

# **Die Öffnung der Seniorenwirtschaft für ältere Menschen mit Migrationshintergrund**

**Vortrag im Rahmen der Fachtagung „Interkulturelle Öffnung:  
Zukunftsfeld für Pflegeeinrichtungen?“**

**Bremen 16.10.07**

## **Gliederung**

- 1. Einführung**
- 2. Alter und Migration aus ökonomischer Perspektive**
- 3. Seniorenwirtschaft und Silbermärkte in Deutschland**
- 4. Seniorenwirtschaft für ältere Migranten/innen in NRW**
- 5. Voraussetzungen der Erschließung der Seniorenwirtschaft für ältere Migranten/innen**
- 6. Praxisbeispiele der Seniorenwirtschaft für ältere Migranten/innen**
- 7. Resümee**
- 8. Handlungsempfehlungen**
- 9. Literatur**



## **1. Einführung**

- **Handlungsfeld relativ neu**
- **relativ wenig gesicherte empirische Erkenntnisse**
- **fortgeschrittene Erfahrungen in England aber wenig dokumentiert**
- **z.T. Überschneidungen mit einer gemeinwesenorientierten „offenen“ Altenarbeit**
- **übertragbare Handlungsansätze und Projekte stehen im Vordergrund**
- **Anregungen für Akteure der Altenarbeit und - hilfe um ggf. Produkte und Dienstleistungen zu erweitern**
  
- **Aber: langer Atem unbedingt erforderlich!**
- **Schnelle Erfolge eher unwahrscheinlich**



## 2. Alter und Migration aus ökonomischer Perspektive (1)

- seit ca. 2004 Veränderung bzw. Ausweitung des Blickwinkels auf das Thema Alter und Migration um wirtschaftliche Aspekte
- RWI Studie (2004) „Wirtschaftsfaktor ältere Migranten/innen in Deutschland – Stand und Perspektiven“
- Projekt Ruhr (2005) „Demographischer Wandel im Ruhrgebiet – Auf der Suche nach neuen Märkten“ (Kapitel 7: Migranten/innen als neue Zielgruppe der Wirtschaft)
- Bundesregierung (2006) „Fünfter Altenbericht - Potenziale des Alters in Wirtschaft und Gesellschaft“ (Kapitel 8: Ältere Migranten/innen)
- FfG & Stiftung Zentrum für Türkeistudien (2006) „Erschließung der Seniorenwirtschaft für ältere Migranten/innen“
- MGFFI NRW (2007) „Handlungsempfehlungen zur Erschließung der Seniorenwirtschaft für ältere Menschen mit Zuwanderungsgeschichte (2007 – 2010)“



## 2. Alter und Migration aus ökonomischer Perspektive (2)

- **ökonomische Betrachtungsweise von Menschen mit Migrationshintergrund: Rollen als Arbeitskräfte, Unternehmen (Migrantenökonomie) und Konsumenten/innen (private und öffentliche Güter und DL)**
- **privater Konsum bislang relativ wenig wissenschaftlich untersucht**
- **Migranten/innen seit den 70er Jahren Nutzer/innen von öffentlichen Gütern und Dienstleistungen**
- **seit ca. 15 Jahren Bemühungen um interkulturelle Öffnungen von Diensten (z.B. im Bereich der Altenhilfe)**
- **seit der Jahrtausendwende verstärkte „Entdeckung“ als private Konsumenten/innen (zunächst Türken/innen, später osteuropäische Bevölkerungsgruppen)**
- **zunehmende Bedeutung des sogenannten „Ethnomarketings“**
- **Basis: unterschiedliches Konsumverhalten verschiedener Bevölkerungsgruppen**



## 2. Alter und Migration aus ökonomischer Perspektive (3)

- **Parallelen zwischen der Angebotsentwicklung und “Vermarktung” von öffentlichen Diensten und privaten Gütern für (ältere) Migranten/innen**
- **aber: variierende Ausgangslagen zwischen deutschen und ausländischen Senioren/innen (z.B. Einkommen, Freizeitverhalten, etc.)**
- **und: größere Potentiale bei den jüngeren als bei den älteren Migranten/innen**
- **verfügbares Einkommen 50+: deutlich niedriger bei ausländischer (-26%) als deutscher Bevölkerung**
- **Gruppe der älteren Türken/innen besonders benachteiligt: Einkommen erreicht 58% der deutschen und knapp 75% der älteren ausländischen Bevölkerung**

### 3. Seniorenwirtschaft und Silbermärkte in Deutschland (1)

- 70er Jahre: erste zaghafte Ansätze
- 80er Jahre: schleichende Entdeckung des „Silbermarktes“, zunehmendes Seniorenmarketing
- 90er Jahre: neue Blickwinkel in wissenschaftlicher, politischer und z.T. öffentlicher Diskussion
- Seniorenwirtschaft als Element zur Steigerung der Lebensqualität älterer Menschen
- Seniorenwirtschaft als Impulsgeber für Wachstum und Beschäftigung
- Definition: Produkte und Dienstleistungen für Senioren/innen jenseits der ‚klassischen‘ Bereiche der öffentlich finanzierten sozialen Dienste einschließlich der Altenhilfe und –arbeit
- Länderinitiativen: NRW, Schleswig-Holstein, Mecklenburg-Vorpommern, Rheinland-Pfalz, Bremen und Bayern
- regionale / kommunale Ansätze: Herten, Krefeld, Dortmund, Kiel, Eckernförde, Rendsburg und Neumünster



