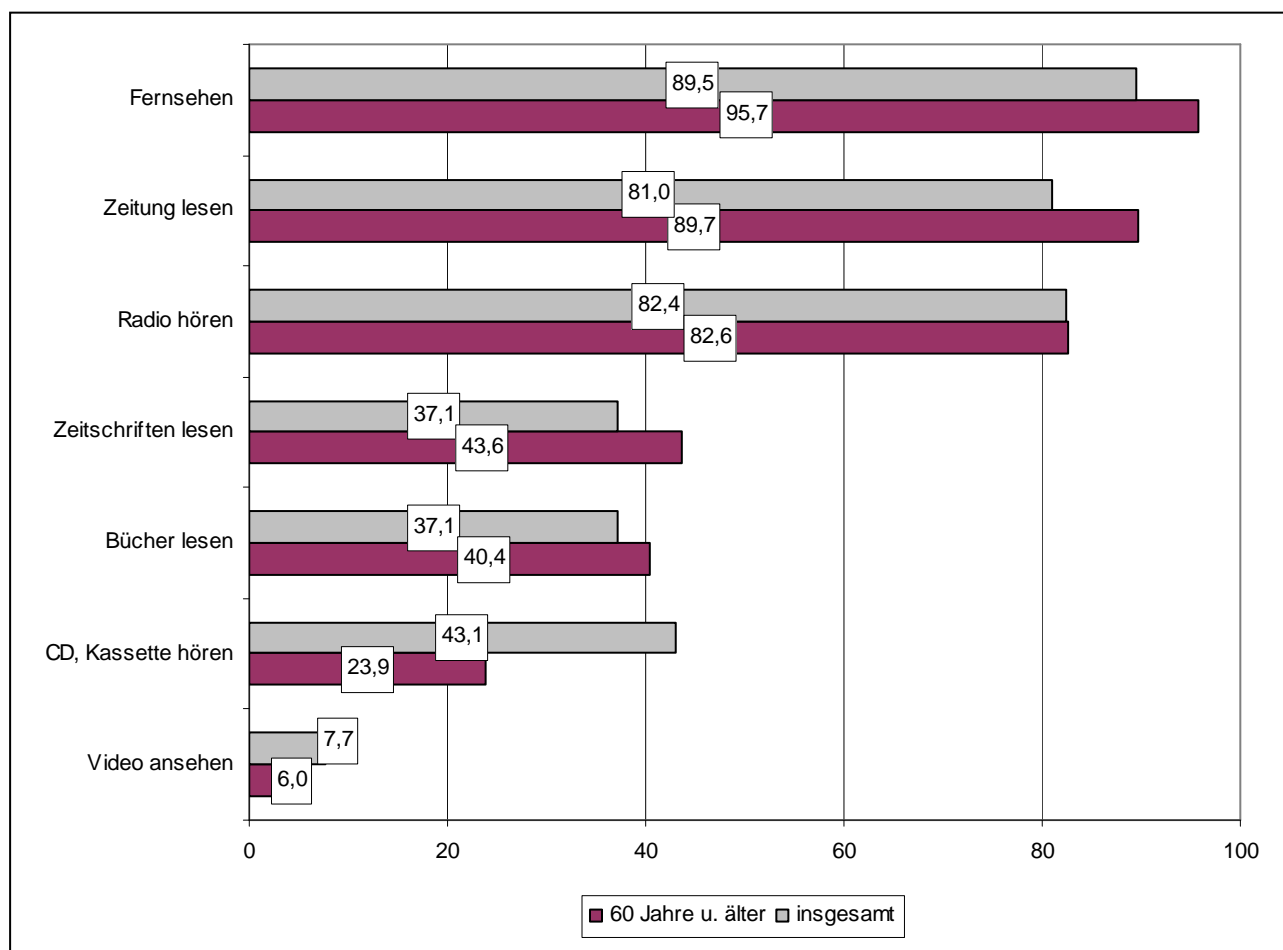
Datenbasis: Statistisches Bundesamt 2004 (Laufende Wirtschaftsrechnungen für das Jahr 2002)

## Wofür interessieren sich ältere Menschen und wie verbringen sie ihre freie Zeit?

"Das Alter ist bunt" gilt in besonderem Maße für das Interessenspektrum älterer Menschen, das sehr breit ist. Auch im Bereich der Interessen und der Freizeitgestaltung gilt das Prinzip der Kontinuität, d. h. die meisten setzen das fort, was sie ein Leben lang gemacht haben, evtl. intensiver. Es ist eher selten, dass mit dem Eintritt in die nachberufliche Lebensphase etwas völlig Neues begonnen wird, eher wird an dem angeknüpft, was schon früher interessierte.

An erster Stelle steht der Medienkonsum, vor allem das Fernsehen hat in den letzten Jahren stark an Bedeutung gewonnen. Die Sehdauer pro Tag im Jahre 2003 lag bei den 60- bis 69-Jährigen bei 264 Minuten und stieg bei den über 70-Jährigen auf 281 Minuten täglich an. Ältere Mediennutzer schalten im Tagesverlauf den Fernseher früher ein. Nach dem *Fernsehkonsument* folgt an 2. Stelle der Mediennutzung das *Zeitung lesen* mit fast 90 %, gefolgt vom *Radio hören* (82,6 %). Verglichen mit der Gesamtbevölkerung liegen die über 60-Jährigen in ihrer Mediennutzung nur bei den "neuen Medien" *CD* und *Video* unter dem Gesamtdurchschnitt (vgl. Übersicht 7.5).

**Mediennutzung und Freizeitbeschäftigung 2004: "Tätigkeiten, die mehrmals pro Woche ausgeübt werden" (Stand: 2004, Angaben in %)**

