



28.11.2012

**PRESSE-
MITTEILUNG**

Generali Deutschland Gruppe

Generali Altersstudie: Ältere fühlen sich zehn Jahre jünger und wollen lebenslang unabhängig bleiben

- **Deutliche Verschiebung der Altersschwellen**
- **Hohe Lebenszufriedenheit und materieller Wohlstand**
- **Gut vernetzt und stark engagiert in Familie und Gesellschaft**
- **Autonomie als zentrales Leitmotiv der 65- bis 85-Jährigen**

Köln/Berlin – Die 65- bis 85-Jährigen in Deutschland fühlen sich im Durchschnitt zehn Jahre jünger, als es ihrem tatsächlichen Lebensalter entspricht. Sie führen mehrheitlich ein sehr aktives, zufriedenes und abwechslungsreiches Leben. Dieses selbstbestimmte Leben wollen sie möglichst lebenslang beibehalten. Die Mehrheit von ihnen stellt deshalb den Erhalt der Gesundheit in den Mittelpunkt. Das sind zentrale Ergebnisse der ersten Generali Altersstudie, die das Institut für Demoskopie Allensbach im Auftrag des Generali Zukunftsfonds, einer Einrichtung der Generali Deutschland, durchgeführt hat. Weitere Erkenntnisse über die Älteren in Deutschland: Die materielle Lebenssituation wird als gut empfunden und ist de facto deutlich besser als die der Älteren vor 20 oder 30 Jahren. Die überwiegende Mehrheit der 65- bis 85-Jährigen verfügt über enge familiäre Bindungen sowie einen stabilen Freundes- und Bekanntenkreis. Die Mehrzahl der Älteren hat zu den Kindern ein gutes Verhältnis und steht ihnen mit Rat und Tat sowie finanziell zur Seite. Auch außerhalb der Familie sind Ältere aktiv: Aktuell engagieren sich 45 Prozent im gesellschaftlichen Bereich und können sich vorstellen, ihr Engagement im Durchschnitt um bis zu sechs Stunden in der Woche auszudehnen (aktuell vier Stunden). Für die repräsentative Studie wurden jeweils rund 2.000 Personen der Altersgruppen 65 bis 74 sowie 75 bis 85 persönlich-mündlich befragt.

„Die Generali Altersstudie, eine in dieser Form und Tiefe einzigartige Erhebung zum Leben der älteren Menschen in Deutschland, zeichnet ein völlig neues Altersbild“, sagt Dietmar Meister, Vorstandsvorsitzender der Generali Deutschland Holding. „Wenn es uns gelingt, sichtbar zu machen, wie die 65- bis 85-Jährigen leben, denken und was sie bewegt, können wir daraus Impulse für dringend notwendige gesellschaftliche Veränderungen geben. Wir stellen uns aktiv den Herausforderungen des demografischen Wandels, auch über unsere Aufgabe als Versicherer hinaus.“

PRESSEKONTAKT

www.generali-deutschland.de

Generali Deutschland Holding AG
Unternehmenskommunikation
Tunisstraße 19-23
D-50667 Köln

Dr. Andrea Timmesfeld
Leiterin

Unternehmenskommunikation
Telefon: +49 (0) 221 4203-1116
Fax: +49 (0) 221 4203-3830
presse@generali.de



