

# PRESSEKONFERENZ



## Wirtschaftsfaktor Senioren – Präsentation der Studie von Dr. Dr. Friedrich Schneider und Dr. Elisabeth Dreer

*Detailuntersuchung anhand des Beispiels OÖ Seniorenbund*

mit

**LH a.D. Dr. Josef Pühringer**, Landesobmann OÖ Seniorenbund

**Dr.Dr.h.c.mult. Friedrich Schneider**, em. Univ.-Prof. der Abteilung Wirtschaftspolitik der JKU

**Dr. Elisabeth Dreer**, Forschungsinstitut für Bankwesen der JKU

Donnerstag, 6. Mai 2021, Park Inn Hotel, Linz

## **Senioren als Wirtschafts- statt als Kostenfaktor sehen**

„Die Seniorinnen und Senioren werden stets als Kostentreiber des öffentlichen Finanzhaushaltes, vor allem in Hinsicht auf das Gesundheits- und Pensionssystem, bezeichnet. Sich auf diese Sicht der Dinge zu beschränken, würde ein verzerrtes Bild der Seniorinnen und Senioren zeigen. Statt sie als Kostenfaktor zu sehen, müsse künftig der Blick auf die wirtschaftliche Relevanz der Generation 60+ gelenkt werden!“, sieht der Landesobmann des OÖ Seniorenbundes LH a.D. Dr. Josef Pühringer das Bild der Gesellschaft hinsichtlich der älteren Mitbürgerinnen und Mitbürger als unvollständig.

Im Jahr 2019 lebten 8.858.775 Personen in Österreich, wovon 2.211.800 zur Altersgruppe über 60 Jahren zählten – ein Viertel aller Österreicherinnen und Österreicher. Laut einer Studie des Wirtschaftsexperten Dr. Dr. Friedrich Schneider betragen 2019 die Konsumausgaben rund 196,75 Milliarden Euro, herabgebrochen auf die Bevölkerung der über 60-Jährigen ergibt das Konsumausgaben von rund 50 Milliarden Euro im Jahr 2019. Diese fließen direkt als Einnahmen an Unternehmen in Österreich, wodurch Einkommen geschaffen und wiederum weitere Wertschöpfungseffekte erzielt werden. Diese Ausgaben schaffen zusätzliche Kreislaufeffekte von etwa 56 Milliarden Euro – damit können mehr als 400.000 heimische Arbeitsplätze geschaffen oder gesichert werden.

## **Zwischen Herausforderungen und Chancen**

Die Veränderung der Altersstruktur bringt in den nächsten Jahren einige Herausforderungen mit sich. Im Jahr 2019 betragen die Pensionsleistungen 56,2 Milliarden Euro, was 14,1 Prozent des BIPs bedeutet. Aufgrund der steigenden Zahl an Personen, die eine Pension beziehen, werden diese Ausgaben künftig höher ausfallen. Neben dem Pensionssystem werden die Sicherung des Gesundheits- wie auch des Pflegesystems die Gesellschaft beschäftigen. Die Kosten, die in den Bereichen Gesundheit, Pflege und Pensionen entstehen, betragen im Jahr 2020 noch etwa 22,9 Prozent des BIPs, bis 2050 werden die Aufwendungen dafür auf etwa 26,5 Prozent ansteigen.

Das Vorrücken jüngerer Generationen in das Pensionsalter, die anders sozialisiert wurden und eine relativ hohe Kaufkraft mitbringen sowie der Wandel des Konsums zeigt Chancen auf, die es zu nutzen gilt. Die hohe Reisefreudigkeit der Jungseniorinnen und Jungsenioren, das steigende Gesundheitsbewusstsein sowie das höhere Anspruchsniveau hinsichtlich der Lebensqualität bietet zahlreiche Möglichkeiten, um die heimische Wirtschaft zu fördern. Durch die Verbesserung der subjektiv empfundenen Gesundheit der Seniorinnen und Senioren, steigt auch die Bereitschaft, sich weiterzubilden und Bildungsangebote wahrzunehmen. „Neben den bevorstehenden Herausforderungen, auf die es sich gut vorzubereiten gilt, gibt es aber vor allem auch viele Chancen, die die demografische Entwicklung mit sich bringt. Eine Sichtweise, die lediglich die Ausgaben und