### 3. Seniorenwirtschaft und Silbermärkte in Deutschland (2)

#### Seniorenwirtschaft als Querschnittsmarkt

- Wohnen und Wohnraumanpassungen
- Wohnbegleitende und haushaltsnahe Dienste
- Produkte und Dienste zur Förderung der selbständigen Lebensführung / Erleichterung des Alltags
- Bildung und Kultur
- IT, Medien und Kommunikation
- Freizeit, Reisen & Mobilität
- Kultur und Unterhaltung
- Gesundheit, Fitness und Wellness
- Ernährung
- Kleidung und Mode
- Finanzdienstleistungen



### **3. Seniorenwirtschaft und Silbermärkte in Deutschland (3)**

#### **Beispiele seniorenorientierter Produkte und Dienstleistungen**

- **IT / Neue Medien: PC/Internetkurse, Seniorenportale, intelligentes Wohnen, Telemedizin, Telecare...**
- **Freizeit / Tourismus / Sport: seniorenorientierte Tourismus- und Sportangebote (z.B. 50+ Hotels)...**
- **Wohnen: Wohnraumanpassung, alternative Wohnformen im Alter, seniorenfreundliche Möbel...**
- **Haushaltsnahe Dienstleistungen: Reparaturservice, Einkaufshilfen, Bringdienste, ambulante Essenversorgung...**
- **Produkte & Design: Alltagshilfen, sich drehende Knoblauchpresse, Topfuntersetzer auf Rollen...**
- **Technik im Haushalt: höhenverstellbare Schränke, nutzerfreundliche Geräte ...**



## 4. Seniorenwirtschaft für ältere Migranten/innen in NRW (1)

### Hintergrund: Zukunftsinitiative des Landes NRW

- 1999-2002 Einbindung in das Bündnis für Arbeit, Ausbildung und Wettbewerbsfähigkeit NRW
- seit 2002 eigenständiges Projekt des MGSFF NRW (heute MGFFI NRW)
- wissenschaftliche Geschäftsführung bis 2006 IAT und FfG, seit 2007 IAT
- gesellschaftspolitisches Ziel: Verbesserung der Lebensqualität
- wirtschaftspolitisches Ziel: Sicherung und Schaffung von Arbeitsplätzen
- Maßnahmen: Arbeitsgruppen zu verschiedenen Themenbereichen; Initiierung von Pilotprojekten; Anstoß von Qualifizierung; Öffentlichkeitsarbeit; internationale Ausrichtung
- Kooperationspartner: IHK's, Handwerkstag NRW, Kommunale Spitzenverbände, Städte- und Gemeindebund; Landesregierung; Seniorenvertretungen



## 4. Seniorenwirtschaft für ältere Migranten/innen in NRW (2)

**Expertise: Erschließung der Seniorenwirtschaft für ältere Migranten/innen**

- **Zeitraum: Datenbasis der Mehrthemen-Befragung 2004**
- **Auftraggeber: MGFFI NRW**
- **Auftragnehmer: Forschungsgesellschaft für Gerontologie (FfG) an der Universität Dortmund & Stiftung Zentrum für Türkeistudien (ZfT)**
- **Datenbasis: Sonderauswertung der standardisierten Mehrthemen-Befragung der türkischstämmigen Migranten/innen in NRW des ZfT (insgesamt: 1018 Personen; 55+: 129) und Experteninterviews mit Akteuren der Seniorenwirtschaft**



