

Wie Altwerden zur Bedrohung wurde – die alternde Gesellschaft in Zeitungen



Prof. Dr. Karen Torben-Nielsen

Wir fühlen uns jung, wie nie zuvor. Dennoch werden wir als Gesellschaft stetig älter. Der demografische Wandel ändert unseren Alltag mehr als wir jemals erwartet haben. Ein Forschungsteam unter Federführung des Institut Alters hat offengelegt, wie Zeitungen darüber berichten.



Eine persönliche Frage: Finden Sie, dass Sie selbst «alt» sind? Rein statistisch gesehen ist die Chance eher klein. Nicht mehr als sechs Prozent der Erwachsenen in der Deutschschweiz bezeichnet sich als «alt» (Bühler et al., 2019). Dies ist frappant, hat die Schweiz doch heute eine der ältesten Bevölkerungen Europas (Lanzieri, 2011).

Die Schweiz ist, wie viele andere westliche Länder, eine alternde Gesellschaft geworden. Wenn die Geburtenrate sinkt, die Lebenserwartung steigt und die Migration keinen Ausgleich bietet, wird die Bevölkerung als Ganzes stetig älter. Das ist keine Überraschung: die heutige Situation wurde bereits seit Jahrzehnten in demografischen Prognosen vorhergesehen. Während bereits breite Kenntnisse über die demografischen Entwicklungen und die zukünftigen altersgebundenen Staatsausgaben vorhanden sind (European Commission, 2021), blieb ein Aspekt des demografischen Wandels bis heute relativ unerforscht. Nämlich, wie die Nachrichtenmedien die alternde Gesellschaft und ihre Folgen für unseren Alltag darstellen.

Drei Zeitungen über drei Jahre hinweg analysiert

Solche Kenntnisse über die Medienberichterstattung sind jedoch wichtig, kann diese doch die öffentliche Meinung prägen. Die Berichterstattung kann nicht nur be-

einflussen, wie wir uns selbst und andere sehen, sondern auch, wie wir die Ressourcenverteilung in der Gesellschaft legitimieren. Je mehr ein Thema in den Medien erscheint, desto wichtiger erachten wir dieses Thema. Somit finden wir es plausibel, dass dafür Geld und Zeit investiert wird (McCombs, 2014).

Bislang gab es jedoch keine empirischen Daten darüber, wie Schweizer Zeitungen über die alternde Gesellschaft berichten. Diese Wissenslücke hat ein Forschungsteam des Instituts Alter mit Unterstützung der Universität Fribourg und der Università della Svizzera italiana zu schliessen versucht. Das vom Schweizer Nationalfond geförderte Projekt untersuchte über die Periode von Mitte 2014 bis Mitte 2017, wie die deutschschweizerische Qualitätszeitung Neue Zürcher Zeitung (NZZ), die Boulevardzeitung Blick und die Gratiszeitung 20 Minuten die alternde Gesellschaft benennen, mit welchen Themen sie diese verbinden, welche politisch-wirtschaftlichen und gesundheitlichen Akzente sie dabei setzen, und schliesslich, wie ähnlich oder unterschiedlich die Berichterstattung über die alternde Gesellschaft in den drei Zeitungen ist. Dazu haben die Forschenden eine repräsentative Artikelstichprobe mit einer qualitativen Inhaltsanalyse untersucht. Anschlies-

Top Themen

Häufigste Themen in Zeitungsartikeln zur alternden Gesellschaft (NZZ, Blick und 20 Minuten):

- Politik/Wirtschaft (z. B. Altersvorsorge, Budget und Einsparungen)
- Gesundheit (z. B. chronische Krankheiten, Demenz)
- Wohnen (Zuhause oder im Alterszentrum)
- Bildung (z. B. lebenslanges Lernen, Attraktivität von Pflegeberufen)

send nahm das Forschungsteam die Erscheinungsfrequenz der verschiedenen Artikelthemen unter die Lupe. So fand es heraus, welche Themen in der Berichterstattung zur alternden Gesellschaft häufig oder selten vorkommen.

Unzählige Etiketten stiften Verwirrung

Die Ergebnisse zeigen auf, dass NZZ, Blick und 20 Minuten eine Vielzahl unterschiedlicher Etiketten für die alternde Gesellschaft verwenden: demografischer Wandel, Überalterung, demografische Entwicklung, alternde Bevölkerung, demografischer Prozess, alternde Gesellschaft, demografische Situation und so weiter. Das Fehlen einer konstanten Bezeichnung kann es für die Leser*innen kniffliger machen, die verschiedenen Folgen der alternenden Gesellschaft als zusammenhängend wahrzunehmen. Ein Beispiel? Die steigende Anzahl chronisch kranker Menschen und der Arbeitskräftemangel sind beide auch auf die alternde Gesellschaft zurückzuführen. Es ist aber schwierig dies so einzuordnen, wenn ein Artikel auf den «demografischen Wandel», und ein anderer auf «die Entwicklung, dass wir alle älter werden» verweist.