Kosten in den Mittelpunkt stellt, ist nicht angebracht. Stattdessen müsse man sich vielmehr den Kopf darüber zerbrechen, wie man das vorhandene Potential voll und ganz ausschöpfen kann.“, so Pühringer.

*Dr.Dr.h.c.mult. Friedrich Schneider und Dr. Elisabeth Dreer*

### Wirtschaftsfaktor Senioren

Besonders deutlich wird die Relevanz der Seniorinnen und Senioren für die heimische Wirtschaft in Hinblick auf die monatlichen Haushaltsausgaben. Keine Altersgruppe wendet monatlich mehr Geld auf, wie die 65 bis 69-Jährigen, gefolgt von den 60 bis 64-Jährigen. Rund 2210€ beziehungsweise 2180€ betragen die monatlichen Haushaltsausgaben bezogen auf die jeweilige Haushaltsgröße. Erst ab einem Alter von 70 Jahren sinken die Haushaltsausgaben auf ein unterdurchschnittliches Niveau.

Im Vergleich dazu liegen beispielsweise die 35 bis 39-Jährigen bei 1840€, die unter 25-Jährigen bei 1650€. Im Durchschnitt aller Haushalte werden die Ausgaben mit 1970€ beziffert.

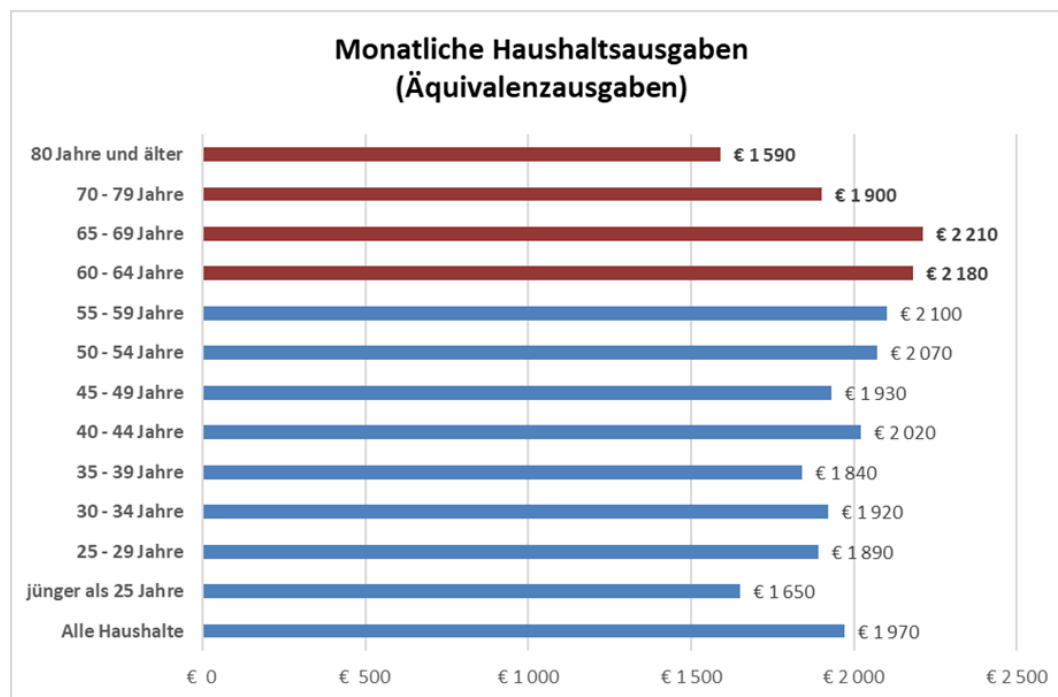


Abbildung: Monatliche Haushaltsausgaben bezogen auf die Haushaltsgröße - Quelle: Statistik Austria, Verbrauchsausgaben 2014/15