## 5. Voraussetzungen: ökonomische Grundlagen

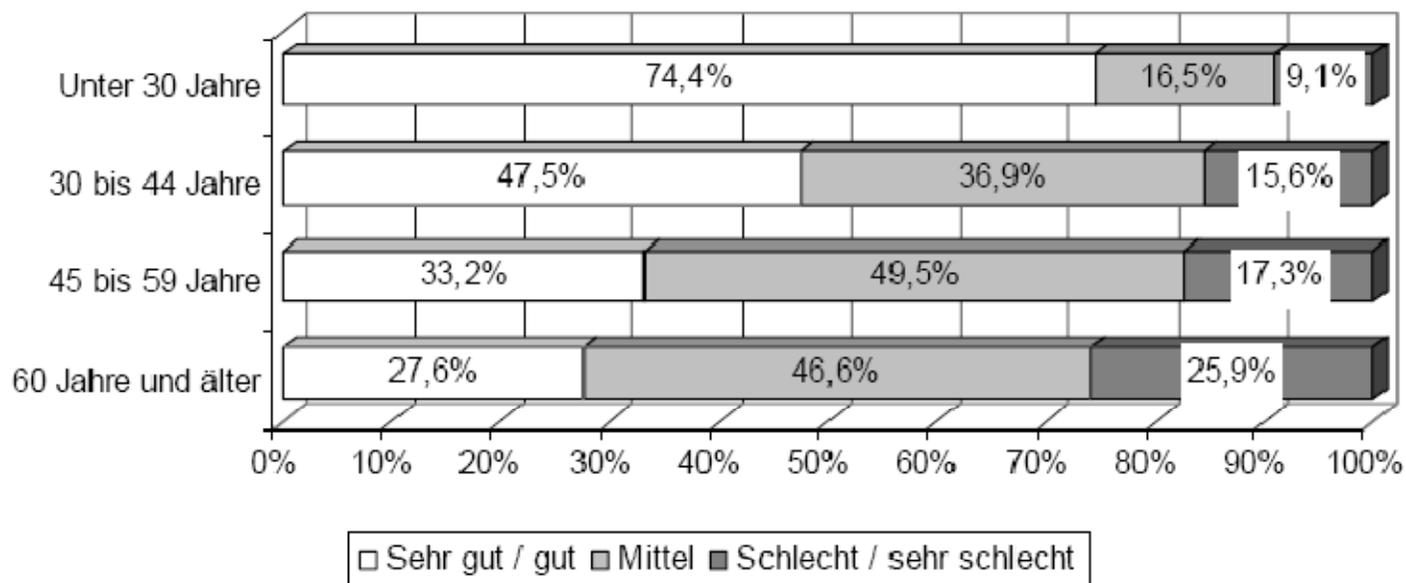
**Tabelle 7: Nettohaushaltseinkommen pro Kopf nach Nationalität und Alter, 1997/2002, in Euro**

	Deutschland	Türkei	Griechen- Land	Italien	ehemaliges Jugoslawien	Ausland insgesamt
<b>2002</b>						
18 bis 44 Jahre	1093	642	892	873	756	827
45 bis 64 Jahre	1233	632	857	967	888	930
65 Jahre und älter	1101	593	792	872	756	882
<b>1997</b>						
18 bis 44 Jahre	912	528	729	742	610	667
45 bis 64 Jahre	1019	591	766	831	767	802
65 Jahre und älter	958	494	588	648	549	781
<b>Einkommenszuwachs 1997 – 2002 in %</b>						
18 bis 44 Jahre	19,8	21,6	22,4	17,7	23,9	24,0
45 bis 64 Jahre	21,0	6,9	11,9	16,4	15,8	16,0
65 Jahre und älter	14,9	20,0	34,7	34,6	37,7	12,9

Datengrundlage: Mikrozensus (Forschungsdatenzentrum), eigene Berechnungen

## 5. Voraussetzungen: Deutschkenntnisse

Abbildung 2: Deutschkenntnisse (Verstehen) nach Altersgruppen (Zeilenprozent)  
Quelle: ZfT 2004



## 5. Voraussetzungen: kulturelle Einstellung

*Tabelle 2: Eigene Orientierung nach Alter und Geschlecht (Zeilenprozent)  
 Quelle: ZfT 2004*

	Eigene Orientierung		
	Traditionell	Teils/teils	Modern-liberal
<b>Gesamt</b>			
Unter 30 Jahre	11,1	48,8	40,1
30 bis 44 Jahre	12,1	56,9	29,7
45 bis 59 Jahre	18,3	53,8	26,9
60 Jahre und älter	19,0	32,8	44,8
<b>Männer</b>			
Unter 30 Jahre	16,6	37,3	46,3
30 bis 44 Jahre	15,5	54,9	28,3
45 bis 59 Jahre	19,4	52,7	27,1
60 Jahre und älter	20,5	34,1	45,5
<b>Frauen</b>			
Unter 30 Jahre	6,7	58,3	35,0
30 bis 44 Jahre	8,7	59,0	31,0
45 bis 59 Jahre	16,5	55,7	26,6
60 Jahre und älter	14,3	28,6	42,9
<b>Gesamt</b>	13,5	52,6	33,0

## 5. Voraussetzungen: Deutschlandorientierung und Rückkehrabsicht

- 52% der befragten Älteren (55+) fühlen sich der Türkei verbunden; 23% mit Deutschland und 23 % mit beiden Ländern
- Anteil der Türkei-Verbundenen bei Älteren höher als bei Jüngeren (18-54)
- 75% „fühlen sich in Deutschland eigentlich ganz wohl“
- Rückkehrabsicht Im Zeitverlauf der letzten Jahren insgesamt abnehmend
- Rückkehrabsicht als Indikator der derzeitigen Befindlichkeit und der Zufriedenheit mit der sozialen Lage
- enger Zusammenhang zwischen Heimatverbundenheit und Rückkehrabsicht: 80% der Deutschland-Verbunden wollen nicht zurückkehren
- 30% der Älteren und 32% der Jüngeren planen oder beabsichtigen in die Türkei zurückzukehren