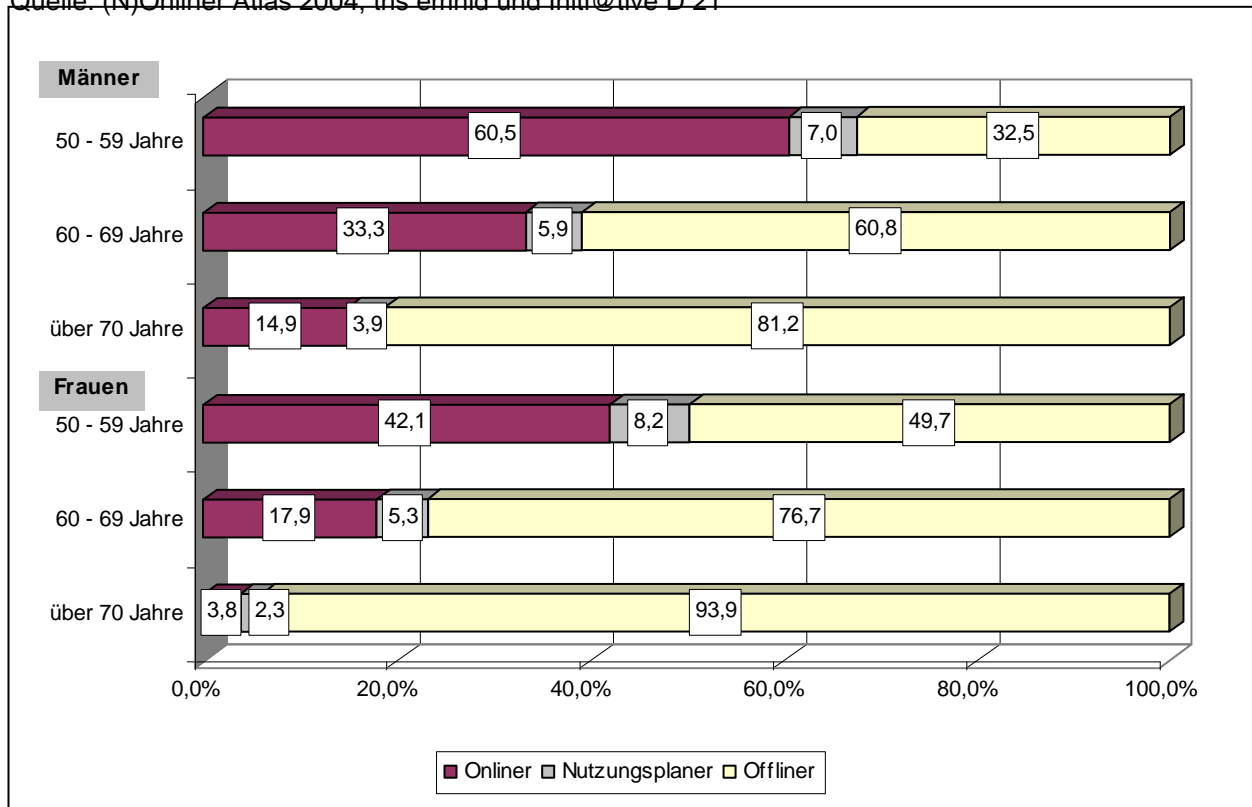


Quelle: Media-Analyse 2004, Media Perspektiven, SWR, Medienforschung/Programmstrategie

Neben den klassischen Medien wie Tageszeitung und Fernsehen gewinnt das Internet zunehmend an Bedeutung. Zwischen den Geschlechtern und einzelnen Altersgruppen bestehen jedoch erhebliche Unterschiede in der Nutzung. Die jährliche Befragung von 30.000 Bürgerinnen und Bürgern von TNS Emnid + Initi@tive D<sup>21</sup> beschäftigt sich mit der tatsächlichen und beabsichtigten Internetnutzung der Bevölkerung.

## Übersicht 7.6: Internetnutzung nach Alter und Geschlecht (Stand: 2004, Angaben in %)

Quelle: (N)Onliner Atlas 2004, tns emnid und Initi@tive D 21



Erstmals ist 2004 mit 50,3 % in der Altersgruppe der 50- bis 59-Jährigen jeder zweite online, allerdings deutlich weniger Frauen (42,1 %) als Männer (60,5 %). Dies setzt sich auch in den weiteren Altersgruppen fort. Immerhin noch knapp 15 % der über 70-jährigen Männer nutzen regelmäßig das Internet, gegenüber nur 3,8 % der gleichaltrigen Frauen.

Die Media-Analyse 2004/I zeigt auf, dass 35% der über 60-Jährigen mehrmals wöchentlich Sport treiben und 27 % regelmäßig "Do-it-yourself-Tätigkeiten" wie Handwerken oder Handarbeiten ausüben. Ein eher geringer Teil von 5,3 % geht regelmäßig aus (Gastronomie, Tanzveranstaltungen).

Viele Bildungsinstitutionen wie Volkshochschulen oder freie Bildungsträger tragen dem Bedürfnis älterer Menschen nach Bildung und Information Rechnung und bieten Veranstaltungen für Senioren an, mittlerweile oft als spezielle Angebote für diese Adressatengruppe. Die Weiterbildungsstatistik des Deutschen Instituts für Erwachsenenbildung (DIE) belegt, dass von allen Zielgruppenangeboten inzwischen 15,4 % sich konkret an Senioren und Seniorinnen richten. Im Mittelpunkt dieser VHS-Kurse stehen die Themen *Gesundheit*, *Sprachen* und der Bereich *Arbeit und Beruf* (vgl. DIE, VHS –Statistik 2003).

Darüber hinaus besuchen nach wie vor viele Ältere Angebote der Volkshochschulen aus dem allgemeinen Programm. Zwar ist das Interesse der Altersgruppe der 50- bis 64-Jährigen an einer Kursteilnahme weitaus größer als bei den älteren Senioren, doch ist die Zahl der bildungsinteressierten älteren Menschen in den letzten Jahren immer weiter angestiegen (1993: 6,0 %; 2003: 8,5 %).

## Wofür, wie und wo engagieren sich Ältere?

Die gerade veröffentlichten Daten des 2. Freiwilligensurveys, der 2004 das freiwillige Engagement in Deutschland erhob, sind der beste Beweis dafür, dass das bisher gängige Bild vom Alter einseitig und überholt ist!

In dem kurzen Zeitraum von 1999, als der 1. Freiwilligensurvey durchgeführt wurde, bis 2004 hat sich das freiwillige Engagement älterer Menschen von 26 % auf 30 % gesteigert! Als besonders dynamisch hat sich dabei die Gruppe der "jungen Alten" von 60 bis 69 Jahren herausgestellt, die in diesen fünf Jahren einen erstaunlichen Zuwachs von 31 % auf 37 % freiwillig Engagierte verzeichnet.

In den **90 BAGSO-Verbänden mit mehr als 12 Millionen Mitgliedern über 50 Jahre** gibt es zahlreiche Formen des Engagements, die wir – nach den in der Satzung aufgeführten Zielen – in acht Aufgabenfeldern aufgliedert haben:



1. **Senioren leisten Hilfe, solidarisch und sozial**



2. **Senioren stehen für ihre ehemaligen Berufskollegen ein**



3. **Senioren pflegen Kultur und Geselligkeit**



4. **Senioren fördern Gesundheit und Fitness**



5. **Senioren setzen sich in Kirche und Gemeinde für Andere ein**



6. **Senioren engagieren sich politisch**



7. **Senioren geben Wissen und Erfahrungen an Jüngere weiter**



8. **Senioren engagieren sich für lebenslanges Lernen**

### 1. Senioren leisten Hilfe - solidarisch und sozial

Soziales Engagement, das "Füreinander-Einstehen", war in der Nachkriegszeit das ausschlaggebende Motiv für viele Verbandsgründungen. Dieser Aufgabenbereich hat bei den BAGSO-Verbänden bis heute nicht an Aktualität verloren, wobei die Formen des sozialen Engagements unendlich vielfältig sind. Sie reichen, sozialarbeiterisch gesprochen, von der Einzelfallhilfe über die Gruppenarbeit bis hin zur Gemeinwesenarbeit. Konkret: Von der persönlichen Hilfe von Mensch zu Mensch durch Beratungs-, Besuchs- und häusliche Hilfsdienste über das Initiieren und Leiten von Gruppen bis hin zum Einsatz für die sozialen und sozialrechtlichen Belange älterer Menschen.