### **Höhere Ausgaben für Wohnen, Ernährung und Gesundheit**

Die Bereiche, für die Seniorinnen und Senioren ihr Geld ausgeben, sind vielfältig, betreffen jedoch vor allem die Branchen Bildung, Freizeit, Tourismus, Ernährung, Wohnen, Dienstleistungen, Transport, Handwerk, Medizin, Gesundheit und Pflege. Die Konsumerhebung im Jahr 2014/15 ergab, dass für 28,5 Prozent der über 60-Jährigen Wohnen und Energie den Hauptanteil ihrer Ausgaben

ausmachten – 25,7 Prozent der unter 60-Jährigen gaben selbiges an. Auch in den Bereichen Ernährung, Gesundheit, Versicherung oder sonstige Ausgaben, wendet die Generation 60+ mehr auf, als jüngere Haushalte. Deutlich geringer fallen die Ausgaben von älteren Personen im Bereich Verkehr aus.

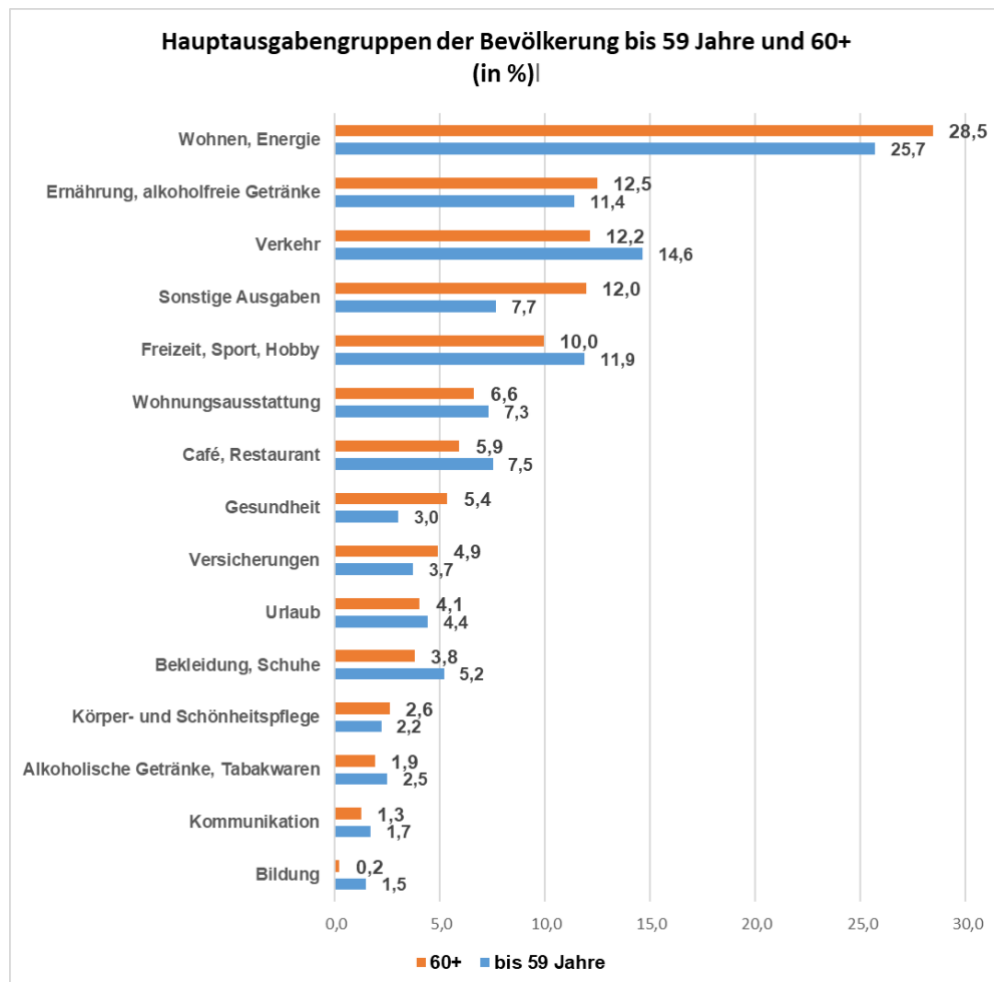


Abbildung: Hauptausgabengruppen der Bevölkerungsgruppe bis 59 Jahre und der Bevölkerung 60+, in % - Quelle: Statistik Austria, Konsumerhebung 2014/15.