## 5. Voraussetzungen: Konsummuster (1)

- Datenlage insgesamt sehr dürftig
- Datenbasis hier: ZfT-Befragung von 1520 türkischstämmigen Migranten/innen zum Themenbereich „Sparen & Investieren“ (2000)
- monatlicher Konsum der Älteren (55+) im Vergleich zu Jüngeren (18-54) insgesamt geringer
- weniger Ausgaben für Wohnen / Miete (395€ vs. 415€) sowie Lebensmittel und Verbrauchsgüter (380€ vs. 475€)
- deutlich weniger Ausgaben für Kleidung (34€ vs. 70€) und langfristige Konsumgüter wie Möbel oder Elektrogeräte (o.A.)
- Ausgaben für Freizeit/Hobby bei Älteren extrem niedrig (13€ vs. 48€)
- Ausgaben für soziale Aktivitäten/Urlaub: 174€ vs. 247€
- Sparverhalten und Höhe der Ersparnisse bei türkischen Senioren/innen wahrscheinlich deutlich niedriger als bei deutschen

## 5. Voraussetzungen: Konsummuster (2)

- **Wohnen: 2004 lebten fast 30% der älteren Türken/innen in den eigenen vier Wänden (26,6 % der Jüngeren)**
- **1999-2003: leichter Anstieg des Wohneigentums unter türkischstämmigen Migranten/innen in NRW**
- **Wohnsituation älterer Migranten/innen aber nach wie vor defizitärer als die der älteren Deutschen**
- **Sparen: deutsches Sparbuch 17% der älteren und 33,5% der jüngeren Türken/innen; Konto bei türkischer Zentralbank: 33% vs. 23%**
- **deutsche Lebensversicherung: 10% vs. 30%**
- **deutsche Bausparverträge: 12% vs. 21%**
- **60% der türkischen Älteren und 64% der Jüngeren planen ihr Geld in der Türkei anzulegen**
- **Anlage in Immobilien: jeweils +über 80% planen dieses in Deutschland**

## 6. Praxisbeispiele der SW für ältere Migranten/innen: Neue Medien (1)

### Neue Medien

- technische Voraussetzungen zur Nutzung von PC bei 33% der befragten türkischstämmigen Haushalte (55+) erfüllt (59% bei Jüngeren)
- Internetanschluss: 16% der Älteren und 40% der Jüngeren
- aber: wahrscheinlich nur wenig tatsächliche Erfahrungen mit PC und Internet
- Mobiltelefone: 65% der Älteren und 82% der Jüngeren
- insgesamt nur wenig Erfahrungen zum Thema Neue Medien & ältere Migranten/innen

## 6. Praxisbeispiele der SW für ältere Migranten/innen: Neue Medien (2)

### Senioren: Medien – Migration – Integration – Partizipation

- **Modellprojekt des Bürgermedienzentrums „Bennohaus Münster“ (3/2003 – 12/2005) mit 2 hauptamtlichen Mitarbeitern/innen (je 1/2 Stelle)**
- **Förderung: MGFFI NRW**
- **übergeordnetes Ziel: Neuentdeckung der kulturellen Identität älterer Migranten/innen durch den Einsatz Neuer Medien, Bürgerfernsehen und Bürgerfunk; Integration und Partizipation**
- **Zielgruppen: Migranten/innen vornehmlich aus Portugal, Spanien, Türkei und Griechenland; deutschsprachige Aussiedler (v.a. Russland und Polen), türkische Frauen; deutsche Senioren/innen**
- **Partner: Ausländerbeirat der Stadt Münster; Seniorenrat Münster e.V.; Landessenorenvertretung NRW; Stadt Münster, Sozialamt, Abt. Sozialplanung; Institutionen und Vereine, die in der Ausländerarbeit tätig sind (insgesamt 13)**

## 6. Praxisbeispiele der SW für ältere Migranten/innen: Neue Medien (3)

- **Qualifizierungsbaustein 1:**  
Erste Kontaktaufnahme zu Vereinen, Gruppen und Initiativen von Migranten/innen in Münster
- **Qualifizierungsbaustein 2:**  
Nutzung der Medien Bürgerfernsehen und/oder Bürgerradio für die öffentliche Präsentation der Vereine; gemeinsame Konzeptentwicklung
- **Qualifizierungsbaustein 3 / Kurse:**  
Fernsehen und Video: Kamerakurse, Studiokamerakurse, Schnittkurse  
PC und Internet: PC-Einführung, Internetkurse, Kurse zur Bedienung der Internetplattform  
Radio: Interviewtechniken, Aufnahmen für einen Radiobeitrag



## 6. Praxisbeispiele der SW für ältere Migranten/innen: Neue Medien (4)

- **Qualifizierungsbaustein 4:**  
Planung und Durchführung von interkulturellen Talkrunden und Live-Talkrunden
- **Qualifizierungsbaustein 5:**  
Planung und Erlernen des kommunikativen Umgangs mit Internetplattform in entsprechenden Anwendungsbereichen.
- **Qualifizierungsbaustein 6:**  
Interkulturelle Aktivitäten (z.B. interkulturelle Musik- und Tanzveranstaltungen, Besuch einer deutschen Senioreneinrichtung von türkischen Frauen)
- **Qualifizierungsbaustein 7:**  
Darstellung eigener Lebenswelten mittels der erlernten Medienarbeit anhand des Qualifizierungsmoduls



