komuno

Ein Konzept zur intergenerativen Sozialintegration

Masterthesis
Theresa May
Hochschule für angewandte Wissenschaften
Würzburg-Schweinfurt
Fakultät Gestaltung Würzburg
Studiengang Informationsdesign (M. A.)
Sommersemester 2018
1. Prüfer: Prof. Uli Braun
2. Prüfer: Dr. phil. Christian Bauer

Inhalt

Vorwort 11

I. Theoretische Forschung: Soziale Sicherheit mit System 17

1. Der Begriff der sozialen Sicherheit und seine Bedeutung 18

2. Die Gesellschaft in der Theorie 22

2.1 Das System Gesellschaft und seine Funktion 23

2.2 Von Interdependenzen und Autonomie 24

3. Das Prinzip des Sozialstaats 26

3.1 Sozialstaatliche Aufgaben und ihre Bedeutung 27

3.2 Sozialstaatliche Funktionen als Basis für Gesellschaften 28

3.3 Angewandter Sozialstaats-Begriff im Generationengeflecht 29

4. Über Risiken und ihre Nebenwirkungen 31

4.1 Soziale Risiken und ihre Differenzierung 32

4.2 Bedeutung des Begriffs der Bearbeitbarkeit 34

4.3 Alter als soziales Risiko im Fokus 35

II. Praktische Forschung: Alter als soziales Risiko 39

1. Soziologische Hinführung: Generationen und ihre Interdependenzen 42

2. Empirische Forschung: Das Alter und sein Bild in der Gesellschaft 45

2.1 Klassische Altersbilder und ihre Bedeutung 47

2.1.1 Altern in Armut und Schwäche 50

2.1.2 Die Rente als Wohlstandsphase 58

2.2 Die neue Form des Alters 64

2.2.1 Das Alter als zweite Jugend 66

2.2.2 Über Einsamkeit und Isolation 78

2.3. Alter in Illusion und Wirklichkeit 86

2.3.1 Alter aus der Sicht der Jugend 88

2.3.2 Alter aus der Sicht von Alternden 92

3. Analyse und Auswertung: Soziale Sicherheit im Alter 96

III. Weg zur Praxis: Soziale Sicherheit im Alter 105

1. Alterssicherung als gesamtgesellschaftliche Aufgabe 106

1.1 Soziale Problematiken und mögliche Gegenwirkungen 108

1.2 Vom Versorgungs- zum Aufforderungsparadigma 111

1.3 Individuelle und kollektive Verantwortlichkeiten 114

2. Gesellschaftliche Hürden als konzeptionelle Ansatzpunkte 115

3. Konzeption einer neuen Sicherheitsidee 118

3.1 Intergenerativer Kontakt als Lösungsansatz 119

3.2 Durch Reaktivierung zur Reintegration 120

3.3 Akzeptanz und Wertschätzung 121

IV. Praxis: Soziale Sicherheit der Zukunft 127

1. Ein Konzept zur intergenerativen Sozialintegration 128

1.1 Neuer Rahmen für individuelles und kollektives Handeln 129

1.2 Von Generationenbeziehungen und Zielgruppenthematik 135

2. Konzeptionelle Herausforderungen und gestalterische Ansprüche 138

3. Konzeption und Umsetzung des praktischen Projekts 140

3.1 Strategische Projektentwicklung 141

3.2 Identität und visuelles Erscheinungsbild 143

3.2.1 Name und Claim 144

3.2.2 Typografie und Farbigkeit 148

3.2.3 Logo und Designelemente 152

3.2.4 Bild und Sprache 158

4. Nutzungsmedien und Kommunikationskanäle 160

4.1 Website als Informationsportal 162

4.2 Mobile App als Anwendungsprogramm 170

4. Ausblick: Soziales Design und sein Potenzial 178

Nachwort 183

Anhang 189

Danksagung 189

Abbildungsverzeichnis 190

Quellenverzeichnis 196

Erklärung 200

Impressum 201

Vorwort

Früher oder später muss jeder Einzelne Sozialabgaben zahlen – für die Krankenversicherung und in die Rentenkasse beispielsweise. Spätestens mit dem ersten Gehaltszettel wird man sich des Ausmaßes dieser Zahlungen bewusst und stellt sich die ein oder andere Frage: Warum ist das notwendig, wie genau geht alles vonstatten, was hat man selbst davon oder wann sieht man dieses Geld in welcher Höhe wieder? Hinzu kommt die Aufforderung, sich eigenständig um die eigene Sicherheit heute und in der Zukunft zu kümmern, in jungen Jahren an das eigene Alter zu denken und etwas dafür zu tun, dieses abzusichern. Dann tauchen neue Fragen auf: Warum reichen die Zahlungen nicht aus, um sich langfristig Sicherheit zu schaffen und wieso muss man sich privat um die eigene Zukunft kümmern, wenn man doch schon in die staatliche Rentenkasse einzahlt? Fragen, welche aktuelle Probleme ansprechen, die jeden Einzelnen betreffen und die zu beantworten noch schwieriger wird.

Die Motivation für diese Arbeit ist genau vor diesem Hintergrund entstanden und es entwickelte sich ein komplexes Konstrukt aus Problemstellungen, das unterschiedliche Aspekte mit einbezog und diverse persönliche und allgemeine Anliegen ansprach, die akut oder chronisch im Grunde alle Menschen gleichermaßen betreffen. Vor allem die Schwierigkeiten, denen die Gesellschaft und der Staat gegenwärtig schon gegenüberstehen und die sich zukünftig noch vergrößern werden, rückten in den Fokus und kamen so in ihrer gesamten Tragweite ans Licht.

Aus einer anfänglichen Motivation hatte sich bald das Bedürfnis entwickelt, tatsächlich Antworten zu finden, wirklich Probleme anzusprechen und sie vielleicht zu lösen helfen.

Ohne konkrete Vorstellung eines Zielprojekts oder eines Endergebnisses, begann eine ganzheitliche Forschung an der Thematik und den

aufgeworfenen Fragestellungen. Aus unterschiedlichsten Perspektiven und Blickwinkeln und mit den Mitteln verschiedener Forschungsweisen, fanden gezielte Schwerpunktlegungen und Fokussierungen statt, welche Analysen zuließen und die vielen bisher allgemeinen Fragestellungen in einer einzigen greifbaren Forschungsfrage fixierten. Diese sollte die Basis für das Entstehen eines Projekts bilden.

Die vorliegende Masterthesis fasst die gesamte Forschung zusammen, resümiert die Schritte zum Entstehen eines Projekts und beschreibt sein Realisierungskonzept und das Endergebnis. Sie stellt und beantwortet Fragen, erweitert bisherige Themengebiete und grenzt andere ein, bleibt hier abstrakt und wird dort konkret und erweitert den Blickwinkel mit dem Ziel, eine Vision zu formulieren, die in ihrer Umsetzung Verständnis erreichen und Veränderungen anstoßen kann.

I. Theoretische Forschung: Soziale Sicherheit mit System

Was bedeutet es sozial abgesichert zu sein? Wie sorgt der Staat dafür, dass ein jeder Bürger[1] sozial sicher leben kann? Welche Probleme gibt es und wie wird ihnen entgegengewirkt?
Um sich der komplexen Thematik der sozialen Sicherheit annähern zu können und damit einhergehende Problematiken zu verstehen, ist eine theoretische Grundlagenforschung notwendig. In diesem Rahmen sollen nun die fundamentalen Themengebiete recherchiert und so ein umfassender Überblick geschaffen werden. Als Basis dafür dient das für alle Menschen gleichermaßen geltende Recht auf soziale Sicherheit.

[1]Gemeint sind stets beide Geschlechter. Im Sinne einer besseren Lesbarkeit wird auf die Nennung beider Formen verzichtet.

Jeder hat als Mitglied der Gesellschaft das Recht auf soziale Sicherheit und Anspruch darauf, durch innerstaatliche Maßnahmen und internationale Zusammenarbeit sowie unter Berücksichtigung der Organisation und der Mittel jedes Staates in den Genuss der wirtschaftlichen, sozialen und kulturellen Rechte zu gelangen, die für seine Würde und die freie Entwicklung seiner Persönlichkeit unentbehrlich sind.

1. Der Begriff der sozialen Sicherheit und seine Bedeutung

Soziale Sicherheit wird in der Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte behandelt und dort als Grundrecht definiert, das jedem Menschen zusteht: „Jeder hat als Mitglied der Gesellschaft das Recht auf soziale Sicherheit und Anspruch darauf, durch innerstaatliche Maßnahmen und internationale Zusammenarbeit sowie unter Berücksichtigung der Organisation und der Mittel jedes Staates in den Genuss der wirtschaftlichen, sozialen und kulturellen Rechte zu gelangen, die für seine Würde und die freie Entwicklung seiner Persönlichkeit unentbehrlich sind“ (Vereinte Nationen 1948: 2)

Sozial sicher bedeutet dabei, dass genügend Geld, Gesundheit, gesellschaftliche Integration und optimale Lösungen bei Problemen vorhanden sind. *Soziale Sicherheit* kann als der Schutz vor sozialen Risiken im Allgemeinen verstanden werden, die einem sozial sicheren Leben entgegenwirken – Risiken wie Krankheit, Berufsunfähigkeit, Arbeitslosigkeit und Alter. Sich für diese Fälle abzusichern ist unumgänglich. Deshalb wird gespart, investiert und angelegt und auf staatliche Programme[2] gebaut, sollten Risiken eintreten, die ein abgesichertes Leben beeinträchtigen oder gefährden.

Die Basis zur Gewährleistung sozialer Sicherheit durch den Staat findet sich in einem Gemeinschaftsvertrag, einem Vertrag, der alle Individuen gleichermaßen betrifft und zu dem jeder Einzelne einen Beitrag leistet – unabhängig von Herkunft, Hintergrund oder sozialem Stand, immer im Rahmen der eigenen Möglichkeiten. Denn Programme zur gesellschaftlichen Absicherung arbeiten nach dem Solidaritätsprinzip, das jeden als Teil des Ganzen sieht und jeden durch die Mittel aller unterstützt. So funktioniert das System. So funktioniert die Gesellschaft. So funktioniert der deutsche Sozialstaat. Er ist die Basis für soziale Absicherung.

[2] *Staatliche Programme* sind in erster Linie die Sozialversicherungen (Kranken-, Unfall-, Renten-, Arbeitslosen- und Pflegeversicherung). Das Riester-Rente-Konzept, das staatliche Zuschüsse bei privater Altersvorsorge bietet, zählt ebenfalls zu dieser Sparte.

Es ist eine gesamtgesellschaftliche Aufgabe, einen Zustand der sozialen Sicherheit entstehen zu lassen, in den alle unabhängig von ihren individuellen Hintergründen gleichermaßen integriert sind. Die gesellschaftlichen Zusammenhänge sorgen dafür, dass das System zur Erreichung dieses Zustands optimal funktioniert.
In der Theorie ist das ein erfolgreiches Konzept, dessen Umsetzung in die Praxis Probleme bereitet. Denn klassische Gesellschaftsstrukturen, in denen ein ausgewogenes Gleichgewicht sozialer Schichten existiert, haben sich verändert und verändern sich stetig weiter. Aufgrund des demografischen Wandels (Abb. 1) beispielsweise gibt es heute viele Menschen, die Hilfe benötigen, aber wenige, die dafür aufkommen können (Abb. 2, 3). Hinzu kommt, dass aufgrund einer großen Zahl an Geringverdienern mit niedriger Beitragshöhe die Finanzierungsmittel, die zur Sicherung der Versorgung notwendig wären, nicht ausreichend vorhanden sind. Der Gemeinschaftsvertrag, auf dem staatliche Programme aufbauen, gerät aus der Balance. Es muss ein Umdenken stattfinden, das die neuen Herausforderungen in der Aufgabe, einen Zustand der sozialen Sicherheit für alle zu erreichen, überwindet.
Die Thematik der sozialen Sicherheit ist heute komplexer und problematischer denn je und sich ihr erfolgreich anzunähern schwierig. Aufgrund der sich stetig weiter verändernden Gesellschaftsstrukturen wird sich dies in Zukunft noch verstärken.

Um die Problematik und Herausforderungen in der Gänze zu erfassen, ist es wichtig zu verstehen, welche Begriffe der Thematik zugrundeliegen und wie diese im erweiterten Kontext zu betrachten sind. Dafür soll nun der Gesellschaftsbegriff in der Theorie untersucht werden.

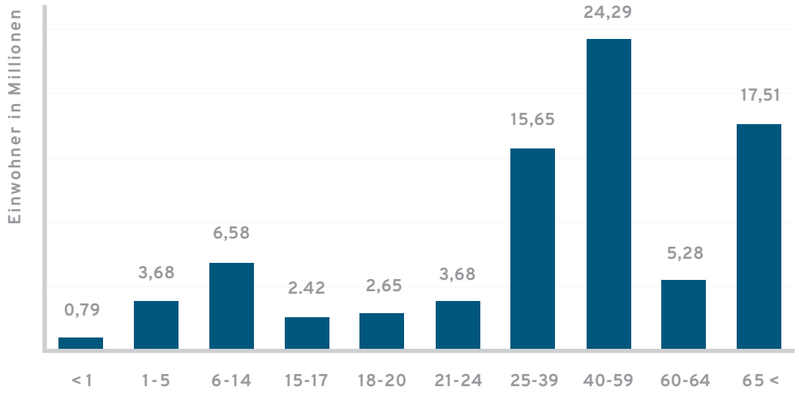


Abb. 1

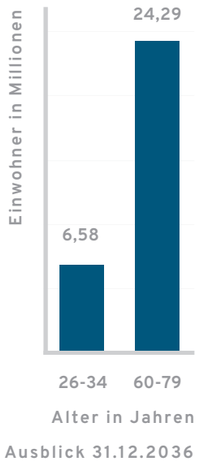


Abb. 2

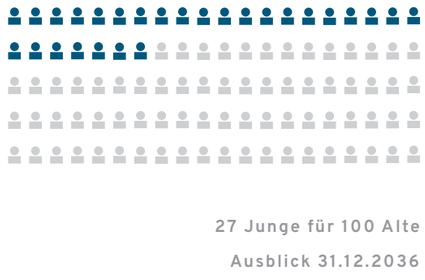


Abb. 3

2. Die Gesellschaft in der Theorie

Basierend auf dem Konzept des Gemeinschaftsvertrags kann nur eine Gesellschaft als Ganzes gemeinsam soziale Sicherheit herstellen. Die sich verändernden Strukturen machen diese Aufgabe immer schwieriger. Ungleichheiten und Ungleichgewicht führen dazu, dass sich Gesellschaften immer mehr spalten und Gruppierungen entstehen, die sich voneinander entfernen. Unterschiedlichste Lebensweisen und Einstellungen existieren nebeneinander. Generationen isolieren sich, entfremden sich. Ihre Anforderungen an das Leben sind zu unterschiedlich und ihre persönlichen Hintergründe zu verschieden. Trotz allem sind sie aufeinander angewiesen und müssen eigentlich als Einheit funktionieren, um ihrer Aufgabe, soziale Sicherheit für alle zu gewährleisten, nachkommen zu können.
Wie auf dieser Grundlage eine funktionierende Gemeinschaft entstehen kann, scheint fraglich. Dennoch sind es gerade Unterschiede und Differenzen, die eine Gesellschaft ausmachen und das gesamte System am Laufen halten.
Das Prinzip des Sozialstaats, das in Deutschland durch seine Versorgungsprogramme für die soziale Sicherheit aller zuständig ist, wird von dem Soziologen Stephan Lessenich beschrieben und kritisch betrachtet. In seinem Buch *Theorien des Sozialstaats* beruft er sich auf die Theorie des Soziologen und Gesellschaftstheoretikers Niklas Luhmann, die im Folgenden näher ausgeführt wird, und bezeichnet den Sozialstaat als eine Art „Musterbeispiel“ (Lessenich 2012: 108) dafür: Er bezieht alle Individuen in sein Leistungsangebot mit ein und sorgt – wie bereits erwähnt – in der Gemeinschaft dafür, dass soziale Sicherheit für alle gewährleistet werden kann. Bevor jedoch näher auf die konkrete Theorie Lessenichs und das Prinzip des Sozialstaats eingegangen wird, muss geklärt werden, wie dieses *Musterbeispiel* aussieht und wie es definiert werden kann.

2.1 Das System Gesellschaft und seine Funktion

Luhmann beschreibt in seinem Buch *Soziale Systeme – Grundriß einer allgemeinen Theorie* genau die Grundfunktionen eines sozialen Systems. Diese sollen als Grundlage untersucht werden, um später einzelne Aspekte der theoretischen Forschung von einem abstrakten auf einen konkreten Ansatz zu übertragen.
Die gesamtgesellschaftliche Aufgabe, soziale Sicherheit für alle zu gewährleisten, basiert auf den oben genannten Unterschieden, die in einer Gesellschaft existieren – die verschiedenen gesellschaftlichen Gruppierungen, die nebeneinander oder isoliert voneinander parallel leben. Diese bilden nach Luhmann die Grundlage zur Entstehung eines Systems, eines Sozialsystems. Denn ein großes Ganzes kann sich als System nur dann entwickeln, wenn verschiedene Teilsysteme, beispielsweise unterschiedliche Gruppierungen und Schichten, in eben diesem existieren.
Ein System funktioniert durch seine Vielseitigkeit, durch Differenzierungen. Erst das lässt es zu einem starken System wachsen. Dabei wird deutlich, dass Teilsysteme nicht nur allein um des Systems willen existieren, sondern dass sie eng miteinander zusammenhängen, dass sie voneinander abhängig sind. (Vgl. Luhmann 1991: 30 ff.)
Hinzu kommt, dass die Einheit eines Systems nach außen hin erst durch die Abgrenzung von anderen Systemen entsteht. (Vgl. ebd.: 31) Das bedeutet, je stärker sich Gruppierungen voneinander unterscheiden, desto mehr treten sie anderen gegenüber als Einheit auf. Dabei kann bereits jeder soziale Kontakt zwischen Individuen als System bezeichnet werden. (Vgl. ebd.: 33) Eine Gesellschaft als Ganzes besteht also als ein System, das alle möglichen sozialen Kontakte zu einem solchen zusammenfasst. (Vgl. ebd.: 33)
Denkt man auf dieser Basis weiter, so entsteht die Einheit eines Systems durch die Existenz vieler Teilsysteme, die sich zu einem großen Ganzen formieren und erst in der Gemeinschaft optimal funktionieren.

Diese theoretische Grundlage, heruntergebrochen auf die Definition des Systembegriffs an sich, erklärt die Zusammenhänge zwischen verschiedenen Teilbereichen, die sich zu einem übergeordneten Großen zusammenfügen. Die Gesellschaft besteht aus den verschiedensten Gruppierungen, Schichten und Ebenen. Diese bewegen sich in ihren spezifischen Umgebungen und grenzen sich durch die ihnen eigenen Charakterzüge voneinander ab. Aber nur zusammen arbeiten sie als Gemeinschaft, als System, um in Luhmanns Worten zu sprechen. Sie sind voneinander abhängig und bedingen sich gegenseitig. In der Interpretation bedeutet das, dass in einer Gesellschaft, in der alle gleich behandelt werden sollen, jeder Einzelne auf alle anderen angewiesen ist und die eigene Sicherheit nur mit der Hilfe von anderen gewährleisten kann. Alle Individuen sind also aneinander gebunden und haben eigene und wichtige Rollen im Gesamtgefüge, das sich Gesellschaft nennt.
Luhmann bezeichnet den Sozialstaat, auf dessen genaue Definition später eingegangen werden soll, als „realisierte politische Inklusion“ (Luhmann, zit. nach Lessenich 2012: 108), die dem Einzelnen eine bedeutende Position beimisst, die es zu wahren und zu schätzen gilt.

2.2 Von Interdependenz und Autonomie

Die einzigartige Aufgabe des Individuums und seine Abhängigkeit von anderen, die zum Zusammenhalt einer Gesellschaft beitragen, für diese essentiell sind, wird in der Gesellschaftstheorie von dem Soziologen Norbert Elias in seiner Untersuchung *Über den Prozess der Zivilisation* beschrieben.

„An die Stelle des Bildes vom Menschen als einer ‚geschlossenen Persönlichkeit‘ [...] tritt dann das Bild des Menschen als einer ‚offenen Persönlichkeit‘, die im Verhältnis zu andern Menschen einen höheren oder geringeren Grad von relativer Autonomie, aber niemals absolute und totale Autonomie besitzt, die in der Tat von Grund auf Zeit ihres Lebens auf andere Menschen ausgerichtet und angewiesen, von andern Menschen abhängig ist. Das Geflecht der Angewiesenheiten von Menschen aufeinander, sind das, was sie aneinander bindet.“ (Elias 2010: 121)
Elias betrachtet die Gesellschaft als ein Geflecht aus Abhängigkeiten zwischen Individuen. Er bezeichnet zwischenmenschliche Beziehungen als Kapital, das eine funktionierende Gesellschaft erst möglich macht. Elias zeichnet ein Bild des Menschen als offene Persönlichkeit; er steht die in einem Verhältnis zu anderen und handelt dabei zwar relativ eigenständig, lebt aber nicht in totaler Unabhängigkeit. Ein Mensch ist immer auf andere Menschen ausgerichtet und auf sie angewiesen. Dies bezeichnet Elias als „Interdependenz“ (ebd.: 122). Das Gesamtgefüge einer Gesellschaft betrachtet er darauf aufbauend als ein „Interdependenzgeflecht“ (ebd.: 122).
Zudem stellt Elias fest, dass ein Einzelner nicht in der Lage ist ohne Interdependenzen auszukommen. Menschen bilden Gruppen miteinander. Gesellschaften entstehen. (Vgl. ebd.: 122) Gleichzeitig wandeln sich Gruppen und Gesellschaften – durch äußere Einflüsse etwa – und bilden Untereinheiten, die miteinander in Konkurrenz stehen. (Vgl. ebd.: 123)
Dieses theoretische Verständnis des Gesellschaftsbegriffs kann direkt in die Praxis übertragen werden. In einer funktionierenden Gesellschaft ist jedes Individuum Teil des Ganzen und sein Handeln hat einen enormen Wert für die Gemeinschaft. Jeder Einzelne kann oder muss einen Beitrag leisten, um das Zusammenleben zu ermöglichen. Die soziale Sicherheit in einem funktionierenden Gesellschaftssystem ist folglich abhängig von Individuen. Dabei ist jeder auf jeden angewiesen. In einer Gesellschaft existieren unterschiedliche Generationen und Schichten, die parallel nebeneinander – im besten Fall miteinander – leben. So funktioniert das System, das System der Gesellschaft.

Die abstrakten Theorien Luhmanns und Elias' bilden die grundlegende Basis für ein besseres Verständnis der Funktion und Bedeutung von System und Gesellschaft. Im nächsten Schritt sollen nun mit einer konkreten Theorie Stephan Lessenichs Abläufe und Funktionen des Systems Gesellschaft konkretisiert und das Prinzip des Sozialstaats untersucht werden.

3. Das Prinzip des Sozialstaats

Neben dieser grundlegenden Basis einer Gesellschaft, in der sich durch einen sich erfüllenden Gemeinschaftsvertrag in der Theorie für alle das Recht auf soziale Sicherheit realisieren lässt, wirkt eine weitere Funktion auf das Funktionieren des Systems ein: Das Prinzip des Sozialstaats.
Stephan Lessenich geht in seinen *Theorien des Sozialstaats* auf die Aufgaben, Hintergründe und Funktionen des Sozialstaats ein und beschreibt seine Bedeutung für die Gesellschaft. Dabei stellt sich der Sozialstaat als Integrationsmaschinerie heraus, die individuelle und kollektive Akteure zueinander in Beziehung setzt und Zusammenhänge und Abhängigkeiten von einzelnen Gruppen in der Gesellschaft herstellt.

3.1 Sozialstaatliche Aufgaben und ihre Bedeutung

Die Entstehung des Sozialstaatsbegriffs geht bis ins 19. Jahrhundert zurück, heute ist er aus dem Leben „demokratisch-kapitalistischer Gesellschaften nicht mehr wegzudenken" (Lessenich 2012: 25). Schon immer gab es soziale Probleme, die ein Gegenwirken und Lösen erforderten. Der Sozialstaat übernimmt diese Aufgabe aus staatlicher Perspektive und sichert so individuelle Existenzen, schafft Handlungsspielraum und fördert den Zusammenhalt in der Gesellschaft. (Vgl. ebd.: 25) Seine wichtigste Rolle ist die des Wohlfahrtsstaats, in welcher der Sozialstaat in Bezug auf soziale Probleme handelt und dabei einem „Verbesserungs" -Impuls (Kaufmann, zit. nach Lessenich 2012: 27) folgt. Als Strukturprinzip modernisiert er die Gesellschaft, schafft Autonomie für Individuen, setzt soziale Beziehungen in Verhältnisse, sorgt für gleiche Lebenschancen und sichert als Vorsorgestaat die soziale Sicherheit seiner Bürger. Seine integrative Aufgabe misst ihm eine bedeutende Position bei, er ordnet die Gesellschaft und schafft stabile Verhältnisse in gesellschaftlichen Krisenzeiten. (Vgl. Lessenich 2012: 25 ff.)
Des Weiteren ist der Sozialstaat die Basis für eine funktionierende Gesellschaft. Lessenich beschreibt dies ausführlich. In den folgenden Punkten soll ein Bild des Sozialstaats und seiner Bedeutung für die heutige Gesellschaft gezeichnet werden.

3.2 Sozialstaatliche Funktionen als Basis für Gesellschaften

Lessenich definiert den Sozialstaat als Strukturprinzip, das die Gesellschaft gestaltet, sichert und stabilisiert. (Vgl. ebd.: 29) Individuelle Lebensläufe und kollektive Lebensweisen, die im System Gesellschaft nebeneinander und miteinander existieren, werden durch ihn geprägt und zueinander in Beziehung gesetzt. (Vgl. ebd.: 17) Der Sozialstaat ist die „Quelle der Normierung und Standardisierung sozialer Beziehungen und gesellschaftlicher Verhältnisse“ (ebd.: 33). Nach der Sozialstaatsklausel folgt er den Wertideen nach Verteilungsgerechtigkeit, Chancengleichheit, Solidarität und Eigenverantwortlichkeit. (Vgl. ebd.: 26) Gleichzeitig ist er durch die Sicherungsinstitutionen eine enorm wichtige gesellschaftliche Integrationsmaschinerie, die getreu dem Leitsatz „each person a part of the whole“ (ebd.: 43) Individuen vor sozialen Risiken schützt und in die Gemeinschaft integriert. (Vgl. ebd.: 43) Nach der Solidaritätsformel verbindet der Sozialstaat Sozialmoral und Eigeninteresse auch im Generationenvertrag unter dem Leitspruch „ich für dich und du für mich – und ich für mich selbst“ (ebd.: 46).
Hier finden sich auch Ansätze aus den Theorien Luhmanns und Elias’ wieder, denn Gesellschaften funktionieren basierend auf Abhängigkeiten der Individuen untereinander und können nur so als Gesamtsystem erfolgreich sein. Der Sozialstaat handelt stets im Bezug auf soziale Probleme und versucht diese durch Umverteilung und Umstrukturierung aufzuheben. Er übernimmt die Verantwortung dafür und agiert als „welfare-state“ (ebd.: 26) und vorbeugend als Vorsorgestaat (vgl. ebd.: 40) für das Wohl aller.
Der Sozialstaat als sorgender Akteur übernimmt die wohl wichtigste Rolle in der Schaffung von sozialer Sicherheit für alle. Die Aufgabe des Individuums in diesem Zusammenhang ist jedoch nicht zu missachten. Lessenich beschreibt diesbezüglich den Sozialstaat als einen „aktivierenden Sozialstaat“ (ebd.: 121), der dazu aufruft Eigeninitiative zu ergreifen und in Eigenverantwortung dafür zu sorgen, dass es einem selbst und anderen gut geht. (Vgl. ebd.: 121) Gleichzeitig merkt er an, dass die aktivierende Funktion des Staates auch aus einem kritischen Blickwinkel betrachtet werden muss. In seinem Artikel *Der Sozialstaat als Erziehungsagentur* für die Bundeszentrale für politische Bildung aus dem Jahre 2012 tritt vor allem ein negativer Aspekt in den Vordergrund: der durch den aktivierenden Sozialstaat entstehende „sozialpolitische Druck“ (Lessenich 2012: 3), der auf Individuen zu lasten scheint, sich eigenverantwortlich zum Wohl aller in das Gesamtgefüge der Gesellschaft einzugliedern. Vor allem hinsichtlich des Generationenzusammenhangs ist diese Funktion kritisch zu betrachten. Darauf soll im späteren Verlauf der Arbeit ausführlich eingegangen werden.
Im Hinblick auf den Zusammenhang zwischen verschiedenen Gruppen und Generationen hat der Sozialstaat als Strukturprinzip jedoch eine tragende Rolle, die dazu beiträgt, die Aufgabe zur Schaffung von sozialer Sicherheit zu erfüllen.

3.3 Angewandter Sozialstaats-Begriff im Generationengeflecht

Der Sozialstaat „setzt individuelle wie kollektive [...] Akteure auch in eine institutionell bestimmte Beziehung zueinander.“ (Lessenich 2012: 15f.)
Es bilden sich „Beziehungspaare“ (ebd.: 16), die auf „institutionell spezifizierte Weise miteinander verbunden sind“ (ebd.: 16).
Lessenich beschreibt hiermit die Abhängigkeiten, die durch das Sozialstaatsprinzip entstehen, die Gesellschaft strukturieren und Einzelne dauerhaft miteinander verbinden. Die Idee des Sozialstaats greift hier erneut die Theorie Luhmanns auf, nach der die Funktion der Gesellschaft als ein System durch das Konzept der zueinander in Beziehung stehenden Teilsysteme zur Stabilität beiträgt. Hinzu kommt das bei Elias definierte Geflecht aus Interdependenzen, welches nun auf sozialstaatliche Weise praktische Anwendung findet. Der Sozialstaat agiert als eine Art

„gesellschaftliche[r] Beziehungsvermittlungsagentur“ (ebd.: 16), die „Beziehungspaare“ (ebd.: 16) bildet. Dies können beispielsweise gesunde und kranke Menschen sein oder alte und junge. Dem Prinzip sind allerdings keinerlei Grenzen gesetzt: Es entsteht ein „unendlicher Raum sozialer Beziehungsstrukturen“ (ebd.: 17).
Die Notwendigkeit dieser Beziehungen wird unter Betrachtung des Solidaritätsprinzips deutlich. Der Sozialstaat sorgt dafür, dass Risiken, welche die soziale Sicherheit beeinträchtigen, durch Umverteilung ausgeglichen werden. Das bedeutet in der Basis, dass Glückliche für Unglückliche einstehen und so ein Konstrukt aus Solidarität entsteht. (Vgl. ebd.: 45)
Auch das Konzept der Rentenversicherung arbeitet auf dieser Grundlage. Nach dem Umlageverfahren erwirtschaften junge Erwerbstätige die Mittel für die Rente ihrer alten Mitmenschen. Durch den sogenannten *Generationenvertrag* entsteht ein *sozialintegrativer Effekt*, der alle Generationen in Beziehung zueinander setzt und sie in das Gesamtgefüge der Gesellschaft integriert. Ein Solidaritätsgefühl entwickelt sich, das den sozialen Zusammenhalt in der Gemeinschaft unterstützt und die Gesellschaft zu einer Einheit verbindet. (Vgl. ebd.: 47)
Die sozialstaatliche Funktion wird besonders im Zusammenhang mit dem Generationengeflecht deutlich. Durch Umverteilung steht der starke, in diesem Fall junge Teil der Gesellschaft dem alten und hier schwachen Part bei. In der Theorie eine optimale Lösung, die alle Generationen gleichermaßen in die Gesellschaft integriert und dort unterstützt.
Kritisch betrachtet werden muss dieses Vorgehen jedoch vor dem Hintergrund des Problems der Generationenungerechtigkeit. Denn Ressourcen fließen über mehrere Perioden hinweg und setzen Vergangenheit und Zukunft in eine enge Verbindung miteinander. (Vgl. ebd.: 39)
Der demografische Wandel beispielsweise stellt eine große Gruppe an nicht-arbeitenden Alten einer verhältnismäßig kleinen Gruppe an arbeitenden und oft beitragsschwachen Jungen gegenüber. Das sorgt für Ungleichgewichte, schafft Versorgungsprobleme und sorgt für soziale Krisen und individuelle Verluste.

Derweil ist es die Idee des Sozialstaats, durch die ihm zugrundeliegenden Prinzipien der Solidarität mehr Gleichheit und Sicherheit zu schaffen und es Individuen zu ermöglichen, frei, sozial emanzipiert und autonom zu leben.

Die unterschiedlich hohen Wahrscheinlichkeiten des Eintreffens sozialer Risiken jedoch unterstützen die Problematik der Generationenungerechtigkeit. Um diese in ihrer Gänze zu verstehen und später einen Lösungsansatz zu entwickeln, müssen soziale Risiken differenziert betrachtet und ihre Schlüsselfaktoren analysiert werden.

4. Über Risiken und ihre Nebenwirkungen

Der Sozialstaat hält in der Gemeinschaft erwirtschaftete Mittel für alle bereit, um im Falle eintretender Risiken, durch die soziale Sicherheiten gefährdet werden, in seiner Rolle als Versorger unterstützend einzuspringen. Die Wahrscheinlichkeit des Eintreffens solcher Risiken ist dabei individuell bedingt. Unterschiedlichste Risiken verlangen nach spezifischen Gegenmitteln, die je nach Lage und Fall individuell angepasst werden müssen. Risiken sind differenziert voneinander und hinsichtlich ihrer Vorsorge unterschiedlich zu betrachten.

4.1 Soziale Risiken und ihre Differenzierung

Als soziale Risiken werden bestimmte Ereignisse bezeichnet, die durch ihr Eintreffen die soziale Sicherheit von Individuen beeinträchtigen. Diese Ereignisse sind Krankheit, Arbeitslosigkeit, Berufsunfähigkeit, Alter und Pflegebedürftigkeit. Staatliche Programme werden aktiv, wenn ein solcher Fall eintritt, und unterstützen Betroffene dabei, trotz ihrer misslichen Lage möglichst gut leben zu können. Sie werden in den Sozialversicherungen zusammengefasst: Es gibt die Kranken-, Unfall-, Renten-, Pflege- und Arbeitslosenversicherung. Hinzu kommen eine Berufsunfähigkeitsversicherung und private Vorsorgeprogramme, die individuell variabel sind. (Abb. 4)
Hier kann eine erste Differenzierung vorgenommen werden. Denn die oben genannten sozialen Risiken unterscheiden sich deutlich voneinander und müssen separat untersucht werden.
In Deutschland ist das Besitzen einer Krankenversicherung für alle verpflichtend. Krankheit ist ein Risiko, mit dem ein jeder früher oder später in unterschiedlichster Ausprägung konfrontiert wird. Durch entsprechende Vorsorge und eine passende Versicherung können Problemen, die damit einhergehen, gelöst oder zumindest abgemildert werden.
In die gleiche Sparte fällt die Thematik des Alterns. Diesem ist jedes Individuum zwangsläufig ausgeliefert. Altersbedingte Schwächen schränken in höheren Jahren den gewohnten Lebensstil ein und verlangen danach, die Alltagsgestaltung hinsichtlich der veränderten persönlichen Fähigkeiten anzupassen. Durch den Wegfall der Berufstätigkeit im Ruhestand kommen neue Herausforderungen auch auf finanzieller Ebene hinzu, die durch die Rente ausgeglichen werden. Während der Berufstätigkeit werden hier Beiträge gezahlt, die dann nach Austritt aus dem Arbeitsleben zur Auszahlung kommen. Im Gegensatz dazu sind Arbeitslosigkeit und Berufsunfähigkeit nicht zwingend eintretende Risiken, die alle Menschen gleichermaßen betreffen. Eine Arbeitslosenversicherung ist –

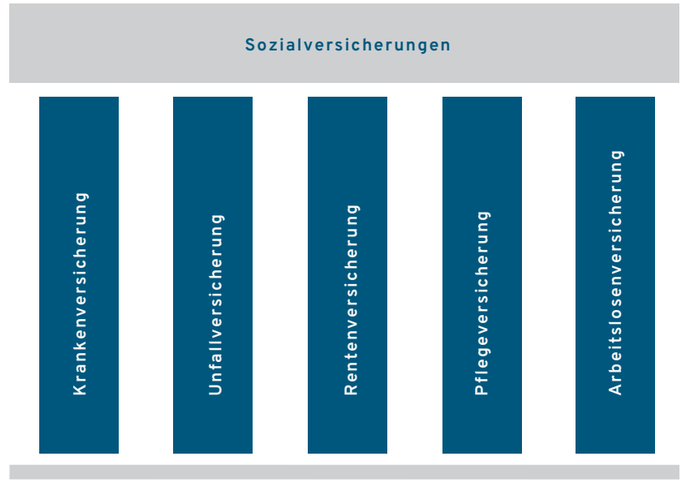


Abb. 4

nach bestimmten Kriterien – an ein Beschäftigungsverhältnis gebunden, während die Entscheidung für eine Berufsunfähigkeitsversicherung im individuellen Ermessen liegt.
An diesem Punkt der Forschung kann eine erste Schwerpunktlegung erfolgen. Die Risiken Krankheit und Alter sind in ihrer Eintrittswahrscheinlichkeit ähnlich hoch und betreffen in unterschiedlicher Ausprägung die Gesamtheit der Gesellschaft.
Vor dem Hintergrund der Sozialsicherheitsproblematik, die sich vor allem in älteren Generationen zeigt und dort sowohl auf der finanziellen als auch der gesundheitlichen Ebene in Erscheinung tritt, muss eine weitere Differenzierung und nähere Untersuchung der beiden Risiken Krankheit und Alter auf ihre Verschiedenheiten erfolgen.

4.2 Bedeutung des Begriffs der Bearbeitbarkeit

Der Sozialstaat als Versorgungsstaat ist dafür zuständig, jeden Einzelnen zu unterstützen, sollte er durch Risiken in Not geraten. Die sich wandelnde Gesellschaft und die damit einhergehende Versorgungsproblematik führt allerdings dazu, dass der Zustand der sozialen Sicherheit nicht mehr nur in öffentlicher Hand liegt, sondern vermehrt in den Bereich der individuellen Verantwortlichkeit fällt. Jeder Einzelne soll im Idealfall selbst dafür sorgen, dass es ihm gut geht.
Die Soziologin Silke van Dyk sieht in der sich verändernden Gesellschaft die neue Herausforderung der Thematik der sozialen Sicherheit und beschreibt das Risiko des Alters in ihrem Buch *Soziologie des Alters* als „bearbeitbares Risiko“ (van Dyk 2015: 103). Im Gegensatz zur Krankheit als Bedrohung der Sicherheit, der Individuen meist unerwartet ausgeliefert sind, kann die Altersphase selbst frei gestaltet werden. Gerade heute, angesichts der Schwierigkeiten, denen Staat und Gesellschaft in der Sorge um die soziale Sicherheit gegenüberstehen, ist der Einzelne oftmals sogar gezwungen eigenständig für sein Alter vorzusorgen und auch in der Rentenphase aktiv zu leben.
Bezieht man sich auf das Solidaritätsprinzip, nach dem der Sozialstaat funktioniert, so steht jedem Einzelnen schon von vornherein die Aufgabe zu, sich selbst in das Gesamtgefüge der Gesellschaft einzugliedern und dazu beizutragen, dass es nicht nur ihm, sondern auch anderen gut geht. Auch – oder vor allem – in höherem Alter muss heute von Individuen eine erhöhte Bereitschaft der Integration erwartet werden, um Problematiken und Versorgungsengpässe in Rente und Alter zu überwinden und auszugleichen. Erst wenn sich alle entsprechend ihrer Fähigkeiten in die Gesellschaft integrieren, kann eine Basis entstehen, auf der sich Individualwohl und Gemeinwohl entwickeln und langfristig soziale Sicherheit garantiert werden kann.
Altern als soziales Risiko muss daher klar von Krankheit als solches abgegrenzt werden. Vor allem die Eigenschaft der Bearbeitbarkeit verlangt nach einer differenzierten Betrachtung.