### Teilhabe am gesellschaftlichen Leben – sowohl formell wie auch informell

Das ehrenamtliche Engagement der Seniorinnen und Senioren gilt als Pfeiler unserer Gesellschaft. Sowohl in formeller wie auch informeller Freiwilligenarbeit, also in gemeinnützigen Organisationen oder als Unterstützung von Nachbarn, Freunden und Bekannten, bringen sich die Seniorinnen und Senioren aktiv ein – Männer und Frauen in ähnlich hohem Maße. Insbesondere in der Altersgruppe der 60 bis 69-Jährigen gaben 39 Prozent der Frauen und 38 Prozent der Männer an, ehrenamtlich in einer gemeinnützigen Organisation tätig zu sein. Bei dem informellen Engagement zeigt sich, dass Frauen derselben Altersgruppe mit 44 Prozent wesentlich höhere Bereitschaft zeigen, sich

ehrenamtlich einzubringen als Männer – 35 Prozent. Mit zunehmendem Alter bleiben die Seniorinnen und Senioren weiterhin aktiv, wenn auch nicht mehr in dem selben Ausmaß.

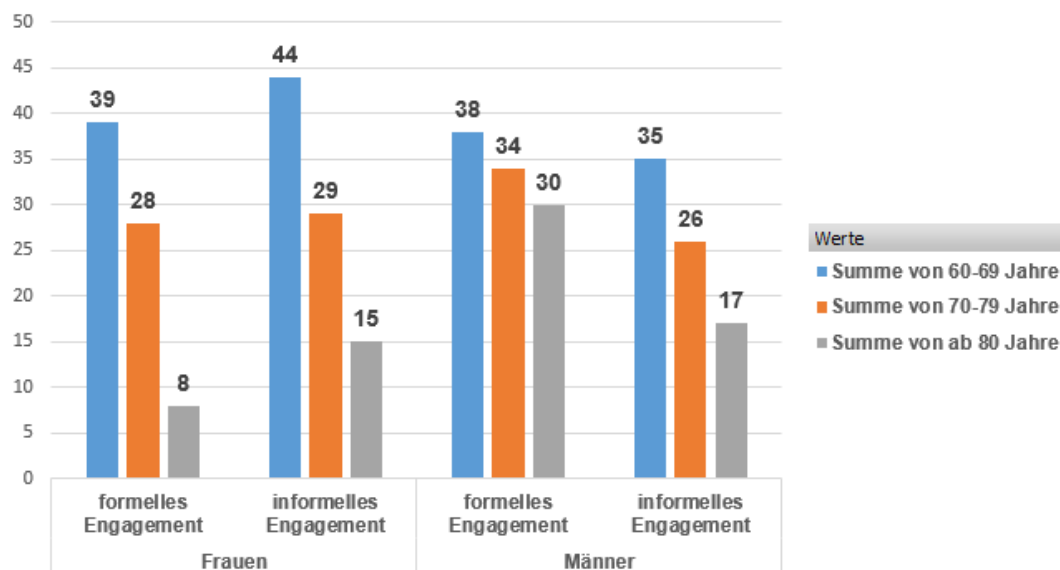


Abbildung: Freiwilligentätigkeit im Alter, in % - Quelle: Freiwilligenengagement – Bevölkerungsbefragung 2016, Institut für Empirische Sozialforschung,

