



„Wie wohnen und leben wir zukünftig in der K.E.R.N.-Region?“

Befragung der 50plus-Generation

– Ergebnisdokumentation –

CONVENT Planung und Beratung GmbH

Hamburg, im Januar 2006

„Wie wohnen und leben wir zukünftig in der K.E.R.N.-Region?“

Befragung der 50plus-Generation

im Rahmen des Modellvorhabens der Raumordnung

„Lebensqualität ein Leben lang – Wirtschaftsentwicklung und
Infrastrukturanpassung unter neuen demographischen Vorzeichen –
Seniorenorientierter Wirtschaftsraum K.E.R.N.“

CONVENT Planung und Beratung GmbH
Haubachstraße 74, 22765 Hamburg

Tel. 040 / 38 99 64 - 0
Fax 040 / 38 61 28 72
mail zentrale@convent-hamburg.de
web www.convent-hamburg.de

Dipl.-Geogr. Klaus Mensing
Dipl.-Geogr. Thomas Fischer
Anette Kretzer, M.A.
Dipl.-Geogr. Sven-Marco Machill

Hamburg, im Januar 2006

Das Projekt wird im Rahmen des
Forschungsprogramms „Modellvorhaben
der Raumordnung“ (MORO) vom Bundes-
amt für Bauwesen und Raumordnung
(BBR) fachlich unterstützt und gefördert.

www.bbr.bund.de



Bundesamt
für Bauwesen und
Raumordnung

Inhalt

Vorwort	6
1. Einführung	7
1.1 Problemaufriss und Ziele.....	7
1.2 Wer hat geantwortet?	9
1.3 Soziodemographische Aussagen zu den Teilnehmenden	11
2. Wohnsituation, Wohnumfeld und Zuzugsmotive.....	13
3. Mobilitätsverhalten und Aktivitäten	18
3.1 Mobilitätsverhalten	20
3.2 Aktivitäten.....	24
4. Bedeutung von Dienstleistungen und Wohnversorgung in Gegenwart und Zukunft.....	30
5. Kaufkraft und Einkommensverwendung in Gegenwart und Zukunft.....	35
6. Fazit und Handlungsempfehlungen	40
Anhang.....	45
Erläuterungen zu den Tabellen	45
Ergänzungstabellen.....	47
Ausgewählte Zitate	50
Reaktionen auf die Befragung.....	51

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1:	Bevölkerungsentwicklung in der K.E.R.N.-Region nach Altersklassen	7
Abb. 2:	Regionale Verteilung der Teilnehmenden	10
Abb. 3:	Verteilung der Teilnehmenden nach Raumtypen	10
Abb. 4:	Verteilung der Teilnehmenden nach Altersklassen	11
Abb. 5:	Zuzüge seit 1990 nach Bundesländern bzw. Ausland.....	15
Abb. 6:	Einschätzung Wohnstandort / Wohnumfeld nach Eigenschaften und Raumtypen.....	17
Abb. 7:	Zahl der PKW pro Haushalt.....	20
Abb. 8:	Häufigkeit der PKW-Nutzung.....	20
Abb. 9:	Häufigkeit der ÖPNV-Nutzung.....	21
Abb. 10:	Arten der Haushaltshilfe	33
Abb. 11:	Zukünftiges Erreichen von Einrichtungen ohne PKW.....	34
Abb. 12:	Verteilung der monatlichen Haushaltseinkommensklassen	36
Abb. 13:	Heutige Verwendung des Haushaltseinkommens in Prozent.....	38
Abb. 14:	Heutige Einkommensverwendung in EURO (Durchschnitt aller Einkommensklassen).....	38
Abb. 15:	Zukünftige Verwendung des Haushaltseinkommens.....	39

Tabellenverzeichnis

Tab. 1:	Regionale Verteilung der Teilnehmenden	9
Tab. 2:	Erwerbstätigkeit	12
Tab. 3:	Durchschnittliche Haushaltgröße nach Altersklassen.....	12
Tab. 4:	Eigentumsquote nach Raumtypen	14
Tab. 5:	Zuzugsgründe.....	16
Tab. 6:	Durchschnittliche ÖPNV-Nutzung nach Raumtypen	21
Tab. 7:	Durchschnittliche Dauer je Fortbewegungsmittel nach vorgegebenen Einrichtungen (Raumkategorie: Großstadt)	22
Tab. 8:	Durchschnittliche Dauer je Fortbewegungsmittel nach vorgegebenen Einrichtungen (Raumkategorie: Zentraler Ort).....	23
Tab. 9:	Durchschnittliche Dauer je Fortbewegungsmittel nach vorgegebenen Einrichtungen (Raumkategorie: Ländlicher Raum)	23
Tab. 10:	Häufigkeit der Aktivitäten.....	24
Tab. 11:	Häufigkeit von Nachmittagsausflügen	25
Tab. 12:	Häufigkeit von Tagesfahrten.....	26
Tab. 13:	Häufigkeit von Tagesfahrten in Abhängigkeit vom Alter	26
Tab. 14:	Häufigkeit von Mehrtagesfahrten.....	27
Tab. 15:	Dauer von Mehrtagesfahrten in Abhängigkeit vom Alter	27
Tab. 16:	Dauer von Mehrtagesfahrten in Abhängigkeit vom Einkommen.....	28
Tab. 17:	Was wird am Urlaub geschätzt?	29
Tab. 18:	Gegenwärtige und zukünftige Nutzung von Dienstleistungen	31
Tab. 19:	Nachfrage nach zukünftigen Wohnformen	32
Tab. 20:	Durchschnittliche Einkommensklassen nach Altersklassen	37
Tab. 21:	Bewertung des Umfeldes nach klassifizierten Orten	47
Tab. 22:	Zuzüge aus einem anderen Bundesland bzw. Ausland.....	48
Tab. 23:	Zeitpunkt des Zuzuges nach Altersklassen	49

Vorwort

Der demographische Wandel wird auch in der K.E.R.N.-Region zu neuen Herausforderungen für nahezu alle kommunalen und regionalen Handlungsfelder und Lebensbereiche führen. Neben der Abnahme der Bevölkerung ist unsere Zukunft insbesondere durch die zunehmenden Alterung der Gesellschaft geprägt. Um die Lebensqualität in der Region kontinuierlich verbessern zu können, ist es erforderlich, genaue Kenntnisse über die Bedürfnisse und Wünsche der Bewohnerinnen und Bewohner zu erlangen. Die Technologie-Region K.E.R.N. hat aus diesem Grund im Sommer 2005 eine Befragung der so genannten „50plus-Generation“ durchgeführt, um den Akteuren in der Region Entscheidungsgrundlagen an die Hand zu geben.

Welche Wünsche haben die Bewohnerinnen und Bewohner der K.E.R.N.-Region für die Zukunft: Wohnen, Aktivitäten, Kultur, Dienstleistungen, Versorgung etc.? Davon hängt es ganz wesentlich ab, ob die Menschen sich entscheiden, in der K.E.R.N.-Region zu bleiben, oder ob sie ihr den Rücken kehren. Insofern ist die Durchführung von „Marktforschung“ sinnvoll, um die Lebens- und Arbeitsbedingungen an den Präferenzen der älteren Menschen, der „Mehrheit von morgen“, auszurichten.

Die Befragung wurde konzipiert und durchgeführt im Rahmen des Modellvorhabens der Raumordnung (MORO) „Seniorenorientierter Wirtschaftsraum K.E.R.N.“ Seit Ende 2003 erarbeitet K.E.R.N. mit Unterstützung und Förderung des Bundes beispielhafte Lösungen zur Bewältigung des demographischen Wandels.

Verschiedene Akteure haben an der Befragung mitgewirkt: neben der Steuerungsgruppe des Modellvorhabens und der Geschäftsstelle der K.E.R.N.-Region insbesondere die Geschäftsstelle des Seniorenbüros Neumünster, die Gemeindevertretung Ottendorf, der Landesseniorenbeirat sowie die Kieler Nachrichten (KN). Die KN haben am 18. Juli 2005 den Fragebogen vollständig abgedruckt und dadurch wesentlich zur hohen Rücklaufquote von 1.124 Fragebögen beigetragen. Das Büro CONVENT hat die ausgefüllten Fragebögen ausgewertet und diese Ergebnisdokumentation erstellt.

Auf den folgenden Seiten präsentieren wir Ihnen die wichtigsten Ergebnisse. Alle Tabellen und Berechnungen beziehen sich auf die Stichprobe (d.h. die 1.124 Fragebögen). Diese besitzt eine vergleichsweise hohe Aussagekraft, ist jedoch nicht im engeren Sinne repräsentativ, da ein wesentlicher Anteil der Befragten Leserinnen und Leser der Kieler Nachrichten sind. Zudem ist je nach Frage die Zahl der Antworten für einzelne Kommunen oder Altersklassen unterschiedlich. Vor allem die Aussagen zu Kaufkraft und Einkommen sollten vor diesem Hintergrund eher als Richtwerte verstanden werden. Erläuterungen zu den Tabellen finden Sie im Anhang.

Für Kommunen, in denen eine größere Zahl von Menschen geantwortet hat, lassen sich auf Anfrage auch individuelle Ergebnisse ermitteln. Zudem sind weitere Verknüpfungen einzelner Fragen sowie die Differenzierung nach Altersklassen möglich. Bitte wenden Sie sich für ein individuelles Angebot an die Geschäftsstelle der K.E.R.N.-Region.

Die K.E.R.N.-Region bedankt sich bei den genannten Akteuren – und ganz besonders bei den vielen Menschen, die den Fragebogen ausgefüllt haben.

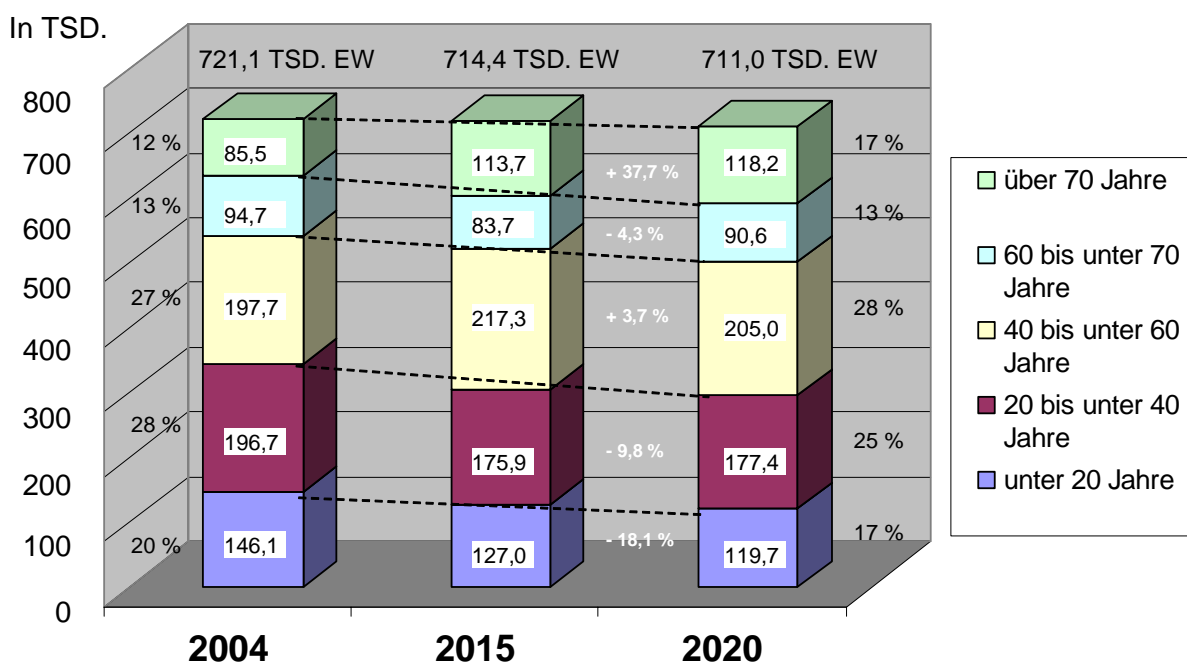
1. Einführung

1.1 Problemaufriss und Ziele

Anlass für diese Umfrage sind die **veränderten demographischen Vorzeichen**, die auch die Technologie-Region K.E.R.N. betreffen und in Zukunft betreffen werden:

- Die Gesellschaft wird älter, d.h. die Anteile der Bevölkerung von 50 Jahren und älter werden in Zukunft deutlich zunehmen.
- Nach den Prognosen des Statistikamtes Nord wird die Bevölkerung in der K.E.R.N.-Region bis 2020 leicht abnehmen (von ca. 721.000 um ca. 10.000 auf ca. 711.000 Einwohner). Aufgrund eines positiven Wanderungssaldos (es ziehen mehr Menschen in die K.E.R.N.-Region als aus der Region fort) wird die Bevölkerung quantitativ zunächst noch relativ stabil gehalten, und der starke natürliche Bevölkerungsrückgang (es sterben mehr Menschen als geboren werden) kann nahezu kompensiert werden. Ab dem Jahr 2020 wird die Bevölkerung deutlich zurückgehen.

Abb. 1: Bevölkerungsentwicklung in der K.E.R.N.-Region nach Altersklassen



Quelle: Eigene Graphik auf Basis der Bevölkerungsvorausberechnung des Statistikamtes Nord

Die **Alterung der Gesellschaft** ist mittlerweile zu einem zentralen Thema avanciert, trotz aller Notwendigkeit einer kinder- und familienfreundlichen Politik. Die Chancen der zunehmenden Zahl älterer, wirtschaftlich und gesellschaftlich erfahrener Menschen rücken stärker ins Bewusstsein. Jenseits des „Jugendwahns“ kann diese „Wirtschaftskraft Alter“ Impulse für Produkte und Dienstleistungen für mehr Lebensqualität im Alter und damit für neue Arbeitsplätze (auch für junge Menschen) geben, die Lebensqualität aller (Jung und Alt) steigern und K.E.R.N. als attraktive Zukunftsregion profilieren.

Die K.E.R.N.-Region hat sich zum Ziel gesetzt, diese Potenziale aufzugreifen. **Das strategische Ziel heißt „Lebensqualität ein Leben lang“.** Es geht um ein Fitmachen der K.E.R.N.-Region durch strategische Positionierung und Schaffung von Wettbewerbsvorteilen. Neben den Folgen des „Weniger“ (Bevölkerungsabnahme) liegt der Schwerpunkt auf Chancen des „Mehr“ (Wachstumsmarkt „Senioren“): durch Schaffung attraktiver Bedingungen für älter werdende Menschen, um den wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Wandel positiv zu gestalten, um älter werdende Menschen in der Region zu halten und parallel dazu Anreize zu bieten für Wanderungen / Umzüge in die Region, um neue Bürgerinnen und Bürger hinzuzugewinnen.

Im Vordergrund stehen die aktiven 50plus- und 60plus-Generationen. Welche Anforderungen stellen Senioren an ihr Umfeld und ihre Region? Welche Angebote bestehen bereits bzw. werden genutzt? Hierzu gibt es zwar vereinzelt empirische Untersuchungen, auch in der K.E.R.N.-Region; diese betreffen jedoch z.T. andere Aspekte des Nachfrageverhaltens, sind auf die Gegebenheiten des jeweiligen Untersuchungsraumes abgestimmt oder nicht mehr aktuell. Mit dieser Umfrage sollen daher auch die älteren Menschen in der K.E.R.N.-Region aktiv in die Gestaltung ihrer Zukunft einbezogen werden. Und die handelnden Akteure sollen auf das Nachfrageverhalten der immer stärker wachsenden Gruppe der älteren Menschen aufmerksam gemacht werden.

Die Befragung war freiwillig und anonym. Der Fragebogen wurde mit Vertretern des Büros CONVENT, dem Regionalmanagement bei K.E.R.N., dem Seniorenbüro Neumünster und einem Vertreter des Landesseniorenbeirates erarbeitet und getestet. Der Fragebogen wurde teilweise verschickt (z.B. über die Geschäftsstelle des Seniorenbüros Neumünster und die Gemeinde Ottendorf), stand als Download auf der Homepage der Technologie-Region K.E.R.N. zur Verfügung und konnte insbesondere als Doppelseite den Kieler Nachrichten vom 18. Juli 2005 entnommen werden. Die Kieler Nachrichten waren – neben einigen andern Tageszeitungen, in denen Pressemitteilungen geschaltet wurden, und der gezielten Ansprache der erwähnten Kooperationspartner – sicherlich der größte öffentlichkeitswirksame Multiplikator. Allein 608 der 1.124 Fragebögen bestanden aus der Doppelseite der Kieler Nachrichten. Diese hohe Rücklaufquote ist ein deutlicher Indikator für die Wichtigkeit des Themas. Die Rücksendung erfolgte durch die Teilnehmenden selbst.

Knapp ein Viertel der Teilnehmenden nutzte den Fragebogen, um sich bei den allgemeinen Anmerkungen zu äußern. Die Fülle der Aussagen war vielfältig. In erster Linie handelte es sich um individuelle Vorschläge zu Verbesserungen bestimmter Angebote (Wohnungen, Senioren-WG's, ÖPNV, altengerechte Produkte, Portionen und Verpackungen) oder Umzugserwägungen in ein Altersheim bei entsprechendem Angebot. Neben Lob und Anregungen für zukünftige Befragungen gab es aber auch Schilderungen von Zukunftsängsten, Vereinsamung und Missständen im Wohnumfeld.

