



## Schlussbericht - Rapport final

# Freizeitaktivitäten öffentlicher Anbieter für Frauen und Männer ab 62 Jahren im Oberwallis

# Activités de loisirs des prestataires publics pour les femmes et hommes dès 62 ans dans le Haut-Valais

Erhebung im Auftrag vom Büro für Gleichstellung von Frau und Mann  
und dem Gleichstellungsrat des Kantons Wallis

Durchgeführt von Brigitte Lehmann-Wellig und Maria Bärenfaller-Kiefer, begleitet durch  
Susanne Lorenz, Hochschule Wallis für Gesundheit und soziale Arbeit

Juni 2006

## Vorwort

Das frühere kantonale Gleichstellungsbüro und heutige Sekretariat für Gleichstellung und Familie, sowie der ehemalige Gleichstellungsrat, haben in Zusammenarbeit mit der Hochschule Wallis Gesundheit und Soziale Arbeit (HEVs) eine Bestandesaufnahme der Freizeitangebote von Non-Profit Organisation im Oberwallis durchgeführt.

In dieser Erhebung wurden die Freizeitangebote, im speziellen, die geschlechtsspezifischen Unterschiede der Freizeitangebote für Frauen und Männer ab 62 Jahren berücksichtigt. Auch eine Familienpolitik, die sich an den verschiedenen Lebensphasen orientiert, muss dazu beitragen, dass der Übertritt in den Ruhestand flexibilisiert und dynamisiert wird.

Die soziodemografische Entwicklung hat durch die längere Lebenserwartung und ein längeres Leben neue Horizonte eröffnet. Um handeln zu können und zu wissen wie und wo gehandelt werden muss, ist es wichtig, den Bedarf an Freizeitangeboten systematisch und unter partizipativem Einbezug beider Geschlechter zu überprüfen u.a. unter dem Aspekt der Förderung sozialer Vernetzung und der entsprechenden Entwicklung eines Zugehörigkeitsgefühl.

## Avant-propos

L'actuel Secrétariat à l'égalité et à la famille continue le partenariat entrepris par l'ancien Bureau de l'égalité et le Conseil de l'égalité avec la Haute école valaisanne (HEVs) mandatée pour un état des lieux des offres de loisirs d'organisations à but non lucratif pour les personnes dès 62 ans dans le Haut-Valais.

Dans cette étude, la différence spécifique entre les activités de loisirs des femmes et des hommes à partir de 62 ans est prise en considération. La politique familiale, qui s'oriente dans les différentes phases de la vie, doit aussi prendre en compte que l'entrée en retraite devient flexible et dynamique.

Le développement socio-démographique, notamment, à travers une plus grande espérance de vie, a ouvert de nouveaux horizons. Afin de savoir où et comment réagir, il est important de vérifier systématiquement les besoins en offres de loisirs des aîné-e-s, notamment sous l'angle de la promotion des réseaux sociaux et du développement d'un sentiment d'appartenance à la société.

Nicole Langenegger Roux  
Sylvie Zumofen-Jung  
Sekretariat für Gleichstellung und Familie  
Juli 2006

# Inhaltsverzeichnis

|   |    |
|---|----|
| Kurze Zusammenfassung .....   | 4  |
| Einleitung .....  | 5  |
| 1 Ausgangslage .....  | 6  |
| 1.1. Demographische Entwicklung .....                                     | 6  |
| 1.2. Freizeitgestaltung der Senioren .....                                | 7  |
| 1.3. Gesundheit im Alter .....  | 8  |
| 2 Methodisches Vorgehen .....   | 10 |
| 2.1. Methodik .....   | 12 |
| 2.2. Vorgehen .....   | 12 |
| 2.2.1. Der Fragebogen .....   | 12 |
| 2.2.2. Die Durchführung .....   | 13 |
| 3 Datenanalyse .....  | 14 |
| 3.1. Rücklaufquote .....  | 14 |
| 3.2. Auftragsbereich der Institution .....                                | 15 |
| 3.2.1. Angebotene Dienstleistung für Frauen und Männer ab 62 Jahren ..... | 16 |
| 3.2.2. Zielgruppe der Dienstleistungen .....                              | 17 |
| 3.3. Dienstleistungen im Freizeitbereich (N=75) .....                     | 20 |
| 3.3.1. Die Anzahl der 2004 angebotenen Freizeitaktivitäten .....          | 20 |
| 3.3.2. Der Bereich der 2004 angebotenen Freizeitaktivitäten .....         | 21 |
| 3.3.3. Zielgruppe der durchgeführten Freizeitaktivitäten .....            | 21 |
| 3.4. Bekanntmachung von angebotenen Freizeitaktivitäten .....             | 22 |
| 3.5. Planung und Entwicklung von Freizeitangeboten .....                  | 23 |
| 3.6. Beschreibung vom aktuellen Freizeitangebot .....                     | 26 |
| 3.6.1. Die Häufigkeit der Freizeitangebote .....                          | 27 |
| 3.6.2. Ziele des beschriebenen Freizeitangebots .....                     | 28 |
| 3.6.3. Zielgruppen und Teilnahme am beschriebenen Freizeitangebot .....   | 29 |
| 3.6.4. Mittel zur Unterstützung der beschriebenen Freizeitangebote .....  | 31 |
| 3.7. Veränderung von Angebot und Teilnehmerprofil .....                   | 34 |
| 3.8. Kursleitung .....  | 35 |
| 4 Schlussfolgerungen .....  | 37 |
| 5 Ausblick .....  | 40 |
| 6 Zusammenfassung auf Deutsch .....                                       | 41 |
| 7 Résumé en français .....  | 47 |
| Literaturverzeichnis .....  | 53 |
| Abbildungsverzeichnis .....   | 55 |

## Kurze Zusammenfassung

Im September 2004 wurde die HEVs<sup>1</sup> vom Büro für die Gleichstellung von Frau und Mann und dem Gleichstellungsrat des Kantons Wallis beauftragt, eine Bestandaufnahme der Freizeitangebote von Non-Profit Organisationen im Oberwallis durchzuführen. Diese Erhebung sollte die derzeit bestehenden Freizeitangebote im Oberwallis für Frauen und Männer ab 62 Jahren erfassen und im speziellen geschlechtsspezifische Unterschiede berücksichtigen.

Das methodische Vorgehen umfasste die Analyse einer quantitativen, standardisierten schriftlichen Befragung. Die Zielgruppe bestand aus Anbietern von Dienstleistungen für Frauen und Männern ab 62-75 Jahren im Oberwallis. Insgesamt wurden 366 Fragebogen versandt. Die Rücklaufquote betrug 45%.

### Auswahl der wichtigsten Ergebnisse:

- Zurzeit bieten im Raum Oberwallis zwei von drei antwortenden Institutionen Dienstleistungen für Frauen und Männer ab 62 Jahren an. Die Dienstleistungen richten sich an verschiedene soziale Gruppen: Frauen und Männer sowie an ältere und hochaltrige Personen. Es sind keine Unterschiede bezüglich Alter oder Geschlecht feststellbar. Anscheinend bestehen die Unterschiede eher auf Grund unterschiedlicher Leistungsaufträge
- Zwei Drittel der Anbieter von Dienstleistungen für Frauen und Männer ab 62 Jahren haben ein aktuelles Freizeitangebot wobei die Aktivitäten häufig dem Bereich Gesundheit zugeordnet sind, gefolgt von Kultur- und Bildungsangeboten.
- Die Zielsetzungen der Freizeitangebote liegen mehrheitlich im Bereich soziale Kontakte, Unterhaltung und Bewegung. Einen kleineren Stellenwert scheinen Zielsetzungen wie Information, Lernen und Unterstützung zu haben.
- Die Freizeitangebote richten sich mehrheitlich an Frauen **und** Männer; falls eine geschlechtsspezifische Gruppe angesprochen wird, sind es eher Frauen; für Männer gibt es wenig bis keine spezifischen Angebote.
- Das Angebot wurde scheinbar aufgrund von Anregungen von Teilnehmern entwickelt, wobei eine systematische Überprüfung des Bedarfs nur selten vorgenommen wird.
- Die Bekanntmachung des Freizeitangebotes erfolgt zumeist über persönlichen Austausch, geschieht aber auch oft mittels einer passiven Strategie (Informationen im Mitteilungskasten).
- In den letzten fünf Jahren ist es bei zwei Dritteln der Anbieter zu keiner Veränderung gekommen. Beim restlichen Drittel betreffen die Veränderung sowohl das Angebot wie auch die Zielgruppe, wobei es mehrheitlich zu einer Zunahme der Angebote und einem tendenziell grösseren Frauenanteil kam.

Im Oberwallis besteht ein breites Angebot an Freizeitaktivitäten für Frauen und Männer ab 62 Jahren. Mehrheitlich werden beide Geschlechter angesprochen, geschlechterspezifische Angebote bestehen jedoch eher für Frauen. Dies ist vermutlich einer der Gründe, warum auch mehr Frauen an den Aktivitäten teilnehmen.

Auf der einen Seite sind die Zielsetzungen der Freizeitangebote sehr auf soziale Integration ausgerichtet, andererseits findet aber der Informationsfluss über bestehende Netzwerke statt. Der Zugang zu Informationen über das Angebot ist zudem von der Eigeninitiative und den Möglichkeiten des Einzelnen abhängig. Durch diese Umstände besteht die Gefahr, dass verschiedene Personengruppen vom Angebot ausgeschlossen sind, insbesondere jene, für die eine soziale Integration wichtig wäre.

Die Veranstaltungen werden in erster Linie aufgrund von Anregungen und Interessen teilnehmender Personen entwickelt. Da der Bedarf jedoch nicht systematisch überprüft wird, werden u.a. allgemeine Interessen nicht einbezogen.

Empfehlungen gehen dahin, den Bedarf an Freizeitangeboten systematisch und unter partizipativem Einbezug der Frauen und Männer ab 62 Jahren im Oberwallis zu überprüfen, u.a. unter dem Aspekt der Förderung sozialer Vernetzung und der entsprechenden Entwicklung eines Zugehörigkeitsgefühls.

---

<sup>1</sup> Hochschule Wallis für Gesundheit und soziale Arbeit

## Einleitung

Die Einwohnerzahl der Schweiz hat sich im Verlauf des letzten Jahrhunderts beinahe verdreifacht. Ebenso veränderte sich der Altersaufbau der Bevölkerung im Laufe der letzten 100 Jahre nachhaltig. Der Anteil älterer Menschen in der Bevölkerung ist stark angestiegen, dies u.a. wegen der steigenden Lebenserwartung. Dieser Trend wird sich voraussichtlich nicht ändern.

Ebenso haben sich Lebensgestaltung wie auch die Ressourcen der Seniorengruppen verändert (aktivere Lebensgestaltung, bessere Gesundheit, höherer Bildungsgrad, finanzielle Ressourcen). Dieser Wandel wirkt sich auf die Gestaltung der Freizeitaktivitäten dieser sozialen Gruppe aus. Dementsprechend erhält die Freizeitgestaltung im Alter eine neue Gewichtung bezüglich der Verbesserung und Erhaltung der Lebensqualität und der sozialen Integration. Hier entstehen also neue Herausforderungen für Anbieter von Freizeitangeboten.

Im Raum Oberwallis bieten z.Z. diverse Institutionen Dienstleistungen für ältere Menschen an. Eine Analyse vom Ist-Zustand der angebotenen Freizeitveranstaltungen für Frauen und Männer ab 62 ermöglicht die Entwicklung und Anpassung von Angeboten in diesem Bereich.

Im September 2004 wurde die Hochschule Wallis für Gesundheit und soziale Arbeit (HEVs) vom Büro für die Gleichstellung von Frau<sup>2</sup> und Mann und dem Gleichstellungsrat des Kanton Wallis beauftragt, eine Bestandaufnahme der Freizeitangebote von Non-Profit Organisationen im Oberwallis durchzuführen.

Zielsetzung dieser Dienstleistung ist es, das bestehende Angebot im Freizeitbereich unter dem Aspekt der Art und Inhalte, der Zielsetzungen und Zielgruppen zu beschreiben. Diese Darstellung soll den geschlechtsspezifischen Aspekt berücksichtigen. Die Datenerfassung erfolgte mittels einer schriftlichen Befragung von Institutionen und Organisationen, welche Dienstleistungen für Seniorengruppen anbieten. Die Dauer der Dienstleistung erstreckte sich über den Zeitraum von Januar 2005 bis Januar 2006.

Dieser Gesamtbericht gliedert sich in folgende Kapitel: (1) Beschreibung der Ausgangslage sowie die wichtigsten theoretischen Ansätze in Bezug auf die Freizeitgestaltung durch ältere Personen (2) eine Beschreibung vom methodischen Vorgehen sowie die (3) Datenanalyse. Dieser Kapitel ist unterteilt in eine Beschreibung des Profils der antwortenden Institutionen, ihres Dienstleistungs- und Freizeitangebots, sowie die entsprechende Zielgruppen. Weiteres wurden einzelne Freizeitaktivitäten näher beschrieben. Der letzte Teil des Berichts besteht aus (4) einer Schlussfolgerung sowie aus (5) dem Ausblick mit Empfehlungen. Um die Lektüre zu vereinfachen, haben wir im Kapitel (3) Datenanalyse Zusammenfassungen eingebaut, welche die wichtigsten Erkenntnisse nochmals hervorheben.

Bei der Erstellung des Auftrags waren beteiligt: Die Verantwortlichen des Gleichstellungsbüros Fr. I. Darbellay Métrailler, Fr. S. Zumofen-Jung und des Gleichstellungsrates Fr. E. Waeber-Kalbermatten. Wir möchten ihnen ganz herzlich für ihre Anregungen und Vertrauen danken.

Für die Beteiligung und Unterstützung bedanken wir uns ebenfalls ganz herzlich bei: Hr. D. König und Fr. E. Werlen, Departement für Gesundheit, Kanton Wallis; Fr. U. Ambord, Pro Senectute Oberwallis; Prof. F. Höpflinger, Soziologisches Institut der Universität Zürich, Forschungsdirektion Universitäres Institut Alter und Generationen (INAG); Prof. M. Martin, Professor für Gerontopsychologie am Psychologischen Institut der Universität Zürich; V. Hugentobler, wissenschaftliche Mitarbeiterin Kurt Bösch Institut Sion; A. Bremi Präsidentin der IG für praktische Altersfragen «IG Altern» und Präsidentin der Beschwerdestelle für das Alter in Zürich.

Nicht zuletzt geht unser Dank an alle Institutionen und Vereine, die sich die Zeit nahmen den Fragebogen auszufüllen und uns zurückzuschicken. Ohne ihre Mitarbeit wäre dieses Vorhaben nicht möglich gewesen.

---

<sup>2</sup> In diesem Bericht wird auf eine stringente weibliche Bezeichnung verzichtet.

# 1 Ausgangslage

In den folgenden Abschnitten werden die demografische Entwicklung in der Schweiz und im Oberwallis aufgeführt und die für dieses Projekt relevanten Bereiche beschrieben.

## 1.1. Demographische Entwicklung

Die demografische Herausforderung welche sich in den nächsten Jahrzehnten der Schweiz und allen anderen europäischen Ländern stellt, fordern die Unterstützungspotentiale der sozialen Netzwerke, nicht nur für pflege- und hilfsbedürftige ältere Menschen. Auch die Erforschung der entsprechenden Bedarfs- und Bedürfnislagen gesunder, älterer Menschen wird wichtiger. Dies, vor allem im Zuge der sich verändernden gesellschaftlichen Bedingungen, wie zunehmende Hochaltrigkeit, der klaren Feminisierung des Alters, der Bildungswandel vor allem bei Frauen, der sich ändernden sozialisatorischen Bedingungen der kommenden Generationen und den zunehmenden Forderungen nach Partizipation in der Planung und den Massnahmen, durch ältere Frauen und Männern, (Höpflinger 2000, Niederfranke 1994).

Die Einwohnerzahl (BfS 2004) der Schweiz hat sich seit 1860 von 2,515 auf 7,364 Millionen im Jahre 2003, beinahe verdreifacht. Ebenso hat sich der Altersaufbau der Bevölkerung im Laufe der letzten 100 Jahre nachhaltig verändert. Der Anteil Kinder und Jugendlicher sank von 41% im Jahr 1900 auf 22% im Jahr 2003. Der Anteil älterer Menschen erhöhte sich von 6% im Jahr 1900 auf 15,7% im Jahr 2003 (Anteil Frauen 51,1%, Anteil Männer 48,9%) (Freymond et al 2004).

Laut Angaben des statistischen Amtes des Kanton Wallis aus der Volkszählung 2000 leben insgesamt 3812 Männer und 4736 Frauen (Gesamt: 8548 Personen) im Alter zwischen 65-79 Jahren in den Regionen des Oberwallis. Mit einem Anteil der über 65-jährigen und älteren Personen von 15,0% liegt das Wallis knapp unter dem schweizerischen Mittel von 15,7% (Wanner et. al 2005).

Nach dem Szenario «Trend» AR-00-2002 zur Bevölkerungsentwicklung der Schweiz, wächst die Schweizer Bevölkerung in den kommenden Jahrzehnten nur noch schwach und wird gleichzeitig rasch altern. Im Jahr 2040 werden die Personen im Pensionsalter (65-Jährige und Ältere) 25% der Bevölkerung der Schweiz ausmachen. Die demografische Alterung wird sich in den kommenden drei Jahrzehnten somit stark beschleunigen. (Freymond et al 2004). In den Kantonen der Schweiz wird es bezüglich der Demografie zu unterschiedlichen Entwicklungen kommen. Der Tessin (17,8%), der Jurabogen (16,6%) und die Basel-Stadt (21,0%) weisen generell einen hohen Anteil der 65-Jährigen und Älteren auf, während die Zentralschweiz, (mit Ausnahme von Uri), Freiburg (12,9%), Genf (14,4%) und Zürich (15,0%) eine geringere Alterung verzeichnen. Diese Situationen sind vor allem auch auf das stark altersbedingte Binnenwanderungsgeschehen zurückzuführen (Wanner 2005). Das unterschiedliche Ausmass der Bevölkerungsalterung führt dazu, dass die einzelnen Kantonsregierungen in ungleichem Masse für die demografische Entwicklung sensibilisiert sind.

Der Kanton Wallis wird in den nächsten Jahrzehnten mit einem Anstieg der Personen ab 65 Jahren von 15% auf 27 % eine der landesweit grössten prozentualen Zunahmen der Personen im Pensionsalter aufweisen (Wanner et al 2005). Dies lässt sich unter Anderem darauf zurückführen, dass sich vermehrt ältere Menschen entschliessen ihre Pensionierung in touristisch/ländlichen Regionen zu verbringen, beispielsweise aus Gründen einer höheren Lebensqualität. Andererseits kommt es zur Abwanderung von Jugendlichen aus ländlichen Regionen aufgrund der reduzierten und begrenzten Arbeits- und Ausbildungsmöglichkeiten (ebd.).