### Wirtschaftsfaktor Senioren am Beispiel des OÖ Seniorenbundes

Das Ziel der Studie war, die (Markt-) Chancen, die durch die ältere Bevölkerung entstehen, zu thematisieren und ihre Bedeutung am Beispiel des OÖ Seniorenbunds aus wirtschaftlicher Sicht aufzuzeigen und ökonomisch zu bewerten.

Der OÖ Seniorenbund mit der Landesorganisation, den 18 Bezirksorganisationen und den 425 Ortsgruppen weist folgende Kennzahlen auf:

1. 76.000 Mitglieder, davon 54.000 Stammmitglieder
2. Jahresbudget: rd. 16 Mio. Euro, davon
  - 1 Landesorganisation: ca. 2,7 Mio. Euro
  - $\Sigma$  18 Bezirksgruppen: ca. 270.000 und 360.000 Euro
  - $\Sigma$  425 Ortsgruppen: ca. 12,8 Mio. Euro
3. 13 angestellte Mitarbeiter\*innen und rd. 11.000 ehrenamtliche Funktionäre
  - 1 Landesorganisation: 13 MA, 35 ehrenamtliche Funktionäre
  - $\emptyset$  18 Bezirksgruppen: 15 ehrenamtliche Funktionäre
  - $\emptyset$  425 Ortsgruppen: 20 - 25 ehrenamtliche Funktionäre

Die Organisation des OÖ Seniorenbunds mit der Landesorganisation, den Bezirksgruppen und den Ortsgruppen erfolgt in erster Linie über ehrenamtlich tätige Funktionärinnen und Funktionäre, ohne die die Organisation der Veranstaltungen, Reisen, Kurse, etc. nicht umsetzbar wäre.

### **Ehrenamtliche Mitarbeit ist wesentliche Säule**

Die wesentliche Säule des OÖ Seniorenbunds stellen die beinahe 11.000 ehrenamtlich tätigen Funktionärinnen und Funktionäre dar. Ohne diese ehrenamtlich durchgeführten Tätigkeiten wäre die Organisation und Betreuung von rund 76.000 Mitgliedern nicht finanzierbar. Zudem sind die mit der Organisation der Aktivitäten verbundenen Sitzungen und Treffen in regionalen Gasthäusern mit Ausgaben der Funktionärinnen und Funktionäre verbunden.

### **Breites Spektrum an Aktivitäten schafft Wertschöpfungseffekt in vielen Branchen**

Die Aktivitäten des OÖ Seniorenbundes umfassen sowohl die Bereitstellung von Informationsmöglichkeiten, die Betreuung der Mitglieder durch diverse Aktivitäten, wie auch Reisen, Kurse, Beratungen. Diese Aktivitäten erzielen in verschiedenen Bereichen Wertschöpfungseffekte und fördern somit mehrere Sparten der heimischen Wirtschaft.

Diese Aktivitäten haben nicht nur eine direkte Auswirkung auf die Ersteller der Leistungen, sprich die Druckerei für die Broschüren, die Reiseveranstalter und Busunternehmer, die Vortragenden und Trainerinnen und Trainer bei den Bildungs- und Sport- bzw. Freizeitaktivitäten, sondern haben darüber hinaus auch Effekte auf die vorgelagerte Nachfrage nach Vorleistungen und die nachgelagerten Konsumeffekte aus den Einnahmen durch die Aktivitäten.

### **Der Marktwert schafft Inlandsnachfrage**

Der errechnete Marktwert zeigt den Wert der Leistungen, der in die Wirtschaft fließt. Da jedoch auch ein Teil dieses Marktwerts ins Ausland abfließt (z.B. bei Auslandsreisen), wird der im Inland wertschöpfungswirksame Teil dieses Marktwerts berechnet.