BUNTER UND BEWEGLICHER: MEHR LIPPENSTIFT, MEHR MOBILITÄT

58 Prozent der 65- bis 85-Jährigen würden sich nicht als alten Menschen bezeichnen, bei den 65- bis 74-Jährigen sagen das sogar 67 Prozent. Jede zweite Frau im Alter von 65 bis 74 Jahren nutzt heute regelmäßig einen Lippenstift, vor rund 30 Jahren war es nur rund jede vierte. Die neue Generation der Älteren führt heute überwiegend ein sehr aktives Leben, in dem Familie, Hobbys, aber auch ehrenamtliches Engagement eine große Rolle spielen. Im Durchschnitt sind die 65- bis 85-Jährigen an rund fünf Tagen in der Woche außer Haus unterwegs, jeder dritte (32 Prozent) sogar täglich. Fast jeder zweite 75- bis 79-Jährige ist noch aktiver Autofahrer (1985: jeder zehnte). Ausgehend von dem gefühlt jüngeren Lebensalter und der aktiven Lebensführung gewinnen die Älteren ihrem jetzigen Lebensabschnitt viel Positives ab. Viele der 65- bis 85-Jährigen sehen die Verlangsamung des Lebensrhythmus als wesentlichen Vorteil des Alters. Ausgeprägt ist der Wunsch nach Autonomie: „Sehr eindrucksvoll ist das starke Unabhängigkeitsstreben dieser Generation“, sagt Prof. Dr. Renate Köcher, Geschäftsführerin des Instituts für Demoskopie Allensbach. „Die Erhaltung von Gesundheit und Autonomie ist das zentrale Thema – man will gesund bleiben, um unabhängig zu bleiben.“

HOHE LEBENSZUFRIEDENHEIT – MATERIELLER WOHLSTAND – UNTERSTÜTZUNG DER FAMILIE

Die Generation der 65- bis 85-Jährigen blickt mehrheitlich sehr zufrieden auf ihr Leben. Auf einer Skala von 0 (überhaupt nicht zufrieden) bis 10 (völlig zufrieden) stufen 57 Prozent der Befragten ihr Leben mit einem Wert von 8 und mehr ein. Ein höheres Einkommen und Bildung beeinflussen die Lebenszufriedenheit positiv. Die Älteren leben in einer materiell wesentlich gefestigteren Situation als 65- bis 85-Jährige vor 20 oder 30 Jahren. 63 Prozent bewerten die eigene wirtschaftliche Lage als gut bis sehr gut. Im Durchschnitt verfügen die 65- bis 85-Jährigen über ein monatliches Haushaltsnettoeinkommen von rund 2.200 Euro, mehr als jeder zweite wohnt in der eigenen Immobilie. Die Mehrheit erwartet keinen Generationenkonflikt: Nicht einmal jeder Fünfte (19 Prozent) hat Bedenken über Konflikte zwischen den Generationen. Die Älteren sind für ihre Kinder da – auch finanziell: 38 Prozent geben an, ihre Kinder regelmäßig finanziell zu unterstützen, im Durchschnitt mit 157 Euro im Monat. Hochgerechnet auf alle 65- bis 85-Jährigen in Deutschland ergibt sich daraus ein monetärer Transfer von rund 9,7 Mrd. Euro pro Jahr, Erbschaften und Schenkungen nicht mitgerechnet.

STARKES BÜRGERSCHAFTLICHES ENGAGEMENT DER 65- BIS 85-JÄHRIGEN

45 Prozent der 65- bis 85-Jährigen engagieren sich gesellschaftlich, unter anderem im kirchlichen Umfeld sowie in Freizeit-, Sport- und Kultureinrichtungen, mit durchschnittlich rund vier Stunden pro Woche. Hochgerechnet auf die Grundgesamtheit aller 65- bis 85-Jährigen ergibt dies einen zeitlichen Umfang von rund 1,48 Milliarden Stunden pro Jahr, was einer Arbeitszeit von etwa 870.000 Vollzeitbeschäftigten entspricht. „Es ist nicht zu bestreiten, dass der demografische Wandel wachsende Anforderungen an die sozialen Sicherungssysteme stellt. Doch ebenso wenig ist zu bestreiten, dass ältere



Menschen mit ihren geistigen, emotionalen und zeitlichen, vielfach auch mit ihren materiellen Ressourcen eine bemerkenswerte Unterstützung der nachfolgenden Generationen leisten können“, so Prof. Dr. Andreas Kruse, Direktor des Instituts für Gerontologie der Universität Heidelberg und Mitglied des Wissenschaftlichen Beirats der Generali Altersstudie. Jeder Vierte, der sich aktuell engagiert, kann sich eine Ausweitung seines ehrenamtlichen Engagements vorstellen – um sechs Stunden pro Woche.