In verschiedenen Untersuchungen (Wanner 2005, Höpflinger 2004) werden zudem Trends bezüglich Veränderungen in den Haushaltsformen aufgezeigt. So wird ein deutlicher Rückgang von komplexen<sup>3</sup> Haushaltsformen festgestellt. Im Jahre 1970 lebten 28% der

---

<sup>3</sup> Haushalt mit drei und mehr Personen

zu Hause lebenden 65-jährigen und älteren Menschen in einem Haushalt mit drei und mehr Personen. Gegenwärtig ist diese Zahl auf 5% zurückgegangen (Höpflinger 2004). Folglich lebt der überwiegende Teil der AHV-Beziehenden entweder allein oder zu zweit. Gerade der Anteil alleine wohnender Personen ab 65 Jahren liegt in der Schweiz bei 31,9%. Die durchschnittliche Anzahl Personen in Privathaushalten mit mindestens einer über 65-Jährigen Person betrug 1970 noch 2,5-2,6 Personen. Im Jahre 2000 betrug dieser Anteil im Wallis 1,7-1,8 und 1,9-2,0 Personen über 65 Jahren. Es ist davon auszugehen, dass mehr Frauen<sup>4</sup> allein leben (Wanner et. al 2005).

## 1.2. Freizeitgestaltung der Senioren

Freizeitgestaltung und Wohlbefinden, welche eng im Zusammenhang mit den sozialen Beziehungen<sup>5</sup> und damit verfügbaren Ressourcen stehen, stellen im Alter eine nicht zu unterschätzende Rolle dar. Dabei spielen laut Höpflinger (2002) und Perrig-Chiello (1997) familiäre Bindungen, auch wenn diese immer wieder in Frage gestellt werden, eine grosse Rolle (Otto, 2003). Neben der Familie sind für Alleinstehende, aber auch Verheiratete, die für ihr Wohlbefinden nötigen sozialen Kontakte, nicht allein in der Familie sondern zunehmend auch in ausserfamiliären Netzwerken finden (Lehr 2003).

Die Frage nach der zukünftigen Freizeitgestaltung der älteren Menschen stellt sich somit nicht nur im kommerziellen Sektor sondern auch auf in den politischen Bereichen der Kantone und Gemeinden. Wobei hier im Besonderen Entscheidungen auf sozialer und gesundheitlicher Dienstleistungsebene erforderlich sind.

Forschungen im Bereich Freizeitverhalten zukünftiger und derzeitiger Senioren zeigen, dass sich das Freizeitverhalten der heutigen Rentnergeneration im Vergleich zu früheren Generationen gewandelt hat. Veränderte Lebensbedingungen, längere Gesundheit und hohe Kompetenzen in unterschiedlichen Bereichen, erlauben es immer mehr älteren Menschen, ihre nachberufliche Phase nach eigenen Bedürfnissen zu gestalten (Höpflinger 1997).

Der Lebensstil der 65-74-Jährigen hat sich u..a. in den 80-ziger-Jahren in Richtung eines aktiven und freizeitorientierten Lebensstils verändert. Dies geht aus einer in Genf und im Zentralwallis durchgeführten Vergleichsstudie hervor (Lalive d'Epinay et. al 1997). Laut Höpflinger (2002) liegt die Ursache dafür darin, dass die heutige Rentnergeneration schon in ihrer Jugend mit einer aktiven, leistungsorientierten und Körper orientierten Kultur konfrontiert wurden und dadurch eine jugendorientierte Lebenseinstellung entwickelten, was nun zu einem eher aktiven Lebensverständnis führt. Die Freizeitgestaltung<sup>6</sup> im Alter richtet sich dementsprechend nach Aktivitäten, die bereits vor dem Ruhestand ausgeführt wurden (ebd.).

Das Freizeitverhalten im Alter wird somit weniger durch das chronologische Alter oder den Gesundheitszustand, sondern in erster Linie durch die Tätigkeiten und Interessen bestimmt, die bereits vor dem Ruhestand entwickelt worden sind. Dies gilt auch für hilfs- und pflegebedürftige Personen; vor der Pensionierung gepflegte Pläne für Neues werden demgegenüber selten realisiert. Geschlecht, Familienstand, sozioökonomischer Status, früherer Beruf sowie der Gesundheitszustand und das psychische Wohlbefinden haben allerdings ebenfalls einen Einfluss auf das Freizeitverhalten im Alter.

Eine Form der Freizeitgestaltung älterer Menschen in der nachberuflichen Lebensphase findet im Bereich der Bildung statt. Die wenigen empirischen Quellen hierzu weisen jedoch überwiegend auf eine geringe Beteiligung an Angeboten im Bildungsbereich hin. In einer repräsentativen Studie (n=580) ergeben sich Anteile von 3% der 65- bis 79-Jährigen und 2%

<sup>4</sup> 34% der Frauen zwischen 62 und 74 Jahren und 58% der über 74-jährigen leben allein, dagegen trifft dies nur auf 13% der 65- bis 74-jährigen und 22% der über 74-jährigen Männer zu. Jeder zweite Mann lebt im Alter von 65-74 Jahren in einem Paarhaushalt, bei 74-Jährigen und älteren Männern sind es 61%. Bei den Frauen liegen diese Anteile wesentlich tiefer: die Hälfte (47%) der 62- bis 74-jährigen und ein Viertel (24%) der über 74-jährigen Frauen leben mit einem Partner in einem Zweierhaushalt.

<sup>5</sup> Soziale Beziehungen: Hier verweisen wir auf die Studien von Höpflinger (2002) und Perrig-Chiello (1997).

<sup>6</sup> Es ist anzumerken, dass die Verwendung des Begriffes Freizeit insbesondere für die Gruppe der älteren Menschen problematisch sein kann, da die üblicherweise benutzten Gegenstücke zur Definition von Freizeit, Berufsarbeit und Hausarbeit im Alter ein geringeres Gewicht haben (Opaschowski 1998). Die Abwesenheit bez. Reduktion von Arbeit erschwert damit die Verwendung des Begriffes Freizeit.

der über 79-Jährigen, die Weiterbildungsaktivitäten (z.B. Kurse, Seminare, Studien) teilnehmen (Opaschowski 1998).

Die Gerontologie hat den empirischen Nachweis erbringen können für die bis ins hohe Alter fortbestehende Lernfähigkeit und den Nutzen von Bildungsaktivitäten für die Realisierung von Lebensqualität im Alter. Forschungsergebnisse belegen die Möglichkeit und die Sinnhaftigkeit des lebenslangen Lernens auch im höheren Alter bereits seit den 60er Jahren. Der Altersstrukturwandel und das neue biografische und gesellschaftliche Gewicht der Altersphase machen das lebenslange Lernen auch zu einem Kernkonzept der Altenpolitik. Ziel ist vor allem die generationsübergreifende Integration und Partizipation der älteren Menschen in gesellschaftlichen Zusammenhängen (Höpflinger 2004).

Das zunehmende Brüchigwerden von standardisierten Lebenslaufmustern und das (bislang vor allem in weiblichen Lebensläufen) auszubalancierende Verhältnis von Erwerbs- und Familienbiografie, lässt Neulernen und Umlernen zu einer permanenten Aufgabe werden. Hinzukommt die Bedeutung des Lernens als Freizeitinstrument zur Realisierung von gesellschaftlicher Teilhabe und einer verbesserten Integration in den Generationsbeziehungen (ebd.)

Welchen Freizeitaktivitäten im Einzelnen nachgegangen wird, hängt zweifelsohne in erster Linie mit den individuellen Neigungen und Interessen zusammen. Eine grundlegende Voraussetzung stellt allerdings die Ausstattung des Lebensraumes mit den entsprechenden Freizeitmöglichkeiten dar, wobei sich der Lebensraum vom eigenen Haushalt über das nahe Umfeld bis hin zum Gemeindennahen Bereich erstreckt. Gerade in ländlichen Regionen bestehen in Bezug auf die Erreichbarkeit große Defizite. Zum einen gestalten sich dort die Verkehrsanbindungen beispielsweise durch den öffentlichen Nahverkehr meist nur wenig befriedigend. Zum anderen besteht dort zunehmend ein Mangel an Freizeitangeboten, insbesondere an solchen, die den gegebenenfalls abnehmenden Kräften älterer Menschen Rechnung tragen und die in der Stadt meist vielfältig zur Verfügung stehen. Dabei bestehen generell Unterschiede zwischen den ländlichen Freizeitangeboten, die vorwiegend durch aktive Teilnahme und Mitwirkung eines großen Teils der Bevölkerung gekennzeichnet sind („Aktiv-Kultur“), und den städtischen, die oftmals auf Konsum ausgelegt sind („Passiv-Kultur“) (Henkel 1995, Haindl 1988, vgl. Bericht der eidg. Kommission 1995, vgl. a. BFS 2005).

### **1.3. Gesundheit im Alter**

Betrug die Lebenserwartung bei der Geburt im ausgehenden 19. Jahrhundert hierzulande noch 41 Jahre für Männer und 43 Jahre für Frauen, so waren es im Jahr 2000 bereits 77 bzw. 83 Jahre (Guilley 2005). Darüber hinaus lässt die Schweizerische Gesundheitsbefragung (SGB) darauf schliessen, dass die verlängerte Lebensdauer nicht mit einer Erhöhung der bei schlechter Gesundheit gelebten Anzahl Jahre einhergeht. Zwischen 1990 und 2000 haben über 65-Jährige also sowohl länger behinderungsfrei als auch weniger lange in einem Abhängigkeitsverhältnis gelebt. Diese beiden Entwicklungen führen zu einer Vergrösserung des Anteils autonom verbrachter Lebensjahre. Frauen leben nicht nur länger als Männer, sie bleiben auch länger gesund (ebd.). Indessen erleben sie auch mehr Jahre mit funktioneller Behinderung respektive bei schlechter bis sehr schlechter Gesundheit. Studien über die Gesundheit älterer Menschen stellen sehr oft fest, dass Mobilitätsprobleme, Sehstörungen, körperliche Beschwerden, Komorbiditäten und Depressionssymptome bei Frauen im Vergleich zu Männern vermehrt auftreten. Hingegen kommen andere Schädigungen wie Gehörprobleme oder schwere chronische Krankheiten bei Männern häufiger vor. Diesen geschlechtsspezifischen gesundheitlichen Unterschieden liegen – zum Vorteil der Frauen – unter anderem eine effektivere biologische Widerstandskraft, ein besser geregeltes Gesundheitsverhalten und die Tatsache zugrunde, dass Frauen mehr auf ihre Gesundheit achten und daher das Gesundheitswesen häufiger in Anspruch nehmen.

Zum Nachteil der Frauen wirkt sich ihre höhere Lebensdauer aus, die sie auch stärker den altersbedingten Risiken und Krankheiten aussetzt. Überdies schätzen Frauen ihre Gesundheit generell weniger optimistisch ein als Männer. Auch der sozio-professionelle Kontext der beiden Geschlechter spielt bei gesundheitlichen Unterschieden eine wichtige Rolle. Die Ergebnisse der Interdisziplinären Altersstudie (IDA) sprechen hierzu eine

besonders deutliche Sprache, liessen sich doch die befragten Männer und Frauen, die ähnliche Berufe ausübten, weder anhand der selbstbeurteilten Gesundheit noch anhand anderer Gesundheitskriterien unterscheiden (Perrig-Chiello et al, 2004).

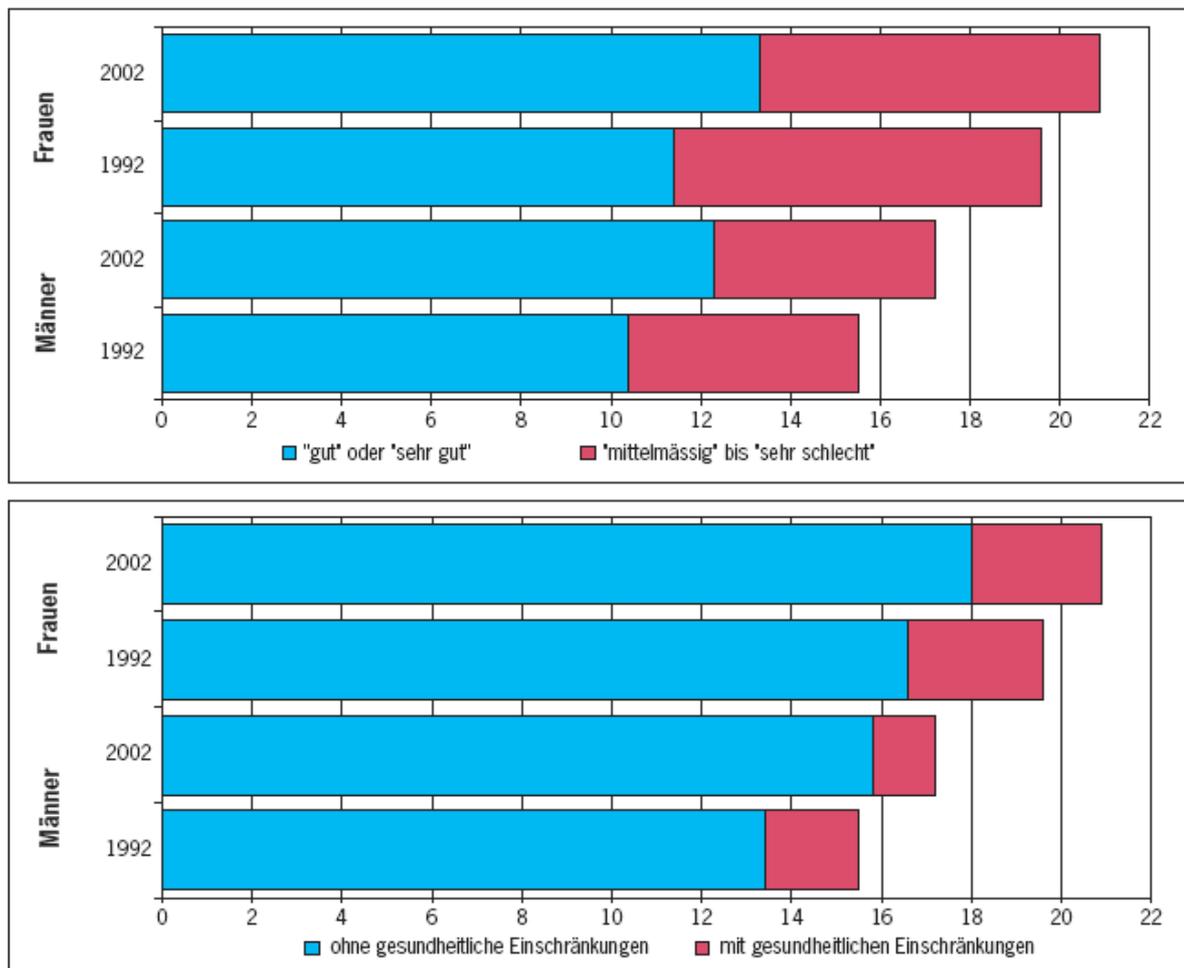


Abb. 1: Eidgenössische Volkszählung 2000 Alter und Generationen – Das Leben in der Schweiz ab 50 Jahren (Guilley 2005)

Soziale Netzwerke<sup>7</sup> spielen auch aus der Sicht der Gesundheitsförderung<sup>8</sup>, unabhängig von der Frage des Alters, eine wesentliche Rolle auf individueller Ebene und in lokalen<sup>9</sup> Lebenszusammenhängen. Soziale Netzwerke können einerseits Ressourcen in belastenden Situationen sein, aber auch eine vorbeugende präventive Wirkung haben (Trojan 2004). Aus diesen Gründen ist es wichtig, auch aufgabenbezogene Netzwerke im Sinne selbstorganisierter Zusammenschlüsse auf Gemeindeebene zu fördern (ebd.). In diesem Zusammenhang sind Projekte und Initiativen zu nennen, die sich mit vermehrter Bürgerorientierung- und beteiligung<sup>10</sup> befassen.

Da es zentrales Ziel der Gesundheitsförderung ist, den Handlungsspielraum von Frauen und von Männern für die Verbesserung ihres gesundheitlichen Wohlbefindens zu erweitern, sind hier

<sup>7</sup> Soziales Netzwerk sind „das Gesamt an sozialen Beziehungen zwischen einer definierten Menge von Personen, Rollen und Organisationen“ (Nestmann 1991)

<sup>8</sup> In Übereinstimmung mit der Ottawa-Erklärung der WHO (1986) wird hier die selbstständige, selbstverantwortliche und persönliche sinnerfüllte Lebensgestaltung als ein wesentliches Merkmal der Gesundheit im Alter verstanden. Gesundes Älterwerden ist also nicht alleine eine Frage der körperlichen und seelischen Gesundheit, sondern vielmehr ein komplexer, mehrdimensionaler Prozess, der neben gesundheitlichem Wohlbefinden und gesundheitsbewusstem Verhalten auch die aktive Lebensführung und eine positive Lebenseinstellung umfasst (Kruse 2004).

<sup>9</sup> Lokale Lebenszusammenhänge verweisen auf die unterschiedlichen Bedingungen ländlicher und städtischer Regionen

<sup>10</sup> Gesunde Städte-Netzwerk, Deutschland

Massnahmen für ältere Menschen gefragt, welche die unterschiedlichen Lebenswelten mit einbeziehen (Hurrelmann & Kolip 2002). Das Bundesamt für Gesundheit, Sektion Chancengleichheit und Gesundheit (2004) führt in diesem Zusammenhang auf, dass in der Alters- und Gesundheitspolitik die unterschiedlichen Lebensrealitäten<sup>11</sup> und Bedürfnisse von Frauen und Männern im Alter zu berücksichtigen sind.