1.2 Wer hat geantwortet?

Insgesamt haben 1.124 Personen oder Haushalte aus 132 verschiedenen Kommunen der K.E.R.N.-Region (und in vier Fällen von außerhalb) an der Befragung teilgenommen.

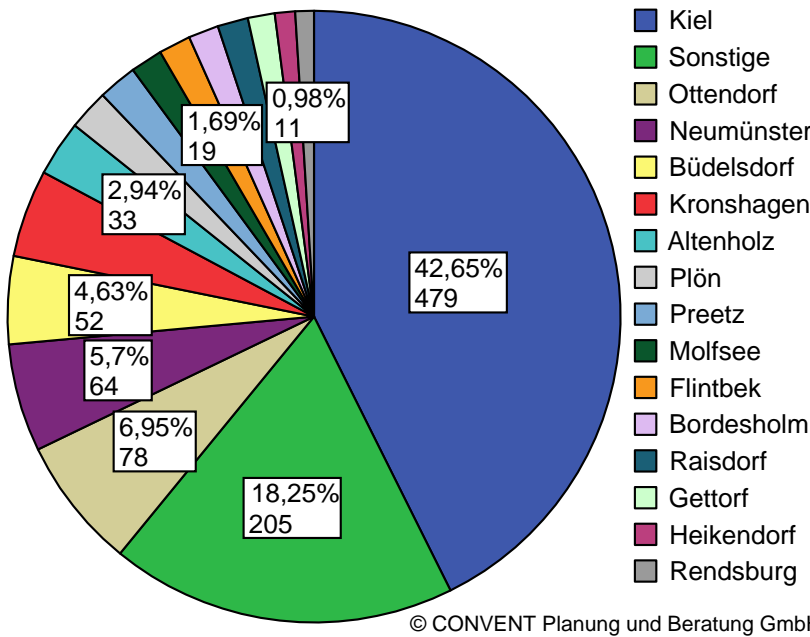
Die Mitmachbereitschaft ist somit insgesamt positiv zu bewerten. Auch die etwas komplizierteren Fragenkomplexe wie etwa die Einkommensverwendung wurden sehr häufig (zu ca. 80%) beantwortet.

Eine Verteilung der genauen Herkunftsorte zeigen die nachstehende Tabelle 1 sowie die folgende Abbildung 2. Kommunen mit weniger als zehn Befragten sind unter dem Begriff „Sonstige“ subsumiert.

Tab. 1: Regionale Verteilung der Teilnehmenden

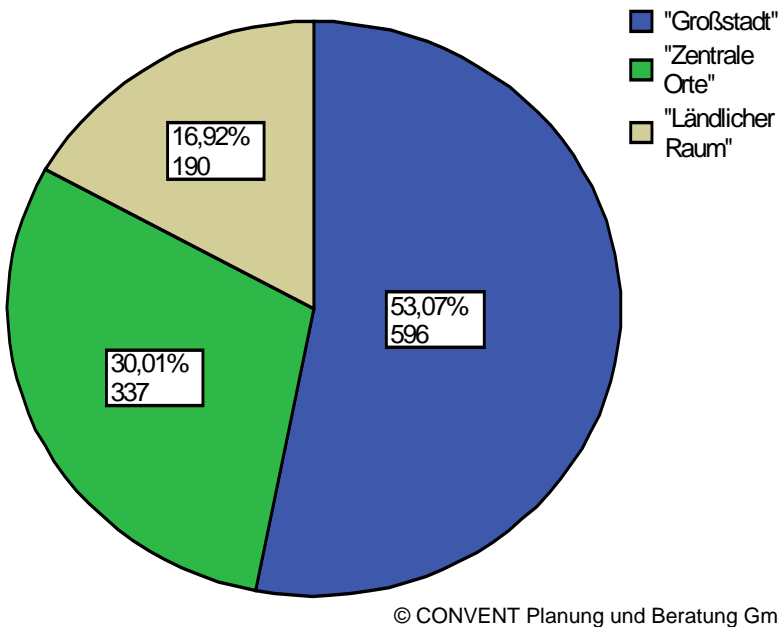
		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Kiel	479	42,6%	42,7%	42,7%
	Sonstige	205	18,2%	18,3%	60,9%
	Ottendorf	78	6,9%	6,9%	67,9%
	Neumünster	64	5,7%	5,7%	73,6%
	Büdelndorf	52	4,6%	4,6%	78,2%
	Kronshagen	52	4,6%	4,6%	82,8%
	Altenholz	33	2,9%	2,9%	85,8%
	Plön	24	2,1%	2,1%	87,9%
	Preetz	23	2,0%	2,0%	89,9%
	Molfsee	19	1,7%	1,7%	91,6%
	Flintbek	19	1,7%	1,7%	93,3%
	Bordesholm	18	1,6%	1,6%	94,9%
	Raisdorf	18	1,6%	1,6%	96,5%
	Gettorf	16	1,4%	1,4%	98,0%
	Heikendorf	12	1,1%	1,1%	99,0%
	Rendsburg	11	1,0%	1,0%	100,0%
	Gesamt	1123	99,9%	100,0%	
Fehlend	k. A.	1	,1%		
Gesamt		1124	100,0%		

Abb. 2: Regionale Verteilung der Teilnehmenden



Anhand der Postleitzahlen konnten die Herkunftskommunen **Raumtypen** zugeordnet werden. Diese Raumtypen wurden vergleichsweise pragmatisch gebildet, um insbesondere die Unterschiede zwischen „Stadt“ und „Land“ zu verdeutlichen. Dabei ergab sich für die Verteilung folgendes Bild:

Abb. 3: Verteilung der Teilnehmenden nach Raumtypen¹



¹ Als „Großstadt“ wurden die beiden Oberzentren kategorisiert: die Landeshauptstadt Kiel einschließlich der unmittelbar angrenzenden (und als „Stadt“ wahrgenommenen) Gemeinde Kronshagen sowie die Stadt Neumünster. „Zentrale Orte“ sind z.B. Rendsburg, Büdelsdorf, Plön, Preetz oder Gettorf. Die verbleibenden kleineren Gemeinden sind unter dem Oberbegriff „Ländlicher Raum“ subsumiert.

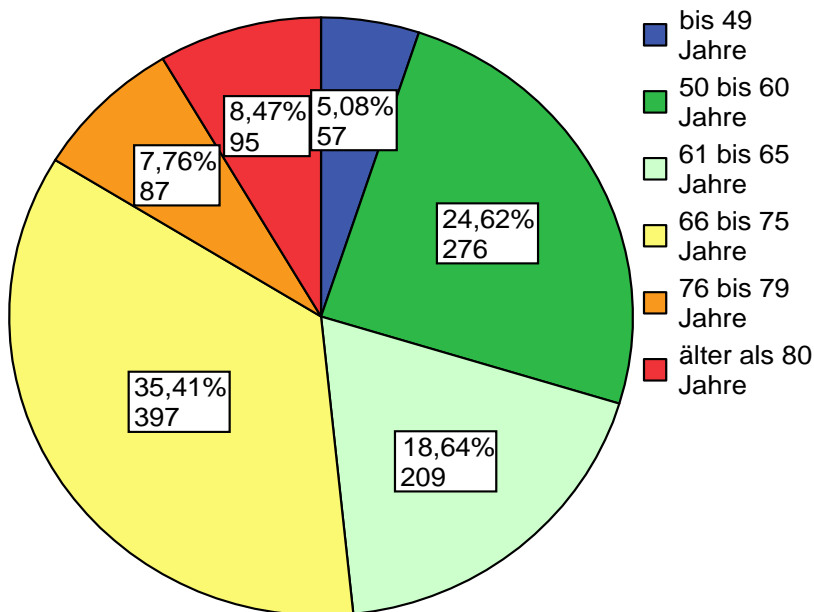
1.3 Soziodemographische Aussagen zu den Teilnehmenden

1.6	Geben Sie bitte Ihr Alter und Geschlecht an. Ich bin _____ Jahre alt	
1.7	<input type="checkbox"/> weiblich	<input type="checkbox"/> männlich
1.8	Sind Sie (noch) erwerbstätig?	
	<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein, ich bin Rentner/in bzw. Pensionär/in <input type="checkbox"/> Nein, ich bin Hausfrau/-mann	<input type="checkbox"/> Nein, ich bin im Vorruhestand <input type="checkbox"/> Nein, ich mache Altersteilzeit <input type="checkbox"/> Nein (schon in Rente o.ä.), aber ich habe eine bezahlte Nebentätigkeit (Ehrenamt) <input type="checkbox"/> Sonstiges (z.B. berufsunfähig, etc.)
1.9	Wie viele Personen umfasst Ihr Haushalt? _____ (Bitte tragen Sie die Anzahl der Personen ein)	

Das **Geschlechterverhältnis** ist nahezu ausgeglichen (48,6% Frauen, 51,4% Männer). Die relativ hohe Rate an Männern ist vermutlich dadurch zu erklären, dass viele Fragebögen zwar die Lebenssituation von Paaren bzw. von zwei im gleichen Haushalt lebenden Personen betreffen, häufig jedoch der Mann den Fragebogen beantwortet hat.

Das **Durchschnittsalter liegt bei 65,2 Jahren** (bezogen auf den „Haushaltsvorstand“ bzw. auf die-/denjenigen, der/die den Fragebogen ausgefüllt hat). **Drei Viertel der Teilnehmenden ist zwischen 50 bis 75 Jahre alt.** Dabei gibt es leichte Altersunterschiede zwischen den Kommunen. Diese sind, neben Zufälligkeiten aufgrund kleiner Fallzahlen in einigen Kommunen, auch durch unterschiedliche Bevölkerungsstrukturen in den Kommunen bedingt (vgl. hierzu Kapitel 6, Handlungsempfehlungen). Nach Altersklassen zeigt sich folgendes Bild:

Abb. 4: Verteilung der Teilnehmenden nach Altersklassen



© CONVENT Planung und Beratung GmbH

Knapp zwei Drittel der Teilnehmenden ist nicht mehr erwerbstätig, mithin RentnerInnen oder PensionärInnen. Bei dieser Fragekonstellation bestätigen nur 3,7% ein „bezahltes“ Ehrenamt, d.h. eine ehrenamtliche Tätigkeit mit Aufwandsentschädigung (vgl. Kapitel 3.2, Aktivitäten: ehrenamtliche Betätigung).

Tab. 2: Erwerbstätigkeit

		Häufigkeit	Prozent	Kumulierte Prozente
Gültig	Ja	283	25,2%	25,2%
	Nein, RentnerIn	716	63,7%	89,1%
	Nein, Hausfrau/-mann	36	3,2%	92,3%
	Nein, Vorruhestand	18	1,6%	93,9%
	Nein, Altersteilzeit	15	1,3%	95,3%
	Nein, aber bezahltes Ehrenamt	42	3,7%	99,0%
	Sonstiges	11	1,0%	100,0%
	Gesamt	1121	99,7%	
Fehlend	k.A.*	3	,3%	
Gesamt		1124	100,0%	

* k.A. = Frage wurde nicht beantwortet

Die durchschnittliche Haushaltsgröße liegt bei 1,84 Personen und ist damit etwas kleiner als bei der Gesamtbetrachtung in Schleswig-Holstein und im Bundesdurchschnitt (rund 2,1 Personen). Dabei sind die Haushalte dieser Befragung in den Großstädten etwas kleiner (1,7 Personen) als in den Zentralen Orten und ländlichen Regionen. Zudem bestätigt sich auch in der K.E.R.N.-Region der Trend, dass die Haushaltsgröße mit zunehmenden Alter immer kleiner wird. Im Durchschnitt leben in den teilnehmenden Haushalten der über 80-Jährigen nur noch 1,3 Personen im Haushalt.

Tab. 3: Durchschnittliche Haushaltsgröße nach Altersklassen

		N	Mittelwert
Altersklassen	bis 49 Jahre	56	3,02
	50 bis 60 Jahre	274	2,11
	61 bis 65 Jahre	208	1,71
	66 bis 75 Jahre	393	1,72
	76 bis 79 Jahre	87	1,69
	älter als 80 Jahre	94	1,31
	Insgesamt	1112	1,84

2. Wohnsituation, Wohnumfeld und Zuzugsmotive

1.2	<input type="checkbox"/> ...zur Miete und zwar <input type="checkbox"/> in einem Haus <input type="checkbox"/> in einer Wohnung im _____ Stock	<input type="checkbox"/> ...im Eigentum und zwar <input type="checkbox"/> in einem Haus <input type="checkbox"/> in einer Wohnung im _____ Stock
(Anmerkung: hier Souterrain = EG / Dachgeschoss = letztes Stockwerk plus 1)		
1.3	Ist Ihre Wohnung als „altengerecht“ zu bezeichnen? (z.B. ebenerdig, keine Barrieren, Notrufanlage) <input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein <input type="checkbox"/> Ich wohne bereits in einer Wohnanlage speziell für Senioren	
1.4	Sind Sie aus einem anderen Bundesland zugezogen? <input type="checkbox"/> Nein <input type="checkbox"/> Ja wann? _____ aus welchem? _____	
1.5	=> nur für Personen, die nach 1990 umgezogen sind Aus welchem Grund sind Sie zugezogen? <input type="checkbox"/> Arbeitsplatzgründe <input type="checkbox"/> Familiäre Gründe (z.B. mein(e) Partner / Familie kommt(en) von hier) <input type="checkbox"/> Ich war hier früher häufig im Urlaub und habe deswegen diese Gegend als Altersruhesitz gewählt <input type="checkbox"/> Sonstige Gründe => Art der sonstigen Gründe _____	

3.1	Was schätzen Sie an Ihrem Wohnumfeld am meisten? Was fehlt?			
	Eigenschaften	Einschätzung Wohnstandort		
		Ich schätze an meinem Wohn- umfeld besonders?	Mir fehlt an meinem Wohn- umfeld?	
		Standortbewertung		
		a.) gut	b.) mittelmäßig	c.) schlecht
	grünes Umfeld	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Nachbarschaft	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Ruhe	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Einkaufsmöglichkeiten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Kultur- und Freizeitangebote	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Sicherheit und Sauberkeit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Verkehrsanbindung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Arbeitsplatznähe	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Dienstleistungsangebot (Post, Arzt, öffentliche Einrichtungen etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	zentrale Lage	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Sonstiges _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Sonstiges _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.2	Beabsichtigen Sie von Ihrem derzeitigen Wohnsitz wegzuziehen? <input type="checkbox"/> Ja, ich fühle mich in meinem Wohnumfeld nicht wohl und plane deshalb umzuziehen <input type="checkbox"/> Nein, alles in allem überwiegen die Vorteile und ich möchte hier wohnen bleiben			

Insgesamt wohnt zwei Drittel der Befragten im Eigentum. Dabei ist die Eigentumsquote außerhalb der Oberzentren Kiel und Neumünster generell deutlich höher (vgl. nachstehende Tabelle 4). In Kiel beispielsweise liegt die Eigentumsquote der Teilnehmenden nur bei 47,8 %.

Tab. 4: Eigentumsquote nach Raumtypen

			Eigentum		Gesamt
			nein	ja	
Raum- typ	Stadt	Anzahl	27	32	59
		% von	45,6	54,4	100,0
	zentraler Ort	Anzahl	64	27	33
		% von	19,0	81,0	100,0
	ländlicher Raum	Anzahl	36	15	19
		% von	18,9	81,1	100,0
Gesamt	Anzahl	37	75	112	
	% von	33,1	66,9	100,0	

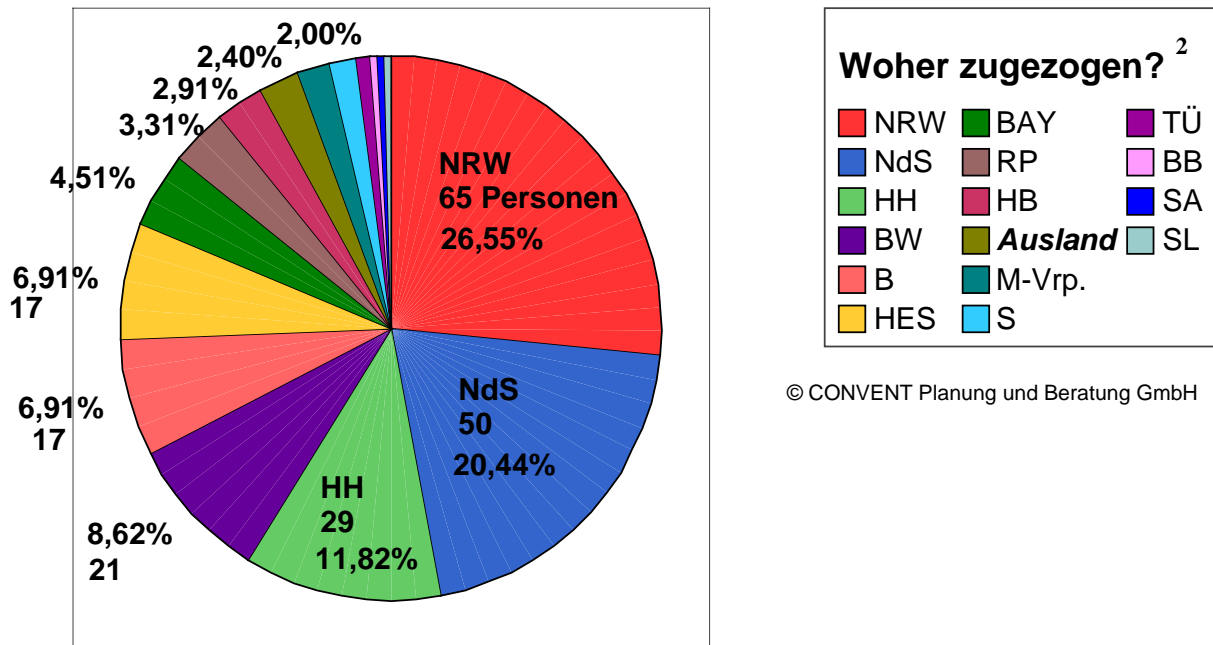
- Rund 60% (= 673) der Teilnehmenden leben in einem „**Haus**“ (Einfamilienhaus, Reihenhause, Doppelhaushälfte etc.). Die Wohnform „Haus“ liegt klassischerweise zu fast 90% im Bereich des Eigentums. Nur 73 Teilnehmende haben ihre Häuser gemietet (22 davon in Kiel, 7 in Neumünster, 6 in Raisdorf und 5 in Ottendorf).
- Rund 40% (= 449) geben als Wohnart eine „**Wohnung**“ an; darunter sind ziemlich genau zwei Drittel Mietwohnungen; die durchschnittliche Etage ist die 1,8e.