4.3 Alter als soziales Risiko im Fokus

Die Veränderungen, denen der Sozialstaat und die Gesellschaft heute gegenüber stehen, werden sich in den nächsten Jahrzehnten noch weiter etablieren. Vor allem für das Konzept der Alterssicherung, das zukunftsgerichtet orientiert ist und nur über mehrere Perioden hinweg funktioniert, bedeutet das, dass ein Umdenken und eine Neuorientierung notwendig sind. Alter als soziales Risiko muss unter anderen Blickwinkeln betrachtet und das Leben im Alter neu verhandelt werden.
Als ein in einem gewissen Rahmen bearbeitbares Risiko grenzt sich das Alter von den übrigen sozialen Risiken ab und bietet Gestaltungsspielraum und die Möglichkeit, Veränderungen vorzunehmen, die das Leben im Alter sicherer machen. Die staatlichen Mittel reichen auf längere Sicht nicht aus, um Sicherheit im Alter zu gewährleisten. Daher steht das Individuum vor allem in diesem Zusammenhang vor einer großen und wichtigen Aufgabe.

Um diese Herausforderung zu meistern und ein gesamtgesellschaftliches Umdenken zu in Gang zu setzen, muss zunächst Alter als soziales Risiko analysiert, müssen Eckpunkte aufgezeichnet und muss ein Status Quo festgehalten werden.

II. Praktische Forschung: Alter als soziales Risiko

Wie hat sich das Risiko des Alters gewandelt? Was bedeuten neue gesellschaftliche Bedingungen für alternde Menschen und ihre soziale Sicherheit? Wie sieht Altern heute aus? Und wie findet Alterssicherung in einer veränderten Welt statt?
Nach der theoretischen Grundlagenforschung soll nun eine Untersuchung und Evaluation des Generationenzusammenhangs erfolgen und mit der Empirie ein Bild des Alters aufgezeichnet werden, wie es in der heutigen Gesellschaft aus verschiedenen Blickwinkeln existiert. Durch die Analyse von Werbespots, in denen die Thematik des Alters auf unterschiedliche Weise aufgegriffen wird, und anhand von Fokusinterviews wird die Komplexität des Sicherheitsbegriffs im Alter aufgeschlüsselt.

Die Interviews wurden in Kleingruppen durchgeführt und liefen alle nach dem gleichen Muster ab. Ein Stimulus, in diesem Fall unterschiedliche Werbespots, die Alter und Altwerden thematisieren, regte eine Diskussion an, die mit gezielten Fragen angeleitet wurde. So konnte die Reaktion und das subjektive Empfinden der Befragten beobachtet und analysiert werden. (Vgl. Helfferich 2014: 568f.)

Zur Durchführung fanden sich 15 Personen unterschiedlichen Alters, darunter neun weibliche und sechs männliche, die in Gruppen- oder Einzelgesprächen befragt wurden: Eine Gruppe von vier männlichen Personen im Alter von 22, 29 und zweimal 23 Jahren; eine weitere Gruppe von vier Personen, davon drei weibliche und eine männliche, im Alter von 55, 56, 57 und 58 Jahren; eine Gruppe von drei weiblichen Personen im Alter von zweimal 24 und einmal 28 Jahren; vier Einzelpersonen, drei Frauen im Alter von 26, 78 und 81 Jahren und ein Mann im Alter von 24 Jahren. Bei der Auswahl der Personen wurde darauf geachtet, möglichst unterschiedliche Berufsgruppen miteinzubeziehen, um die Thematik aus verschiedenen Blickwinkeln untersuchen zu können. (Abb. 5)

Die Interviews wurden in zwei Einheiten durchgeführt, wobei die erste Hälfte im Sommer 2017 stattfand und somit zu Beginn der empirischen Forschung eine erste Heranführung an die Thematik auf praktischer Ebene ermöglichte. Die zweite Hälfte diente der Vertiefung der bisherigen Arbeit und der gezielten Fragestellung und Analyse von in vergangener Forschung in Erscheinung getretenen Thematiken. Sie fand im Frühjahr 2018 statt und erweiterte die bisherige Interviewführung um die Gruppe der älteren Generationen.

Die Ergebnisse sowie ergänzende Forschungsarbeit aus der Literatur bilden am Ende eine solide Basis, welche die Thematik des Alters und der sozialen Sicherheit im Alter aus diversen Perspektiven betrachtet und so den Weg zur Praxis ebnet.

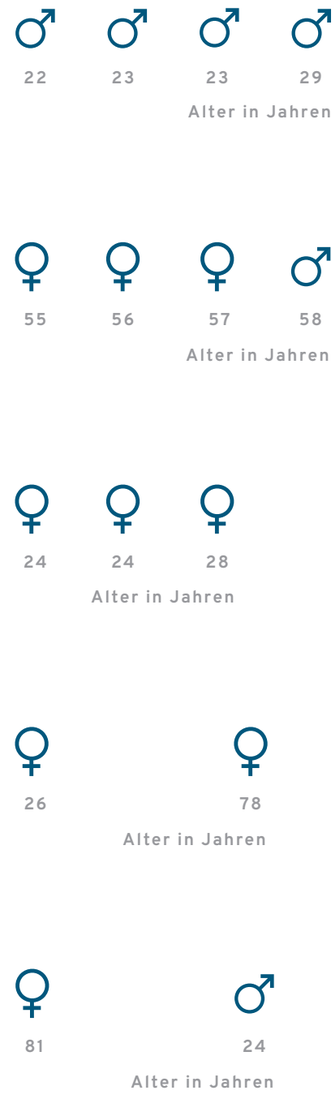


Abb. 5

1. Soziologische Hinführung: Generationen und ihre Interdependenzen

Bevor die Altersthematik in einer empirischen Forschung untersucht werden kann, ist es wichtig, die Gesellschaftsstrukturen vor allem in Bezug auf Generationenunterscheidungen zu betrachten. Vor dem Hintergrund der Theorien Luhmanns und Elias', welche Differenzen als Basis für das Entstehen einer Einheit herausstellen, kann der Existenz verschiedener gesellschaftlicher Gruppen, die sich beispielsweise durch Generationenzugehörigkeiten unterscheiden, besondere Bedeutung beigemessen werden.
Eine Gesellschaft umfasst immer unterschiedliche Teilbereiche, die in einem Verhältnis zueinander und einem Austausch miteinander stehen. Altersunterscheidungen dienen dabei als Mittel zur hierarchischen Ordnung von Gesellschaften. (Vgl. van Dyk/Lessenich 2009: 237) Wie es bereits Luhmann definierte, ermöglicht die Existenz dieser Teilsysteme im ganzen großen System der Gesellschaft erst Stabilität und Sicherheit. Diese These findet sich auch in Silke van Dyks Buch *Soziologie des Alters* wieder: „eine Gesellschaft [...], die sich mit der Altersunterscheidung Sicherheiten geschaffen hat" (Saake, zit. nach van Dyk 2015: 85).
Dies steht der allgemeinen Annahme gegenüber, die Alter als Ausgangspunkt von Instabilität und Unsicherheiten betrachtet. Dort wird Alter oftmals gleichgesetzt mit Hilfsbedürftigkeit und Schwäche, die durch andere Teile der Gesellschaft ausgeglichen und unterstützt werden müssen. So aufkommendes Ungleichgewicht schafft Probleme, die dem Zustandekommen einer Einheit der Gesellschaft im Weg stehen und diese verhindern. Nach Interpretation von System- und Gesellschaftstheorie ist diese weitverbreitete Sichtweise jedoch hinfällig. Denn „Alter(n) [ist] [...] weniger ein Problem als die Lösung eines Problems" (van Dyk 2015: 86). Schließlich kann nur durch die Unterscheidungen zwischen Generationen eine stabile Gesellschaft entstehen, die als System funktioniert und alle Teilsysteme zu einem großen Ganzen zusammenfasst.

Zwischenmenschliche Beziehungen, Abhängigkeiten und Interdependenzen schaffen eine Einheit, in der soziales Handeln möglich ist.
Dabei nimmt jedes Individuum, jede Generation, jedes Teilsystem eigene Aufgaben an und erfüllt diese im Sinne der Gemeinschaft mit dem Ziel, das Gesamtsystem am Laufen zu halten. Der Sozialstaat als Wohlfahrtsstaat, wie bei Lessenich definiert, baut auf den durch die Gemeinschaft erwirtschafteten Mitteln auf und verwendet diese nach dem Solidaritätsprinzip im Umlageverfahren für die Lösung sozialer Probleme. Das bedeutet beispielsweise, dass durch die Beiträge von Arbeitnehmern die soziale Sicherheit von aus dem Arbeitsleben ausgeschiedenen Mitmenschen gewährleistet wird – auf rein finanzieller Ebene. Der starke Teil der Bevölkerung steht für den schwachen Teil ein und stabilisiert so das Gesamtsystem der Gesellschaft.
Der schwache Teil der Gesellschaft wird dabei oft gleichgesetzt mit der Gruppe von Individuen, die sich im Prozess des Alterns befinden. Dieser gilt als langsam herannahender Niedergang oder Verfall auf allen Ebenen: der ökonomischen, der sozialen und der physischen. (Vgl. van Dyk/Lessenich 2009: 187) „In den westlichen Kulturen wird der alternde Körper als ‚Untergrenze' betrachtet" (ebd.: 187). Dieser Verfall erfordert einen Ausgleich, eine Unterstützung, um trotz der Schwächeerscheinungen soziale Sicherheit gewährleisten zu können. Der Sozialstaat nimmt sich dieser Aufgabe an und schafft durch „die permanente Beschäftigung mit den medizinischen Herausforderungen des Alterns – unterstützt durch privatisierte und versicherungsökonomisch orientierte Gesundheitsmaßnahmen" (ebd.: 187) einen Weg, die Stabilität und Sicherheit in der Gesellschaft zu erhalten und dabei alle Generationen gleichermaßen zu integrieren.
Die Thematik des Alters und der damit einhergehenden Unsicherheiten ist seit jeher im sozialpolitischen Diskurs verankert. Dabei wurde das Alter meist gleichgesetzt mit Leben unter erschwerten Bedingungen. Die Rentenreform von 1957 folgt diesem Bild und versucht einen Lösungsansatz, um die Lebenshaltungskosten im Alter abzudecken und soziale Sicherheit zu ermöglichen. Denn der „Austritt aus der Erwerbsphase wurde als Übergang in einen hoch verletzlichen Unsicherheitsstatus

aufgefasst“ (van Dyk & Lessenich 2009: 250). Durch Rentenzahlungen sollte diese Phase abgesichert werden.
Aus heutiger Perspektive ist dieser Lösungsweg nicht ausreichend, um auch im Alter ein sozial sicheres Leben führen zu können. Umstände und Anforderungen haben sich verändert und verändern sich stetig weiter. Eine Erweiterung des Konzepts der Alterssicherung wäre notwendig, um den veränderten Bedingungen gerecht zu werden und soziale Sicherheit für alle Generationen zu gewährleisten. Private Vorsorgepläne sind ein Ansatz, der individualisiert neue Möglichkeiten schafft. Diese knüpfen an unterschiedlichste Problemstellungen an und zeigen diverse Auffassungen der Thematik des Alters.

Im Folgenden soll nun untersucht werden, welchen Schwierigkeiten alte Menschen in der heutigen Zeit gegenüberstehen und wie die unzureichende Versorgung im Alter die soziale Sicherheit gefährdet. Um die Probleme zielgerichtet zu analysieren, müssen verschiedene Altersbilder betrachtet und diese im Gespräch mit Vertretern unterschiedlicher Generationen abgeglichen werden. So kann ein aktuelles Bild der Thematik entstehen und können Ansatzpunkte und Ziele für die weitere Arbeit definiert werden.

2. Empirische Forschung: Das Alter und sein Bild in der Gesellschaft

Sichtweisen und Bilder in der Gesellschaft wandeln sich im Laufe der Zeit, Einstellungen und Ansichten ändern sich zusammen mit gesellschaftlichen Umbrüchen und Neuerungen. Das macht es schwierig, ein allgemein gültiges Altersbild zu fixieren. Die Generation der Alten und deren Bild in der Öffentlichkeit sehen heute ganz anderes aus als beispielsweise zur Zeit der Rentenreform Mitte des 20. Jahrhunderts und in sich selbst divergent. Der medizinische Fortschritt, veränderte Arbeitswelten – etwa die Verbesserung der Arbeitsbedingungen durch maschinelle Entwicklungen oder das Anheben des Renteneintrittsalters – und überarbeitete staatliche Programme – wie durch Reformen angepasste staatliche Unterstützungsmöglichkeiten, die neue Gegebenheiten berücksichtigen – tragen dazu bei, dass ein Leben im Alter heute unter anderen Bedingungen stattfindet als früher. Inzwischen existieren verschiedenste Auffassungen der Thematik des Alters parallel in der Gesellschaft. Es herrscht eine Umbruchsituation, die danach verlangt, alte Rollenbilder zu überdenken und neue zu schaffen.
Für eine umfassende Analyse existierender Altersbilder ist eine Betrachtung der Thematisierung dieser in den Medien unumgänglich. Denn Werbung greift stets auf gängige Sichtweisen und in der Gesellschaft verbreitete Vorurteile zurück und zeigt so welche Bilder dort existieren, und beeinflusst sie rückbezüglich (Abb. 6).

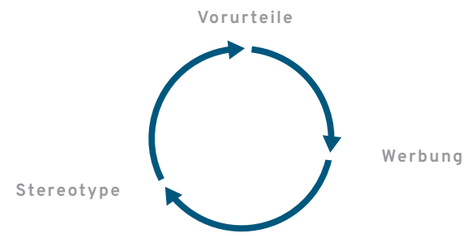


Abb. 6

Auf der Basis von in der Öffentlichkeit existierenden Meinungen und Auffassungen werden in den Medien Idealbilder und Wunschvorstellungen geschaffen, welche die realen Vorstellungen der Menschen beeinflussen. Dabei haben die letztendlich präsentierten Bilder oftmals nur wenig mit der tatsächlichen Wirklichkeit zu tun, beschreiben sie doch lediglich Stereotype, wie sie der Soziologe Michael Jäckel in seinem Beitrag *Stereotype als Verkehrsmittel der Werbung* zum *Handbuch Werbeforschung* von Gabriele Siegert et. al. thematisiert.
Er definiert Stereotype dort zunächst als „Denkschema, das weitgehend losgelöst von unmittelbarer Erfahrung unsere Umweltwahrnehmung bestimmt“ (Jäckel 2016: 199f.). Demzufolge basieren Sichtweisen und Gedanken zu direkt Gesehenem und Erlebtem auf bisherigen Erfahrungen, die jedoch ohne Realitätsbeweis auskommen und nur schwerlich durch tatsächliches Erleben widerlegt werden können. Jäckel geht einen Schritt weiter und beschreibt Stereotype als Reduzierung der Sichtweisen auf die eigentlich in der Umwelt existierende Vielfalt (vgl. ebd.: 200).
So werden tatsächliche Unterscheidungen im Alltag durch die Existenz von erfahrungsbasierten Sichtweisen überstrahlt und wird Diversität für Menschen kaum noch erkennbar. Der Begriff der Stereotype wird im Verlauf durch die Beschreibung als „pauschale oder kategoriale Überzeugungen über soziale Gruppen und deren Mitglieder“ (Schemer, zit. nach Jäckel 2016: 200) enger gefasst und exakt definiert.
Die Existenz von Stereotypen in der Gesellschaft ist auf die begrenzten Fähigkeiten in Wahrnehmung und Aufmerksamkeit des Menschen zurückzuführen und ein natürlicher Prozess, der Erleichterung in der Komplexität der Welt schaffen soll (vgl. Jäckel 2016: 200). Werbung greift genau darauf zurück und verstärkt diesen Effekt noch aus einem rein zeitlichen Problem heraus – die Länge eines Werbespots ist beispielsweise von den damit verbundenen Kosten abhängig –, um in der Kürze der Zeit gezielt ein vorher definiertes Ziel zu erfüllen (vgl. ebd.: 201). Dabei kommt eine deutliche Stilisierung zum Einsatz und schafft ein „Verständlichmachen durch Übertreibung“ (ebd.: 206).
In Werbefilmen findet sich eine Vielzahl unterschiedlichster Personifizierungsformen und Stereotypen der Generation der Alten wieder.

Hier werden drei verschiedene Positionen eingenommen und die Thematik aus ihrer Perspektive betrachtet: die der Wiedergabe tatsächlich in der Gesellschaft existierender Wirklichkeiten, die der Schaffung einer Illusion und die der eine tatsächliche Realität erzeugenden Funktion. (Vgl. ebd.: 209) Vor allem in letzterer lässt sich ein komplexes Doppelverhältnis der Werbung erkennen. So greift sie auf gängige Rollenbilder zurück, hebt diese auf ein neues Level und verändert so Vorstellungen und Wahrnehmungen in der Öffentlichkeit. Eine kritische Betrachtung dessen im Verlauf der Untersuchung diverser Werbespots aus verschiedenen Blickwinkeln ist notwendig, um ein möglichst umfassendes Bild des Alters und der in der Gesellschaft existierenden Altersbilder zu erhalten. Dafür wurden verschiedene Altersfiguren, wie sie in Werbespots auftreten, zuerst analysiert und im nächsten Schritt deren Übereinstimmung mit der Realität überprüft.
Die Ergebnisse aus den Fokusinterviews ermöglichen eine exakte Erarbeitung von Altersstereotypen und bilden – ergänzt durch theoretische Forschung – eine Basis, auf der sich ein konkretes Ziel für die praktische Arbeit fixieren lässt.

2.1 Klassische Altersbilder und ihre Bedeutung

Die Gerontologie beschäftigt sich vor allem in empirischer Herangehensweise mit Fragen rund um die Thematik des Alterns. Dabei werden biomedizinische, psychogerontologische und sozialwissenschaftliche Perspektiven eingenommen und das Alter unter diversen Gesichtspunkten betrachtet.

Abb. 7

Die Auseinandersetzung mit dem Alter geht dabei bis in die Antike zurück und war bereits damals kontrovers. „Schon im antiken Griechenland stritten Mimnermos und Solon ca. 600 vor Christus darüber, ob Alter als Verfallen oder Reifen zu lesen sei.“ (van Dyk 2015: 10). Diese Polarität der Thematik, die bis heute anhält, stellt die Soziologie vor eine besondere Herausforderung und macht es schwierig, ein allgemein gültiges Bild des Alters zu fixieren.
Aus biologischer Perspektive wird Altern als „nicht umkehrbarer physiologischer Vorgang beschrieben [...], der mit dem Tod endet“ (ebd.: 12) und gilt sogar als Krankheit, die präventiv behandelt werden kann. (Vgl. ebd.: 12) Dabei ist es wichtig zu beachten, dass ein Unterschied zwischen biologischem und chronologischem Alter existiert. (Vgl. ebd.: 12) Denn Menschen gleichen kalendarischen Alters können sich in physischen oder geistigen Fähigkeiten stark voneinander unterscheiden. (Abb. 7)

Alter ist seit jeher – neben dem Eigennamen – das bedeutendste persönliche Merkmal, das Individuen auszeichnet. Die Frage nach dem Alter und die Aufteilung der Gesellschaft in Altersgruppen, ist fest im politischen und sozialen Bereich verankert. Dabei geht es um soziodemografische Zusammenhänge und sozialpolitische Entwicklungen, die Alter zu einem Gegenstand sozialpolitischer Intervention machen. Vor allem die frühere Auffassung von Alter als ein Leben in Armut, fordert eine Auseinandersetzung mit der Thematik aus politischem Blickwinkel.
Als 1957 die große Rentenreform das Leben und die Möglichkeiten im Alter revolutionierte, herrschte die allgemeine Vorstellung von einem arbeitsfreien Alter vor, das sich vor allem durch Passivität nach dem Austritt aus dem Berufsleben auszeichnete. Die durch das Ende der Erwerbstätigkeit entstehende Armutslage sollte fortan durch Rentenzahlungen ausgeglichen werden. Bis in die 70er Jahre war Alter gleichgesetzt mit Armut und Schwäche, bis sich die negative Sicht in eine Interpretation des Alters als späte Freiheit wandelte. (Vgl. ebd.: 20)
Diese beiden frühen Bilder des Alters sind bis heute in der Gesellschaft verankert und finden sich dort wieder. Beide Stereotype – Alter als Armutsphase in Krankheit und Schwäche und in Abhängigkeit von anderen und Alter als eine Art Entschleunigungsphase oder späte Freiheit – sind in den Medien präsent. Ihre spezifischen Merkmale und deren Wirkung sollen nun herausgestellt und mit der Realität verglichen werden.

2.1.1 Altern in Armut und Schwäche

Nach dem ursprünglichen Altersbild fand Altern als eine Armutsphase in Krankheit, Schwäche und in Abhängigkeit von anderen statt. Der Werbefilm *Bucketlist* von Vodafone aus dem Jahr 2014 spiegelt diese Vorstellung wider.[3] Hier treffen zwei Generationen aufeinander und nehmen stereotypische Positionen ein, die in einer engen Beziehung zueinander stehen.

Der Spot beginnt aus der Perspektive einer jungen Frau, die sich auf einer Reise durch die Welt befindet. Sie wandert durch die Wüste, fliegt Loopings mit einem Helikopter, setzt ihr gesamtes Geld beim Poker aufs Spiel und wagt den Sprung vom Zehn-Meterbrett im Schwimmbad (Abb. 8). Dabei arbeitet sie eine Liste an Dingen ab, eine Bucket List[4], wie der Titel des Spots vermuten lässt. Als sie sich auf dem Sprungturm befindet, ändert sich die Szenerie und die eigentliche Geschichte des Spots kommt zum Vorschein: Per Videotelefonie lässt die junge Frau ihren Großvater, der alleine in seiner Wohnung scheinbar fern von der Außenwelt lebt, an ihren Unternehmungen teilhaben (Abb. 9, 10).

Es stellt sich heraus, dass die Liste, die sie abarbeitet, dem alten Mann gehört. Die Kamera begleitet die Enkelin dabei, wie sie stellvertretend für ihn all die Dinge erlebt, die er nicht mehr umzusetzen geschafft hat, und ihn dabei an all ihren Abenteuern teilhaben und die Emotionen mit ihr fühlen lässt. Das im Spot beworbene Produkt schafft die Grundlage für die Umsetzung dieser Geschichte: Das Vodafone-Netz macht durch qualitativ hochwertige Datenübertragung Videotelefonie rund um den Globus und somit die Verbindung zwischen der Enkelin und ihrem Großvater erst möglich.

[3] Vodafone (2014): Bucketlist, abgerufen unter: https://www.youtube.com/watch?v=1sB-ZUDrCpsY (letzter Zugriff: 14.05.2018)

[4] Eine *Bucket List* ist eine Liste an Dingen, die eine Person vor ihrem Tod tun oder erreichen möchte.

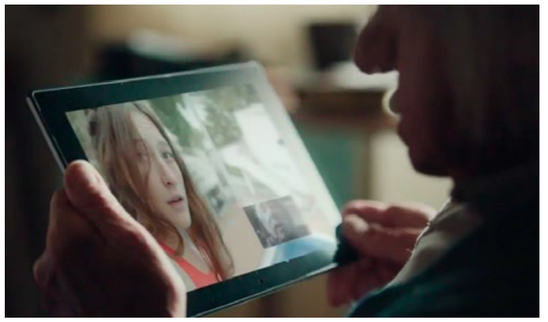


Abb. 8 (oben links)
Abb. 9 (oben rechts)
Abb. 10 (rechts)

Beide Charaktere stehen dabei als Stellvertreter ihrer jeweiligen Generation da. Sie verkörpert Jugendlichkeit, Abenteuerlust und Freiheit (Abb. 11), während er diese Phase längst hinter sich gelassen hat und als alter, schwacher Mann in seiner Wohnung isoliert von der Gesellschaft lebt (Abb. 12). Durch den Kontakt zu seiner Enkelin kann der Großvater aus seinem tristen Alltag entfliehen, die Welt sehen und all die Dinge erleben, die er sich vorgenommen hatte.

Abb. 11 (oben)
Abb. 12 (unten)

Vodafone greift auf eine Form der Alterssterotype zurück, die Alter als eine Art Freiheitsentzug sehen, der die Möglichkeiten zur Lebensgestaltung stark einschränkt. Nur mithilfe von außen – so impliziert der Werbespot – können alte Menschen diesen Status überwinden und an einem gesellschaftlichen Leben teilhaben. Sie haben weder die gesundheitlichen Voraussetzungen noch die finanziellen Mittel, im Alter gut leben zu können, führen ein Dasein in Armut und Schwäche und befinden sich in einer Art Abhängigkeitsverhältnis, in dem sie auf Hilfe von außen angewiesen sind, um ihren Alltag dennoch lebenswert zu gestalten.

Diese Vorstellung entspricht dem frühen Bild des Alters, das Alter mit Krankheit und Schwäche und dem bloßen Warten auf den Tod gleichsetzt. Die Altersphase fand bis in die 1970er Jahre unter eben diesen Umständen statt und ließ Alte mit der Problematik alleine, einer Problematik, die jedoch nicht nur für alte Menschen Schwierigkeiten mit sich bringt, sondern das gesamte Konstrukt der Gesellschaft wanken lässt.
Denn durch Interdependenzen und Abhängigkeiten untereinander sind Individuen unterschiedlicher Gruppenzugehörigkeit eng miteinander verbunden. Sie sind nach den Theorien Luhmanns und Elias' aufeinander angewiesen und können nur in der Gemeinschaft, in die alle integriert sind, zur Stabilisierung und zum Funktionieren der Gesellschaft beitragen. Unsicherheiten und Ungleichgewichte entwickeln sich, wenn nicht alle Teilsysteme ihrer Aufgabe nachkommen oder nachkommen können, und instabile gesellschaftliche Verhältnisse entstehen, die alle betreffen. Es ist demnach – wie in der theoretischen Forschung erarbeitet – eine gesamtgesellschaftliche Aufgabe, die von allen gemeinsam gelöst werden muss, einen Zustand von sozialer Sicherheit zu schaffen. Dabei baut das Funktionieren einer Gesellschaft – wie mit den Theorien Luhmanns und Elias' erarbeitet – auf Unterschieden und Differenzen auf, die als Bindeglieder fungieren und alle, sowohl schwache als auch starke Individuen aller Generationen, gleichermaßen in die Gemeinschaft integrieren.
Der Vodafone-Spot bezieht sich genau darauf und setzt eben diese schwachen und starken Charaktere, mit einem Unsicherheitsstatus auf der einen Seite, gegenüber und nebeneinander zugleich. Er setzt beide in ein Verhältnis zueinander und lässt sie gemeinsam eine Art Lösungsansatz finden, der alte Menschen aus ihrer problematischen Lage befreit und das Gleichgewicht in der Gemeinschaft wiederherstellt.
Der Einsatz einer schwachen und einer starken Figur, personifiziert durch Alter und Jugend bringt dabei die Generationenthematik ins Spiel.
Dabei wird die Gegensätzlichkeit der beiden Charaktere nicht allein durch ihr unterschiedliches Alter deutlich, beide stehen als starke Stereotypen in ihrer prägnantesten Ausprägung da und dienen als Stilmittel, um die Quintessenz des Spots möglichst effektiv zu vermitteln und das

beworbene Produkt optimal zu vermarkten. So wird der Bezug zu sozialpolitischen Ideen des Generationenvertrags, wie ihn Lessenich herausstellt, noch deutlicher kommuniziert und die Bedeutung der Beziehung zwischen den beiden Personen betont. Nach dem Solidaritätsprinzip stehen also starke und schwache Individuen für einander ein und unterstützen sich gegenseitig, um den Zustand letztendlich für alle zu verbessern.
Dabei grenzt die überemotionale und von verbreiteten Vorurteilen geprägte Darstellung an eine Art Generationenkitsch und muss daher mit Vorsicht genossen werden. Die Reaktion der Befragten in den Fokusinterviews war entsprechend emotional und die tatsächliche Thematik – das technische Produkt, das Vodafone bewirbt –, die erst in den letzten Sekunden des Spots als solche in Erscheinung tritt, wurde mit Erstaunen wahrgenommen. Als „rührend“ bezeichnete Lukas H.[5], 24 Jahre, den Spot, während andere sogar Tränen in den Augen hatten, und die 28-Jährige Klara S. kommentierte die eigentliche Message mit „Echt jetzt?“, was die Überraschung der meisten Befragten treffend wiedergibt.
Der Spot thematisiert eine starke Wechselbeziehung zwischen junger und alter Generation, von der am Ende alle profitieren können. Aufgrund von negativen Alterserscheinungen aus dem gesellschaftlichen Alltag ausgeschieden, werden passive Alte durch die Hilfe von aktiven Jungen zurück in die Gemeinschaft integriert und können in einem für sie möglichen Rahmen am Leben teilhaben. Dabei wird hier, neben dem rein finanziellen Abhängigkeitsaspekt zwischen Generationen, der durch das Solidaritätsprinzip in der Gesellschaft etabliert ist, eine neue Ebene in die Thematik mit einbezogen: der soziale Bereich, der dem Leitspruch „each person a part of the whole“ (Lessenich 2012: 43) einen neuen Wert zuschreibt und Individuen über die finanzielle Ebene hinaus in die Gemeinschaft reintegriert.
Aufgrund des hier präsentierten Schwächezustands alter Menschen liegt die Handlungsmacht zur Integration auf Seiten der Jugend, die sich für ihre geschwächten Mitmenschen einsetzt und damit zum Wohl der gesamten Gesellschaft beitragen kann. Die starke Position junger

[5]Zum Zweck der Anonymisierung wurden die Namen aller Befragten geändert.

Menschen, die sie in eine übergeordnete Position bringt, verlangt allerdings auch nach einer Bereitschaft ihrerseits, die durch den Sozialstaat und den damit zusammenhängenden Generationenvertrag gegebene Solidarität von der finanziellen Ebene auf die soziale auszuweiten.
Die jungen Interviewteilnehmer wurden nach ihrem Engagement, sich für andere einzusetzen, gefragt, um eben diese Möglichkeit, die der Spot aufzeigt, auszuwerten und ihre tatsächliche Umsetzbarkeit zu analysieren. Dabei schätzten sie die Idee, durch gemeinsames Handeln eine Verbesserung der Situation vor allem alter Menschen zu erreichen, als positiv ein und nahmen diese sogar als notwendig für das Funktionieren einer Gemeinschaft an. „Wenn man zusammen Dinge erlebt, das schweißt ja zusammen.“, meinte Luisa K., 24 Jahre. Ein Punkt, der weit über das bisherige Verständnis der in finanzieller Not und zwanghafter Hilfsbedürftigkeit lebenden alten Menschen hinausgeht und völlig neue Optionen und Gestaltungsmöglichkeiten eröffnet. Die Antworten auf die Frage, ob auch für die junge Frau durch ihr Handeln ein erkennbarer Wert entstehen könne, fielen positiv aus. Schon allein die Freude, die sie ihrem Großvater durch ihre Erlebnisse bereitet, sei wertvoll genug, so die Antworten. „Das könnte schließlich auch ihre eigene Liste sein. Und sie würde das alles ja sicher nicht machen, wenn sie nicht selbst Spaß daran hätte.“, sagte Lukas H. und fügte hinzu, dass schon allein das Gefühl der Verbundenheit schließlich etwas Positives sei, aus dem beide Parteien schöpfen könnten.
Die erhöhte Bereitschaft junger Menschen, sich für andere einzusetzen und dabei auch den direkten eigenen Vorteil außen vor zu lassen und schwächere Mitglieder der Gesellschaft nicht als negativen Ballast zu betrachten, wird durch die Aussage von Lukas H. zusammengefasst: „Ich würde mir wünschen, dass das auch jemand für mich tut, wenn ich einmal alt bin. Also bin ich selbst auch bereit, das für andere zu tun“ (Abb. 13, 14). Diese konkreten Ergebnisse lassen einen Lösungsansatz erkennen, der dazu beitragen könnte, das Problem der sozialen Sicherheit im Alter wenigstens im Ansatz zu beheben. Auf diesen Aspekt soll im späteren Verlauf der Arbeit eingegangen werden.

Abb. 13 (oben)
Abb. 14 (unten)

Der Vodafone-Spot zeigt ein Bild des Alters, das auf einer ursprünglichen Interpretation basiert. Diese sieht alte Menschen als von Krankheit, Schwäche und Armut gebeutelte Individuen, die auf die Unterstützung von anderen angewiesen sind und sich in einer passiven Rolle befinden. Inwieweit dieses Bild des Alters in der heutigen Zeit noch aktuell ist und als reale Vorstellung existiert, muss in Frage gestellt werden. Gleichzeitig müssen die klassischen Rollen der Jugend als starkes und des Alters als schwaches Glied auf ihre tatsächliche Richtigkeit überprüft werden.
Klara S. brachte durch ihre Aussage einen neuen Aspekt in die Untersuchung von Altersbildern mit ein: Sie stellte fest, dass die junge Frau womöglich finanzielle Unterstützung durch ihren Großvater erhielte, der die Reise aus rein gesundheitlicher Fitness selbst nicht bewältigen könnte. Diese Annahme steht in einem neuen Kontext, der alte Menschen in einem finanziell guten Status vermutet. So muss ein neuer Aspekt in die Untersuchung gängiger Altersbilder mit einbezogen werden: Das Alter als Wohlstands- und Ruhephase entgegen dem Bild des kranken, schwachen Alterns. Diese Sichtweise soll nun mithilfe weiterer Analysen und Befragungen untersucht werden.

2.1.2 Die Rente als Wohlstandsphase

Nach dem Bild des Altes als einer Phase der Armut und Schwäche folgt eine neue Interpretation, die Alter als eine Art Wohlstandsphase nach dem Austritt aus dem Arbeitsleben betrachtet, gleichgesetzt mit einem friedlichen Leben in Ruhe, Entspannung und Entschleunigung, das Dingen gewidmet wird, die bisher aus Mangel an Zeit im Alltag wenig präsent waren. Diese Sichtweise präsentiert die Sparkasse in ihrem Spot *Alter* aus dem Jahr 2016.[6] Hier treffen ebenfalls zwei Generationen aufeinander: Junge, die mitten im Leben stehen, und Alte, die ihren Lebensabend genießen.

Die Szene spielt abends nach Sonnenuntergang, die Kamera fokussiert auf ein Auto, voll besetzt mit jungen Männern, die Fenster sind heruntergelassen, Musik ertönt, es wird im Takt genickt – die Personifizierung von Lässigkeit, Coolness und Freiheit (Abb. 15). Langsam fährt der Wagen die Straße entlang, dann ändert sich das Geschehen: Die Gelassenheit in den Gesichtern der jungen Männer wandelt sich in Erstaunen und Bewunderung (Abb. 16). Der Ausspruch *Krass, Alter!* und ungläubige Blicke aus den Fenstern lassen darauf schließen, dass sich etwas Großartiges außerhalb des Blickfeldes der Kamera befindet. Der Spot lässt die Spannung wirken und schwenkt dann auf die Szene um, von der die Stimmungsänderung der Jugendlichen herrührt: Eine große Kinoleinwand erscheint, unter freiem Himmel im Garten eines Grundstücks (Abb. 17). Ein älteres Ehepaar im Rentenalter sitzt gemütlich in einem Sofa davor, er hat den Arm um seine Frau gelegt, ihr Blick ist auf die Leinwand gerichtet. Der alte Mann bemerkt die jungen Männer und betätigt stolz eine Fernbedienung: Eine Popcornmaschine beginnt frisches Popcorn zu produzieren (Abb. 18). Der Spot endet mit den Worten *Alter ist einfach* und zeigt die jungen Männer in ihrem Wagen in eine Zukunft fahren, die dank der passenden Vorsorgestrategie ähnlich rosig aussehen wird, wie die des älteren Ehepaares.