Renner sind politisch-wirtschaftliche Themen

Die Zeitungsberichterstattung verbindet die alternde Gesellschaft oft mit politisch-wirtschaftlichen Themen. Dabei springen vor allem drei Unterthemen ins Auge: a) die Altersvorsorge und die nachhaltige Finanzierung der Alters- und Hinterlassenenversicherung (AHV); b) das sich verändernde Personalmanagement, da Unternehmen sich – insbesondere im Bereich Medizin und Pflegebereich – auf knappere Personalressourcen einstellen müssen; und c) die florierenden Geschäftsmöglichkeiten in einer alternenden Gesellschaft, beispielsweise die Investition in zentrale, kompakte Wohnformen. Damit ist dieses letzte, weniger häufige Unterthema opportunitätsorientiert, währenddessen die ersten zwei dominanten Unterthemen auf Herausforderungen der alternenden Gesellschaft fokussieren.

Die Zeitungen NZZ, Blick und 20 Minuten nehmen häufig auch die Gesundheitsperspektive ein, um über die alternde Gesellschaft zu berichten. Der Fokus liegt dabei auf den steigenden Gesundheitskosten. Dafür zeigt die Berichterstattung verschiedene Gründe auf. Zum einen, dass sich die grosse Babyboomer-Generation im Laufe der nächsten Jahrzehnte von fitten Arbeitnehmer*innen zu älteren Senior*innen entwickeln wird.

Zum anderen, dass immer mehr Menschen ein Alter erreichen, in dem chronische Krankheiten wie Demenz, Krebs, Diabetes oder Herz- und Kreislauferkrankungen auftreten können. Letztlich fasst ein selteneres Unterthema im Gesundheitsbereich eine Chance ins Auge: den aufkommenden Wellness-Tourismus. Bei diesem aufstrebenden Tourismusbranche verbinden die Gäste medizinische Behandlungen mit einem erholsamen Urlaub und generieren so gleichzeitig Wirtschaftswachstum für Tourismusregionen.

Profis kommen zu Wort, andere viel weniger

Beim Vergleich der Qualitätszeitung NZZ, der Boulevardzeitung Blick und der Gratiszeitung 20 Minuten fällt auf, dass diese unterschiedlichen Zeitungen bei der Berichterstattung über die alternde Gesellschaft einen relativ ähnlichen Stil aufweisen. Dabei verbinden sie die alternde Gesellschaft hauptsächlich mit harten Themen wie beispielsweise Wirtschaft, Arbeitsmarkt oder Finanzen und weniger mit weichen Themen wie Kultur oder Sport. In der Berichterstattung über die alternde Gesellschaft kommen zudem vor allem professionelle Expert*innen zu Wort, beispielsweise Ökonomen, medizinisches Personal oder Politikerinnen; im Gegensatz zu Menschen, die vor allem praktische Erfahrung mit den Auswirkungen der alternenden Gesellschaft haben – wie zum Beispiel pflegende Angehörige.

Die Berichterstattung stellt die alternde Gesellschaft hauptsächlich als Herausforderung dar; etwa für den Wohlfahrtsstaat mit der unter Druck geratenen AHV oder für das Gesundheitssystem, das an logistische und personelle Grenzen stösst. Dieser finanzielle Fokus in der Berichterstattung über die alternde Gesellschaft deckt sich mit Ergebnissen aus internationalen Studien. Schliesslich zeigen NZZ, Blick und 20 Minuten die alternde Gesellschaft eher selten als ein Thema mit weitgehenden sozialen Implikationen. So bleiben das Miteinander oder Gegeneinander der Generationen, die Altersarmut oder das freiwillige Engagement (älterer) Menschen in der Berichterstattung zur alternenden Gesellschaft relativ wenig beleuchtet. ■

Dieser Artikel ist in angepasster Form in der Zeitschrift Novacura (2021) erschienen.

Literatur

- Bühler, G., Hermann, M., Lambertus, M. & Würzler, E. (2019). *Altersbilder der Gegenwart. Haltung der Bevölkerung zum Alter und zur alternenden Gesellschaft*. Zürich, Forschungsstelle sotomo.
- European Commission. (2020). *The 2021 Ageing Report. Underlying Assumptions & Projection Methodologies*. Luxembourg: Publications Office of the European Union.
- Lanzieri, G. (2011). *The greying of the baby boomers. A century-long view of ageing in European populations*. Eurostat: European commission.
- McCombs, M. (2014). *Setting the agenda. The mass media and public opinion; second edition*. Cambridge, UK: Polity Press.

Prof. Dr. Karen Torben-Nielsen, Dozentin

karen.torbennielsen@bfh.ch

... befasst sich im Institut Alter als promovierte Kultur- und Kommunikationswissenschaftlerin mit der Schnittstelle von Medien und alternder Gesellschaft.