## 2 Methodisches Vorgehen

Ergebnisse verschiedener Forschungen<sup>12</sup> deuten auf erste Veränderungen des Freizeitverhaltens im Alter hin, insbesondere auch eine Zunahme von ehrenamtlichem Engagement und geselligen Aktivitäten mit Freunden und Bekannten. Wesentlich auffälliger sind jedoch die Haltungsänderungen auf Seiten der Seniorinnen und Senioren. So scheint die ‚Geschäftigkeitsethik‘ der achtziger Jahre an Stellenwert zu verlieren, während Einstellungen wie: ‚das zu tun, wozu man gerade Lust hat‘ und selbstbewusster einfach ‚nur zu faulenzten und nichts zu tun‘ an Bedeutung zu gewinnen. Insgesamt vermitteln die Studien den Eindruck, dass sich das Freizeitverhalten zwar nur geringfügig verändert hat; im Gegensatz zu den achtziger Jahren scheinen heutige Seniorinnen und Senioren aber wesentlich zufriedener und weniger beeindruckt vom gesellschaftlichen Diskurs über die Notwendigkeit aktiven und produktiven<sup>13</sup> Alter(n)s zu sein. Für kommende Generationen ‚junger Alter‘ ist von einer Intensivierung dieser Haltung auszugehen - handelt es sich doch zunehmend um Angehörige rund um die 68er Generation und den damit einhergehenden gesellschaftlichen Wertewandel. Der steigende Stellenwert von Selbstverwirklichung, Genuss, aber auch gesellschaftskritischen Haltungen in Kontrast zu den klassischen Sekundärtugenden wie Leistungsorientierung, Fleiß und Affirmation dürfte kaum den geeigneten Boden zur Umsetzung von ‚Wiederverpflichtungsplänen‘, insbesondere auch mit Blick auf den steigenden Hilfebedarf mit zunehmendem Lebensalter, hergeben. Eine ausgeprägtere Beteiligung an Initiativen zur Verbesserung der eigenen Lebenssituation sowie die Ausweitung von Bildungsaktivitäten sind demgegenüber wesentlich wahrscheinlicher.

Ausgehend von diesem Szenario ergibt sich, dass sich durch die nachberufliche Phase zwischen dem 62-75 Lebensjahr die Bedürfnisse und Bedarfe bezüglich des Freizeitverhaltens von Männern und Frauen ändern. Aber auch die durch den Verlust des Partners (Tod, Krankheit etc.) veränderte Wohn- und Familienformen gewinnen möglicherweise ausserfamiliäre soziale Netzwerke und Angebote im Freizeitbereich<sup>14</sup> zunehmend an Bedeutung. Dieser Prozess erfordert Anpassungsvermögen auf individueller und Institutioneller Ebene.

Diese Dienstleistung hat zum Ziel das Angebot der von Non- Profit Organisationen durchgeführten Freizeitangebote für Frauen und Männer ab 62 Jahren im Oberwallis zu dokumentieren. Die Ergebnisse sollen mögliche Tendenzen der Bereitstellung von Angeboten der Freizeitaktivitäten bzw. der damit verbundenen Ziele aufzeigen. Diese Erfassung soll u.a. die Art des Angebots im Freizeitbereich, die Zielgruppe wie auch die Veränderungen vom Angebot und Zielgruppe darlegen. Diese Ist-Analyse berücksichtigt die geschlechtsspezifischen Aspekte. Sie ermöglicht Anregungen im Hinblick auf unterstützende Interventionen auf kommunaler oder Vereinsebene.

---

<sup>11</sup> Geschlechtsspezifische Gesundheitsunterschiede im Alter bestehen in den Bereichen: Sterberisiko und Todesursachen, Psychisches Wohlbefinden, Gesundheitliche Beeinträchtigungen und Medikamentenkonsum, Herz-Kreislaufkrankungen, Krebserkrankungen, Depressionen, Behinderungsfreie Lebensjahre, Pflegebedürftigkeit<sup>11</sup>.

<sup>12</sup> Vgl. BAT-Freizeitstudie, Berliner Altersstudie

<sup>13</sup> Produktives Alter vgl. Lehr 1994

<sup>14</sup> Unter „Freizeitangebot“ werden in der vorliegenden Arbeit all jene Aktivitäten verstanden, die durch einen Anbieter organisiert und für Gruppen von Personen im Pensionsalter durchgeführt werden. Die Aktivitäten dienen der Entwicklung der Person und unterscheiden sich von Unterstützungsformen zur Bewältigung vom Alltag (Wohnen, Pflege, Verpflegung, usw.).

Die Dienstleistung erstreckte sich über den Zeitraum von Januar 2005 bis Januar 2006.

## 2.1. Methodik

Bei diesem Projekt handelt es sich um eine quantitative standardisierte, schriftliche Befragung zum bestehenden Freizeitangebot<sup>15</sup> im Oberwallis.

Um die entsprechende detaillierte Analyse durchführen zu können, wurden ausschliesslich Non-Profit Organisationen und Institutionen<sup>16</sup> befragt. Bei der Auswahl angewandten Kriterien wurden u.a. zwei Kriterien berücksichtigt: die geographische Lage sowie ein bestehendes Dienstleistungsangebot für ältere Menschen, insbesondere im Freizeitsektor.

Insgesamt wurden 366 Anbieter aus dem Oberwallis identifiziert welche im Freizeitsektor (Non-Profit) Angebote<sup>17</sup> bereitstellen. Die Identifizierung erfolgte über Informationen aus den Gemeinden, Suche im Internet wie auch mittels Gespräche mit Experten der kantonalen Dienststelle für das Gesundheitswesen. Es ist anzumerken, dass bei diesem Verfahren die Möglichkeit besteht, dass einzelne Anbieter vergessen wurden.

Um das Angebot möglichst flächendeckend durchzuführen wurde entschieden die Stichprobe auf der Grundgesamtheit zu erheben.

## 2.2. Vorgehen

In einer ersten Phase wurde ein Fragebogen entwickelt, welcher auf Anwendbarkeit getestet wurde.

### 2.2.1. Der Fragebogen

Die definitive Version des Fragebogens<sup>18</sup> war inhaltlich in drei Bereiche aufgeteilt:

#### 1. *Auftragsbereich der Institution*

In diesem Teil ging es darum, die Art der Institution sowie die Zielgruppe der Dienstleistungen der angeschriebenen Institution zu erfassen.

#### 2. *Dienstleistungen im Freizeitbereich*

Hier wurden Bereiche in denen Freizeitangebote angesiedelt waren erfragt. Ebenso wurden Aussagen zu geschlechtsspezifischen Unterschieden innerhalb der Bereiche und Zielgruppe gesammelt. Weitere Fragen befassten sich mit der Informationsverbreitung, der Zusammenarbeit mit anderen Institutionen, sowie mit der möglichen Veränderungen im Angebot und in der Zielgruppe.

#### 3. *Aktuelle Freizeitangebote*

In einem dritten Teil des Fragebogens wurden die Befragten gebeten, die drei wichtigsten, durchgeführten Freizeitaktivitäten zu beschreiben. Die Fragen dienten der Umschreibung des Bereiches des Angebots, dessen Ziele und Inhalte und Teilnehmerzahl. Gewisse Angaben betrafen organisatorische Dimensionen wie Kursleitung, Finanzierung und Qualitätsüberprüfung.

Die Befragung erfolgte in erster Linie mittels geschlossenen Fragen (d.h. anzukreuzende ITEMS), wobei jeweils deklariert wurde, ob eine oder mehrere Antwortmöglichkeiten bestehen. Das Vorgehen anhand von geschlossenen Fragen ermöglicht eine Kodierung. Die anschliessende Analyse der Daten erfolgte computergesteuert mit SPSS (Statistical Program for Social Sciences).

---

<sup>15</sup> Siehe die unter FZ 13 aufgeführte Definition.

<sup>16</sup> Unter Organisationen und Institutionen verstehen wir Vereine (Sport-, Müttervereine, usw.) Pfarreien, Gemeinden, Altersheime, Sozialmedizinische Zentren.

<sup>17</sup> Es war zu dieser Zeit nicht bekannt ob im spezifischen für Frauen und Männer ab 62 Angebote offeriert wurden, oder diese in den allgemeinen Angeboten integriert waren.

<sup>18</sup> Siehe Anhang Nr. 1

### 2.2.2. Die Durchführung

Das Gleichstellungsbüro versandte im Mai 2005 die Fragebogen zusammen mit einem Begleitbrief<sup>19</sup> und einem beiliegenden, adressierten Briefumschlag. Mit dem Ziel die Neutralität der Befragung zu garantieren wurden die antwortenden Institutionen gebeten, den Fragebogen an die HEVs2 in Visp zurückzusenden.

Die befragten Institutionen bez. Personen konnten mittels eines separaten Schreibens Ergebnisse der Befragung anfordern. Um die Rücklaufquote zu optimieren, wurde im Juni durch das Gleichstellungsbüro ein Nachfolgebrief versandt. Der Rücksendetermin wurde auf Mitte Juli festgelegt.

Die von den antwortenden Institutionen<sup>20</sup> ausgefüllten Fragebogen wurden anonymisiert und vertraulich behandelt.

---

<sup>19</sup> Siehe Anhang Nr. 2

<sup>20</sup> Wie unter FZ.15 aufgeführt

### 3 Datenanalyse

Die Ergebnisse der Datenanalyse umfassen in einem ersten Teil eine Beschreibung der Rücklaufquote. Der zweite Teil dieses Kapitels ist in drei Bereiche, analog denen des Fragebogens eingeteilt. Die drei Bereiche umfassen Fragestellungen zum Auftragsbereich der Institution, gefolgt von allgemeinen Informationen über das Angebot im Dienstleistungs- und Freizeitbereich, und Angaben über die Zielgruppe. In einem letzten Abschnitt werden Informationsverbreitung und das Vorgehen betreffend der Planungen der Angebote dargelegt.

#### 3.1. Rücklaufquote

Von den 366 verschickten Fragebogen wurden im Juli 165 ausgefüllte Fragebogen an die Haute Ecole Valaisanne Santé Social (HEVs<sup>2</sup>) zurückgesendet. Dies entspricht einer Rücklaufquote von 45%, welche als zufrieden stellend betrachtet werden kann<sup>21</sup>.

Die Verteilung der zurückgesandten Fragebogen auf die Institutionen und Einrichtungen zeigt sich in der folgenden Graphik (vgl. Abb. 2).

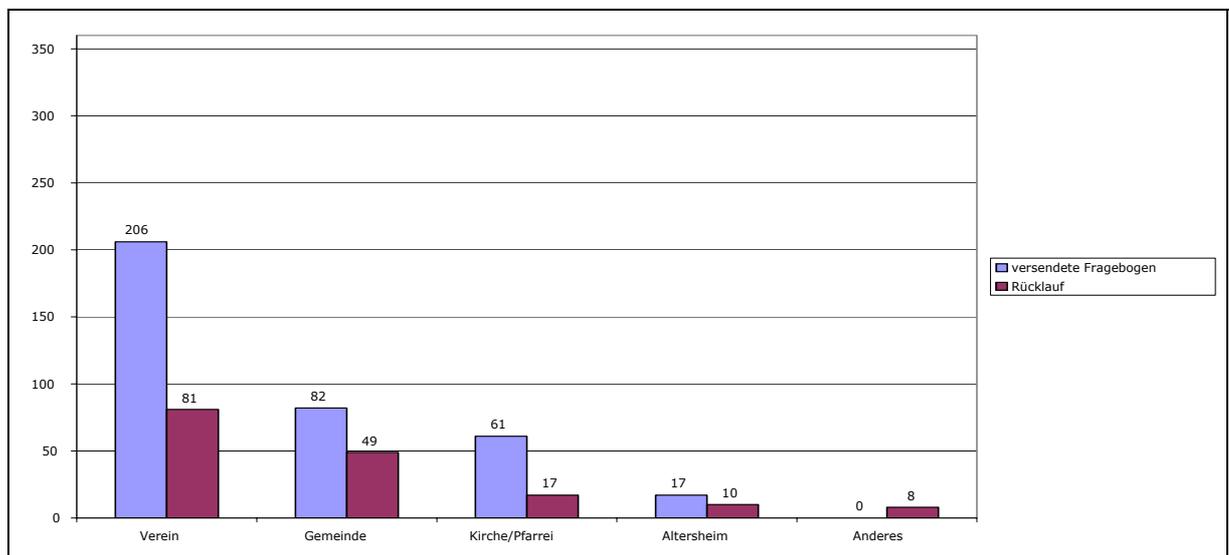


Abb. 2: Beschreibung der Grundgesamtheit (n=366) und der Rücklaufquote (n=165) in N je nach Institution

Bei den Institutionen, welche angeschrieben wurden handelte es sich um Altersheime, Gemeinden, Kirchengemeinden und Vereine<sup>22</sup>. Die Grundgesamtheit<sup>23</sup> der versandten Fragebögen besteht etwa zur Hälfte aus Vereinen (206, 56%), zu einem Viertel aus Gemeinden<sup>24</sup> (82, 22.4%) und zu einem Viertel aus Kirchen (61, 16.7%). Altersheimen entsprechen einem kleinen Anteil der befragten Institutionen (10, 4.6%).

Etwa die Hälfte der Fragebögen wurde durch einen Verein (81, 49%) zurückgeschickt, bei über einem Viertel handelt es sich um Gemeinden (49, 29.7%) und zu etwa einem Viertel

<sup>21</sup> Bei einer schriftlichen Befragung liegt die Rücklaufquote im allgemeinen zwischen 40 – 60%, je nach Themenbereich (Bortz & Dörin, 2002).

<sup>22</sup> Sportvereine, Frauen und Müttervereine, Samaritervereine

<sup>23</sup> Vgl. Tabelle 1 im Anhang 3

<sup>24</sup> Gemeinden wurden gebeten, die Fragebögen an die für das freizeitorientierte Angebot zuständige Person weiterzuleiten (z.B. Vormundschaftsbehörde). Das Dienstleistungsangebot für ältere Menschen umfasst Aktivitäten welche der Beschäftigung dienen, wie auch Unterstützungen zur Bewältigung des Alltags (Wohnen, Pflege, usw.).

aus Kirchen (17, 10.3%). Altersheimen (10, 6.1%).und andere Formen an Institutionen (8, 4.8%) bilden ein Zehntel der Stichprobe.

Eine genaue Analyse der Rücklaufquote legt folgende Unterschiede zu Tage<sup>25</sup>. Der Anteil der Gemeinden (49 von 82, 59.8%) und der Altersheime (10 von 17, 58.8%), die einen ausgefüllten Fragebogen zurückgeschickt haben, liegt eindeutig über der durchschnittlichen Rücklaufquote. Hingegen haben Vereine (81 von 206, 39.3%) wie auch Kirchen/Pfarreien (17 von 61, 27.9%) etwas seltener auf unsere Anfrage geantwortet. Diese Abweichungen lassen sich wahrscheinlich aufgrund unterschiedlicher Leistungsaufträge erklären. Vereine wie auch Kirchen/Pfarreien entwickeln nicht unbedingt nur ein altersorientierte Angebot.

Obwohl Grundgesamtheit und Stichprobe leichte Abweichungen in Bezug auf ihre Zusammensetzung aufweisen, entspricht die Rücklaufquote in etwa der proportionalen Verteilung der Grundgesamtheit. Somit betrachten wir unsere Stichprobe als repräsentativ für Institutionen, welche gezielte Dienstleistungen für Frauen und Männer ab 62 Jahren anbieten.

### Zusammenfassung Rücklaufquote

Von den 366 verschickten Fragebogen wurden 165 zurückgesendet (Rücklaufquote von 45%). Die Rücklaufquote entspricht grösstenteils der proportionalen Zusammensetzung der Grundgesamtheit, wobei geringfügige Abweichungen vermutlich aufgrund unterschiedlicher Leistungsaufträge zustande kommen. Die Stichprobe kann als repräsentativ angesehen werden

## 3.2. Auftragsbereich der Institution

Die Analyse der ausgefüllten Fragebogen zeigt auf, dass zurzeit zwei von drei antwortende Institutionen Dienstleistungen für Frauen und Männer im Alter ab 62 anbieten (102 von 165, 61.3%). Die Aufteilung je nach Art der Institutionen zeigt sich in der folgenden Abbildung.

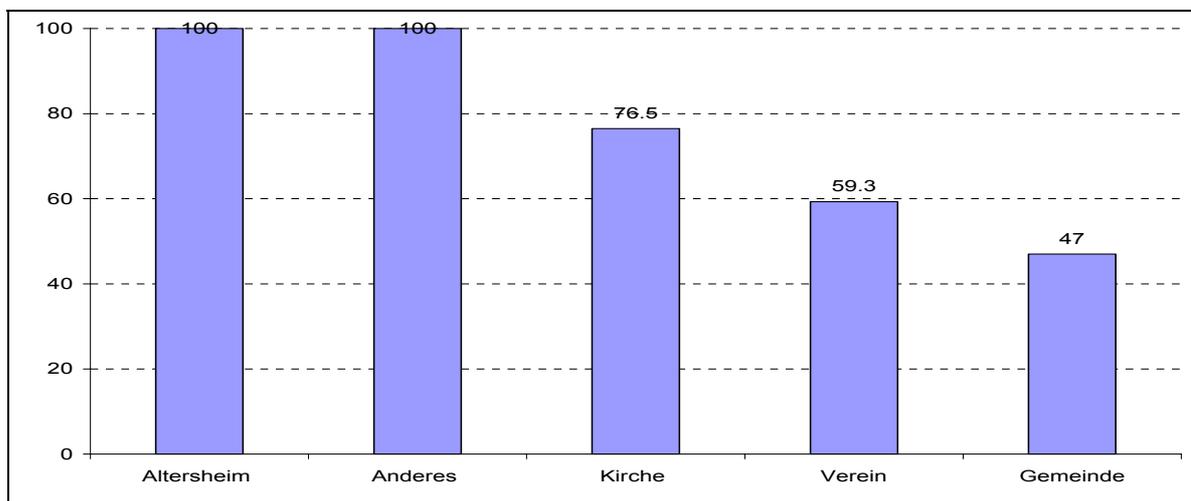


Abb. 3: Anteil der Institutionen, welche Dienstleistungen angeben, je nach Art der Institution in % (N= 102)

Anbieter sind u.a. alle antwortenden Altersheime (10 von 10, 100%) wie auch Institutionen, die sich unter Anderes (8 von 8, 100%) zugeordnet haben. Zwei Drittel der Kirchen und Pfarreien (13 von 17, 76.5%) wie auch jeder dritte Verein (48 von 81, 59.3%) und jede zweite Gemeinde (23 von 49, 47%) führen einen Leistungsauftrag für diese Zielgruppe aus (vgl. Abb. 3).

<sup>25</sup> Vgl. Abb. 2

### 3.2.1. Angebotene Dienstleistung für Frauen und Männer ab 62 Jahren

Etwa ein Drittel der Institutionen (63 von 102, 38.2 %) hat kein gezieltes Dienstleistungsangebot für dieses Alterssegment (vgl. Abb. 4). Institutionen ohne Leistungsangebot für Frauen und Männer ab 62 Jahren sind u.a. Vereine (33 von 63, 52,4%) und Gemeinden (26 von 63, 41,3%).

Die erwähnten Dienstleistungen umfassen Beschäftigung, wie auch Unterstützungsformen zur Bewältigung vom Alltag (Wohnen, Pflege, usw.). Das Angebot kann folglich als breit bezeichnet werden.

