

Anzeige



## NZZ Online

Freitag, 19. Februar 2010, 18:07:43 Uhr, NZZ Online

10. November 2006, Neue Zürcher Zeitung

### Senioren als wachsende Zielgruppe

*Potenzial durch bisherige Angebote begrenzt ausgeschöpft*

**In der Deutschschweiz gibt es eine Reihe von Medientiteln, die sich an ältere Personen richten. Auch im Internet werden die Senioren angesprochen. Das Angebotsspektrum ist verbesserungsfähig.**

Wer gibt weltweit mit 22 Millionen Exemplaren die auflagenstärkste Zeitschrift heraus? Es ist die American Association of Retired Persons (AARP). Der Seniorenverband lässt sein «AARP - The Magazine» alle zwei Monate mit 80 bis 140 Seiten erscheinen. Das Magazin ist in den USA einer von 400 Titeln, die Senioren - in Industriestaaten die am schnellsten wachsende Bevölkerungsgruppe - gewidmet sind.

#### Ratgeber, Magazin, Verbandsorgan

Auch in der Deutschschweiz gibt es Angebote für ältere Personen, allerdings in bedeutend geringerem Umfang. Man kann überregionale, regionale/ kantonale und lokale Seniorenzeitschriften unterscheiden. Bei einem Vergleich einzelner Ausgaben erkennt man eine professionelle Aufmachung der beiden überregionalen Blätter «Zeitlupe» und «50 plus», wobei «50 plus» in Regionalausgaben (Basel, Zürich, Ostschweiz und Bern) erscheint. Die Titel versuchen, wie auch die meisten regionalen Hefte, den Spagat zwischen Ratgeber und Magazin. Bei einer Reihe von grösseren Geschichten (häufig über ältere Prominente) wird allerdings nicht klar, was diese speziell mit Senioren zu tun haben. Sie könnten in jeder Zeitschrift erscheinen.

Die Geschichten tendieren dazu, eine heile Welt zu vermitteln; ja niemandem weh tun, scheint die Devise zu sein. Kritische Themen wie: «Altersdiskriminierung», «Warum verschwinden Moderatorinnen ab 50 von der Mattscheibe?» und «Senioren in Entwicklungsländern» sucht man vergebens. Gut gemacht sind in aller Regel die grossen Service- und Beratungsteile, obwohl die Beratung hier und da von Firmen stammt und die entsprechenden Interessenlagen wenig transparent gemacht werden.

Die «Zeitlupe» nimmt die Senioren thematisch am ernstesten, während «50 plus» - ein Teil der Auflage wird über Schalterhallen von Banken und von Kulturveranstaltern vertrieben - auch punkto Regionalisierung nicht ganz zu überzeugen vermag. Das Regionale besteht darin, regionale Kulturveranstaltungen und Wandertipps zu nennen.

Der Seniorenverband Nordwestschweiz (SVNW) hat im Jahr 2005 die dreijährige Zusammenarbeit mit «50 plus» beendet, weil sich das Heft - gleichzeitig Verbandsorgan - stark von der SVNW-Leserschaft entfernte, der redaktionelle Einfluss kleiner und das Publikum (mittlerweile 50- bis 65-Jährige) jünger wurde. Seit 2006 gibt man das eigene Heft mit dem Titel «autonom» (Auflage: 25 000 Exemplare) heraus. Das Beispiel zeigt, dass ein grosser Seniorenverband über Know-how, Manpower und Netzwerke verfügt, um in vier Monaten eine Zeitschrift aus dem Boden zu stampfen. Die Macher sind daran, ihren Titel auch überregional an Netzwerke, Initiativen, Projekte und Bildungseinrichtungen anzubinden, um aktuelle und wichtige Diskussionen in der Zeitschrift abbilden zu können.

«autonom» gehört zur Kategorie der regionalen Hefte, die meist von der kantonalen Pro Senectute (etwa für Luzern, Basel und Zürich) herausgegeben werden. Die Themenwahl erfolgt vielfach entlang organisationsinterner Kriterien und Interessen; zuweilen wirken einige Texte beweihräuchernd. Vor dem Hintergrund, dass sich die Publikationen auch an Spender richten, wie Daniel Wirz, Pressesprecher der Pro Senectute Zürich, bestätigt, ist dies nachvollziehbar. Durchwegs mangelt es an Bereitschaft oder Mut (oder beidem), Debatten anzustossen, heikle Themen aufzugreifen. Dies gilt noch stärker für Hefte wie das Zuger «Zytlos», das von einer lokalen Behörde herausgegeben wird und sich als Teil der Altenarbeit (Anstoss zur Aktivität, Interesse am kommunalen Leben wecken) und weniger als publizistisches Medium definieren

lässt.