Nur knapp 23% (= 255) der Teilnehmenden würde nach ihrer subjektiven Einschätzung ihr/e Wohnung / Haus als „**altengerecht**“ bezeichnen. Die Klassifizierungen „Haus“ und „Eigentum“ haben jeweils mit einem Anteil von knapp 27% eher altengerechte Ausstattungen als die Rubriken „Wohnung“ und „Miete“ (knapp 15%; vgl. Kapitel 6, Handlungsempfehlungen). 14 Teilnehmende geben an, bereits in Seniorenwohnheimen zu leben.

Seit (inkl.) 1990 sind knapp 23 % (= 253) der Teilnehmenden in die K.E.R.N.-Region gezogen, die meisten davon aus Nordrhein-Westfalen, gefolgt von Niedersachsen und Hamburg. Nachstehende Abbildung zeigt die Zuzüge nach einzelnen Bundesländern bzw. aus dem Ausland (vgl. auch Ergänzungstabelle 23 im Anhang). 245 der 253 ab 1990 Zugezogenen geben eine Herkunftsregion an. Nicht enthalten sind hierbei diejenigen, die innerhalb Schleswig-Holsteins umgezogen sind.

866 Teilnehmende geben an, bereits seit vor 1990 in der K.E.R.N.-Region zu wohnen. Fünf Teilnehmer haben, ob zugezogen oder nicht, nicht geantwortet.

Abb. 5: Zuzüge seit 1990 nach Bundesländern bzw. Ausland



© CONVENT Planung und Beratung GmbH

² NRW = Nordrhein-Westfalen, NdS = Niedersachsen, HH = Hamburg, BW = Baden-Württemberg, B = Berlin, HES = Hessen, BAY = Bayern, RP = Rheinland-Pfalz, HB = Bremen, M-Vrp. = Mecklenburg-Vorpommern, S = Sachsen, TÜ = Thüringen, BB = Brandenburg, SA = Sachsen-Anhalt, SL = Saarland.

Die wichtigsten **Zuzugsgründe** sind erwartungsgemäß familiär (41,4%) oder Arbeitsplatz (25,4%) bedingt.

Die Frage nach den Zuzugsgründen richtet sich an alle Befragten, die nach 1990 zugezogen sind. Insgesamt beantworten 181 Teilnehmer diese Frage. Allerdings kommen zu den 153 nach 1990 Zugezogenen (77 aus anderen Bundesländern und dem Ausland und 76 aus Schleswig-Holstein) noch 28 vor 1990 Zugezogene hinzu.

Ein früherer Urlaub in der K.E.R.N.-Region wird immerhin noch von 7,7% der antwortgebenden Zugezogenen genannt. Das Durchschnittsalter lag im Zuzugsjahr bei 59 Jahren (vgl. auch Ergänzungstabelle 24 im Anhang). Das deutet darauf hin, dass diese Menschen ihren Lebensabend in der K.E.R.N.-Region verbringen möchten. Das Bewerben früherer Urlauber bietet somit noch Potenziale (vgl. Kapitel 6, Handlungsempfehlungen).

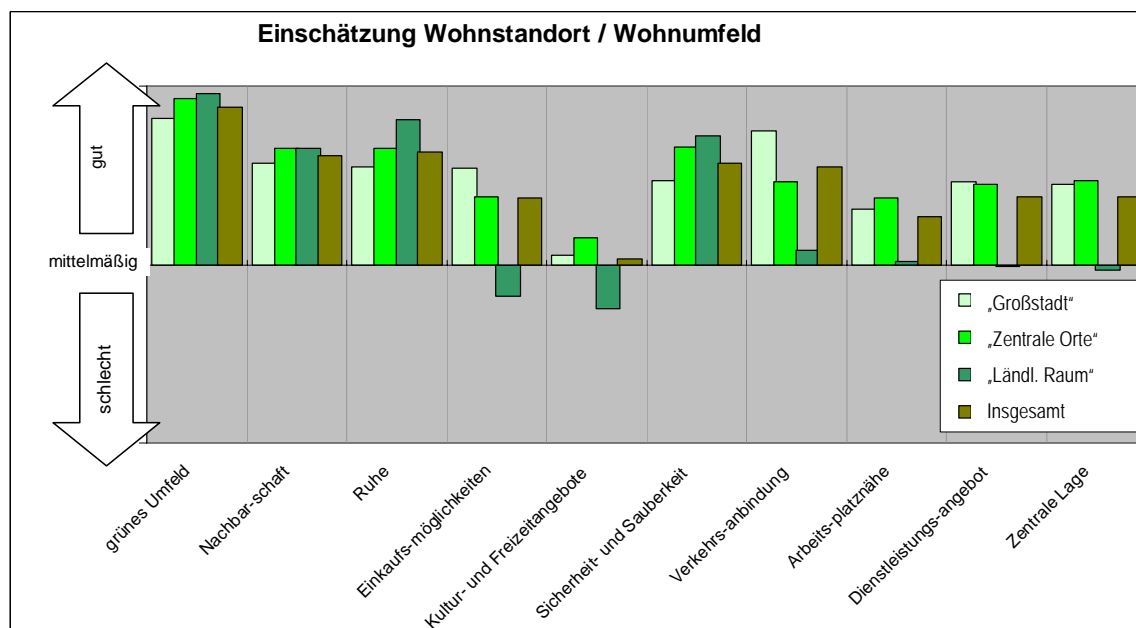
Tab. 5: Zuzugsgründe

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Arbeitsplatzgründe	46	4,1%	25,4%	25,4%
	familiäre Gründe	75	6,7%	41,4%	66,9%
	wegen früheren Urlaub hier	14	1,2%	7,7%	74,6%
	sonstiges	46	4,1%	25,4%	100,0%
	Gesamt	181	16,1%	100,0%	
Fehlend	t.n.z.	929	82,7%		
	k.A.	14	1,2%		
	Gesamt	943	83,9%		
Gesamt		1124	100,0%		

Die Einschätzung des Wohnumfeldes (Kategorien „gut“, „mittelmäßig“ und „schlecht“) ergibt durchweg positive Bewertungen der Lebensqualität in der K.E.R.N.-Region.

- Insbesondere „Grünes Umfeld“, „Nachbarschaft“, „Ruhe“ und „Sicherheit und Sauberkeit“ werden deutlich „gut“ eingeschätzt, und dies weitgehend unabhängig vom Raumtyp. Die Bedeutung der letzten beiden Eigenschaften steigt mit zunehmenden Alter; eine funktionierende Nachbarschaft ist zudem wichtig für „Hilfen im Alltag“.
- „Verkehrsanbindung“, „Arbeitsplatznähe“ und „Dienstleistungsangebot“ werden ebenfalls als „gut“ eingeschätzt; hier erhält jedoch erwartungsgemäß der Ländliche Raum nur „mittelmäßige“ Bewertungen. Dies deutet auf Handlungsdruck bei der Versorgung im Ländlichen Raum hin.
- Bei den „Einkaufsmöglichkeiten“ schneidet der Ländliche Raum noch schlechter ab (bei positiver Bewertung der K.E.R.N.-Region insgesamt). Das Angebot an „Kultur- und Freizeitangeboten“ wird am schlechtesten bewertet, ist gleichwohl insgesamt noch „mittelmäßig“.

Abb. 6: Einschätzung Wohnstandort / Wohnumfeld nach Eigenschaften und Raumtypen



© CONVENT Planung und Beratung GmbH

Weitere Unterschiede ergeben sich bei der Differenzierung nach Kommunen: So werden Einkaufsmöglichkeiten und Dienstleistungsangebot in Ottendorf als „schlecht“ eingestuft, während die anderen Eigenschaften eher „gut“ bewertet sind. In Gettorf und Flintbek wird das Kultur- und Freizeitangebot eher als schlecht empfunden (vgl. auch Ergänzungstabelle 22 im Anhang)

Die Unzufriedenheit mit der jetzigen Wohnsituation wird für rund 8% der antwortgebenden Teilnehmenden (= 89) zu einem **Umzug** führen, darunter 45 Haushalte in Kiel.

3. Mobilitätsverhalten und Aktivitäten

2.1	Haben Sie in Ihrem Haushalt einen PKW? <input type="checkbox"/> Nein <input type="checkbox"/> Ja und zwar _____ (Anzahl PKW)
2.2	Wie oft nutzen Sie Ihren PKW pro Woche? _____ (z.B. 1x, 2x oder 6x pro Woche)
2.3	Wie oft nutzen Sie öffentliche Verkehrsmittel pro Woche? _____ (x-mal pro Woche)

3.3	Wie weit (Entfernung in Minuten) haben Sie es ungefähr bis...	mit folgendem Fortbewegungsmittel:			
		PKW	Bus/Bahn	Rad	zu Fuß
	zum Einkaufsladen (tägl. Bedarf)? _____min	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	zur Bank? _____min	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	zur Post? _____min	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	zum Arzt? _____min	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	zur nächsten Bushaltestelle? _____min	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	zum nächsten Verein, Verband, Kirchengemeinde, o.ä.? _____min	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

4.1	<p>Wie gestalten Sie Ihre Freizeit?</p> <p>=> Mehrfachnennungen sind möglich</p> <p><input type="checkbox"/> Ich bleibe gerne zu Hause (lesen, fernsehen, telefonieren)</p> <p><input type="checkbox"/> Ich beschäftige mich gerne mit Computer und Internet</p> <p><input type="checkbox"/> Ab und zu besuchen mich Verwandte und Freunde zu Hause</p> <p><input type="checkbox"/> Ab und zu besuche ich Verwandte und Freunde</p> <p><input type="checkbox"/> Ich arbeite gern im und am Haus und / oder im eigenen Garten</p> <p><input type="checkbox"/> Ich gehe eher nicht weg</p> <p><input type="checkbox"/> Ich bin viel unterwegs</p> <p><input type="checkbox"/> Ich reise gerne</p> <p><input type="checkbox"/> Ich kaufe gerne ein (Einkaufsbummel, Shopping)</p> <p><input type="checkbox"/> Ich bin froh, wenn ich meine Ruhe habe</p> <p><input type="checkbox"/> Ich gehe ab und an mal aus (Essen, Theater, Kino, Konzerte etc.)</p> <p><input type="checkbox"/> Ich engagiere mich ehrenamtlich. (Wenn ja, wofür?): _____</p> <p><input type="checkbox"/> Ich bin in Vereinen, Verbänden oder Freizeitgruppen</p> <p><input type="checkbox"/> Ich nehme an Bildungsveranstaltungen teil</p> <p><input type="checkbox"/> Ich gebe mein Wissen an Dritte weiter (Beratung von Firmen, Vereinsarbeit, Vorstandsarbeit in Vereinen, etc.)</p> <p><input type="checkbox"/> Sonstiges 1 (z.B. Hobbys) _____</p> <p><input type="checkbox"/> Sonstiges 2 _____</p>
------------	---

4.2	<p>Welche Urlaubs- und Ausflugsarten bevorzugen Sie (und wie oft)?</p> <p>=> Mehrfachnennungen sind möglich</p> <p><input type="checkbox"/> Nachmittagsausflüge, ca. _____ Tage im Jahr</p> <p><input type="checkbox"/> Tagesfahrten, ca. _____ Tage im Jahr</p> <p><input type="checkbox"/> Mehrtagesfahrten, ca. _____ Tage im Jahr</p>
4.3	<p>Was schätzen Sie an Ihren Freizeitaktivitäten?</p> <p>=> Mehrfachnennungen sind möglich</p> <p><input type="checkbox"/> Eher die Ruhe / ich möchte möglichst alleine sein</p> <p><input type="checkbox"/> Es muss etwas los sein</p> <p><input type="checkbox"/> Ich möchte etwas lernen oder etwas Neues entdecken</p> <p><input type="checkbox"/> Ich möchte mich fortbilden</p> <p><input type="checkbox"/> Es muss Sport / Fitness / Wellness dabei sein</p> <p><input type="checkbox"/> Die Gesellschaft Gleichaltriger</p> <p><input type="checkbox"/> Die Gesellschaft Jüngerer (auch Kinder und Familien)</p>
4.4	<p>Was sind Ihre bevorzugten Reiseziele?</p> <p><input type="checkbox"/> Ich verreise so gut wie nie</p> <p><input type="checkbox"/> Schleswig-Holstein</p> <p><input type="checkbox"/> Norddeutschland</p> <p><input type="checkbox"/> übriges Deutschland</p> <p><input type="checkbox"/> Ausland (Wo?) _____</p>
4.5	<p>Was schätzen Sie an Schleswig-Holstein als Reise- / Ausflugsziel am meisten?</p> <p>_____</p> <p>Was fehlt Ihnen hier bzw. was bietet Schleswig-Holstein nicht?</p> <p>_____</p>
4.6	<p>Wie organisieren Sie überwiegend Ihren Urlaub?</p> <p><input type="checkbox"/> organisiere ich selbst</p> <p><input type="checkbox"/> mit organisierten Reisen</p>

3.1 Mobilitätsverhalten

946 (knapp 85%) der befragten Haushalte haben mindestens ein Auto, 170 verfügen über keinen PKW. (Acht Teilnehmende haben diese Frage nicht beantwortet.) Von den 946 Haushalten mit Auto verfügen drei von vier Haushalten über ein Auto und etwa jeder fünfte Haushalt über zwei Autos. Nur etwas mehr als 2% der Haushalte besitzen mehr als zwei Autos. Im Durchschnitt kommen auf einen Haushalt 1,26 PKW. Die meisten Teilnehmenden nutzen ihren PKW mehrmals in der Woche.

Abb. 7: Zahl der PKW pro Haushalt

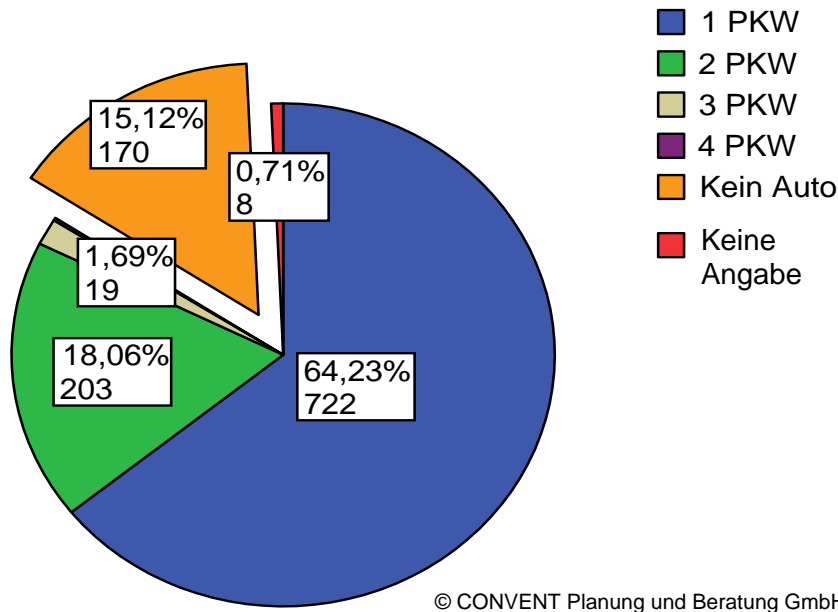
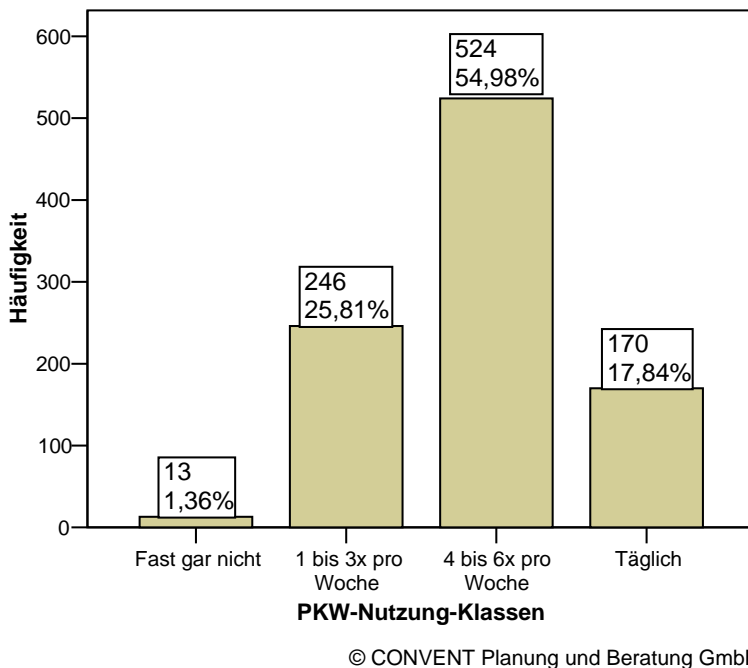
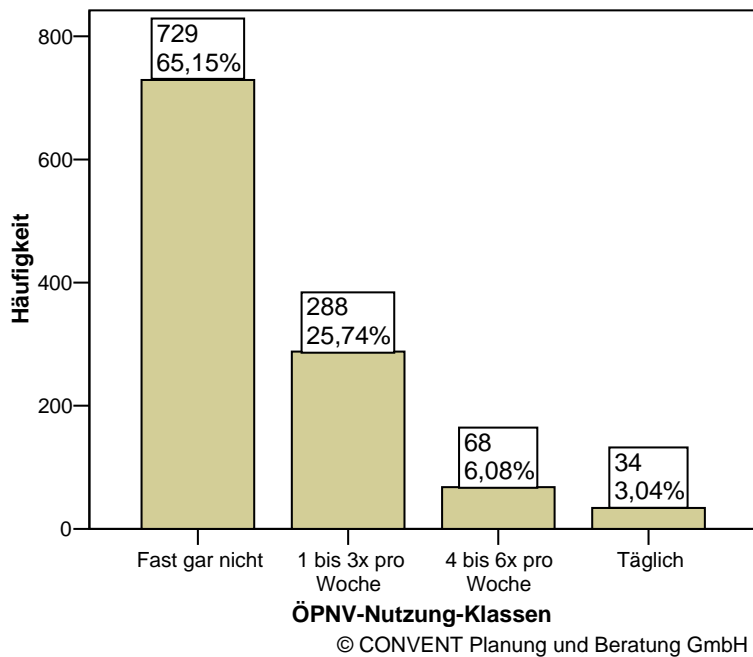