[6] Sparkasse (2016): Alter, abgerufen unter: https://www.youtube.com/watch?v=p-MMY7dtAwMY (letzter Zugriff: 14.05.2018)

Abb. 15 (oben links)
Abb. 16 (oben rechts)
Abb. 17 (unten links)
Abb. 18 (unten rechts)

Die Sparkasse bedient sich in ihrem Spot gängiger Rollenmodelle. Sie bildet Stereotype zweier Generationen ab und bringt sie miteinander in Verbindung. Die jungen Männer stehen stellvertretend für ihre Generation, sie symbolisieren Jugendlichkeit, Gelassenheit, Unbedarftheit und Lässigkeit. Das ältere Ehepaar personifiziert das Alter als einen ruhigen Lebensabend, in dessen Mittelpunkt Genuss, Freizeit und Gemütlichkeit stehen. Auch Wohlstand und gute Gesundheit haben hier großen Anteil. Auffällig ist, dass alle Charaktere männlich sind, die Ehefrau des alten Mannes eher ein Beiwerk darstellt, das keine tragende Rolle innehat. Hiermit greift der Spot die verbreitete Auffassung auf, dass Finanzplanung vorwiegend in den Aufgabenbereich des männlichen Teils der Gesellschaft fällt. Diese Annahme im Bezug auf die Rente ist auf die Rentenreform von 1957 zurückzuführen, nach der die „finanzielle Absicherung sich am vorherigen Lebensstandard (des männlichen Ernährers) orientierte und den weit überwiegenden – zumal männlichen – Teil der Rentner vor Armut schützte“ (van Dyk/Lessenich 2009: 17).
Das Aufgreifen dieser veralteten Rollenbilder und Ansichten ist kritisch zu betrachten, insbesondere vor dem Hintergrund der heute angestrebten Gleichberechtigungsbewegung und der Tatsache, dass Frauen in gleichem Maße oder – dank der höheren Lebenserwartung des weiblichen Teils der Gesellschaft – sogar häufiger von Altersarmut betroffen sind wie ihre männlichen Mitbürger.
Diese Problematik rückt allerdings hier in den Hintergrund, denn es findet entgegen der verbreiteten Altersarmut eine Ökonomisierung der Generation der Alten statt. Ein gutes Leben im Ruhestand wird mit finanziellem Wohlstand gleichgesetzt und das Problem der Altersarmut nicht berücksichtigt. Alte Menschen werden sogar als neue Konsumgruppe dargestellt, die ihr – durch die passende Vorsorgestrategie auch vorhandenes – Geld bereitwillig investieren. Ein Bild, das im Gegensatz zur heutigen Realität steht und eine Wunschvorstellung projiziert, die in dieser Ausprägung heute nur selten existiert und in Zukunft noch weniger zum Vorschein kommen wird. Vielleicht nicht zuletzt aus diesem Grund richtet sich der Spot vorwiegend an junge Menschen. In ihnen soll eine Vision vom eigenen Alter hervorgerufen werden,

die sie dazu motiviert, bereits heute etwas für ihre Zukunft zu tun. Der finanziell gute Status steht hier – nicht zuletzt aufgrund des Absenders aus der privaten Finanzbranche – im Vordergrund und stellt sich als allgemeine Wunschvorstellung über den Gesundheitszustand im Alter, der in dem Spot eher sekundär präsent ist. Die Sparkasse verspricht jungen Leuten, mit Hilfe ihres Vorsorgekonzepts, das Problem der Unsicherheit im eigenen Alter zu umgehen und so ein Leben in finanziellem Wohlstand zu genießen.
Inwieweit die dargestellte Form des Alters für junge Generationen realistisch und erstrebenswert und wie hoch die Wahrscheinlichkeit ist, dass der Plan der Sparkasse für sie selbst aufgehen mag, wurde mithilfe der Fokusinterviews untersucht.
Im Gespräch mit den in diesem Rahmen Befragten wurde die im Sparkassen-Spot personifizierte Form des Alters überwiegend als positiv bewertet. Unter den Mittzwanzigern stellte sich das präsentierte Alter als erstrebenswert und sogar angestrebt heraus. Die Vorstellung einer Ruhe- und Entschleunigungsphase nach einem anstrengenden Berufsleben gefiel dem Großteil der Befragten. „Die Vorstellung, dass man als altes Pärchen im Garten sitzt und entspannt einen Film anschaut, ist schon attraktiv.“, fand Student Julian T., 23 Jahre.
Ein entspanntes Leben in finanziellem Wohlstand und bei guter Gesundheit, wie es in dem Spot dargestellt wird, fixierten viele demnach sogar als persönliches Ziel für das eigene Alter.
Die Antworten auf die Frage nach der Rückständigkeit dieser Idee fielen negativ aus. Auch heute sehnen sich viele nach einer Ruhephase, nach einem ruhigen Lebensabend, den sie im optimalen Fall in Gesundheit und Wohlstand genießen können. Die Zustimmung der jungen Interviewgruppen – „Das ist schon realistisch. Und irgendwie wünscht man sich das auch.“, sagte Laura F., 26 Jahre. – zeigte, dass diese Idee also fortwährend in den Köpfen der Menschen verankert ist und auch heute nicht als veraltet oder überholt gilt, obwohl sie ihren Ursprung in den 1970er Jahren hat, in denen die Vorstellung von Rentnern als „sukzessive freizeitorientierte Ruheständler“ (van Dyk/Lessenich 2009: 17) erst in den Vordergrund trat. In den 1980er und

1990er Jahren kam eine Konsum- und Erlebnisorientierung hinzu, die das Bild des Alters noch weiter veränderte. (ebd.: 17) Seitdem hat sich die Rente zur „späten Freiheit“ (ebd.: 17) entwickelt und als solche in der Gesellschaft etabliert. Die Vorstellung davon ist bis heute für die meisten Menschen positiv behaftet.
Die Darstellung des in finanziellem Wohlstand stattfindenden Ruhestands, wie es die Sparkasse präsentiert, nimmt dieses Bild der späten Freiheit auf und setzt es als Idealbild des Alters in ihrem Spot um. Die Reaktionen der Befragten fielen unterschiedlich aus. Auf der einen Seite wurde das präsentierte Altersbild als durchaus erstrebenswert und realistisch betrachtet, während eine andere Perspektive es als realitätsfern interpretierte. „Ist wohl eher ein Ausnahmefall, dass man sich so ein Draußenkino aufbaut, beziehungsweise sich das leisten kann.“, sagte Lukas H. und nahm damit einen nüchternen und realistischen Standpunkt ein. Denn heute kommen auf finanzieller Ebene ganz neue Problematiken hinzu, die auch die Sparkasse in ihrem Spot und mit dem darin beworbenen Finanzierungskonzept aufgreift. Versorgungsengpässe durch staatliche Programme verlangen von Individuen, sich selbst um ihre Altersvorsorge zu kümmern und zusätzlich auf private Anlagekonzepte zurückzugreifen. Eine Idee, die durchaus sinnvoll erscheint, allerdings einen wichtigen Punkt außen vor lässt: die Tatsache, dass sich der Spot an eine junge Zielgruppe richtet, die sich größtenteils noch vor dem Eintritt in das Berufsleben befindet und daher wenig Zeit und noch weniger Geld in die eigene Zukunftsplanung zu investieren in der Lage ist. „Wie soll ich etwas für mein Alter investieren, wenn ich gar nichts verdiene?“, fragte Laura F. zum Schluss des Interviews und steht mit dieser Aussage nicht alleine da.
In einer entspannten Altersphase ohne Sorgen und finanzielle Nöte zu leben, ist bereits heutzutage nicht für alle möglich und die Wahrscheinlichkeit, dass soziale Sicherheit vor allem im Alter nicht für alle gewährleistet werden kann, wächst immer weiter an. Vor allem die heute jungen Generationen werden später mit Altersarmut zu kämpfen haben und sich schwer damit tun, ihre eigenen Vorstellungen vom Alter in die Realität umzusetzen. Die bisherigen Ergebnisse aus den Interviews haben gezeigt, dass eben diese Vorstellungen aber innerhalb einer Generation stark divergent sind und nicht als einheitliche Vision zusammengefasst werden können. Das macht es umso schwieriger ein allgemein gültiges Altersbild zu fixieren, das notwendig wäre, um einen konkreten Ausgangspunkt für die weitere Forschung zu finden.
Der Spot der Sparkasse betrachtet die persönlichen Einschränkungen im Alter, die Vodafone thematisierte, als sekundäre Problematik. Während dort die Jugend als starke Generation dem Alter übergeordnet präsentiert wird, stellt die Sparkasse die junge Generation als unbeteiligte Zuschauer dem Alter gegenüber. Wie schon anhand dieser unterschiedlichen Darstellungsformen erkennbar wird, ist eine stetige Veränderung des Altersbildes zu vermerken, weg von der früheren Auffassung von einem Leben geprägt von Krankheit, Schwäche und Abhängigkeit hin zu einem Altern in Gesundheit, Wohlstand und Genuss.

Beide Grundgedanken sind nach wie vor in der Gesellschaft verankert. Ihnen wird jedoch eine neue Rolle zuteil, die negative und positive Aspekte gleichermaßen in die Interpretation mit einbezieht. Das verlangt danach, moderne Standpunkte einzunehmen und auf deren Basis alte Bilder weiterzudenken, neu zu interpretieren und die gesamte Thematik des Alters neu zu verhandeln.

Abb. 19

2.2 Die neue Form des Alters

Die frühen Altersbilder und die ersten gerontologischen Auseinandersetzungen sind aus heutiger Perspektive in vielen Punkten überholt und müssen unter neuen Bedingungen betrachtet werden. Gesellschaftliche Verhältnisse ändern sich konstant, was dazu führt, dass eine rein klassische Interpretation der Thematik den Umständen in der heutigen Zeit nicht mehr gerecht wird. Das Bild des Alters als ein soziales Risiko, das äquivalent ist zu Krankheit, Schwäche und Abhängigkeit, ist inzwischen nicht mehr in demselben Ausmaß aktuell wie in den 70er Jahren und auch das Bild des Alters als späte Freiheit muss weitergedacht werden. Der medizinische Fortschritt, moderne technologische Entwicklungen, neue soziale Strukturen und politische Reformen ändern auch die Möglichkeiten, die Menschen im Alter heute haben und nehmen grundlegenden Einfluss auf das Problem des sozialen Risikos Alter. Eine Anpassung der klassischen Altersbilder an veränderte Bedingungen ist daher unumgänglich.

Silke van Dyk und Stephan Lessenich beschäftigen sich mit einer neuen Form des Lebens im Alter. In ihrem Buch *Die Jungen Alten – Analysen einer neuen Sozialfigur* sprechen sie über die „Neuen Alten“ (Tokarski/Karl, zit. nach van Dyk 2015: 25) und die „Verjüngung der Alten“ (van Dyk/Lessenich 2009: 11) und stellen die neuen Charakterzüge der sich heute im Rentenalter befindlichen Menschen heraus. Dabei steht ihre Forschung entgegen dem ursprünglichen Bild des Alters als einem Leben in erzwungener Passivität. Sie weisen alten Menschen heute eine neue Rolle zu, die sie vor dem Hintergrund sich verändernder Voraussetzungen einnehmen können – und sogar einnehmen müssen.

Denn verglichen mit früheren Generationen sind Alte heute oft finanzstärker, gesünder und gebildeter und haben so einen erweiterten Rahmen zur Gestaltung ihres Alltags. (Vgl. ebd.: 11) Sie haben sich von „armen, benachteiligten Alten [zu] fitte[n], zunehmend gesündere[n] und ressourcenstarke[n] Rentner[n]“ (ebd.: 18) entwickelt. Das bisher vorherrschende Bild der totalen Abhängigkeit alter Menschen von anderen muss demnach abgemildert und neu ausgelegt werden.

Die Analysen der neuen Form des Alters, wie sie van Dyk und Lessenich, anstellen, sind längst in der heutigen Gesellschaft angekommen und dort neben den Ansätzen aus klassischen Altersbildern präsent. Auch diese Perspektive wird bei der Untersuchung von in der Werbung verwendeten Stereotypen deutlich. Dort wird die Thematik der neuen Form des Alters ebenso aufgegriffen wie die der klassischen Interpretationen und – in oft hyperbolischer Art und Weise – der breiten Masse kommuniziert. Dabei stechen zwei konträre Auffassungen heraus: das Alter als zweite Jungend und das Alter als ein Leben in Einsamkeit und Isolation (Abb. 20). Sie können als eine Art Weiterentwicklung der klassischen Altersbilder betrachtet werden und sind auf ihre Relevanz hin zu untersuchen.

Um zu überprüfen, inwieweit diese veränderte Perspektive auf die neuen Bedingungen des Lebens im Alter bereits heute eingenommen wird, wurden entsprechende Werbespots analysiert und die Fokusinterviews dahingehend fortgeführt.

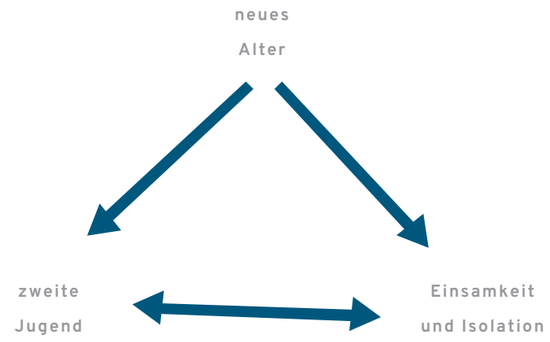


Abb. 20

2.2.1 Das Alter als zweite Jugend

Seit dem 20. Jahrhundert findet eine „soziale Verjüngung“ (van Dyk 2015: 21) des Alters statt. Die steigende Lebenserwartung dehnt die bislang kurze Altersphase, die einst dem Warten auf den Tod gewidmet war, zu einem eigenen Lebensabschnitt aus, der bis zu 30 Jahre lang oder länger sein kann. Diese extreme Ausprägung der Zeitspanne verlangt danach, eine weitere Differenzierung und Unterteilung der Altersphase vorzunehmen, auf wissenschaftlicher, politischer und gesellschaftlicher Ebene. So gibt es – nach dem Ersten Alter der Kindheit und Jugend und dem Zweiten Alter des Erwachsenseins – ein „Drittes, junges Alter sowie ein Viertes Alter der stärker durch Krankheit und Pflegebedürftigkeit geprägten Hochaltrigkeit“ (Neugarten/Mayer/Baltes/Lasslett, zit. nach van Dyk 2015: 22). Dabei findet eine Unterscheidung „sowohl anhand der kalendarischen Altersgrenzen als auch mit dem Blick auf die jeweilige körperliche und geistige Physis“ (van Dyk 2015: 22) statt. Darüber hinaus kommen qualitative Bestimmungen hinzu, welche die Unterteilung zusätzlich beeinflussen: „*Third-Agers* sind demnach nicht alle Menschen einer bestimmten Altersgruppe, sondern nur diejenigen, die bestimmte Konsum-, Aktivitäts- und Lebensführungsmuster erfüllen“ (ebd.: 24). Das Dritte Alter wird also als „Phase der Freiheit und Selbstverwirklichung“ (ebd.: 24) beschrieben und als Leben nach der Arbeitspflicht in finanziellem Wohlstand und Gesundheit definiert, während sich das Vierte Alter durch altersbedingte Schwächen auszeichnet. (Abb. 21)

Schon in den 1980er Jahren begann ein langsamer Wandel der Lebensweisen im Ruhestand, weg von einem passiven und hin zu einem aktiven Lebensstil. Diese Entwicklung ist auf den „Aufstieg der Konsum- und Erlebnisgesellschaft“ (ebd.: 25) zurückzuführen. Alle, die aus finanzieller, sozialer und gesundheitlicher Sicht dazu in der Lage waren, auch im Alter aktiv zu leben, verbrachten ihren Ruhestand fortan mit Aktivitäten, die bisher als altersuntypisch galten (ebd.: 25). Selbstverwirklichung, Kreativität, Genuss und Mobilität standen nun im Mittelpunkt, wurden auf allen Ebenen gleichermaßen gelebt und veränderten die Lebensweisen alter Menschen von Grund auf. (Ebd.: 25)

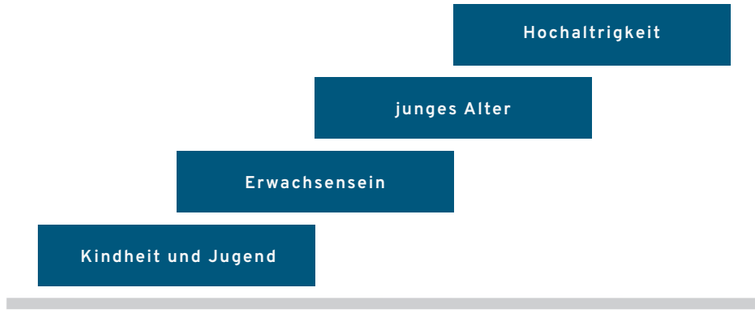


Abb. 21

Diese Entwicklung setzt sich bis in die heutige Zeit fort und findet sich heute in ganz neuen Ausprägungen wieder. Inzwischen gilt das Rentenalter nach der Berufstätigkeit als zweite Jugend, in der ein erneutes Aufblühen stattfindet und der Alltag individuell gestaltet werden kann. Diese neue Form des Alters wird in dem Spot *Vorsorge* der Deka aus dem Jahr 2016 präsentiert, der sich mit der Thematik der Altersvorsorge beschäftigt.[7] Auch hier treffen die junge und die alte Generation aufeinander, personifiziert durch JustSomeMotion, einem YouTube-Star, und Günther Krabbenhöft, dem wohl ältesten und bekanntesten Hipster[8] Berlins.

[7] Deka (2016): Vorsorge, abgerufen unter: https://www.youtube.com/watch?v=J7mQWGY-5JOU (letzter Zugriff: 17.05.2018)

[8] Als *Hipster* bezeichnet man junge Menschen, die einer meist städtischen Subkultur angehören. Sie zeichnen sich durch einen ausgefallenen, extravaganten und individualistischen Mode- und Lebensstil aus.

Die Szene beginnt auf der Tanzfläche in einem Club (Abb. 22). Eine DJane legt coole, angesagte Musik auf, eine tanzende Menge von modernen, jungen Menschen feiert gemeinsam. Im Zentrum des Geschehens auf der Tanzfläche findet eine Art Tanzbattle statt – zwischen einem jungen, hippen Mann in den Mittzwanzigern und einem älteren Herrn im Rentenalter, der mindestens genauso hip ist wie sein Kontrahent (Abb. 23). Umringt von jubelnden Menschen tanzen sie gegeneinander, aber gemeinsam. Trotz des beträchtlichen Altersunterschieds sind sie sich ebenbürtig und bewegen sich zusammen im Rhythmus der Musik – bis sich der junge Mann geschlagen gibt und seinem älteren Mittänzer anerkennend die Tanzfläche überlässt. Um auf den beendeten Battle anzustoßen, begeben sich beide an die Bar und der alte Herr verrät endlich das Geheimnis seiner auch im Alter noch vorhandenen Fitness und Lebensfreude (die Deka Zukunftsplanung) und deutet dabei auf die entsprechende App im Smartphone des jungen Mannes, über die sofort ein Beratungstermin vereinbart werden kann (Abb. 24). Eine Stimme aus dem Off erklärt währenddessen, dass Geldanlagen ein sorgenfreies Leben auch im Alter ermöglichen.

Abb. 22

Abb. 23 (links)

Abb. 24 (rechts)

Stellvertretend für die Gesamtheit seiner Generation steht der ältere Herr als Hauptperson im Zentrum des Spots und personifiziert eine moderne Auffassung des Idealfalls erfolgreichen Alterns. Er befindet sich vermutlich bereits in seinen Siebzigern, ist jung geblieben, fit und fidel, er hat keine größeren gesundheitlichen Probleme und bewegt sich auf der Tanzfläche wie ein junger Mann. Sein Sozialleben scheint ausgeprägt zu sein und er lebt zufrieden und mit sich selbst und der Welt im Reinen. Sein Kleidungsstil ist zeitgemäß, modern und hip. Er tritt auf als liebenswürdiger und aktiver Senior, der sein Leben auch im Rentenalter – oder vielleicht vor allem da – in vollen Zügen genießt und auskostet. Seinem jungen Kontrahenten jedenfalls stiehlt er hier sehr erfolgreich die Show. (Abb. 25, 26)

Der junge Mann, der sich gemeinsam mit ihm auf der Tanzfläche befindet, ist sein jungendliches Ebenbild. Sie sind identisch in Kleidungsstil und Tanzweise. Anfangs fühlt er sich dem alten Herrn klar überlegen. Im Verlauf bemerkt er die Fitness und Freude seines Gegenübers und gibt sich am Ende geschlagen. Dabei nicht im Negativen, sondern vielmehr mit Anerkennung und Freude. Beide Charaktere verlassen den Battle in Freundschaft, Ebenbürtigkeit und Akzeptanz. (Abb. 27, 28)

Abb. 25 (links)

Abb. 26 (rechts)

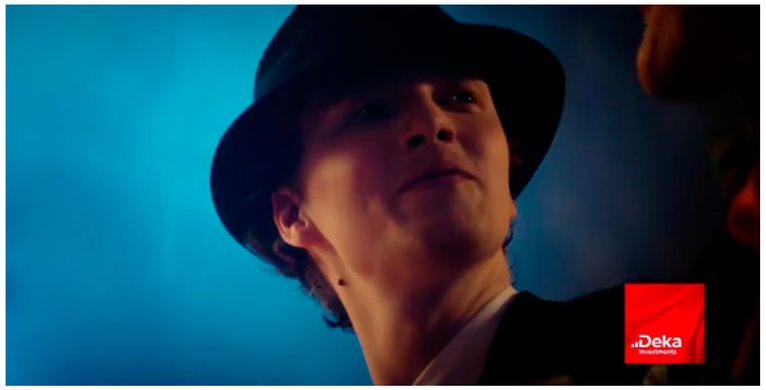


Abb. 27 (links)

Abb. 28 (rechts)

Zu Beginn des Spots schwebt die Kamera über der Location und der bebenden Menschenmenge: Ort des Geschehens ist ein geräumiger, moderner Großstadt-Club, der eigentlich als Revier des jungen Mannes zu interpretieren ist. Viele junge, moderne Großstadtmenschen bewegen sich im schnellen, lauten Rhythmus der Musik.

An sie richtet sich der Spot und das Angebot der Deka zur Altersvorsorge und Zukunftsplanung. Eine junge Zielgruppe, die hier durch den gleichaltrigen Tänzer repräsentiert wird. Ihr soll die Wichtigkeit von rechtzeitiger Investition in die Zukunft erklärt werden. Der Spot greift damit die gegenwärtige Problematik der Sicherheit im Alter auf und bietet einer Zielgruppe, die sich vergleichsweise wenig um die eigene Zukunftsplanung kümmert, eine Lösung, durch die soziale Sicherheit auf finanzieller Ebene trotz sozialpolitischer Hürden gewährleistet werden kann: ein sorgenfreies Leben im Alter, in Gesundheit und Wohlstand.

Um dies möglichst zielführend zu vermitteln, ist der Spot an die Interessen und Anforderungen seiner jungen Zielgruppe angepasst und präsentiert

– ähnlich wie in den Werbefilmen von Vodafone und der Sparkasse – zwei unterschiedliche Generationen in einem Zusammenspiel. Dabei greift er auf extreme Rollenbilder zurück, wie sie in der Gesellschaft existieren. Die Personifizierung der Jugend stimmt im weitesten Sinne mit der Realität überein, bedient sich auf werbefilmtypische Weise aller gängigen Klischees und verwendet diese auf dramatisierte Art für ihre Zwecke. Bei der Präsentation des Alters wird ein sehr modernes Bild gewählt, das von aktuellen Interpretationen und Sichtweisen ausgeht und die neue Form des Alters, wie sie auch van Dyk und Lessenich mit dem Dritten Alter beschreiben, einbindet. Es findet als mögliche Wunschvorstellung, als neues Bild des Jungen Alters Umsetzung und steht als ein Spiegelbild seinem jugendlichen Äquivalent gegenüber. Alter und Jugend unterscheiden sich ausschließlich durch ihr kalendarisches Alter, während die Fähigkeiten Fitness und Agilität einander gleichen. Die Grenzen zwischen beiden Generationen verschwimmen, Revieraufteilungen werden aufgehoben, die Gemeinschaft integriert alle gleichermaßen und bietet jedem Einzelnen dieselben Möglichkeiten.
Dabei könnte die Message des Spots nicht deutlicher an den Anforderungen und Erwartungen der Konsumgesellschaft ausgerichtet sein, welche die Qualität von Individuen an ihrer Wettbewerbsfähigkeit und ihrer Ambition sich erfolgreich in die Gesellschaft zu integrieren misst. Die neue Interpretation des Alters, die der Spot aufnimmt, gleicht die diesbezüglichen Fähigkeiten und Potenziale alter Menschen an die der jungen Generation an und beschreibt sie – trotz des hohen Alters, das bisher mit Schwäche und Arbeitsunfähigkeit gleichgesetzt wurde – als wettbewerbsfähige Individuen, die ihren jungen Konkurrenten gleichgestellt sind. Diese Idee nimmt Bezug auf die Konsumgesellschaft und die von ständigem Wettbewerbsdenken beherrschte Arbeitswelt, die dank neuer Umstände sämtliche Altersgrenzen überwindet und Junge wie Alte gleichermaßen integriert beziehungsweise in die Verantwortung nimmt und zum Aktivwerden auffordert. (Abb. 29 bis 33)

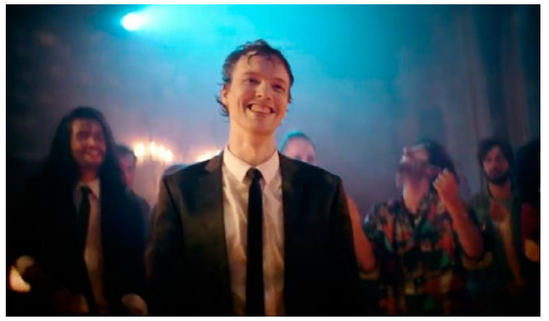


Abb. 29 (links oben)
Abb. 30 (links Mitte)
Abb. 31 (links unten)
Abb. 32 (rechts oben)
Abb. 33 (rechts unten)

Um diese These zu unterstützen, setzt sie der Spot über die visuelle Ebene hinaus auf der akustischen fort. So wird dort alt und neu erneut miteinander in Beziehung gesetzt und gleichberechtigt verbunden: Der Sound kombiniert jungen Electro mit altem Swing und hebt beide in der Einheit auf ein neues gemeinsames und modernes Level, den Electroswing, der in der heutigen Zeit bereits Einzug in die Welt der jungen Generationen gefunden hat. Durch die Wahl der Musik wird erneut die These der gleichen Wettbewerbsfähigkeit alter und junger Menschen thematisiert. So etablierte sich schon in der Zeit des Swings in den 20er und 30er Jahren die Tradition der Tanzwettkämpfe und schon damals wurde der Wettbewerb über das Arbeitsleben hinaus in den Alltag transferiert. Die Deka stellt hier alte und junge Menschen nebeneinander in einen Wettstreit auf Augenhöhe und führt diese Auffassung und moderne Interpretation des Alters als analog zur Jugend auf allen Ebenen aus.
Die präsentierte Form des Alters kann aufgrund der veränderten Bedingungen in der heutigen Zeit als durchaus realistisch, wenn auch leicht übertrieben dargestellt, betrachtet werden. Die Forschung van Dyks und Lessenichs unterstreicht das moderne Altersbild und weist darauf hin, dass Alter heute schon annähernd so stattfinden kann. Durch gesellschaftlichen Wandel bedingt, ist eine komplette Abkehr von der klassischen Altersauffassung zu erwarten, die sich bereits in diesem Spot wiederfindet. Das dort präsentierte Bild alter Menschen zeigt sie als gesunde, agile und finanzstarke Individuen, die als neue Konsumgruppe ein jugendliches Alter führen und es sich auch leisten können. Ein Bild, das sich gänzlich von der ursprünglichen Sichtweise des Ruhestands in Krankheit und Armut entfernt und die Idee der späten Freiheit weiterdenkt.
Die Intention der Deka, ein möglichst modernes und zeitgemäßes Bild des Alters zu transportieren, könnte dabei über das Ziel hinaus gegangen sein. Denn die moderne Interpretation erscheint trotz ihrer Aktualität eher befremdlich und wirkt in ihrer überzogenen Art der Darstellung wenig realistisch.
Dies stellte sich auch im Verlauf der Interviewführung heraus: Der Auftritt des alten Herrn wurde dort als unrealistisch und nicht authentisch gesehen. Dies zeigt, dass das hier vermittelte Altersbild noch nicht in der Gesellschaft angekommen ist und noch nicht von ihr adaptiert wurde. Eine hohe Hürde, welche die Öffentlichkeit nehmen muss, haben doch klassische Altersbilder und -interpretationen die bisherige Auffassung über Jahrzehnte hinweg geprägt.
Hinzu kommt, dass der Deka-Spot in die Zukunft gerichtet ist und seiner jungen Zielgruppe ein Spiegelbild ihres eigenen Alters präsentiert – in einer Form, die heute so noch nicht von alten Menschen gelebt wird. Nur im Ansatz findet der Alltag alter Menschen in der Gegenwart auf eine vergleichbare Art und Weise statt. „Es ist eher ungewöhnlich, dass ein älterer Herr mit der Jugend tanzt.“, meinte Lukas H. und fügte hinzu, dass man eher weniger Alte in einem derartigen Etablissement antreffe, „Ich jedenfalls habe noch keinen gesehen.“
Das Leben im späteren Alter der heute Jungen jedoch kann so oder so ähnlich vorhergesagt werden. Medizinischer Fortschritt, veränderte Arbeitsbedingungen und moderne Technologien sorgen heute dafür, dass sich persönliche Umstände morgen verbessern. Die Wahrscheinlichkeit, dass alte Menschen von morgen leistungsfähiger, gesünder und aktiver sein werden, wächst. „Kann schon sein, dass wir später mal fitter sind als die heutigen Alten.“, sagte 24-Jährige Julia D. und bestätigte damit diese Vermutung. Dabei wird die finanzielle Ebene in der Prognose außen vor gelassen, denn ein großer Teil der älteren Generationen lebt heute nach wie vor in Armut und von permanenten finanziellen Sorgen belastet. Ein Phänomen, das sich – wie schon erwähnt – in Zukunft noch festigen und erweitern wird.
Um eine Vorstellung davon zu erhalten, wie junge Menschen ihr eigenes Alter sehen, wurde in den Interviews nach den persönlichen Visionen des eigenen Alters gefragt. Die jungen Teilnehmer reagierten darauf verhalten, zu weit weg scheint ihr eigenes Alter für sie heute noch zu sein. Gleichzeitig schienen sie jedoch wenig überzeugt von der neuen Art des Alters, wie sie der Deka-Spot zeigt. „Ich glaube nicht, dass man das im Alter noch so haben möchte.“, warf Alexander P., 22, ein. Die Idee einer so aktiven Form alt zu werden scheint befremdlich und für die meisten weniger erstrebenswert. „Das ist doch pseudo-jugendlich!“, meinte Julian

T. und Nils R., 23, fügte an: „Der Spot sagt, dass alte Leute genauso sind wie junge. Das ist doch unrealistisch.“
Auch wenn die Vision einer der Jugend ähnlichen Lebensführung im Ruhestand für den ein oder anderen verlockend ist, so können sich die wenigsten vorstellen, wie das in der Realität funktionieren wird. Die Anmerkung, dass medizinischer Fortschritt ein eben solches Leben in der Zukunft ermöglichen könne, fand in den Interviews nur wenig Anklang. „Man kann ja nicht allen altersbedingten Erscheinungen entgegenwirken.“, sagte Klara S.
Trotz allem wurde der Wunsch laut, im Alter ähnlich fit und aktiv zu sein, wie der alte Herr aus dem Werbespot. Betrachte man das Bild des Alters unter dem Aspekt der für die Werbung üblichen übertriebenen Darstellungsform, so könne man sich vorstellen, dass sich Altwerden in Zukunft in diese Richtung entwickeln wird, meinte Luisa K. Übertragen auf andere Lebensbereiche und individuelle Lebensstile scheint das präsentierte Altersbild annähernd der Wahrheit zu entsprechen. „Ich würde mir doch erhoffen, auch im Alter noch ein bisschen fit zu sein.“, sagte Lukas H. Im Bezug auf Fitness im Allgemeinen und im Hinblick auf individuelle Vorlieben und Interessen, wünsche man sich, im Alter noch das Gleiche machen zu können, wie in der Jugend. Dass sich Möglichkeiten im Alter verändern und noch weiter verändern werden, wurde in den Gesprächen als wahrscheinlich beurteilt. Neue Umstände und Entwicklungen haben demnach einen enormen Einfluss auf das, was auch alte Menschen in ihrem Alltag tun können.
Die Ergebnisse aus den Interviews zeigen, dass ein neues Bild des Alters in der Gesellschaft durchaus existiert, dass sich aber vor allem junge Menschen im Zwiespalt befinden, welche Form des Alters sie sich für sich selbst wünschen würden. Aktivität, Wohlstand und ein erfülltes Sozialleben haben dabei Priorität und sind für alle gleichermaßen wichtig. Die Wahrscheinlichkeit, ein Leben am Rande der Gesellschaft in Einsamkeit, Krankheit und Isolation führen zu müssen, schätzen die meisten – vor dem Hintergrund moderner Möglichkeiten – als gering ein.
Der Auffassung, dass sich Alter in Zukunft an dem neuen Altersbild der Jungen Alten orientieren wird, stimmen die Befragten aus ihrer gegenwärtiger Sicht noch nicht überzeugt zu, liegt die Idee des Altwerdens für die meisten noch zu weit entfernt in der Zukunft.

Das Altersbild, wie es der Deka-Spot aufgreift und wie es van Dyk und Lessenich behandeln, zeigt eine positive Perspektive auf die neuen Möglichkeiten, die alte Menschen heute schon haben und die sie in Zukunft noch mehr haben werden, und wirbt für finanzielle Vorsorge, die notwendig ist, um sich ein gutes Leben im Alter leisten zu können, das auch die gesundheitliche Ebene und einen erfüllten freizeitorientierten Lebensstil mit einschließt. Dabei werden negative Faktoren außen vor gelassen.
Bis heute haben sich die Vorstellungen von sozialer Sicherheit und die damit verbundenen Problematiken verändert und verändern sich in Zukunft stetig weiter. Heute schon hat die soziale Ebene, die im Spot der Deka durch die jugendliche Lebensgestaltung des alten Herrn dargestellt wird, eine enorm wichtige Position inne.

Nach den Analysen der neuen Sozialfigur des Alters durch van Dyk und Lessenich steht die soziale Ebene dabei jedoch als wohl am schwersten umsetzbar da, während gesundheitliche Gegebenheiten und finanzielle Situationen sich positiv gewandelt haben. Für eine umfassende Analyse vor allem unter dem Gesichtspunkt der Sicherheitsproblematik ist demnach ein Untersuchen eben dieser Ebene wichtig. Daher soll nun im Kontrast zu einem Altersbild in zweiter Jugend, Freude und sozialer Integration die Thematik der Einsamkeit und sozialen Isolation im Alter untersucht werden.

2.2.2 Über Einsamkeit und Isolation

Die Unterteilung der Altersphase in ein Drittes und ein Viertes Alter steht stellvertretend für zwei verschiedene Lebensweisen und kann mit unterschiedlichen emotionalen Erscheinungen gleichgesetzt werden. Dabei steht ersteres für ein positives, jugendlich aktives Leben im Alter, wie es in dem Spot der Sparkasse und dem der Deka in unterschiedlichen Ausprägungen dargestellt wird, und wird letzteres von negativen Gefühlslagen beherrscht. Dort spielen Schwäche, Verletzlichkeit, Unselbstständigkeit und Verlust eine große Rolle und das Warten auf den eigenen Tod steht dabei oft im Mittelpunkt. Das Wegfallen eigener Fähigkeiten und gesundheitliche Probleme wirken sich nicht selten negativ auf das Sozialleben aus. Das führt dazu, dass Menschen im Vierten Lebensalter immer häufiger einsam und in sozialer Isolation leben. Hinzu kommt, dass der Kreis an zwischenmenschlichen Kontakten immer kleiner wird: Gleichaltrige Freunde befinden sich in derselben Lebensphase und haben die gleichen gesundheitlichen Einschränkungen, jüngere Mitmenschen entfernen sich aufgrund ihrer wenig kompatiblen Alltagsgestaltung und Lebensweise. Dieser Problematik sind alte Menschen oft hilflos ausgeliefert.

Aspekte dieser Interpretation des Lebens im Alter thematisiert schon der Vodafone-Spot im Ansatz. Der *heimkommen*-Spot von Edeka aus dem Jahr 2015 nähert sich ihm auf einem anderen Weg an und überträgt die Idee in die heutige Zeit.[9] Dabei hat sich Alter bis heute auch in der vierten Phase stark verändert: Menschen können bis ins hohe Alter gesund leben, was die Problematik von der gesundheitlichen Ebene wegbewegt. Der Spot präsentiert auf sehr emotionale Art und Weise, wie soziale Probleme in den Vordergrund rücken und wie präsent in diesem Rahmen Einsamkeit und soziale Isolation im Alter sein können. Der Clip spielt in der Vorweihnachtszeit; ein alter Mann kommt nach Hause und findet dort die Nachricht seiner Tochter und deren Familie auf dem Anrufbeantworter vor. Sie teilt ihm mit, dass sie es erneut zu

[9]Edeka (2015): heimkommen, abgerufen unter:https://www.youtube.com/watch?-v=V6-0kYhqoRo (letzter Zugriff: 20.05.2018)

Weihnachten nicht schaffen würden, ihn zu besuchen und dass es bestimmt im Jahr danach endlich klappen würde. Die fröhliche Stimme seiner kleinen Enkelin wünscht ihm frohe Weihnachten. Traurigkeit erfüllt den alten Mann, er betrachtet die Weihnachtskarten, die er von seinen Kindern erhalten hat, und scheint bei seinem einsamen Weihnachtsessen einen stillen Entschluss zu fassen. (Abb. 34 bis 36)

Abb. 34 (oben links)
Abb. 35 (oben rechts)
Abb. 36 (rechts)

Die Szene ändert sich, ein Jahr ist vergangen, der Zuschauer blickt nun auf das Leben der erwachsenen Kinder des alten Mannes, die über den Globus verstreut an unterschiedlichen Orten leben und ihrem Alltag nachgehen. In unterschiedlichen Momenten erreicht alle die gleiche Nachricht und sie werden abrupt aus ihrer täglichen Routine gerissen. Ihre Reaktionen lassen darauf schließen, dass es sich nicht um gute Neuigkeiten handelt, erst nach und nach erfährt man, dass eine Trauerkarte die Reise rund um die Welt gemacht hat, welche die erwachsenen Kinder über den Tod ihres Vaters informiert. Schock, Trauer und Verzweiflung zeigen sich in den Gesichtern. Alle machen sich mit ihren Familien von überall her auf den Weg nach Hause, um ihrem Vater, Schwiegervater und Großvater Lebewohl zu sagen. Sie erinnern sich zurück an die Zeit mit ihm, sind erfüllt von Trauer und Fassungslosigkeit. Zurück in der Heimat treffen sie alle aufeinander und betreten gemeinsam das Haus ihrer Kindheit. Dort finden sie ein hell erleuchtetes Wohnzimmer, einen üppig gedeckten Tisch und einen leuchtenden Weihnachtsbaum vor. Der alte Mann tritt aus der Küche und erklärt ihnen, dass dies wohl der einzige Weg gewesen wäre, sie alle dazu zu bringen, an Weihnachten nach Hause zu kommen. Rührung, Erleichterung, Schock, Traurigkeit und Liebe mischen sich und entladen sich in einem fröhlichen Beisammensein der ganzen Familie. Die Szene endet mit der Botschaft, dass Weihnachten die Zeit sei, heimzukommen, sich der Familie anzunehmen und für einander da zu sein. (Abb. 37 bis 41)

Der Spot wirbt für die Supermarktkette Edeka und dafür, dass Familien sich bei einem Festessen aus dem Hause Edeka wieder näher kommen können und sollen. Ganz im Sinne des Weihnachtsfests, bei dem es eben darum geht: um Familie, Zusammenkommen, Heimkommen, Freude und Liebe. Auf emotionalste Art und Weise setzt er auf menschliche Gefühle und stellt diese in ihrer extremsten Ausprägung direkt nebeneinander. So folgt große Freude direkt auf tief empfundene Traurigkeit und verstärkt durch ihre Gegensätzlichkeit die Emotion umso mehr. Der Spot endet in einem positiven Gefühlschaos und deckt den Absender erst in eben diesem

Abb. 37 (oben links)
Abb. 38 (oben rechts)
Abb. 39 (oben)
Abb. 40 (links oben)
Abb. 41 (links unten)

Moment auf. Der Zuschauer durchlebt in Sekundenschnelle verschiedenste Gefühlslagen und verbindet die positive Endstimmung mit dem beworbenen Unternehmen – eine höchst effektive Form der Vermarktungsstrategie. (Abb. 42, 43)
Der Einsatz von emotionalen Darstellungsformen wird durch die Generationenthematik vertieft. So werden ähnlich wie in den bereits analysierten Werbespots zwei unterschiedliche Altersgruppen in einem Zusammenspiel präsentiert: die Generation junger Berufstätiger und die ihrer im Rentenalter lebenden Eltern. Dabei greift auch Edeka auf gängige Rollenmodelle zurück und zeigt verschiedene Vertreter der jungen Gruppe in unterschiedlichen Umgebungen, die sich in Beschäftigtsein und Schnelllebigkeit ähneln, und präsentiert die alte Generation durch einen aus dem Berufsleben ausgeschiedenen alten Mann, der alleine vor sich hin lebt und seinen Alltag ohne größere Aufgaben isoliert von der Außenwelt meistert.