WUNSCH NACH EIGENER POLITISCHER INTERESSENVERTRETUNG

80 Prozent der 65- bis 85-Jährigen halten eine politische Interessenvertretung durch Verbände auf Bundesebene für erforderlich, auf kommunaler Ebene sehen 51 Prozent diese Notwendigkeit. Von den über 65-Jährigen erwarten 74 Prozent von der Bundesregierung, die finanzielle Situation ärmerer Rentner zu verbessern. 68 Prozent sehen in der Verringerung der sozialen Unterschiede zwischen Arm und Reich eine Hauptaufgabe der Politik. Nicht nur die eigenen Interessen sind der älteren Generation wichtig: Jeweils rund 60 Prozent nennen als Erwartungen an die Bundesregierung die Bekämpfung der Arbeitslosigkeit sowie die Verringerung der Staatsverschuldung.

DIE GENERALI ALTERSSTUDIE

Die Generali Altersstudie liefert eine fundierte Basis, um die gesellschaftliche, wirtschaftliche und politische Diskussion zum Thema Altersbild und Alterspotenzial anzustoßen und zu beleben – vor dem Hintergrund der drängenden Herausforderungen des bevorstehenden demografischen Wandels unserer Gesellschaft. Für die repräsentative Studie wurden mehr als 4.000 ausgewählte Personen der Altersgruppe 65 bis 85 Jahre persönlich-mündlich (face-to-face) befragt. Prof. Dr. Renate Köcher und Dr. Oliver Bruttel vom Institut für Demoskopie Allensbach sind die Autoren der Generali Altersstudie. Die renommierten Wissenschaftler Prof. Dr. Rolf Heinze, Prof. Dr. Dr. h.c. Andreas Kruse, Prof. Dr. Thomas Klein sowie Prof. Dr. Gerhard Naegele haben als Wissenschaftlicher Beirat bei der Konzeption des Fragebogens mitgewirkt und die Studienergebnisse in weiterführenden Kommentaren in den gesellschaftlichen Kontext eingeordnet.

Die Generali Altersstudie ist im Buchhandel erhältlich: „Generali Altersstudie 2013 – Wie ältere Menschen leben, denken und sich engagieren“, Fischer Taschenbuch Verlag, ISBN 978-3-596-18935-9, 19,99 Euro.

Druckfähiges Bildmaterial sowie weitere Informationen zur Generali Altersstudie unter: www.generalialtersstudie.de

DER GENERALI ZUKUNFTSFONDS

Unter dem Leitthema „Der demografische Wandel – unsere gemeinsame Herausforderung“ bündelt die Generali Deutschland Holding AG seit 2008 die Aktivitäten ihres gesellschaftlichen Engagements im Generali Zukunftsfonds. Der Generali Zukunftsfonds steht unter der Leitung von Uwe Amrhein sowie Loring Sittler und unterstützt jährlich mehr als 30 Projekte mit dem Schwerpunkt „Förderung des Engagements von und für die Generation 55plus“. Darüber hinaus ist der Zukunftsfonds als Change-Manager, Vernetzer und Anstifter im Bereich des bürgerschaftlichen Engagements tätig.

GENERALI DEUTSCHLAND GRUPPE

Die Generali Deutschland Gruppe ist mit rund 16,2 Mrd. € Beitragseinnahmen und mehr als 13,5 Millionen Kunden der zweitgrößte Erstversicherungskonzern auf dem deutschen Markt. Zur Generali Deutschland Gruppe gehören unter anderem Generali Versicherungen, AachenMünchener, CosmosDirekt, Central Krankenversicherung, Advocard Rechtsschutzversicherung, Deutsche Bausparkasse Badenia und Dialog sowie die konzerneigenen Dienstleistungsgesellschaften Generali Deutschland Informatik Services, Generali Deutschland Services, Generali Deutschland Schadenmanagement und die Generali Deutschland SicherungsManagement.