Abb. 8: Häufigkeit der PKW-Nutzung



Die Nutzung des Öffentlichen Personennahverkehrs erfolgt in deutlich geringerem Maße als die des PKW. Von den 1.124 Befragten nutzt 65% den ÖPNV so gut wie gar nicht. Ein Viertel der Befragten wählt ein- bis dreimal pro Woche den ÖPNV als Verkehrsmittel. Nur ein geringer Anteil (6,1%) fährt vier- bis sechsmal pro Woche Bus oder Bahn. Mit 3% ist die Gruppe derjenigen, die täglich mit ÖPNV unterwegs sind, sehr gering.

Abb. 9: Häufigkeit der ÖPNV-Nutzung



Im Durchschnitt der Raumtypen nutzen die Teilnehmenden den ÖPNV einmal pro Woche. Dabei bestehen deutliche Unterschiede zwischen „Stadt“ und „Land“, wie folgende Tabelle zeigt:

Tab. 6: Durchschnittliche ÖPNV-Nutzung nach Raumtypen

		N	Mittelwert
Raumtyp	Stadt	592	1,52
	zentraler Ort	336	,50
	ländlicher Raum	190	,32
	Insgesamt	1118	1,01

Während der ÖPNV in den beiden Oberzentren Kiel und Neumünster durchschnittlich alle drei bis vier Tage genutzt wird, ist dies im Ländlichen Raum nur ca. alle drei Wochen der Fall. Hier bildet der Schülerverkehr die Grundaustattung des ÖPNV.

Die Erreichbarkeit von Dienstleistungen und Nahversorgungseinrichtungen des regelmäßigen Bedarfes ist nicht nur mit fortgeschrittenem Alter ein Standortfaktor.

Die nachstehenden Tabellen 7 bis 9 zeigen die angegebene durchschnittliche Entfernung zu bestimmten Einrichtungen mit dem individuell am häufigsten genutzten Fortbewegungsmittel, differenziert nach Raumtypen.

Tab. 7: Durchschnittliche Dauer je Fortbewegungsmittel nach vorgegebenen Einrichtungen (Raumkategorie: Großstadt)

Art der Einrichtungen	Fortbewegungsmittel			
	PKW	Bus & Bahn	Rad	zu Fuß
Einkaufen	7 min n = 98	17 min n = 12	7 min n = 69	8 min n = 401
Bank	11 min n = 143	20 min n = 49	10 min n = 96	9 min n = 283
Post	9 min n = 122	20 min n = 31	10 min n = 97	11 min n = 325
Arzt	12 min n = 152	25 min n = 26	11 min n = 70	9 min n = 329
Nächste Bushaltestelle	6 min n = 12		6 min n = 13	5 min n = 527
Nächster Verein, Verband, Kirchengemeinde o. ä.	13 min n = 84	23 min n = 16	11 min n = 63	10 min n = 336

n = Anzahl der jeweils antwortenden Teilnehmenden

Die eigenen Füße und das Rad sind die am häufigsten genutzten Fortbewegungsmittel zu den vorgegebenen Einrichtungen in den beiden Oberzentren. Die durchschnittliche Erreichbarkeitsdauer lässt sich in den Tabellen ablesen.

Außerhalb der Oberzentren Kiel und Neumünster gewinnt das Auto immer mehr an Bedeutung. In den Zentralen Orten halten sich Erreichbarkeiten mit dem Auto und aktive Fortbewegungsmittel (Rad, zu Fuß) fast die Waage, während im Ländlichen Raum das Auto erwartungsgemäß dominiert.

Tab. 8: Durchschnittliche Dauer je Fortbewegungsmittel nach vorgegebenen Einrichtungen (Raumkategorie: Zentraler Ort)

Art der Einrichtung	Fortbewegungsmittel			
	PKW	Bus & Bahn	Rad	zu Fuß
Einkaufen	7 min n = 136	n = 1	8 min n = 57	10 min n = 135
Bank	9 min n = 141	n = 2	9 min n = 57	11 min n = 119
Post	7 min n = 132	n = 1	10 min n = 62	12 min n = 131
Arzt	10 min n = 155	n = 4	10 min n = 49	12 min n = 120
Nächste Bushaltestelle	5 min n = 19		6 min n = 8	5 min n = 286
Nächster Verein, Verband, Kirchgemeinde o. ä.	9 min n = 74	n = 0	8 min n = 40	10 min n = 176

n = Anzahl der jeweils antwortenden Teilnehmenden

Tab. 9: Durchschnittliche Dauer je Fortbewegungsmittel nach vorgegebenen Einrichtungen (Raumkategorie: Ländlicher Raum)

Art der Einrichtung	Fortbewegungsmittel			
	PKW	Bus & Bahn	Rad	zu Fuß
Einkaufen	9 min n = 118	n = 2	13 min n = 19	9 min n = 47
Bank	12 min n = 112	n = 4	12 min n = 20	8 min n = 49
Post	11 min n = 113	n = 2	11 min n = 19	10 min n = 48
Arzt	12 min n = 105	n = 3	13 min n = 20	9 min n = 51
Nächste Bushaltestelle	9 min n = 19		n = 5	6 min n = 148
Nächster Verein, Verband, Kirchgemeinde o. ä.	12 min n = 72	n = 1	12 min n = 15	9 min n = 69

n = Anzahl der jeweils antwortenden Teilnehmenden

3.2 Aktivitäten

Die These, dass die Mehrheit der heutigen 50plus-Generation aktiv ist, hat sich bestätigt. Nur 12% der Teilnehmenden geben an, dass sie „eher nicht weggehen“, und nur 18% wollen „eher ihre Ruhe haben“. (Mehrfachnennungen waren möglich.)

Dennoch verbringt ein nicht unerheblicher Teil die Freizeit mit Beschäftigungen in der eigenen Wohnung (64%). Andersherum zeigt sich, dass jeweils rund drei Viertel der Befragten gern Verwandte und Freunde besucht (72%) oder als Gäste empfängt (79%). Weiterhin werden freie Abende für Theater-, Kino-, Konzert- oder Restaurantbesuche genutzt (75%). Weitere häufige Freizeitaktivitäten sind Haus- und Gartenarbeit (58%) und die Arbeit in Vereinen (54%).

Der nachstehende Überblick über die Aktivitäten zeigt, wie vielfältig und somit letztlich inhomogen die Gruppe der „50plus-Generation“ ist. Entsprechend vielseitig und genau zugeschnitten müssen künftige Angebote sein (vgl. Kapitel 6, Handlungsempfehlungen).

Tab. 10: Häufigkeit der Aktivitäten

Ab und zu besuche ich Verwandte und Freunde	79 %
Ich gehe ab und an mal aus (Essen, Theater, Kino, Konzerte etc.)	75 %
Ab und zu besuchen mich Verwandte und Freunde zu Hause	72 %
Ich bleibe gerne zu Hause (lesen, fernsehen, telefonieren)	64 %
Ich arbeite gern im und am Haus und / oder im eigenen Garten	58 %
Ich reise gerne	58 %
Ich bin in Vereinen, Verbänden oder Freizeitgruppen	54 %
Ich bin viel unterwegs	46 %
Ich engagiere mich ehrenamtlich	38 %
Ich nehme an Bildungsveranstaltungen teil	36 %
Ich beschäftige mich gerne mit Computer und Internet	35 %
Ich kaufe gerne ein (Einkaufsbummel, Shopping)	31 %
Ich gebe mein Wissen an Dritte weiter (Beratung von Firmen, Vereinsarbeit, Vorstandsarbeit in Vereinen etc.)	20 %
Ich bin froh, wenn ich meine Ruhe habe	18 %
Ich gehe eher nicht weg	12 %

38% der Teilnehmenden engagiert sich auch ehrenamtlich. Inwieweit dieser Anteil auf noch ungenutzte Potenziale schließen lässt, kann nur anhand der jeweiligen kommunalen Situation beantwortet werden (vgl. Kap. 6, Handlungsempfehlungen). Der größte Teil der ehrenamtlich Tätigen engagiert sich politisch (18,4%) oder kirchlich (14,5%), ist in verschiedenen Vereinen (11,3%) oder in Seniorenvertretungen (10,6%) aktiv. Die restlichen rund 45% der ehrenamtlichen Tätigkeiten sind vielfältig und reichen von Sport über Kultur, Pflege und Betreuung bis zu sonstigem sozialen Engagement.

Reiseverhalten

Die K.E.R.N.-Region ist eine attraktive Urlaubs- und Ausflugsregion. Von Interesse ist daher das Reiseverhalten. Unterschieden wird zwischen Nachmittagsausflügen, Tagesfahrten und Mehrtagesfahrten (Urlauben mit Übernachtung). In einem ersten Überblick wurden genannt:

- Nachmittagsausflüge: 434 Teilnehmer (= 38,6%) an durchschnittlich 32 Tagen im Jahr.
- Tagesfahrten: 650 Teilnehmer (= 57,8%) mit durchschnittlich 12 Tagesfahrten pro Jahr.
- Mehrtagesfahrten: 840 Teilnehmer (= 74,7%) mit durchschnittlich 22 Tagen pro Jahr.

Tab. 11: Häufigkeit von Nachmittagsausflügen

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	1 bis 7 Fahrten	102	9,1%	24,5%	24,5%
	8 bis 14 Fahrten	82	7,3%	19,7%	44,1%
	15 bis 30 Fahrten	126	11,2%	30,2%	74,3%
	mehr als 30 Fahrten	107	9,5%	25,7%	100,0%
	Gesamt	417	37,1%	100,0%	
Fehlend	t.n.z.	690	61,4%		
	k.A.	17	1,5%		
	Gesamt	707	62,9%		
Gesamt		1124	100,0%		

Die 417 der 434 „Nachmittagsausflügler“, die auch die Frage nach der Anzahl der Fahrten beantworteten, verbringen hiermit im Durchschnitt 32 Tage im Jahr.

Eine leichte Unschärfe bei der Verwendung der Zahlen z.B. für Tourismusagenturen ergibt sich dadurch, dass die Teilnehmenden den Begriff „Nachmittagsausflüge“ unterschiedlich interpretiert haben. Z.B. geben hier auch ca. 25 Teilnehmende Nachmittagsausflüge von über 100 Tagen im Jahr an und haben dabei wohl nahezu jeden Spaziergang mitgezählt. Wenn die Summe aller Nachmittagsausflüge durch die Anzahl aller 1.124 Teilnehmenden geteilt würde, ergäbe sich eine durchschnittliche Ausflugszahl von rund 12 Tagen im Jahr.

Etwas mehr als die Hälfte aller Befragten (56,4%) gibt an, im Durchschnitt **12 Tagesfahrten im Jahr** zu machen, bezogen auf alle Befragten ergibt sich ein Durchschnittswert von 7 Tagen im Jahr. Die Anzahl der Tagesfahrten ist dabei offensichtlich weitgehend unabhängig vom jeweiligen Alter. Erst Senioren, die älter als 80 Jahre sind, machen weniger Tagesausflüge (vgl. nachstehende Tabelle 13).

Tab. 12: Häufigkeit von Tagesfahrten

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	1 bis 7 Fahrten	303	27,0%	47,8%	47,8%
	8 bis 14 Fahrten	163	14,5%	25,7%	73,5%
	15 bis 30 Fahrten	133	11,8%	21,0%	94,5%
	mehr als 30 Fahrten	35	3,1%	5,5%	100,0%
	Gesamt	634	56,4%	100,0%	
Fehlend	t.n.z.	474	42,2%		
	k.A.	16	1,4%		
	Gesamt	490	43,6%		
Gesamt		1124	100,0%		

Hinweis: 634 der 650 „Tagesausflügler“ beantworten die Frage nach der Anzahl der Fahrten.

Tab. 13: Häufigkeit von Tagesfahrten in Abhängigkeit vom Alter

		N	Mittelwert
Altersklassen	bis 49 Jahre	32	11,47
	50 bis 60 Jahre	144	12,49
	61 bis 65 Jahre	131	13,04
	66 bis 75 Jahre	244	11,17
	76 bis 79 Jahre	43	13,88
	älter als 80 Jahre	39	8,23
	Insgesamt	633	11,87

Hinweis: 633 der 650 „Tagesausflügler“ beantworten die Frage nach dem Alter.

Mehrtagesfahrten bzw. Urlaube mit Übernachtungen unternimmt rund drei Viertel der Teilnehmenden.

Tab. 14: Häufigkeit von Mehrtagesfahrten

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	1 bis 7 Tage	131	11,7%	15,9%	15,9%
	8 bis 14 Tage	255	22,7%	30,9%	46,8%
	15 bis 30 Tage	304	27,0%	36,9%	83,7%
	mehr als 30 Tage	134	11,9%	16,3%	100,0%
	Gesamt	824	73,3%	100,0%	
Fehlend	t.n.z.	284	25,3%		
	k.A.	16	1,4%		
	Gesamt	300	26,7%		
Gesamt		1124	100,0%		

Hinweis: 824 der 840 „Urlauber“ beantworten die Frage nach der Anzahl der Fahrten

Die 73,3% (824) „Urlaubsfahrer“ verbringen im Durchschnitt 22 Tage mit Mehrtagesfahrten im Jahr. Bezogen auf alle Befragten ergibt sich ein Durchschnittswert von 16 Tagen im Jahr.

Die **Dauer der Mehrtagesfahrten** nimmt ab ca. 60 Jahren zu, was bedeutet, dass die nicht mehr im Arbeitsleben stehenden Teilnehmenden etwas mehr Zeit für Mehrtagesfahrten haben. Die Zahl der mit Mehrtagesfahrten verbrachten Tage sinkt erst deutlich bei den über 80-jährigen Senioren, wie Tabelle 15 verdeutlicht:

Tab. 15: Dauer von Mehrtagesfahrten in Abhängigkeit vom Alter

		N	Mittelwert
Altersklassen	bis 49	37	17,7
	50 bis 60	213	19,6
	61 bis 65	164	22,8
	66 bis 75	309	23,3
	76 bis 79	54	23,2
	älter als 80	45	17,0
	Insgesamt	822	21,6

Hinweis: 822 der 840 „Urlauber“ beantworten die Frage nach dem Alter.

Betrachtet man die Anzahl der **Mehrtagesfahrten in Abhängigkeit vom Haushaltseinkommen**, wird deutlich, dass mit zunehmendem finanziellem Spielraum die Zahl der Mehrtagesfahrten zunimmt. So liegt die Anzahl der Urlaubstage für Mehrtagesfahrten bei Haushalten mit geringem Einkommen bei 13 bis 14 Tagen pro Jahr, während es bei höherem Einkommen mehr als doppelt so viele Urlaubstage (28 Tage) pro Jahr sind, wie Tabelle 16 zeigt:

Tab. 16: Dauer von Mehrtagesfahrten in Abhängigkeit vom Einkommen

		N	Mittelwert
Haushaltseinkommen	unter 500 €	2	13,50
	über 500 € bis 1000 €	29	13,28
	über 1000 € bis 1500 €	92	17,60
	über 1500 € bis 2000 €	128	19,11
	über 2000 € bis 2500 €	152	18,49
	über 2500 € bis 3000 €	138	21,69
	über 3000 € bis 4000 €	140	26,28
	über 4000 €	123	28,28
	Insgesamt	804	21,69

Die Urlaubsziele der 50plus-Generation sind vielfältig: Da Mehrfachnennungen möglich waren, gibt es Kombinationen verschiedener bevorzugter Reiseziele:

- Knapp 42% geben Schleswig-Holstein, 31% das übrige Norddeutschland und 54% das übrige Deutschland als Reiseziel an.
- Gut 63% nennen das Ausland als Reiseziel. Hier werden Spanien (10,2% aller 1.124 Teilnehmenden), Skandinavien (9%), Italien (9,4%) und Österreich sowie die Schweiz (8%) am häufigsten genannt. Weitere 15,4% wollen sich nicht näher festlegen und geben an, verschiedene Ziele in Europa anzusteuern. Fast 14% der Befragten favorisieren Fernreisen.
- Gut 8% geben an, so gut wie nie zu verreisen.