## 6. Praxisbeispiele der SW für ältere Migranten/innen: Neue Medien (4)

- **Ergebnisse: 38 PC- bzw. Internetschulungen; 13 Radio- bzw. TV Kurse**
- **Produktion von 5 TV Beiträgen; Entstehung der Fernsehsendung „Merhaba“ (13 x ausgestrahlt; Vorstellung von Vereinen und Initiativen); 30 Dokumentationen, Kurzbeiträge oder Videofilme**
- **Schaffung einer Internetplattform; Nutzung suboptimal wegen mangelnder Ressourcen bei den Vereinen**
- **Insgesamt 40 interkulturelle Aktivitäten (Veranstaltungen, Tagungen, Feste und Konzerte)**
- **gelungene Zusammenarbeit von Haupt- und Ehrenamtlichen**
- **geeignete muttersprachliche Honorarkräfte schwierig zu finden (Zusammenarbeit mit Vereinen)**
- **generationenübergreifender Ansatz wurde ausgebaut**
- **Austausch zwischen den Honorarkräften empfehlenswert**

## 6. Praxisbeispiele der SW für ältere Migranten/innen: Sport (1)

- 55% der befragten älteren Türken/innen treiben nie Sport, 33% manchmal und 11% oft
- Anteile bei Jüngeren deutlich höher
- aber: Menschen mit türkischem Migrationshintergrund sind im Vergleich zur deutschen Bevölkerung sportlich deutlich weniger aktiv
- Gründe: niedrigeres Bildungsniveau und kultur-, traditions- und glaubensbedingt anderer Zugang zu Körperlichkeit und damit zu Sport und Bewegung (z.B. hinsichtlich gemischtgeschlechtlicher Sportkurse)

## 6. Praxisbeispiele der SW für ältere Migranten/innen: Sport (2)

### StadtSportBund (SSB) Duisburg

- Projekt Bewegungstreff für Ältere (2001-2004), finanziert durch Landeskampagne „Aktiv und bewegt älter werden in NRW“
- Ziel: Schaffung von wohnortnahen, offenen und unverbindlichen Angeboten
- Kooperation mit zwei Sportvereinen für Migranten/innen (SV Rhenania Hamborn & BKSU Yildirim Duisburg)
- Konzentration auf ältere Frauen mit Migrationshintergrund
- Herangehensweise: Vermittlerfunktion von Moscheeverein und kath. Kirchengemeinde; Ärzt/innen als Multiplikatoren; klassische Öffentlichkeitsarbeit (z.B. Anzeigen) erfolglos
- Nachfrage sehr hoch; variierende Zusammensetzung der Gruppen (Türkinnen, Spätaussiedlerinnen, Ex-Jugoslawinnen, Afrikanerinnen)
- Angebote: Wassergymnastik, Nordic-Walking, Fitness für Frauen
- Finanzierung über niedrige Vereinsbeiträge, z.T. sozial verträglich gestaffelt

## 6. Praxisbeispiele der SW für ältere Migranten/innen: Wellness / Urlaub

- Handlungsfeld ebenfalls von schlechter Datenlage gekennzeichnet
- geringe Teilnahme von älteren Migranten/innen an Kuren und Maßnahmen der Rehabilitation
- seit 1.7.01 haben ausländische Patienten/innen die Möglichkeit Reha-Angebote im Ausland anzunehmen
- Die meisten älteren Türken/innen wünschen sich Urlaub „wo viel Natur ist“ (87,1%), nur wenige „wo etwas los ist“ (1,6%)
- Nur 8% verbringen ihren Urlaub bei der Familie in der Heimat
- Kaum Daten über Urlaubsorte von älteren Migranten/innen vorhanden
- 85% der Befragten der FfG (n=100) haben ihren Urlaub in der Türkei verbracht
- aber: klassische Urlaubsangebote der deutschen Senioren/innen werden nicht in Anspruch genommen
- und: ältere Migranten/innen haben aber oft ein sehr großes Interesse an Ausflügen in die unmittelbare Umgebung

## 6. Praxisbeispiele der SW für ältere Migranten/innen: Kultur & Freizeit (1)

- Voraussetzungen für den Konsum klassischer (deutscher) (Hoch-)Kultur oft durch geringes Einkommen, niedrigen Bildungsstand und schlechte Deutschkenntnisse stark eingeschränkt
- Freizeitverhalten: 75% der befragten älteren Türken/innen (n=100) verbringen ihre Freizeit lieber mit anderen als allein (16%)
- 43% wünschen sich Angebote außer Haus
- Freizeitaktivitäten: es dominieren Fernsehen (Frauen: 15 Nennungen; Männer: 8), Spazieren gehen (F:14; M:18); Handarbeiten (F: 12; M:0); Haus und Garten (F:9; M:15); Zeit mit der Familie verbringen (F:7; M:2); Lesen (F:6; M:10) und Nachbarn/Freunde treffen (F:6; M:7)
- Freizeitwünsche Frauen: Arbeiten/Beschäftigung: 5, Deutsch lernen: 4; Religion: 4; in die Türkei fliegen: 4; Reisen: 3; Lesen und Schreiben lernen: 3
- Freizeitwünsche Männer: Berufliche Veränderungen: 5; (Weiter)Arbeiten: 5; Reisen: 5; in die Türkei fliegen: 3
- Aktivitäten außer Haus: Moschee, Spaziergänge, Nachbarn besuchen, Garten