Bei der großen Anzahl der in der BAGSO zusammengeschlossenen Organisationen und der Fülle der sozialen Handlungsfelder können lediglich einige als Beispiel herausgegriffen werden. Die Portraits aller BAGSO-Verbände mit deren Zielen und Aktivitäten finden sich auf der BAGSO-Homepage.

In der Arbeitsgemeinschaft evangelischer und ökumenischer Krankenhaus- und Altenheimhilfe, besser bekannt als Grüne Damen (inzwischen sind es auch über 500 Herren), erfüllen mehr als 11.000 Menschen im Rahmen der Besuchsdienste folgende Aufgaben: Sie leisten kleine Handreichungen, machen Besorgungen, begleiten gehbehinderte Menschen oder Rollstuhlfahrer bei Spaziergängen, machen Beschäftigungsangebote, führen Gespräche und begleiten Menschen beim Sterben.

Soziales Engagement – für andere da sein, heißt: einem Menschen Zeit schenken. In einer hektischen Welt, in der viele keine Zeit haben, dem anderen zuzuhören oder mit einem gehbehinderten Menschen einen langsamen Spaziergang zu machen, ist dies oft überlebenswichtig. Wo gesellschaftliche Teilhabe nicht mehr möglich ist, wird dem allein und häufig isoliert lebenden alten Menschen durch die Besuchsdienste vieler Verbände ein Stück Leben in die Wohnung gebracht. Kleine Hilfestellungen und Besorgungen erleichtern das Verbleiben in der vertrauten häuslichen Umgebung oder machen es überhaupt erst möglich. Andere Verbände geben Unterstützung, wenn der Gesetzes- und Behördenschwung unüberschaubar geworden ist und besonders gehandicapte Menschen ihre Belange nicht mehr selbst vertreten können.

Soziales Engagement heißt auch, Menschen zu geselligen, sportlichen und kulturellen Aktivitäten und Bildungsangeboten zusammenzubringen – vom Seniorennachmittag über das Gedächtnistraining in einer Begegnungsstätte bis hin zur gemeinsamen Studienreise. Es heißt Neigungs- und Interessengruppen zu initiieren und zu begleiten – von Angeboten zur altersgerechten Bewegung bis zur Seniorentheatergruppe.

## **2. Senioren stehen für ihre ehemaligen Berufskollegen ein**

Auch dieser Arbeitsschwerpunkt erweist sich als "Dauerbrenner", weil er fast durchgängig in den letzten 50 Jahren zu den häufigsten Gründungen führte. Die berufsbezogene Altenarbeit richtet sich insbesondere auf die sozialrechtliche Betreuung und Interessenvertretung von ehemaligen Berufskollegen sowie deren Hinterbliebenen, also Witwen und Waisen. Allein im Betreuungswerk der Post, Postbank, Telekom sind es ca. 6.000 ehrenamtliche Mitarbeiter, die sich um ihre ehemaligen Kolleginnen und Kollegen kümmern und so dem Gefühl "im Stich gelassen zu werden" entgegenwirken.

In den Bereich der Seniorenbetreuung fallen auch Seminare zur Vorbereitung auf den Ruhestand, mit denen den noch Berufstätigen und ihren Lebenspartnern der Übergang in die nachberufliche Lebensphase erleichtert wird. Diese bieten auch der Bund der Ruhestandsbeamten oder der Deutsche Bundeswehrverband an.

Das Miteinander von älteren und jüngeren Menschen ist ein wichtiges Anliegen vieler Verbände, so auch das der Seniorenvereinigung des Christlichen Jugenddorfwerkes, die u. a. gemeinsame Bildungstage veranstalten.

Zu diesem Schwerpunkt rechnen aber auch solche Verbände, die sich an Langzeitarbeitslose und Vorruheständler wenden: Sie bieten – mit unterschiedlichen Schwerpunkten – individuelle psycho-soziale und sozialrechtliche Beratung an. Sie engagieren sich

auf politischer Ebene für deren spezifische Belange und zeigen sinngebende Tätigkeitsfelder nach dem Verlust des Arbeitsplatzes auf.

Diese Aufgabenstellung wurde nach der Wiedervereinigung besonders aktuell, als über 800.000 ältere Arbeitnehmer vorzeitig und oft unfreiwillig aus dem Erwerbsprozess ausgegliedert und über die Regelung des Vorruhestandes und Altersübergangsgeldes "freigesetzt" wurden. Während die Mehrzahl der Betroffenen versuchte, individuell mit der neuen Situation umzugehen, entschlossen sich andere, durch Gründung von Selbsthilfegruppen, Projekten und Vereinen neue Wege aus der Isolation zu finden: So wurden in den neuen Bundesländern 1990 die "Jahresringe" und 1994 die LAG "Aktiv im (Vor-) Ruhestand" gegründet; zu ihr gehören heute 76 Gruppen, in denen sich ca. 4.000 Menschen ehrenamtlich engagieren.

### **3. Senioren pflegen Kultur und Geselligkeit**

Das Erleben von Gemeinschaft ist gerade in einer Gesellschaft, in der sehr viele ältere Menschen alleine leben, besonders wichtig. Dem Bedürfnis vieler Menschen nach Geselligkeit, nach Kommunikation und dem gemeinsamen Erleben und Genießen von Kultur, tragen die Verbände durch ein erstaunlich breites Angebot Rechnung. Einer der BAGSO-Verbände, der sich die Kulturarbeit und deren Förderung als zentrale Aufgabe auf die Fahnen geschrieben hat, ist der Dachverband Altenkultur.

"Ältere und alte Menschen haben durch Tanzen, Singen, Musizieren, Malen, Fotografieren, Theater spielen, Schreiben und Erzählen sich und den jüngeren Generationen etwas mitzuteilen, das authentisch, unterhaltsam, informativ, provozierend, lehrreich, überraschend und bereichernd ist. Durch künstlerisch-kulturelles Tun entsteht ein Dialog zwischen Alt und Jung und grenzüberschreitend auch zwischen Völkern und Nationen", heißt es im Portrait des Dachverbandes Altenkultur.

Der Dachverband konzipiert und organisiert Fachtagungen, Festivals, Fort- und Weiterbildungsangebote in den Bereichen Theater, Tanz/Bewegung, Musik/Gesang, Erzählen/Schreiben, bildnerisches Gestalten und Arbeit mit neuen Medien.