Abb. 42 (links)
Abb. 43 (rechts)

Dabei wird jedoch die Generationenthematik auf eine andere Art interpretiert, als in den Spots von Vodafone, der Sparkasse und der Deka.
Die verschiedenen Altersgruppen verbringen ihr jeweiliges Leben getrennt voneinander, da sich ihre Alltagsgestaltungen als wenig kompatibel herausgestellt haben. Diese Trennung findet auf allen Ebenen statt und geht von der rein räumlichen Entfernung, in der die verschiedenen Parteien leben, bis zur sozialen Distanz. Isolation und Entfremdung sind das Resultat, unter dem vor allem die alte Generation zu leiden hat.
Denn während die junge Generation ein erfülltes Alltagsleben führt, bleibt diese einsam zurück und wird an den Rand der Gesellschaft gedrängt.
Edeka weist – ähnlich wie Vodafone – der jungen Generation die Handlungsmacht zu und stellt sie in die stärkere Position. Ihre Aufgabe, auch die älteren Altersgruppen in die Gesellschaft zu integrieren, erfüllt sie jedoch hier – anders als die junge Frau im Spot *Bucketlist* – nicht und steht entsprechend schlecht da. So ist sie es, die den alten Mann in die traurige Situation bringt, und auch sie es, die sich in der Position befindet, diese zu ändern. Denn er tut schließlich alles in seinen Möglichkeiten Stehende, um den Kontakt aufrechtzuerhalten. Er nimmt die Bearbeitbarkeit seines eigenen Alters, wie sie nach van Dyk definiert wurde, als individuelle Verantwortung auf und kümmert sich in Eigeninitiative darum, seine Situation zu verändern und sich Besserung zu verschaffen. Allerdings findet sich eine Lösung nur, indem er es zum Äußersten kommen lässt und sein eigenes Ableben vorspielt. Erst dann kommt die junge Generation zur Vernunft und alle gelangen – für den Moment – wieder zueinander. Ein Happy-End, das für das Durchleben negativer Gefühlswelten zu entschädigen scheint. Emotionen, die vor allem die jüngeren Generationen mitnehmen, wie sich in den Interviews zeigte.
Von Traurigkeit, Rührung bis Erleichterung spiegelten sich unterschiedlichste Gefühle in den Gesichtern der Befragten wider und sogar Tränen flossen ob der emotionalen Thematik des Spots. Dabei scheint der Werbefilm durch seine Handlung insbesondere junge Menschen wachzurütteln, die in der Position wären, etwas an der Situation alter Menschen, wie sie hier präsentiert wird, zu ändern. „Das zeigt,

dass Leute immer beschäftigter werden und dann keine Zeit mehr für Familie haben.“, sagte Lukas H., das vergesse man leicht und dann blieben eben manche dabei zurück, vor allem diejenigen, die nicht mehr mobil genug sind, um mit der Schnelllebigkeit des Alltags mitzuhalten. Die Familienidylle, in welcher der Spot endet, sei aber eine große Ausnahme und eher unrealistisch. „In jeder Familie gibt es Uneinigkeiten und Probleme. Deswegen lebt man sich ja auch oft auseinander.“, sagte die 56-Jährige Maria H. Das sei mit ein Grund dafür, dass man sich selten sehe und jeder sein eigenes Leben führe. „Darunter leiden aber dann beide Seiten.“, meinte Gerd M., 58 Jahre. Die negativen Auswirkungen für ältere Menschen werden durch ihre oft geringe Beschäftigung im Alltag verstärkt, sie sind wenig abgelenkt und bewegen sich schon von vornherein in einem eingeschränkten Rahmen an Möglichkeiten. Das Wegfallen sozialer Kontakte durch die eigene Familie verschlimmert die Situation dann weiter. In den Interviews wurde das Problem, das dazu beiträgt, dass sich eine solche Situation wie die, in der sich der alte Mann im Spot befindet, erst entwickelt, angesprochen: Die Tatsache, dass junge und alte Menschen oft nicht wissen, was sie miteinander anfangen sollen und sich deshalb aufgrund unterschiedlicher Interessen und Lebensweisen voneinander entfernen. Ein Prozess, den alle Generationen gleichermaßen kennen und den zu überwinden für alle schwierig ist. Vor allem jedoch für die jungen Menschen, die sich in ihren oft übervollen Terminplänen nur selten Zeit für ihre alten Mitmenschen nehmen. Doch ein eben solches gemeinschaftliches Verhalten wäre notwendig, um im Sinne des Solidaritätsgedankens alle zu integrieren und als Teil der Gesellschaft wertzuschätzen. Junge Menschen fühlen sich durch den Spot an den Pranger gestellt und ertappt in ihrem Verhalten.

Eine Reaktion, die Edeka in seiner Marketingstrategie bedacht hat, denn der Spot verbreitete sich in den sozialen Medien wie ein Lauffeuer, wurde geteilt und kommentiert und entwickelte sich zum wohl meistdiskutierten Werbefilm des Jahres 2015. Das Spiel mit menschlichen Emotionen zu einem marketingtechnischen Zweck muss kritisch betrachtet werden und führt, in einer Ausprägung wie hier, zu großer Aufregung in der Gesellschaft. Der *heimkommen*-Spot setzte eine Diskussion in Gang und ließ die Frage aufkommen, ob es denn erlaubt sei auf so emotionale Art und Weise für ein Unternehmen zu werben. Dass vor allem junge Berufstätige den Spot verurteilen ist selbsterklärend, richtet er sich an eben diese Gruppe der Gesellschaft und zeigt eine Realität, die zu ändern überwiegend in den Aufgabenbereich der jungen Generationen fällt.

In der Aufregung über das Spiel mit den Emotionen bleibt die traurige Tatsache, die der Spot präsentiert, größtenteils unbeachtet: Denn es ist Realität, dass alte Menschen heute oft einsam sind und alleine und isoliert von der Außenwelt leben. Sie könnten aus heutiger Perspektive am gesellschaftlichen Leben teilhaben, sind gesund, unabhängig und aktiv, es fehlt ihnen lediglich an sozialen Möglichkeiten, die ihnen von der Gesellschaft verwehrt werden.

Alter und Älterwerden hat sich über die Jahrzehnte hinweg gewandelt. Das Leben im Alter sieht heute anders aus, als vor der Rentenreform, und wird sich für die zukünftigen Generationen der Alten noch weiter verändern. Dabei bleiben alte Probleme auch in der Gegenwart und darüber hinaus präsent und schränken die Gestaltung der Lebensphase Alter ein.

Vor allem jedoch die soziale Integration stellt alte Menschen vor ein Problem, sind sie heute besser in der Lage am gesellschaftlichen Leben teilzuhaben und sich an der Gestaltung der Gesellschaft zu beteiligen. Rückständige soziale Strukturen und veraltete gesellschaftliche Auffassungen, die sich an klassischen Bildern des Alters orientieren, verhindern jedoch, Alter unter neuen Gesichtspunkten zu betrachten und Stereotype zu modernisieren. Das macht ein Ausbrechen der alten Generationen aus ihrer über die Zeit hinweg etablierten passiven Rolle schwer und oft sogar unmöglich. Daraus resultierend entwickeln sich Probleme und Unsicherheiten, die alte Menschen in einem wenig abgesicherten Umfeld zurücklassen.

Der Edeka-Spot präsentiert ein eben solches Bild des Alters und zeigt, wie ein Leben im Alltag alter Menschen heute aussehen kann.

Dabei werden klassische Problematiken – wie sie vor allem der Spot

von Vodafone thematisierte – aufgegriffen und weiterentwickelt. Hier liegt der Fokus weniger auf dem alterstypischen gesundheitlichen Problem als auf dem rein sozialen Aspekt. Es wird ersichtlich, dass ein gesamtgesellschaftliches Umdenken stattfinden muss, um den Zustand der Unsicherheit und der Ausgrenzung alter Menschen zu verbessern. Zusammenfassend soll im Folgenden untersucht werden, wie real dieser Zustand ist, wie die veränderte Sicht auf das Alter in der heutigen Zeit tatsächlich aussieht und wie die unterschiedliche Bewertung altersbedingt auftretender Schwierigkeiten beurteilt werden muss. Dafür soll nun festgehalten werden, welche Altersbilder und Altersrealitäten in der heutigen Gesellschaft existieren und wie sie sich aus unterschiedlichen Perspektiven betrachtet voneinander unterscheiden.

2.3 Alter in Illusion und Wirklichkeit

Durch die Analyse von in den Medien vorkommenden Altersbildern und -auffassungen lassen sich Stereotype definieren, wie sie in der heutigen Gesellschaft präsent sind. Dabei sind klassische Interpretationen nach wie vor vertreten, werden in modernen Bildern weiterentwickelt und an die neuen Gegebenheiten angepasst. Es ist auffällig, dass vor allem positive Blickwinkel eingenommen werden, die Utopien entstehen lassen und Wunschvorstellungen projizieren, deren Wahrheitsgehalt hinterfragt werden muss. Die Beschreibung der neuen Alten und der stattfindenden Verjüngung des Alters nach Silke van Dyk und Stephan Lessenich (vgl. van Dyk/Lessenich 2009: 11) zeigt eine moderne Auffassung von Altersfiguren und unterstützt die eingenommenen Positionen in den Medien, die ein solches Bild aufzeigen, auf einer theoretischen Ebene. So trägt der Wandel der gesundheitlichen und finanziellen Voraussetzungen, den alte Menschen

nach diesen Sichtweisen bis heute durchlaufen haben, zu einer verbesserten Situation in der Lebensphase Alter bei. Die Probleme, denen Alte heute gegenüber stehen, werden vor diesem Hintergrund anders definiert und erfordern eine neue Herangehensweise auf dem Weg zur Findung einer Lösung eben dieser.
Es muss jedoch hinterfragt werden, inwieweit die Position van Dyks und Lessenichs der Wahrheit entspricht und als realistisches Bild des Alters interpretiert werden kann. Denn Altersarmut stellt im Widerspruch dazu eine aktuelle Problematik dar, die zu überwinden den Sozialstaat und die Gesellschaft vor eine große Herausforderung stellt. Anders als es neue Altersbilder interpretieren, wird sich diese Situation auch in Zukunft als Problem etablieren und sich aufgrund des fortschreitenden gesellschaftlichen Wandels sogar weiter verschlimmern.
In den analysierten Werbespots der Deka und der Sparkasse wird die Thematik der finanziellen Unsicherheit alter Menschen dank individueller Vorsorgepläne, die dort beworben werden, in den Hintergrund gerückt. Auch Edeka zeigt ein Bild des Alters, das finanzielle Sorgen außen vor lässt, und Vodafone vermittelt nur auf unterschwellige Art und lediglich im Ansatz, dass Altersarmut ein im Leben alter Menschen präsenter Aspekt sein kann. Darüber hinaus finden auch gesundheitliche Probleme, die im Alter vermehrt in Erscheinung treten können, maximal zweitrangig Thematisierung in den untersuchten Werbefilmen. Vielmehr zeigt sich im Großteil der Spots der Bereich der ausgewogenen und jugendlichen Freizeitgestaltung im Alter und der aktiven Lebensführung als zentrale Thematik. Dennoch treten neben positiven Interpretationen auch negative Seiten in den Vordergrund, die es zu beheben gilt.

Die Probleme im Alter und die Sichtweisen auf die Altersphase sollen nun auf Wahrheitsgehalt und Realitätsanspruch hin überprüft werden. Hier spielen die Aussagen der jungen Befragten aus den Fokusinterviews eine wichtige Rolle, die ein illusionistisches Bild des Alters entstehen lassen. Durch Gespräche mit alternden und alten Menschen wurden die Interpretationen der Jugend mit der Realität des Alters abgeglichen und am Ende eine Problematik herausgestellt, die neue Aspekte des Alters als soziales Risiko untersucht und die Schwierigkeiten auf dem Weg zu einem sozial sicheren Leben im Alter analysiert.

2.3.1 Alter aus der Sicht der Jugend

In den Interviews wurden unterschiedliche Altersgruppen zu ihren Auffassungen der Thematik des Alters befragt. Um ein möglichst aktuelles und zukunftsgerichtetes Bild zu erhalten, lag dabei der Schwerpunkt auf der jungen Generation der 20- bis 30-Jährigen. Anhand der Werbespots, in denen die Altersphase auf unterschiedliche Weise präsentiert wird, wurde nach den Sichtweisen der jungen Menschen auf das Alter gefragt.
Wie sieht die Jugend das Alter? Wie erlebt sie alternde Menschen? Wie stellt sie sich das eigene Alter vor? Und wie sieht sie die Veränderungen der Altersphase in Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft? Das sind die Fragen, die in den Interviews zur Sprache kamen und deren Antworten das Fixieren eines genaueren Bildes des Alters ermöglichen.
Im Verlauf der Gespräche zeigte sich vor allem, dass die klassischen Altersbilder in den Köpfen der Jugend bis heute verankert sind und die modernen Auffassungen in den Schatten stellen. Letztere wirken dabei scheinbar befremdlich und liegen außerhalb der Vorstellungskraft junger Menschen. „Ich finde das seltsam. Das kann ich mir nicht vorstellen, dass alte Menschen das gerne machen, in Clubs gehen und feiern.“, sagte Julia D. und Nils R. fügte an: „Das wirkt extrem unnatürlich. Und ich hab noch nie jemanden gesehen, der so seinen Ruhestand verbringt“.
Die Jugend stellt sich das Leben im Alter als ein eher ruhiges Dasein vor, das jedoch entgegen der ursprünglichen Interpretation von Armut und Schwäche in Wohlstand und Gesundheit stattfindet, ist sich aber gleichzeitig darüber im Klaren, dass eine durch negative Einflüsse geprägte Altersphase existieren kann. „Ich wünsche mir, dass ich, wenn ich selbst mal alt bin, mein Leben auch etwas genießen kann, dass ich dann auch das Geld dafür habe und es mir gesundheitlich gut geht. Aber sicher ist das natürlich nicht.“, beschrieb Alexander P. seine Vorstellungen.
Diese Sicht auf das Alter lässt sich mit dem gegenwärtigen Zustand alter Menschen begründen, der oftmals in einem durch altersbedingte

Schwächen eingeschränkten Rahmen stattfindet. Die eigenen Großeltern führen einem Großteil der Befragten vor Augen, wie sich das Leben mit dem Fortschreiten des Alters verändert und wie Menschen mehr und mehr auf die Hilfe von anderen angewiesen sind. Das begründet die Sichtweise der Jugend auf die Altersphase und die Verankerung klassischer Alterssstereotype in ihren Köpfen.
Schlussfolgernd wurde die Präsentation des Alters als zweite Jugend dagegen mit Skepsis betrachtet und als zunächst unrealistisch beurteilt.
Im Laufe der Interviews stellte sich heraus, dass die vorwiegend klassische Sichtweise und die Reaktionen auf moderne Bilder der übertriebenen Darstellung des Jungen Alters in den Spots zuzuschreiben war. Denn schnell zeigte sich, dass eine aktive Form des Alters in der Zukunft für viele junge Menschen durchaus denkbar und sogar erstrebenswert ist. Betrachtet man das im Deka-Spot präsentierte Altersbild unter dem Aspekt des in der Werbung verwendeten Stilmittels der Übertreibung und transferiert es auf ein im Alltag umsetzbares Level, so kann eine Form des Alters, in der Aktivität, freizeitliche Lebensführung und ein im Wohlstand stattfindender Genuss eine große Rolle spielen, als realistisch und tatsächlich umsetzbar angesehen werden. „Wir sind ja alle mit den Stilmitteln vertraut, die Werbung verwendet. Deswegen klingt das alles schon irgendwie realistisch.“, sagte Klara S.
Die Vorstellung vom eigenen Alter kommt vor diesem Hintergrund der aktiven Form nahe und wurde von den Befragten als aktives Leben beschrieben, in dem man den Hobbys aus der Jugend nachgehen, neue Dinge erleben und ein ausgeprägtes Sozialleben führen kann. „Ich würde schon gerne aktiv leben und noch meinen Hobbys von früher nachgehen. Aber manchen körperlichen Schwächen kann man einfach nicht vorbeugen.“, sagte Lukas H. Diese Art der Alltagsgestaltung könne sich mit ruhigen Aktivitäten, wie sie der Sparkassen-Spot präsentierte, mischen und so ein ausgeglichenes Leben im Alter ermöglichen.
Entgegen anfänglicher Annahmen, zeigte sich im Verlauf der Interviews, dass sich die Auffassung junger Menschen von ihrem eigenen Alter mehr und mehr von den klassischen Vorstellungen zu entfernen scheint.

Sie stellen sich die eigene Altersphase als einen der Jugend ähnlichen Lebensabschnitt vor, der sich an die unvermeidbaren Alterserscheinungen anpasst und Aktivität und Ruhephasen gleichermaßen in den Alltag integriert. Gesundheit, Wohlstand und soziale Kontakte stellten sie als essentiell für ein glückliches Leben im Alter heraus. „Davor hat man schon Angst, dass man im Alter vereinsamt. Da ist das Sozialleben genauso wichtig, wie Gesundheit und Wohlstand. Finde ich.“, erklärte Luisa K.

Die Veränderung der Auffassungen des Alters zeigt, wie stark der Einfluss der Medien tatsächlich sein kann und wie sich Werbung in einem komplexen Doppelverhältnis wie nach Jäckel definiert (vgl. Jäckel 2016: 209) befindet. So hat sich die anfängliche Skepsis gegenüber der modernen Interpretation des Alters in eine positive Haltung gewandelt, die dem neuen Bild Wahrheitsgehalt zuspricht und es sogar als Richtlinie für die Gestaltung des eigenen Alters betrachtet.

Der Wunsch, diese Vorstellungen vom eigenen Alter in der Zukunft tatsächlich in die Wirklichkeit umsetzen zu können, schien jedoch für den Teil der Befragten, die eine auffällig rationale Perspektive einnahmen, zwar erstrebenswert, aber nicht tatsächlich realisierbar. Sie sahen die Problematik der Unsicherheiten im Alter und bekundeten ihre Sorge darüber, dass sich die Situation für die kommenden Generationen noch weiter verschlimmern könne. „Alterssicherung ist heute doch schon ein Problem. Aber das wird sicher immer schwieriger. Es gibt ja so viele junge Leute heute. Wenn die alle mal gleichzeitig alt sind und Hilfe brauchen, dann wird das schwierig.“, sagte Lukas H. und ist nicht alleine mit dieser Sorge. Denn die Meinung, dass selbst private Vorsorge dabei nicht ausreichend sei, um das Problem zukunftsgerichtet zu lösen, fand in allen Interviews Zustimmung. „Wie soll ich denn etwas für mein Alter investieren, wenn ich gar nichts habe?“, fragte Julia D.

Die besseren gesundheitlichen Voraussetzungen, die in der Zukunft Alte haben werden, und das Problem der finanziellen Alterssicherung, das von staatlicher Seite aus gelöst werden müsse, verlangten aus Sicht einiger Befragten ein Handeln von Individuen auf anderer Ebene, das dazu beitragen könne, das Leben im Alter zu verbessern. Diese Idee kam vor allem

nach dem Spot von Vodafone zur Diskussion und zeigt, welchen Wert auch junge Menschen der sozialen Integration aller Generationen zuschreiben.

Auf die Frage, ob ein solches Handeln bereits für die heutige Generation der Alten notwendig und auch möglich wäre, festigte sich im Gespräch die Meinung, dass auch heute alte Menschen nicht nur unter Altersarmut, sondern unter weit mehr negativen Einflüssen litten. Diese befänden sich auf der sozialen Ebene, wie in den Spots von Vodafone und Edeka aufgegriffen. „Einsamkeit ist ein großes Problem. Viele alte Menschen sind einsam. Und nicht alle haben eine Enkelin, die für sie das tut, was die junge Frau in dem Spot macht.“, beschrieb Luisa K. die Thematik. Tatsächlich hätten alte Menschen jedoch schon heute einige Möglichkeiten, die ihnen dabei helfen würden, diese Probleme zu überwinden. Durch digitale Kommunikation beispielsweise könne – ähnlich wie im Vodafone-Spot angesprochen – das soziale Feld erweitert werden und könnten auch im Alter soziale Kontakte gepflegt werden. Vielen heute Alten falle die Nutzung dieser Optionen aber offensichtlich schwer, da sie noch zu wenig Einblick hätten und zu ungeübt darin seien, diese Angebote zu bedienen. „Meine Oma hat noch nicht mal ein Handy.“, sagte Lukas H und beschreibt damit die eingeschränkten Möglichkeiten der letzten Generation, der die Nutzung digitaler Medien nicht vertraut ist. Ein Aspekt, der sich schon heute relativiert.

Die Ideen der Jugend zum Thema Alter, ihre Sichtweisen auf die Thematik und die in ihrer Generation verbreiteten Altersbilder zeigen ein weites Spektrum an Interpretationen und Visionen, die von der Gegenwart bis in die Zukunft reichen. Aufgrund der persönlichen Distanz, die rein durch das jugendliche Alter der Befragten gegeben ist, bleiben die hier herausgestellten Auffassungen jedoch ohne Realitätsbeweis und zeigen zwar ein Bild des Alters, wie es in der Gesellschaft aus junger Perspektive existiert, spiegeln aber nicht die Wirklichkeit wider, in der alte Menschen heute leben. Sie können nur als Mutmaßungen und Visionen gesehen und müssen für eine exakte Analyse aus anderer Perspektive betrachtet werden. Dafür wurden neben den 20- bis 30-Jährigen auch Menschen der älteren Generationen befragt.

2.3.2 Alter aus der Sicht von Alternden

Die Befragung der Generation älterer Menschen ergänzt die praktische Forschungsarbeit und erweitert den Blick auf die Thematik des Alters über die junge Perspektive hinaus. Dafür wurde die sich bisher auf jugendliche Personen beschränkende Interviewführung um ältere Generationen erweitert und auch diese zu ihren Meinungen zu den in den Spots präsentierten Altersbildern befragt.
Ihre Interpretationen zeigten sich jedoch als der Auffassung der Jugend ähnlich. So sah die Generation der Mittfünfziger die jugendliche Altersform, wie sie der Deka-Spot präsentiert, ebenfalls als unrealistisch und nicht erstrebenswert an. „Das wirkt, als würde sich der alte Mann unbedingt vor der Jugend produzieren wollen und zeigen, dass er auch noch alles kann, was sie können.“, sagte Maria H., 56 Jahre. „Das ist doch unnötig.“, ergänzte Gerd M., 58 Jahre. Man sei im Alter selbst gefestigt und müsse niemandem beweisen, was man noch alles leisten könne. Die Bewunderung von Seiten der Jugend gegenüber dem Alter, wie sie der Spot zeigt und sie mit der erhalten gebliebenen jugendlichen Fitness des alten Mannes begründet, sticht vor allem für die Generation der Älteren heraus. Sie wurde als aufgesetzt und eher unangenehm wahrgenommen, was sich mit den Reaktionen aus den Interviews mit jungen Menschen deckt. Diese empfanden den Auftritt des alten Herrn im Club gar als peinlich berührend und befremdlich. Natürlich würde man sich gerne noch so bewegen können, aber das müsse man nicht in einer solchen Umgebung tun und sich so vor der Jugend präsentieren, fand Birgit K., 55 Jahre. Diese Meinung herrschte bei allen im Rahmen der Interviews befragten Personen der älteren Generation vor. Das Verhalten des alten Herrn im Spot der Deka wurde als unnatürlich und übertrieben aufgefasst und als nicht seinem Alter entsprechend bezeichnet. „Alles hat irgendwie seine Zeit, das muss man auch akzeptieren.“, sagte Moni W., 57 Jahre. Natürlich wolle man gerne noch in der Lage sein aktiv zu leben und noch

das Gleiche genießen, wie in der Jugend, aber würde das eben auf andere Art und Weise tun, die dem eigenen Alter mehr entspricht, erklärte Gerd M.
Auf die Frage nach der eigenen Fitness im späteren Rentenalter der hier Interviewten wurde klar, dass sich die heute Mitte-50-Jährigen selbst eine gute körperliche Verfassung im eigenen Alter vorhersagen. Das sei vor allem darauf zurückzuführen, dass man heute viel mehr und viel früher auf die eigene Gesundheit achte und sich um sich selbst kümmere. Dass die heute im Ruhestand lebenden Menschen sich vor allem auf gesundheitlicher Ebene in einem schlechten Zustand befinden, sei genau damit zu begründen. „Die heute Alten mussten doch viel länger und viel mehr körperliche Arbeit leisten. Sie sind einfach abgearbeiteter als wir heute.“, sagte Maria H. Das werde sich aber ändern und habe sich bereits geändert, was sich in der schon heute höheren Lebenserwartung zeigt, die alte Generationen in der Gegenwart haben.
Hier bestätigt sich die Theorie van Dyks und Lessenichs, die einen deutlichen Wandel des kranken, schwachen Alters zu einem jugendlich-aktiven und jüngeren Alter erkennbar macht. Die Generation der Mittfünfziger sieht diese Veränderung als realistisch an, auch wenn das übertriebene Altersbild wie es die Deka in ihrem Spot präsentiert in ihren Augen wenig Realitätszusammenhang besitzt. Ihrer Meinung nach müsse sich das Ausleben der veränderten Fähigkeiten im Alter in einem bestimmten Rahmen bewegen, der die Lebensphase Alter in ihren klassischen Grundzügen erhält und diese nicht verfremdet.
Laut van Dyk und Lessenich wird sich der Wandel des Altersbildes in Zukunft weiter vollziehen und das Altersbild noch grundlegender verändern. Dieser Annahme stimmten die Befragten nur bedingt zu, so möge der medizinische Fortschritt durchaus dazu beitragen, dass alte Menschen länger gesünder leben könnten, allerdings könne auch dadurch nicht jede altersbedingt auftretende Schwäche unterbunden werden. Des Weiteren kämen neue Probleme hinzu, die sich auch negativ auf die spätere Altersphase der heute Jungen auswirken könnten. „Vielleicht sind die heute jungen Generationen später wieder weniger fit, als wir es im Alter sein werden.“, sagte Maria H. Diese

Vermutung wurde dadurch begründet, dass die Jugend heutzutage unter ganz anderem Leistungsdruck stehe und völlig neue gesundheitliche Risiken – wie psychosomatische oder sich durch Resistenzen verbreitende Krankheiten – ihre körperliche Verfassung beeinträchtigen. Das könne dazu führen, dass sie später wieder in ihrer Gesundheit belastet würden und ihr Leben im Alter weniger genießen könnten als das bei ihrer Elterngeneration noch der Fall sei.
Allerdings sahen junge wie alte Menschen die Problematik des sozialen Aspekts, der Einsamkeit und Isolation als zentrale Schwierigkeit, die es sowohl heute als auch zukünftig zu überwinden gilt. Ein Geschehen, wie das, welches der Vodafone-Spot präsentiert, in dem junge und alte Menschen gemeinsam das Leben aller bereichern und soziale Isolation und Einsamkeit zusammen überwinden, wurde in den Interviews als ein seltener Idealfall bezeichnet, der wenig Umsetzung in der Realität finde. Das läge unter anderem an der mangelnden Zeit, die junge Menschen in ihren beschäftigten Leben hätten und daran, dass jeder zunehmend in seiner eigenen Blase lebe und nur selten den Blick darüber hinaus wage. In der heutigen Gesellschaft gehe jeder vermehrt seinen eigenen Weg, der Schritt, uneigennützig etwas für andere zu tun, sei selten. „Das sieht man schon allein daran, dass heute jeder in seinem Haus wohnt und es kein gemeinschaftliches Wohnen mehr gibt.“, sagte Maria H. um diese These zu unterstreichen. „Es fehlt an Gemeinschaft und gemeinschaftlichem Verhalten.“, fügte Gerd M. an. Hier spiele auch die räumliche Distanz, in der viele Familien heutzutage zueinander leben, eine tragende Rolle, denn sie mache gemeinsam gelebten Alltag schwierig.
Dabei ist es genau das, was Menschen nicht nur, aber vielleicht vor allem im Alter brauchen: das Gefühl von Gemeinschaft und gegenseitiger Unterstützung. Es sei jedoch schwierig, dies in die Tat umzusetzen und Menschen dazu zu bringen, sich aufeinander einzulassen. „Für die Jugend muss immer ein Nutzen erkennbar sein, von dem sie selbst profitieren.“, meinte Birgit K. und Moni W. warf ein, dass es aber auch schwierig sei, Alte dazu zu bewegen Zugeständnisse zu machen und Kompromisse einzugehen.

In den Interviews wurde deutlich, dass ein Leben im Alter auch heute noch unter anderen Umständen abläuft, als es die betrachteten Werbespots präsentieren, sich aber an moderne Gegebenheiten anpasst und alte Auffassungen weiterdenkt. Dabei kann die moderne Altersphase als aktives Leben bezeichnet werden, das sich in einem dem Alter entsprechenden Rahmen an persönlichen Fähigkeiten bewegt. Hier spielt vor allem der gesundheitliche Aspekt eine große Rolle und wird durch die soziale Ebene ergänzt. Letzterer wird eine besondere Bedeutung zuteil, die erst im Gespräch mit sich heute in der Altersphase befindlichen Personen in ihrer gesamten Tragweite zum Vorschein kommt.
Der Edeka-Spot verlagerte die Thematik des Alters in einen hoch-emotionalen Kontext, der nicht nur durch seine spezifische Darstellungsform der Handlung vor allem die älteren Generationen zu Tränen rührte. Die Geschichte nahm die alten Befragten sichtlich mit und es fiel ihnen schwer, die Distanz zur Thematik zu wahren. Auf die Frage, was sie an dem Gesehenen so emotional werden ließ, meinte die 81-Jährige Frieda H., dass sie sich gut in die Situation des alten Mannes hineinversetzen könne. „Jeder ist doch manchmal einsam, oder?“, fragte sie. Und sprach an, dass es schwer sei, im Alter noch soziale Kontakte zu wahren. „Man ist ja nicht mehr so mobil.“
Vor allem in ländlichen Gebieten sei man im Alter zunehmend auf andere angewiesen, aber der Kreis an Menschen, die für einen da sein könnten, werde zunehmend kleiner. Gleichaltrige leiden selbst unter der Altersphase und Junge gehen ihrem eigenen Alltag nach. Nur in Ausnahmefällen bleibt der Kern der Familie vor Ort bestehen und ermöglicht ein intergeneratives Zusammenleben, von dem alle Generationen profitieren.
In städtischen Gegenden tritt aber ein neues Problem in den Vordergrund, das es alten Menschen schwierig macht soziale Isolation zu überwinden. Anonymität und Schnelllebigkeit verhindern oft die Integration alter Menschen in den Alltag der Gemeinschaft. Luise M., 78 Jahre, beschrieb ihre Situation: „Es ist schon schwierig. Es hat ja niemand mehr Zeit.“ Sie fand für sich eine eigene Lösung und suchte den Kontakt zu ihrer Nachbarschaft. Dort ist sie inzwischen gut vernetzt und hat für fast jedes Problem

eine Ansprechperson, die ihr dabei hilft, dieses zu lösen. Im Gespräch stellte sie jedoch die Vermutung auf, dass wohl nicht alle alten Menschen dazu in der Lage seien, sich ein derartiges Netzwerk zu schaffen. „Ich rede eben gerne. Da kommt man leicht in Kontakt mit anderen."
Ihre Art der Problemlösung könnte vielen alten Menschen helfen, ist jedoch für die meisten schwierig umzusetzen. Einsamkeit und soziale Isolation, wie sie auch der Edeka-Spot thematisiert, stellen nach wie vor ein Problem für alte Menschen dar, das zu überwinden nicht nur Individuen, sondern die gesamte Gesellschaft vor eine große Hürde stellt.

Um den Weg zur Praxis zu ebnen, soll die praktische Forschung nun mit einem letzten Schritt abgeschlossen werden. Hier finden sich eine Zusammenfassung und eine Auswertung der gesammelten Ergebnisse, die unterschiedliche Altersbilder mit ihren Problematiken analysieren und Alter als einen Faktor für soziale Unsicherheiten exakt definieren.

3. Analyse und Auswertung: Soziale Sicherheit im Alter

Das Existieren unterschiedlicher Generationen trägt nach Silke van Dyk dazu bei, dass Stabilität und Sicherheit in einer Gesellschaft entstehen können. Ergänzt durch die Theorie von Norbert Elias, die Zusammenhänge und Interdependenzen zwischen Individuen als notwendige Funktionen für den Zusammenhalt einer Gemeinschaft sieht, kann so ein Gesamtkonstrukt errichtet werden, durch welches das Funktionieren des

Systems Gesellschaft – wie nach Niklas Luhmann definiert – garantiert. Soziale Kontakte werden dabei als Kapital gesehen, das Abhängigkeiten und Bindungen schafft. Diese Analysen aus der Theorie können in die praktische Forschung übertragen werden und zeigen dort die gesamte Bedeutung für die Gesellschaft. Denn durch zwischenmenschliche Beziehungen können in der Gemeinschaft Schwächen ausgeglichen werden, die zu Unsicherheiten und Instabilität in der Gesellschaft führen. Schwachstellen werden, übertragen in den sozialpolitischen Bereich, größtenteils in der älteren Generation gesehen. Diese Interpretation geht auf die klassischen Altersbilder zurück, die sich jedoch im Laufe der Zeit gewandelt haben. So ist Alter heute nicht mehr zwangsläufig mit einem schwachen und unter erschwerten Bedingungen stattfindenden Leben gleichzusetzen. Vielmehr haben sich Rahmenbedingungen für alternde Menschen in der heutigen Zeit stark verändert und so auch das Bild des Alters modernisiert. Altern findet heute unter anderen Gegebenheiten statt und bringt ganz neue Potenziale mit sich. Diese bewegen sich vornehmlich auf der gesundheitlichen Ebene, auf der sich eine deutliche Verbesserung der Situation alter Menschen abzeichnet. Ihnen geht es heute verhältnismäßig gut, sie sind im direkten Vergleich mit früheren Generationen der Alten deutlich fitter, gesünder und gebildeter und verfügen über weit mehr Möglichkeiten, ihr Leben im Alter zu gestalten. In Zukunft wird sich ein Großteil der Faktoren vermutlich noch weiter verbessern: Der medizinische Fortschritt erhöht die Lebenserwartung, der Zugang zu guter Bildung wird optimiert und schafft neue Optionen und Interessenfelder, die sich auch im Alter erweitern lassen, und als Konsequenz wird die Lebensqualität auch für Menschen älterer Generation deutlich angehoben.
Gleichzeitig verändern sich klassische Gesellschaftsstrukturen immer stärker und bringen auf anderer Ebene neue Bedingungen und Schwierigkeiten für das Alter mit sich. So wird die finanzielle Sicherheit alternder Menschen zu einem immer größeren Problem, das der Sozialstaat, wie er nach Stephan Lessenich definiert wurde, in seiner gegenwärtigen Struktur heute schon – und in der Zukunft noch viel mehr – nicht alleine stemmen kann. Trotz sich wandelnder Alters-

bilder, ist die Altersphase auch heute noch für viele Menschen gleichgesetzt mit Armut und persönlichen Einschränkungen. Vor allem für junge Menschen, die in der Zukunft eigentlich weit mehr Möglichkeiten haben werden, ihr Leben im Alter zu gestalten, wird die eigene Altersphase beispielsweise aufgrund demografischer Entwicklungen zu einem von Unsicherheiten geprägten Lebensabschnitt werden.
Es muss ein Umdenken stattfinden, eine Neuverhandlung des Lebens im Alter, auf politischer und gesellschaftlicher Ebene, um dieser Entwicklung entgegenzuwirken. Der Sozialstaat muss sein Versorgungsparadigma erweitern, um seiner Aufgabe, soziale Sicherheit für alle zu gewährleisten, nachkommen zu können und das Gleichgewicht in der Gesellschaft wiederherzustellen.
Dabei geht es aber nicht ausschließlich um den finanziellen und den gesundheitlichen Aspekte, da soziale Sicherheit in einem viel größeren Rahmen stattfindet. Dieser bezieht, wie auch in den Fokusinterviews deutlich wurde, für alle Generationen gleichermaßen auch die soziale Ebene mit ein, die in gesamtgesellschaftlicher Verantwortung liegt.
Die drei Faktoren ökonomisch, gesundheitlich und sozial stehen hier in einem engen Zusammenhang miteinander. Sie bedingen sich gegenseitig und können nur als Einheit optimal funktionieren. (Abb. 44) Das

Abb. 44

übergeordnete Ziel ist dann, ein Gesamtgleichgewicht herzustellen und als Resultat Sicherheit auf allen drei Ebenen zu ermöglichen.
Die Umsetzung dieses Gleichgewichts, das in einem sozial sicheren Status mündet, ist vor allem für alte Menschen schwierig. Sie leiden besonders unter sozialer Isolation und werden aufgrund ihrer vermeintlichen Schwächen aus der Gesellschaft ausgeschlossen. Dieses Phänomen beginnt häufig mit dem Austritt aus dem Berufsleben und versetzt die Betroffenen nach und nach in einen immer stärker ausgeprägten Unsicherheitsstatus, der sich vor allem im sozialen Bereich zeigt. Durch das Wegfallen der Beschäftigung werden aktive zu passiven Individuen, die keiner Aufgabe mehr nachgehen, um sich am Aufrechterhalten der gesellschaftlichen Strukturen zu beteiligen. Das hat einen starken Einfluss auf das Wertgefühl von aus dem Arbeitsleben ausgeschiedenen Individuen. So kann Beschäftigtsein dazu beitragen, den eigenen Wert über das Arbeitsleben hinaus zu erkennen, und „Rückhalt gegen die Unterstellung, überflüssig zu sein“ (van Dyk/Lessenich 2009: 73) geben. Nach der *Ethik des Beschäftigtseins*, wie sie auch van Dyk und Lessenich in ihrem Buch behandeln, trägt soziale Integration und „Aktivität zur Legitimität des Ruhestands bei“ (ebd.: 75) und wertet den Ruhestand auf. Das schützt alte Menschen vor altersbedingten Erscheinungen, wie auch dem Eintreten sozialer Unsicherheiten.
Veränderte Altersbilder, die alte Menschen als jugendlich aktive und leistungsstarke Individuen betrachten und ihnen eine bisher ungenutzte Quelle menschlichen Potenzials zuschreiben, könnten hier eine Chance sein, die zur Lösung des Problems gesellschaftlicher Ungleichgewichte beitragen kann. Auf das Missverhältnis zwischen oft zwanghafter Passivität und sozialpolitischer Problematik, die parallel in der heutigen Gesellschaft existieren, soll im späteren Verlauf der Arbeit eingegangen werden.
An diesem Punkt ist festzuhalten, dass die soziale Ebene auf dem Weg zur sozialen Sicherheit die wohl am meisten unterschätzte darstellt.
Sie ist aber von großer Bedeutung für Menschen unterschiedlicher Generationen und birgt großes Potenzial für das Finden einer Lösung gesellschaftlicher Probleme. Zugleich ist ihr Einfluss auf die ökonomi-

schen und gesundheitlichen Bereiche enorm und eröffnet einen meist unbeachteten Kontext. Denn ein Mensch, der einsam und isoliert ohne soziale Kontakte nach außen lebt, der sein eigenes Wertgefühl verloren hat und seine Daseinsberechtigung in der Gesellschaft anzweifelt, wird schwächer und damit anfälliger auch für gesundheitliche Probleme. Darauf folgen im schlimmsten Fall finanzielle Schwierigkeiten, die eine soziale Wiedereingliederung erschweren. Ein Kreislauf, dessen Ergebnis der Verlust von sozialer Sicherheit ist, in dem nicht nur alte Menschen gefangen sind und der sich auf das gesamtgesellschaftliche Gleichgewicht auswirkt. (Abb. 45) Dieser Umstand, muss dringend geändert werden, vor allem da Alterssicherung ein immer größer werdendes Problem ist, das nicht nur die Generation der heute Alten sondern – und das vermutlich noch viel mehr – die der in der Zukunft Alten, also heute Jungen betrifft.
Alter wird auch aus der Sicht moderner Altersbilder als großes soziales Risiko angesehen und muss, trotz veränderter Umstände und Individualpotenziale, als solches ernstgenommen werden. Denn die neuen Bedingungen, unter denen Alter heute stattfindet, wirken sich auch auf die soziale Sicherheit in der späten Lebensphase aus. Das verlangt danach, die Problematik unter neuen Gesichtspunkten zu betrachten, auf gesellschaftlicher und politischer Ebene. Die soziale Ebene spielt dabei eine wichtige Rolle und so kann soziale Integration und das Bekämpfen der Einsamkeitsproblematik ein Ansatz sein, um Unsicherheiten zu überwinden und eine gesamtgesellschaftliche Lösung zu finden.