Obwohl alle Bereiche vertreten sind, handelt es bei den am häufigsten genannten Dienstleistungen um Aktivitäten, welche der Beschäftigung (73 von 165, 44,2%) dienen. Bei anderen Formen an Angeboten geht es um Verpflegung (34 von 165, 20,6%), Beratung (27 von 165, 16,4%) und Pflege (26 von 165, 15,8%). Jede zehnte Institution hat im Wohnbereich Dienstleistungen (18, 10,9%) entwickelt. Bei ungefähr einem sechstel der Angebote wird dies durch die antwortenden Institutionen als Anderes (23, 13,9%) angegeben (vgl. Abb. 4).

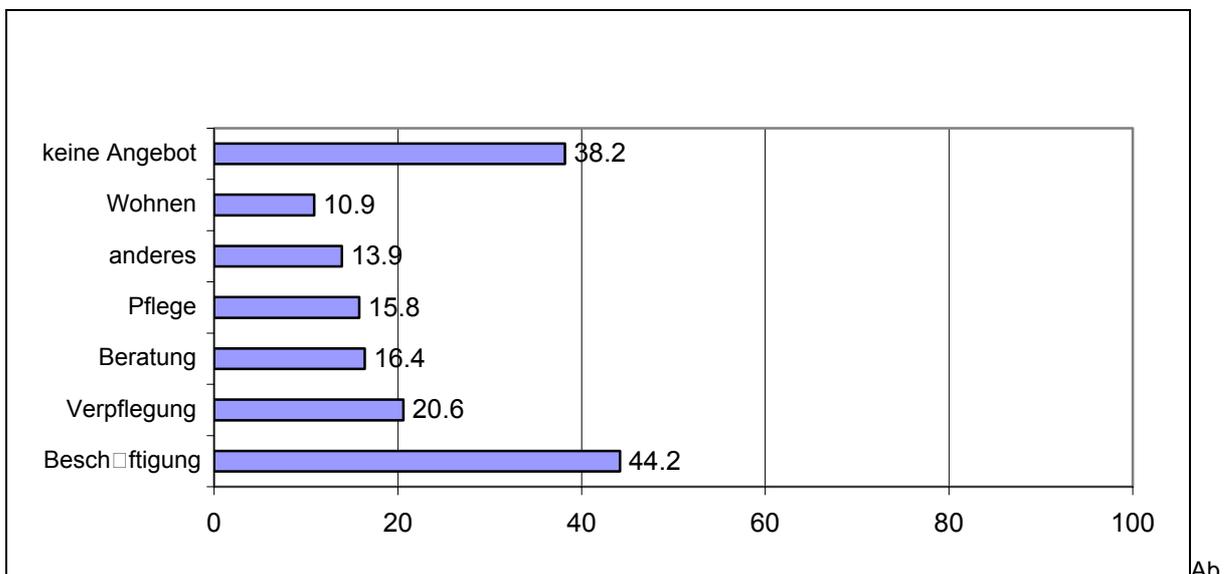


Abb. 4: Dienstleistungen der einzelnen Institutionen nach Bereichen in % (n= 102, Mehrfachantwort möglich)<sup>26</sup>

Obwohl alle Arten an befragten Institutionen Dienstleistungen für die betreffende Zielgruppe entwickelt haben, differenziert sich hier das Angebot:

Dienstleistungen im Bereich der Beschäftigung werden zwar von allen Arten an Institutionen erwähnt<sup>27</sup>, die Analyse zeigt jedoch, dass in diesem Bereich v.a. Vereine tätig sind. Bei jeder zweiten Institution, welche ein solches Angebot erwähnt, handelt es sich um einen Verein (40 von 73, 54,8%). Das Beschäftigung ein verbreitetes Angebot ist, spiegelt sich darin wieder, dass die grosse Mehrheit der Vereine (40 von 48, 83,3%), der Altersheime (8 von 10, 80%) und der Kirche/Pfarrei (8 von 13, 61,5%) Beschäftigungstätigkeiten für Frauen und Männer ab 62 Jahren vorsehen. Bei anderen Art an Institutionen, wie z.B. Gemeinde (11 von 23, 47,3%) trifft dies fast für jede zweite antwortende Organisation zu.

Wohnen und Pflege gehören eindeutig zum Leistungsauftrag von Altersheimen<sup>28</sup>: jede zweite Dienstleistung im Bereich Wohnen (10 von 18, 55,6%) und jede Dritte hinsichtlich Pflege (10 von 26, 38,5%) wird durch ein Altersheim erwähnt. Andere Anbieter sind nicht ausgeschlossen, aber der Anteil der Gemeinden<sup>29</sup> und der Vereine<sup>30</sup>, welche sich hier engagieren, ist geringer.

<sup>26</sup> vgl. Tabelle 3 im Anhang 3

<sup>27</sup> vgl. Tabelle 3 im Anhang 3

<sup>28</sup> Alle 10 Altersheime (100%) geben *Wohnen* und *Pflege* als Dienstleistung an

<sup>29</sup> 4 Gemeinden von 23 (17,4%) erwähnen Dienstleistungen im Bereich *Wohnen*, 9 von 23 (39,1%) im Bereich *Pflege* und 11 von 23 (47,8%) im Bereich *Verpflegung*.

Zwei Drittel der Angebote, welche als Verpflegung deklariert werden, übernehmen entweder Gemeinden (11 von 34, 32.4%) oder Altersheime (10 von 34, 29.4%). Je nach Art der Organisation ist der Anteil der Institutionen, welche ein solches Angebot erarbeitet haben, sehr unterschiedlich. Alle Altersheime (10 von 10, 100%) sowie jede zweite Gemeinde (11 von 23, 47.8%) sind in diesem Bereich tätig. Hingegen sehen Vereine (6 von 48, 12.5%) und Kirche/Pfarreien (1 von 13, 7.7%) ein solches Angebot seltener vor.

Jeder zweite Institution, welche Beratung für Frauen und Männer ab 62 Jahren vorsieht, ist entweder eine Gemeinde (7 von 27, 27.9%) oder ein Verein (7 von 27, 27.9%). Der Vergleich in Bezug auf die Art des Anbieters zeigt jedoch, dass ein solches Angebot anscheinend nicht von allen Organisationen im gleichen Ausmass angeboten wird. Im Falle der Kirchen/Pfarreien (5 von 13, 38.5%), der Gemeinden (7 von 23, 30.4%), sowie der Altersheime (3 von 10, 30%) entspricht dies einem Drittel der Institutionen. Bei Vereinen (7 von 48, 14.6%) ist es ein Sechstel.

### 3.2.2. Zielgruppe der Dienstleistungen

Zielgruppen<sup>31</sup> der Dienstleistungen sind sowohl Frauen und Männer unter 75 Jahren (64 von 102, 62.7%) als auch Hochaltrige Personen<sup>32</sup> (46 von 102, 45.1%). Im Allgemeinen richten die antwortenden Institutionen ihr Angebot auf mehrere Zielgruppen aus:

Falls Personen unter 75 Jahren die Zielgruppe sind, adressieren sich die Institutionen, in erster Linie an Frauen wie auch an Männer (46 von 64, 75%). Ein Fünftel der antwortenden Institutionen gibt ausschliesslich Frauen unter 75 (13 von 64, 20.3%) als Zielpublikum an. Spezifische Angebote für Männer in dieser Altersgruppe werden von einem kleinen Anzahl an Anbieter (5 von 64, 7.8%)<sup>33</sup> entwickelt.

Die Aktivitäten für Frauen und Männer unter 75 richten sich nicht nur an diese Altersgruppe, zwei Drittel der antworteten Institutionen erwähnen bei gleicher Dienstleistung ebenfalls Hochaltrigen Personen<sup>34</sup> als Zielgruppe. Ein Drittel der Organisation richtet sein Angebot so aus, dass es ausschliesslich für Personen im hohen Alter (15 von 46, 32.6%) gedacht ist.

Die antwortenden Institutionen erwähnen ebenfalls andere Zielgruppen. Dies trifft für etwas weniger als jede Vierte Institution (23 von 102, 22.5%) zu. Zu vermuten ist, dass es sich hier eventuell um Angehörige von älteren Personen oder um Fachpersonen handelt. Fest steht, dass solche Angebote nur selten direkt Frauen und Männer über 62 Jahren ansprechen (9 von 79, 11.4%)<sup>35</sup>.

Bei einem Vergleich der Zielgruppe mit den einzelnen Dienstleistungen ergibt sich folgendes Bild (Abb. 5).

<sup>30</sup> 1 Verein von 47 (2.1%) erwähnt *Wohnen* als Angebot, und 3 von 47 (6.3%) *Pflege*.

<sup>31</sup> vgl. Tabelle 4 im Anhang 3

<sup>32</sup> Unter „Hochaltrigkeit“ verstehen wir Personen ab 75 Jahren

<sup>33</sup> Vgl. Tabelle 5 im Anhang 3. Die Unterschiede zwischen den einzelnen Zielgruppen sind jedoch statistisch nicht signifikant, u.a. wegen der hohen Anzahl an Angebote, welche für Frauen und Männer entwickelt werden.

<sup>34</sup> Zwei Drittel der Aktivitäten, welche für Hochaltrige Personen gedacht sind, schliessen jüngere Teilnehmer und Teilnehmerinnen nicht aus (31 von 46, 67.4%).

<sup>35</sup> Vgl. Tabelle 6 im Anhang 3, stat. sig. .000, Chi<sup>2</sup> 24.969

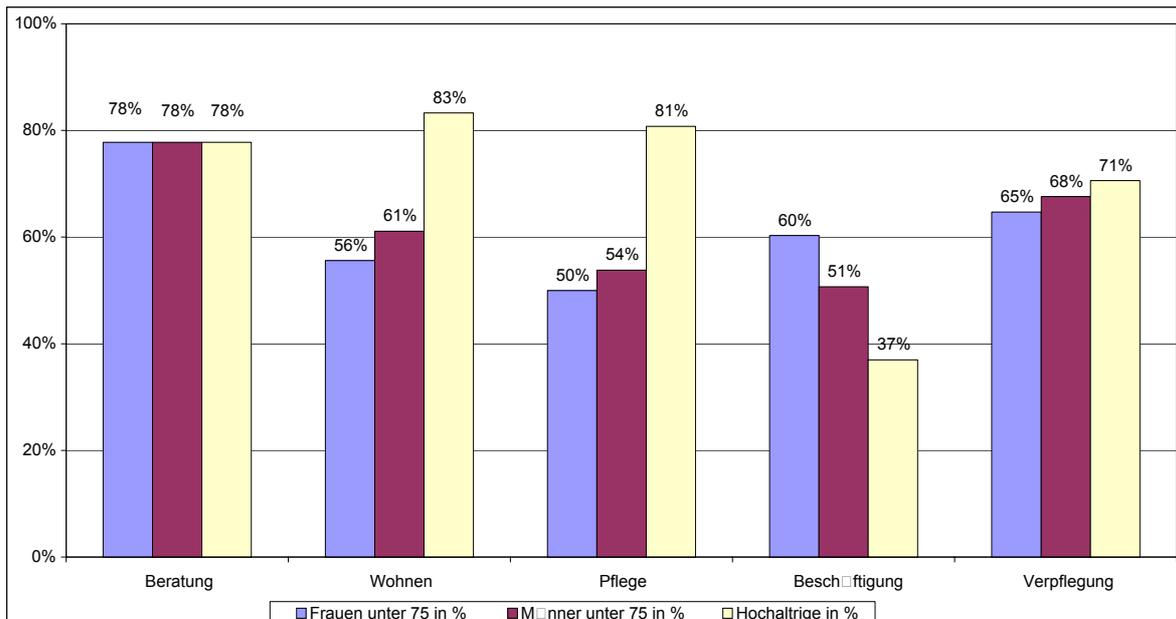


Abb. 5: Bereich Dienstleistungsangebot je nach Zielgruppe in % (n = 102 Mehrfachantwort möglich)<sup>36</sup>

Ein gezielter Vergleich, inwiefern das Angebot geschlechtsorientiert erarbeitet wird, zeigt, dass Anbieter dieses Kriterium wenig berücksichtigen. Insbesondere der Bereich der Beratung<sup>37</sup>, Wohnen<sup>38</sup>, Pflege<sup>39</sup> und Verpflegung<sup>40</sup> richtet sich sowohl an Frauen als auch an Männer unter 75 Jahren. Beschäftigungsaktivitäten adressieren sich zwar etwas öfters an Frauen unter 75 Jahren (44 von 73, 60.3%) als an gleichaltrige Männer (37 von 73, 50.7%). Es sollte jedoch nicht übersehen werden, dass hier fast jede zweite Institution Frauen und Männer in diesem Alter als Zielgruppe angibt (32 von 73, 43.8%).

Bei gewissen Dienstleistungen wie z.B. Wohnen (15 von 18, 83.3%), Verpflegung (24 von 34, 70.6%) und Pflege (21 von 26, 80.8%) kann beobachtet werden, dass sie etwas öfters hochaltrigen Personen angeboten werden. Im Falle der Beschäftigungsaktivitäten trifft das Gegenteil zu: Personen unter 75 sind etwas öfters als Zielpublikum erwähnt (bei Hochaltrigen handelt es sich um 27 Angebote von 73, 37%). Zwei von drei Institutionen die Beratung anbieten, stellen ihre Dienste Frauen und Männer unter 75 wie auch Hochaltrigen Personen zur Verfügung (17 von 21, 63%).

Die statistische Analyse zeigt jedoch, dass die antwortenden Institutionen ihr Angebot nicht auf eine spezifische Altersgruppe ausrichten<sup>41</sup>, u.a. weil etwas mehr als jedes zweite Angebot alle Altersgruppen anspricht<sup>42</sup>.

<sup>36</sup> vgl. Tabelle 7 im Anhang 3

<sup>37</sup> 21 Institutionen von 27 (77.8%) bieten Dienstleistungen im Bereich *Beratung* für Frauen *und* Männer unter 75 an. Weitere Angebote richten sich an eine andere Zielgruppe.

<sup>38</sup> 10 Institutionen von 18 (55.5%) bieten Dienstleistungen im Bereich *Wohnen* für Frauen *und* Männer unter 75 an. Weitere Angebote richten sich an eine andere Zielgruppe.

<sup>39</sup> 13 Institutionen von 26 (50.0%) bieten Dienstleistungen im Bereich *Pflege* für Frauen *und* Männer unter 75 an. Weitere Angebote richten sich an eine andere Zielgruppe.

<sup>40</sup> 22 Institutionen von 34 (64.7%) bieten Dienstleistungen im Bereich *Verpflegung* für Frauen *und* Männer unter 75 an. Weitere Angebote richten sich an eine andere Zielgruppe.

<sup>41</sup> Die statistische Analyse legt keinen signifikanten Unterschied dar. Vgl. Tabelle 8 im Anhang 3

<sup>42</sup> Z.B. quasi jede zweite Institution, die einen Leistungsauftrag im Bereich *Verpflegung* (16 von 34, 48.1%) oder *Pflege* (11 von 16, 42.3%) angibt, adressiert sich an alle Altersgruppen.

### **Zusammenfassung der Ergebnisse im Auftragsbereich der Institution**

Zurzeit bieten im Raum Oberwallis zwei von drei antwortende Institutionen Dienstleistungen für Frauen und Männer im Alter ab 62 an. Ein Viertel dieser Organisation richtet sich nicht nur an direkt Betroffene, sondern erarbeitet ein Angebot für eine andere Zielgruppe. Hier handelt es sich wahrscheinlich um Angehörige oder um Fachpersonen.

Als Anbieter kommen alle Arten an angeschriebene Institutionen in Frage, wobei ihr Anteil sehr unterschiedlich ist: Altersheime und "Andere" Formen an Organisationen sind in diesem Bereich tätig und sehen systematisch ein Angebot für diese Zielgruppe vor. Dies lässt sich wahrscheinlich durch ihren Leistungsauftrag erklären. Andere Arten an Organisationen, wie z.B. Kirchen, Vereine und Gemeinden geben ebenfalls Dienstleistungen an, jedoch nicht im selben Ausmass.

Das beschriebene Angebot für Frauen und Männer ab 62 Jahren ist umfangreich. Etwa die Hälfte der antwortenden Institutionen sieht Beschäftigungsaktivitäten vor. Angebote und Unterstützungsformen zur Bewältigung vom Alltag, wie z.B. Wohnen, Pflege, Verpflegung und Beratung, sind ebenfalls von jeder zweiten Institution erwähnt. Die Analyse zeigt, dass gewisse Organisationen mehrere Bereiche der Dienstleistungen abdecken, wie z.B. Altersheime. Andere haben sich wiederum eher spezialisiert, ohne jedoch andere Formen an Dienstleistungen grundsätzlich ausschliessen, wie z.B. Vereine:

- Vereine bieten in erster Linie ein Beschäftigungsorientierte Programm an. Zudem decken sie in etwa die Hälfte des Angebots in diesem Bereich ab;
- Altersheime kombinieren oftmals Unterstützungsformen zur Bewältigung vom Alltag, wie Wohnen, Pflege und Verpflegung. Sie übernehmen einen grossen Anteil der Dienstleistungen in diesem Bereich. Dieses Angebot ist oftmals durch Beschäftigungsaktivitäten ergänzt;
- Gemeinden, im Gegensatz zu den beiden vorher erwähnten Organisationen, scheinen ein breites Angebot zu haben, sie decken alle Bereich ab. Sie übernehmen jeweils einen kleinen Anteil der Dienstleistungen ohne sich spezialisiert zu haben.
- Kirchen und Pfarreien adressieren sich anscheinend an Frauen und Männer ab 62 in dem sie Leistungen aufbringen die als Beratung gefolgt von Beschäftigung bezeichnet werden.

Zielgruppen der Dienstleistungen sind eher Frauen und Männer unter 75 Jahren gefolgt von Hochaltrigen Personen. Im Allgemeinen richten die antwortenden Institutionen ihr Angebot auf mehrere Zielgruppen aus, und dies unabhängig vom Alter und vom Geschlecht. Das Angebot im Bereich der Unterstützung zur Bewältigung vom Alltag wird zwar etwas häufiger hochaltrigen Personen angeboten, es ist dennoch nicht absolut geschlechts- oder altersorientiert. Dieses Ergebnis ist nicht erstaunlich, insofern solche Leistungen je nach individuellen Bedürfnissen beansprucht werden. Folglich kann keine soziale Gruppe aufgrund ihres Alters oder Geschlechts im vornherein ausgeschlossen werden.

Eine Ausnahme bilden Dienstleistungen im Bereich der Beschäftigung. Diese Form von Angebot scheint etwas öfters für Frauen unter 75 Jahren entwickelt zu werden.