Insgesamt generierte der OÖ Seniorenbund 2019 einen Marktwert von rd. 73 Mio. Euro, von dem rund 53 Mio. Euro im Inland wertschöpfungswirksam werden. Zudem kommen die Konsumationsausgaben in Höhe von rund 9 Mio. Euro, die zu 100 Prozent in die heimische Wirtschaft fließen. In Summe kann von einem Nachfrageimpuls für die heimische Wirtschaft von rund 62 Mio. Euro im Jahr 2019 ausgegangen werden.

Bewertung der ALLGEMEINEN INFORMATIONEN und der MITGLIEDERBEZOGENEN AKTIVITÄTEN	Landesorganisation	Bezirksorganisationen und Ortsgruppen	MARKTWERT in Euro	
	Marktwert in Euro	Marktwert in Euro	gesamter Marktwert	davon im Inland wertschöpfungswirksam
ALLGEMEINE INFORMATIONEN	750 506	3 387 611	4 138 117	3 724 305
MITGLIEDERBEZOGENE AKTIVITÄTEN	5 885 527	63 198 179	69 083 706	49 729 265
davon:				
REISEN und KULTUR	5 018 806	37 682 184	42 700 990	28 579 794
BILDUNG	281 640	1 978 099	2 259 738	1 807 791
GESUNDHEIT, SPORT und FREIZEIT	541 081	23 173 017	23 714 098	19 013 842
BERATUNG	44 000	364 880	408 880	327 838
<b>Marktwert der gesamten AKTIVITÄTEN DES OÖSB</b>	<b>6 636 033</b>	<b>66 585 790</b>	<b>73 221 823</b>	<b>53 453 570</b>
<b>Zusätzliche Konsumation</b>				
bei Informationsveranstaltungen				1 286 295
bei Tagesausflügen und Kulturveranstaltungen				2 466 000
bei Bildungskursen				230 340
bei Sportkursen				2 463 968
bei Beratungen				36 753
bei Sitzungen von ehrenamtlichen Funktionär*innen				2 459 250
<b>Zusätzliche Konsumationsausgaben gesamt</b>				<b>8 942 606</b>
<b>Gesamte inländische Nachfrage</b>				<b>62 396 175</b>

Tabelle: Marktwert und inlandswirksame Nachfrage - Quelle: Studie – Wirtschaftsfaktor OÖ Seniorenbund.

## Volkswirtschaftliche Effekte durch den OÖ Seniorenbund

Die Ergebnisse der Studie zeigen zusammenfassend den volkswirtschaftlichen Effekt der Leistungen des OÖ Seniorenbundes:

- Die „allgemeinen Informationen“ haben einen Marktwert von rd. 4 Mio. Euro, von denen ca. 90% im Inland wertschöpfungswirksam werden (3,7 Mio. Euro).
- Der Marktwert „mitgliederbezogenen Aktivitäten“, wie Reisen, diverse Kurse, Beratungen, etc. summiert sich sogar auf rd. 70 Mio. Euro, von denen rd. 50 Mio. Euro auch im Inland wertschöpfungswirksam werden.
- Die zusätzlichen Konsumausgaben im Rahmen der Ausflüge und der Kursbesuche schaffen inländische Nachfrage in Höhe von insgesamt 9 Mio. Euro.

„In Summe ging vom OÖ Seniorenbund ein inländischer Nachfrageeffekt im Jahr 2019 von rund 62 Mio. Euro aus, der weitere indirekte und induzierte Nachfrageeffekte in Höhe von rund 78 Mio. Euro auslöste. Dieser volkswirtschaftliche Effekt konnte nur durch den Einsatz der rund 11.000 ehrenamtlich tätigen Funktionärinnen und Funktionären des OÖ Seniorenbunds erbracht werden, deren Arbeitseinsatz mit rund 24 Mio. Euro bewertet werden kann. Am Beispiel des OÖ Seniorenbunds kann somit gezeigt werden, dass die Seniorinnen und Senioren in Österreich ein bedeutender Wirtschaftsfaktor sind, der wesentlich zur heimischen Wirtschaftsleistung beiträgt.“, fassen Dr. Elisabeth Dreer und Dr. Dr. Friedrich Schneider zusammen.