Nach dem Fixieren gegenwärtiger Altersbilder und der Analyse und Aufschlüsselung verschiedener Problemstellen, kann nun der Weg zur Praxis begonnen, können die Ergebnisse zielgerichtet interpretiert und auf ihre Potenziale hin untersucht und der Ansatz der sozialen Integration als Lösung gesellschaftlicher Probleme im Bereich der Alterssicherung näher betrachtet werden.

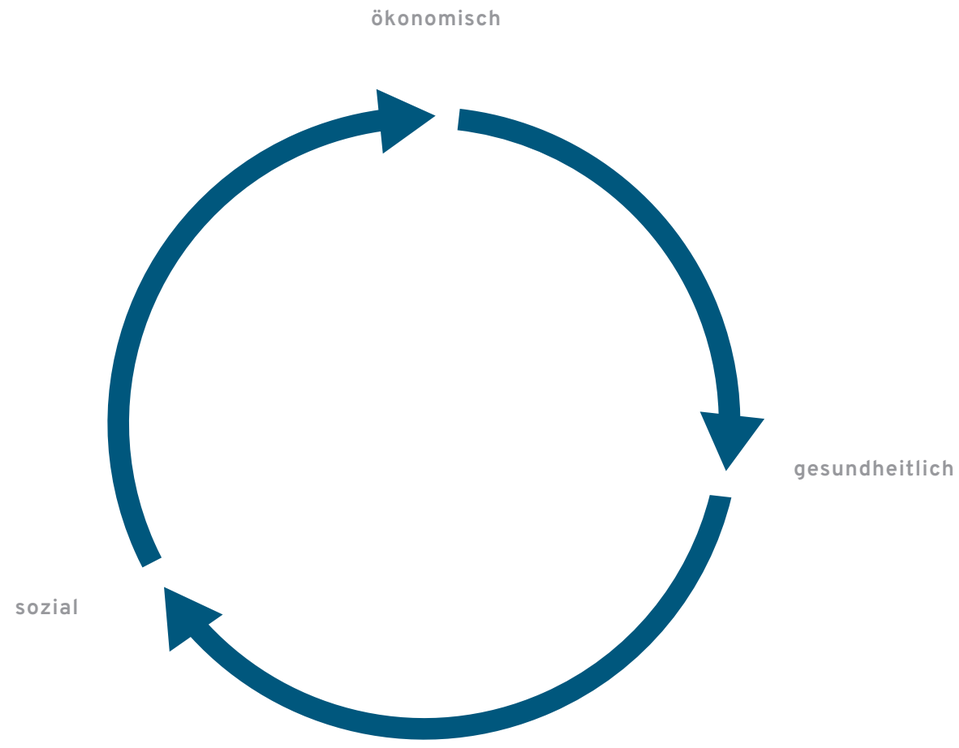


Abb. 45

III. Weg zur Praxis: Soziale Sicherheit im Alter

Wie kann soziale Sicherheit im Alter gewährleistet werden? Welche gesellschaftlichen Problematiken gibt es auf dem Weg dorthin und wie ist ihnen entgegenzuwirken? Wie hat sich die Rolle alter Menschen bei der Aufgabe, soziale Sicherheit für alle zu schaffen, verändert? Und wo muss ein neues Konzept zur Alterssicherung ansetzen, um erfolgreich und zukunftsgerichtet die Problematik nachhaltig zu verbessern? Nach der theoretischen und der praktischen Forschungsarbeit, die ein komplexes Bild des Alters als soziales Risiko aufgezeichnet und es in einen sozialstaatlichen Kontext gesetzt haben, soll im nächsten Schritt der Weg zur praktischen Projektarbeit begonnen werden. Dafür werden bisher analysierte Problematiken konkretisiert, durch theoretische Forschung erweitert und im Hinblick auf die Umsetzung der Praxis als Ansatzpunkte fixiert, auf deren Basis schlussendlich die Konzeption und Realisierung des Projekts stattfinden können.

1. Alterssicherung als gesamtgesellschaftliche Aufgabe

Einen Zustand der sozialen Sicherheit für alle Bürger herzustellen ist die oberste Aufgabe des Sozialstaats. Um ihr nachzukommen, werden soziale Risiken getrennt voneinander behandelt und wird ihnen auf unterschiedlichen Wegen vorgebeugt und entgegengewirkt. Dabei nimmt das Risiko des Alters eine besondere Rolle ein: Denn aufgrund der ihm eigenen Merkmale, die vor allem in der heutigen Zeit in veränderter Weise in Erscheinung treten, fällt seine Bearbeitbarkeit inzwischen in neue Verantwortlichkeitsbereiche. War früher die Thematik der Alterssicherung allein durch staatliche Programme abgegolten, so müssen heute auch die Gesellschaft als Ganzes und alle Individuen zur Mitverantwortung gezogen und sie mit der Beteiligung an der Umsetzung betraut werden.
Der Aufgabe, soziale Sicherheit im Alter herzustellen und auch zukünftige Generationen von Alten vor Unsicherheiten zu bewahren, muss sich dabei bereits in der Gegenwart unter neuen Umständen und einem erweiterten Blickwinkel angenommen werden. Schlussfolgernd gilt sie heute als gesamtgesellschaftliche Herausforderung, die insbesondere vor dem Hintergrund der aktuellen Tragweite der Bearbeitbarkeit des Risikofaktors Alter in einem neuen Rahmen wahrgenommen werden muss. So bieten veränderte Umstände und Bedingungen, unter denen Alter derzeit stattfindet, einen breiteren Handlungsspielraum, der sich besonders durch die Möglichkeiten des Aktivwerdens von Seiten der Gesellschaft und alter Menschen selbst auszeichnet.
Dabei können diese neuen Perspektiven nicht nur als optionale Erweiterungen angesehen werden, die lediglich auf freiwilliger Basis Umsetzung finden sollen, sondern muss man sie als Aufforderung zu tatsächlichem Tätigwerden verstehen. Denn gesellschaftliche Veränderungen, die bereits in der Gegenwart zu Unsicherheiten und Problemen führen und sich in der Zukunft noch weiter als solche etablieren werden, wirken sich nicht nur negativ auf einzelne Individuen aus, sondern

beeinflussen das Gesamtgefüge der Gesellschaft auf eine Art und Weise, die das Konstrukt des Systems wanken lässt. So werden schwache Glieder, die im Zusammenhang mit der Thematik der Alterssicherung nach klassischer Auffassung oft mit den älteren Generationen gleichgesetzt werden, aufgrund ihrer ihnen durch stereotypische Denkmuster zugeschriebenen nachteiligen Eigenschaften aus der Gesellschaft ausgeschlossen und wird ihnen eine außenstehende und unbeteiligte Position zugewiesen, die dem Funktionieren des Systems Gesellschaft entgegenwirkt. Wie nach den Theorien Luhmanns und Elias' analysiert, basiert dieses auf der Existenz vieler Teilsysteme, die alle eigene Rollen und Aufgaben im Gefüge einnehmen und diese zum Zweck der Aufrechterhaltung der Funktion auch erfüllen müssen.
Soziale Stabilität kann demnach erst dann entstehen, wenn alle gesellschaftlichen Teilsysteme gleichermaßen in den Zustand der sozialen Sicherheit integriert sind. Dieser Zustand lässt sich nur in gesamtgesellschaftlicher Zusammenarbeit herstellen. (Abb. 46) Nach der bisherigen theoretischen und praktischen Forschungsarbeit kann festgehalten werden, dass die Wege zur Herstellung sozialer Sicherheit vor allem auch für ältere Generationen dabei weit über den Aufgabenbereich des Sozialstaats, den damit verbundenen Solidaritätsgedanken und die finanzielle Ebene hinausgehen. Hier finden sich neue Möglichkeiten und Gegenwirkungen, welche bei der Lösung der sozialen Problematiken helfen können.

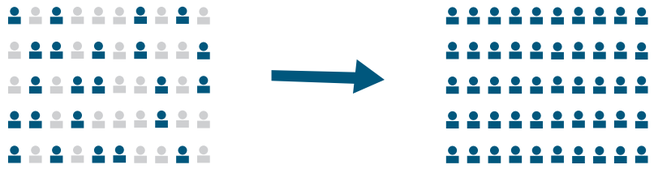


Abb. 46

1.1 Soziale Problematiken und mögliche Gegenwirkungen

Die Beschäftigung mit den Altersstrukturen einer Gesellschaft und den damit einhergehenden Problemen geht bis in die Anfänge des 19. Jahrhunderts zurück, als erstmals „die Altersstruktur nach ihrem ökonomischen ‚Wert' für die Gesellschaft" (Ehmer, zit. nach van Dyk 2015: 88) untersucht wurde. Dabei ging es damals jedoch zunächst um die als „unproduktiv" (van Dyk 2015: 88) bezeichneten Kinder, bis sich die Diskussion Ende des 19. Jahrhunderts auf die Bewertung älterer Menschen verlagerte. Erst dann entwickelte sich die Betrachtung älterer Generationen als eigene Bevölkerungsgruppe, auch wenn ihr Anteil an der Gesamtbevölkerung damals aus heutiger Sicht vergleichsweise gering war. (Vgl. ebd.: 88)
Es folgte eine Zeit, in der Alter und der Prozess des Alterns erstmals als Problematik konstatiert und als Ursprung von Unsicherheiten betrachtet wurde. Im Nationalsozialismus setzte sich diese Interpretation in den Köpfen der Menschen fest und fand dramatische Ausprägung in der Auffassung, dass durch Alterung die eigene „Rasse" (ebd.: 88) gefährdet werde. Im weiteren Verlauf trat die Thematik der überalternden Gesellschaft in den Vordergrund und das Demografieproblem kam zur Sprache. Beide sind bis heute im sozialpolitischen Diskurs etabliert.
Dabei wurde schon den 1970er Jahren ein finanzieller „Zusammenbruch der Alterssicherungssysteme" (ebd.: 89) ausgehend von gesellschaftlicher Alterung vorhergesagt. (Vgl. ebd.: 88f.)
Es ist eine Tatsache, die nicht bestritten werden kann, dass ein „genereller Trend der Alterung" (ebd.: 89) der Gesellschaft existiert. Bis 2050 wird der Anteil der Über-65-Jährigen voraussichtlich bei 30 Prozent liegen. (Vgl. ebd.: 89) (Abb. 47)
Das Demografieproblem trägt in bedeutendem Ausmaß dazu bei, dass Instabilität und Unsicherheit in der Gesellschaft entstehen und Ungleichgewichte herrschen. Jung und Alt werden dabei oftmals in einen negativen Kontext zueinander gesetzt und Alter als Ursprung der

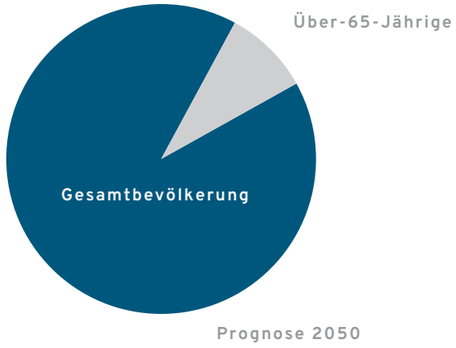


Abb. 47

Problematik angesehen. So stehen „überversorgte[n], die gesellschaftliche Innovationskraft zersetzende[n] Alte[n] [...] unter der Altlast gebeutelten Jungen" (ebd.: 94) gegenüber. Ein Generationenkonflikt entsteht, der das ohnehin schon erschütterte gesamtgesellschaftliche Gleichgewicht weiter aus der Balance bringt.
Vor allem aus der Perspektive der jungen Generationen wird dies zu einem erbittert ausgetragenen Diskurs, der unterschiedliche Thesen mit einbezieht. So ist die Tatsache des wachsenden Anteils alter Menschen an der Bevölkerungszahl und der dadurch entstehenden Probleme und Instabilitäten unumstritten und führt dazu, dass die Jungen den Alten vorwerfen, einen Sozialstaat entwickelt zu haben, der sich ausschließlich um ihre eigenen Interessen kümmere und die der jungen Generation vernachlässige. Dies lässt Oppositionen entstehen, die entgegen der gesellschaftlichen Einheitsidee agieren und existierende Konflikte und Schwierigkeiten weiter vertiefen. (Vgl. ebd.: 94)

All diese Annahmen gründen auf klassischen Altersstereotypen, die Alter als äquivalent zu Schwäche, Armut und Passivität interpretieren und neue Gegebenheiten außen vor lassen. Die Erarbeitung neuer Altersbilder in Empirie und Theorie und die Untersuchung tatsächlich existierender Altersphänomene hat ergeben, dass ein Großteil der Vorurteile und Stereotype schon heute veraltet ist, nur noch wenig Realitätsanspruch besitzt und in der Zukunft noch mehr widerlegt werden muss. So findet Alter heute unter veränderten Bedingungen statt, die alte Menschen in völlig neue Positionen bringen. Diese grenzen sich durch Aktivität und Stärke von ursprünglichen Interpretationen ab und schaffen nicht nur neue Möglichkeiten für Individuen, sondern auch erweiterte Bedingungen, unter denen das Problem der Alterssicherung und der Generationenungerechtigkeit gelöst werden könnte. Demzufolge können – anders als bisher – auch alte Menschen mit ihren veränderten Lebensumständen ihre Verantwortlichkeit zur Eigengestaltung ihrer Altersphase und die Aufgabe, sich eigenständig in die Gesellschaft einzubringen, wahrnehmen und diese Möglichkeit nutzen. Jedoch muss bedacht werden, dass alte Rollenbilder, die bis heute in der Gesellschaft präsent und dort verankert sind, das Nutzen neuer Potenziale oftmals verhindern und sich an klassischen Strukturen orientieren, die für das Aufkommen verbreiteter Problematiken und Ungleichgewichte erst mit verantwortlich sind.
Das Überwinden von Stereotypen und die Neuverhandlung der Potenziale unterschiedlicher Gesellschaftsgruppen ist also unumgänglich, um eine gemeinsame Lösung für das Problem der Instabilität und Generationenungerechtigkeit zu finden. Es muss unter modernisiertem Blickwinkel eine Neuverhandlung der Rollen einzelner gesellschaftlicher Teilsysteme stattfinden, die veränderte Bedingungen und neue Fähigkeiten berücksichtigt und den Weg zu entsprechendem Tätigwerden ermöglicht. Auch der Sozialstaat muss an diese Idee anknüpfen und sein Konzept des Versorgungsstaats umdenken und weiterentwickeln.

1.2 Vom Versorgungs- zum Aufforderungsparadigma

Eine Neuverhandlung der Altersthematik geht mit der neuen Interpretation des Altersbildes einher. Sie lässt sich in der Vorstellung zusammenfassen, dass Alte inzwischen nicht nur zunehmend älter, sondern gleichzeitig körperlich immer jünger beziehungsweise fitter werden.
Die kalendarische Alterung der Gesellschaft, welche in einem Demografieproblem mündet, steht dabei als Kontrast zu der sozialen und biologischen Verjüngung des Alters. So kann letztere dabei helfen, die Probleme des demografischen Wandels in „bewältigbare Herausforderungen“ (van Dyk 2015: 97) zu übersetzen, indem eine Bereitschaft der Älteren gefordert wird, sich daran zu beteiligen, den Generationenvertrag, auf dem das Konzept der Alterssicherung basiert, zu sichern und die Ungleichgewichte, welche dort derzeit existieren, abzumildern.
Das bringt neue sozialpolitische Möglichkeiten mit sich, die sich vor allem durch die „Entdeckung der Aktivierbarkeit des Alters“ (van Dyk 2015: 97) eröffnet haben und die heutigen Generationen alter Menschen als gesunde, gebildete und ressourcen- und finanzstarke Individuen mit neuen Aufgaben betrauen. Die „gesellschaftliche ‚Alterslast’ [kann demnach] durch ein aktives Alter(n)“ (ebd.: 97) wettgemacht werden. Entsprechend des Solidaritätsgedankens wird hier sogar eine Pflicht auch für ältere Menschen gesehen, im Rahmen ihrer individuellen Möglichkeiten und auf verantwortungsvolle Art und Weise ihre vorhandenen Ressourcen für die Gemeinschaft einzusetzen. (Vgl. ebd.: 97f.)
Dieser Gedanke nimmt Bezug auf die Theorie Stephan Lessenichs, die den Begriff des aktivierenden Sozialstaats thematisiert. Demzufolge werden Individuen aus ihrer passiven Rolle als reine Leistungsempfänger, die sie bisher im Kontext des Sozialstaats als Versorgungsstaat innehatten, in eine aktive Position befördert, die sie zur Eigenverantwortung zieht und zum Handeln auffordert (Abb. 48). Ein Abwenden von dem bisherigen Versorgungs- hin zu einem Aufforderungsparadigma (vgl. ebd.: 102), das „vermeintliche Passivbürger_innen [...] durch „Erziehung zu Marktlich-

Abb. 48

keit“ (Lessenich 2012: 60) zu funktionsfähigen (Arbeitsmarkt-)Subjekten“ (ebd.: 102) macht und sie zu „Engagement, Selbst- und Mitverantwortung“ (ebd.: 102) aufruft, um Versorgungslücken im System zur Herstellung sozialer Sicherheit zu füllen. (Vgl. ebd.: 102)
Lessenich beschreibt dabei die Rolle des aktivierenden Sozialstaats als die einer Erziehungsagentur und betrachtet diese in seinem Artikel *Der Sozialstaat als Erziehungsagentur* für die Bundeszentrale für politische Bildung aus dem Jahr 2012 auf kritische Art und Weise. Dort beschreibt er die Aktivierung von Individuen als eine „selbstverständliche Auf- und Anforderung an jeden Einzelnen“ (Lessenich 2012: 8) die Grenzen inhaltlicher und zeitlicher Art aufzuheben. „Produktive Lebenszeit“ (ebd.: 8) wird demzufolge erweitert und individuelles Handeln an seiner Wirtschaftlichkeit und Rentabilität gemessen. (Vgl. ebd.: 4f.) Es findet die *Erziehung zur Marktlichkeit* statt, die vom Einzelnen verlangt sich sozial zu verhalten und durch das eigene Handeln im Sinne des Kapitalismus bereit für „‚mikropolitische[n]‘ Verantwortungsübernahme für das Gemeinwohl“ (ebd.: 8) zu sein. Die Wohlfahrtsidee des Sozialstaats hat sich zu einem „Wohlfahrtskapitalismus“ (ebd.: 6) gewandelt.
Ein Schritt, der mit Vorsicht zu betrachten ist und dessen Umsetzung in der Realität kontrolliert ablaufen muss. So sind die Rahmenbedingungen, in denen eine Aktivierung über inhaltliche und zeitliche Grenzen hinweg stattfinden kann, vom äußeren sozialen Alltagsgeschehen abhängig und müssen individuell betrachtet werden, um Einzelne davor

zu bewahren unter sozialpolitischem Erwartungsdruck zu leiden, den sie nach ihren persönlichen Fähigkeiten nicht erfüllen können.
Dies ist eine negative Sichtweise, der eine positive Interpretation gegenübersteht, nach der das „erweiterte[s] Aktivitätskonzept“ (van Dyk/Lessenich 2009: 30) im Rahmen der „Ethik des Beschäftigtseins“ (ebd.: 69) in einer doppelten Rolle steht, in der es dazu beitragen kann, die Idee der sozialen Sicherheit auch auf psychologischer Ebene umzusetzen. So ist die Vorstellung, den eigenen Wert an der persönlichen Produktivität zu messen und somit eine Daseinsberechtigung zu erlangen oder sie auch über die Arbeitsphase hinaus zu bewahren, fest in den Köpfen der Menschen verankert. Dies wurde auch in den Gesprächen mit alternden und alten Menschen im Rahmen der Fokusinterviews deutlich und wird in der theoretischen Forschung bestätigt: „In Gesprächen über den Ruhstand kommt man immer wieder an den Punkt, an dem jemand unterstreicht, wie wichtig es ist, beschäftigt zu sein“ (ebd.: 69). Die Aktivierung und Wiederinpflichtnahme alter Menschen im Ruhestand wirkt in diesem Sinne und macht in einem weiteren Schritt Alter zu einem für die Gesellschaft äußerst wertvollen Gut (vgl. ebd.: 35).
Die Lösung sozialpolitischer Probleme kann durch einen Übergang aus dem passiven Lebensstil alter Menschen in eine in verantwortungsvollem Rahmen stattfindende aktiven Gestaltung der Lebensphase Alter unterstützt werden. Dabei muss im Hinblick auf die gesellschaftlichen Instabilitäten der heutigen Zeit eine Abkehr von der reinen Versorgungshin zur Aufforderungspolitik erfolgen, die Individuen jeden Alters zur Verantwortung zieht, sich für ihr eigenes Wohl und das Wohl der Gesamtgesellschaft in die Gemeinschaft zu integrieren. Alter als ein bearbeitbares Risiko bietet einen Handlungsspielraum, in dem Individuen agieren und zu einer Verbesserung der individuellen und kollektiven Situation beitragen können.

1.3 Individuelle und kollektive Verantwortlichkeiten

Gesellschaftliche Ungleichgewichte, Instabilitäten und soziale Unstimmigkeiten sind durch ein Missverhältnis aus zwanghafter Passivität alter Menschen und sozialpolitischer Problematik entstanden. Die neue Rolle alter Menschen im Gesamtgefüge der Gesellschaft, die sie im Rahmen ihrer Aktivierbarkeit einnehmen können oder sogar müssen, kann hier einen Lösungsansatz bieten. Eine Umsetzung und Realisierung dessen ist notwendig, um instabile Verhältnisse wieder in eine Balance zu bringen und alle gleichermaßen in den Zustand der sozialen Sicherheit zu integrieren. Die Bearbeitbarkeit des Risikofaktors Alter liegt dabei zu einem Großteil in individueller Verantwortlichkeit. Der Schritt von der Passivität zur Aktivität, den alte Menschen schon in der Gegenwart eigenverantwortlich gehen sollen, muss dabei jedoch durch kollektive Zusammenarbeit unterstützt werden. Denn im Rahmen des Solidaritätsgedankens kann die Umsetzung der Aktivierbarkeit des Alters nur in der Gemeinschaft funktionieren und erst in einer Zusammenarbeit aller Generationen zu einem positiven Ergebnis beitragen.
So ist eine aktive Wechselbeziehung zwischen junger und alter Generation, die auf individuellen Potenzialen und Möglichkeiten verschiedener Altersgruppen aufbaut und diese integriert, notwendig und individuelles sowie kollektives Tätigwerden erforderlich, um den Sozialstaat in seiner Aufgabe soziale Sicherheit für alle zu gewährleisten zu unterstützen. Dafür müssen Generationen aufeinander zugehen und ihren Streit und die Diskussion um die Generationengerechtigkeit gemeinsam beilegen. Auf diese Weise kann eine Basis für ein funktionierendes System zur Herstellung von sozialer Sicherheit für alle entstehen.
Die veränderten Auffassungen und Bilder von unterschiedlichen Altersgruppen spielen dabei eine wichtige Rolle und müssen im Rahmen ihres Wahrheitsgehalts in der Öffentlichkeit angenommen werden. Veraltete Denkmuster und Stereotype, die bisher ein Umsetzen neuer Strukturen verhindern, müssen überdacht und abgelegt werden, um

eine Verbesserung der Gesamtsituation zu erreichen. Dies liegt sowohl in individueller als auch in kollektiver Verantwortung.
Ein Konzept, das sich der Thematik der sozialen Sicherheit im Alter annimmt, muss hier ansetzen und gesellschaftliche Unstimmigkeiten und Missverständnisse zu lösen versuchen. Das Beseitigen und Widerlegen negativer Vorurteile, die zwischen Generationen existieren, kann dafür eine Grundlage bilden. Dabei muss jeder Einzelne ebenso wie die Gesamtgesellschaft zur Verantwortung gezogen und gleichermaßen in das Konzept integriert werden.
Auf dem Weg zur Umsetzung der praktischen Arbeit, setzt ein Entwurf an gesellschaftlichen Hürden und Schwierigkeiten an, die es zu bewältigen gilt. Diese sollen im Folgenden erarbeitet, analysiert und als konzeptionelle Ansatzpunkte definiert und fixiert werden.

2. Gesellschaftliche Hürden als konzeptionelle Ansatzpunkte

Negative Altersbilder bestimmen nach wie vor die Sichtweisen der Gesellschaft und ihren Umgang mit der Thematik des Alters. Dabei wird die Altersphase vor allem mit Problemen verbunden, die jedoch als sozial-, arbeitsmarkt- und gesundheitspolitisch erzeugt angesehen werden können (vgl. van Dyk 2015: 52). So ist der negative Blick darauf als „gesellschaftliche[r] Mechanismus [zu betrachten], durch den Verhalten, Machtverteilungen und Lebenschancen im Lebenslauf reguliert werden“ (ebd.: 45f.). Die Verrentung kann man demnach als eine Art „Zwangspassivierung und erzwungene Ausgliederung“ (ebd.: 53) verstehen, die Individuen aus der Gemeinschaft ausschließt und sie an den Rand der Gesellschaft befördert.

Diese Interpretation steht – wie bereits beschrieben – der modernen Auffassung entgegen, nach welcher die Rente heute nicht mehr als Einladung und Aufforderung zum passiven Lebensstil gilt, sondern vielmehr als Möglichkeit für eigenverantwortliche Beteiligung am gesellschaftlichen Leben. Eine Sichtweise, die allmählich in der Öffentlichkeit ankommt und von ihr adaptiert wird.
So sehen heute sowohl alte als auch junge Menschen neue Möglichkeiten zur Lebensgestaltung im Alter, die sich durch erweiterte Aktivität und eine der Gemeinschaft zugute kommende Beteiligung am gesellschaftlichen Leben auszeichnen können. Dies findet sich bereits in aktuellen Altersbildern wieder, wie sie auch in den Medien aufgegriffen und dort vertieft werden. Dennoch scheint eine Umsetzung dieses Bildes in der Praxis schwierig zu sein und vor einigen unüberwindbaren Hürden gegenüberzustehen. So wird alten Menschen eine aktive Eingliederung in die Gemeinschaft oftmals verwehrt und ihnen nach wie vor eine schwache und passive Position zugewiesen, die zu überwinden nur in der Gemeinschaft möglich wäre.
Diese Tatsache bringt nicht nur die alten Generationen in Schwierigkeiten, sondern lässt die Ungleichgewichte und Ungerechtigkeiten entstehen lässt, unter denen auch die jungen Generationen leiden. Die Jungen fühlen sich ungerecht behandelt und werfen den Alten vor, sich in ihrer passiven Rolle auszuruhen und den Sozialstaat zu ihren Gunsten auszunutzen.
Diese Reaktion wird durch den Umstand verstärkt, dass alte Menschen auch heute schon in der Lage wären ihre bisher ungenutzten Potenziale zu nutzen, die sie nach dem Ausscheiden aus dem Arbeitsleben weiterhin haben und die sie in der Rente ausbauen und neu orientieren können, dies allerdings nur selten in die Tat umsetzen. Ein Fakt, der vor allem die jungen Generationen in ihrer negativen Auffassung zu bestätigen scheint, was allerdings wenig dazu beiträgt, die Problematik zu lösen und Missverständnisse zwischen den Generationen aufzuklären. So sind viele alte Menschen durchaus bereit, ihre Fähigkeiten und Ressourcen der Gemeinschaft zur Verfügung zu stellen, werden jedoch aufgrund klassischer Denkmuster und negativer Begegnungen

nicht ernst genommen und an der tatsächlichen Umsetzung ihrer Bereitschaft gehindert. Diesen Kreislauf, in dem alle Generationen gefangen sind, gilt es zu durchbrechen.
Hinzu kommt, dass vor allem der soziale Aspekt, der für Menschen Sicherheit schafft, durch den Ausschluss aus der Gemeinschaft und die Unstimmigkeiten in der Gesellschaft wegbricht. Ein Aspekt, der – wie in der praktischen Forschung erarbeitet – als unvergleichlich wichtig und essentiell für ein sozial abgesichertes Leben verstanden werden kann. So ist soziale Integration aus Sicht alter Menschen ein wesentlicher Baustein in der Aufgabe soziale Sicherheit im Alter zu schaffen.
Dafür ist ein Zusammenwirken unterschiedlicher Generationen notwendig, die in einer Einheit agieren und als Ergebnis eine gut funktionierende Gemeinschaft entstehen lassen, welche die Gesellschaft und das System der sozialen Sicherheit stabilisiert. Die empirische Forschung hat gezeigt, dass eine hohe Bereitschaft sowohl auf Seiten der Alten als auch der Jungen existiert, die ein Realisieren sozialer Integration aller möglich macht.
Auf der Basis der bisherigen Forschungsergebnisse entsteht nun die Frage danach, wie eine Gesellschaft entstehen kann, die soziale Integration – unabhängig von persönlichem und finanziellem Hintergrund – über Generationengrenzen hinweg ermöglicht, auf eine Art und Weise, die einen allgemeinen sozialen Wert entstehen lässt, die Gesellschaft stabilisiert und den Sozialstaat dabei unterstützt soziale Sicherheit für alle zu gewährleisten. Mit dem Blick auf den sozialen Faktor und die Bereiche der finanziellen und gesundheitlichen Ebenen außen vor lassend, bildet diese Fragestellung eine fundierte Basis für die praktische Projektarbeit. Von ihr ausgehend soll nun die Phase der Konzeption begonnen werden.

3. Konzeption einer neuen Sicherheitsidee

Soziale Integration aller bietet eine Grundlage, auf der das Erreichen eines Zustands der sozialen Sicherheit, in den alle eingebunden sind, ermöglicht werden kann. Eine Gesellschaft, in der ein jeder Einzelne seinen individuellen Beitrag leistet und sich entsprechend seiner Fähigkeiten an der Umsetzung der Aufgabe beteiligt, ist die Basis dafür. Soziale Problematiken und Hürden zwischenmenschlicher Art tragen jedoch dazu bei, der Lösung des Absicherungsproblems auf sozialer Ebene entgegenzuwirken und diese zu verhindern.
Soziale Sicherheit findet dabei auf unterschiedlichen Stufen statt, die sich alle gegenseitig bedingen und in einem engen Kontext zueinander stehen. Finanzielle, gesundheitliche und soziale Voraussetzungen müssen gegeben sein, um einen Status der sozialen Sicherheit zu erlangen.
Hier spielt – vor allem vor dem Hintergrund versorgungspolitischer Probleme – die soziale Ebene eine fundamental wichtige Rolle.
Die Konzeption einer neuen Sicherheitsidee kann an diesem Punkt ansetzen und eine ergänzende Funktion bieten, die in einem Zusammenspiel mit sozialpolitischer Absicherung von Seiten des Sozialstaats ein zusätzliches Element schafft, das auf dem Weg zur Umsetzung der gesamtgesellschaftlichen Sicherheit eine unterstützende Rolle einnimmt. Hier muss eine Beteiligung der Gesellschaft und jedes Einzelnen im kollektiven wie individuellen Sinne stattfinden, die über Generationengrenzen hinweg geschieht, um Stabilität und Sicherheit wiederherzustellen und eine Einheitsidee der Gemeinschaft zu realisieren.
Die Entwicklung eines Konzeptansatzes, welcher die Umsetzung einer neuen Sicherheitsidee im Bereich des Sozialen unterstützen kann, setzt an gesellschaftlichen Hürden an und entwirft Lösungsansätze, die dabei helfen können, die Schwierigkeiten zu überwinden.

3.1 Intergenerativer Kontakt als Lösungsansatz

Als Ausgangspunkt kann die Verbesserung des durch die Diskussion um die Generationenungerechtigkeit entstandenen gestörten Verhältnisses zwischen Jung und Alt fixiert werden. So haben sich über die Zeit hinweg Generationen voneinander entfernt und leben heute isoliert voneinander in eigenen oft wenig kompatiblen Umfeldern, die nur selten miteinander in Berührung kommen.
Schnelllebigkeit und Leistungsorientierung in der Alltagsgestaltung junger Menschen stehen dem Leben in Entschleunigung und erzwungener Passivität der Alten gegenüber. Dabei sind letztere fähig und oft auch willig, ihren unbeteiligten Zustand zu überwinden und mit der jungen Generation in Kontakt zu treten.
Ein solcher Kontakt ist notwendig, um die Entstehung einer Einheit in der Gesellschaft zu unterstützen. Es muss eine Basis errichtet werden, auf der ein intergenerativer Austausch stattfinden kann und der unterschiedliche Generationen mit ihren spezifischen Lebensweisen und individuellen Möglichkeiten zusammenführt.
Diese Basis muss diverse Bedürfnisse erfüllen können und alte wie junge Menschen auf eine Augenhöhe stellen. Nur so können Kontakte entstehen, von denen alle profitieren und die in der Folge dabei helfen, ein gesamtgesellschaftliches Zusammenleben zu ermöglichen, in das alle integriert sind. (Abb. 49)

Abb. 49

3.2 Durch Reaktivierung zur Reintegration

Die Schaffung eines Rahmens für intergenerativen Kontakt bildet das Fundament, auf dem ein Konzept zur Alterssicherung auf sozialer Ebene aufbauen kann. Dabei reicht reiner Austausch zwischen Generationen nicht aus, sondern muss auf ein neues Level gehoben werden.
An diesem Punkt kommt die Aktivitätsthese ins Spiel, die Möglichkeiten der Aktivierbarkeit alter Menschen eröffnet.
Demnach kann im nächsten Schritt nach dem Herstellen einer Kontaktmöglichkeit die Zurverfügungstellung bisher ungenutzter Potenziale und Ressourcen erfolgen. Intergenerativer Kontakt erhält durch die Möglichkeit der Nutzung dieser Potenziale eine neue Bedeutung, die sozialen Mehrwert für alle Beteiligten mit sich bringt. So können junge Menschen von den Fähigkeiten der Alten profitieren, von ihnen lernen und sie mit Aufgaben betrauen, die sie selbst aus diversen Gründen nicht übernehmen können. Gleichzeitig können Alte ihren Horizont erweitern und Einblicke in das Lebensumfeld junger Generationen erhalten. Sie werden zu einem wichtigen Teil der Gesellschaft, der Ressourcenlücken schließen und Handlungsfelder erweitern kann.
Die Umsetzung der Reaktivierung erhält außerdem durch den Faktor des Wertschätzungsgedanken eine erweiterte Bedeutung. Nach der Ethik des Beschäftigtseins messen Individuen ihren persönlichen Wert an der Teilhabe am gesellschaftlichen Leben und der Nützlichkeit ihres eigenen Tuns. Dies kann man als Gebrauchtwerdengefühl bezeichnen, das auf emotionaler Ebene eine soziale Absicherung unterstützt.
Die Reaktivierung alter Menschen trägt zu einem großen Teil dazu bei, sie in das Gesamtgefüge zu reintegrieren. Ein Schritt, der die Gesellschaft einer Einheit näher bringt und dazu beiträgt, soziale Sicherheit neu zu definieren und diesen Zustand gemeinsam umzusetzen. (Abb. 50)

Abb. 50

3.3 Akzeptanz und Wertschätzung

Es ist eine unbestreitbare Tatsache, dass der Wert von Individuen in kapitalistischen Gesellschaften an ihrer Wirtschaftlichkeit gemessen wird.
Dem muss jedoch eine neue Tragweite zugewiesen werden, welche diese Wertschätzung auf einer psychologischen Ebene fortsetzt.
So schafft der Übergang schwächerer und aus dem Arbeitsleben ausgeschiedener Personen von ihrer passiven Position in eine ihrem Alter und den persönlichen Fähigkeiten entsprechende aktive Rolle eine Basis für neue Wertschätzung und Akzeptanz, die sie sich selbst gegenüber bringen und die sie von außen erfahren. Dabei muss betont werden, dass hier nicht die Wirtschaftlichkeit im Vordergrund stehen soll, sondern ausschließlich der Effekt auf den sozialen Wert und das eigene Wertgefühl gemeint ist. Dieser Punkt ist – fern von kapitalistisch geprägtem Denken – von essentieller Bedeutung für den Prozess der sozialen Sicherheit.
Passivität und Nichtbeteiligung an gesellschaftlichen Prozessen bringt oftmals negative Reaktionen hervor, denen angesichts der aktuellen Sicherungsproblematik heute alte Menschen gegenüberstehen. Intergenerativer Kontakt, soziale Integration aller und Reaktivierung alter Menschen und ihrer Fähigkeiten machen ein Beilegen von Unstimmigkeiten und

Streitigkeiten zwischen Generationen möglich und schaffen einen erweiterten Rahmen, in dem soziale Absicherung stattfinden kann.
Gegenseitige Akzeptanz und zwischenmenschliche Wertschätzung schaffen die Grundlage für gleichberechtigten Kontakt und Integration und bestärken diese zukunftsgerichtet und über bisherige Grenzen hinaus.
Dies ist unumgänglich, um ein soziales Miteinander entstehen zu lassen, das gemeinsam daran arbeitet, den Sozialstaat in seiner Aufgabe, soziale Sicherheit für alle zu gewährleisten, zu unterstützen. (Abb. 51)

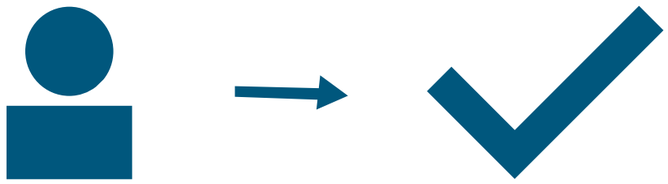


Abb. 51

Die Problematik der sozialen Sicherheit wird mit der Existenz passiver und schwacher Gesellschaftsgruppen begründet, die besonderen Beistand benötigen, in einem Rahmen, dem der Sozialstaat nicht gewachsen ist. Diese Gruppen werden dabei unter anderem gleichgesetzt mit den älteren Generationen. Sie leiden in immer größer werdendem Ausmaß unter sozialen Unsicherheiten und beeinflussen durch ihre Lebensumstände rückwirkend das System der sozialen Sicherheit der Gesamtgesellschaft. Die verbesserten Bedingungen, unter denen alte Menschen heute leben, schaffen dabei neue Möglichkeiten, die Problematik zu beheben und soziale Sicherheit auch im Alter zu gewährleisten.
Diese kann dabei nur gewährleistet werden, wenn alle Generationen in einer Einheit zusammenarbeiten und so einen Zustand der sozialen Sicherheit erschaffen, in den alle integriert sind, eben auch – oder vor allem auch – die älteren Gesellschaftsgruppen.
Der Konzeptansatz basierend auf intergenerativem Kontakt, Reaktivierung und Reintegration und damit entstehender gegenseitiger Akzeptanz und Wertschätzung, bildet den Grundbaustein zur Entwicklung eines Projekts, das eine neue Sicherheitsidee auf der Ebene des Sozialen unterstützt.
Die Entwicklung des weiteren Konzepts setzt hier an und findet nach der abgeschlossenen theoretischen und empirischen Recherche Umsetzung in einem praktischen Projekt, das alle Forschungsergebnisse berücksichtigt und einen Ansatz zur Lösung der Problematik beisteuert.