### 3.3. Dienstleistungen im Freizeitbereich (N=75)

Zurzeit bieten etwa zwei von drei der antwortenden Institutionen, die Dienstleistungen für ältere Frauen und Männer erwähnen, Freizeitangebote an (75 von 102, 73.5%). Auch wenn der Anteil der Anbieter von Dienstleistungen für die definierte Zielgruppe relativ hoch ist, bedeutet dies nicht, dass ein Angebot systematisch mit einem bestehenden Freizeitangebot verbunden wird.

Acht von zehn Institutionen, die ihr Angebot als Beschäftigung deklarieren, erwähnen ein aktuell bestehendes Freizeitangebot (59 von 75, 78.7%)<sup>43</sup>. Dieser hohe Übereinstimmungsgrad lässt vermuten, dass einerseits Beschäftigungstätigkeiten den Angeboten im Freizeitbereich gleichgestellt werden, und dass dieses Angebot beständig ist.

Weitere Dienstleistungen schliessen ein Freizeitangebot nicht aus: Institutionen, welche Unterstützung zur Bewältigung vom Alltag anbieten<sup>44</sup>, nennen ebenfalls Aktivitäten im Freizeitbereich. Zwei von drei Organisationen bieten zusätzlich noch *Verpflegung* (21 von 34, 61.8%) an, und jede zweite führt zusätzlich ein *Wohn-* (10 von 18, 55.9%) oder ein *Pflegeangebot* (12 von 26, 46.2%). Auch im Bereich der *Beratung* sind Freizeitaktivitäten Bestandteil des Angebots derselben Organisation (14 von 27, 51.9%).

#### 3.3.1. Die Anzahl der 2004 angebotenen Freizeitaktivitäten

Die Anzahl der im Jahr 2004 durch die antwortenden Institutionen durchgeführten Freizeitaktivitäten reicht von weniger als fünf Angeboten bis zu mehr als 20 Angebote (vgl. Abb. 6). Die Angaben zeigen jedoch, dass Institutionen für dasselbe Jahr mehrere Veranstaltungen anbieten. Zwei Drittel der Organisationen hat für 2004 bis zu zehn Aktivitäten erwähnt (41 von 66, 62.1%) und jede fünfte Institution mehr als zwanzig (15 von 66, 22.7 %).

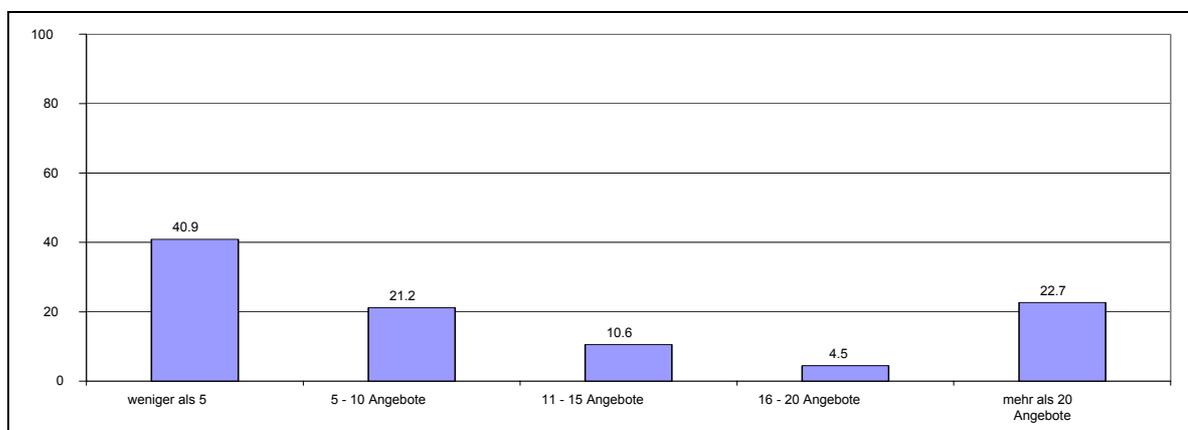


Abb. 6: Anzahl der im Jahr 2004 angebotenen Freizeitaktivitäten in % (n = 66)<sup>45</sup>

Anhand der Analyse der Anzahl der im selben Jahr durchgeführten Angebote, kann die Vielfalt des Programms im Freizeitbereich überprüft werden. Demzufolge ist nicht erstaunlich, dass u.a. Vereine ein breiteres Angebot angeben:

Bei jeder zweiten Institution<sup>46</sup>, welche mehr als 20 Angebote für das Jahr 2004 erwähnt, handelt es sich um einen Verein (7 von 15, 46.6%). Bei den anderen Institutionen kann kein solcher markanter Unterschied festgestellt werden. Auch wenn etwa zwei Drittel der Gemeinden (10 von 16, 62%) und jeder zweite Verein (13 von 31, 41.9%) weniger als fünf Angebote für das Jahr 2004 nennen, sind diese Differenzen nicht aussagekräftig. Der Grund liegt darin, dass unabhängig von der Art der Institution, die Anzahl der angebotenen

<sup>43</sup> Vgl. Tabelle 9 im Anhang 3

<sup>44</sup> Vgl. Tabelle 9 im Anhang 3, die statistische Analyse ist nicht signifikant.

<sup>45</sup> Vgl. Tabelle 10 im Anhang 3

<sup>46</sup> Vgl. Tabelle 11 im Anhang 3

Veranstaltungen zum grössten Teil unter zehn pro Jahr liegt. Die Breite des Angebots und die Art der Institution stehen somit nicht im Zusammenhang<sup>47</sup>.

### 3.3.2. Der Bereich der 2004 angebotenen Freizeitaktivitäten

Das Angebot im Freizeitbereich ist also in erster Linie auf den Bereich *Gesundheit* (49 von 75, 66.2%) fokussiert, gefolgt von Aktivitäten zur Wissensvermehrung bzgl. *Kultur und Bildung* (33 von 75, 45.2%)<sup>48</sup>. Personenorientierte Hilfe oder Informationen mit dem Ziel die eigene Lebenssituation zu verbessern, wie z.B. *Lebenshilfe*, entsprechen einem Drittel der Angebote (22 von 75, 29.3%).

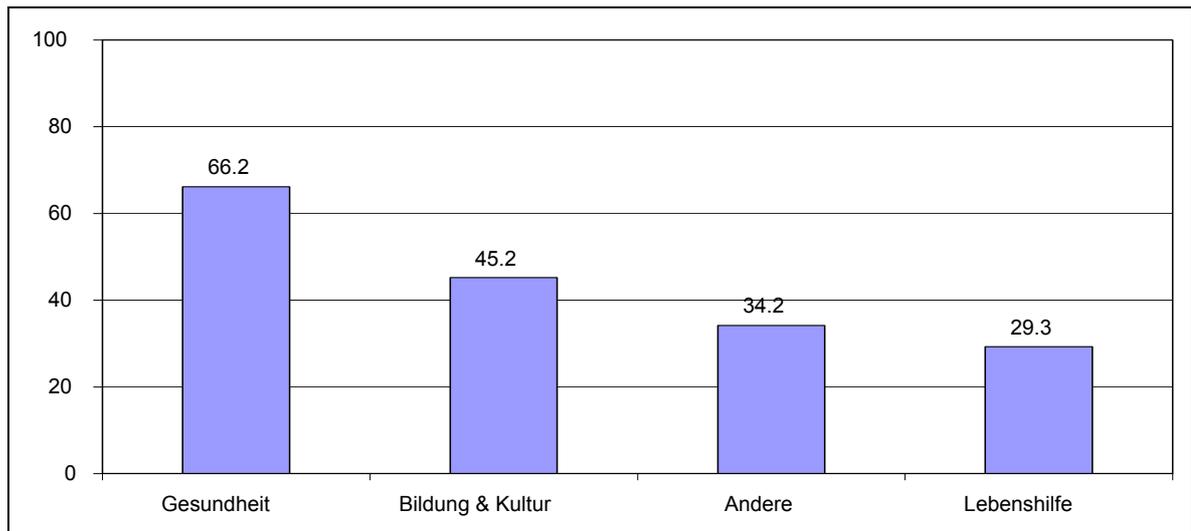


Abb. 7: Art der angebotenen Freizeitaktivitäten (n = 75)<sup>49</sup>

Insgesamt besteht kein Unterschied zwischen Bereich des Angebots und Art des Anbieters<sup>50</sup>. Dies lässt sich dadurch erklären, dass einerseits alle Arten von Organisationen Angebote in allen Bereichen erarbeiten. Andererseits weisen alle Anbieter die gleiche Tendenz auf, was den Fokus ihres Angebotes betrifft. Für die meisten steht der Bereich Gesundheit im Vordergrund, gefolgt von der Wissensvermehrung<sup>51</sup>.

### 3.3.3. Zielgruppe der durchgeführten Freizeitaktivitäten

Laut Anbieter werden sowohl Frauen *als auch* Männer als Zielpublikum für die diversen Freizeitveranstaltungen begrüsst (vgl. Abb. 8). Je nach Bereich bestehen jedoch Unterschiede, was die Zielgruppe betrifft. Wenn zwei Drittel der Organisatoren von Anlässen im Bereich der *Bildung* und der *Kultur* Frauen *und* Männer als Zielpublikum erwähnen (19 von 28, 67.9%), trifft dies nur bei jedem zweiten Angebot im Bereich Gesundheit (19 von 38, 50.0%) zu. Beide Geschlechtergruppen werden im Falle der *Lebenshilfe* bei weniger als jedem zweiten Angebot begrüsst (7 von 16, 43.8%).

<sup>47</sup> Die statistische Analyse legt keinen signifikanten Unterschied dar: vgl. Tabelle 12 im Anhang 3.

<sup>48</sup> Welche Themen im Rahmen der Veranstaltungen im Bereich der *Bildung und Kultur* behandelt wurden, wurde nicht angegeben.

<sup>49</sup> vgl. Tabelle 13 im Anhang 3

<sup>50</sup> vgl. Tabelle 14 im Anhang 3. Die statistische Analyse legt keinen signifikanten Unterschied dar.

<sup>51</sup> Vgl. Tabelle 14 im Anhang 3. Ausnahmen sind hier Kirchen/Pfarreien sowie Altersheime, welche eher Bildungs- und Kulturveranstaltungen anbieten. Dennoch ist wegen der kleinen Anzahl an Anbieter, dieser Unterschied statistisch nicht signifikant.

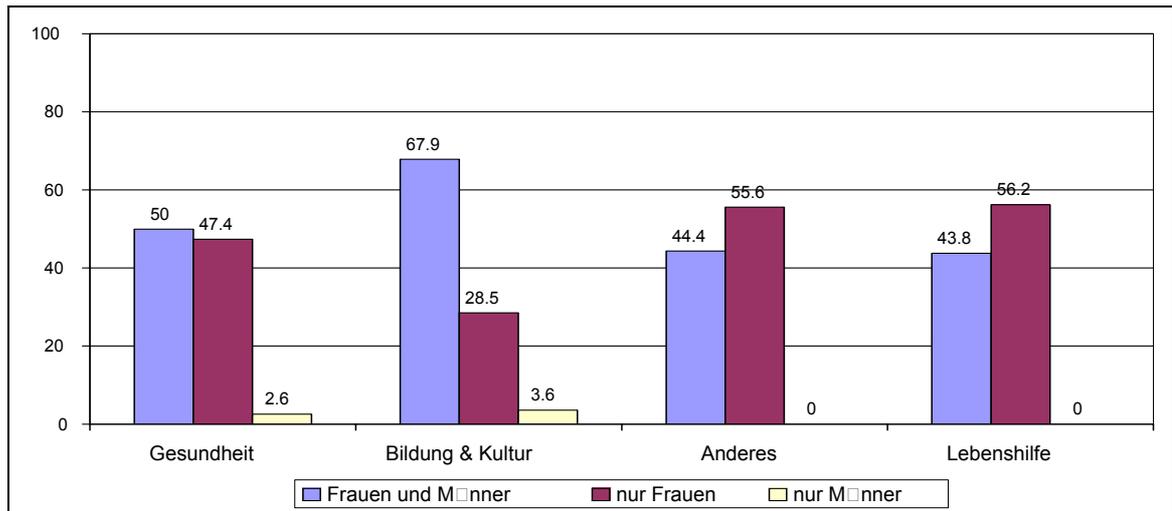


Abb.8: Zielgruppe der Freizeitangebote je nach Geschlecht in % (n = 75, Mehrfachantwort möglich)<sup>52</sup>

Im Allgemeinen muss festgestellt werden, dass das Freizeitangebot in erster Linie an Frauen adressiert ist. Die Anzahl der Angebote, welche ausschliesslich für Männer organisiert werden, liegt eindeutig unter jener für Frauen<sup>53</sup>. Dies trifft für alle Arten von Veranstaltungen zu.

### 3.4. Bekanntmachung von angebotenen Freizeitaktivitäten

Die Institutionen informieren die Zielgruppen über ihr Angebot an Freizeitaktivitäten auf unterschiedliche Art und Weise (vgl. Abbildung 9)<sup>54</sup>. Die *Mund zu Mund Propaganda* ist, laut Institutionen das meist gewählte Instrument: etwas mehr als zwei Drittel der Anbieter gehen so vor (51 von 75, 68%). Der *Mitteilungskasten der Gemeinden* ist ebenfalls ein häufig eingesetztes Verfahren, jeder zweite Veranstalter (37 von 75, 49.3%) informiert über diesen Weg. *Persönlich adressierte Briefe* (28 von 75, 37.3%) werden von einem Drittel der Organisationen gewählt.

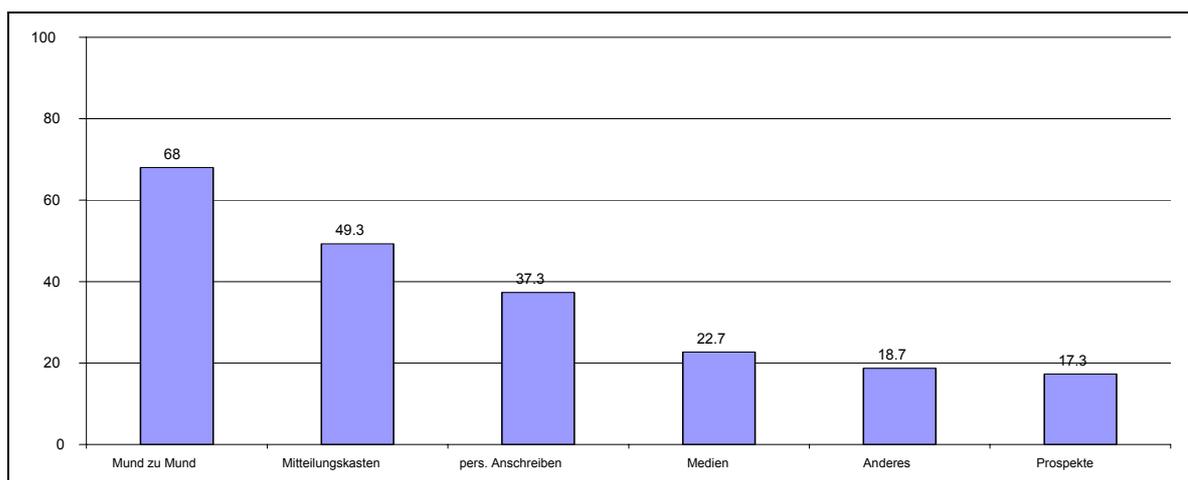


Abb.9: Informationsverbreitung über die angebotenen Freizeitveranstaltungen an die Zielgruppen (N=75, Mehrfachantwort möglich)

Eine etwas feinere Analyse (Informationskanäle je nach Veranstalter) legt dar, dass alle Arten von Anbietern von Freizeitangeboten den *persönlichen Kontakt* nutzen, um über ihre

<sup>52</sup> Vgl. Tabelle 15 im Anhang 3

<sup>53</sup> Vgl. Tabelle 15 im Anhang 3

<sup>54</sup> Vgl. Tabelle 16 im Anhang 3. Bei der Analyse wurden die Items Gemeinde & Mitteilungskasten der Gemeinde zusammengefügt. Wir haben ebenfalls eine neue Kategorie geschaffen, in dem wir Inserate in Zeitung und Anzeige im Radio, als Medien betrachten.

Aktivitäten zu informieren<sup>55</sup>. Es bestehen jedoch gewisse Unterschiede zwischen Kirchen/Pfarreien (9 von 11, 81.8%), Vereinen (26 von 37, 70.3%) und Anderen. Informationen über Veranstaltungen durch Gemeinden (9 von 16, 56.3%) und Altersheime (3 von 6, 50%) laufen anscheinend weniger über den persönlichen Austausch.

Im Gegensatz zum spontanen Gespräch werben Gemeinden für ihre Anlässe etwas öfters über ihren *Mitteilungskasten*<sup>56</sup> (11 von 16, 68.8%). Kirchen und Vereine berufen sich auf eine Informationsverbreitung durch Dritte und nutzen ebenfalls das Anschlagbrett der Gemeinde<sup>57</sup>.

Was *persönlich adressierte Briefe* an Interessierte von Veranstaltungen betrifft, kann festgestellt werden, dass Gemeinden (7 von 16, 43.3%), Verein (15 von 37, 40.5%) aber auch andere Formen an Anbieter (4 von 5, 80%) so vorgehen. Es ist gut möglich, dass Verein so verfahren, wenn sie über ihr jährliches Programm informieren.

*Inserate in Medien* werden seltener aufgegeben. Der Anteil der Anbieter, welche solche Informationskanäle einsetzt, liegt zwischen einem Drittel im Fall der Kirchen (4 von 11, 36.4%) und einem Viertel bei Vereinen (8 von 37, 21.6%). Altersheime, wie auch Gemeinden verzichten grundsätzlich auf solche Informationsstrategien. Dieser niedrige Anteil an Organisationen, welche auf Medien zurückgreifen, lässt sich höchstwahrscheinlich durch die Kostenfragen erklären.

Die Informationsverbreitung über Veranstaltungen verläuft über mehrere Kanäle. Insbesondere kombinieren Anbieter die *Mund zu Mund Propaganda* und das Aushängen der Information im *Mitteilungskasten* der Gemeinde. Etwas weniger als zwei von drei Anbieter verlassen sich auf beide Strategien (31 von 51, 60.8%)<sup>58</sup>.

Je nach Bereich der angebotenen Freizeitaktivitäten wählen die Anbieter keine spezifischen Informationskanäle<sup>59</sup>. Was mit der Feststellung übereinstimmt, dass in erster Linie der *persönliche Austausch*, wie auch das *Aushängen der Informationen* die häufigst genannten Strategien zur Informationsverbreitung darstellen.

### 3.5. Planung und Entwicklung von Freizeitangeboten

Diverse Impulse unterstützen die Anbieter bei der Planung und Entwicklung von Freizeitangeboten, dies trifft für drei von vier Organisatoren zu (58 von 75, 77.3%)<sup>60</sup>. Bei der Hälfte der Veranstalter basiert das Angebot auf einer Anregung (34 von 75, 45.3%), und bei einem Drittel wurde mehrere Anreize berücksichtigt (24 von 75, 32%).