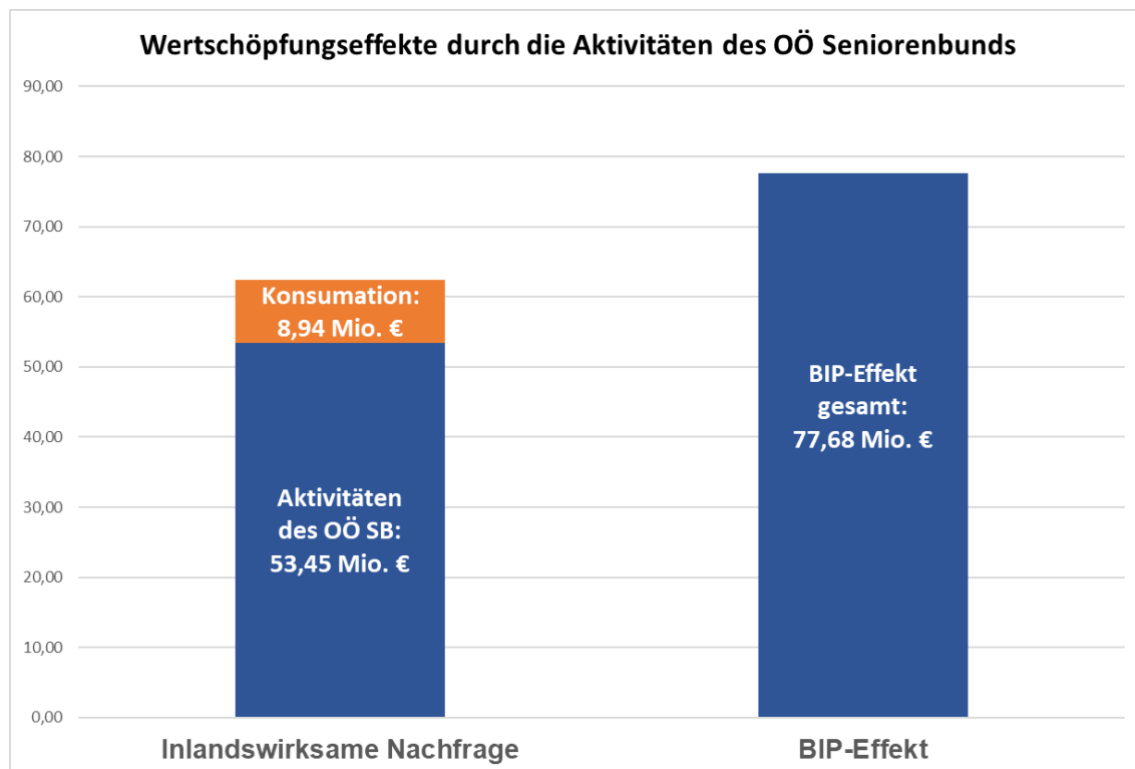


Abbildung: Volkswirtschaftliche Wertschöpfungseffekte durch den OÖ Seniorenbund 2019 - Quelle: Studie – Wirtschaftsfaktor OÖ Seniorenbund.

