

Region Solothurn

sonntags-gedanke

Wer will so werden?

Pedro Lenz ist Schriftsteller. Er lebt in Bern.

Gerade in Krisenzeiten ist die Wirtschaft gezwungen, neue Strategien zu erproben. Eine dieser Strategien – so will es einen seit einiger Zeit scheinen – ist das werbetechnische Ansprechen älterer Menschen. Natürlich spricht die Werbung nie von älteren Menschen. Das höhere Alter heisst in der Werbesprache «Golden Age», und weil alle wissen, dass die Bevölkerung immer älter wird, wird die Zielgruppe «Golden Age» immer goldener.

Da nun aber die massgebenden Werbestrategen offenbar selber noch nicht im goldenen Alter sind, haben sie meist eine recht idealisierte Vorstellung von älteren Leuten. Gerade neulich erschien in manchen Zeitungen eine Beilage mit dem vielsagenden Titel «Ratgeber für die goldenen Jahre». Darin ist viel von positivem Denken und von Wellness die Rede. Mehrmals lesen wir da, es lohne sich, im Alter optimistisch, fit und unternehmungslustig zu bleiben. Doch eigentlich handelt es sich bei besagter Beilage weniger um einen Ratgeber als vielmehr um eine Werbebroschüre.

Offensichtlich geht es den Herausgebern nicht um die alten Leute, sondern um deren Kaufkraft. Und weil die Herausgeber vermutlich selber kaum ahnen, was es heisst, in dieser Welt des Jugendwahns alt zu sein, erklären sie den Alten, wie sie sich zu verhalten haben. Das heisst dann vor allem, Luxusreisen machen, Golf spielen, in teuren Hotels absteigen und viele Vitamine zu sich nehmen. Darüber, dass viele Alte sich gerade dann besonders alt fühlen, wenn sie nicht ernst genommen werden, steht im «Ratgeber für die goldenen Jahre» kein Wort. Stattdessen herrscht jener gleichzeitig belehrende und besorgte Grundton vor, den wir in der Regel dann benutzen, wenn wir mit Kindern oder geistig angeschlagenen Menschen reden. So wird der Zielgruppe 50+ etwa erklärt: «Besonders beliebt bei den Golden Agers sind – wen erstaunts – nach wie vor Kreuzfahrten.» Und weiter steht da: «Man hat, wenn man etwas älter ist, schon vieles gesehen. So ist der Wunsch nach Neuem, nach unverfälschter Begegnung mit der Natur und fremden Kulturen verständlich.»

Das klingt gescheit. Aber muss sich ein alter Mensch von einem jungen Menschen erklären lassen, dass er schon vieles gesehen hat und dass sein Wunsch nach neuen Erfahrungen verständlich ist? Nein. Ältere Menschen haben ein Recht darauf, nicht als Konsumenten, sondern als Menschen ernst genommen zu werden. Sie können selbst entscheiden, ob sie neue Kulturen kennen lernen möchten oder ob sie lieber auf einer Bank sitzen und Tauben füttern. Zudem gibt es viele Senioren, die nicht aus mangelndem Interesse auf eine Kreuzfahrt verzichten, sondern ganz einfach nur deshalb, weil ihr Budget oder ihre Gesundheit es nicht zulassen.

Eigentlich habe ich diesen «Ratgeber für die besten Jahre» nur studiert, weil ich mir Mut anlesen wollte für die Zeit, die unweigerlich kommt. Stattdessen bleibt nach der Lektüre ein ungutes Gefühl zurück. Ich weiss nicht, wie ich im Alter sein werde, aber ich hoffe doch, dass ich dereinst keine solchen Ratgeber brauche, um einigermassen mit mir und der Welt im Reinen zu sein.

Pedro Lenz