Schleswig-Holstein wird aus vielerlei Hinsicht als Urlaubs- und Reiseziel geschätzt:

- Eine **positive Einschätzung** treffen 948 Teilnehmende (= 85%). Mehr als die Hälfte von ihnen nennt insbesondere das Meer (53,8%) und den Naturraum bzw. die Landschaft Schleswig-Holsteins (60,2%) als entscheidende Faktoren. Aber auch das Klima (24,3%), der Freizeitwert und kulturelle Veranstaltungen (10,1%) werden als Reisemotive genannt. Neben vielen weiteren Aspekten legen sich 4,6% der Urlauber auf Schleswig-Holstein als „insgesamt perfektes Urlaubsland“ fest.

- **Kritische Stimmen** zur Wertschätzung Schleswig-Holsteins als Reise- und Ausflugsziel fanden lediglich 393 Teilnehmende (= 35% der 1.124 Befragten). Am häufigsten genannt werden fehlende Berge (23,4% der 393 antwortenden Teilnehmer) der Wunsch nach besserem Wetter (24,9%), fehlende kulturelle Angebote (13,2%) und ein verbesserungswürdiges Verkehrsangebot (13,2%). Kritik wird auch an der gastronomischen Ausstattung geübt (12,7%): zu teuer oder zu schlechter Service.

Welche Freizeitaktivitäten und Eigenschaften schätzt die 50plus-Generation im Urlaub?

Nachstehende Tabelle gibt darüber Auskunft (Mehrfachnennungen waren möglich). Gut 97% der Teilnehmenden hat diese Frage beantwortet.

Tab. 17: Was wird am Urlaub geschätzt?

Freizeitaktivitäten / Eigenschaften	wird geschätzt	wird nicht geschätzt
Eher die Ruhe / ich möchte möglichst alleine sein	25%	75%
Es muss etwas los sein	13%	87%
Ich möchte etwas lernen oder etwas Neues entdecken	69%	31%
Ich möchte mich fortbilden	32%	68%
Es muss Sport / Fitness / Wellness dabei sein	39%	61%
Die Gesellschaft Gleichaltriger	54%	46%
Die Gesellschaft Jüngerer (auch Kinder und Familien)	41%	59%

Auffällig ist zunächst, dass weder „Ruhe und Alleinsein“ noch „Es muss etwas los sein“ von der Zielgruppe 50plus geschätzt werden. Offensichtlich bedarf es spezieller Angebote und Ansprache, das heißt, die „silver ager“ lassen sich nicht so leicht in eine Schublade packen. Sie haben – wie andere Altersgruppen auch – unterschiedliche Lebensstile auf Grundlage einer individuellen Lebens- und Konsumerfahrung.

- Dabei wird die Gesellschaft Gleichaltriger genauso geschätzt wie die Gesellschaft Jüngerer; das Angebot „Seniorenreisen“ wird die Zielgruppe somit weitgehend verfehlen.
- „Lernen und Neues entdecken“ wird besonders geschätzt (69%), ohne dass es unbedingt Fortbildung sein muss (32%). Daraus ließe sich folgern, dass ein Urlaub in erster Linie Sehenswürdigkeiten mit Lern- oder Erlebnischarakter (im weiteren Sinne) bieten sollte.
- Sport und Fitness / Wellness sind kein Muss, werden aber von gut einem Drittel der Teilnehmenden als bevorzugte Freizeitaktivität geschätzt.

Von den insgesamt 1.067 Teilnehmenden, die regelmäßig verreisen (95% aller Teilnehmenden), bevorzugen 18% organisierte Reisen. Rund 62% organisieren ihre Reisen ausschließlich selbst, 20% nutzen beide Möglichkeiten.

4. Bedeutung von Dienstleistungen und Wohnversorgung in Gegenwart und Zukunft

3.4	Welche Dienstleistungen nutzen Sie bereits?	
	<input type="checkbox"/> Mahlzeitendienste <input type="checkbox"/> Einkaufsservice <input type="checkbox"/> mobile Lebensmittelzulieferer (z.B. Bofrost) <input type="checkbox"/> mobile Logistikdienste (z.B. Post- und Pakettransfer)	<input type="checkbox"/> Hausbesuche von Banken <input type="checkbox"/> Hausbesuche von Ärzten <input type="checkbox"/> organisierte Bringdienste zu Kulturveranstaltungen <input type="checkbox"/> z.B. bei Finanzdienstleistungen: Online-Abwicklung
3.5	Erhalten Sie personelle Unterstützung von Angehörigen (Hilfe im Haushalt, Hilfe beim Einkaufen, Fahrdienste etc.)?	
	<input type="checkbox"/> Nein <input type="checkbox"/> Ja und zwar _____ (Art der Hilfe)	

5.1	Gesetzt den Fall, Sie sind nicht mehr so mobil wie jetzt: Welche Angebote möchten Sie nutzen?			
	<input type="checkbox"/> Mahlzeitendienste <input type="checkbox"/> Einkaufsservice <input type="checkbox"/> mobile Lebensmittelzulieferer (z.B. Bofrost) <input type="checkbox"/> Hausbesuche von Banken <input type="checkbox"/> mobile Logistikdienste (z.B. Post- und Pakettransfer) <input type="checkbox"/> Hausbesuche von Ärzten <input type="checkbox"/> organisierte Bringdienste zu Kulturveranstaltungen <input type="checkbox"/> verstärkt Angebote über das Internet bestellen und mir zuschicken lassen			
5.2	Stellen Sie sich bitte vor, die täglichen Arbeiten im Haushalt können durch Sie oder Ihre Mitglieder im Haushalt nicht mehr eigenständig verrichtet werden. Wie würden sie vorgehen? (Bitte bedenken Sie, ob Ihr Wunsch realistisch ist!)			
	zu Hause wohnen bleiben und...	Ja, das würde ich machen	weiß nicht	Nein, das würde ich eher nicht machen
	Angehörige um Hilfe bitten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Freunde und Nachbarn um Hilfe bitten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Zukauf von Dienstleistungen (z.B. Gärtner, Essen auf Rädern, Putzhilfe)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pflege zu Hause per Pflegeversicherung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Umzug in			
	Wohnanlage (mit generationsübergreifendem Konzept)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Altenwohnanlage (mit Serviceangeboten)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Seniorenheim (mit Pflegeservice)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Seniorenwohngemeinschaften	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

5.3	Wie wollen Sie Einrichtungen erreichen, wenn Sie nicht mehr Autofahren können? <input type="checkbox"/> mit öffentlichen Verkehrsmitteln <input type="checkbox"/> durch Fahrdienste <input type="checkbox"/> mit Nachbarn, Verwandten <input type="checkbox"/> andere Möglichkeiten (Welche?) _____
------------	--

Welche Dienstleistungen werden heute und in Zukunft nachgefragt? Die Kenntnis des Nachfrageverhaltens ist wichtig für die Entwicklung zielgruppenspezifischer Produkte und Dienstleistungen für mehr Lebensqualität im Alter.

In der Tabelle sind die Fragen 3.1 („Welche Dienstleistungen nutzen Sie bereits?“) und 5.1 („Gesetzt den Fall, Sie sind nicht mehr so mobil wie jetzt: Welche Angebote möchten Sie dann nutzen?“) gegenübergestellt.

Tab. 18: Gegenwärtige und zukünftige Nutzung von Dienstleistungen

Dienstleistungen	Heutige Nutzung	Zukünftige Nutzung, wenn weniger mobil
Hausbesuche Ärzte	6,1 %	75,9 %
Einkaufsservice	2,3 %	66,4 %
Mahlzeitendienste	1,2 %	45,5 %
Bringdienste zur Kultur	0,9 %	40,7 %
Mobile Lebensmittelzulieferer	10,5 %	37,2 %
Mobile Logistik (UPS etc.)	7,7 %	26,2 %
Online Abwicklungen	16,5 %	23,3 %
Hausbesuche Banken	0,4 %	13,0 %

Im Ergebnis liegt die **Gesundheitsversorgung** (vermutlich bis zur häuslichen Pflege) an der Spitze. Besonders auffällig sind zudem die starken zukünftigen Potenziale im Bereich des Einkaufsservice und der Mahlzeitendienste. Aus den offenen Anmerkungen am Ende des Fragebogens lässt sich zudem eine leichte Unzufriedenheit mit den Mahlzeitendiensten heraushören (z.B. „Schmeckt alles gleich“). Online-Abwicklungen von Dienstleistungsangeboten versprechen gegenwärtig nur geringe Entwicklungspotenziale. Die Entwicklungspotenziale bei den unter 60-Jährigen sind etwas größer. Das Durchschnittsalter der jetzigen Online-Nutzer ist 6 Jahre jünger (59 Jahre) als das Durchschnittsalter aller Teilnehmenden. Erst die „nächste Altengeneration“ wird vermutlich verstärkt Angebote „online“ nutzen.

Wie möchte die heutige 50plus-Generation später wohnen, wenn gesundheitliche Einschränkungen vorliegen? Auf die Frage: „Stellen Sie sich bitte vor, die täglichen Arbeiten im Haushalt können durch Sie oder Ihre Mitglieder im Haushalt nicht mehr eigenständig verrichtet werden. Wie würden sie vorgehen? (Bitte bedenken Sie, ob Ihr Wunsch realistisch ist!)“ gab es folgende Aussagen:

Tab. 19: Nachfrage nach zukünftigen Wohnformen

Zu Hause wohnen bleiben und ... (durchschnittlich haben 950 Teilnehmer geantwortet)	Ja, das würde ich machen	Weiß nicht	Nein, das würde ich eher nicht machen
Angehörige um Hilfe bitten	33,5%	14,1%	52,5%
Freunde und Nachbarn um Hilfe bitten	25,9 %	20,7%	53,4%
Zukauf von Dienstleistungen (z.B. Gärtner, Essen auf Rädern, Putzhilfe)	88,8%	6,2%	4,9%
Pflege zu Hause per Pflegeversicherung	73,0%	18,1%	8,9%
Umzug in ... (durchschnittlich haben 600 Teilnehmer geantwortet)			
Wohnanlage (mit generationsübergreifendem Konzept)	47,0%	23,3%	29,7%
Altenwohnanlage (mit Serviceangeboten)	48,7%	23,7%	27,6%
Seniorenheim (mit Pflegeservice)	44,8%	23,8%	31,4%
Seniorenwohngemeinschaften	42,7%	20,9%	36,4%

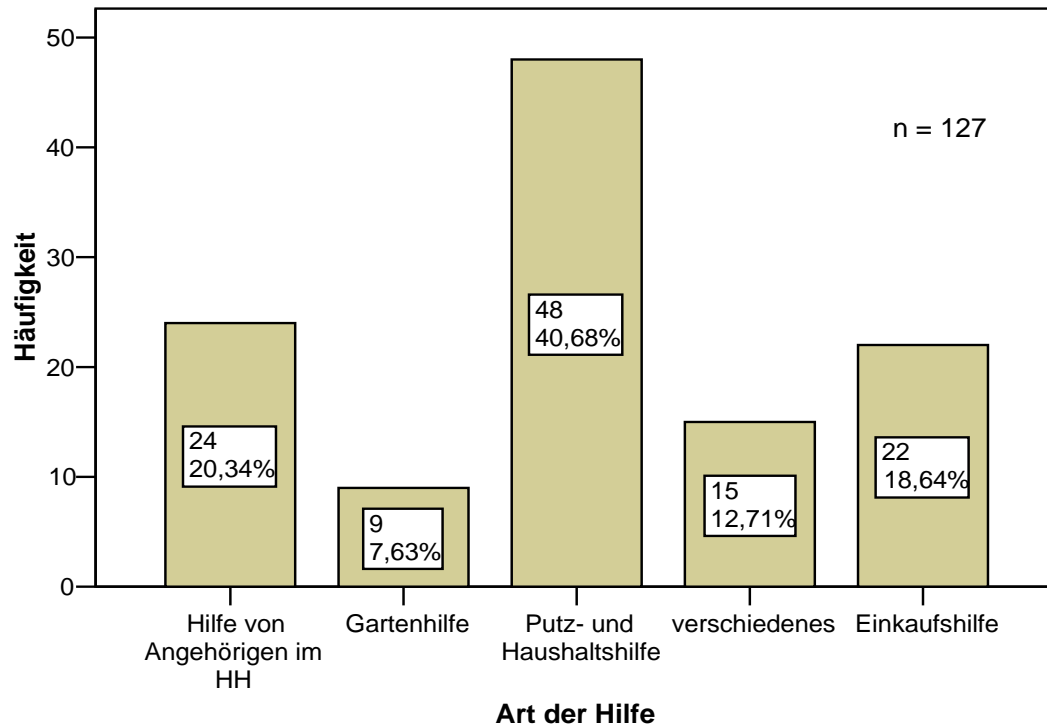
Die Teilnehmenden konnten sich entscheiden, einige Wohnformen kategorisch auszuschließen, aber auch mehrere Angebote zu wählen. Bei einigen Teilnehmenden wurde deutlich (z.T. unterstützt durch Kommentare am Rand der Frage), dass sie zunächst **Dienstleistungen nachfragen, um möglichst lange zu Hause wohnen bleiben zu können**, und später dann in betreute Einrichtungen wechseln möchten. Bei der Rubrik „Zu Hause wohnen bleiben“ haben nur rund 20% keine Antworten gegeben, bei „Umzug“ 40%. Die Prozentangaben in der Tabelle beziehen sich auf den antwortgebenden Teil der Teilnehmenden.

„Freunde und Nachbarn um Hilfe bitten“ wird von der Hälfte der antwortenden Teilnehmenden kategorisch ausgeschlossen. Es besteht dem gegenüber eine klare Präferenz zum Zukauf von Dienstleistungen, woraus sich ein **Marktpotenzial** ableiten lässt, aber auch das Bewusstsein, in Zukunft mehr Geld für solche Dienste ausgeben zu müssen (vgl. die Frage nach der zukünftigen Einkommensverwendung in Kapitel 5). Rund ein Drittel möchte nicht in betreute Wohneinrichtungen gehen.

Hilfe im Haushalt benötigen zur Zeit lediglich 127 Personen (= 12%).

(39 Teilnehmende haben diese Frage nicht beantwortet.) Erwartungsgemäß liegt das Durchschnittsalter der „Inanspruchnehmer“ dabei sieben Jahre über dem Durchschnittsalter aller Befragten (72 Jahre).

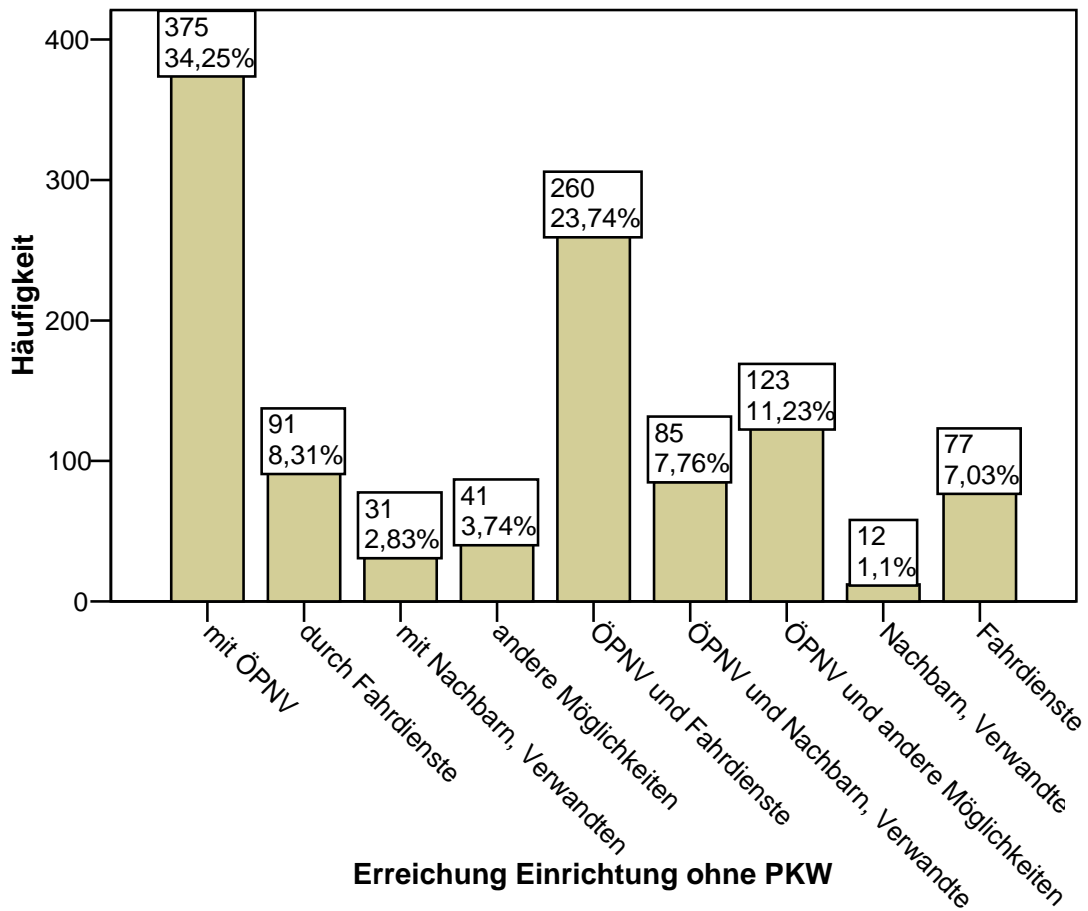
Folgende Hilfe werden nachgefragt:

Abb. 10: Arten der Haushaltshilfe

© CONVENT Planung und Beratung GmbH

Diesem Fragenkomplex ist auch die Frage nach der **Erreichbarkeit von Einrichtungen** ohne Pkw zuzuordnen, d.h. wenn ein selbstständiges Autofahren nicht mehr möglich ist. Die nachfolgende Abbildung 11 gibt einen Überblick über die Antworten.