### **Angebote im Internet**

Ein unübersichtliches Bild bieten die vielen Internet-Angebote für Senioren. Höheren Informationsansprüchen genügt die Website der Nonprofitorganisation Seniorweb ([www.seniorweb.ch](http://www.seniorweb.ch)): Hier finden sich Artikel aus Heften wie «Zeitlupe», eigene Interviews (etwa über altersgerechtes Wohnen), aber auch PR-Beiträge («Microsoft Windows Live OneCare Service»). Beachtenswert sind die Foren, etwa der «Dorfplatz», der es auf über 33 000 Beiträge bringt. Interessant wirkt die länderübergreifende Informations- und Kontaktplattform Bodensee, die derzeit überarbeitet wird ([www.bodensee-senioren.org](http://www.bodensee-senioren.org)).

Dagegen stehen hinter [www.senioren.ch](http://www.senioren.ch) starke kommerzielle Interessen. Die Hauptrubriken Immobilien, Auto, Reiseberichte enthalten Pressemitteilungen von Firmen. Ähnliches gilt für [www.seniorentreff.ch](http://www.seniorentreff.ch) (u. a. mit Internet-Apotheken verbunden) und [www.fifty-plus.ch](http://www.fifty-plus.ch) (Kontaktplattform).

Bei den Websites für Senioren gibt es noch vieles zu verbessern. Zumal eine Studie der Fachhochschule St. Gallen zeigt, dass ein Teil älterer Menschen «Seniorenseiten» tendenziell als ausgrenzend erlebt. Es gehe darum, am Internet grundsätzlich teilzuhaben und bei «heissen Themen» mitzudiskutieren - und nicht auf Spezialbezirke abgedrängt zu werden, so ein Rentner an einem Hearing der Fachhochschule St. Gallen.

Sind Seniorenzeitschriften das, was die neuen Alten wirklich brauchen? Die hohen Auflagen und Leserzahlen - die 149 000 Leser der «Zeitlupe» machen etwa neun Prozent der über 50-Jährigen in der Deutschschweiz aus - sprechen eine klare Sprache. Allerdings erfahren in den Hauptgeschichten die Alten selten das, was es nicht auch woanders zu lesen gibt. Für alle Hefte erweist sich die Heterogenität der Zielgruppe als Problem. Altersphasen werden kaum thematisiert. Eine Ausdifferenzierung der Angebote dürfte aufgrund der Kleinheit der Schweiz nur beschränkt möglich sein. Laut der Wemf (AG für Werbemedienforschung) gibt es landesweit 2,25 Millionen Personen über 50 Jahre, was 39 Prozent der Bevölkerung ausmacht. In den USA hingegen kann «AARP - The Magazine» für die Altersgruppen 50-59 (7,2 Millionen Personen), 60-69 (6,8 Mio.) und 70 plus (8 Mio.) erscheinen.

Seniorenzeitschriften spielen in der Mediennutzung der Senioren nur eine ergänzende Funktion - schon deshalb, weil sie bloss monatlich oder mehrmonatlich erscheinen. Ältere Personen sind aber Mediennutzer par excellence. Von allen Altersgruppen sehen sie nicht nur am meisten fern und hören am längsten Radio, sie werden am erfolgreichsten von Tageszeitungen erreicht. Allerdings erodiert laut einer US-Studie auch die Zahl der tageszeitunglesenden Senioren.

Der Markt bleibt aber in Bewegung. Der britische Verlag Nexstar International startet im November mit einer Startauflage von 70 000 Exemplaren das deutschsprachige Monatsheft «Life 50 Plus», das in ausgewählten Kiosken und Hotels in Vorarlberg, Süddeutschland, der Schweiz und Liechtenstein erhältlich sein wird.

Reto Eugster und Manfred Weise

---

**Diesen Artikel finden Sie auf NZZ Online unter:**

<http://www.nzz.ch/2006/11/10/em/articleEKNDDB.html>

Copyright © Neue Zürcher Zeitung AG

Alle Rechte vorbehalten. Vervielfältigung oder Wiederveröffentlichung zu gewerblichen oder anderen Zwecken ohne vorherige ausdrückliche Erlaubnis von NZZ Online ist nicht gestattet.

---