### **4. Senioren fördern Gesundheit und Fitness**

Fragt man ältere Menschen nach ihren Wünschen für die Zukunft, so stehen Gesundheit und subjektives Wohlbefinden an erster Stelle. Entsprechend steigt der Bedarf an differenzierten Angeboten für die gesundheitsfördernde Gestaltung der gewonnenen Lebenszeit, zumal die Eigenverantwortung der Menschen für ihre Gesundheit verstärkt gefragt ist.

Gesund altern – so lautet der Titel einer vom Bundesministerium für Gesundheit und Soziale Sicherung in Auftrag gegebenen Expertise, in der wissenschaftlich fundierte Ideen und Strategien zur Gesundheitsförderung aufgezeigt wurden. Als vorrangiges Ziel wurde die Entwicklung eines gesunden Lebensstils mit ausreichendem körperlichen und kognitiven Training sowie ausgewogener, vitaminreicher Ernährung und ausreichender Flüssigkeitszufuhr angesehen.

Die beiden großen Verbände, deren Thema das "bewegte Altern" ist, der Deutsche Sportbund und der Deutsche Turner-Bund, haben ihre Angebote für die Zielgruppe 50 +

erheblich ausgeweitet und bieten in diesem Programm nicht nur Bewegungsangebote für die noch "fitten" Älteren, sondern auch für Hochaltrige.

Die Bereitschaft der Älteren, aktiv etwas für sich und ihre geistige Leistungsfähigkeit zu tun, ist in den letzten Jahren verstärkt zu beobachten, dies zeigt eine enorme Nachfrage z. B. nach Trainings, wie sie die Gesellschaft für Gehirntraining, der Bundesverband Gedächtnistraining und die Memory-Liga anbieten.

Einer der BAGSO-Verbände, die Vegetarier Altenselbsthilfe, beschäftigt sich seit vielen Jahren mit der Ernährung im Alter und setzt sich dafür ein, dass auch in Seniorenheimen und -pflegeheimen vollwertige und vegetarische Ernährung angeboten wird und die Köche in Heimen entsprechend geschult werden.

Doch es sind nicht nur konkrete gesundheitsfördernde Angebote, die zahlreiche BAGSO-Verbände machen, sie engagieren sich auch in der Vertretung der Patientenrechte und beteiligen sich aktiv und kompetent an der gesundheitspolitischen Diskussion.

## **5. Senioren setzen sich in Kirche und Gemeinde für andere ein**

Fürsorge und Betreuung für Alte in christlichen Gemeinden haben eine lange Tradition. Neu ist aber, dass die Seniorenarbeit konzeptionell ausgerichtet und überregional abgestimmt wird.

Das Spektrum kirchlicher Seniorenarbeit ist breit und umfasst praktisch alle oben genannten Arbeitsfelder, in denen die BAGSO-Verbände geordnet sind. Und sie geht weit über das hinaus, was landläufig assoziiert wird: der Altenclub in einer Pfarrgemeinde.

Die beiden Kirchen haben sowohl auf die demografische Entwicklung in unserer Gesellschaft reagiert als auch auf veränderte Glaubenseinstellungen älterer Menschen.

Die Seniorenarbeit der katholischen Kirche beinhaltet vier Bereiche:

Hilfe – Bildung – Seelsorge – Politik

Zum ersten gehören Angebote, die Ältere bei der Bewältigung ihres Lebensalltags unterstützen – von der hauswirtschaftlichen Hilfe bis zur Entlastung pflegender Angehöriger. Besonders im Bereich der Bildung gibt es neue Ansätze, die den veränderten Bedürfnissen und dem neuen Selbstbewusstsein der jungen Alten Rechnung tragen. Konzepte wie "AidA = Aktiv in das Alter" sprechen Ältere ganzheitlich an: Sie beinhalten neben Bewegung und Gedächtnistraining auch das Training von Alltagsfähigkeiten und die Auseinandersetzung mit Sinn- und Glaubensfragen, für die sich zunehmend auch kirchlich nicht gebundene Senioren interessieren.

Die Initiative "einfach anders altern", von Misereor ins Leben gerufen, animiert ältere Menschen dazu, ihre "späte Freiheit" zu erkennen und zu nutzen, ihren Lebensstil neu zu bestimmen, neue Lebensräume, Kompetenzen, Beziehungen aufzubauen und Zeichen solidarischen Lebens zu setzen, mit anderen Worten: "gut" zu leben in der Einen Welt. Sie versteht sich als eine bürgergesellschaftliche Initiative, in der sich Bildung + Engagement + Geselligkeit zur "Lebenskunst im Alter" verbinden.

Und die kirchlichen Seniorenverbände beziehen Position, wenn alte, schwache und behinderte Menschen aus dem gesellschaftlichen Leben verdrängt oder ihr Lebensrecht gar in Frage gestellt wird.

## **6. Senioren engagieren sich politisch**

Die "Politische Interessenvertretung Älterer" ist in den beiden letzten Jahrzehnten in Schwung gekommen. Die Senioren haben sich auf politischer Ebene erst später zu Wort gemeldet, holen aber seit Gründung der Bundesseniorenvertretung 1986 sowie der Gründung der Seniorengruppierungen der Parteien mächtig auf.

Sie setzen sich für die sozialen und sozialrechtlichen Belange älterer Menschen ein und versuchen auf die politischen Entscheidungsträger Einfluss zu nehmen. Dies geschieht verbands- oder parteiintern, aber auch verbandsübergreifend durch die Gremien innerhalb der BAGSO wie die Fachkommissionen Gesundheit & Pflege, Freiwilliges Engagement und "Aktuelle Fragen der Seniorenpolitik". Diese erarbeiten Stellungnahmen, entwickeln Konzepte und machen konkrete Änderungsvorschläge. So hat die BIVA Vorschläge zur Anpassung des Heimgesetzes und seiner Rechtsverordnungen gemacht. Der Seniorenausschuss des Hartmannbundes hat sich erfolgreich dafür eingesetzt, dass die wissenschaftlichen Erkenntnisse auf den Gebieten der Geriatrie und Gerontopsychiatrie verstärkt während der Ausbildung der Ärzte an den Universitäten sowie in deren fachlicher Weiter- und Fortbildung berücksichtigt werden.

Aber auch das öffentliche "sich zu Wort melden", ist eine Form der gesellschaftlichen und politischen Teilhabe Älterer. Unter dem Motto "Umweltschutz ist keine Frage des Alters" engagieren sich über 50-Jährige im Greenpeace Team fünfzig plus: Sie informieren die Bevölkerung über Umweltprobleme und ihre Lösungen, sie sammeln Unterschriften, halten Vorträge, betreuen Ausstellungen und Infostände und sind auch bei Aktionen vor Ort dabei.

