



Demografischer Wandel im Ruhrgebiet

## **Auf der Suche nach neuen Märkten**

Prof. Dr. Gerhard Naegele

Dr. Vera Gerling

Andreas Reichert

Forschungsgesellschaft für Gerontologie e.V.

Institut für Gerontologie an der Universität Dortmund

Prof. Dr. Rolf. G. Heinze

Dr. Andrea Helmer-Denzel

Annette Franke

David Wilde

Lehrstuhl für Arbeits- und Wirtschaftssoziologie,  
Ruhr-Universität Bochum

Im Auftrag und herausgegeben von

**PROJEKT R U H R**

mit Unterstützung von



Essen, im Juni 2005





Auf der Suche nach neuen Märkten

---





## Vorwort

Im demografischen Wandel spielt das Ruhrgebiet eine besondere Rolle. Diese Region lebt vor, was andere noch nachvollziehen müssen. Bis 2020 – so wird prognostiziert – wird sich die Bevölkerung im Ruhrgebiet um rd. 5% bzw. ca. 270.000 Einwohner weiter verringern. Mit dieser Entwicklung sind zwei Veränderungen in der Bevölkerungsstruktur verbunden. Erstens leben im Ruhrgebiet schon heute vergleichsweise mehr ältere Menschen als anderswo. Zweitens werden Menschen mit Migrationshintergrund zukünftig anteilmäßig an Bedeutung gewinnen. Mit diesen Veränderungen gilt es umzugehen, denn sie sind nicht mehr zu beeinflussen.

Die demografischen Umschichtungen werden somit auch an Unternehmen neue Anforderungen stellen. Das Ruhrgebiet hat damit als Region Referenzcharakter und bietet den ansässigen Unternehmen die Chance, sich frühzeitig auf veränderte Nachfragestrukturen einzustellen. Um die ökonomischen Potenziale des demografischen Wandels auszuloten, hat die Projekt Ruhr GmbH gemeinsam mit der Industrie- und Handelskammer zu Dortmund sowie der Industrie- und Handelskammer Mittleres Ruhrgebiet zu Bochum eine Befragung von Unternehmen dieser IHK-Bezirke in Auftrag geben. Dabei sollte herausgefunden werden, ob und in welcher Form sich Unternehmen aus unterschiedlichen Wirtschaftszweigen diesem Thema bereits angenommen haben.

„Auf der Suche nach neuen Märkten“ ist eine Dokumentation ermutigender Beispiele von Unternehmen, die sich den demografischen Herausforderungen erfolgreich gestellt haben. Mit Blick auf die älter werdende Gesellschaft zeigte sich, dass kreative Ideen, ein ausgeprägtes Servicedenken und der intelligente Einsatz von Technologien es ermöglichen, Produkte und Dienstleistungen zu entwickeln, die den differenzierten Bedürfnissen von älteren Menschen gerecht werden. Dabei ist diese Gruppe keineswegs homogen. Zu ihnen gehören physisch und geistig jung Gebliebene, die kulturelle Angebote, sportliche Herausforderungen und neue Anregungen suchen ebenso wie ältere Menschen mit besonderen Bedürfnissen, die Wert auf soziale und pflegerische Dienstleistungen legen. Ihnen allen ist gemeinsam, dass sie als kaufkräftige Nachfrager Qualität und Kundenorientierung einfordern.

Die Ergebnisse der Untersuchung zeigen aber auch, dass die ökonomischen Potenziale im demografischen Wandel bislang nur zum Teil von den Unternehmen ausgeschöpft werden. Insbesondere die gezielte Ansprache von Menschen mit unterschiedlicher ethnischer Herkunft ist bisher nur in Ansätzen zu erkennen. Dabei verfügt diese Gruppe über hohe Kaufkraft und große Konsumbereitschaft.





Die hier dargestellten Angebote und Geschäftsmodelle unterstreichen die besondere Bedeutung von branchenübergreifenden Vernetzungen. Gerade durch die intelligente Kombination von Technologien mit bestehenden Produkten oder aber durch das Angebot von ergänzenden Dienstleistungen kann zusätzliche Nachfrage erschlossen werden. Die Ergebnisse dieser Untersuchung haben damit bestätigt, dass mit den demografischen Veränderungen handfeste ökonomische Chancen für Unternehmen verbunden sind. Es lohnt sich also, im Ruhrgebiet „auf die Suche nach neuen Märkten“ zu gehen.