IV. Praxis: Soziale Sicherheit der Zukunft

Was muss ein Konzept leisten, das einen neuen Lösungsweg für die soziale Sicherheitsproblematik schaffen will, und welche Rolle nimmt das Design dabei ein? Wie können die unterschiedlichen Thematiken aus der theoretischen Forschung in die Konzeption eines Leistungsspektrums für ein praktisches Projekt übertragen werden und welche Anforderungen ergeben sich daraus für die Entwicklung eines visuellen Konzepts? Welche Kommunikationskanäle gibt es und wie werden diese bedient? Und wie grenzt sich das Projekt mit seinen spezifischen Zukunftsperspektiven von bereits existierenden Ansätzen ab?
Nach Abschluss der theoretischen und empirischen Arbeit, welche die Thematiken der sozialen Sicherheit und des sozialen Risikos des Alters aus unterschiedlichsten Blickwinkeln betrachtet hat, kann nun die Entwicklung eines finalen Projektkonzepts erfolgen und seine Anforderungen an die Designarbeit analysiert und es schlussendlich gestalterisch umgesetzt werden.

1. Ein Konzept zur intergenerativen Sozialintegration

Die Problematik der sozialen Sicherheit im Alter bietet in ihrer Komplexität eine Vielzahl an Anknüpfungspunkten für die Entwicklung eines Projektkonzepts. Diese wurden in einem ersten Schritt auf dem Weg zur Praxis ausgewertet, ihre Möglichkeiten eingegrenzt und am Ende exakte Grundbausteine definiert, auf denen basierend nun die weitere Konzeption stattfinden kann.
So soll ein Projekt entstehen, das den Rahmen für die Umsetzung eines Lösungsansatzes für das generationenübergreifende Problem der sozialen Sicherheit bietet und diesen zukunftsgerichtet zu realisieren hilft. Dieser Rahmen fasst die drei bereits definierten elementaren Bestandteile ein: Den intergenerativen Kontakt, die Reaktivierung und damit einhergehende Reintegration und die so entstehende Akzeptanz und Wertschätzung zwischen Generationen.
Am Ende der Erarbeitung eines Konzepts auf inhaltlicher Ebene soll eine Antwort auf die nach der theoretischen und praktischen Forschung fixierte Fragestellung stehen: Wie kann eine Gesellschaft gefördert werden, die soziale Integration über Generationengrenzen hinweg ermöglicht und auf diese Weise einen allgemeinen sozialen Wert schafft, der dazu beiträgt, die Gesellschaft zu stabilisieren und den Sozialstaat dabei zu unterstützen soziale Sicherheit für alle zu gewährleisten?
Die bereits definierten Grundbausteine bilden die Basis für die Beantwortung dieser Fragestellung. So kann das Zielprojekt als ein Konzept zur intergenerativen Sozialintegration bezeichnet werden, das nun auf inhaltlicher Ebene weiterentwickelt werden soll. Denn um der Gesamtthematik gerecht zu werden, muss zunächst ein stabiles Inhaltskonzept entstehen, das sich auf die Hauptelemente der theoretischen Forschung bezieht und diese zielgerichtet umsetzt.

1.1 Neuer Rahmen für individuelles und kollektives Handeln

Gesellschaftliche Instabilitäten und Unsicherheiten haben insbesondere Auswirkungen auf die soziale Sicherheit für Menschen im Alter und werden gleichzeitig mit deren Status als schwache Bevölkerungsgruppe begründet. Das löst Unstimmigkeiten und Streit zwischen den Generationen aus und steht dem Entstehen einer Einheit, die für das Erreichen eines Gesamtzustands der sozialen Sicherheit für alle notwendig wäre, im Weg. (Abb. 52)
Um dieses Problem zu lösen, müssen alte Menschen wieder in die Gesellschaft integriert und es ihnen ermöglicht werden, sich entsprechend ihrer individuellen Potenziale an einem gemeinschaftlichen Leben zu beteiligen und ihre persönlichen Ressourcen für die Gesellschaft zu nutzen.
Dafür muss jedoch auch ein Entgegenkommen der jungen Generation erfolgen und müssen klassische Altersstereotype, die eine Integration und Reaktivierung alter Menschen bisher verhindern, überwunden und deren neue Rahmenbedingungen und Fähigkeiten erkannt und auch angewandt werden.

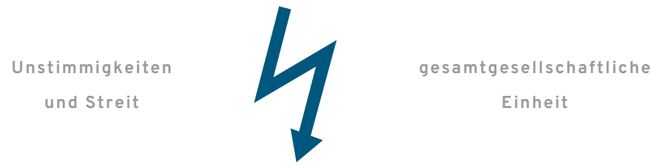


Abb. 52

So entstehen neue Möglichkeiten und Chancen, die alte Menschen nutzen können und die sie motivieren, selbst aktiv zu werden und sich aus eigener Kraft in die Gesellschaft zu integrieren. Jungen Menschen muss dabei vor Augen geführt werden, wie wichtig die Verständigung zwischen unterschiedlichen Generationen ist und dass von einem intergenerativen Austausch nicht nur die alten Bevölkerungsgruppen, sondern auch oder vor allem die Gesamtgesellschaft profitieren kann. Eine positive Wechselbeziehung zwischen Jung und Alt setzt dabei den Solidaritätsgedanken, auf dem basierend der Sozialstaat für die soziale Sicherheit seiner Bürger zu sorgen versucht, über die politische Ebene hinaus um und hebt ihn auf ein soziales Level. Ohne finanziellen Bezug, nicht konsumorientiert und abseits von kapitalistischem Denken, wird hier der Wert von Individuen nicht an ihrer Wettbewerbsfähigkeit gemessen, sondern wird jeder Einzelne als an sich wertvoll angesehen. Denn unabhängig von persönlichen Hintergründen ist ein jeder in der Lage dazu einen Beitrag zu leisten, der auch anderen zugutekommt. (Abb. 53)

Als Endeffekt kann auf diese Weise soziale Integration aller entstehen und der eigentliche Wert des Begriffs der Gemeinschaft wieder in den Vordergrund rücken. Ein Lösungsansatz, der nur in einer Zusammenarbeit von Individuen und dem gesamten Kollektiv der Gesellschaft funktioniert und der alle in die Problemlösung mit einbezieht. (Abb. 54)

Trotz der Offenkundigkeit all dieser Schwierigkeiten und ihrer Auswirkungen ist die Gesellschaft nach wie vor weit von einer Problemlösung entfernt. Generationen und unterschiedliche Bevölkerungsgruppen isolieren sich immer weiter voneinander, Streitigkeiten und negative Emotionen verstärken sich und vertiefen existierende Probleme noch mehr. Zusätzlich machen Schnelllebigkeit, Egoismus und Anonymität, die in der modernen Welt immer größere Rollen spielen, eine Lösung deutlich schwieriger.

Das Phänomen der vorübergehenden Verbesserung der Umstände, unter denen alte Menschen aktuell leben, wird vermutlich nicht von langer Dauer sein; das Demografieproblem stellt die Gesellschaft und den Sozialstaat langfristig betrachtet vor eine große Herausforderung, das sich

Abb. 53

Abb. 54

in der Zukunft negativ auf die Situation der Alten und auch der Jungen auswirken wird. Es ist daher schon heute ein alternativer Ansatz notwendig, der die politische Ebene auf der sozialen ergänzt, indem er individuelles und kollektives Handeln verändert und ihm zukunftsgerichtet einen Rahmen bietet, der dazu beiträgt, nicht nur die Umstände der heutigen Generationen, sondern auch – oder vor allem – die der in zukünftigen zu verbessern.

Das Projekt im Kontext dieser Masterarbeit setzt genau hier an und schafft einen solchen Rahmen, in dem individuelles und kollektives Handeln verändert werden kann. Dabei liegt der Schwerpunkt unter anderem auf der Vermittlung der Wichtigkeit und Bedeutung von intergenerativem Austausch und gesamtgesellschaftlicher Stabilität für das System der sozialen Sicherheit. Soziale Integration aller Individuen unabhängig

von persönlichen und finanziellen Hintergründen bildet dabei das zentrale Mittel auf dem Weg dorthin. (Abb. 55) Um dies umzusetzen, soll ein soziales Netzwerk entstehen, das die Gesellschaft wieder zu einer Einheit zusammenführt, Grenzen dort setzt, wo sie notwendig sind, und die zwischen den Generationen existierenden aufhebt. Ein Netzwerk, das sich insbesondere durch die Verbindung all dieser Einzelelemente von bisherigen Ansätzen absetzt und vor allem durch seine politische und soziale Relevanz von der heutigen Zeit bis in die Zukunft zu einem starken und wichtigen Ansatz wird, der dabei helfen kann, das Problem der sozialen Sicherheit abzumildern oder zu lösen.
In einer Zeit, in der die Digitalisierung beinahe täglich neue Möglichkeiten zur Vernetzung und Kommunikation zwischen Menschen schafft, scheint es zunächst unwahrscheinlich, dass ein derartiger Ansatz bislang noch nicht existiert. Ausgiebige Recherchen haben jedoch gezeigt, dass diverse Netzwerke zwar vorhanden sind, sich diese allerdings auf das Kernelement der Überwindung räumlicher Grenzen und den

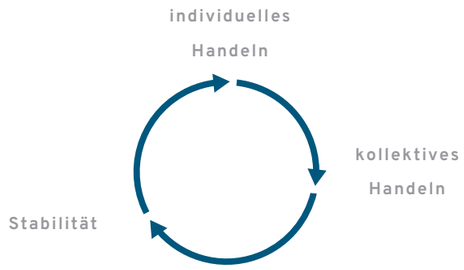


Abb. 55

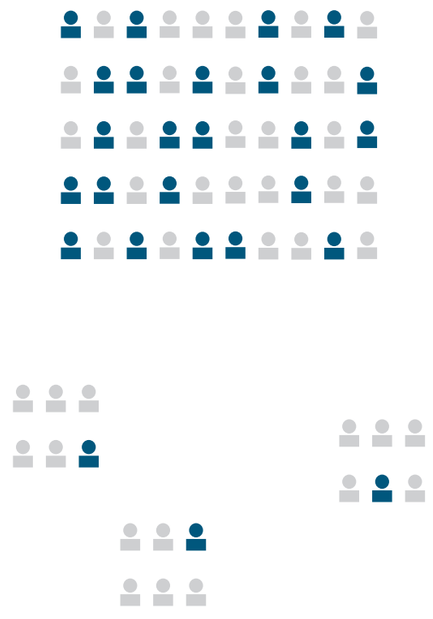


Abb. 56

Aspekt der sozialen Vernetzung innerhalb von Interessen- und Altersgruppen beschränken. (Abb. 56)
Das soziale Netzwerk *Facebook* ist das wohl bekannteste Beispiel für ein solches Konzept, das beiden Leitideen folgt und Interessengruppen und Freundeskreise über große Distanzen hinweg miteinander verbindet und soziale Interaktion in den globalen und virtuellen Bereich versetzt. Gleichzeitig gibt es unterschiedlichste Nachbarschaftsportale, welche sich darauf konzentrieren, Menschen gleicher Lebenssituationen in einer lokalen Umgebung zusammenzubringen. Ein Beispiel dafür ist das Projekt

nebenan.de, „ein Internet-Start-up, das nachbarschaftliches Miteinander in Deutschland verbessern will“ (Zeitmagazin 2018: 17). Das Zeitmagazin vom Januar 2018 beschreibt in einem ausführlichen Beitrag „wie das Prinzip der Dorfgemeinschaft neu erfunden wird“ (ebd.: 3) und welcher Idee die beiden Gründer nacheifern: Eine Internet-Plattform soll es Menschen ermöglichen, online Kontakte zu Mitmenschen aus ihrer Umgebung zu knüpfen.
Sowohl *Facebook* als auch *nebenan.de* bieten Ansätze zur Vernetzung von Individuen und schaffen einen Rahmen, in dem es möglich wird, auch über existierende Grenzen hinweg soziale Integration zu fördern. Allerdings lassen beide Konzepte die Idee der Generationenverständigung außen vor und beschränken sich auf offensichtliche Gemeinsamkeiten, die Individuen miteinander verbinden und die auch über große räumliche Distanzen hinweg vorhanden sind.
Zahlreiche Plattformen und Netzwerke dieser Art existieren und werden von der Gesellschaft angenommen. Eine Konzentration auf die Verbindung von unterschiedlichen Generationen miteinander sucht man dabei jedoch vergeblich. Einzig und allein die Idee der Mehrgenerationenhäuser und die alternativer Wohnkonzepte mit intergenerativem Charakter bilden einen Ansatz, der Grenzen zwischen Generationen aufzuheben versucht. Oftmals scheinen diese Projekte jedoch schwer umsetzbar zu sein und nur mäßigen Erfolg zu haben.
Das Projekt dieser Masterarbeit versucht diese Lücke zu schließen, indem es sich vor allem durch die Generationenthematik von anderen Ansätzen abhebt und diese in einem Rahmen umsetzt, der für alle realisierbar ist. Während andere Konzepte, welche die Altersthematik aufgreifen, nur schlecht von der Gesellschaft angenommen werden, da unterschiedliche Lebensweisen eine gemeinsame Umsetzung durch Alt und Jung oftmals verhindern, setzt das Ziel dieses Projekts genau hier an: Es wird ein Netzwerk geschaffen, das leicht in den Alltag unterschiedlicher Altersgruppen integrierbar ist und sich positiv auf ihn auswirkt. Dabei ist es wichtig, eine Beteiligung auf freiwilliger Basis stattfinden zu lassen und sie nicht aufzudrängen, wichtig ist aber auch, dass die unbestreitbaren Vorteile in den Vordergrund treten und zu überzeugen versuchen.

Das Erreichen einer Gesamtgemeinschaft steht dabei als oberstes Ziel und setzt auf die Tatsache, dass Unterschiede zwischen Individuen und gesellschaftlichen Gruppen nicht nur negative Auswirkungen auf das System der Gesellschaft haben, sondern sich gegenseitig ergänzen und in der Gesamtheit die Einheit erst ermöglichen und sie dann stabilisieren. Die Ansprache unterschiedlichster Generationen und die gleiche Integration aller in das Konzept ist notwendig, um ein solches gesamtheitliches Projekt entstehen zu lassen und das Ziel der Verbesserung der Sicherheitsproblematik auf sozialer Ebene zielgerichtet umzusetzen. Die Idee der intergenerativen Sozialintegration baut auf der Bedeutung von Generationenbeziehungen auf, die besondere Bedingungen für die Umsetzung des Projekts entstehen lassen. Diese müssen umfassend analysiert und auf ihren Einfluss auf Konzeption und Praxis hin untersucht werden.

1.2 Von Generationenbeziehungen und Zielgruppenthematik

Die Einbeziehung aller Generationen in die Umsetzung des Projekts lässt eine komplexe Zielgruppenthematik entstehen, die es zu bewältigen gilt. Kann eine Zielgruppe in der Regel auf eine niedrigere Personenzahl eingegrenzt werden, die entweder Alter oder Interessen miteinander teilt, so bezieht der vorliegende Ansatz gemäß seiner Zielsetzung, eine gesamtgesellschaftliche Einheit entstehen zu lassen, schon in der Konzeption und Umsetzung verschiedenste gesellschaftliche Gruppen mit ein. Diese unterscheiden sich in Alter, Interessen, sozialem Status, gesundheitlichen Voraussetzungen und finanziellen Ressourcen stark voneinander und können nicht als homogene Zielgruppe definiert werden.

Die Analyse diverser Stereotypen in der praktischen Forschungsarbeit hat ergeben, dass schon allein innerhalb einzelner Generationen stark divergente Meinungen, Auffassungen und Interessen existieren, wodurch die Komplexität der Zielgruppenthematik noch um ein Vielfaches erhöht wird. Auch die Thematik des Alters und die Analyse unterschiedlicher Altersbilder hat gezeigt, dass es keine für alle gleichermaßen umsetzbare Lebensphase Alter gibt und dass Alterung in verschiedenen Schritten erfolgt, die sich vor allem in der heutigen Zeit sehr stark voneinander unterscheiden.
Die Heterogenität und Größe der Zielgruppe für das Projekt verlangen nach einer Umsetzung, die alle gesellschaftlichen Gruppierungen gleichermaßen anspricht und diese aufnimmt, die diversen Wechselbeziehungen, die dort existieren, in einen einheitlichen Kontext bringt und sie auf eine gemeinsame Basis stellt.
Dabei sind sich, nach den Ergebnissen aus der Empirie zu urteilen, alte und junge Generationen nicht zwangsläufig auf allen Ebenen unähnlich.
Sie haben beispielsweise vergleichbare Erwartungen an die Lebensphase Alter und betrachten diese beide aus einer realistischen Perspektive.
Gleichzeitig haben sich die Einstellung alter Menschen und ihre Fähigkeiten auch in der späten Lebensphase an die der Jugend angenähert und finden heute unter modernen Bedingungen statt. Abgesehen von neuen gesundheitlichen und finanziellen Voraussetzungen der heute Alten, hat zum Beispiel auch die Digitalisierung den überwiegenden Teil der älteren Generationen erreicht und sie als neue Nutzergruppe aktiviert.
Die Fähigkeiten alter Menschen zur Bedienung digitaler Anwendungen ist aus gegenwärtiger Sicht ausreichend, um die neuen Möglichkeiten, die sich so ergeben, auch wahrzunehmen. Vor allem letztere Erkenntnis ist für die Umsetzung eines praktischen Projekts von großer Bedeutung und beeinflusst die Wahl der Medien für die Realisierung ungemein.
So kann ein Netzwerk, wie es im Rahmen des Projekts entstehen soll, auf der digitalen Ebene realisiert werden ohne die Generation der Alten von der Nutzung auszuschließen.
Trotz allem unterscheiden sich Jugend und Alter nach wie vor stark voneinander. Das wird deutlich, wenn man die unterschiedlichen

Lebensbedingungen und Lebensziele der verschiedenen Generationen betrachtet. Danach verfügen alte Menschen in ihrem Alltag über reichlich Zeit, die sie ihren eigenen Interessen entsprechend nutzen können, während junge Menschen aufgrund von professionellen Verpflichtungen nur begrenzten Freiraum besitzen. Das hat zur Folge, dass vor allem letztere Gruppe nur wenig Zeit in zusätzliche Aktivitäten, die über den Rahmen bisheriger Tätigkeiten hinausgehen, zu investieren fähig oder bereit ist. Dennoch haben vor allem die Fokusinterviews mit jungen Menschen gezeigt, dass entgegen dieser Annahme grundsätzlich eine große Bereitschaft auch von Seiten ihrer Generation existiert, sich für andere Menschen einzusetzen und dabei zu helfen, diese in die Gesellschaft zu integrieren. Das Bedürfnis nach Gemeinschaft und Zusammensein ist aktuell in allen Generationen stark präsent und wird von allen auf ähnliche Weise empfunden. Ein Aspekt, der auf dem Weg zur Umsetzung als essentiell betrachtet werden kann.
Ein Konzept muss sich trotz visionärer Parallelen zwischen verschiedenen Altersgruppen sowohl auf inhaltlicher als auch auf visueller Ebene gleichermaßen an unterschiedlichste Anforderungen anpassen, um eine effektive Umsetzung zu finden und als Lösungsansatz für die gesellschaftliche Problematik dienen zu können. Welche konzeptionellen Herausforderungen und gestalterischen Ansprüche damit einhergehen, soll nun analysiert werden.

2. Konzeptionelle Herausforderungen und gestalterische Ansprüche

Aus der inhaltlichen Konzeption ergeben sich besondere Herausforderungen für die Umsetzung des Projekts in der Praxis. Dabei steht die visuelle Kommunikation der Thematik und die gestalterische Umsetzung des Projektkonzepts im Zentrum der Aufmerksamkeit. Ein Vermittlungskonzept muss sich, um das gesetzte Ziel effektiv zu verfolgen und seine Funktion zu erfüllen, an die Anforderungen der Zielgruppe anpassen.
Die vor allem durch die Generationenthematik begründete Heterogenität der großen Zielgruppe steht hier im Mittelpunkt der Schwierigkeit. Denn sie bringt besondere Ansprüche an eine gestalterische Umsetzung mit sich.
Unterschiedliche Generationen haben trotz vorhandener Parallelitäten auch verschiedenartige Forderungen an die Ebene des Visuellen. Diese müssen bestmöglich erfüllt werden, um die erfolgreiche Realisierung des Projekts zu ermöglichen und seine Wirkung nachhaltig zu gestalten.
Bei der Umsetzung des Projekts muss beachtet werden, dass Jung und Alt bei der Nutzung eines Angebots und der Beteiligung an einem Netzwerk unterschiedliche Schwerpunkte legen. Für alte Menschen spielt die Information und Wissensgenerierung eine wichtige Rolle. Dies hat sich in der Beschäftigung mit dem Alter auf empirischer Ebene gezeigt. So sind alte Menschen neugierig und wissensdurstig und wollen auch in ihrer fortgeschrittenen Lebensphase über aktuelles Geschehen informiert sein und sich weiterbilden. Sie können dem, aus einem rein zeitlichen Aspekt heraus, auch in einem weit umfangreicheren Rahmen nachgehen als ihre jungen und im Beruf stehenden Mitmenschen. Sie sind meist aus dem Arbeitsleben ausgeschieden und verfügen zum einen über die Zeit, um ihren Interessen und aktiver Freizeitgestaltung nachzugehen, und heute zum anderen auch über die dafür notwendigen finanziellen und gesundheitlichen Ressourcen. Junge Menschen dagegen haben einen durch ihre Berufstätigkeit meist voll ausgelasteten Alltag, in dem sie ihre

für freizeitliche Aktivitäten zur Verfügung stehende Zeit überlegt investieren.
Das Konzept eines Netzwerks muss sich an beide Vorstellungen anpassen und einen umsetzbaren Rahmen ermöglichen, über den Individuen selbst entscheiden können. So muss die visuelle Kommunikation sowohl das Bedürfnis alter Menschen nach Wissen erfüllen, als auch die Nutzenorientierung der Jugend ernst nehmen, die sich in dem Wunsch nach Funktionalität widerspiegelt. Dieser Aspekt kann mit einem Verzicht auf visuelle Komplexität realisiert werden und rückwirkend auch den älteren Generationen zugutekommen. Denn sie verlangen nach einer simplen Nutzungsstruktur des Angebots, die intuitive Bedienbarkeit ermöglicht. Auf diese Weise lassen sich die unterschiedlichen Ansprüche der verschiedenen Altersgruppen in einem einheitlichen Konzeptansatz für die Gestaltung vereinen und eine gemeinsame Basis entstehen, auf der gesamtgesellschaftliches Handeln möglich wird.
Zusätzlich legen alte Menschen großen Wert darauf, möglichst umfassend informiert zu werden und einen ganzheitlichen Blick auf ihre Möglichkeiten zu haben. Die modernen Interpretationen der Altersbilder zeigen, dass auch im Alter neue Interessen gebildet und der bisherige Rahmen erweitert wird. Junge Menschen, vor allem die Gruppe der Berufstätigen, empfinden dagegen ein auf sie zugeschnittenes individuelles Angebot als positiv und wünschenswert. Für sie spielt die Personalisierbarkeit eine entscheidende Rolle. Auch diese Aspekte müssen in der Umsetzung beachtet werden und sich dort wiederfinden.
Die Beschäftigung mit der Thematik des Alters in der empirischen Herangehensweise hat die gesamte Tragweite der damit verbundenen Emotionalität deutlich gemacht. In den untersuchten Werbespots etwa standen sich positive und negative Gefühle in übertriebenen Formen gegenüber oder ergänzten sich gegenseitig. Auch Stereotype und ihre Auffassungen sind meist mit gefühlsbetonten Reaktionen verbunden. Dies stellte sich auch in den Interviews heraus. Vor allem die negativen Bilder und die Darstellung der im Alter auftretenden Schwierigkeiten riefen hier extreme Gefühlsregungen bei allen Generationen hervor. Das zeigt,

dass sowohl Junge als auch Alte gleichermaßen emotional auf die Thematik reagieren und dementsprechend eine ähnliche Erwartung an ein Projekt haben, das sich mit ihr auseinandersetzt. Dabei ist die übertriebene Darstellung und Gefühlsbetonung in den Spots von allen Befragten in den Interviews als negativ beurteilt worden. Diese Reaktionen kann man als Wunsch nach einem ausgewogenen Gleichgewicht zwischen Emotionalität und Objektivität interpretieren, das eine Nähe-Distanz-Balance ermöglicht und unaufdringlich und unvoreingenommen der Komplexität der Thematik gerecht wird.
Trotz der offensichtlichen Unterschiede zwischen den verschiedenen Generationen, welche die Zielgruppe bilden, können die konzeptionellen Schwierigkeiten gelöst und in einem einheitlichen Konzept vereint werden, das inhaltliche und gestalterische Ansprüche definiert und einen Spielraum für die individuelle Nutzung schafft.
Auf dieser Basis soll nun die Fixierung der Konzeption und die finale Umsetzung des praktischen Projekts erfolgen.

3. Konzeption und Umsetzung des praktischen Projekts

Die Erkenntnisse aus der inhaltlichen Konzeptphase haben Einfluss auf die Konzeption des praktischen Projekts und seine gestalterische Umsetzung. So entsteht ein Design, das den thematischen Inhalt kommuniziert und das Projekt erfolgreich realisiert, als Konsequenz aus der Fixierung der inhaltlichen Eckpunkte in Kombination mit den Erwartungen an eben dieses aus der Sicht der Zielgruppe.
Als Zielprodukt des Projekts wurde bereits die Entwicklung eines Netzwerks definiert, das einen Rahmen schafft, in dem individuelles und

kollektives Handeln im Sinne einer gesamtgesellschaftlichen Einheit über Generationengrenzen hinweg ermöglicht wird. Ein Konzept zur intergenerativen Sozialintegration also. Dieses muss als solches erst aufgebaut, seine Identität entwickelt und sein Erscheinungsbild entworfen werden.
All die erarbeiteten Eckpunkte haben Einfluss auf die Entstehung des Projekts und tragen dazu bei, die Thematik zielgerichtet zu kommunizieren und das Projekt zielführend umsetzen.
Dafür ist eine strategische Herangehensweise notwendig, um alle Grundbausteine in die spätere Umsetzung zu integrieren und das Projekt von der Entwicklung und Angebotsfixierung bis hin zu einem visuellen Erscheinungsbild und der Ausgestaltung der benötigten Medien und Kommunikationskanäle zu einem starken Ansatz werden zu lassen, der die Zielsetzung erfüllt.
Die folgenden Punkte schildern den Weg zur Entstehung des praktischen Projekts, zeigen die Schritte der gestalterischen Konzeptionsphase und präsentieren und erläutern das Endergebnis.

3.1 Strategische Projektentwicklung

Der Fixierung des Konzepts in einem Ansatz zur intergenerativen Sozialintegration folgt die strategische Entwicklung eines Projekts, das diesen Gedanken umsetzt.
Als Ziel für die praktische Arbeit kann das Entstehen eines Produkts festgelegt werden, das den Bedarf nach einem Rahmen, in dem eine gesamtgesellschaftliche Einheit entstehen kann, abdeckt. Direkter Sozialkontakt ist dabei ein essentieller Grundbestandteil für die Überwindung von sozialer Isolation und die Förderung der Integration aller. Er muss auf analoger

Ebene stattfinden, um effektiv zu sein und im Sinne der Zielsetzung des Projekts zu arbeiten, kann aber auf digitalem Wege organisiert sein, um einen möglichst großen Handlungsspielraum zu schaffen, in dem individuelles und kollektives Handeln stattfinden kann und muss sich jedoch im Sinne des analogen Kontakts in einem räumlich begrenzten Rahmen bewegen. Denn um soziale Kontakte über weite Altersspannen hinweg zu ermöglichen und in soziale Nähe zu wandeln, muss zunächst eine Nähe auf räumlicher Ebene gegeben sein.
Der Lösungsweg zur Schaffung dieses Rahmens findet sich also in dem Aufbau eines lokal orientierten Sozialnetzwerks, das allen Generationen und gesellschaftlichen Schichten zugänglich ist und sie zu einer Beteiligung motiviert. Denn eine aktive Teilnahme ist notwendig, um das Projekt in der Realität umzusetzen, es über den konzeptionellen Bereich hinaus zu realisieren und am Ende die Vision der Idee zu erfüllen. Dabei soll das Projekt den Kontakt zwischen Individuen nicht nur auf den Weg bringen, sondern ihn auch erleichtern und unterstützen. So liegt das Hauptaugenmerk einerseits auf der Findung von Gemeinsamkeiten und ähnlichen Interessen, die zur Basis für gemeinschaftliche Alltagsgestaltung werden, und andererseits auf dem Zusammenbringen von Hilfesuchenden und Hilfebietenden, die gemeinsam Probleme und Schwierigkeiten überwinden. So können sich Stärken und Schwächen ergänzen, sich verlagern und unterschiedliche Positionen einnehmen und am Ende zu einer Basis für gemeinschaftliche Problemlösung werden.
Einen Anstoß und eine Erweiterung bietet die Integration lokaler Partner in das im Kontext des Projekts angebotene Angebot und hebt es von der individuellen auf die kollektive Ebene. Lokale Geschäfte, Gastronomie, Betreiber von Freizeitangeboten, Vereine, Pflege- und Betreuungseinrichtungen, Sozialdienste, Bildungsstätten und öffentliche Einrichtungen können von einem lebendigen gesellschaftlichen Leben und von intergenerativem Kontakt profitieren. Sie werden in die Umsetzung und Gestaltung des Angebots, welches über das Netzwerk der Öffentlichkeit zugänglich gemacht wird, eingebunden und erweitern somit den Bereich, in dem intergenerativer Kontakt stattfinden kann. Ein Gedanke, der so keine bisherige Umsetzung findet und der entscheidend dazu beitragen kann, ein gesellschaftliches Zusammenleben zu verbessern und eine gesamtgesellschaftliche Einheit zu erschaffen.
Das Netzwerk bietet die Schnittstelle zur Umsetzung der Vision eines Konzepts, das die Absicherungsthematik auf sozialer Ebene unterstützt. Es steht als stabiles Fundament am Ende der strategischen Projektentwicklung da und umfasst die Errichtung eines lokalen Sozialnetzwerks, das soziale Integration digital organisiert und sie auf den Weg zur analogen Umsetzung bringt. Um es zu einem funktionierenden Projekt zu machen, das einen tatsächlichen Ansatz für die Problemlösung darstellt, ist ein einheitliches Erscheinungsbild notwendig, das alle Teilelemente aus inhaltlicher und praktischer Konzeption aufgreift und sie zielgerichtet umsetzt und kommuniziert.

3.2 Identität und Erscheinungsbild

Die Anforderungen an ein Gestaltungskonzept, das alle inhaltlichen Punkte aufgreift und ihnen gerecht wird, sind vor allem vor dem Hintergrund der Zielgruppenthematik sehr komplex. Im Sinne der Einheitsidee muss jedoch eine klare Projektidentität entstehen, die alle Eckpunkte der theoretischen Forschung, Leitbild und Vision und die Ansprüche der heterogenen Zielgruppe aufgreift, vereint und widerspiegelt. Dabei muss die visuelle Ebene hohen Wiedererkennungswert besitzen und den inhaltlichen und konzeptionellen Kontext vermitteln, um das Projekt in der Gesellschaft als essentielles Teilelement auf dem Weg zur Verbesserung gesellschaftlicher Situationen zu etablieren und es als solches von anderen sozialen Netzwerken zu distanzieren.

Vor diesem Hintergrund ist ein Designkonzept entstanden, das eben diese Eckpunkte erfüllt, dem Projekt eine einheitliche Identität gibt und die diversen Teilaspekte der Thematik und der inhaltlichen Konzeption in einem visuellen Erscheinungsbild vereint.

3.2.1 Name und Claim

Die Entwicklung der Projektidentität beginnt schließlich mit der Findung eines Namens, der alle Eckpunkte der Konzeption auffasst und sie ihrer Bedeutung entsprechend wiedergibt. Es müssen dabei alle unterschiedlichen Teilbereiche, die der Gesamtthematik zugrundeliegen in einem repräsentativen Begriff vereint werden, der einprägsam und individuell ist und hohen Wiedererkennungswert bietet. Diese Zielsetzung kann nur ein Begriff erfüllen, der geringe Komplexität besitzt und klar und eindeutig von allen Mitgliedern der Zielgruppe erkannt und einheitlich wiedergegeben werden kann.
Als Ergebnis der Namensfindung hat sich der Begriff *komuno* etabliert. Er interpretiert alle inhaltlichen und konzeptionellen Elemente und komprimiert sie in einem Namen, der die Vielschichtigkeit der Thematik ausdrückt und sie vereinfacht kommuniziert. Er greift die unterschiedlichen Teilbereiche auf, die in der theoretischen und empirischen Forschung erarbeitet wurden und sich in der Konzeption des praktischen Projekts wiederfanden.
Dabei enthält *komuno* diverse Teilbegriffe, die in verkürzter Form und gleichwertiger Bedeutung zu einem aussagekräftigen Namen zusammengefasst sind. Der Gemeinschaftsgedanke wird hier durch den klangverwandten Begriff der *Kommune* wiedergegeben, welcher

in der Verwaltungssprache synonym für Gemeinde oder Gemeinschaft steht. Hier wird der Bezug zur lokalen Verknüpfung des Projekts deutlich, dessen Konzept entgegen der Globalisierung eine örtliche Gemeinschaft fördert und einem analogen Miteinander größte Bedeutung beimisst. Die Idee einer Kommune, in der Leistungs- und Konkurrenzdenken abgelehnt werden, unterstützt die politische Interpretation des Begriffs auf sozialer Ebene und verleiht ihm eine ergänzende Vision, die den Leitgedanken des Projekts untermauert.
komuno kann außerdem als die Zusammenfügung zweier einzelner Begriffe zu einer Einheit gesehen werden: So enthält es die lateinischen Worte *com* oder auch *cum* übersetzt als *mit* oder *Miteinander* und *munus* zu Deutsch *Leistung* oder *Pflicht*. Das spiegelt sich in dem Leistungsspektrum des Projekts wider, das auf Pflichtbewusstsein von individueller und kollektiver Seite baut und ein gemeinschaftliches Miteinander durch sich ergänzende gemeinsame Kräfte unterstützt.
Übertragen in einen erweiterten Kontext muss man den Teilbegriff *kom* als verkürzte Form von *komm* interpretieren. Das kann als eine Art Aufforderung an jeden Einzelnen verstanden werden und erhält durch die Kombination mit dem Wort *uno* eine erweiterte Bedeutung: *Uno* oder *eins* greift die Zielsetzung des Projekts der Schaffung einer gesamtgesellschaftlichen Einheit auf und macht die Deutung des Begriffs als den Aufruf *komm, werde eins!* möglich. Eine Aussage, die sich sowohl an Individuen als auch an die Gesamtgesellschaft richtet und sie zu einem Handeln auffordert, welches das Entstehen einer gesamtgesellschaftlichen Einheit ermöglicht.
komuno hat sich nicht zuletzt durch seine Einprägsamkeit und die Klarheit in der Aussprache als optimaler Begriff für das Projekts herausgestellt, der die Zielsetzung und alle Anforderungen an einen Projektnamen erfüllt. Durch einen Claim soll er ergänzt werden und in seiner Bedeutung noch Erweiterung finden. *hallo, komuno!* ist hierfür eine geeignete Formulierung, die durch ihren sympathischen Charakter als Begrüßungsfloskel den Namen des Projekts persönlich gestaltet und ihn auf eine individuelle Ebene hebt. Durch seine direkte Ansprache richtet sich der Claim geradeheraus an jeden Einzelnen und kann als

freundliche Aufforderung zur Beteiligung an dem Konzept, das er vertritt, verstanden werden. Die Lokalität, in der das Projekt Umsetzung findet, wird durch eine Varianz in der Begrüßungsfloskel verdeutlicht. Sie wird in umgangssprachlichen und sympathisch erscheinenden, den jeweiligen regionalen Dialekten und die aktuellen Sprachformen aufgreifend realisiert. Als Beispiele für eine Umsetzung im fränkischen Raum stehen Claims wie *hey, komuno!*, *hi, komuno!*, *servus, komuno!* oder *grüß' dich, komuno!* da. Sie unterstützen den persönlichen Charakter des Projekts und seine gesamtgesellschaftliche und der Zeit entsprechende Ausrichtung und verbinden traditionelle Sprachformen und moderne Slangs miteinander. Auf diese Weise wird die Generationenthematik erneut aufgegriffen und werden Jung und Alt durch eine gleichwertige Ansprache gleichermaßen in das Projekt integriert.
Der Aspekt der Lokalität ist für die Umsetzung des Projekts von großer Bedeutung. So setzt *komuno* auf die Verbindung von Menschen in einem Raum, der sich durch Nähe und Ortsverbundenheit auszeichnet. Nur so kann eine tatsächliche Realisierung stattfinden und die Vision des Projekts Verwirklichung finden. Eine Ergänzung des Namens durch den jeweiligen Städte- oder Ortsnamen, von dem das der Öffentlichkeit zur Verfügung gestellte Angebot ausgeht, ist unerlässlich, um der Zielgruppe ein klares und schnelles Erkennen zu ermöglichen. Als Basis für eine erste Umsetzung des Projekts soll hier die Stadt Würzburg dienen und der Name *komuno* durch den Zusatz *würzburg* ergänzt werden. (Abb. 57)

Mit dem Namen und dem dazugehörigen Claim ist der erste – und vermutlich wichtigste – Schritt in Richtung eines einheitlichen Projektauftritts mit hohem Wiedererkennungswert und positiver Gesamtwirkung getan. Im nächsten Punkt kommen nun die Elemente der Typografie und der Farbigkeit hinzu und erweitern das Designkonzept auf dem Weg zur Entstehung eines visuellen Erscheinungsbildes.