## **7. Senioren geben Wissen und Erfahrungen an Jüngere weiter**

Bei der Weitergabe von Kompetenzen und Erfahrungswissen handelt es sich um einen Arbeitsschwerpunkt, der erstmals in den Vereinsgründungen der achtziger Jahre zu verzeichnen ist. Mit den Verbandsaktivitäten wird das Anliegen Älterer aufgegriffen, sich für Jüngere zu engagieren und ihnen die im Leben erworbenen Kenntnisse zu vermitteln. Die Erkenntnis, dass es eine ungeheure Verschwendung ist, das Erfahrungswissen Älterer brach liegen zu lassen, hat auch dazu geführt, dass das Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend ein Modellprogramm "Erfahrungswissen für Initiativen - EFI " entwickelt hat, an dem wiederum viele BAGSO-Verbände beteiligt sind.

Auch die Wettbewerbe "Solidarität der Generationen", die die BAGSO mehrfach durchgeführt hat, haben eindrucksvoll gezeigt, wie Ältere sich für Jüngere engagieren, zum Beispiel als Mentoren für junge Berufseinsteiger.

Ein BAGSO-Verband, der bereits seit 20 Jahren gezielt und kompetent das Erfahrungswissen Älterer vermittelt, ist der Senior Experten Service: Mit ihrer langjährige Berufserfahrung leisten die Senior Experten schnelle und praxisorientierte Unterstützung bei der Lösung technischer und betrieblicher Probleme in Unternehmen und Organisationen in aller Welt. Seit 1983 haben die Senior Experten fast 15.000 Einsätze in 150 Ländern durchgeführt.

Der Seniorenausschuss des Hartmannbundes hat Ärzte gewonnen, die ehrenamtlich in Seniorenbeiräten, Seniorenbüros und Seniorenparlamenten der Städte und Gemeinden

mitzuwirken. Sie bringen einen großen Erfahrungsschatz mit als Therapeut und altern-der Mensch: eine optimale Kombination.

## **8. Senioren engagieren sich für lebenslanges Lernen**

In den neunziger Jahren gründeten sich schließlich einige Verbände, deren Hauptaufgabe die Weiterbildung älterer Menschen ist. Dabei sollte aber nicht übersehen werden, dass die meisten Seniorenverbände Aus- und Fortbildungslehrgänge in ihrem Programm haben, wenn auch nicht als primären Aufgabenbereich.

Die Notwendigkeit, in einer Zeit des beschleunigten technischen, sozialen und demografischen Wandels "lernend zu altern" und "altern zu lernen", so die Gerontologin Ursula Lehr, wird inzwischen keineswegs mehr bestritten. Auch das Sprichwort: Was Hänschen nicht lernt, ..." hat die gerontologische Forschung eindeutig widerlegt.

In den BAGSO Verbänden ist das lebenslange Lernen auf unterschiedlichen Ebenen Thema:

Einerseits werden konkrete Bildungsangebote durchgeführt, wobei die Qualifizierung für das freiwillige Engagement sowie der Umgang mit den neuen Medien besondere Schwerpunkte darstellen. So bietet die Bundesarbeitsgemeinschaft der Seniorenbüros eine Vielzahl von Seminaren für die freiwilligen Mitarbeiter in den über 130 Seniorenbüros an: "Kooperation und Vernetzung", "Projektmanagement für Alt-Jung-Projekte", "Wege zur Integration älterer Menschen mit Behinderungen in die Freiwilligenarbeit", "Wege einer konstruktiven Zusammenarbeit von Haupt- und Ehrenamtlichen", "Qualitätsentwicklung für Seniorenbüros".

Allein die Akademie im Begegnungs-Centrum "Haus im Park der Körber-Stiftung" bietet wöchentlich über 60 Kurse im Bildungs- und Freizeitbereich an, wobei "Weiterbildung mit Spaß und ohne Leistungsdruck" und die Eigeninitiative der Teilnehmer wichtige Ausgangspunkte bei der Angebotsgestaltung sind.

Andererseits beschäftigen sich Arbeitsgruppen und Fachkommissionen der Verbände mit neuen Konzepten der Bildungsarbeit wie dem selbstorganisierten Lernen, dem e-Learning; sie entwickeln "Leitlinien einer Bildung im dritten und vierten Alter" wie die Katholische Bundesarbeitsgemeinschaft für Erwachsenenbildung und beschäftigen sich mit den Möglichkeiten und besonderen Bedingungen der Bildungsarbeit mit älteren Migranten wie der BAK Arbeit und Leben.

Das ehrenamtliche Engagement, das Hunderttausende in ihren Verbänden tagtäglich, ein bis zwei Mal wöchentlich, Zwei Mal monatlich oder dann und wann – wenn es "brennt" – entwickeln, macht für viele Menschen das Leben erträglicher, abwechslungsreicher und lebenswerter.

Es trägt aber auch zum Wohlbefinden derjenigen bei, die freiwillig tätig sind. Das Gefühl, von anderen Menschen gebraucht zu werden, für andere wichtig zu sein und etwas Sinnvolles zu tun, stärkt das Selbstwertgefühl und hilft, kritische Phasen im Leben zu bewältigen. Es ermöglicht, neue soziale Kontakte zu knüpfen und gibt dem Alltag eine Struktur, einen Rhythmus. Die Jahresringe haben es so formuliert: "Wer anderen hilft, hilft sich selbst" und in der Definition des "Neuen Ehrenamtes" heißt es: "Ich für mich mit anderen für andere!"

## **Wie wollen Ältere angesprochen werden?**

Die Ansprache älterer Menschen erweist sich durch die zunehmende Langlebigkeit der Menschen, die so genannte Flexibilisierung des Renteneintrittsalters und das deutlich geänderte Fremd- und auch Selbstbild vieler Älterer als wesentlich schwieriger als vor einigen Jahrzehnten. Damals war die Definition des Alters und damit der alten Menschen eindeutiger, sie fiel mit dem Rentenalter zusammen.

Fest steht, dass viele Menschen, die von ihrem kalendarischen Alter her als alt bezeichnet werden können, sich dagegen verwehren, weil sie sich subjektiv noch nicht "alt" fühlen. Die zum Teil vehemente Ablehnung von Begriffen wie Senioren (und damit zusammenhängenden Produkten oder Dienstleistungen) basiert auf einem immer noch negativen Altersbild.

So kommt es dazu, dass selbst 80-Jährige, darauf angesprochen, ob sie nicht in eine Seniorenbegegnungsstätte gehen wollen, entrüstet sagen: "Was soll ich da, da sind ja nur Alte". Einfach formuliert: "Alt werden wollen wir alle, aber keiner will alt sein" oder "Alt sind nur die anderen".

Daher vermeiden Unternehmen, die Produkte für Ältere herstellen oder Dienstleistungen anbieten, oft Begriffe wie alt, Ältere, Senioren. Stattdessen ist die Rede von der Generation 50+ oder Gold, den Best Agern, Menschen in den besten Jahren.