Abb. 11: Zukünftiges Erreichen von Einrichtungen ohne PKW



© CONVENT Planung und Beratung GmbH

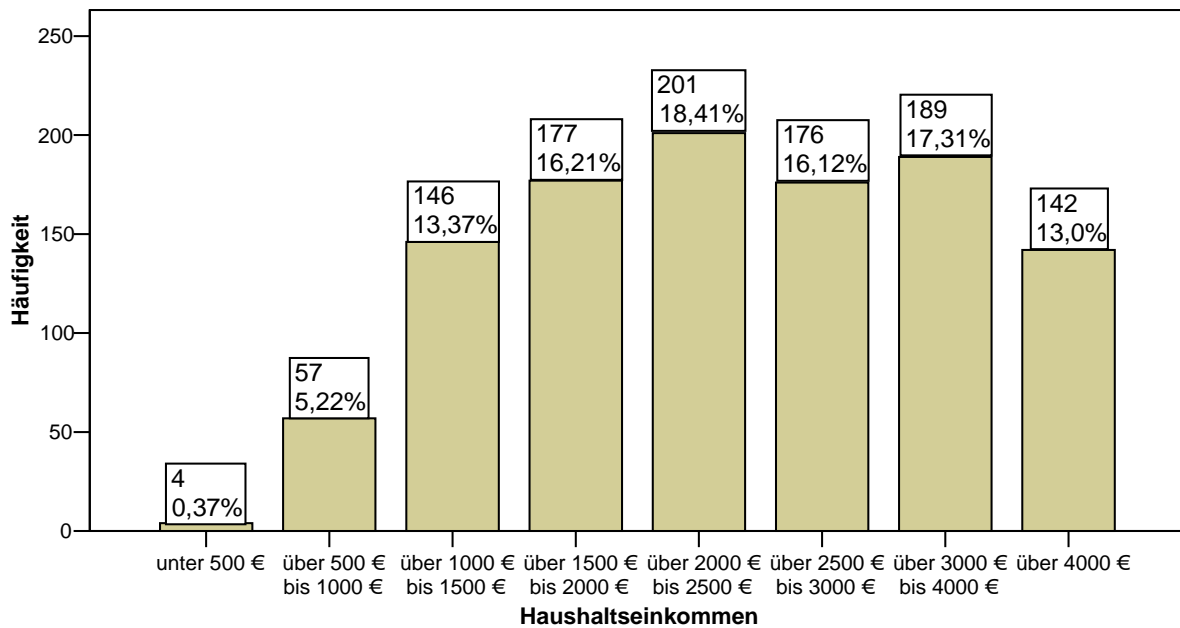
Die große Mehrheit möchte ein zukünftig fehlendes eigenständiges Fahrvermögen durch die Nutzung des Öffentlichen Personennahverkehrs (Busse und Bahn) ersetzen.

5. Kaufkraft und Einkommensverwendung in Gegenwart und Zukunft

6.1	Bitte nennen Sie uns die Kategorie, in die Ihr Haushaltseinkommen fällt. (Gemeint ist das durchschnittliche monatliche Nettoeinkommen aller Haushaltsmitglieder, inklusive der Nebeneinkünfte – z.B. durch Vermietungseinnahmen – nach Abzug von Steuer und Sozialversicherung.)	
	<input type="checkbox"/> unter 500,- € <input type="checkbox"/> über 500,- € bis 1.000,- € <input type="checkbox"/> über 1.000,- € bis 1.500,- € <input type="checkbox"/> über 1.500,- € bis 2.000,- € <input type="checkbox"/> über 2.000,- € bis 2.500,- € <input type="checkbox"/> über 2.500,- € bis 3.000,- € <input type="checkbox"/> über 3.000,- € bis 4.000,- € <input type="checkbox"/> über 4.000,- € und mehr	
6.2	Welchen Anteil Ihres Haushaltseinkommens in % wenden Sie (schätzungsweise) monatlich auf für:	
	Wohnen (inkl. Nebenkosten, Strom etc.)	_____ %
	Lebensmittel	_____ %
	PKW-Unterhaltung	_____ %
	Reisen (ohne Kuren)	_____ %
	Ausgaben für Essen gehen, Kleidung kaufen, etc.	_____ %
	Gesundheit (Kuren, Wellness, Medikamente etc.)	_____ %
	Unterstützung von Familienangehörigen	_____ %
	Kultur (Musik, Theater, Vorträge)	_____ %
	Bildung (z.B. Volkshochschulkurse)	_____ %
	Sport und Bewegung	_____ %
	Dienstleistungen (z.B. Bringdienste)	_____ %
	Sparen	_____ %
	sonstige Hobbys	_____ %
	Sonstiges	_____ %
	Summe	_____ 100 %
	=> Anmerkung: Wichtig ist eine ungefähre Angabe. Sie können sich auch mit Angaben wie „ca. die Hälfte“ oder „ein Drittel“ behelfen. Der Einfachheit halber können Sie auch einen EURO-Betrag in die Spalten eintragen (z.B. ca. 100 € im Monat).	
6.3	Was glauben Sie, welche Ausgabenanteile (angelehnt an Frage 6.2) sich in Zukunft aus Ihrer Sicht erhöhen werden und welche geringer werden?	
	Hierfür werde ich in Zukunft mehr Geld ausgeben _____	Hierfür werde ich in Zukunft weniger Geld ausgeben _____

Über 97% der Teilnehmenden beantwortete die Frage nach dem **monatlichen Haushaltseinkommen**. Die nachfolgende Abbildung 12 gibt einen Überblick über die Verteilung der Einkommensklassen:

Abb. 12: Verteilung der monatlichen Haushaltseinkommensklassen



© CONVENT Planung und Beratung GmbH

Ca. 35% der Teilnehmenden hat ein Haushaltseinkommen von unter 2.000 €, gut 18% liegt zwischen 2.000 und 2.500 € und 45% hat mehr als 2.500 €. Um eine hohe Antwortquote zu erhalten, wurde darauf verzichtet, nach dem absoluten Haushaltseinkommen zu fragen. Ein Durchschnittseinkommen zu berechnen, ist somit nur über die Einkommensklassen möglich. Die durchschnittliche Einkommensklasse hat den Wert 5,3. Das heißt, dass die Teilnehmenden im Durchschnitt zwischen den Einkommensklassen 5 (2.000 – 2.500 €) und 6 (2.500 – 3.000 €) liegen, mit leichter Tendenz zu der Einkommensklasse 5.

Die **Altersgruppe der 50- bis 60-Jährigen** vor dem tatsächlichen Renteneintrittsalter von 60 Jahren **ist am finanzkräftigsten**, die Altersgruppe der Hochbetagten (älter als 80 Jahre) ist leicht unterdurchschnittlich finanzkräftig. Bei den Hochbetagten befindet sich zumeist jedoch nur noch eine Person im Haushalt (durchschnittliche Haushaltsgröße: 1,3 Personen), die über das Einkommen verfügen kann.

Wird die **durchschnittliche Einkommensklasse nach Altersklassen** differenziert, ergibt sich folgende Tabelle:

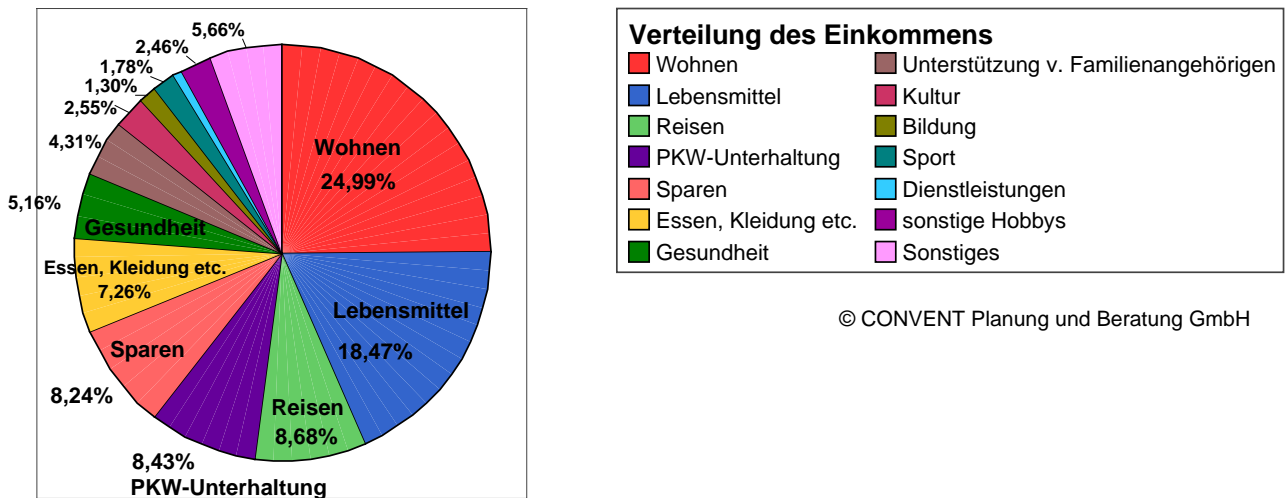
Tab. 20: Durchschnittliche Einkommensklassen nach Altersklassen

		N	Mittelwert
Altersklassen	bis 49 Jahre	<i>54</i>	<i>5,63</i>
	50 bis 60 Jahre	<i>268</i>	<i>5,97</i>
	61 bis 65 Jahre	<i>202</i>	<i>5,10</i>
	66 bis 75 Jahre	<i>386</i>	<i>5,10</i>
	76 bis 79 Jahre	<i>86</i>	<i>5,15</i>
	älter als 80 Jahre	<i>93</i>	<i>4,57</i>
	Insgesamt	<i>1089</i>	<i>5,30</i>

Die Einkommensunterschiede lassen sich auch regional abbilden, sowohl auf Ebene von Kommunen als auch – im Falle der Landeshauptstadt Kiel – auf Stadtteilebene. Beispielsweise liegt die durchschnittliche Einkommensklasse in den Städten Kiel und Neumünster unter denen der Umlandgemeinden. Zwischen der Kommune mit dem niedrigsten und dem höchsten Durchschnittswert liegen in dieser Stichprobe mit großer Fallzahl ganze zwei Einkommensklassen, was in etwa 1.000 € entspricht und auf regionale Disparitäten der Kaufkraft hindeutet.

Rund ein Viertel des Haushaltseinkommens wird für das Wohnen ausgegeben, gefolgt von Ausgaben für Lebensmittel. Die vergleichsweise hohe Zahl von 75% der Teilnehmenden hat das Haushaltseinkommen vollständig den vorgegebenen Verwendungszwecken zugeordnet; den Anteil für Wohnen hat sogar 90% angegeben. Die Verteilung der Ausgaben zeigt dabei folgendes Bild (siehe nachfolgende Abbildung 13):

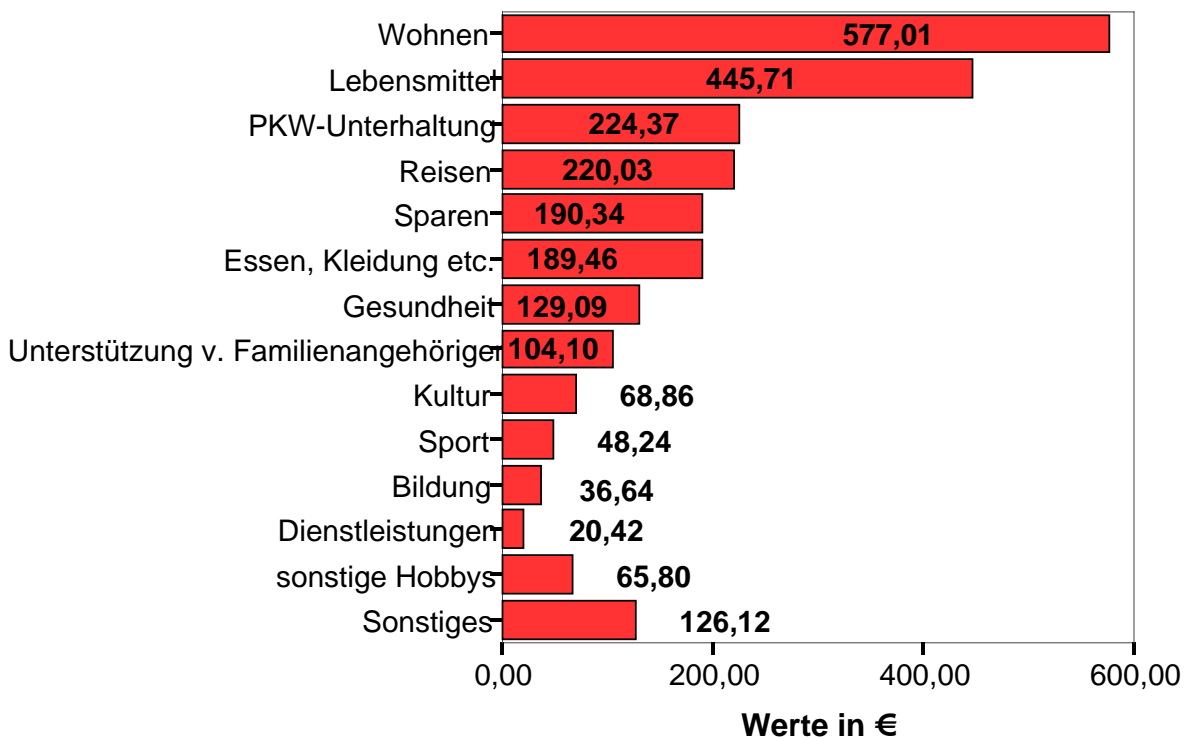
Abb. 13: Heutige Verwendung des Haushaltseinkommens in Prozent



© CONVENT Planung und Beratung GmbH

Daraus ergibt sich folgende durchschnittliche Einkommensverwendung in Euro:

Abb. 14: Heutige Einkommensverwendung in EURO (Durchschnitt aller Einkommensklassen)³



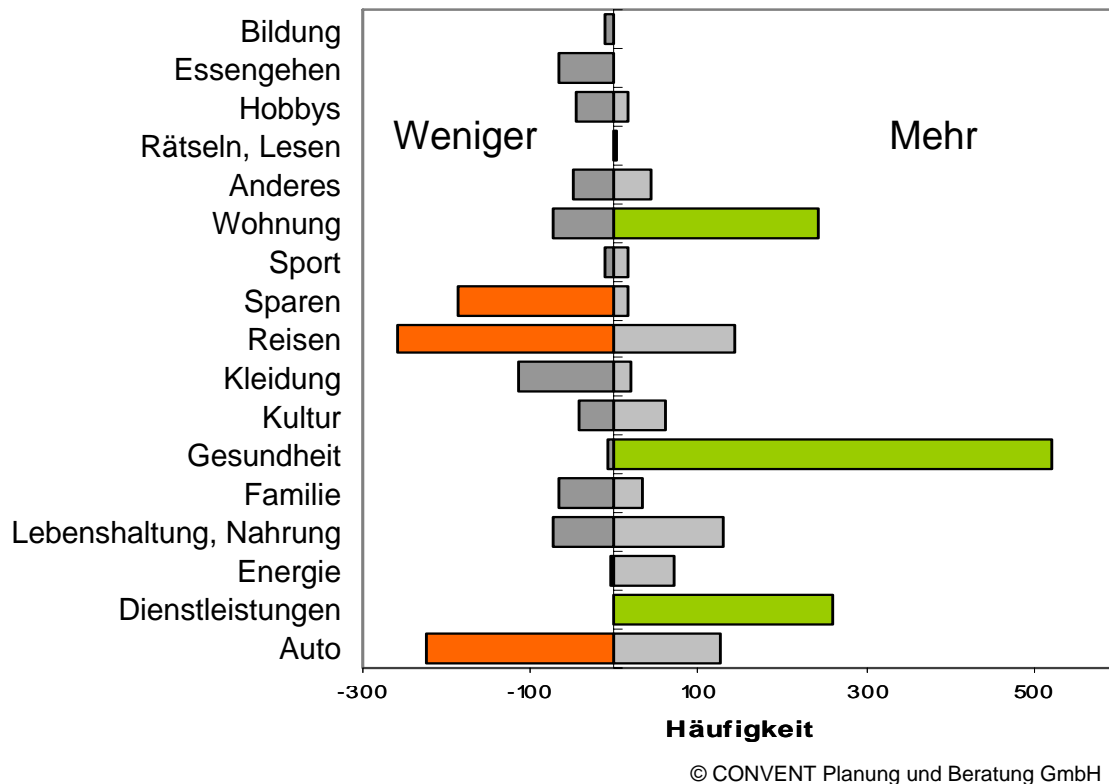
© CONVENT Planung und Beratung GmbH

³ Diese Geldangaben sind als „Richtwerte“ zu verstehen, da sie mit einfachen mathematischen Methoden aus den Variablen „Einkommensklasse“ (unter der Annahme einer Normalverteilung) und „Verteilung des Haushaltseinkommens“ ermittelt worden sind. Es werden dabei nur die gültigen Fälle verwendet. Das Einkommen der höchsten Einkommensklasse wurde mit durchschnittlich 5.000 € angenommen. Die Summe der einzelnen Posten ergibt das durchschnittliche Haushaltseinkommen von gut 2.400 €.