*Anregungen durch Dritte* an die Organisatoren spielen eine Rolle bei der Erarbeitung vom Angebot. Anbieter erwähnen hier in erster Linie *Anfragen von Mitbürger und Mitbürgerinnen* (27 von 75, 36%) wie auch Vertreter und Vertreterinnen von Institutionen<sup>61</sup> (24 von 75, 32%). Kursleiter und Kursleiterinnen bringen ebenfalls Ideen zur Erweiterung des Angebots ein (15 von 75, 20%). Im Gegensatz hierzu entstehen ein Zehntel der Initiativen in Zusammenarbeit mit Fachstellen (9 von 75, 12%). *Systematische Befragungen der Bevölkerung* wie auch Erkenntnisse durch *Forschungsergebnisse* werden bei der Entwicklung und Planung von Freizeitangeboten selten eingesetzt (vgl. Abb. 10).

<sup>55</sup> Vgl. Tabelle 17 im Anhang 3

<sup>56</sup> Mitteilungskasten der Gemeinde= dieser dient der Veröffentlichung aktueller Information aus der Gemeinde. Meist ist dieser Mitteilungskasten an den Gemeindegäusern installiert.

<sup>57</sup> Jede zweite Kirche/Pfarrei hängt diese Information im Mitteilungskasten aus (6 von 11, 54.4%), bei Vereinen ist dieser Anteil etwas niedriger (16 von 37, 43.2%).

<sup>58</sup> Vgl. Tabelle 18 im Anhang 3. Chi<sup>2</sup> 8.361, p. .004. Alle weiteren statistische Analysen waren nicht signifikant.

<sup>59</sup> Keine statistische Analyse war signifikant

<sup>60</sup> Vgl. Tabelle 19 im Anhang3. 17 Institutionen von 75 (22.7%) geben an, keine Informationsquelle mobilisiert zu haben.

<sup>61</sup> Unter Institutionen verstehen wir Kirchen, Gemeinden wie auch Vereine.

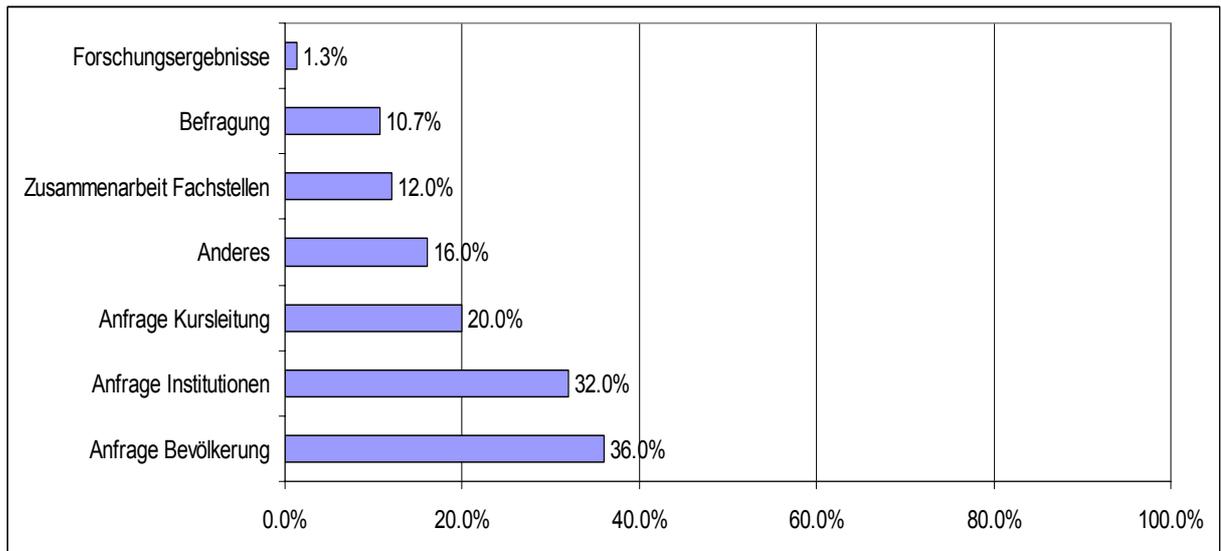


Abb. 10: Informationen zu Planung und % (n=75, Mehrfachantwort möglich)<sup>62</sup>

Obwohl für alle Bereiche des Freizeitangebots Anfragen aus der Bevölkerung eine zentrale Rolle spielen, zeigt sich, dass je nach Art der Veranstaltung die Anreize sich leicht unterscheiden<sup>63</sup>:

*Gesundheitsorientierte* Veranstaltungen werden etwas öfters auf Anregungen durch Vertreter und Vertreterinnen von Institutionen (12 von 49, 24.5%) oder durch die Kursleitung (13 von 49, 26.5%) angeboten. Andere Formen an Anregungen, wie z.B. Befragungen oder die Zusammenarbeit mit Fachstellen spielen in diesem Bereich eher eine Nebenrolle;

*Kulturelle Veranstaltungen* entstehen in erster Linie auf Anregungen von Interessierten (19 von 33, 57.6%). Weitere Ideen für solche Anlässe bringen andere Institutionen ein (14 von 33, 42.4%). Andere Formen an Anträgen sind in diesem Bereich eher selten.

Anfragen von Seiten der Kursleitung (6 von 15, 40%) und von Fachstellen (4 von 9, 44.4%), spielen eine Rolle bei der Planung von Veranstaltungen im Bereich der *Lebenshilfe*. Dennoch kann nicht behauptet werden, dass diese Form von Anregung massgebend für dieses Angebot ist<sup>64</sup>.

<sup>62</sup> vgl. Tabelle 20 im Anhang 3

<sup>63</sup> Vgl. Tabelle 21 im Anhang 3

<sup>64</sup> Die statistische Analyse ist nicht signifikant.

### **Zusammenfassung der Ergebnisse in Bezug auf das Freizeitangebot**

Zwei Drittel der antwortenden Institutionen, die Dienstleistungen für ältere Frauen und Männer erwähnen, organisieren ebenfalls Freizeitveranstaltungen. Insbesondere Anbieter von Beschäftigungsbereich erwähnen ein bestehendes Freizeitangebot. Aber auch jede zweite Dienstleistung im Bereich der Unterstützung bei der Alltagsbewältigung wird durch ein Freizeitangebot ergänzt.

Die Anzahl der 2004 durchgeführten Freizeitaktivitäten variiert zwar stark, obwohl zwei Drittel der Organisationen bis zu zehn Veranstaltungen organisieren. Eine gewisse Ausnahme stellen Vereine dar. Im letzten Jahr war jeder zweiter Veranstalter, welcher ein Jahresprogramm mit über 20 Angeboten erwähnte, ein Verein.

Das Freizeitangebot ist in erster Linie gesundheits-, kultur- und bildungsorientiert. Veranstaltungen, welche Hilfe oder Informationen zur Verbesserung der Lebenssituation bieten, stehen an dritter Stelle. Diese Verteilung des Angebots unterscheidet sich nicht je nach Art der Anbieter.

Als Zielpublikum erwähnen die Veranstalter in erster Linie Frauen als auch Männer. Dieser Anteil der Veranstaltungen, welche beide Geschlechtergruppen ansprechen, unterscheidet sich leicht je nach Fokussierung des Anlasses. Bildung und Kultur sprechen tendenziell beide Geschlechtergruppen an, was nicht unbedingt für Anlässe im Gesundheits- und Lebenshilfebereich zutrifft. Obwohl Frauen und Männer an diesen Anlässen teilnehmen, können, ist das Freizeitangebot in diesen Bereichen etwas öfters für Frauen erarbeitet. Anlässe, welche ausschliesslich Männer als Zielpublikum haben, sind sehr selten. Folglich unterscheiden sich die Freizeitangebote von den allgemeinen Dienstleistungen für ältere Frauen und Männer, da Freizeitveranstaltungen etwas öfters geschlechterspezifisch entwickelt werden. Bei Dienstleistungen konnten wir dies nicht feststellen.

Die Institutionen informieren Interessierte über unterschiedliche Kanäle, wobei v.a. der persönliche Austausch zwischen Interessierten, wie auch der Mitteilungskasten der Gemeinden zum Tragen kommen. Diese Strategien werden v.a. durch Vereine, Kirchen/Pfarreien und Gemeinden eingesetzt. Die Kombination dieser zwei Ansätze stellt die Frage, inwiefern das Aushängen von Informationen an einem zugänglichen Ort den spontanen Austausch zwischen Mitbürgern fördert, und so den Zugang zum Angebot verstärkt, was voraussichtlich die Nachhaltigkeit der Information über das Freizeitangebot fördert.

Gemeinden und Vereine scheinen ebenfalls anhand von persönlich adressierten Briefen über ihre Veranstaltungen zu werben. Wir vermuten, dass es sich hier um die Bekanntmachung des jährlichen Programms handelt.

Der Informationsfluss verläuft anscheinend seltener über Medien. Dieser niedrige Anteil der Organisationen, welche auf Medien zurückgreifen, lässt sich wahrscheinlich durch die Kostenfrage erklären. Insbesondere dann, wenn Anbieter über kostenlose Informationskanäle, wie den persönlichen Austausch und den Mitteilungskasten verfügen. Informationsverbreitung über Medien erscheint so zum Teil überflüssig.

Die Anbieter wählen zwar zur Verbreitung der Informationen unterschiedliche Kanäle, wobei hier die Art der Veranstaltung keine Rolle zu spielen scheint. Die Auswahl erfolgt anscheinend eher über die Möglichkeit auf Strategien zurückgreifen zu können, die den Anbietern nahe stehen.

Die Organisatoren von Freizeitveranstaltungen berufen sich bei der Entwicklung und Planung von Freizeitaktivitäten auf Anregungen von Mitbürgerinnen, Kursleitung und Fachpersonen. Anfragen durch diese Beteiligten dienen in erster Linie der Entwicklung von Angeboten im gesundheitlichen und kulturellen Bereich. Demzufolge ist anzunehmen, dass hier das Freizeitangebot in erster Linie auf die Anregung der teilnehmenden Personen aufgebaut wird. Eine systematische Überprüfung des Bedarfs wird dennoch nur selten vorgenommen.

### 3.6. Beschreibung vom aktuellen Freizeitangebot

Die befragten Institutionen wurden gebeten, die drei wichtigsten Freizeitaktivitäten, welche sie veranstalten, näher zu beschreiben. Im darauf folgenden Kapitel, werden diese Angebote detailliert präsentiert.

Insgesamt haben die 75 antwortenden Institutionen, welche Dienstleistungen und Freizeitangebote angaben, 120 Veranstaltungen beschrieben. Dies entspricht einem Durchschnitt von 1.6 Angebot pro Institution.

Jeweils ein Drittel der beschriebenen Anlässe werden als *Gesundheit* (30 von 120, 35%), *Sport* (39 von 120, 32.5%) und *Bildung und Kultur* (38 von 120, 31.7%) beschrieben. Ein Viertel der Angebote entsprechen der *Lebenshilfe* (30 von 120, 25%) wie auch *Anderes* (30 von 120, 25.8%) (vgl. Abb. 11).

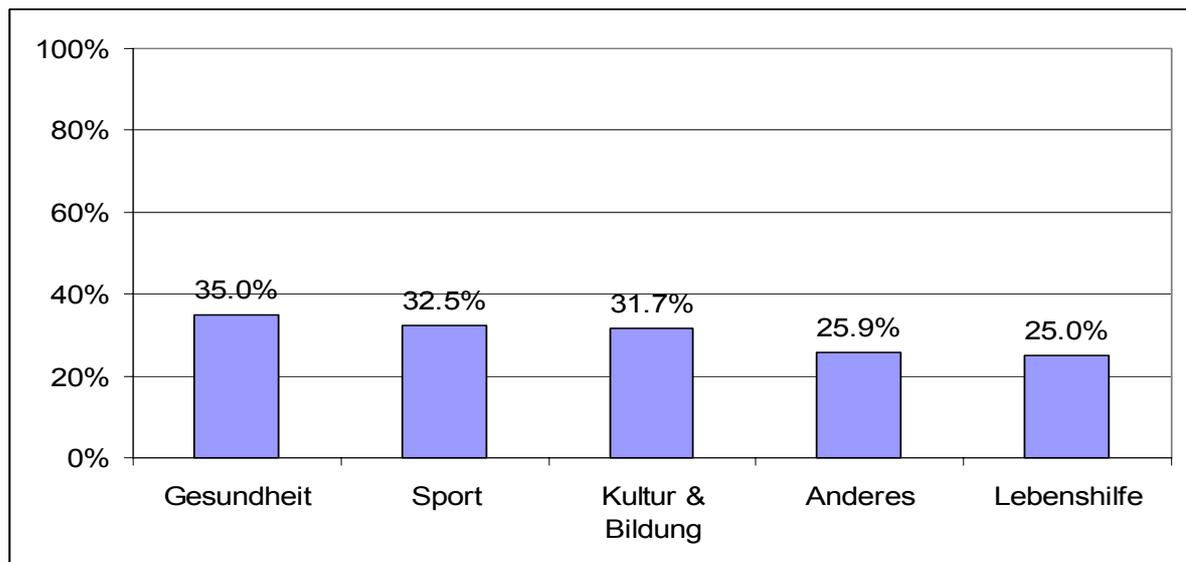


Abb. 11: Bereich des beschriebenen Freizeitangebotes in % (n=120, Mehrfachantwort möglich)<sup>65</sup>

Die Analyse der einzelnen Angebote im Bereich Gesundheit zeigt auf, dass mehr als die Hälfte der Anlässe hier nicht als sportliche Aktivität (22 von 42, 52.4%<sup>66</sup>) bezeichnet wurden. Folglich umfassen Aktivitäten in diesem Bereich nicht systematisch sportliche Betätigung.

Veranstaltungen im Bereich der Kultur und der Bildung werden ebenfalls nicht systematisch gleichgestellt. Trotzdem wird mehr als jeder zweite Anlass beiden Kriterien zugeteilt (9 von 16, 56.3%<sup>67</sup>, der Angebote entsprechen beiden Bereichen).

<sup>65</sup> vgl. Tabelle 22 im Anhang 3

<sup>66</sup> Chi2 : 6.733, p. .009

<sup>67</sup> Chi2 : 8.915, p. .005. Um die Aussagekräftigkeit der Daten zu verstärken, haben wir diese beiden Arten an Anlässen zusammengefügt.

### 3.6.1. Die Häufigkeit der Freizeitangebote

Die grosse Mehrheit der beschriebenen Freizeitaktivitäten fand zwischen 2004 und 2005 statt. Von den insgesamt 120 beschriebenen Anlässen wurde etwas weniger als jedes zweite ebenfalls 2005 angeboten (54 von 120, 45%) (vgl. Abb. 12).

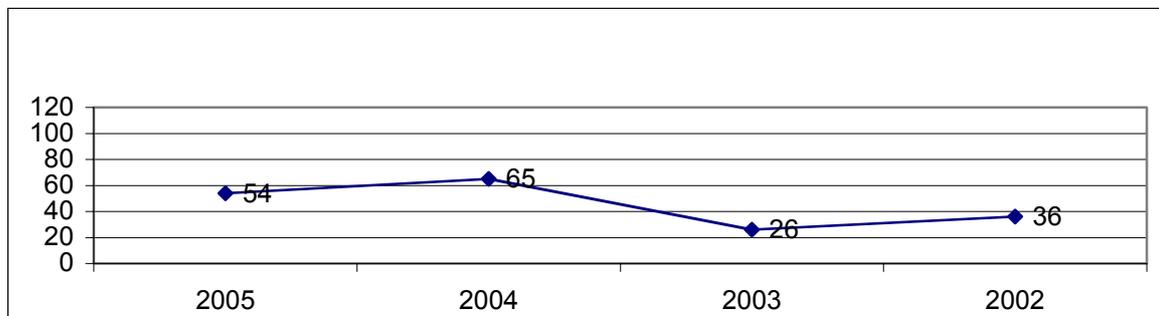


Abb. 12: Anzahl der beschriebenen Freizeitangebote je nach Durchführungsjahr in N (n=120, Mehrfachantwort möglich)<sup>68</sup>

Die Analyse der Daten legt dar, dass nur ein kleiner Anteil der beschriebenen Freizeitaktivitäten nicht stattgefunden hat (12 von 120, 10%). Neun von zehn Angebote wurden mindestens einmal durchgeführt (108 von 120, 90%), wobei ein Viertel wiederholt wurde (29 von 108, 26.9%) wurde (vgl. Abb. 13)<sup>69</sup>.

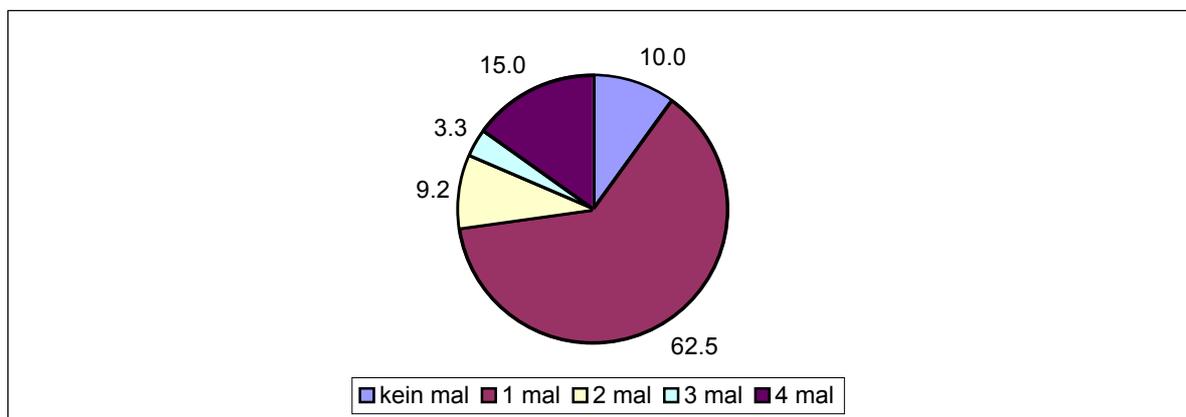


Abb. 13: Wiederholung vom Freizeitangebot im Verlauf der letzten 4 Jahren (zwischen 2002 – 2005, in %, n= 120)<sup>70</sup>

Es besteht kein Zusammenhang zwischen der Art des Angebots und der Regelmässigkeit<sup>71</sup> des Angebots.

<sup>68</sup> Vgl. Tabelle 23 im Anhang 3

<sup>69</sup> Die Ergebnisse erlauben keine Aussagen darüber, wie viele Veranstaltungen mit dem Angebot verbunden sind.