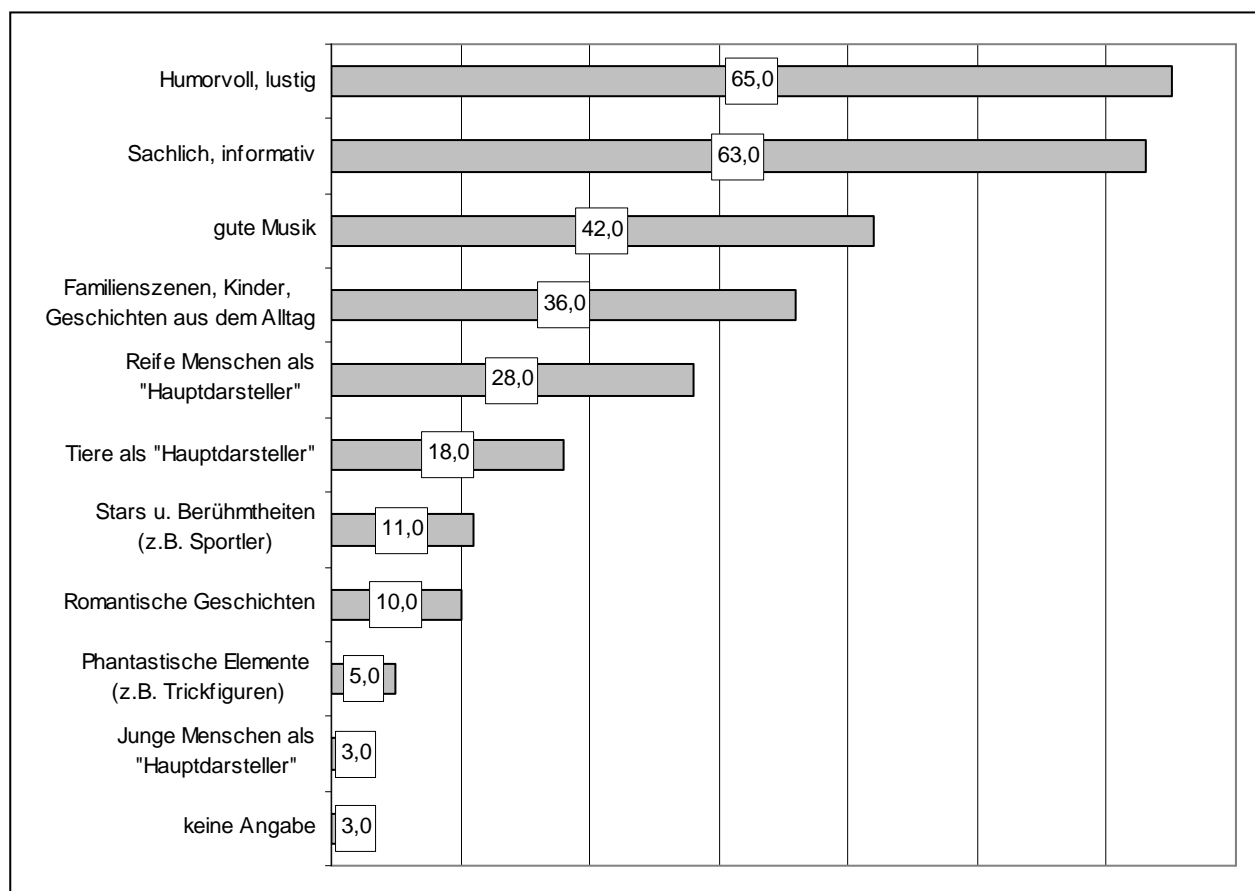
Eine Untersuchung über die Entwicklung des Altersbildes in der Anzeigenwerbung seit den 70er Jahren zeigt, dass Anzeigen, die sich an alle Konsumenten richten und in denen Ältere als Werbeträger auftreten, sowohl im Text als auch im Bild ein positives Altersbild vermitteln. Defizitäre Aspekte werden in erster Linie in Werbeanzeigen aufgegriffen, die sich direkt an Ältere wenden und in denen Altsein mit körperlichen Beschwerden und seelisch-geistigem Abbau gleichgesetzt wird. Verglichen mit den 70er und 80er Jahren sind Anzeigen, die negative Altersstereotype vermitteln, stark rückläufig. Heute werden Ältere äußerlich attraktiver, aktiver, sozial eingebunden und anerkannter dargestellt.

Befragt man Ältere selbst, wie sie die heutige Werbung einschätzen und wie sie beworben werden möchten, so zeigt sich, dass ca. 70 % es begrüßen, wenn in der Werbung "jetzt vermehrt ältere Menschen auftauchen", dabei befürwortet auch mehr als die Hälfte, nämlich 57 %, eine konkrete Ansprache des Alters, nur 8 % der von der Gesellschaft für Konsumforschung Befragten möchte in den Werbeinhalten nicht auf ihr Alter angesprochen werden.

Unabhängig vom Alter steht der Wunsch nach genauen und sachlichen Informationen im Vordergrund.

## Der "ideale Werbespot" im Fernsehen

(Stand: 2002, Aus 10 Möglichkeiten wurden 3 Vorgaben gewählt, Angaben in %, N = 1.812 Personen zwischen 50 und 79 Jahren)



Quelle: GfK Wirtschaftstrendforschung, *50plus*, 2002.

Bei der Frage der Ansprache Äterer, aber auch in allen anderen Bereichen der Seniorenarbeit und auch Seniorenpolitik müssen wir uns vor Augen halten, dass ältere Menschen, Senioren oder wie immer wir sie nennen, **keine homogene** Gruppe sind: Die Schulbildung, die berufliche Tätigkeit, der sozio-ökonomische Status und die gesundheitliche Verfassung, besonders die subjektiv erlebte, spielen eine weitgrößere Rolle als das kalendarische Alter eines Menschen.

Dazu kommt, dass durch die Langlebigkeit der Menschen bedingt, die Gruppe der Äteren mindestens zwei Generationen umfasst. Übertragen auf Jüngere, würde keiner von der Zielgruppe 20+ sprechen und damit die 20- bis 50-Jährigen meinen.

Ebenso wenig sind 55- bis 85-Jährige eine Gruppe mit gleichen Wünschen, Bedürfnissen und Defiziten.

## **Vier Ansätze für Marketing und Werbung**

Es handelt sich um redaktionell überarbeitete Auszüge aus "Senioren-Marketing" – So erreichen Sie die Zielgruppe der Zukunft" von Christine Krieb und Andreas Reidl, Agentur für Generationen-Marketing, Nürnberg. Diese beschäftigt sich seit Jahren mit der "zielgruppengerechten" Ansprache älterer Generationen. Außerdem wurden eigene Anmerkungen ergänzt.

### **1. Der Altersansatz**

Er stellt ein gewisses Lebensalter oder die Lebenssituation Rente in den Vordergrund, meistens verbunden mit Vergünstigungen.

Beispiele: Allianz Unfallversicherung 60 plus, Bahncard, Neckermann Reiseangebote

### **2. Der Kompetenzansatz**

In den Vordergrund gestellt wird die Kompetenz des Produktes, des Unternehmens oder der Protagonisten, er lässt Ältere nicht alt, sondern kompetent aussehen.