Wofür wird das Haushaltseinkommen in der Zukunft verwendet? Für welche Produkte und Dienstleistungen wird im Alter mehr oder weniger Geld ausgegeben?

Nachstehende Abbildung gibt einen Überblick über die Haushaltsausgaben, die sich nach Meinung der Teilnehmenden für sie erhöhen bzw. die abnehmen werden.

Abb. 15: Zukünftige Verwendung des Haushaltseinkommens



Mehrausgaben werden insbesondere für im Alter steigende Anforderungen bzw. Ansprüche an die Wohnung sowie die Gesundheitsversorgung erwartet sowie für Dienstleistungen. Das entspricht den Erkenntnissen aus Kapitel 4, wonach die Teilnehmenden möglichst lange in ihren eigenen vier Wänden bleiben wollen. Dafür sind dann ggf. Umbaumaßnahmen (altengerechte Zugänge etc.) und auch unterstützende Dienstleistungen bei Pflege und Haushaltshilfe nötig.

Geringere Ausgaben werden insbesondere bei der Mobilität (Auto und Reisen) erwartet; zudem wird weniger gespart. Dies lässt darauf schließen, dass bei gleichbleibendem Einkommen die o.g. Mehrausgaben durch weniger Reisen, weniger Autonutzung (ggf. Reduzierung der PKW-Zahl pro Haushalt, d.h. weniger Fahrten und damit Benzinkosten) und geringere Rücklagenbildung substituiert werden. Dabei spielt sicherlich eine Rolle, dass die Teilnehmenden davon ausgehen, mit zunehmenden Alter weniger aktiv zu sein und weniger zu reisen. Das Auto wird ggf. nicht mehr für Fahrten zur Arbeit gebraucht, womit sich auch Verbrauchskosten und die benötigte Anzahl der PKW pro Haushalt reduzieren.

6. Fazit und Handlungsempfehlungen

Die Umfrage „Wie wohnen und leben wir zukünftig in der K.E.R.N.-Region?“ hat interessante Erkenntnisse über die zukünftig wichtiger werdende Zielgruppe der „50plus-Generation“ („die Mehrheit von morgen“) gebracht. Vom Grundsatz stützen die empirischen Ergebnisse die bisherigen Aussagen und Schlussfolgerungen des Modellvorhabens „Seniorenorientierter Wirtschaftsraum K.E.R.N.“. Insofern sind die Ergebnisse auch teilweise nicht unerwartet. Ihre besondere Qualität besteht jedoch darin, dass sie – und das war ein wesentliches Ziel – mit den Bewohnerinnen und Bewohnern für die K.E.R.N.-Region erarbeitet worden sind.

Hohe Mitmachbereitschaft unterstreicht Bedeutung des Themas

Der größte Erfolg ist sicher in der hohen Mitmachbereitschaft zu sehen. Zudem haben die Mitwirkenden den doch recht umfangreichen Fragebogen sehr gründlich ausgefüllt, was das Interesse am Thema unterstreicht. Die Ergebnisse der Studie haben aufgrund der auszugsweisen Veröffentlichung in den Kieler Nachrichten bereits positive Reaktionen hervorgerufen.

Schaffung attraktiver Lebensbedingungen für ältere Menschen

Die K.E.R.N.-Region ist mit dem Ziel, attraktive Lebensbedingungen für ältere Menschen zu schaffen, auf dem richtigen Weg. Angesichts abnehmender Bevölkerungszahlen werden Zuwanderungen (nicht nur älterer Menschen) zukünftig immer wichtiger, um die Bevölkerung zu stabilisieren sowie die soziale, kulturelle, technische und nicht zuletzt touristische Infrastruktur auszulasten. Mittelfristig könnten dadurch auch die erwarteten Bevölkerungsverluste zumindest teilweise kompensiert werden.

Die Zahl der in die K.E.R.N.-Region Zugezogenen zeigt Potenziale auf für ein gezieltes Regionalmarketing. Würde beispielsweise die in der Umfrage ermittelte 23%ige Zuzugsquote auf die für das Jahr 2020 prognostizierte Bevölkerungszahl der 60-Jährigen und älter (ca. 210.000 Menschen) bezogen werden, würden 2020 ca. 45.000 Menschen dieser Altersgruppe in die K.E.R.N.-Region gezogen sein, davon rund 11.000 aus Nordrhein-Westfalen.

Marktsegment Tourismus 50plus weiter ausbauen

Touristen, die die K.E.R.N.-Region als Urlauber kennen und schätzen gelernt haben, sind eine interessante Zielgruppe als potenzielle Zuwanderer, die Ihren Lebensabend aktiv und gut versorgt in attraktiver Umgebung verbringen möchten. Rechnet man den Anteil von 1,2% der aus Urlaubsgründen Zugezogenen mit der K.E.R.N.-Bevölkerung in der Altersklasse der über 60-Jährigen im Jahr 2020 (= ca. 210.000 Menschen) hoch, ergibt sich eine Summe von ca. 2.500 Zuwanderern. Diese Zielgruppe sollte entsprechend stärker beworben werden.

Die Auflistung der Freizeitaktivitäten in Kapitel 3 zeigt, wie vielfältig die Gruppe der „50plus-Generation“ als Touristen ist und wie differenziert zukünftig Angebote gestaltet sein müssen. Die stark wachsende Zahl der älteren Altersgruppen verlangt spezielle, insbesondere themenorientierte Angebote. Die Verbindung mit (hochwertigen) Gesundheitsangeboten schafft Anreize zum Aufenthalt.

Zukünftiges Wohnen, Wohnstandorte und Wohndienstleistungen

Neben zukunftsfähigen Arbeitsplätzen werden zukunftsfähige Wohnstandorte zum wichtigen Standortfaktor im demographischen Wandel. Der in der Fachdiskussion immer wieder dargelegte Wunsch, möglichst lange in den eigenen vier Wänden zu bleiben und durch Zukauf von Dienstleistungen versorgt zu werden, hat sich auch in der K.E.R.N.-Umfrage bestätigt. Dies stellt – neben der Schaffung altengerechter Wohnungen sowie angepasster Konzepte der häuslichen Pflege – neue Anforderungen an die Gestaltung des Wohnumfeldes sowie sogenannter Wohndienstleistungen.

- Anhand der von den Teilnehmenden geäußerten Präferenzen für unterschiedliche Wohnformen und zukünftige Angebote lässt sich, z.T. unterstützt durch Kommentare am Rand der Antworten, ableiten, dass zunächst Dienstleistungen nachgefragt werden, um möglichst lange zuhause wohnen zu bleiben (und später dann in betreute Einrichtungen zu wechseln). Rund ein Drittel möchte nicht in betreute Wohneinrichtungen ziehen.
- Freunde und Nachbarn um Hilfe zu bitten, wird von der Hälfte der Teilnehmenden kategorisch ausgeschlossen. Der Zukauf von Dienstleistungen wird hingegen stark gewollt. Die Menschen sind sich dabei bewusst, dass sie in Zukunft mehr Geld für derartige Dienste ausgeben werden (vgl. Frage nach der zukünftigen Einkommensverwendung in Kapitel 5).
- Nur knapp 23% der Teilnehmenden würde nach ihrer eigenen Einschätzung ihre Wohnung als „altengerecht“ bezeichnen. (Nach DIN dürften es sicherlich noch geringere Anteile sein.) Bei einem Durchschnittsalter der Teilnehmenden von 65 Jahren, verbunden mit dem o.g. Wunsch, möglichst lange in den eigenen vier Wänden bleiben zu wollen, weist dies auf große Handlungsbedarfe hin. Die Fragen bleiben: Sind Wohnungswirtschaft, Bauwirtschaft und Handwerk auf diese Erfordernisse ausreichend vorbereitet? Wo bieten sich neue, zielgruppenorientierte Angebote und Dienstleistungen etwa von Handwerkern und Wohnungsunternehmen? Welche Info- und Schulungsveranstaltungen sind notwendig?
- Die Einschätzung des Wohnumfeldes bietet nicht zuletzt fundierte Entscheidungsgrundlagen für kommunale bzw. quartiersbezogene Maßnahmen. Anhand der Befragungsergebnisse sind die Handlungsfelder im Einzelnen abzuleiten (vgl. auch Ergänzungstabelle 21 im Anhang).

Produkte und Dienstleistungen für mehr Lebensqualität im Alter

Wirtschaftliche Potenziale für die Unternehmen der K.E.R.N.-Region bieten sich insbesondere durch Produkte und Dienstleistungen für die älteren Generationen. Dies wurde durch die Umfrage weitgehend bestätigt. Es bestehen klare Präferenzen zum Zukauf von Dienstleistungen. Wird die quantitative Zunahme der BürgerInnen innerhalb der höheren Altersklassen in Relation zur heutigen und zukünftigen Verwendung des Einkommens gesetzt, lässt sich ableiten, **welche Branchen** in der K.E.R.N.-Region eher stärker vom demographischen Wandel profitieren und welche eher weniger.

- Die Teilnehmenden sind sich über steigende Kosten z.B. für die gesundheitliche Versorgung im Alter und damit auch der Inanspruchnahme von mehr Dienstleistungen bewusst.
- Ferner werden Daseinsgrundfunktionen wie das Wohnen (auch durch z.B. steigende Energiepreise) mit anteilmäßig größeren Ausgaben geschätzt.
- Online-Abwicklungen versprechen kurzfristig nur leichte Entwicklungspotenziale bei der Zielgruppe „50plus“. Das Durchschnittsalter der jetzigen Online-Nutzer ist 6 Jahre jünger (59 Jahre) als das Durchschnittsalter aller Teilnehmenden. Erst die „nächste Altengeneration“ wird vermutlich verstärkt Angebote „online“ nutzen.
- Die Anmerkungen zu den Fragekomplexen sagen aus, dass die erhöhten Kosten für die „Daseinsgrundfunktionen“ durch andere Bereiche ersetzt werden (Auto, Reisen, Sparen). Dies liegt sicher zum Teil daran, dass heute durchgeführte Aktivitäten wie Reisen und Autofahren im hohen Alter nicht mehr so stark nachgefragt werden, zum Teil aber auch daran, dass das Geld für andere Dinge aufgewendet werden muss.

Der Markt für Dienstleistungen für mehr Lebensqualität im Alter hat sich bereits gebildet und wächst. Aus Sicht der K.E.R.N.-Region steht die Wettbewerbsfähigkeit der regionalen Wirtschaft und die Teilnahme an dem **neuen und wachsenden Cluster „Seniorenwirtschaft“** im Vordergrund. Hier stellt sich die Frage: Gibt es ausreichend qualifizierte Unternehmen, die zukünftig nachgefragte Dienstleistungen zu angemessenen Marktpreisen anbieten (z.B. ambulante Pflege, Hausbesuche, Lieferservice, Seniorenreisen), und gibt es ein zielgruppenspezifisches Marketing, um diese Dienstleistungen auch an den Kunden zu bringen?

Zu diesen Handlungsfeldern zählen auch Qualitätskontrollen durch Kundenzufriedenheitsanalysen bei bisherigen Angeboten (z.B. bei Mahlzeitendiensten, Wohnungsangeboten etc.), die darauf ausgerichtet sind, die Produktpalette zu optimieren (z.B. Möglichkeiten der Vermittlung von Selbsthilfe-Senioren-WG's).

Mobilität und Nahversorgung vor allem in Ländlichen Räumen sichern

Die Einrichtungen der Nahversorgung geraten insbesondere in den Ländlichen Räumen angesichts abnehmender Bevölkerungsstrukturen und geringerer Auslastungszahlen weiter unter Druck. Das Wachstum der Gruppe der älteren Menschen bietet demgegenüber neue Potenziale und Nachfragestrukturen. **Gerade für ältere Menschen ist die Frage der Nahversorgung von großer Bedeutung**, vor allem dann, wenn sie im Alter nicht mehr so mobil sind.

- Die Nahversorgung wurde insbesondere in der Kategorie „Ländlicher Raum“ nur mittelmäßig bewertet.
- Die Eigentumsquote dieser Altersgruppe liegt in der Stichprobe bei 80%; die Senioren werden lange zuhause wohnen; es müssen somit Lösungen für die Mobilität im Alter sowie für mobile Versorgungsangebote gefunden werden.
- Hauptfortbewegungsmittel ist das Auto; am Produkt Auto dürfte jedoch mit zunehmendem Alter gespart werden (s.o.). Die Nutzung des ÖPNV erfolgt auf dem Land durchschnittlich nur einmal alle drei Wochen. Zwar möchte die große Mehrheit ein zukünftig fehlendes eigenständiges Fahrvermögen durch den öffentlichen Personennahverkehr (Busse und Bahn) ersetzen; ob der ÖPNV dann noch über eine ausreichende Angebotsqualität verfügt bzw. diese aufgrund der zunehmenden Zahl älterer Menschen durch innovative Mobilitätsangebote verbessert, ist eine wichtige Frage der zukünftigen Lebensqualität in der Region.

Der Sicherung der Nahversorgung und der Mobilität älter werdender Menschen im Ländlichen Raum kommt somit zunehmende Bedeutung zu.

Potenziale des Ehrenamtes

Mit zunehmender Zahl nicht mehr erwerbstätiger, jedoch erfahrener, geistig und körperlich fitter und aktiver älterer Menschen stehen immer mehr Menschen zur Ausübung ehrenamtlicher Tätigkeiten zur Verfügung. Gleichzeitig besteht angesichts knapper kommunaler Kassen die Notwendigkeit, öffentliche Dienstleistungen und Angebote durch verstärktes bürgerschaftliches Engagement zu flankieren und teilweise zu kompensieren. Die Potenziale des Ehrenamtes sind somit weiter zu gestalten, auch unter Berücksichtigung bestehender Hemmnisse (z.B. Problematik des Versicherungsschutzes).

Verbesserung der demographie-relevanten Statistiken auf kommunaler Ebene

Lokale Unterschiede bei Altersstruktur und Einkommen bestätigen die bisherigen Erkenntnisse, dass sich Kommunen in ihrem Bevölkerungsaufbau und im Übrigen auch in ihrer infrastrukturellen Ausstattung durchaus erheblich unterscheiden können, worauf die künftigen Maßnahmen und neuen Angebote abgestimmt werden müssen.

Es gibt zudem auch in der K.E.R.N.-Region sowohl noch wachsende als auch stagnierende oder bereits schrumpfende Kommunen. Entsprechend werden die Effekte der 50plus-Generation „hier und dort“ in unterschiedlichem Maß wirksam werden.

Hier sind die Kommunen gefordert, die Datengrundlagen der eigenen Bevölkerungsstruktur zu verbessern bzw. zu komplettieren. Der Handlungsdruck für verschiedene Fragestellungen lässt sich damit ergiebiger verifizieren. Notwendig sind insbesondere möglichst belastbare Annahmen zu den Wanderungen. Dies kann z.B. mit Unterstützung des Statistikamtes Nord erfolgen oder auf Basis der eigenen Melderegisterzahlen.

Die K.E.R.N.-Region hat in dem **Projekt „Modellkommunen / -regionen“** Vorgehensweisen erarbeitet, die die Analyse und Vorausschätzung der kommunalen Situation wirkungsvoll unterstützen. Die Ergebnisse sind als „Arbeitshilfe von Kommunen für Kommunen“ in der K.E.R.N.-Geschäftsstelle erhältlich.

Der demographische Wandel ist ein Querschnittsthema, welches nahezu alle Handlungsfelder betrifft. Die in dieser Umfrage geäußerten Aktivitäten, Nachfragewünsche und Einkommensverwendungen sollten bei allen kommunalen und wirtschaftlichen Überlegungen berücksichtigt werden.

Lebensqualität bleibt Thema für die K.E.R.N.-Region

Insgesamt ist deutlich geworden, dass die Lebensqualität in der K.E.R.N.-Region auch zukünftig ein wichtiger Standortfaktor sein wird. Um das Ziel „Lebensqualität ein Leben lang“ zu erreichen, sind die bestehenden konkreten Potenziale zielbewusst und planvoll zu nutzen, zumal die nachwachsenden 50plus-Generationen, je nach Lebensstil, veränderte Präferenzen haben werden. Es sind gezielt **Produkte und Dienstleistungen für mehr Lebensqualität im Alter zu entwickeln** und zu fördern.

Insofern ist auch eine Wiederholung der Befragung (als laufende „Marktforschung“) sinnvoll, um Veränderungen in den „Kundenwünschen“ frühzeitig festzustellen und K.E.R.N. zu positionieren. Die Technologie-Region K.E.R.N. wird sich dem **Zukunftsthema „Potenziale des Alter(n)s“** auch zukünftig widmen.