ALLGEMEINE INFORMATIONEN und MITGLIEDERBEZOGENE AKTIVITÄTEN	Inlandswirksamer Nachfrageeffekt  in Mio. EUR	Zusätzliche VOLKSWIRTSCHAFTLICHE KREISLAUFEFFEKTE gemessen an/an der		
		Volkseinkommen	BIP-Effekt	Beschäftigung
		in Mio. EUR	in Mio. EUR	(VZÄ)
ALLGEMEINE INFORMATIONEN	3,72	3,25	4,64	34
MITGLIEDERBEZOGENE AKTIVITÄTEN	49,73	43,34	61,91	449
davon:				
REISEN und KULTUR	28,58	24,91	35,58	258
BILDUNG	1,81	1,58	2,25	16
GESUNDHEIT, SPORT und FREIZEIT	19,01	16,57	23,67	172
BERATUNG	0,33	0,29	0,41	3
<b>AKTIVITÄTEN DES OÖSB</b>	<b>53,45</b>	<b>46,58</b>	<b>66,55</b>	<b>482</b>
<b>KONSUMATION</b>	<b>8,94</b>	<b>7,79</b>	<b>11,13</b>	<b>81</b>
<b>GESAMT</b>	<b>62,40</b>	<b>54,38</b>	<b>77,68</b>	<b>563</b>

Tabelle: Volkswirtschaftliche Effekte der Aktivitäten des OÖ Seniorenbundes 2019 - Quelle: Studie – Wirtschaftsfaktor OÖ Seniorenbund.



## **Die Präsentation der Studie als Startschuss**

Der OÖ Seniorenbund sieht in der Präsentation der Wirtschaftsstudie von Dr. Dr. Friedrich Schneider und Dr. Elisabeth Dreer den Ausgangspunkt für weitere Aktivitäten inner- wie auch außerhalb der Seniorenorganisation.

### **1. Kommunikation zu den Seniorinnen und Senioren**

Die Präsentation der Studie gilt als Startschuss für die Bewusstseinsbildung auch innerhalb der betroffenen Altersgruppe. Im Rahmen einer Landesvorstandsklausur werden den Spitzenfunktionärinnen und Spitzenfunktionären des OÖ Seniorenbundes die Ergebnisse detailliert präsentiert. Zudem werden die Ergebnisse den Mitgliedern des OÖ Seniorenbundes in den verschiedenen Kanälen wie dem Mitgliedermagazin WIRaktiv, den wöchentlichen Mitgliedernewslettern, per WhatsApp oder Facebook bekanntgegeben.

### **2. Vorantreiben des Paradigmenwechsels**

Einen neuen Blick auf die neuen Senioren zu ermöglichen, ist ein gesetztes Ziel des OÖ Seniorenbundes. In den nächsten Wochen werden der Landesobmann LH a.D. Dr. Josef Pühringer und der Landesgeschäftsführer Mag. Franz Ebner Vertretern der Politik, Wirtschaft und Kultur – wie beispielsweise dem Wirtschaftslandesrat Markus Achleitner - die Ergebnisse der Studie vorlegen.

### **3. Wert des Ehrenamtes hervorheben**

Die durchgeführte Wirtschaftsstudie zeigt eindrucksvoll, welch hohen finanziellen Wert, die ehrenamtlichen Leistungen der Funktionärinnen und Funktionäre ausmachen, wenn diese hauptamtlich geleistet werden würden. Der OÖ Seniorenbund ist nicht nur die größte Seniorenvertretung des Landes, sondern zudem ein ehrenamtlich strukturierter Verein. Deshalb möchte man den Wert des Ehrenamtes hervorheben und sich als Interessensvertretung bei künftigen Diskussionen klar positionieren.

„Mit den erhaltenen Ergebnissen möchten wir das Bewusstsein schärfen, dass die Seniorinnen und Senioren nicht nur Kostenfaktor sind, sondern aktiv für eine funktionierende Gesellschaft beitragen. Würde man diese ehrenamtlichen Leistungen in Zahlen gießen, so wäre das nicht zu finanzieren. Deshalb gilt allen Funktionärinnen und Funktionären – ob im Seniorenbund oder in anderen Vereinen tätig – unser großer Dank!“, so der Landesgeschäftsführer Mag. Franz Ebner.