Essen, im Juni 2005

Hanns-Ludwig Brauser

Geschäftsführer  
Projekt Ruhr GmbH

Tillmann Neinhaus

Hauptgeschäftsführer  
IHK Mittleres Ruhrgebiet  
zu Bochum

Reinhard Schulz

Hauptgeschäftsführer  
IHK zu Dortmund





## Inhaltsverzeichnis

<b>Abbildungs- und Tabellenverzeichnis.....</b>	<b>VI</b>
<b>1 Idee, Ziele und Grundlagen des Projektes.....</b>	<b>1</b>
<b>2 Zahlen und Fakten zum demografischen Wandel im Ruhrgebiet.....</b>	<b>5</b>
<b>3 Informationstechnologie (IT) und neue Medien .....</b>	<b>11</b>
3.1 Unternehmensbeispiele .....	12
3.2 Branchenspezifische Wahrnehmung der Potenziale des demografischen Wandels und weitere Handlungsansätze.....	15
<b>4 Finanzdienstleistungen.....</b>	<b>16</b>
4.1 Unternehmensbeispiele .....	16
4.2 Branchenspezifische Wahrnehmung der Potenziale des demografischen Wandels und weitere Handlungsansätze.....	20
<b>5 Wohnen/ Immobilien .....</b>	<b>22</b>
5.1 Unternehmensbeispiele .....	24
5.1.1 Intelligente Wohnformen .....	25
5.1.2 Wohnbegleitende Dienstleistungen.....	26
5.1.3 Barrierefreies Wohnen .....	28
5.1.4 Residenz- bzw. Servicewohnen .....	30
5.1.5 Alternative Wohnkonzepte .....	32
5.2 Branchenspezifische Wahrnehmung der Potenziale des demografischen Wandels und weitere Handlungsansätze.....	34
<b>6 Gesundheit und Wellness .....</b>	<b>36</b>
6.1 Unternehmensbeispiele .....	37
6.2 Angebote der Primärprävention .....	38
6.3 Angebote der Primär- und Sekundärprävention .....	41
6.4 Tertiärprävention/Rehabilitation und mehr.....	41
6.5 Der Pflegebereich.....	44
6.6 Branchenspezifische Wahrnehmung der Potenziale des demografischen Wandels und weitere Handlungsansätze .....	45





<b>7</b>	<b>Migranten/innen als neue Zielgruppen der Wirtschaft .....</b>	<b>47</b>
7.1	Migranten/innen im Ruhrgebiet.....	47
7.2	Die Wirtschaftskraft türkischer Unternehmer.....	48
7.3	Ethno-Marketing .....	48
7.4	Vertriebskanäle und Medien des Ethno-Marketing.....	52
7.5	Weitere Beispiele eines erfolgreichen Ethno-Marketings .....	53
7.6	Exkurs: Einige Erfahrungen aus Dortmund .....	55
7.6.1	Wirtschaftskraft türkischer Unternehmen und Konsumenten/innen.....	55
7.6.2	Ausgewählte Unternehmensbeispiele.....	57
<b>8</b>	<b>Resümee und Handlungsempfehlungen .....</b>	<b>59</b>
<b>9</b>	<b>Literaturverzeichnis .....</b>	<b>61</b>





## Abbildungs- und Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Befragte Unternehmen bzw. Institutionen nach Branchen und IHK-Bezirken (Stand 10.02.2005).....	3
Abbildung 1:	Bevölkerungsprognose für das Ruhrgebiet bis 2020.....	5
Abbildung 2:	Entwicklung der Bevölkerungszahl in den Kreisen und kreisfreien Städten des Ruhrgebiets bis 2020 (2002=100%).....	6
Abbildung 3:	Anteil Älterer (60+) an der Gesamtbevölkerung im Ruhrgebiet am 31.12.2002.....	7
Abbildung 4:	Anteil Älterer (60+) an der Gesamtbevölkerung in Dortmund, Bochum und dem Ruhrgebiet bis 2020 (in%).....	7
Abbildung 5:	Altersaufbau der ausländischen Bevölkerung in Deutschland 1980 und 2001.....	9
Abbildung 6:	Ausgaben für Wohnen nach Altersklassen.....	23
Abbildung 7:	Geschäftsmodell „Smarter Wohnen“.....	26
Abbildung 8:	Dienstleistungsspektrum „Seniorenladen“.....	27
Abbildung 9:	Geschäftsmodell Hand-Griff.....	30
Abbildung 10:	Geschäftsmodell Autonomia.....	33





Auf der Suche nach neuen Märkten

---