## 6. Praxisbeispiele der SW für ältere Migranten/innen: Kultur & Freizeit (2)

- Für (türkische) ältere Frauen existieren weniger Räume und Treffpunkte als für Männer
- Im Alter bleibt Frauen weiterhin ihr Tätigkeitsfeld in der Familie und im Haushalt, oft kommt Versorgung von Enkelkindern dazu
- intergenerative Angebote sind oft die Lösung (Akzeptanz, Multiplikatoreffekt, bessere Erreichbarkeit)
- offene, ständige Treffpunkte besser als zeitliche Befristungen
- Themenorientierte Angebote mit konkreten Aktivitäten (z.B. Kochen oder Gymnastik) oft besser als reine Wissensvermittlung
- muttersprachliche Angebote und Fachkräfte sehr wichtig
- Nähe zu Wohnorten von zentraler Bedeutung

## 6. Projektideen / Empfehlungen: Kultur & Freizeit (3)

- Entwicklung neuer Formen interkultureller und kulturspezifischer Angebote
- z.B. Roadshows im ländlichen Raum
- Erschließung der Industriekultur im Ruhrgebiet durch kultursensible Führungen
- Entwicklung einer „Route der Migrationsgeschichte“ mit und für ältere(n) Menschen mit Zuwanderungsgeschichte
- Unterstützung des ehrenamtlichen Engagements ältere Migranten/innen

## 6. Praxisbeispiele der SW für ältere Migranten/innen: Gesundheit (1)

- Mehrheit der vom ZfT befragten türkischen Senioren/innen mit dem deutschen Gesundheitssystem zufrieden
- 66% fühlen sich ‚sehr gut‘ und ‚eher gut‘ und 8% ‚eher schlecht‘ und ‚schlecht‘ gesundheitlich und medizinisch betreut
- Werte der jüngeren (18-54) Türken/innen nur marginal besser
- aber: nach wie vor Zugangsbarrieren; unterdurchschnittliche Wahrnehmung von Vorsorgeuntersuchungen, Rehabilitation und Beratung
- gesundheitliche Mehrfachgefährdung; vergleichsweise schlechterer subjektiver und objektiver Gesundheitszustand älterer Migranten/innen
- 60% der befragten älteren Türken/innen wünschen sich Beratungsmöglichkeiten in der Muttersprache und schriftliches türkisches Infomaterial
- 64% halten es für ‚sehr‘ bzw. ‚eher wichtig‘ türkische Ärzte/innen zu konsultieren

## 6. Praxisbeispiele der SW für ältere Migranten/innen: Gesundheit (2)

### Projekt „Gesund essen mit Freude“

- Träger: Gesundheit Berlin e.V. / Unterstützung BKK Bundesverband
- Entwicklung eines kultursensiblen Koch- und Ernährungskurses; Förderung von gesundheitsbewusstem Ernährungs- und Kochverhalten
- Ergebnisse: Deutsch-Türkisches Kiezkochbuch mit Koch- und Ernährungstipps; Manual zur Durchführung von Koch- und Ernährungskursen; Leitfaden zur Umsetzung
- Rezepte und Informationen zu Themen wie Prävention von Essstörungen oder ausgewogene Ernährung
- Erfolgskriterien: Anknüpfung an traditionellen Rezepten, Alltagsgewohnheiten und Erfahrungen der Teilnehmerinnen
- weitere Infos: [www.saglik-berlin.de](http://www.saglik-berlin.de)

## 6. Praxisbeispiele der SW für ältere Migranten/innen: Gesundheit (3)

### Projekt MiMi (Mit Migranten für Migranten)

- Ethnomedizinisches Zentrum Hannover; BKK Bundesverband
- Projektbeginn 2003; mittlerweile 16 Standorte (u.a. Bremen, DRK)
- Schulung von interkulturellen Mediatoren durch Akteure des deutschen Gesundheitswesens zu Themen wie Umgang mit Medikamenten, das deutsche Gesundheitswesen, Seelische Gesundheit, Alter, Gesundheit und Pflege, Ernährung und körperliche Bewegung
- Anschließend selbständige muttersprachliche Informationsveranstaltungen durch Mediatoren vor Ort
- Erstellung von muttersprachlicher Schulungsmaterialien; mehrsprachiger Gesundheitswegweiser
- weitere Infos und Materialien: [www.bkk-promig.de](http://www.bkk-promig.de)