Beispiel: Vodafone Handy Werbung in Seniorenresidenz

### **3. Der Lifestyle-Ansatz**

Dieser Ansatz orientiert sich an den Lifestyle-Prägungen der älteren Kunden

Beispiel: TUI Club Elan

### **4. Der Generationenansatz**

Ältere und Jüngere genießen zusammen ein Produkt, nehmen eine Dienstleistung in Anspruch, tun etwas zusammen

Beispiele: Bahlsen, VW Polo, McDonalds

## **Sieben Regeln für die Kommunikation mit der Generation 50plus**

### **Regel 1**

#### **Nehmen Sie ältere Menschen ernst**

Dies klingt banal – ist es jedoch nicht. In Gruppendiskussionen und Einzelinterviews; die die Agentur für Generationen-Marketing durchführte, konnten Ältere ihrem Ärger Luft machen. Deutlich wurde: Sie fühlen sich als Verbraucher nicht ernst genommen. Produkte sind nicht wirklich nutzerfreundlich. Der Kundenservice lässt zu wünschen übrig. Studien, die Andreas Reidl mit "Senior Scouts" – 500 Personen im Alter 50 bis 80 – u. a. im Einzelhandel, bei Banken und Kurorten durchgeführt hat, bestätigen diese Einschätzungen.

Beziehen Sie die Menschen, die Sie ansprechen wollen, in Ihre Überlegungen und Planungen ein. In vielen Kommunen gibt es Seniorenbeiräte oder -vertretungen, die in der Regel sehr engagiert und kundig sind und sehr aufgeschlossen für Kooperationen. Oder nehmen Sie Kontakt zu einer Senioren-Organisation auf, bei Ihrer Suche nach Ansprechpartnern vor Ort können Sie sich auch gern an die BAGSO wenden.

## **Regel 2**

### **Machen Sie das Lesen so einfach wie möglich – groß statt klein**

Ist die Schrift klein, sollte der Zeilenabstand etwas größer sein. 10 Punkt sind die absolute Untergrenze, besser sind Schriften zwischen 12 und 14 Punkt. Achtung: Zu große Schriften erschweren das Leseverständnis. Buchstaben müssen hierbei erst gedanklich zu Wörtern zusammengesetzt werden. Achten Sie darauf, dass Schilder und Beschreibungen gut lesbar sind.

## **Regel 3**

### **Papier – matt und griffig**

Das ältere Auge hat Probleme bei der Erkennung von Kontrasten und bei zu grellem Licht. Weiße Flächen blenden leicht. Am besten ist schwarze Schrift auf nicht ganz weißem Papier; z. B. gelblich oder cremefarben. Um Blendung zu vermeiden, ist matt gestrichenes Papier besser als glänzendes.

## **Regel 4**

### **Rot, Gelb, Orange bevorzugt**

Farbige Anzeigen bleiben dreimal so gut im Gedächtnis haften. Aber achten Sie darauf: Blau, Grün und Violett sind nur schlecht voneinander zu unterscheiden. Vermeiden Sie, diese Farben, vor allem, wenn Sie sie gleichzeitig einsetzen. Farben am langen Ende des Farbspektrums werden deutlicher wahrgenommen, also Gelb, Rot, Orange.

## **Regel 5**

### **Kommen Sie zur Sache!**

Informative Werbung kommt am besten an. Der Produktnutzen muss deutlich erkennbar sein. Die Botschaften sollten sich auf das Wesentliche beschränken. Kurze Sätze bis zu acht Wörtern sind am besten verständlich. Obergrenze der optimalen Verständlichkeit laut dpa 9 Wörter je Satz.

## **Regel 6**

### **Einfache Sprache**

Einfach sein heißt nicht: allgemein sein - sondern das Gegenteil, nämlich konkret. Kohlensäurearmes Wasser der Fürst Bismarck Quelle wird nicht als "medium", "light" oder "still" beschrieben, sondern es hat schlicht die Bezeichnung "wenig Kohlensäure".

## **Regel 7**

### **Kein Alter gleicht dem anderen**

Keine Zielgruppe ist so heterogen wie die der 50plus. Immerhin sprechen wir von einem Altersschnitt von 50 –100. Dass dies keine homogene Zielgruppe sein kann, muss nicht weiter erläutert werden. Eins haben dennoch alle gemeinsam: Ältere Konsumenten sind Konsumenten mit anderen Bedürfnissen und Konsumgewohnheiten. Was sie besonders schätzen: Produkte, mit denen man up to date ist; keine Ansprache über das Alter; keine werbliche Sonderstellung der Produkte.

## Bibliotheken – Zeitgemäß für Senioren?

[www.feierabend.com](http://www.feierabend.com), der größte Online-Dienst für Senioren, hat freundlicherweise für die BAGSO eine Umfrage auf seiner Homepage durchgeführt.






Es ist erfreulich, dass sich immer mehr Institutionen und Organisation Gedanken darüber machen, wie sie mit ihren Angeboten und Dienstleistungen auf die demografischen Veränderungen in unserer Gesellschaft reagieren sollen und Ältere auch häufiger selbst befragt werden, so unter anderem auch auf unseren Seiten.

Heute geht es um die Wünsche und Bedürfnisse Älterer in Bezug auf Bibliotheken. Im Februar findet ein bundesweites Treffen der Leiterinnen und Leiter öffentlicher Bibliotheken statt, bei dem es um die Frage geht: Wie wollen Ältere als Nutzer von Bibliotheken angesprochen werden und wofür interessieren sie sich?

Was wünschst du dir bzw. erwartest du von einer Bibliothek? Was liest Du gern? Wünschst du dir z. B. mehr Literatur in Großdruck? Wie ist es mit Hörbüchern, sollten diese auch in einer Bibliothek auszuleihen sein? Und wie sollte eine Bibliothek gestaltet sein, sodass du Lust hast, dort zu schmökern?

Falls du Anregungen hast, schicke uns eine Mail an [redaktion@feierabend.com](mailto:redaktion@feierabend.com)

### Was erwartest du von einer Bibliothek?

besonderes Angebot:		8.6%
Schmökerecke:		9.2%
Großdruck-Literatur:		6.7%
Hörbücher:		23.6%
neue Bücher:		51.9%

### Ein Statement:

Eine Bibliothek muß GUT organisiert sein (deutliche Hinweisschilder, themenbezogene Sortierung, Trennung von Belletristik und Sachgebieten...).