Anhang

Erläuterungen zu den Tabellen

Die in diesem Bericht vorgelegten Ergebnisse sind mit dem Statistikprogramm „SPSS“ ausgewertet worden. Die Ergebnisse werden teilweise anschaulich in Abbildungen dargestellt, z.B. in sogenannten „Tortendiagrammen“. Dabei gehen allerdings Informationen verloren. Daher werden die Ergebnisse zumeist auch in Tabellenform präsentiert.

Wir haben die Tabellen übernommen, die das Auswertungsprogramm „SPSS“ automatisch generiert und die nicht zu verändern sind. Daher sind die Tabellen, insbesondere die Überschriften, teilweise erläuterungsbedürftig:

Vor allem die jeweilige **Zahl und Verteilung der Antworten** wird in den Tabellen transparent gemacht, was z.B. für Folgebefragungen oder einen Vergleich mit anderen Befragungen wichtig ist. Bei 1.124 Teilnehmenden haben nicht immer alle jede Frage beantwortet oder jede Möglichkeit angekreuzt. Die Tabellenspalten geben an, auf wie viele Antworten sich ein Ergebnis bezieht. Der Satz „50% der Teilnehmenden bewertet das Wohnumfeld positiv“ kann einerseits bedeuten, dass wirklich alle 1.124 Teilnehmenden der Befragung die Frage beantwortet haben und somit 562 Menschen dieser Meinung sind. Andererseits kann es sein, dass 50% nicht „die Hälfte“ aller Teilnehmenden ist. Falls z.B. nur 834 Teilnehmende diese Frage beantwortet haben, repräsentieren 50% lediglich 417 Personen.

Um den Leserinnen und Lesern die Interpretation der automatisch generierten Tabellen zu erleichtern, werden anhand der folgenden Beispiele Tabelle 14: „Häufigkeiten von Mehrtagesfahrten“ und Tabelle 15: „Dauer von Mehrtagesfahrten in Abhängigkeit vom Alter“ die Spalten und Abkürzungen exemplarisch erklärt:

Tabelle mit gültigen Prozents

Beispiel Tabelle 14: Häufigkeit von Mehrtagesfahrten

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	1 bis 7 Tage	131	11,7%	15,9%	15,9%
	8 bis 14 Tage	255	22,7%	30,9%	46,8%
	15 bis 30 Tage	304	27,0%	36,9%	83,7%
	mehr als 30 Tage	134	11,9%	16,3%	100,0%
	Gesamt	824	73,3%	100,0%	
Fehlend	t.n.z.	284	25,3%		
	k.A.	16	1,4%		
	Gesamt	300	26,7%		
Gesamt		1124	100,0%		

- „**Häufigkeit**“ = die absolute Zahl der Antworten für die jeweilige Kategorie. Z.B.: 131 Teilnehmer fahren 1 bis 7 Tage im Jahr für einen Tag weg.

- „**Prozent**“ = Häufigkeit in Prozent an der Gesamtheit. Z.B.: Von 1.124 Teilnehmenden haben 11,7% angegeben, dass sie 1 bis 7 Tage wegfahren.
- „**Gültige Prozente**“ = Anteil der jeweiligen Antworten im Verhältnis zu den Personen, die auf diese Frage geantwortet haben. Z.B.: 15,9% der Personen, die auf die Frage nach der Häufigkeit von Mehrtagesfahrten geantwortet haben, geben an, dass sie 1 bis 7 Tage wegfahren.
- „**Kumulierte Prozente**“ = laufende Addition der gültigen Prozente.
- „**k.A.**“ = „keine Angabe“ (Frage wurde nicht beantwortet).
- „**t.n.z.**“ = „trifft nicht zu“ (keine Mehrtagesfahrten, daher trifft Frage nicht zu).
- „**w.n.**“ = „**weiß nicht**“ (Antwort war nicht klar zuzuordnen).

Tabelle mit Durchschnittswerten

Diese Art der Tabelle kommt ebenfalls häufiger vor. Sie zeigt Häufigkeiten und Mittelwerte des Hauptmerkmals, nach dem gefragt wurde (hier Mehrtagesfahrten), differenziert nach verschiedenen Klassen oder Antwortkategorien (hier Altersklassen).

Beispiel Tabelle 15: Dauer von Mehrtagesfahrten in Abhängigkeit vom Alter

		N	Mittelwert
Altersklassen	bis 49 Jahre	37	17,70
	50 bis 60 Jahre	213	19,61
	61 bis 65 Jahre	164	22,81
	66 bis 75 Jahre	309	23,35
	76 bis 79 Jahre	54	23,22
	älter als 80 Jahre	45	17,00
	Insgesamt	822	21,66

- „**N**“ = Zahl der Antworten („Fälle“) für die jeweilige Altersklasse. Z.B.: In der Altersklasse bis 49 Jahre haben 37 Personen die Frage zu Ihrem Alter und zu der Dauer ihrer Mehrtagesfahrten beantwortet.
- „**Mittelwert**“ = Durchschnitt der Zahl der Tage der Mehrtagesfahrten. Z.B.: Insgesamt haben 822 Teilnehmer sowohl die Frage nach dem Alter, als auch die Frage nach der Häufigkeit von Mehrtagesfahrten beantwortet und fahren im Durchschnitt 21,66 Tage in Urlaub. In der Altersklasse bis 49 Jahre sind es im Durchschnitt 17,70 Tage.

Ergänzungstabellen

Tab. 21: Bewertung des Umfeldes nach klassifizierten Orten

			grünes Umfeld	Nachbarschaft	Ruhe	Einkaufsmög lichkeiten	Kultur- und Freizeitange bote	Sicherheit und Sauberkeit	Verkehrsan bindung	Arbeitsplatz nähe	Dienstleistungs angebot	zentrale Lage
Ort (klassifiziert)	Kiel	N	470	455	462	472	428	453	465	166	454	431
		Mittelwert	1,19	1,43	1,48	1,47	1,99	1,57	1,25	1,68	1,55	1,56
	Ottendorf	N	77	74	75	76	71	72	73	49	75	58
		Mittelwert	1,03	1,26	1,43	2,61	1,66	1,19	2,29	1,47	2,43	1,98
	Neumünster	N	64	62	59	64	62	62	62	23	61	56
		Mittelwert	1,13	1,48	1,27	1,55	2,00	1,42	1,29	1,91	1,72	1,62
	Büdelndorf	N	51	51	52	52	49	50	52	15	47	51
		Mittelwert	1,12	1,35	1,31	1,12	1,80	1,38	1,19	1,40	1,40	1,20
	Kronshagen	N	52	50	52	52	51	48	49	14	52	45
		Mittelwert	1,13	1,38	1,38	1,29	1,51	1,35	1,22	1,36	1,21	1,27
	Altenholz	N	33	32	33	32	30	31	33	12	33	31
		Mittelwert	1,06	1,50	1,39	1,13	1,83	1,39	1,39	1,75	1,12	1,58
	Plön	N	24	22	24	23	21	22	21	6	21	19
		Mittelwert	1,04	1,32	1,33	1,52	1,86	1,23	1,38	1,67	1,33	1,47
	Preetz	N	23	20	23	23	21	23	23	6	23	19
		Mittelwert	1,04	1,55	1,43	1,43	2,00	1,57	1,26	1,83	1,35	1,63
	Molfsee	N	19	19	19	19	19	19	19	11	19	18
		Mittelwert	1,00	1,32	1,11	1,95	1,95	1,37	1,37	1,27	1,42	1,67
	Flintbek	N	19	18	19	19	17	18	18	7	19	19
		Mittelwert	1,05	1,33	1,32	1,11	2,47	1,56	1,11	1,57	1,16	1,37
	Bordesholm	N	18	17	18	18	16	18	18	10	18	16
		Mittelwert	1,11	1,18	1,39	1,44	1,50	1,39	1,33	1,80	1,33	1,31
	Raisdorf	N	18	18	17	18	18	17	17	8	18	17
		Mittelwert	1,00	1,33	1,12	1,44	2,06	1,12	1,18	2,13	1,33	1,47
	Gettorf	N	15	14	14	16	12	13	15	6	15	14
		Mittelwert	1,00	1,50	1,43	1,63	2,33	1,31	1,47	1,83	1,20	1,57
	Heikendorf	N	12	11	11	11	11	12	11	3	11	11
		Mittelwert	1,00	1,36	1,18	1,18	1,55	1,42	1,55	1,67	1,18	1,36
Rendsburg	N	11	11	10	11	10	11	11	7	11	11	
	Mittelwert	1,18	1,36	1,20	1,73	1,90	1,64	1,45	1,43	1,36	1,45	
Sonstige	N	204	198	202	198	191	196	196	89	196	170	
	Mittelwert	1,08	1,35	1,23	2,08	2,23	1,27	1,90	2,07	1,93	1,95	
Insgesamt	N	1110	1072	1090	1104	1027	1065	1083	432	1073	986	
	Mittelwert	1,12	1,39	1,37	1,63	1,97	1,43	1,45	1,73	1,62	1,62	

Tab. 22: Zuzüge aus einem anderen Bundesland bzw. Ausland

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	NRW	65	25,7%	26,5%	26,5%
	NdS	50	19,8%	20,4%	46,9%
	HH	29	11,5%	11,8%	58,8%
	BW	21	8,3%	8,6%	67,3%
	B	17	6,7%	6,9%	74,3%
	HES	17	6,7%	6,9%	81,2%
	BAY	11	4,3%	4,5%	85,7%
	RP	8	3,2%	3,3%	89,0%
	HB	7	2,8%	2,9%	91,8%
	Ausland	6	2,4%	2,4%	94,3%
	Meck-Vorpom.	5	2,0%	2,0%	96,3%
	SACH	4	1,6%	1,6%	98,0%
	TÜ	2	,8%	,8%	98,8%
	BB	1	,4%	,4%	99,2%
	SA	1	,4%	,4%	99,6%
SL	1	,4%	,4%	100,0%	
	Gesamt	245	96,8%	100,0%	
Fehlend	k.A.	8	3,2%		
Gesamt		253	100,0%		

Tab. 23: Zeitpunkt des Zuzuges nach Altersklassen

		Altersklassen						Gesamt
		bis 49 Jahre	50 bis 60 Jahre	61 bis 65 Jahre	66 bis 75 Jahre	76 bis 79 Jahre	älter als 80 Jahre	
FR_1.4_KL	vor 1990	3	50	34	57	11	16	171
	1990	2	4	0	0	1	0	7
	1991	0	2	1	0	1	0	4
	1993	0	3	0	2	0	2	7
	1994	0	2	0	0	0	0	2
	1995	0	0	0	3	0	0	3
	1996	0	0	1	5	0	0	6
	1997	1	0	1	1	0	0	3
	1998	0	0	0	2	0	0	2
	1999	1	3	1	1	0	0	6
	2000	1	1	5	1	0	1	9
	2001	1	4	0	3	0	2	10
	2002	1	0	2	1	1	0	5
	2003	0	1	1	2	1	0	5
	2004	0	1	2	2	0	0	5
2005	0	0	1	0	1	1	3	
Gesamt		10	71	49	80	16	22	248

Ausgewählte Zitate



Zitate

- Busverbindungen sind abends sehr schlecht
- BoFrost-Angebote für Alleinstehende (kleinere Portionen)
- Die Nullrunden in der Rente sind ein Skandal
- Gesellschaft investiert an den Senioren "vorbei,"
- Finde Befragung gut und wichtig!
- Flexiblere Gastronomie
- Essen von Mahlzeitendiensten: schmeckt alles gleich
- Im Alter mit Freunden wohnen
- Infos zu Schlusszeiten von Kulturveranstaltungen
- Kostenlose Bringdienste, um am kulturellen Leben teilzunehmen
- usw.



Lebensqualität ein Leben lang – Seniorenorientierter Wirtschaftsraum K.E.R.N.

Reaktionen auf die Befragung



Resonanz

- Vorstellung im Wirtschaftsausschuss Kiel am 26. Oktober 2005
- Beiträge in den Kieler Nachrichten am 27. und 28. Oktober 2005
- Vorstellung im Seniorenbüro Neumünster am 18. Januar 2006
- Vorstellung im Gemeinderat in Ottendorf am 2. Februar 2006
- Marktplatz für Senioren auf der Homepage der Firma Schütt-Immobilien
- Prof. Schäfer, Hochschule Niederrhein macht aufbauend auf einer Befragung eine Seminarreihe zum Thema „Leben im Alter“ (Vorlage der Befragung ist der hier erarbeitete Fragebogen)
- Der Verband Norddeutscher Wohnungsunternehmen möchte sich dieser Thematik annehmen und wird an K.E.R.N. herantreten
- Die Investitionsbank ist stark an der Studie interessiert
- Verein der gemeinnützigen Pflegeeinrichtungen „mobile“ möchte etwas im Bereich „Optimierung der Serviceangebote“ tun und bittet um Ergebnisse der Studie (Workshop: 11.-13. Dezember 2005)



Lebensqualität ein Leben lang – Seniorenorientierter Wirtschaftsraum K.E.R.N.



Resonanz in der Presse

Wünsche für das Leben im Alter

Über die Wünsche älterer Menschen für das Leben im Alter hat die Zeitschrift 'Wirtschaft' einen Artikel veröffentlicht. Der Autor, der auch ein Experte für die Bedürfnisse älterer Menschen ist, hat eine Reihe von Wünschen aufgelistet, die von den Befragten geäußert wurden. Diese reichen von der Erhaltung der Gesundheit bis hin zur Unterstützung bei der Finanzierung des Lebens. Die Zeitschrift betont die Wichtigkeit, diese Wünsche zu berücksichtigen, um ein gutes Leben im Alter zu ermöglichen.

Gesucht: Service für verschiedene Geldbeutel

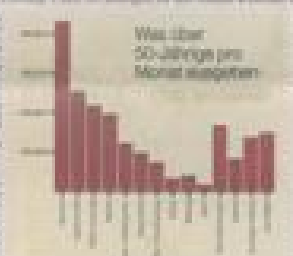
Kommunen sind gefordert, sich auf Senioren-Wünsche einzustellen

Wie Ältere leben wollen

Was - Die unabhängigen Senioren sind eine wesentliche Gruppe mit unterschiedlichen Ansprüchen und Interessen. Kommunen sind gefordert, sich auf diese Bedürfnisse einzustellen. Ein zentraler Wunsch ist die Erhaltung der Selbstständigkeit im Alter. Dies wird durch eine gute Finanzierung und eine entsprechende Versorgung sichergestellt. Kommunen sollten auch auf die soziale Integration der Senioren achten, um ihnen ein gutes Leben im Alter zu ermöglichen.

Zu Hause wohnen bleiben

Experten der K.E.R.N. Region sind der Meinung, dass es für die meisten Senioren ein Wunsch ist, zu Hause zu bleiben. Dies ist auch die Lösung für viele Probleme, die im Alter auftreten können. Eine gute Finanzierung und eine entsprechende Versorgung sind entscheidend für die Erhaltung der Selbstständigkeit im Alter. Kommunen sollten auch auf die soziale Integration der Senioren achten, um ihnen ein gutes Leben im Alter zu ermöglichen.



„Ich fühle mich überflüssig“

Ein Artikel, der die emotionale Seite des Alterns behandelt. Er beschreibt, wie viele Senioren sich überflüssig fühlen, wenn sie keine Rolle mehr in der Gesellschaft spielen. Dies ist ein häufiges Problem, das durch eine mangelnde soziale Integration entsteht. Kommunen sollten Maßnahmen ergreifen, um die soziale Integration der Senioren zu fördern und ihnen ein Gefühl der Zugehörigkeit zu verschaffen.



Lebensqualität ein Leben lang – Seniorenorientierter Wirtschaftsraum K.E.R.N.



Resonanz

- Marktplatz für Senioren auf der Homepage der Firma Schütt-Immobilien

Marktplatz für altengerechtes Wohnen

Über 50-Jährige:
Umfrage-Ergebnisse
werden veröffentlicht

rum, die Ergebnisse zugänglich zu machen. Sobald die Beratungsfirma Convent die Auswertungen abgeschlossen hat, werden die Basiser-

Ein Problem für alte Menschen ist offenbar die Suche nach einer Haushaltshilfe. Mehrere Anrufer schilderten, dass sich darum fast aus-

Haushaltshilfen, etwa auch von Ambulanten Diensten, vermittelt bekommt. Die SPD-Ratsfraktion in Kiel forderte, dass schon in



Wohnen im Alter

In der gestrigen Ausgabe der KN wurde über den steigenden Stellenwert von Senior enwohngemeinschaften berichtet. Die Firma Hans Schütt Immobilien ND hat diesen Anspruch unmittelbar in die Tat umgesetzt und hier einen eigenen Marktplatz für seniorengerechtes Wohnen geschaffen. Interessierte finden hier auf Ihre Bedürfnisse zugeschnittene Wohnungsangebote und haben zudem die Möglichkeit, über ein Forum mit Gleichgesinnten in Kontakt zu treten. [weiter Lesen >>](#)



Lebensqualität ein Leben lang – Seniorenorientierter Wirtschaftsräum K.E.R.N.



**Modellvorhaben der Raumordnung
Seniorenorientierter Wirtschaftsraum K.E.R.N.**



Das Projekt wird im Rahmen des Forschungsprogramms „Modellvorhaben der Raumordnung“ (MORO) vom Bundesamt für Bauwesen und Raumordnung (BBR) fachlich unterstützt und gefördert.

www.bbr.bund.de



Bundesamt
für Bauwesen und
Raumordnung