## 6. Praxisbeispiele der SW für ältere Migranten/innen: Wohnen und DL

- **Wohnen in den eigenen vier Wänden in der vertrauten Umgebung auch zentraler Wunsch der älteren Menschen mit Migrationshintergrund**
- **Wohnraumanpassung und Wohnberatung kaum bekannt; erhebliche Zugangsbarrieren**
- **Alternative Wohnformen wie Betreutes Wohnen oder gemeinschaftliches Wohnen ebenfalls kaum bekannt; z.T. negative Assoziationen basierend auf früheren Erfahrungen / Massenunterkünfte**
- **Notwendigkeit zugehender muttersprachlicher Beratung**
- **nicht-kommerzielle DL-Angebote wie Nachbarschaftsprojekte oder Migrantenselbstorganisationen am besten geeignet, ergänzende haushaltsnahe DL anzubieten; Bereitschaft zur Inanspruchnahme kostenpflichtiger Angebote sehr gering**
- **Good Practice Wohnen: Stiftungsdorf Gröpelingen**

## 6. Projektideen / Handlungsempfehlungen: Wohnen und DL

- Hausnotruf oder Telemonitoring für ältere Menschen mit Migrationshintergrund aufbauen
- Einzelhandel im Quartier sollte kulturspezifische Produkte in das Warensortiment aufnehmen (Stichwort „Ethnomarketing“)
- Entwicklung flexibler Einzelhandelskonzepte für strukturschwache Stadtteile
- Schaffung von mehr „offenen“ (interkulturell) und „geschlossenen“ (ethnien-spezifisch) Begegnungsräumen (z.B. von Wohnungsunternehmen)
- Entwicklung alternativer Wohnmodelle für ältere Menschen mit Zuwanderungsgeschichte (z. B. Wohngruppen für Menschen mit demenziellen Erkrankungen)
- Ausweitung der Wohnberatung
- Entwicklung von Wohnangeboten, die das Pendelverhalten berücksichtigen
- Entwicklung von ambulanten Menüdiensten oder –angeboten (siehe England)

## 7. Resümee

- **Bislang relativ wenig Erfahrungen mit der Erschließung der Seniorenwirtschaft für ältere Menschen mit Migrationshintergrund**
- **Nicht alle Bereiche der Seniorenwirtschaft für eine interkulturelle Öffnung geeignet / unterschiedliche Voraussetzungen gegeben**
- **Relativ geringe wirtschaftliche Potentiale älterer Menschen mit Migrationshintergrund**
- **Heterogenität der Zielgruppe muss unbedingt berücksichtigt werden**
- **z.T. übertragbare Strategien aus der interkulturellen Öffnung von Diensten und Einrichtungen**
- **Aber: adäquate Angebote müssen in weiten Teilen noch entwickelt werden!**
- **Vermarktung darf nicht nach deutschem Muster erfolgen**
- **Zusammenarbeit mit den jeweiligen Communities und Selbstorganisationen unerlässlich!**

## 8. Handlungsempfehlungen: Konzeption eines Projektes

- ✓ **Bedenken Sie, dass die Gruppe der älteren Migranten/innen sehr heterogen ist**
- ✓ **Definieren Sie die Zielgruppe, die Sie erreichen wollen**
- ✓ **Beziehen Sie bei der Konzeptualisierung Vertreter/innen der Altenhilfe, der Migrationssozialarbeit und der Migrantenselbstorganisationen ein**
- ✓ **Werden Sie sich darüber klar, welche Ziele Sie mit Ihrem Projekt erreichen wollen und legen Sie entsprechende Handlungsschritte fest**
- ✓ **Seien sich darüber bewusst, dass es wahrscheinlich keine schnellen sichtbaren Erfolge geben wird und ein langer Atem erforderlich sein wird**
- ✓ **Stellen Sie sicher, dass für den erforderliche Zeitaufwand entsprechende personelle und zeitliche Kapazitäten zur Verfügung stehen**
- ✓ **Berücksichtigen Sie bereits bei der Konzeption, wie eine Nachhaltigkeit gewährleistet werden kann**

## 8. Handlungsempfehlungen: Zugang zur Zielgruppe (1)

- ✓ Erkennen Sie Selbstorganisationen der Migranten/innen als Potenzial und Ressource an
- ✓ Versuchen Sie möglichst früh die Unterstützung von Schlüsselpersonen Ihrer Zielgruppe zu gewinnen (z.B. Imame, Führungspersonlichkeiten von Migrantenselbstorganisationen) und arbeiten Sie mit ihnen zusammen
- ✓ Versuchen Sie, mit den Gemeinde- und Begegnungszentren der jeweiligen Migrantengruppen zusammenzuarbeiten
- ✓ Setzen Sie nationalitätenspezifischen Mitarbeiter/innen und Mittler/innen ein, die muttersprachlich mit der Zielgruppe kommunizieren können
- ✓ Beziehen Sie die entsprechenden Medien Ihrer Zielgruppe (z.B. nationalitätenspezifische Zeitungen und Radio) mit ein
- ✓ Planen Sie für den Zugang zur Zielgruppe und den Aufbau von Vertrauen viel Zeit ein