Die Räumlichkeiten sollten vor allem HELL sein und freundlich eingerichtet. Auf Benutzerfreundlichkeit lege ich Wert: gemütliche Lesecken, Arbeitstische, an denen man auch mal großformatige Bücher lesen kann, möglichst auch eine PC-Recherche, auch eine Wunschliste wäre nicht schlecht, sowie die Möglichkeit, über eine Liste den Bestand weiterer Bibliotheken einzusehen und über Bestellung in meiner Heimat-Bibliothek diverse Bücher kommen zu lassen... Im Angebot sollten auf jeden Fall auch Hörbücher, aktuelle Zeitschriften und Zeitungen sein, und natürlich auch immer aktuelle Bestseller. Eine Ecke für ältere Leser mit speziellen Themen für diesen Altersbereich, sowie Bücher in Großschrift wäre begrüßenswert.

## Die BAGSO Verbände

1. Arbeiterwohlfahrt (AWO) Bundesverband e.V.
2. Arbeitsgemeinschaft "Evangelische und Ökumenische Krankenhaus- u. Altenheim-Hilfe"(EKH)
3. Arbeitsgemeinschaft SPD 60 plus
4. Arbeitskreis für Gerostomatologie e.V. (AKG)
5. Bayerisches SeniorenNetzForum e.V.
6. BDZ - Deutsche Zoll- und Finanzgewerkschaft - AG "Senioren im BDZ"
7. BegegnungsCentrum - Haus im Park der Körber-Stiftung
8. Betreuungswerk Post Postbank Telekom (BeW)
9. Bund der Ruhestandsbeamten, Rentner und Hinterbliebenen im DBB (BRH)
10. Bund Deutscher Amateurtheater e.V. (BDAT)
11. Bundesarbeitsgemeinschaft der Landesseniorenvertretungen e.V. (BAG LSV)
12. Bundesarbeitsgemeinschaft Seniorenbüros e.V. (BaS)
13. Bundesarbeitskreis Arbeit und Leben DGB / VHS
14. Bundesfachverband Schlafapnoe / Atemstillstand und chronische Schlafstörung e.V.
15. Bundesforum Katholische Seniorenarbeit (BfKS)
16. Bundesinteressenvertretung und Selbsthilfeverband der Bewohnerinnen und Bewohner von Altenwohn- und Pflegeeinrichtungen e.V. (BIVA)
17. Bundesverband Gedächtnistraining e.V.
18. Bundesverband Information & Beratung für NS-Verfolgte e.V.
19. Bundesverband Seniorentanz e.V.
20. Büro gegen Altersdiskriminierung e.V.
21. Dachverband Altenkultur e.V.
22. Deutsche Alzheimer Gesellschaft e.V.
23. Deutsche Evangelische Arbeitsgemeinschaft für Erwachsenenbildung e.V. (DEAE)
24. Deutsche Gesellschaft für Freizeit e.V. (DGF)
25. Deutsche Gesellschaft für Präventivmedizin e.V.
26. Deutsche Gesellschaft für Versicherte und Patienten e.V. (DGVP)
27. Deutsche Landsenioren e.V. (DLS)
28. Deutsche Seniorenpresse – Arbeitsgemeinschaft e.V. (dsp)
29. Deutscher Blinden- und Sehbehindertenverband. e.V.
30. Deutscher Bridge-Verband e.V.
31. Deutscher BundeswehrVerband e.V. (DBwV)
32. Deutscher Evangelischer Frauenbund e.V.
33. Deutscher Evangelischer Verband für Altenarbeit und Pflege e.V.

34. Deutscher Familienverband e.V. (DFV)
35. Deutscher Frauenrat e.V. (DF)
36. Deutscher Guttempler-Orden e.V.
37. Deutscher Scherhörigenbund
38. Deutscher Senioren Ring e.V. (DSR)
39. Deutscher Sportbund (DSB)
40. Deutscher Turner-Bund (DTB) - 50 plus
41. Deutscher Verein der Blinden und Sehbehinderten in Studium und Beruf e.V. (DVBS) - Fachgruppe Ruhestand e.V.
42. Deutsches Sozialwerk (DSW) e.V.
43. Die Wirtschaftssenioren – BAG Alt hilft Jung e. V.
44. EURAG - Sektion Deutschland
45. Evangelische Arbeitsgemeinschaft für Altenarbeit in der EKD (EAfA)
46. Evangelisches Seniorenwerk e.V. (ESW)
47. Fachausschuss Haushaltstechnik d. Deutschen Gesellschaft f. Hauswirtschaft e.V.
48. Familienbund der Katholiken e.V.
49. Forschungsinstitut Geragogik e.V.
50. Forum Gemeinschaftliches Wohnen, Bundesvereinigung e.V.
51. Gesellschaft für Gehirnttraining e.V. (GfG)
52. Gewerkschaft Erziehung und Wissenschaft - Bundesseniorenausschuss
53. GREENPEACE-TEAM fünfzig PLUS
54. Hartmannbund – Verband der Ärzte Deutschlands e.V. - Ausschuss Senioren
55. Industriegewerkschaft Bauen-Agrar-Umwelt
56. Internationaler Bauorden / Senioren
57. JAHRESRINGE – Gesamtverband e.V.
58. Katholische Arbeitnehmer-Bewegung Deutschlands e.V.
59. Katholische Bundesarbeitsgemeinschaft für Erwachsenenbildung
60. Katholische Frauengemeinschaft Deutschlands - Bundesverband e.V. kfd
61. Kneipp-Bund e.V.
62. Kolpingwerk Deutschland
63. komba gewerkschaft
64. Kommunikationsgewerkschaft DPV
65. Kuratorium Wohnen im Alter e.V. (KWA)
66. Landesarbeitsgemeinschaft - "Aktiv im Vorruhestand S-A" e.V.
67. Lange aktiv bleiben (LAB) - Lebensabend-Bewegung
68. Liberale Senioren Lis@ Bundesverband

69. Memory Liga e.V.
70. Misereor – Initiative "einfach anders altern"
71. Nationales Netzwerk älterer Frauen e.V. (NäF)
72. NaturFreunde Deutschlands e.V. - Verband für Umweltschutz, sanften Tourismus; Sport und Kultur
73. NAV-Virchow-Bund e.V.
74. Netzwerk Osteoporose e.V.
75. Senior Experten Service (SES)
76. Senioren lernen online
77. Senioren Union der CDU
78. Seniorenarbeitsgemeinschaft der PDS
79. Senioren-Union der CSU
80. Seniorenvereinigung des Christlichen Jugenddorfwerkes Deutschlands e.V. (CJD)
81. Sozialverband Deutschland (SoVD) e.V.
82. Sozialverband VdK Deutschland e.V.
83. Sozialwerk Berlin e.V.
84. TRANSNET Gewerkschaft GdED
85. Vegetarier-Altenselbsthilfe e.V. (VAH)
86. Verband der Beamten der Bundeswehr e.V.
87. Verband der Heimkehrer, Kriegsgefangenen und Vermisstenangehörigen Deutschlands e.V.
88. Virtuelles und reales Lern- und Kompetenz-Netzwerk (VILE) e.V.
89. Volkssolidarität Bundesverband e.V. (VS)
90. Zwischen Arbeit und Ruhestand ZWAR e.V.

Stand: Februar 2006