<sup>70</sup> vgl. Tab. 24 im Anhang 3

<sup>71</sup> Ob es im Verlauf der letzten Jahre angeboten wurde. Alle statistischen Analysen sind nicht signifikant.

### 3.6.2. Ziele des beschriebenen Freizeitangebots

Die beschriebenen Freizeitaktivitäten sind mit verschiedenen Zielsetzungen verbunden (vgl. Abb. 14). Etwas mehr als die Hälfte der Veranstaltungen soll den teilnehmenden Personen eine Gelegenheit bieten, soziale Kontakte zu knüpfen (82 von 120, 68.3%), sich zu unterhalten (66 von 120, 55%) oder sich zu bewegen (51 von 120, 42%). Weitere Ziele betreffen die Wissensvermehrung mittels Informationen (20 von 120, 16.7%) und Lernmöglichkeiten (17 von 120, 14.2%).

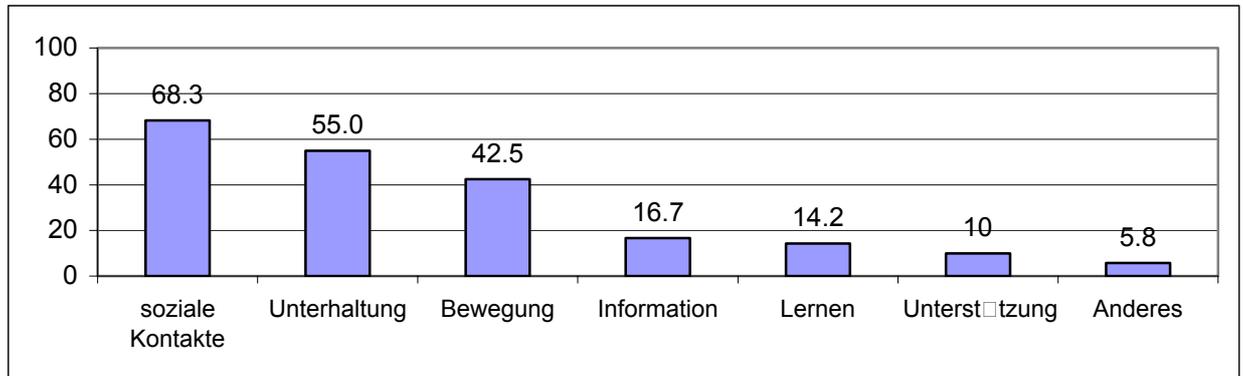


Abb. 14: Ziele der beschriebenen Freizeitangebote in % (n=120, Mehrfachantwort möglich)<sup>72</sup>

Soziale Vernetzung betrifft fast alle Angebote gleich und steht somit im Vordergrund der Freizeitveranstaltungen. Dies bestätigt sich dadurch, dass ein solches Ziel unabhängig von der Art der Veranstaltung erwähnt wird. Bei anderen Zielsetzungen ergibt sich ein differenziertes Bild<sup>73</sup>:

Freizeitaktivitäten im Bereich der Gesundheit sollen in erster Linie den teilnehmenden Personen eine Gelegenheit bieten, sich zu bewegen (26 von 42, 61.9%<sup>74</sup>). Solche Aktivitäten verfolgen zusätzlich auch den Zweck, Interessierte zu unterhalten (14 von 42, 33.3%<sup>75</sup>), zu informieren (11 von 42, 26.2%<sup>76</sup>) und sie zu unterstützen (8 von 42, 19%<sup>77</sup>). Interessant ist, dass zwei von drei Angeboten im Zusammenhang mit Unterstützung (8 von 12, 66.7%) und jeder zweite Anlass im Hinblick der Informationsvermittlung (11 von 20, 55%) dem Bereich Gesundheit zugeordnet wird.

Sportliche Veranstaltungen sind eindeutig bewegungsorientiert (35 von 39, 89.7%<sup>78</sup>), unterscheiden sich aber in der Zielsetzung nicht von den anderen Angeboten<sup>79</sup>.

Anlässe im Bereich Kultur & Bildung orientieren sich stark am Austausch (31 von 38, 81%<sup>80</sup>) und an der Unterhaltung (28 von 38, 73.7%<sup>81</sup>), sie bieten jedoch keine Unterstützung (1 von 38, 2.6%<sup>82</sup>).

Andere Formen von Anlässen sind oft an Unterhaltung (23 von 31, 74.2%<sup>83</sup>) gebunden, schliessen aber Bewegung nicht aus. Ein solches Ziel wird jedoch seltener im Vergleich zu anderen Veranstaltungen erwähnt (6 von 31, 19.4%<sup>84</sup>).

Aktivitäten im Bereich Lebenshilfe bieten sehr wenig Gelegenheit zur Bewegung (8 von 30, 26.7%<sup>85</sup>). Diese Angebote sind nicht spezifisch auf den Austausch mit anderen oder auf Informationsgewinn orientiert. Im Vordergrund dieser Veranstaltungen stehen der Zuwachs an Wissen (11 von 30, 36.7%<sup>86</sup>) und der Zugang zu Unterstützungsmöglichkeiten (7 von 30, 23.3%<sup>87</sup>).

<sup>72</sup> Vgl. Tabelle 25 im Anhang 3

<sup>73</sup> Vgl. Tabelle 26 im Anhang 3

<sup>74</sup> Chi2 : 9.56, p : .002

<sup>75</sup> Chi2 : 12.256, p : .000

<sup>76</sup> Chi2 : 4.220, p : .038

<sup>77</sup> Chi2 : 5.877, p : .020

<sup>78</sup> Chi2 : 52.770, p : .000

<sup>79</sup> Alle statistischen Analysen sind nicht signifikant

<sup>80</sup> Chi2 : 4.509, p : .026

<sup>81</sup> Chi2 : 7.844, p : .004

<sup>82</sup> Chi2 : 3.55, p : .058, Tendenz

<sup>83</sup> Chi2 : 6.221, p : .010

<sup>84</sup> Chi2 : 9.163, p : .002

<sup>85</sup> Chi2 : 4.103, P : .033

<sup>86</sup> Chi2 : 16.653, p : .000

### 3.6.3. Zielgruppen und Teilnahme am beschriebenen Freizeitangebot

Wird die Zielgruppe differenzierter angesehen, so haben z.B. geschlechterspezifische Unterschiede bei der Zielgruppendefinition auch Auswirkungen auf die Teilnahme und prozentuale Verteilung von Frauen und Männern in den Angeboten. In Abbildung 15 zeigt sich die geschlechterspezifische Aufteilung der Zielgruppen.

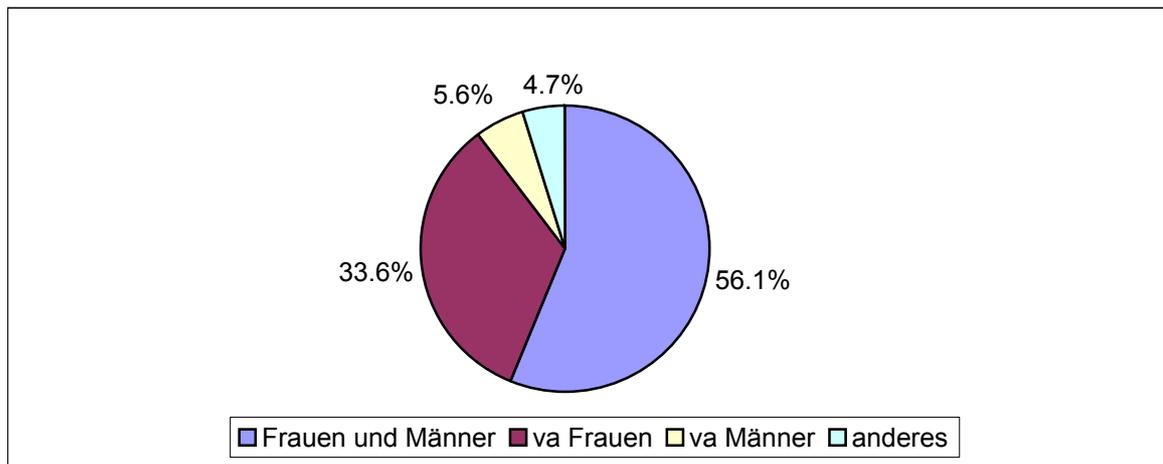


Abb. 15: Zielgruppe der verschiedenen beschriebenen Freizeitangebote in % (n=107)<sup>88</sup>

Die beschriebenen Freizeitaktivitäten adressieren sich mehrheitlich an Frauen und Männer (60 von 107, 56.1%). Für Frauen sind ein Drittel der Angebote (36 von 107, 33.6%) und etwa jedes achtzehnte Angebot ist für Männer (6 von 107, 5.6%) vorgesehen. Nur ein kleiner Anteil der Veranstaltungen ist für andere Gruppen gedacht (9 von 107, 4.7%). Laut Bemerkung der antwortenden Institution handelt es sich hier u.a. um intergenerationelle<sup>89</sup> Gruppen.

Bei der Betrachtung der Bereiche der einzelnen Angebote unter dem Gesichtspunkt der geschlechterspezifischen Aufteilung wird klar, dass fast alle Bereiche der Freizeitangeboten mehrheitlich Frauen und Männer ansprechen<sup>90</sup>. Dennoch ist festzustellen, dass gesundheitsorientierte Angebote etwas öfters auf Frauen (17 von 38, 44.7%<sup>91</sup>) ausgerichtet sind, hingegen sind Kultur und Bildungsanlässe etwas seltener nur für Frauen als Zielgruppe gedacht (7 von 37, 18.9%<sup>92</sup>).

Wird die Zielgruppendefinition mit den Zielsetzungen des Angebotes verglichen zeigt sich, dass auch hier keine spezifische Gruppe angesprochen wird und allgemein keine wesentlichen geschlechterspezifischen Unterschiede erkennbar sind<sup>93</sup>. Die Mehrheit der Ziele betreffen sowohl Frauen als auch Männer. Insbesondere Angebote welche Unterhaltung bieten, richten sich etwas öfters, als andere, an Frauen und an Männer (43 von 61, 70.5%<sup>94</sup>).

Die Anzahl der Besucher und Besucherinnen der beschriebenen Angebote reicht von mindestens vier Personen bis zu mehr als fünfzehn Personen. Der Anteil der Frauen und der Männer ist unterschiedlich (vgl. Abb. 16).

<sup>87</sup> Chi2 : 7.901, p : .010

<sup>88</sup> Vgl. Tabelle 27 im Anhang 3

<sup>89</sup> Darunter sind Veranstaltungen zu verstehen, die sich an verschiedene Generationen richten, d.h. nicht nur für Frauen und Männer ab 62.

<sup>90</sup> Vgl. Tabelle 28 im Anhang 3

<sup>91</sup> Die statistische Analyse ist nicht signifikant.

<sup>92</sup> Die statistische Analyse ist zwar signifikant (p : .017) jedoch nicht aufgrund der kleinen Anzahl aussagekräftig.

<sup>93</sup> Vgl. Tabelle 29 Im Anhang 3

<sup>94</sup> Ohne die Zielgruppe **andere**, Chi2 : 8.794, p : .012

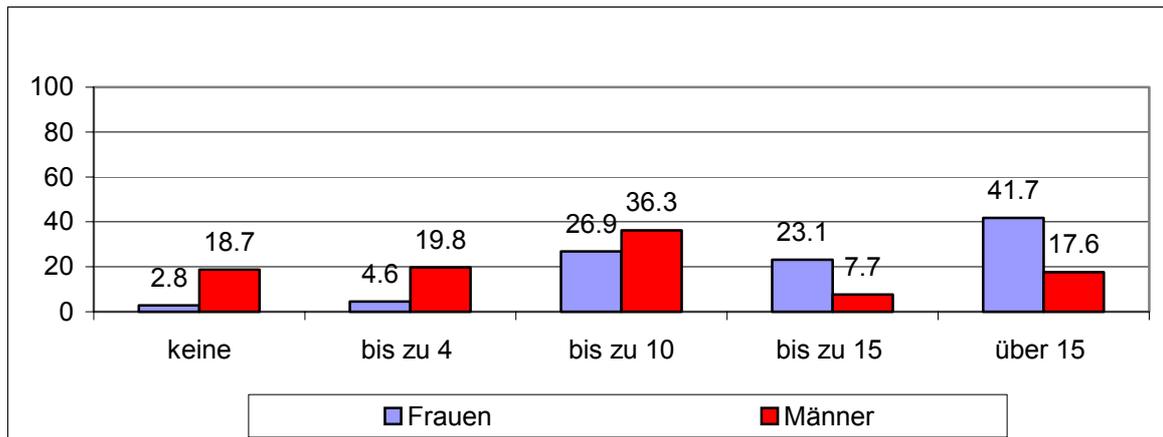


Abb. 16: Anzahl der Teilnehmer nach Geschlecht in % (n=108, 91)<sup>95</sup>

Insgesamt kann beobachtet werden, dass bei kleineren Gruppen häufiger Männer teilnehmen, hingegen bei ansteigender Teilnehmerzahl besteht die Gruppe vorwiegend aus Frauen.

Eine Analyse der Anzahl der Teilnehmerinnen und Teilnehmern legt zu Tage, dass die grosse Mehrheit der Aktivitäten von Frauen und von Männern (91 von 110, 82.7%<sup>96</sup>) besucht werden. Die Anzahl der Freizeitanlässe, an denen entweder nur Frauen oder nur Männer teilnehmen, sind anscheinend die Ausnahme. Diese Beobachtung stimmt folglich, mit der von den Anbietern angegebene Zielgruppendefinition, überein.

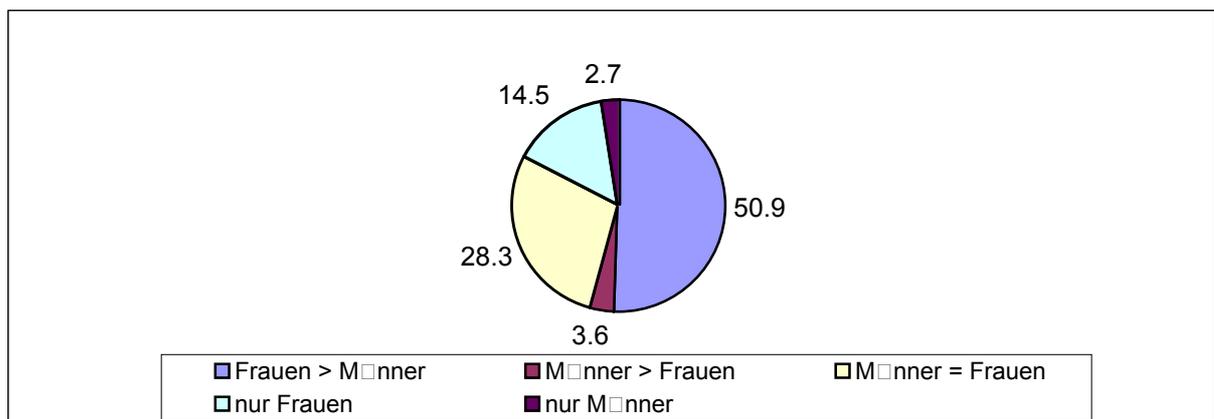


Abb. 17: Anteil an Frauen und Männern je nach beschriebenen Angebot in % (n=110)<sup>97</sup>

Auch wenn bei fast jedem zweiten von drei Angeboten Frauen *und* Männer teilnehmen, muss festgestellt werden, dass die Anzahl der Teilnehmerinnen über der Zahl der Teilnehmer liegt (72 von 110, 65.4%). Bei einem sehr kleinen Anteil der Veranstaltungen liegt die Anzahl der Teilnehmer über jener der Teilnehmerinnen (4 von 110, 3.6%).

Bei einem Viertel der Anlässe nimmt eine gleiche Anzahl Frauen und Männer teil<sup>98</sup>, bei anderen Veranstaltungen sind Frauen mehrheitlich überrepräsentiert (vgl. Abb. 17)

Diese Feststellung trifft ebenfalls auf die Zielsetzung zu<sup>99</sup>.

<sup>95</sup> Vgl. Tabelle 30 im Anhang 3

<sup>96</sup> 91 Veranstaltungen von 110 werden von Frauen und von Männern besucht. Vgl. Tabelle 31 im Anhang 3

<sup>97</sup> Vgl. Tabelle 31 im Anhang 3, ohne Angebote, wo keine Informationen über das Geschlecht der teilnehmenden Personen bestehen.

<sup>98</sup> Im Allgemeinen werden ein Viertel der Veranstaltungen durch eine gleiche Anzahl an Teilnehmerinnen und Teilnehmern besucht, bei zwei von drei Anlässen ist der Anteil der Teilnehmerinnen höher als der der Teilnehmer. Alle statistischen Analysen sind nicht signifikant.

<sup>99</sup> Alle statistischen Analysen sind nicht signifikant

### 3.6.4. Mittel zur Unterstützung der beschriebenen Freizeitangebote

Die beschriebenen Freizeitangebote verfügen über unterschiedliche Mittel zur Unterstützung. Diese reichen vom finanziellen Zuschuss bis zu Dienstleistungen, die kostenlos von Dritten zur Verfügung gestellt werden. Quasi alle beschriebenen Anlässe erhielten die eine oder die andere Form von Unterstützung: drei Viertel der Angebote verfügen über einen Beitrag durch eine Organisation (71 von 99, 71.7%<sup>100</sup>), und fast ebenso viele werden mittels Mitgliederbeiträge finanziert (67 von 97, 69.1%)<sup>101</sup>. Ein Vergleich der einzelnen Quellen zeigt, dass vier von zehn Aktivitäten über beide Formen von Unterstützung verfügen (vgl. Abb.18).

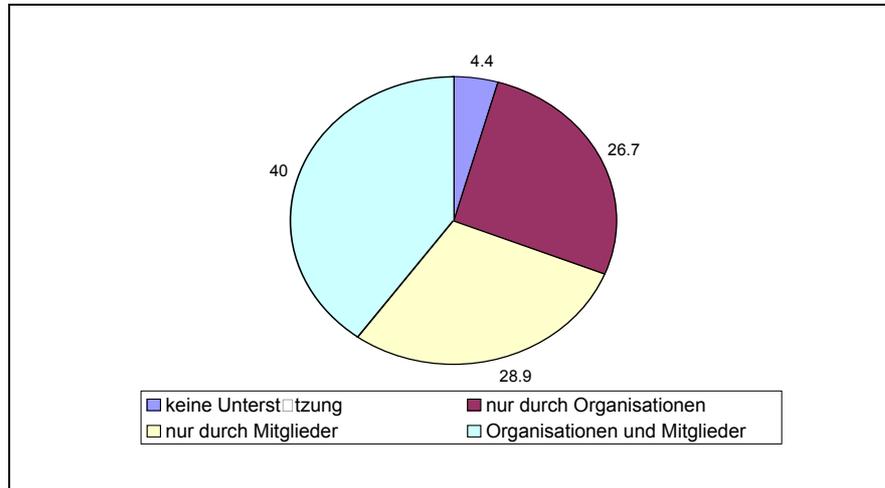


Abb. 18: Unterstützung vom Freizeitangebots je nach Quelle in % (n= 90)<sup>102</sup>

Die Form der Unterstützung, welche durch Organisationen erfolgt zeigt sich in der folgenden Abbildung (Abb.19).