## 8. Handlungsempfehlungen: Zugang zur Zielgruppe (2)

- ✓ Nutzen Sie die ethnische Infrastruktur (z.B. türkische Lebensmittelläden, religiöse Stätten, Arztpraxen) um auf Ihr Projekt aufmerksam zu machen
- ✓ Machen Sie sich bewusst, dass in anderen Kulturkreisen oft keine Differenzierung nach Lebensalter existiert und denken Sie intergenerativ, um die Zielgruppe zu erreichen (z.B. durch die Einbindung von Schulen, Kindergärten)
- ✓ Nutzen Sie freizeitpädagogische Angebote, um den Zugang zur Zielgruppe zu gewinnen
- ✓ Setzen Sie nicht nur schriftliches, einfach gestaltetes Informationsmaterial, sondern auch audio-visuelle Medien ein
- ✓ Seien Sie sich bewusst, dass unter den älteren Migranten/innen Mundpropaganda eine sehr hohe Bedeutung hat und versuchen Sie entsprechende Multiplikatoren/innen zu gewinnen

## **8. Handlungsempfehlungen: Durchführung von Angeboten (1)**

- ✓ **Betreiben Sie zugehende und partizipative Sozialarbeit, d.h. versuchen Sie, Informationsangebote in den Zentren der betreffenden Migrantengruppen durchzuführen und beteiligen Sie die entsprechenden Organisationen**
- ✓ **Berücksichtigen Sie geschlechtsspezifische Bedarfe**
- ✓ **Beachten Sie religiöse und kulturelle Gebote (z.B. Geschlechtertrennung bei streng islamisch Gläubigen und Berücksichtigung der Fastenzeit)**
- ✓ **Machen Sie sich bewusst, dass in anderen Kulturkreisen nicht so stark nach dem Lebensalter differenziert wird und entwickeln Sie Angebote, bei denen auch die Bedürfnisse anderer Generationen berücksichtigt werden**
- ✓ **Reduzieren Sie Migranten/innen der gleichen Nationalität nicht auf eine vorgeblich homogene Herkunftskultur**

## **8. Handlungsempfehlungen: Durchführung von Angeboten (2)**

- ✓ **Arbeiten Sie mit muttersprachlichen Referenten/innen und Dolmetschern/innen zusammen**
- ✓ **Denken Sie daran, die Themen so einfach wie möglich darzustellen und zu vermitteln**
- ✓ **Nutzen Sie Formen der audio-visuellen Darstellung**
- ✓ **Kombinieren Sie freizeit- und bildungspädagogische Angebote**
- ✓ **Stellen Sie sicher, dass bei aller notwendigen Planung die Einladung der Zielgruppe relativ kurzfristig vor der Veranstaltung erfolgt bzw. kurz vorher wiederholt wird**



## 8. Handlungsempfehlungen: Durchführung von Angeboten (3)

- ✓ **Seien Sie sich darüber im Klaren, dass ‚durchorganisierte‘ Veranstaltungen bei älteren Migranten/innen oft nicht so gut ankommen und lassen Sie Raum für Spontanes**
- ✓ **Versuchen Sie grundsätzlich, Selbsthilfepotentiale zu unterstützen und Kompetenzen statt Defizite der Zielgruppe in den Mittelpunkt Ihrer Arbeit zu stellen**
- ✓ **Seien Sie sich darüber im Klaren, dass kombinierte Angebote für ältere Deutsche und Migranten/innen oft sehr schwierig durchführbar sind**

**Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit !**

**Dr. VERA GERLING**

**Querstr. 29  
44139 Dortmund**

**Tel.       0231/5896905  
Mobil     0163/2497969  
Email     veragerling@web.de  
Home     www.ger-on.de**



## **9. Literatur**

- Bundesregierung (2006): Fünfter Altenbericht - Potenziale des Alters in Wirtschaft und Gesellschaft, Berlin**
- FfG & Stiftung Zentrum für Türkeistudien (2006): Erschließung der Seniorenwirtschaft für ältere Migranten/innen, Düsseldorf**
- FfG (2001): Lebens- und Bedarfslagen älter werdender Migranten/innen. Exemplarische Untersuchung der Lebenssituation älterer Menschen türkischer Herkunft im Kreis Unna, Dortmund**
- FfG (2007): Lebensformen und Wohnbedürfnisse älterer Menschen mit Zuwanderungsgeschichte – Herausforderungen und Perspektiven für landesweite- und kommunale Planungs- und Gestaltungsprozesse, Workshop-Dokumentation vom 8.12.06 in Bochum**
- MGFFI NRW (2004): Integration älterer Migrantinnen und /innen. Ergebnisse eines Modellprojektes im Kreis Unna**
- MGFFI NRW (2007): Handlungsempfehlungen zur Erschließung der Seniorenwirtschaft für ältere Menschen mit Zuwanderungsgeschichte (2007 – 2010), Düsseldorf**
- Özcan, Veysel & Seifert, Wolfgang (2006): Lebenslage älterer Migrantinnen und Migranten. Gutachten für den 5. Altenbericht der Bundesregierung, Berlin**
- Projekt Ruhr (2005): Demographischer Wandel im Ruhrgebiet – Auf der Suche nach neuen Märkten, Essen**
- RWI Essen (2004): Wirtschaftsfaktor ältere Migranten/innen in Deutschland – Stand und Perspektiven, Essen sind**