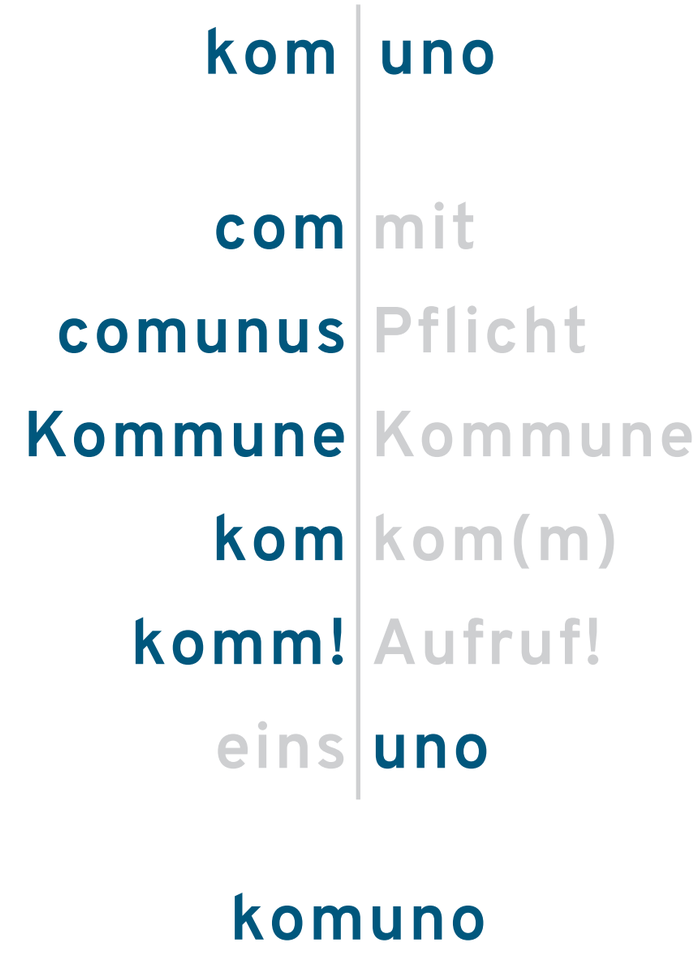


Abb. 57

3.2.2 Typografie und Farbigkeit

Um Logo und Claim in angemessener Form wiederzugeben, braucht es zunächst eine Schriftart, welche unterschiedlichste Anforderungen bestmöglich erfüllt. So muss auf der einen Seite Funktionalität und gute Lesbarkeit gegeben sein und müssen auf der anderen Seite Individualität, Modernität und Emotionalität vermittelt werden, um das Konzept auf der visuellen Ebene fortzusetzen. Die Existenz einer möglichst großen Bandbreite unterschiedlicher Schriftschnitte und das Vorhandensein verschiedenster Sonderzeichen haben dabei großen Einfluss auf die Wahl der Schrift. Außerdem muss die Typografie in diversen Schriftgrößen einsetzbar und sich jeweils in gleicher Weise als lesbar erweisen.
Die Wahl der Schrift für *komuno* fiel auf die Open Source Font Overpass, eine serifenlose Schrift, die für den Gebrauch sowohl im digitalen als auch im analogen Bereich geeignet ist. Sie ist inspiriert von der Highway Gothic, einer Schriftart, die von der United States Federal Highway Authority entwickelt wurde und die Standard Alphabets for Traffic Control Devices weiterentwickelt, neu interpretiert und als kostenlose Schriftfamilie der Öffentlichkeit zur Verfügung stellt. (Vgl. page-online.de)
Ihr Entwurf für die Beschriftung von Verkehrsbeschilderung in den Vereinigten Staaten begründet die Lesbarkeit und Funktionalität und ihre gleichwertige Nutzbarkeit in diversen Schriftgrößen und Umgebungen.
Für die visuelle Umsetzung des Projekts *komuno* sind vor allem die Schriftschnitte bold, bold italic, semibold, semibold italic, regular und regular italic von Bedeutung. Sie kommen in unterschiedlicher Weise zum Einsatz und vermitteln Information und Emotion auf gleiche Art und Weise. (Abb. 58)
Dabei zeichnet sich die Overpass als serifenlose, moderne und schlichte Schriftart durch besondere Details und einen individuellen Charakter aus. So sind beispielsweise die Ober- und Unterlängen der Minuskeln schräg angeschnitten und verleihen der Schrift durch ihre Andersartigkeit Besonderheit. Ein Aspekt, der Inhalt und Identität des gesamten Projekts

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

Overpass Bold, *Bold Italic*

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

Overpass SemiBold, *SemiBold Italic*

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

Overpass Regular, *Regular Italic*

Abb. 58

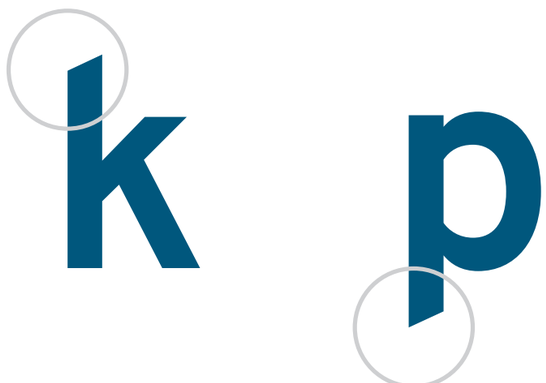


Abb. 59

widerspiegelt und die Elemente der Individualität und des Wiedererkennungswerts auf visueller Ebene fortsetzt. (Abb. 59)
Die Entwicklung von Name und Claim und die Wahl der Schriftart werden durch ein passendes Farbschema ergänzt, das den visuellen Charakter des Projekts weiterentwickelt. Der sympathische und positive Auftritt des Projekts muss sich auf der farblichen Ebene fortsetzen und kann durch sie unterstützt werden.
Das entworfene Farbschema setzt auf warme und positiv wirkende Farbtöne. Um möglichst alle unterschiedlichen Vorlieben und Geschmäcker der heterogenen Zielgruppe aufzunehmen, ist es wichtig, verschiedenste Farbgruppen in das Schema zu integrieren. So finden sich sowohl die Primärfarben Rot, Gelb und Blau als auch die Sekundärfarben Orange und Grün dort wieder. Sie sind in ihrer Leuchtkraft abgemildert und leicht abgestumpft und in ihrer Farbtemperatur angewärmt. In der Umsetzung der einzelnen visuellen Elemente des Projekts werden den verschiedenen Farben unterschiedliche Rollen zuteil, die im späteren Verlauf näher erläutert werden sollen.

Alle Farbtöne grenzen sich durch ihre Verschiedenheit klar voneinander ab und unterstützen die visuelle Orientierung der Zielgruppe bei der Nutzung der einzelnen Projektbausteine. Dabei repräsentieren sie *komuno* durch ihre Farbigkeit auf der emotionalen Ebene und werden auf informativem Level durch den Einsatz diverser Grautöne ergänzt. Diese zeichnen sich durch eine ähnlich warme Farbtemperatur aus und stehen in leichten Abstufungen nebeneinander, welche die verschiedenen Grautöne klar voneinander unterscheidbar machen. (Abb. 60)

Die Bedeutung von Typografie und Farbigkeit in Kombination mit Name und Claim wird erst bei der tatsächlichen Anwendung im Kontext des visuellen Erscheinungsbildes deutlich. Im Folgenden finden sie Anwendung in einem Logo und diversen weiteren Designelementen.

RGB 238, 145, 88 CMYK 0, 39, 63, 7 #ee9158	RGB 122, 122, 124 CMYK 2, 2, 0, 51 #7a7a7c	RGB 244, 244, 243 CMYK 0, 0, 0, 4 #f4f4f3
RGB 215, 37, 56 CMYK 0, 83, 74, 16 #d72538	RGB 192, 191, 192 CMYK 1, 1, 0, 25 #bfbfc0	RGB 250, 252, 251 CMYK 1, 0, 0, 1 #fafcfb
RGB 233, 216, 78 CMYK 0, 7, 67, 9 #e9d84e	RGB 204, 205, 205 CMYK 0, 0, 0, 20 #cccdcd	
RGB 140, 197, 173 CMYK 29, 0, 12, 23 #8cc5ad	RGB 220, 220, 219 CMYK 0, 0, 0, 14 #dcdcdb	
RGB 49, 88, 123 CMYK 60, 28, 0, 52 #31587b	RGB 231, 231, 232 CMYK 0, 0, 0, 9 #e7e7e8	

Abb. 60

3.2.3 Logo und Designelemente

Die Anforderungen an ein Logo für das Projekt richten sich nach den Ansprüchen, die auch der Entwicklung des Namens zugrunde lagen.
In Kombination mit der gewählten Schriftart findet *komuno* nun Umsetzung in einer Wortmarke, die durch ein Signet ergänzt wird, wobei beide Elemente gute Einprägsamkeit und einen hohen Wiedererkennungswert gewährleisten. In der Umsetzung werden sie zunächst getrennt voneinander behandelt, um dann in der Kombination ein einheitliches und harmonisches Logo entstehen zu lassen, das als Wort-Bild-Marke das Projekt und seine Inhalte auf angemessene Weise repräsentiert.
Die Gestaltung der Wortmarke *komuno* beginnt mit der Verwendung der Overpass in ihrem Schriftschnitt semibold als erste gestalterische Annäherung (Abb. 61). Anschließend findet die Zweiteilung des Begriffs, wie er auf dem Weg zur Namensfindung in den Vordergrund trat, Berücksichtigung in der weiteren Umsetzung: Eine Trennung des typografischen Anteils der späteren Wort-Bild-Marke greift durch einen Zeilenumbruch den doppelten Bedeutungsgehalt des Begriffs auf und untergliedert ihn in die Wortteile *kom* und *uno*. Dabei werden sie in ihren jeweiligen Positionen durch Spationierung auf beiden Seiten bündig zueinander gesetzt und lassen so eine kompakte Wortmarke entstehen, die im nächsten Schritt durch das Hinzufügen eines bildlichen Elements ergänzt wird.
Die Aufteilung des Namens in zwei Zeilen rückt einerseits die Vision des Projekts der Schaffung einer gesamtgesellschaftlichen Einheit auf inhaltlicher Ebene ins Zentrum der Aufmerksamkeit und ermöglicht ein schnelles Verständnis des Begriffs an sich, wirkt jedoch andererseits der Zielsetzung des Projekts auf visueller Ebene durch die Zeilentrennung entgegen. Um den Einheitsgedanken auch in visuellem Zusammenhang fortzuführen und dem Logo seine durch die Zeilentrennung verlorengegangene Einheitlichkeit zurückzugeben, wird die Wort-Marke durch einen bildlichen Anteil komplettiert. (Abb. 62)

komuno

Abb. 61

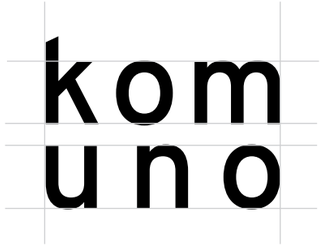


Abb. 62

Ein Rahmen, der sich in seiner Stärke an die Strichstärke der Typografie der Wortmarke anpasst, fasst diese ein und greift so den Einheitsgedanken des Projekts auf. Der Aspekt der Lokalität wird durch das Hinzufügen eines nach unten gerichteten pfeilartigen Details visualisiert, das den Rahmen zu einem auf den Standort hinweisenden Element werden lässt. Inspiriert von Ortsbeschilderungen und Standortkennzeichnungen, die als solche in der Öffentlichkeit etabliert sind, dort verstanden und automatisch mit ihrer jeweiligen Bedeutung in Verbindung gebracht werden, unterstützt die Bildmarke den Gedanken der lokalen Verortung des Projekts. (Abb. 63) Diese wird durch eine typografische Variable ergänzt, die Bezug auf die jeweilige Ortsverbundenheit nimmt und die bisher allgemein gehaltene Wort-Bild-Marke durch die Nennung eines Orts- oder Städtenamens genauer spezifiziert. Sie wird

mit der Innenkante des Rahmens und mit der äußeren Spitze des den Standort kennzeichnenden Elements bündig positioniert und in einer ersten Umsetzung des Projekts durch den Städtenamen *würzburg* realisiert. (Abb. 64)
Zum besseren Verständnis, zur Schaffung einer Varianz, im Ausblick auf die spätere Umsetzung und zum Zweck eines Verweises auf die Skalierbarkeit des Projekts werden zwei weitere Beispiele für Projektstandorte in einem jeweiligen Logo umgesetzt: *komuno nürnberg* und *komuno bamberg*. (Abb. 65, 66)

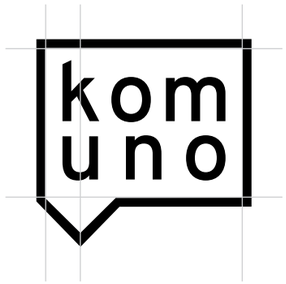


Abb. 63

Abb. 64

Abb. 65

Abb. 66

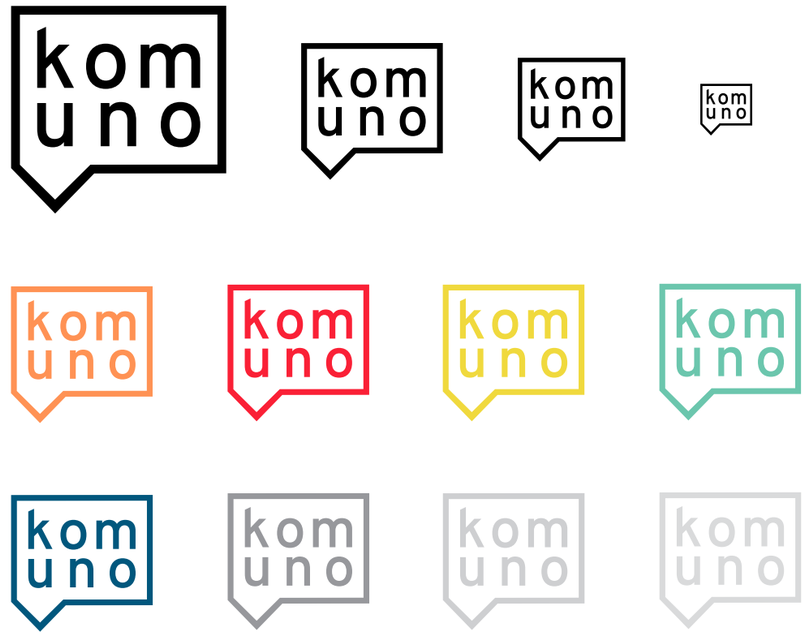
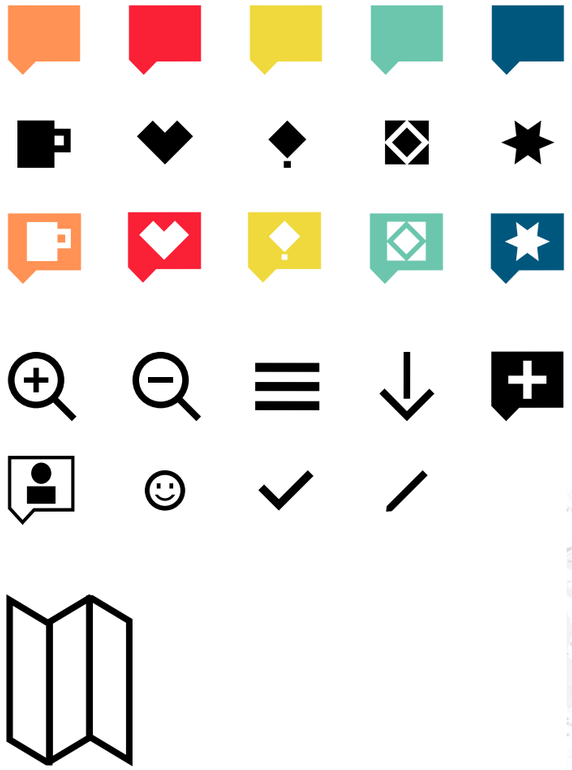


Abb. 67

Das entstandene Basis-Logo und die zusätzlichen Erweiterungs-Logos zeichnen sich durch die in sich geschlossene Form, ein harmonisches Verhältnis von gefüllter Fläche und Leerraum und das einheitliche Zusammenspiel der einzelnen Elemente aus und repräsentieren das Projektkonzept in einer einprägsamen Wort-Bild-Marke, die Wiedererkennungswert und individuellen Charakter besitzt. Durch den Verzicht auf kleinteilige Details und die Reduzierung auf wesentliche Elemente werden sowohl Skalierbarkeit und Medienkompatibilität gewährleistet: Die visuelle Umsetzung des Namens ist in unterschiedlichen Größen einsetzbar und kann in verschiedener Farbigkeit verwendet werden, ohne dabei an Lesbarkeit und Kenntlichkeit einzubüßen. (Abb. 67)

Die visuelle Umsetzung des Logos lässt Rückschlüsse für die Entwicklung weiterer Designelemente zu, die sich in ihrer Gestaltung an der Wort-Bild-Marke orientieren und die einzelnen Elemente aufgreifen und weiterdenken. Auf diese Weise ist eine Bandbreite an Symbolen und Icons entstanden, die in ihrer Geometrie die Aspekte Funktionalität, Reduzierung und Klarheit, welche auch für das Design des Logos relevant waren, aufgreifen. Sie visualisieren verschiedene thematische Teilelemente, die in der tatsächlichen Umsetzung der für die Realisierung des Projekts notwendigen Endprodukte Anwendung und Nutzung finden. (Abb. 68)

Die Schaffung einer visuellen Identität und eines einheitlichen Erscheinungsbildes für *komuno* ist durch die Erstellung eines Logos und den notwendigen ergänzenden Designelementen allein noch nicht abgeschlossen. Sie muss erst durch die Entwicklung eines entsprechenden, die in diesem Rahmen entstandenen Gestaltungsrichtlinien berücksichtigenden und der Thematik gerecht werdenden Bild-Text-Konzepts ergänzt werden, um die Vorbereitungen für die tatsächliche Realisierung des Projekts abzuschließen.



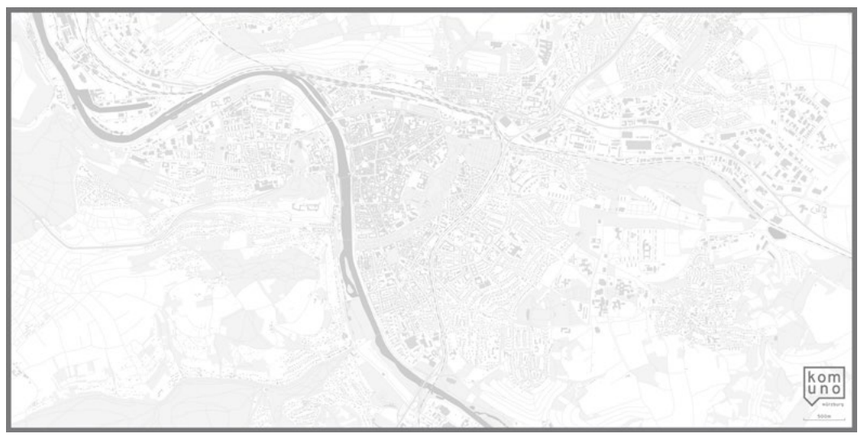


Abb. 68

3.2.4 Bild und Sprache

Die Komplexität der Thematik, die das Projekt behandelt und deren Teilaspekte dort unterschiedliche Präsentation finden, muss auf verständliche Art und Weise vermittelt werden, um die Zielgruppe erfolgreich in die Umsetzung der Vision einer gesamtgesellschaftlichen Einheit zu integrieren. Hier müssen sich die Ebene der Information und die der Emotion gegenseitig ergänzen und in einem ausgewogenen Gleichgewicht nebeneinander stehen: Der textliche Aspekt zur Informationsvermittlung und der bildliche Teil zur Emotionsübertragung.
Um ein solches Gleichgewicht zu erreichen, muss die Thematik in ihrem großen inhaltlichen Umfang reduziert und müssen die Kerninformationen herausgefiltert werden. Die heterogene Zielgruppe bringt auch unterschiedliche Bildungsniveaus mit, die in der Vermittlung dieser Informationen beachtet werden müssen. So muss sich die Sprache auf einer Ebene befinden, die allen ein gleiches Verständnis der Thematik ermöglicht, sie vereinfacht, wo es notwendig ist, aber ihre eigentliche Tragweite trotz allem nicht banalisiert. Hierfür sind die Verwendung kurzer und wenig komplexer Satzstrukturen und der Verzicht auf wissenschaftliche Begrifflichkeiten notwendig.
Zusätzlich kann Emotionalität in der Sprache eine nachhaltige Vermittlung unterstützen und Individuen dazu bringen, ihre Eigenverantwortung ernst zu nehmen und sich aus freien Stücken heraus an der Umsetzung des Projekts zu beteiligen. Dies kann durch direkte Ansprache in persönlicher Form auf individueller Ebene unterstützt werden. Die Wahl der du-Form und der Verzicht auf Höflichkeitsbekundungen ist hier die logische Konsequenz.
Eine zusätzliche Bildlichkeit in der Sprache hebt die informative Ebene in einen visuellen Kontext, der durch den bildlichen Aspekt ergänzt wird. Das auf den Leitgedanken des Projekts abgestimmte Farbschema weist eine erste Richtung für das Umsetzen des Bildkonzepts. Die Bandbreite der dort integrierten Farbtöne und deren positive Wirkungen

lassen einen weiten Handlungsspielraum dafür entstehen. Die Emotionalität und Brisanz der Thematik des Projekts verlangt nach einer Bildwelt, die dem gerecht wird.
Nach der Analyse der Werbespots im Rahmen der Empirie hat sich die gesamte Tragweite der Altersproblematik offenbart. Vor allem die Untersuchung diverser Altersbilder und der damit verbundenen Stereotypen hat gezeigt, welche Auswirkungen die Wahl von Bildern und visuellen Darstellungsformen haben können. Sie haben enormen Einfluss auf in der Öffentlichkeit verbreitete Auffassungen, Meinungen und Vorurteile und lassen oft Interpretationen entstehen, die in extremer Weise gefühlsgesteuert sind und in ihrer tatsächlichen Richtigkeit hinterfragt werden müssen. Der Einfluss, den Medien auf die Meinungsbildung von Menschen haben, muss daher immer kritisch betrachtet werden.
Diese Aspekte haben dazu beigetragen, dass ein Bildkonzept für *komuno* rein auf grafischen Elementen aufbaut und reale Bildwelten außen vor lässt. Emotionalität soll hier rein durch die Verwendung von Schrift, Farbigkeit und Sprache entstehen. In ihrem Zusammenspiel schaffen sie so ein ausgewogenes Gleichgewicht aus Information und Emotion und vermitteln beide im Sinne der Zielsetzung des Konzepts die Vision des Projekts nachhaltig an die Gesamtheit der Zielgruppe.

Durch die Entwicklung eines Namens und eines Claims, die Wahl der Typografie, das Erstellen eines Farbschemas und die Zusammenführung all dieser Elemente in einer Wort-Bild-Marke und den dazugehörigen Designelementen wurde eine visuelle Identität geschaffen, die der komplexen Thematik gerecht wird und sich durch einen hohen Wiedererkennungswert auszeichnet. Die sprachliche und die bildliche Ebene ergänzen das Konzept durch einen weiteren bedeutenden Aspekt und ebnen den Weg zur tatsächlichen Realisierung der für die Umsetzung des Netzwerkkonzepts notwendigen Teilprodukte.

3.3 Nutzungsmedien und Kommunikationskanäle

komuno ist ein Konzept zur intergenerativen Sozialintegration, das als soziales Netzwerk Realisierung findet und zweierlei Arten digitaler Hauptmedien als zentrale Vermittlungsformen umfasst. Die Basis für die analoge Umsetzung der Projektvision einer gesamtgesellschaftlichen Einheit findet sich im digitalen Bereich, der durch die Online-Kontaktaufnahme tatsächlichen Offline-Kontakt ermöglicht: Ein kollektives Angebot oder eine individuelle Nachfrage in lokaler Umgebung wird in einem digitalen Rahmen kommuniziert und kann so in analogem Zusammenhang wahrgenommen oder beantwortet werden. Die Funktion des Netzwerks kann dabei mit der klassischer Sozialnetzwerke oder Kontaktbörsen verglichen werden und arbeitet nach dem gleichen Prinzip. Jedoch unterscheidet sich *komuno* durch die ihm zugrundeliegende Vision und seine spezielle Zielsetzung von diesen Beispielen und bringt einen gesamtgesellschaftlichen Mehrwert mit sich. Dies muss in der Umsetzung des Projekts deutlich kommuniziert und die gesamte Tragweite der Ursprungsthematik und der tatsächliche Wert eines funktionierenden Gesellschaftssystems sinnvoll und nachhaltig der Zielgruppe vermittelt werden.
Um der Komplexität der Thematik gerecht zu werden und gleichzeitig die tatsächliche Nutzung des Netzwerks zu vereinfachen, ist eine Trennung zwischen informativer und anwendungsspezifischer Ebene notwendig (Abb. 69). In diesem Zusammenhang soll eine Website als Informationsportal dienen und die dem Projekt zugrundeliegende Thematik zielgerichtet und in einem angemessenen Rahmen vermitteln. Eine Mobile Applikation ergänzt die informative Ebene auf der anwendungsbezogenen und macht die tatsächliche Nutzung des Netzwerks und die Beteiligung der Zielgruppe an der Angebotsgestaltung möglich. Beide Elemente passen sich in ihrer Gestaltung dem in den vorherigen Punkten beschriebenen Designkonzept an lassen in der Einheit eine vollständige Projektumsetzung entstehen, die alle Teilaspekte des

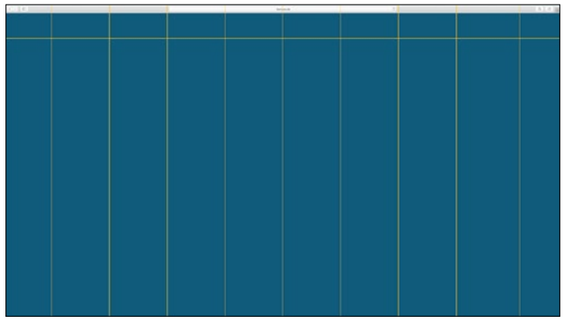
Konzepts aufgreift und realisiert und der Vielschichtigkeit der Thematik gerecht wird und sie der Zielgruppe zugänglich macht.
Die Umsetzung und Gestaltung der beiden Teilelemente – der Website als Informationsportal und der Mobilen App als Anwendungsprogramm – fand im Rahmen eines rein gestalterischen Entwurfsprozesses statt und lässt die programmiertechnische Ebene außen vor. So steht das Ergebnis am Ende als ausgefeilte designerische Realisierung, die als Konsequenz aus einer durchdachten und komplexen Konzeption entwickelt wurde.
Die beiden Endprodukte sollen in den folgenden Punkten detailliert beschrieben und das ihnen zugrundeliegende Gestaltungskonzept erläutert werden.

Abb. 69

3.3.1 Website als Informationsportal

Die Website ist das Informationsportal, welches die Eckpunkte der Thematik vermittelt und den Ansatz des Projekts und seine Inhalte kommunizier. Ihre Gestaltung folgt den Richtlinien, die im Rahmen der Designkonzeption festgelegt wurden. So haben Typografie, Farbigkeit und Tonalität in der Sprache tragende Rollen auf dem Weg zu einer effektiven Informationsvermittlung. Der Verzicht auf fotografische oder illustratorische Bildwelten, der bereits bei der Entwicklung des Bildkonzepts fixiert wurde, und der Einsatz rein grafischer und geometrischer Elemente schaffen eine visuelle Ebene, welche die rein informative ergänzt und zu einer nachhaltigen Vermittlung von Inhalten beiträgt.
Dabei werden unterschiedliche Einzelelemente zu einer Einheit verbunden: Ein Zusammenspiel aus aufeinander aufbauenden, sich ineinander schiebenden und nebeneinander gleichwertig stehenden Flächen entsteht, das ein funktionierendes grafisches Gesamtkonstrukt errichtet, auf dessen Basis Informationen vermittelt werden, die zum Verständnis der Thematik notwendig sind. Alle einzelnen grafischen Bausteine bedingen sich hierbei gegenseitig und sind voneinander abhängig, bilden ein funktionales Gestaltungssystem, das sich durch Reduktion auszeichnet, die jedoch nicht auf Kosten eines ästhetischen Designs entsteht. Hier kommen Typografie und Farbschema zum Einsatz und werden die Ansprüche der unterschiedlichen Generationen der Zielgruppe berücksichtigt und entsprechend umgesetzt.
Die Website als Informationsportal wird in Form eines Onepagers realisiert, der durch seine kompakte und übersichtliche Struktur mit klarer Leserichtung eine intuitive Nutzung und ein schnelles Verständnis möglich macht. Durch eindeutige Scrollrichtung kann der Besucher sich gänzlich auf die Inhalte der Informationsebene konzentrieren und wird dabei nicht durch die Reize bildlicher Elemente abgelenkt. Das kommt der nachhaltigen Vermittlung der Thematik zugute und trägt dazu bei, die Komplexität in der Visualisierung zu minimieren.

Ein simples Raster, in dem sich die einzelnen Elemente aus den Bereichen Bild und Sprache bewegen, ordnet die grafische Umsetzung der Website und schafft eine klare Oberfläche, welche die Informationsebene unterstützt und sich zurücknimmt, um diese gänzlich in den Fokus zu stellen.
Es besteht aus zehn gleichen Spalten und schafft so einen großen Spielraum für das Setzen der verschiedenen Bausteine. (Abb. 70)
Ein Textfeld definiert den Raum, in dem sich die Inhaltselemente der Website aufhalten: Es sitzt in einem spalten-breiten Abstand von dem oberen, dem linken und dem rechten Rand entfernt und fixiert die untere Grenze in einem eineinhalb-spalten-breiten Abstand von unten her (Abb. 71). Dieses Raster berücksichtigend, befindet sich das Logo als fixiertes Element in der linken oberen Ecke bündig mit dem Textrahmen und füllt 60% der Spaltenbreite aus. Eine zusätzliche



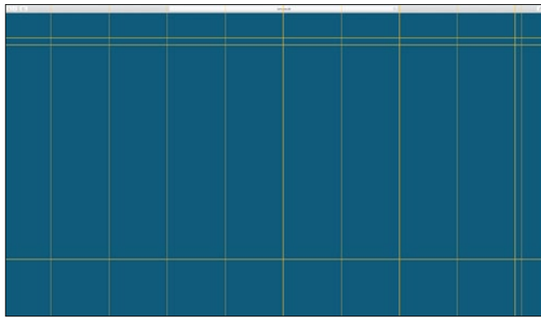


Abb. 70 (oben)

Abb. 71 (rechts)

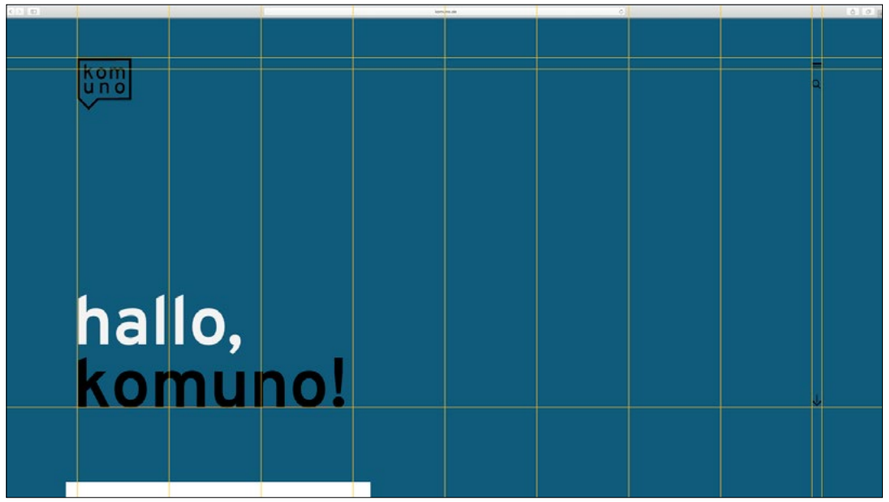


Abb. 72

Hilfslinie definiert die Breite eines Hamburger-Menü-Icons, eines Such-Icons und eines die Scrollrichtung vorgebenden Pfeils; sie befindet sich in einem Abstand zur Textrahmenlinie, der 10% der Spaltenbreite besitzt. Der Pfeil sitzt dabei bündig mit dem rechten unteren Rand des Textfeldes, während sich das Menü-Symbol an der unteren Kante des Quadrats befindet, welches durch die sowohl senkrecht als auch waagerecht positionierte Hilfslinie von der oberen Kante des Textfeldes aus entsteht. Das Such-Icon ist in einem der Seitenlänge des entstandenen Quadrats entsprechenden Abstand unter dem Hamburg-Menü-Symbol platziert. (Abb. 72)
Um eine optimale Lesbarkeit zu gewährleisten und die gesamte der Gestaltung zur Verfügung stehende Fläche bestmöglich zu nutzen, kommen Typografie und Farbigkeit in geeigneten Kombinationen zum Einsatz. Die Farb- und Grautöne, Schwarz und Weiß werden in diesem Sinne verwendet und auch die Wahl der Schriftgrößen richtet sich nach der Lesbarkeit zuträglichen Werten (Abb. 73 bis 76). Diese variieren bei unterschiedlicher Bildschirmgröße prozentual und passen sich an das Raster an.
Die Gestaltung der Website nach einem Baukastenschema erleichtert die responsive Umsetzung der Seite. Entsprechend der jeweiligen Bild-

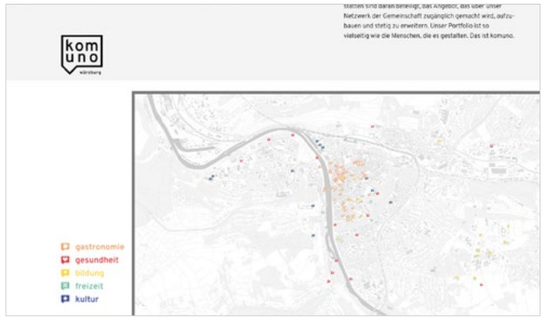
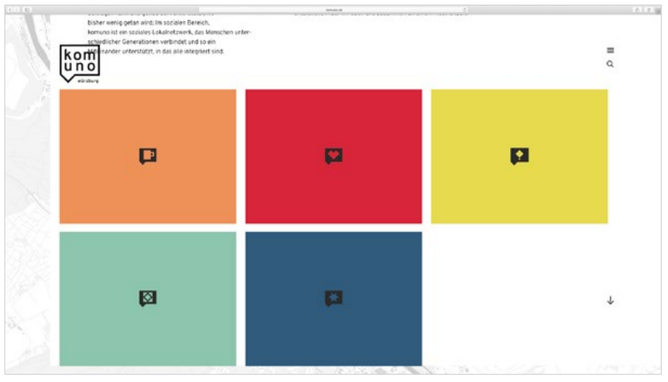


Abb. 73 bis 76

schirmgröße passt sich das Raster in seiner Spaltenzahl an den zur Verfügung stehenden Raum an und ordnen sich die verschiedenen Einzelelemente darin um. So sitzen bei großen Bildschirmbreiten inhaltlich zusammengehörige Bausteine horizontal nebeneinander, während sie sich bei kleineren nach unten hin vertikal orientieren. (Abb. 77 bis 80) Die Textebene verdeutlicht dabei die inhaltliche Zusammengehörigkeit der Teilelemente. Sie spielt eine zusätzliche, enorm wichtige Rolle in



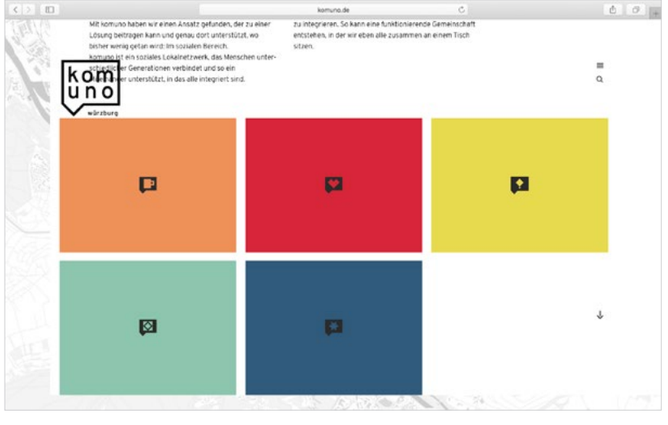
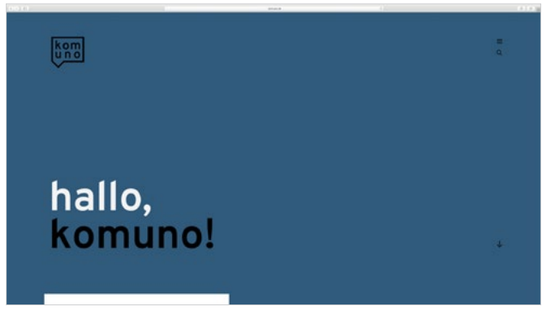
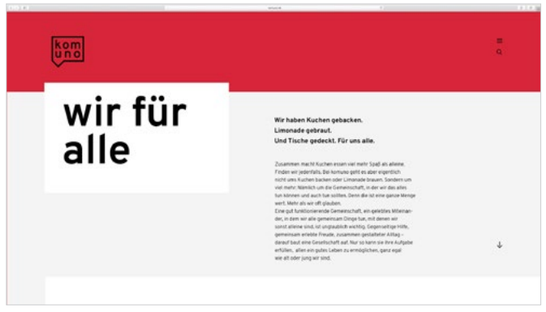


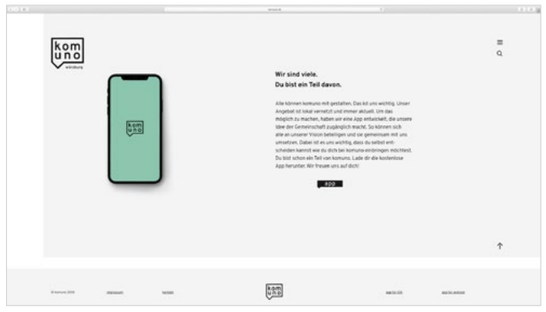
Abb. 77 (links)
Abb. 78 (unten)

Abb. 79 (links)
Abb. 80 (rechts)

der Erstellung einer Ordnungsstruktur der Website: Der Text unterteilt die Seite in drei wesentliche Teilbereiche, die chronologisch und in inhaltlich logischer Reihenfolge nacheinander angeordnet sind. So beschäftigt sich der erste Teil unter dem Motto *wir für alle* mit einer Einführung in die Thematik, die den allgemeinen, gesamtgesellschaftlichen Kontext des Projekts beschreibt und in den Konzeptgedanken einleitet (Abb. 81 bis 84). Im Verlauf wird der Ansatz weiter spezifiziert und durch direkte Erfahrungen von Nutzern des Netzwerks in seiner Effektivität unterstrichen. Der zweite Teil mit dem Titel *alle für uns* beschreibt das Angebot von kollektiver Seite aus, das komuno der Öffentlichkeit zur Verfügung stellt (Abb. 85 bis 87). Im letzten Teil – *du mit uns* – kommt die Möglichkeit zur individuellen Teilnahme und Beteiligung an der Umsetzung des Projekts zur Sprache: die mobile Applikation, welche als Anwendungsprogramm den Nutzer direkt in die Gestaltung und Verwirklichung mit einbezieht (Abb. 88 bis 90).







