

*Diversity Management:
»Vive la différence!«*

(1) Age Management

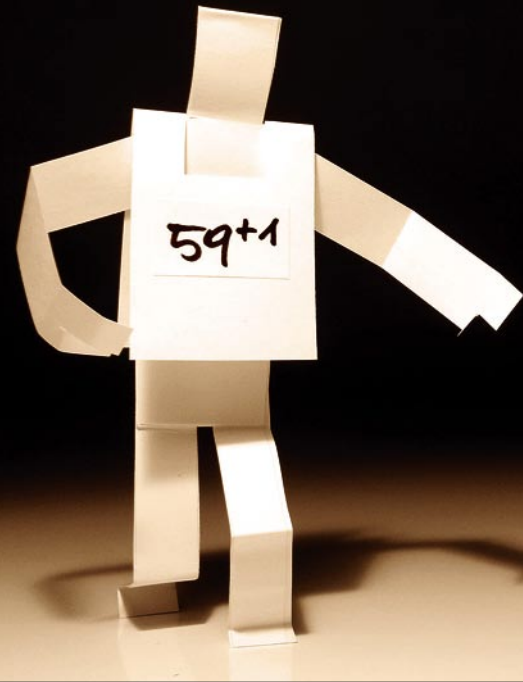
Golden Ager, Silber Generation oder altes Eisen?

Eine Serie von
Mag. Maryam Laura Moazedi.

fazitmagazin.at



FOTOS: PAPERWALKER



(1) Age Management

VON MARYAM LAURA MOAZEDI

➤ Golden Oldies, Silberlöwen und Graue Panther. Es gibt Dutzende von auf- und abwertenden Be- und Umschreibungen für das unbeschreibliche Tabu: Alter. „Political correctness“ sprachlicher Natur allein dürfte in Zukunft eher keine ausreichende Behandlung dieses Themas sein. Auch wenn Bezeichnungen wichtig sind, um den Stellenwert von Personengruppen in der Gesellschaft zu heben, eine intensivere Beschäftigung, die über eine halbherzige „linguistisch-kosmetische“ Ebene hinausgeht, wird gefordert. Sie wird allerdings durch eine kontroverse Haltung verkompliziert. Wie heißt es so schön? Alle wollen alt werden, keiner will es sein.

For ever old

So paradox wie unsere Haltung zum Alter sind auch die Trends. Eine alternde Gesellschaft wird prognostiziert, die demographische Entwicklung bereitet PolitikerInnen Kopfschmerzen, vor Engpässen im Pflegebereich wird gewarnt, der Rentenkollaps gefürchtet. Parallel dazu wird ein Jugendkult zelebriert, der ja an sich nichts Neues wäre, bei genauerer Betrachtung sich aber immer mehr zu verjüngen scheint. Dank dem verjüngten Jugendkult gelingt es uns, früher zur Gruppe der „Älteren“ zu gehören, und aufgrund der steigenden Lebenserwartung darf man sich noch viele Jahrzehnte dieses Status erfreuen. Wir sind somit früher und länger alt – eine reife Leistung.

Das Defizit-Modell

Neben dem Argument der Kostenfrage begegnet man regelmäßig einer Reihe von Mythen und Vorurteilen rund ums Thema Alter. Wir gehen in erster Linie von einem Defizit-Modell aus. Alter wird mit Krankheit, Verlust und Starrheit gleichgesetzt. Die Vorstellungen jüngerer von älteren Menschen sind in eine negative Richtung verzerrt. Eine Studie der Universität Duisburg-Essen zeigt beispielsweise, dass Medizin Studierende die Zahl derer, die im Pflegeheim betreut werden müssen, viel zu hoch einschätzen. Altersbedingte Verluste sind nicht zu leugnen, allerdings werden die Ausmaße überschätzt und Kompensationsstrategien übersehen. Zahlreiche Untersuchungsergebnisse deuten darauf hin, dass ältere Menschen sogar bessere Anpassungsstrategien entwickeln als jüngere. Damit wäre auch dem Vorurteil widersprochen, Ältere seien starr und unflexibel. Zudem wird Menschen ab einem gewissen Alter ihre Individualität abgesprochen, sie werden sprichwörtlich in einen Topf geworfen, versehen mit dem freundlichen Stigma-Label „50plus“. Nelson und Dannefer zeigen in ihrer Meta-Analyse von 185 Altersstudien eine der wichtigsten Erkenntnisse der Gerontologie auf: Fortgeschrittenes Alter allein schafft nur begrenzt Gemeinsamkeiten, denn im Alter unterscheidet man sich mehr als in jungen Jahren von anderen Menschen. An einem differenzierten Zugang mangelt

es allerdings nach wie vor, Ältere werden als eine zu homogene Gruppe gesehen.

Lieber 59+1 als 60

Alter kann nach Belieben mit Erfahrung, aber auch mit Starrheit assoziiert werden. Ob sich nun die positive oder die negative Eigenschaft durchsetzt, kann von willkürlichen Altersschwellen beeinflusst werden. Wie leicht die Haltung aufgrund der wechselnden „Alters-Schublade“ kippt, zeigen Götz und Hilse in ihrer Befragung: Führungskräfte bis 59 Jahren gelten als erfahren, ab 60 wird ihnen der Erfahrungsschatz zum Verhängnis und sie werden als starr bezeichnet. Ob die psychologische Wirkung der Altersangaben der von Preisgrenzen ähnelt, in diesem Fall „59,90 Euro ist sympathischer als 60 Euro“, sei dahin gestellt.