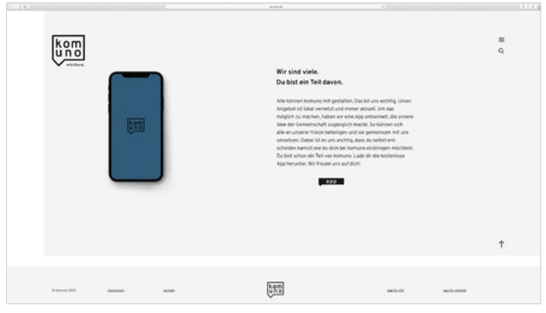


Abb. 81 (links oben)

Abb. 82 (links Mitte)

Abb. 83 (links unten)

Abb. 84 (rechts oben)

Abb. 85 (rechts unten)

Abb. 86 (oben links)

Abb. 87 (oben rechts)

Abb. 88 (oben)

Abb. 89 (links oben)

Abb. 90 (links unten)

3.3.2 Mobile App als Anwendungsprogramm

Eine mobile App ermöglicht es Nutzern, sich direkt in das Projekt einzubringen und selbst aktiv zu werden, um die Vision in die Tat umzusetzen. Sie stellt das Anwendungsprogramm dar, das den reinen Informationscharakter der Website ergänzt und den Schritt zur tatsächlichen Realisierung des Konzepts durch die Zielgruppe im Rahmen von *komuno* ermöglicht. Ein Download der App auf das eigene Smartphone und die anschließende Registrierung über die Erstellung eines persönlichen Profils sind dabei notwendig, um die Anwendung nutzen zu können.
Die Gestaltung richtet sich in ihrem Prinzip nach dem Designkonzept der Website und setzt dieses entsprechend um, adaptiert es und passt es an die jeweiligen Anforderungen an (Abb. 91, 92). So ist eine simple, intuitiv zu bedienende und reduzierte Nutzungsoberfläche entstanden, die in ihrer Effizienz und Verständlichkeit die Anforderungen aller Generationen erfüllt.
Über einen Startbildschirm und ein klassisches Anmeldeformular (Abb. 93) gelangt der Nutzer nach erfolgreichem Login auf eine Anzeige, die ihm zwei Möglichkeiten des weiteren Vorgehens zur Wahl stellt (Abb. 94). Die erste, demonstriert durch ein Karten-Symbol, führt ihn zu einem Stadtplan des jeweiligen Ortes, an dem er sich befindet; hier hat er Zugriff auf ein rein räumlich begrenztes, aber allgemeines Angebot, das durch kollektive Zusammenarbeit mit gewerblichen Partnern aus unterschiedlichsten Bereichen erstellt wurde. Das zweite Symbol, ein dem Logo nachempfundenes Icon, leitet ihn zur Community weiter, die ihm Einsicht in ein aktuelles und daher zeitlich begrenztes Portfolio an Aktivitäten, Gesuchen und Angeboten von Individuen erstellt und an Individuen gerichtet gewährt.
Der über die Karten-Auswahl aufgerufene Stadtplan kann durch eine Zoomfunktion vergrößert und verkleinert werden. Eine Legende ermöglicht das Einblenden der Angebote im Stadtgebiet, geordnet in

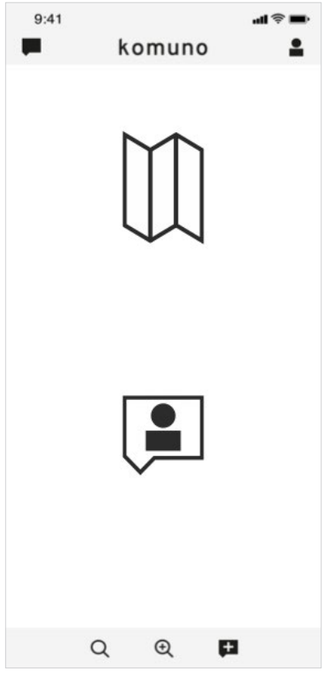


Abb. 91 (oben links)
Abb. 92 (oben rechts)
Abb. 93 (Mitte)
Abb. 94 (rechts)

fünf Themenbereiche: Gastronomie, Gesundheit, Bildung, Freizeit und Kultur (Abb. 95). Durch Antippen des jeweiligen Begriffs erscheinen entsprechende Marker auf dem Stadtplan (Abb. 96). Der Nutzer hat nun die Möglichkeit, über das Anlegen eines eigenen Karteikastens bis zu drei Kategorien als Favoriten festzulegen und sich diese vorzumerken (Abb. 97). Aktiviert er die Favoriten-Funktion, werden entsprechende Marker auf der Karte ein- und alle übrigen ausgeblendet (Abb. 98). Durch Antippen eines spezifischen Markers auf dem Stadtplan können weitere Informationen zum jeweiligen Ort oder dem dort stattfindenden Ereignis

Abb. 95 (links)
Abb. 96 (rechts)

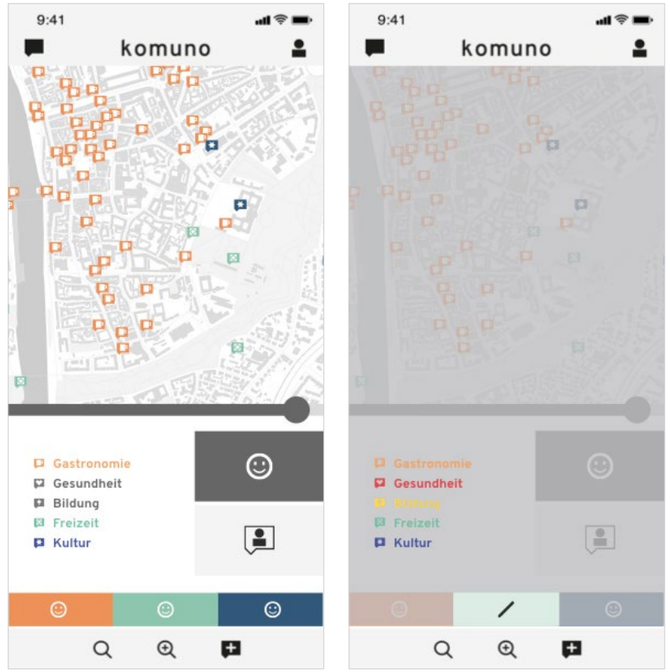


Abb. 97 (links)
Abb. 98 (rechts)

abgerufen werden (Abb. 99). Eine One-Klick-Zusage ermöglicht schnelles An- und Abmelden zu Veranstaltungen und ein unkompliziertes Vormerken von einzelnen Angeboten (Abb. 100).
Das Community-Symbol leitet zu einer Liste an individuellen Anfragen und Gesuchen weiter, die farblich den verschiedenen Kategorien zugeordnet sind (Abb. 101, 102). Auch hier ist eine Aktivierung der Favoriten-Funktion möglich, die erneut die bevorzugten Themenbereiche herausfiltert (Abb. 103). Durch Antippen eines Eintrags kann der Nutzer dann weitere

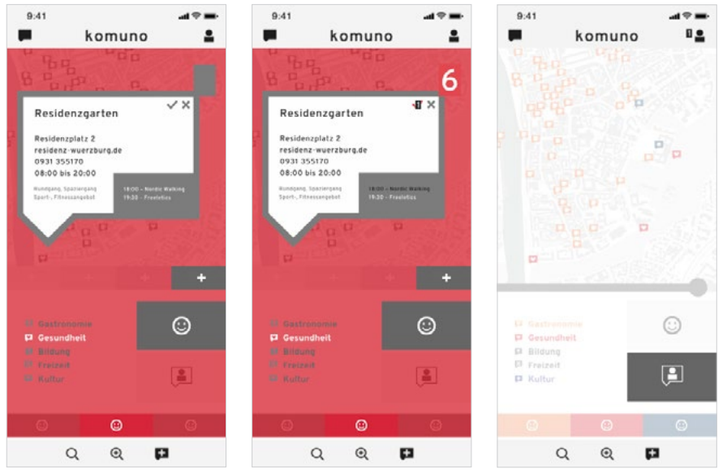


Abb. 99 (oben links)

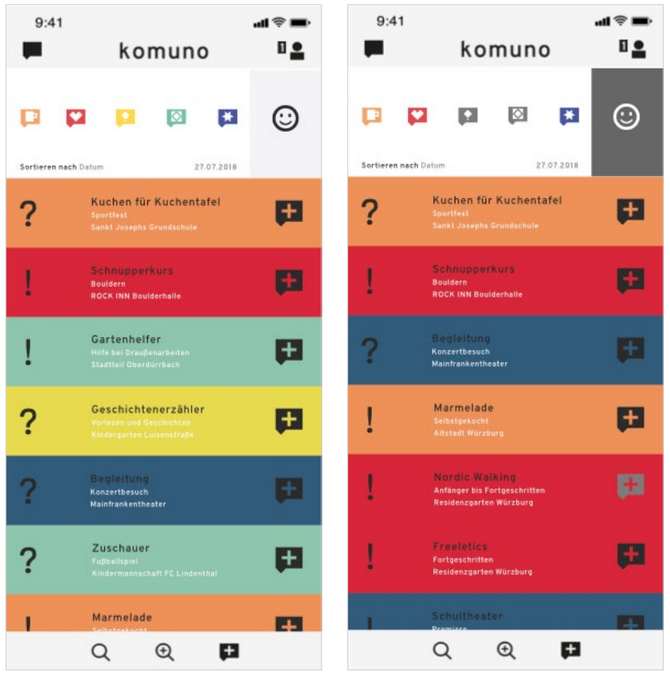


Abb. 100 (oben Mitte)

Abb. 101 (oben rechts)

Abb. 102 (links)

Abb. 103 (rechts)

Informationen abrufen und erhält die Möglichkeit der direkten Kontaktaufnahme zum Ersteller des Eintrags über eine Nachrichtenfunktion (Abb. 104 bis 106). Auch eigene Nachrichten können geschrieben und persönliche Gesuche oder Angebote in der Community veröffentlicht werden (Abb. 107).

Das Nutzerprofil beinhaltet alle Informationen, die für die Nutzung des Netzwerks notwendig sind: Vorname und Alter, persönliche Vorlieben, Hobbys und die favorisierten Rubriken im individuellen Karteikasten. Außerdem gibt der Nutzer hier an, was er persönlich sucht, wo ein Bedarf besteht und wie er sich in die Gemeinschaft einbinden kann. Auf einer Karte kann er festlegen, in welchem räumlichen Gebiet er sich

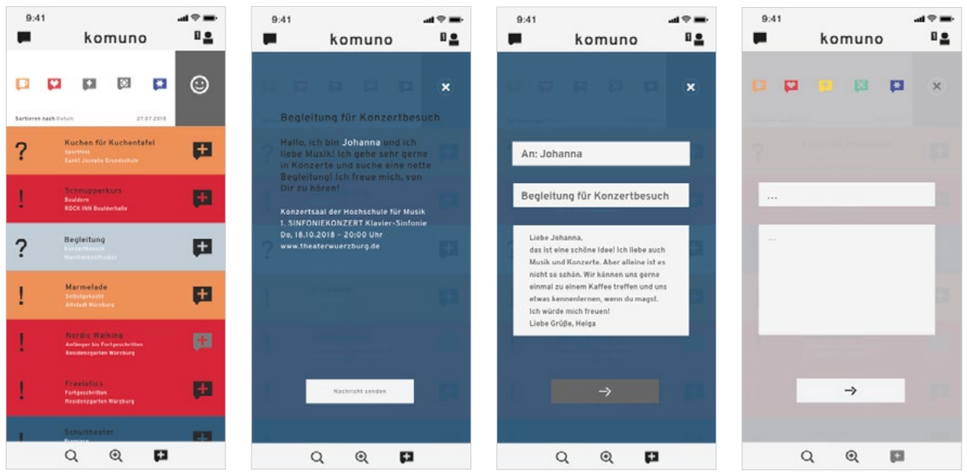


Abb. 104 (links)

Abb. 105 (Mitte links)

Abb. 106 (Mitte rechts)

Abb. 107 (rechts)

Abb. 108 (links)
Abb. 109 (rechts)

aufhält und so die Distanz der Gesuche und Angebote vom eigenen Standort definieren (Abb. 108). Eine Lupenfunktion greift die Generationenthematik auf und ermöglicht ein individuelles Anpassen der Schriftgrößen in der App, um die Lesbarkeit für alle auf gleiche Art und Weise zu ermöglichen (Abb. 109).
Die App als Anwendungsprogramm stellt das Projekt *komuno* der Öffentlichkeit zur Verfügung und schafft einen Rahmen, in dem individuelles und kollektives Handeln umgesetzt werden kann. Sie ist das Kernstück des Projekts und macht seine Funktion und Realisierung erst möglich. In Ergänzung mit der Website als Informationsportal entsteht ein in sich geschlossenes und in der gestalterischen Umsetzung existierendes Projekt, das die Inhalte der Thematik auf angemessene Weise kommuniziert, der Gesellschaft vermittelt und sie zu einem Tätigwerden motiviert. Das Gestaltungskonzept und seine Umsetzung nehmen sich hinter der Thematik zurück und stellen die Inhalte selbst in den Fokus. Auf diese Weise kann deren Tragweite nachhaltig vermittelt, die Vision des Projekts verbreitet und die Verwirklichung auf den Weg gebracht werden.

komuno dient mit seinen einzelnen Elementen als Projektansatz, der die tatsächliche Bedeutung einer gesamtgesellschaftlichen Einheit für die soziale Sicherheit aller herausstellt und die aktuellen Probleme der gesellschaftlichen Spaltung und sozialen Isolation, die dem Entstehen einer Ganzheit entgegenwirken, anspricht und sie zu lösen versucht. Durch die mobile Applikation wird ein jeder Einzelne in die Problemlösung mit eingebunden und dazu angeregt, im Rahmen seiner individuellen Möglichkeiten einen eigenen Beitrag zu leisten, der allen zugutekommt.

4. Ausblick: Soziales Design und sein Potenzial

komuno ist ein Projekt, das versucht, soziale Probleme in der Gesellschaft zu lösen. In seiner Gesamtheit hat es die Kraft, die Gemeinschaft wieder ins Zentrum der Aufmerksamkeit zu rücken und so die Schwierigkeiten, denen sie gegenübersteht, von innen heraus zu lösen.
Durch die unterschiedlichen Elemente der Information und der Aufforderung zum Tätigwerden sollen dabei sowohl Individuen als auch Kollektive in die Problemlösung mit einbezogen werden und gestalten in der Einheit einen neuen und gemeinsamen Weg.
Diese Art der Problemlösung findet Ausdruck in dem Begriff partizipative Gestaltung, der verdeutlicht, wie in gesamtgesellschaftlicher Zusammenarbeit soziale Innovation und Veränderung entstehen kann, welche Gesundheit und Lebensqualität signifikant verbessern. Eine Herangehensweise, die als Teilaspekt von Sozialem Design gesehen wird. Die vorliegende Arbeit ist nicht zuletzt aufgrund ihres partizipativen Charakters diesem speziellen gestalterischen Bereich zuzuordnen. Sie basiert auf dem Problem der sozialen Unsicherheiten in der Gesellschaft, betrachtet dieses aus unterschiedlichen Perspektiven und bezieht verschiedene Forschungsmethoden bei der Annäherung an die Thematik mit ein.
Auf dieser Basis ist ein ganzheitliches Projektkonzept entstanden, das einen Lösungsansatz für die zu Beginn der Arbeit als Ausgangspunkte fixierten Probleme entwirft und bei erfolgreicher Umsetzung in die Realität zur Verbesserung gesellschaftlicher Situationen beitragen kann.
Soziales Design thematisiert soziale Anliegen, um die sich von staatlicher und marktorientierter Seite nur wenig gekümmert wird, die allerdings bis zu einem gewissen Grad auch durch die Gesellschaft selbst behandelt werden können. Eine Art der Problemlösung, welche die Kraft hat, tatsächliche Veränderungen zu schaffen und Umstände und Probleme nachhaltig zu verbessern.

Nachwort

komuno ist ein Projekt, das mit dem Fokus auf dem intergenerativen Aspekt eine gesellschaftliche Einheit erschaffen will, auf deren Basis für alle Menschen ein Zustand sozialer Sicherheit erreicht werden kann. Soziale Sicherheit, Altersthematik, Generationenzusammenhänge und der Integrationsgedanke spielten ebenbürtige Rollen sowohl in der theoretischen und empirischen Forschung als auch in der Entwicklung des Gesamtprojekts als ein Konzept zur intergenerativen Sozialintegration. Dabei wurde vor allem der Begriff der Integration in einem neuen Kontext verstanden. Dieser erweiterte das klassische und oft negativ geprägte Verständnis des Wortteils *Integration* um eine allgemeingesellschaftliche Bedeutung, die über bisherige Auffassungen hinausgeht, welche den Begriff der Integration meist in Verbindung mit ethnischen Unterscheidungen gebrauchen. Mit *komuno* wurde er in einen Zusammenhang gesetzt, der alle Menschen als elementare Teilsysteme der Gesellschaft ansieht und sie alle gleichermaßen integriert. Demnach unterscheiden sich Individuen ausschließlich in ihrer Generationenzugehörigkeit und den damit einhergehenden Alterserscheinungen voneinander und müssen entsprechend ihrer jeweiligen Potenziale und Fähigkeiten in das Gesamtgefüge eingebunden und dazu motiviert werden, dort einen Beitrag zu leisten.

Die Definition der Sozialintegration wurde also durch den Begriff intergenerative erweitert und ließ in diesem neuen Kontext das Entwickeln eines Konzepts zu, welches das Entstehen einer Einheit als Ausgangspunkt für die Schaffung eines stabilen Gesellschaftssystems betrachtet.

komuno soll ein erster Ansatz zur Findung einer Lösung sein und in seiner Realisierung dabei helfen, die aktuellen Probleme, die in der Gesellschaft existieren, abzumildern und auf dem Weg zu ihrer Überwindung ein elementares Hilfsmittel darzustellen. Dabei steht es durch seine enorme soziale und politische Relevanz als wichtiger Ansatz da, der weiter-

gedacht, weiterentwickelt und in immer neue Bereiche übertragen werden kann und dessen tatsächliche Bedeutung und Tragweite aus gegenwärtiger Perspektive nur schwer absehbar sind.
Die heutige Gesellschaft ist in ihren Auffassungen, Meinungen, Idealen und Denkweisen gespalten wie schon lange nicht mehr und von einer gesamtgesellschaftlichen Einheit weit entfernt. Sozialstaatliche Prozesse tragen einen bedeutenden Teil dazu bei, Unstimmigkeiten, entstehen zu lassen und unterschiedliche Gruppen gegeneinander auszuspielen. Eine soziale Einheit hätte die Kraft, gemeinsam Probleme anzugehen und sie gemeinsam zu lösen. Sie ist ein elementarer Grundbaustein für das Erreichen eines Zustands der sozialen Sicherheit und ihr Entstehen ist keineswegs unmöglich. Denn so unterschiedlich Individuen und gesellschaftliche Gruppen auch sind: Was sie alle eint, sind die gleichen Bedürfnisse und Wünsche aller nach Anerkennung, Verständnis und sozialer Sicherheit. Dies reicht als Basis aus, um die Idee umzusetzen und die Vision von *komuno* zu realisieren.

Anhang

Danksagung

Ich danke den Dozenten der FHWS Gestaltung für die hervorragende Betreuung während meines Studiums.
Insbesondere danke ich Dr. Martin Niederauer – der meine Forschungsarbeit entscheidend beeinflusst hat – für die intensive Betreuung in der Theorie über die vergangenen zwei Jahren hinweg.
Außerdem danke ich Prof. Uli Braun für die wunderbare Zusammenarbeit an meinem praktischen Projekt und die zahlreichen Besprechungstermine und Prof. Christoph Barth für die Betreuung während meines gesamten Studiums, die richtungsweisend für meine Arbeit war.
Und Dr. phil. Christian Bauer, der in letzter Minunte meine Betreuung übernommen hat.

Ich danke darüber hinaus meiner Familie, die mich während der Zeit immer unterstützt hat und mir mit helfender Hand zur Seite stand, wo es nur ging. Und meinen Freunden, die mich immer agelenkt haben, wenn es sein musste, und eine Absage akzeptierten, wenn es nicht anders möglich war.

Vielen Dank!

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Bevölkerung – Zahl der Einwohner in Deutschland nach Altersgruppen am 31. Dezember 2016 (in Millionen), Quelle: Statista, abgerufen unter: https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1365/umfrage/bevoelkerung-deutschlands-nach-altersgruppen/ (letzter Zugriff: 06.07.2018), S. 21

Abb. 2: Bevölkerung – Zahl der Einwohner in Deutschland nach Altersgruppen am 31. Dezember 2036 (in Millionen) – Prognose, Interpretation der Quelle: Statista, abgerufen unter: https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1365/umfrage/bevoelkerung-deutschlands-nach-altersgruppen/ (letzter Zugriff: 06.07.2018), S. 21

Abb. 3: Jung-Alt-Zusammenhang 31. Dezember 2036 – Prognose, Interpretation der Quelle: Statista, abgerufen unter: https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1365/umfrage/bevoelkerung-deutschlands-nach-altersgruppen/ (letzter Zugriff: 06.07.2018), S. 21

Abb. 4: Sozialversicherung, Quelle: Bundeszentrale für politische Bildung, abgerufen unter: http://www.bpb.de/nachschlagen/lexika/lexikon-der-wirtschaft/20660/sozialversicherung (letzter Zugriff: 06.07.2018), S. 33

Abb. 5: Gruppen der Fokusinterviews, S. 41
Abb. 6: Stereotype in der Werbung, S. 45
Abb. 7: biologisches und chronologisches Alter, S. 48

Abb. 8: Vodafone (2014): Bucketlist, abgerufen unter: https://www.youtube.com/watch?v=1sBZUDrCpsY (letzter Zugriff: 14.05.2018), sec. 0:13, S. 51

Abb. 9: Vodafone (2014): Bucketlist, abgerufen unter: https://www.youtube.com/watch?v=1sBZUDrCpsY (letzter Zugriff: 14.05.2018), sec. 0:15, S. 51

Abb. 10: Vodafone (2014): Bucketlist, abgerufen unter: https://www.youtube.com/watch?v=1sBZUDrCpsY (letzter Zugriff: 14.05.2018), sec. 0:17, S. 51

Abb. 11: Vodafone (2014): Bucketlist, abgerufen unter: https://www.youtube.com/watch?v=1sBZUDrCpsY (letzter Zugriff: 14.05.2018), sec. 0:27, S. 52

Abb. 12: Vodafone (2014): Bucketlist, abgerufen unter: https://www.youtube.com/watch?v=1sBZUDrCpsY (letzter Zugriff: 14.05.2018), sec. 0:14, S. 52

Abb. 13: Vodafone (2014): Bucketlist, abgerufen unter: https://www.youtube.com/watch?v=1sBZUDrCpsY (letzter Zugriff: 14.05.2018), sec. 0:46, S. 56

Abb. 14: Vodafone (2014): Bucketlist, abgerufen unter: https://www.youtube.com/watch?v=1sBZUDrCpsY (letzter Zugriff: 14.05.2018), sec. 0:51, S. 56

Abb. 15: Sparkasse (2016): Alter, abgerufen unter: https://www.youtube.com/watch?v=pMMY7dtAwMY (letzter Zugriff: 14.05.2018), sec. 0:01, S. 59

Abb. 16: Sparkasse (2016): Alter, abgerufen unter: https://www.youtube.com/watch?v=pMMY7dtAwMY (letzter Zugriff: 14.05.2018), sec. 0:10, S. 59

Abb. 17: Sparkasse (2016): Alter, abgerufen unter: https://www.youtube.com/watch?v=pMMY7dtAwMY (letzter Zugriff: 14.05.2018), sec. 0:15, S. 59

Abb. 18: Sparkasse (2016): Alter, abgerufen unter: https://www.youtube.com/watch?v=pMMY7dtAwMY (letzter Zugriff: 14.05.2018), sec. 0:09, S. 59

Abb. 19: Sparkasse (2016): Alter, abgerufen unter: https://www.youtube.com/watch?v=pMMY7dtAwMY (letzter Zugriff: 14.05.2018), sec. 0:19, S. 63

Abb. 20: Altersbilder, S. 65
Abb. 21: Altersstufen, S. 67

Abb. 22: Deka (2016): Vorsorge, abgerufen unter: https://www.youtube.com/watch?v=J7mQWGY5JOU (letzter Zugriff: 17.05.2018), sec. 0:01, S. 68

Abb. 23: Deka (2016): Vorsorge, abgerufen unter: https://www.youtube.com/watch?v=J7mQWGY5JOU (letzter Zugriff: 17.05.2018), sec. 0:12, S. 69

Abb. 24: Deka (2016): Vorsorge, abgerufen unter: https://www.youtube.com/watch?v=J7mQWGY5JOU (letzter Zugriff: 17.05.2018), sec. 0:25, S. 69

Abb. 25: Deka (2016): Vorsorge, abgerufen unter: https://www.youtube.com/watch?v=J7mQWGY5JOU (letzter Zugriff: 17.05.2018), sec. 0:04, S. 70

Abb. 26: Deka (2016): Vorsorge, abgerufen unter: https://www.youtube.com/watch?v=J7mQWGY5JOU (letzter Zugriff: 17.05.2018), sec. 0:08, S. 70

Abb. 27: Deka (2016): Vorsorge, abgerufen unter: https://www.youtube.com/watch?v=J7mQWGY5JOU (letzter Zugriff: 17.05.2018), sec. 0:07, S. 71

Abb. 28: Deka (2016): Vorsorge, abgerufen unter: https://www.youtube.com/watch?v=J7mQWGY5JOU (letzter Zugriff: 17.05.2018), sec. 0:05, S. 71

Abb. 29: Deka (2016): Vorsorge, abgerufen unter: https://www.youtube.com/watch?v=J7mQWGY5JOU (letzter Zugriff: 17.05.2018), sec. 0:04, S. 73

Abb. 30: Deka (2016): Vorsorge, abgerufen unter: https://www.youtube.com/watch?v=J7mQWGY5JOU (letzter Zugriff: 17.05.2018), sec. 0:08, S. 73

Abb. 31: Deka (2016): Vorsorge, abgerufen unter: https://www.youtube.com/watch?v=J7mQWGY5JOU (letzter Zugriff: 17.05.2018), sec. 0:14, S. 73

Abb. 32: Deka (2016): Vorsorge, abgerufen unter: https://www.youtube.com/watch?v=J7mQWGY5JOU (letzter Zugriff: 17.05.2018), sec. 0:09, S. 73

Abb. 33: Deka (2016): Vorsorge, abgerufen unter: https://www.youtube.com/watch?v=J7mQWGY5JOU (letzter Zugriff: 17.05.2018), sec. 0:18, S. 73

Abb. 34: Edeka (2015): heimkommen, abgerufen unter:https://www.youtube.com/watch?v=V6-0kYhqoRo (letzter Zugriff: 20.05.2018), sec. 0:16, S. 79

Abb. 35: Edeka (2015): heimkommen, abgerufen unter:https://www.youtube.com/watch?v=V6-0kYhqoRo (letzter Zugriff: 20.05.2018), sec. 0:09, S. 79

Abb. 36: Edeka (2015): heimkommen, abgerufen unter:https://www.youtube.com/watch?v=V6-0kYhqoRo (letzter Zugriff: 20.05.2018), sec. 0:20, S. 79

Abb. 37: Edeka (2015): heimkommen, abgerufen unter:https://www.youtube.com/watch?v=V6-0kYhqoRo (letzter Zugriff: 20.05.2018), sec. 0:29, S. 81

Abb. 38: Edeka (2015): heimkommen, abgerufen unter:https://www.youtube.com/watch?v=V6-0kYhqoRo (letzter Zugriff: 20.05.2018), sec. 0:37, S. 81

Abb. 39: Edeka (2015): heimkommen, abgerufen unter:https://www.youtube.com/watch?v=V6-0kYhqoRo (letzter Zugriff: 20.05.2018), sec. 1:11, S. 81

Abb. 40: Edeka (2015): heimkommen, abgerufen unter:https://www.youtube.com/watch?v=V6-0kYhqoRo (letzter Zugriff: 20.05.2018), sec. 1:12, S. 81

Abb. 41: Edeka (2015): heimkommen, abgerufen unter:https://www.youtube.com/watch?v=V6-0kYhqoRo (letzter Zugriff: 20.05.2018), sec. 1:33, S. 81

Abb. 42: Edeka (2015): heimkommen, abgerufen unter:https://www.youtube.com/watch?v=V6-0kYhqoRo (letzter Zugriff: 20.05.2018), sec. 0:56, S. 82

Abb. 43: Edeka (2015): heimkommen, abgerufen unter:https://www.youtube.com/watch?v=V6-0kYhqoRo (letzter Zugriff: 20.05.2018), sec. 1:24, S. 82

Abb. 44: Drei Säulen, S. 98
Abb. 45: Kreislauf I., S. 101
Abb. 46: Soziale Stabilität, S. 107
Abb. 47: Anteil der Über-65-Jährigen, S. 109
Abb. 48: Aktivitätsthese, S. 112
Abb. 49: Generationenkontakt, S. 119

Abb. 50: Reaktivierung, S. 121
Abb. 51: Akzeptanz und Wertschätzung, S. 122
Abb. 52: Streit-Einheit-Zusammenhang, S. 129
Abb. 53: Wechselbeziehung I., S. 131
Abb. 54: Wechselbeziehung II., S. 131
Abb. 55: Kreislauf II., S. 132
Abb. 56: Nähe-Distanz, S. 133
Abb. 57: Bedeutung *komuno*, S. 147
Abb. 58: Typografie I., S. 149
Abb. 59: Typografie II., S. 150
Abb. 60: Farbigkeit, S. 151
Abb. 61: Logo I., S. 153

Abb. 62: Logo II., S. 153
Abb. 63: Logo III., S. 154
Abb. 64: Logo Würzburg, S. 154
Abb. 65: Logo Nürnberg, S. 154
Abb. 66: Logo Bamberg, S. 154
Abb. 67: Logo IV., S. 155
Abb. 68: Designelemente, S. 157
Abb. 69: Information-Anwendung, S. 161
Abb. 70: Spalten, S. 163
Abb. 71: Textfeld, S. 163
Abb. 72: Elemente, S. 164
Abb. 73 bis 76: Typografie und Farbigkeit, S. 165
Abb. 77 bis 80: Responsive Webdesign, S. 166 f.
Abb. 81 bis 84: wir für alle, S. 168
Abb. 85 bis 87: alle für uns, S. 168 f.
Abb. 88 bis 90: du mit uns, S. 169
Abb. 91: Startbildschirm, S. 171
Abb. 92: Mockup, S. 171
Abb. 93: Anmeldeformular, S. 171
Abb. 94: Auswahlfunktion, S. 171
Abb. 95: Stadtplan, S. 172
Abb. 96: Marker, S. 172
Abb. 97: Favoriten Bearbeitung, S. 173
Abb. 98: Favoriten eingeblendet, S. 173
Abb. 99: Ereignis Informationen, S. 174
Abb. 100: Zusage, S. 174
Abb. 101: Community I., S. 174
Abb. 102: Community II., S. 174
Abb. 103: Community III., S. 174
Abb. 104: Community IV., S. 175
Abb. 105: Ereignis, S. 175
Abb. 106: Nachricht I., S. 175
Abb. 107: Nachricht II., S. 175
Abb. 108: Nutzerprofil, S. 176
Abb. 109: Schriftgröße, S. 176

Quellenverzeichnis

Literatur

Allmendinger, Jutta (2017): Das Land, in dem wir leben wollen. Wie die Deutschen sich ihre Zukunft vorstellen, München: Pantheon

Elias, Norbert (1969): Über den Prozess der Zivilisation. Soziogenetische und psychogenetische Untersuchungen, in: Roland Borgards (Hrsg.), Texte zur Kulturtheorie und Kulturwissenschaft, Stuttgart: Reclam, Seiten 120-129

Helfferich, Cornelia (2014): Modifikationen des Leitfadens: Fokusinterviews, in: Baur, Nina & Blasius, Jörg (Hrsg.), Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung, Wiesbaden: Springer VS, S. 568 f., E-Book

Jäckel, Michael (2016): Stereotype als Verkehrsmittel der Werbung, in Siegert, Gabriele et al. (Hrsg.), Wiesbaden: Springer VS, S. 199 ff., E-Book

Lessenich, Stephan (2012): Theorien des Sozialstaats. Zur Einführung, Hamburg: Junius

Luhmann, Niklas (1991): Soziale Systeme. Grundriß einer allgemeinen Theorie, 4. Auflage, Frankfurt am Main: Suhrkamp

Mai, Manfred (2005): Medienpolitik in der Informationsgesellschaft, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften

van Dyk, Silke & Lessenich, Stephan (2009): Die Jungen Alten. Analysen einer neuen Sozialfigur, Frankfurt am Main: Campus

van Dyk, Silke (2015): Soziologie des Alters, Bielefeld: transcript

Voß, Peter (1998): Mündigkeit im Mediensystem. Hat Medienethik eine Chance? Anmerkungen eines Verantwortlichen zur Theorie und Praxis der Massenmedien, Baden-Baden: Nomos

ZEIT MAGAZIN Nummer 5 (25.01.2018): Hallo Nachbarn. Wie das Prinzip Dorfgemeinschaft neu erfunden wird, Hamburg: Die ZEIT

Internet (alle letzter Zugriff: 07.07.2018)

Baurmann, Jana G. (2013): Altersvorsorge. Berufstätig & ahnungslos, für ZEIT ONLINE, abgerufen unter: https://www.zeit.de/2013/26/berufsanfaenger-altersvorsorge-geldanlage

BertelsmannStiftung (2015): Altersarmut in Deutschland. Regionale Verteilung und Erklärungsansätze, abgerufen unter: https://www.bertelsmann-stiftung.de/de/publikationen/publikation/did/altersarmut-in-deutschland-regionale-verteilung-und-erklaerungsansaetze/

Bundesministerium für Arbeit und Soziales (2015): Forschungsbericht. Verbreitung der Altersvorsorge 2015, abgerufen unter: http://www.bmas.de/SharedDocs/Downloads/DE/PDF-Publikationen/Forschungsberichte/fb-476-verbreitung-altersvorsorge-2015.pdf?__blob=publicationFile&v=3

Bundeszentrale für politische Bildung (2016): Sozialversicherung, abgerufen unter: http://www.bpb.de/nachschlagen/lexika/lexikon-der-wirtschaft/20660/sozialversicherung

Designer in Action (2016): Overpass. Open Source Webfont, abgerufen unter: https://www.designerinaction.de/typografie/overpass-open-source-webfont/

Lessenich, Stephan (2012): Der Sozialstaat als Erziehungsagentur, für Bundeszentrale für politische Bildung, abgerufen unter: http://www.bpb.de/apuz/150630/der-sozialstaat-als-erziehungsagentur?p=all

Mauve, Carl-Philipp (2003): Senioren in der Werbung, abgerufen unter: http://www.kas.de/upload/dokumente/verlagspublikationen/Alter-Last-Chance/Alter-Last-Chance-7-4.pdf
MetallRente (2016): Jugendstudie 2016, abgerufen unter: https://www.metallrente.de/mediencenter/jugendstudie/

Vereinte Nationen (1948): Resolution der Generalversammlung. 217 A (III) Allgemeine Erklärung der Menschenrechte, abgerufen unter: https://www.ohchr.org/EN/UDHR/Documents/UDHR_Translations/ger.pdf

ZEIT ONLINE (2016): Generation Y. Viele Junge sind mit Altersvorsorge überfordert, abgerufen unter: https://www.zeit.de/wirtschaft/2016-04/generation-y-altersvorsorge-studie

ZEIT ONLINE (1963): Was ist das Alter?, abgerufen unter: https://www.zeit.de/1963/39/was-ist-das-alter

Zukunftsinstitut (2013): Generation Y. Das Selbstverständnis der Manager von morgen, abgerufen unter: https://www.zukunftsinstitut.de/fileadmin/user_upload/Publikationen/Auftragsstudien/studie_generation_y_signium.pdf

Video (alle letzter Zugriff: 14.05.2018)

Deka (2016): Vorsorge, abgerufen unter: https://www.youtube.com/watch?v=J7mQWGY5JOU

Edeka (2015): heimkommen, abgerufen unter:https://www.youtube.com/watch?v=V6-0kYhqoRo

Sparkasse (2016): Alter, abgerufen unter: https://www.youtube.com/watch?v=pMMY7dtAwMY

Vodafone (2014): Bucketlist, abgerufen unter: https://www.youtube.com/watch?v=1sBZUDrCpsY

Erklärung

Hiermit erkläre ich, Theresa May, dass ich diese Arbeit selbstständig verfasst, noch nicht anderweitig für Prüfungszwecke vorgelegt, keine anderen als die angegebenen Quellen oder Hilfsmittel benutzt sowie wörtliche Zitate als solche gekennzeichnet habe.

Ort, Datum

Unterschrift

Impressum

© Theresa May 2018
Hochschule für angewandte Wissenschaften
Würzburg-Schweinfurt, Fakultät Gestaltung Würzburg
Studiengang Informationsdesign (M. A.), Masterthesis
Sommersemester 2018, 4. Semester
1. Prüfer: Prof. Uli Braun
2. Prüfer: Dr. phil. Christian Bauer

Auflage
5 Exemplare

Erscheinungsjahr
2018

Erscheinungsort
Würzburg, Deutschland

Druck und Bindung
G-Medien, Lohr am Main

Papier
IGEPA Soporset Premium Offset 110 g/qm

Format
21 : 29,7cm

Schrift
Overpass Bold
Gentium Basic Regular/Bold/Italic