Self fulfilling prophecies

Aufgrund der vermeintlichen Starrheit und mangelnden Lernbereitschaft und -fähigkeit werden ältere MitarbeiterInnen häufig in der Personalpolitik von Weiterbildungskursen ausgeschlossen. Dieser Ausschluss wird auch damit begründet, dass sie kein Interesse an Fortbildung hätten. Bei genauerem Hinsehen ist zu erkennen, dass die Schulungen nicht immer altersgerecht konzipiert sind. Während man in „altersheterogenen“ Umgebungen besser arbeitet, lernt es sich in „altershomogenen“ Kursen besser. Die

Serie Diversity Management: »Vive la différence!«

Golden Ager, Silber Generation oder altes Eisen?

Teil (1) Age Management

Studie „Berlin bleibt fit“ der Berliner Charité ergab, dass Frauen selbst zwischen 70 und 92 Jahren ihre intellektuelle Leistungsfähigkeit verbessern können, wenn sie sich neuen Reizen aussetzen. Fehlen die Reize, wie z.B. durch Weiterbildungskurse, so dürfte sich die Prophezeiung der mangelnden Lernfähigkeit selbst erfüllen.

Ageism und Cultural lag

Es steigt sowohl die durchschnittliche Lebenserwartung als auch die Zahl der Älteren. Unsere Lebenszeit ist trotzdem nach wie vor unabhängig von diesen Entwicklungen strukturiert, sie stammt aus einer Zeit, in der die Gesellschaft weniger ältere Menschen hatte. Laut der „cultural lag theory“ hinken gesellschaftliche Strukturen den demographischen hinterher. Eine Anpassung an neue Bedingungen fehlt nach wie vor, wie etwa Anreize für Unternehmen, Ältere zu beschäftigen, eine Adaptierung von Bildungs- und Pensionssystemen oder eine Änderung der Einstellung mit dem Wissen darum, dass heute anders gealtert wird als früher. Auf Österreich umgemünzt zeigt sich dies dadurch, dass die Erwerbsquote Älterer nach wie vor von den Entwicklungen unbeeindruckt scheint und eine der niedrigsten in Europa ist. Um nicht unter Diskriminierungsverdacht zu geraten, werden Angaben zum Alter gerne durch die Blume gemacht, wenn etwa zu lesen ist, dass man über nicht mehr als fünf Jahre Berufserfahrung verfü-

gen sollte. Worum es hier vermutlich geht, ist nicht das sechste Jahr Berufserfahrung, sondern das zu addierende Lebensjahr. Laut Eurobarometer-Bericht 2008 ist das Alter der am häufigsten genannte Grund für selbst erlebte Diskriminierung. In Anlehnung an die Begriffe „Racism“ und „Sexism“ prägte der US-amerikanische Gerontologe und Psychiater Robert N. Butler 1969 den Begriff „Ageism“, um auf die Verwandtschaft von Vorurteilen, Stereotypen und Diskriminierung anzuspielen.

Marketing

Der Brite Buster Martin kann sich nicht vorstellen, je in Pension zu gehen oder freiwillig Urlaub zu nehmen. Die Arbeit hält ihn aktiv, selbst zur Feier seines hundertsten Geburtstags wollte er sich nicht frei nehmen. Spätestens seitdem er am London Marathon teilnahm, ist er ein bekannter Mann und die Umsätze seiner Vorgesetzten steigen dank der Medienberichte von dem „älteren“ Mitarbeiter Jahrgang 1906. Neben Martins Vorgesetzten hat auch das Marketing die Vorteile längst erkannt und spricht im Zusammenhang mit älteren KundInnen von „Best-Age-Shoppers“, „Wollies“ (well income old leisure people) und „reifen KonsumentInnen“. Ältere Menschen sind aber sicherlich auch dann interessant, wenn sie nicht zu den finanzstarken „Master Consumers“ gehören. Früher oder später betrifft uns das Thema doch hoffentlich alle. ■

Über die Serie

Die Vielfalt unserer Gesellschaft, das bereichernde »Anders«, gilt im Diversity Management als ein Wert, der geschätzt wird, als Kapital, das zum Schatz wird. Die Vorteile auf individueller, sozialer, betriebs- und volkswirtschaftlicher Ebene stehen fest, nur die Umsetzung lässt oft auf sich warten.

Bisher in Fazit erschienene Texte von M. Laura Moazedgi gibt es auch unter www.fazitmagazin.at/serie



Über die Autorin

Mag. Maryam Laura Moazedgi ist Projektleiterin bei Satzinger & Hardenberg, Sprach- und Kulturtrainerin, Universitätslektorin an der Grazer Karl-Franzens-Universität und Lehrbeauftragte an der FH Salzburg. Ihre Arbeits- und Interessensbereiche sind Diversity Management, Marketing und Kommunikation.