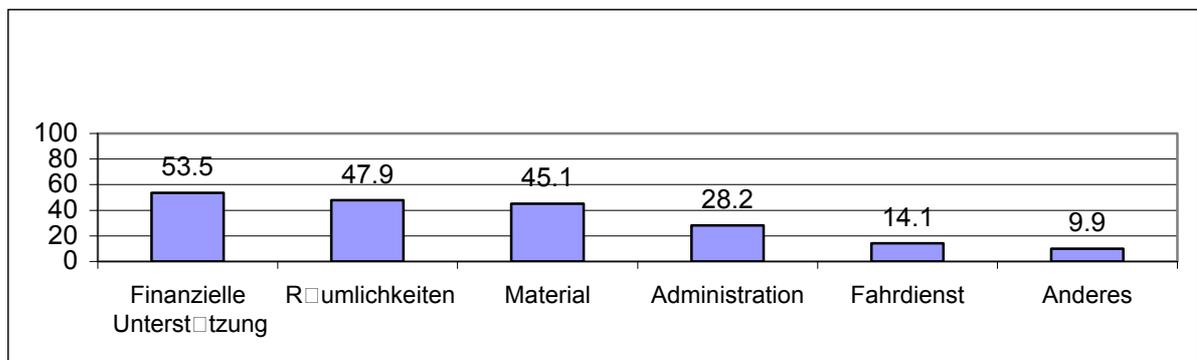


Abb. 19: Art der Unterstützung durch Organisationen in N und % (n=71, Mehrfachantwort möglich)<sup>103</sup>

Typische Unterstützungen sind hier finanzielle Hilfe (38 von 71, 53.5%), Räumlichkeiten (34 von 71, 47.9%) wie auch die Bereitstellung von Material (32 von 71, 45.1%). Hingegen ist ein Fahrdienst (10 von 71, 14.9%) anscheinend nicht typisch für Beiträge von Seiten der Organisationen. Die einzelnen Unterstützungsformen schliessen sich nicht aus. Bei einer finanzielle Hilfe werden jedoch kostenlose Anlässe seltener angeboten (12 von 38, 31.6%<sup>104</sup>).

<sup>100</sup> Fehlende Angaben : 21

<sup>101</sup> Fehlende Angaben : 23

<sup>102</sup> Vgl. Tabelle 32. Im Anhang 3. Fehlende Angaben : 30. Chi2 : 6.636, p : .008

<sup>103</sup> Vgl. Tabelle 33 im Anhang 3

<sup>104</sup> Chi2 : 6.011, p : .013

Die Beiträge der Mitglieder liegen unter Fr. 100.- (vgl. Abb.20). Mehrheitlich zahlen die teilnehmenden Personen weniger als Fr. 25.- (28 von 67, 41.8%). Dieser Beitrag kann als bescheiden bezeichnet werden.

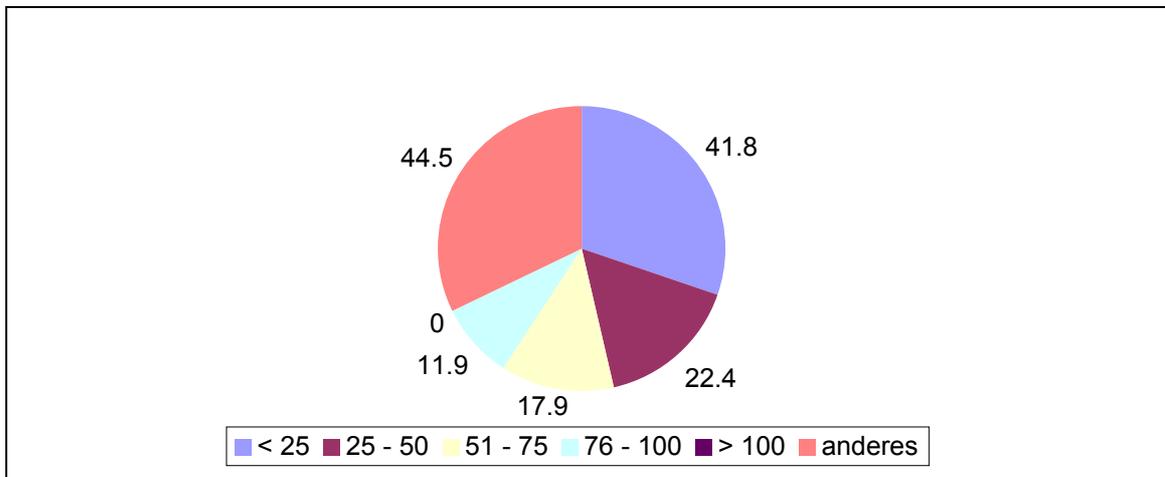


Abb. 20: Finanzielle Beteiligung von Mitgliedern in % (n=67)<sup>105</sup>

<sup>105</sup> Vgl. Tabelle 34 im Anhang 3

### **Zusammenfassung der beschriebenen Freizeitveranstaltungen**

Die antwortenden Institutionen haben insgesamt 120 Freizeitangebote beschrieben, was einem Durchschnitt von 1.6 Anlässe pro Anbieter entspricht. Die grosse Mehrheit der beschriebenen Veranstaltungen fand zwischen 2004 und 2005 statt. Ein Viertel der Angebote wurde im Verlauf der letzten vier Jahren mindestens einmal wiederholt.

Das beschriebene Angebot betrifft Anlässe im Bereich der Gesundheit, des Sports und der Bildung und Kultur. Der Anteil dieses Angebotes entspricht jeweils einem Drittel, wobei zu beachten ist, dass gesundheitliche und sportliche Anlässe sich teils überschneiden. Eine gleiche Beobachtung trifft für den kulturellen und Bildungsbereich zu. Angebote, welche als Lebenshilfe bezeichnet werden, fanden etwas seltener statt.

Die Zielsetzungen der beschriebenen Anlässe liegen mehrheitlich im Bereich der sozialen Kontakte, Unterhaltung und Bewegung. Einen kleineren Stellenwert haben Informationsvermittlung, Lernen und Unterstützung.

Das Angebot ist anscheinend stark darauf ausgerichtet, dass Teilnehmer und Teilnehmerinnen die Gelegenheit haben, sich sozial zu integrieren: ihr Bekanntenkreis soll sich, laut Anbieter, erweitern. Übereinstimmend damit wird dieses Ziel für alle Arten an Veranstaltungen als wichtig deklariert.

Je nach Bereich werden weitere Zielsetzungen in den Vordergrund gerückt. Im Rahmen der Gesundheit stehen Bewegung, Unterhaltung und Informationsaustausch im Vordergrund. Bei sportlichen Anlässen wird selbstverständlich Bewegung gefördert. Unterhaltung, als Ziel, entspricht eher Kulturereignissen sowie andere Formen an Aktivitäten. Lebenshilfe soll eindeutig Wissensvermehrung und den Zugang zu Unterstützungsmöglichkeiten bieten.

Die beschriebenen Freizeitaktivitäten adressieren sich mehrheitlich an Frauen und Männer. Trotzdem kann festgestellt werden, dass Besucherinnen im Allgemeinen in der Mehrzahl sind. Dies trifft u.a. auf Veranstaltungen mit einer höheren Anzahl an teilnehmenden Personen zu.

Drei von vier Anbietern wurden entweder durch andere Institutionen oder durch Mitgliederbeiträge unterstützt. Zu beachten ist, dass es sich häufig um einen finanziellen Beitrag oder um eine Unterstützung in Form von kostenlos zur Verfügung gestellten Räumlichkeiten und Materialien handelt. Zwei Drittel der Anlässe sind durch Teilnehmer mitfinanziert, wobei der Beitrag eher bescheiden ist: jeder zweite Beitrag ist tiefer als Fr. 25.-

### 3.7. Veränderung von Angebot und Teilnehmerprofil

Etwa zwei Drittel der Anbieter geben an, dass es zu keiner Veränderung in ihrem Angebot gekommen ist (57 von 87, 65.5%<sup>106</sup>). Sie bieten entweder dieselben Aktivitäten an (43 von 53, 81.1%), oder hatten bis jetzt kein Angebot (8 von 53, 15.1%)<sup>107</sup>.

Bei einem Drittel der Anbieter kam es zu einer Veränderung (30 von 87<sup>108</sup>, 34.5%), v.a. weil das Angebot erweitert wurde (18 von 30, 58%). Ein kleiner Anteil der Veranstalter passte das Angebot aufgrund veränderter Zielgruppen an. Eher selten kam vor, dass das Angebot zurückgegangen ist oder nicht mehr angeboten wurde (vgl. Abb. 21).

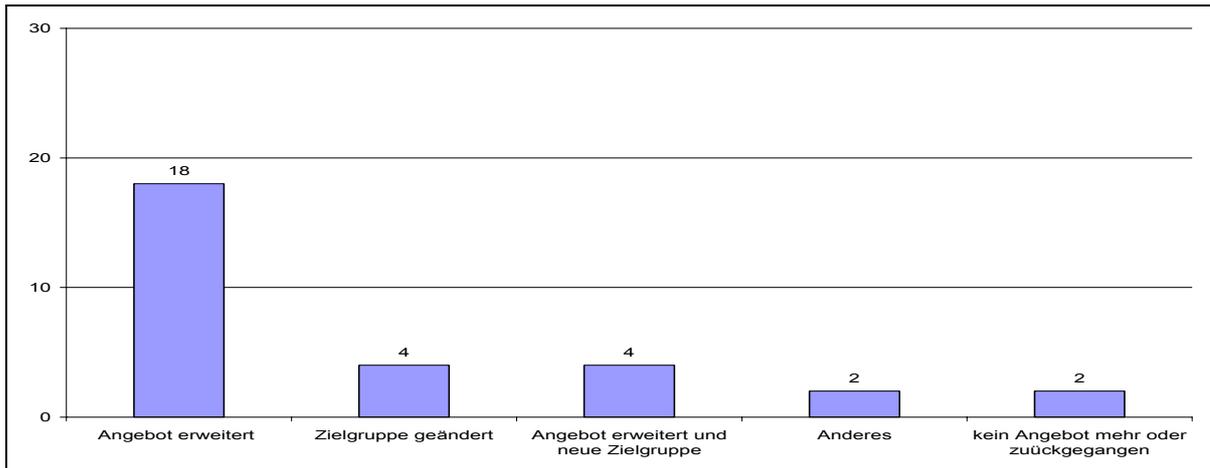


Abb. 21: Gründe warum das Angebot verändert wurde in N (n=30, Mehrfachantwort möglich)<sup>109</sup>

Werden die Veränderungen mit den verschiedenen Bereichen verglichen, kann festgestellt werden, dass sie alle Bereiche betreffen<sup>110</sup>. Insbesondere bei gesundheitsorientierten Angeboten kam es zu einer Anpassung (21 von 30, 70%), u.a. weil das Angebot hier erweitert wurde (16 von 21, 72.7%<sup>111</sup>). Auch in den anderen Bereichen kann eine Erweiterung des Angebots beobachtet werden, jedoch nicht im selben Ausmass.

Eine Neuerung wegen der Veränderung der Zielgruppe wurde für alle Bereiche festgestellt, dies betrifft jedoch jeweils nur einen ganz kleinen Teil der Anlässe<sup>112</sup>.

Unabhängig vom Wechsel der Zielgruppe, gaben ein Drittel der antwortenden Organisatoren eine Änderung der Teilnehmeranzahl an (32 von 102, 31.4%). Der Anstieg oder Rückgang der Besucher und Besucherinnenanzahl führte jedoch nicht systematisch zu einer Neuerung vom Angebot. Ein Drittel der Anbieter (10 von 32, 31.3%) hat das Angebot nicht angepasst, obwohl die Anzahl der teilnehmenden Personen sich verändert hat.

Die Anzahl der teilnehmenden Personen hat sich verändert, indem die Teilnehmeranzahl angestiegen (25 von 32, 78.1%) ist. Diese Veränderung lässt sich u.a. durch den ansteigenden Anteil an Frauen erklären (19 von 25, 76%<sup>113</sup>) (vgl. Abb. 22). Bei einem Viertel wurde ein Rückgang der Besucheranzahlen festgestellt (7 von 32, 21.9%).

<sup>106</sup> Fehlende Angaben 15

<sup>107</sup> Vgl. Tabelle 35 im Anhang 3

<sup>108</sup> Fehlende Angaben 15

<sup>109</sup> Vgl. Tabelle 36 im Anhang 3

<sup>110</sup> Vgl. Tabelle 37 im Anhang 3

<sup>111</sup> Vgl. Tabelle 38 im Anhang 3, Chi2 46.640, p : .000

<sup>112</sup> Vgl. Tabelle 38 im Anhang 3

<sup>113</sup> Vgl. Tabelle 39 im Anhang 3, Chi2 11.520, p : .001

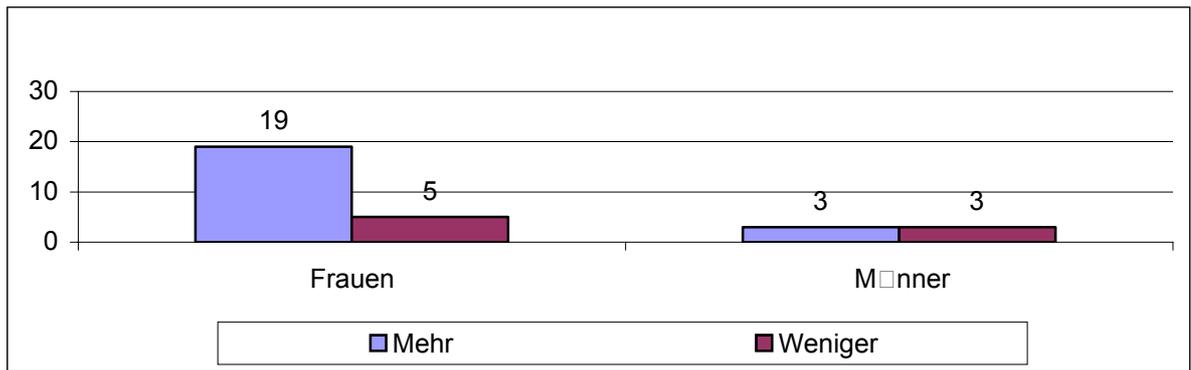


Abb.22: Anzahl der Angebote in denen die Teilnehmeranzahl sich verändert hat nach Geschlecht in N (n=30)<sup>114</sup>

Die Veränderung der Teilnehmerzahlen, ist für alle Bereiche der Freizeitangebote zu beobachten, ohne dass bestimmte Arten von Veranstaltungen mehr als andere betroffen sind<sup>115</sup>.

### 3.8. Kursleitung

Die Kursleitung der beschriebenen Freizeitangebote werden in erste Linie durch Laien übernommen (50 von 98, 51.0%). Ein kleiner Anteil der Veranstaltungen wird gemeinsam von Fachpersonen und Laien geleitet (vgl. Abb. 23.):

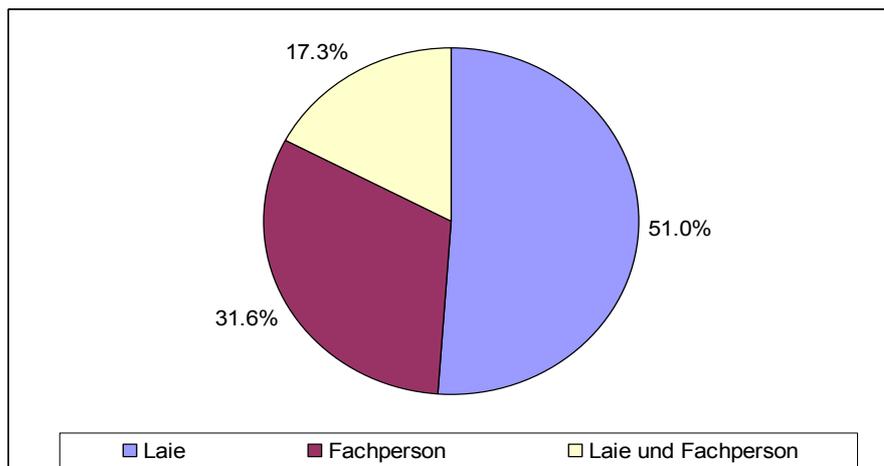


Abb. 23: Profil der Kursleitung in % (n= 98<sup>116</sup>)

Bei einer durch Laien übernommene Kursleitung handelt es sich eher um Frauen (42 von 66, 63.4%). Solche Kursleitungstätigkeiten sind auch selten mit einer Bezahlung verbunden: ein Viertel der Kursleiter und Leiterinnen, ohne fachliche im spezifischen Bereich Ausbildung, erhalten eine Entlohnung (16 von 66, 24.2%).

Fachpersonen in der Rolle der Kursleitung sind ebenfalls vorwiegend Frauen: zwei von drei der Veranstaltungen werden durch Fachfrauen geleitet (31 von 49, 63.3%). Ihr Einsatz ist etwas öfter bezahlt, denn jede zweite Aktivität, welche Professionell geleitet wird, ist mit einer Bezahlung verbunden (22 von 49, 55.1%).

<sup>114</sup> Vgl Tabelle 39 im Anhang 3

<sup>115</sup> Alle statistischen Analysen waren nicht signifikant.

<sup>116</sup> Vgl. Tabelle 39 im Anhang 3, fehlende Angaben 22

### **Zusammenfassung der Veränderung des Angebots, Teilnehmerprofils und der Kursleitung**

Etwa zwei Drittel der Anbieter geben an, dass es zu keiner Veränderung in ihrem Angebot. Anpassungen entsprechen in erster Linie einer Erweiterung des Angebots. Eine Veränderung der Zielgruppe oder eine ansteigende bzw. rückgängiger Anzahl der Interessierte kann eventuell zur Umformulierung des Angebots führt. Dies ist jedoch nicht zwingen.

Ein Drittel der Veranstalter erwähnt ein steigendes Interesse für sein Angebot. Sie vermerken v.a. einen höheren Anzahl an Teilnehmerinnen.

Die Kursleitung übernimmt für jede zweite Veranstaltung eine Person, welche nicht als Fachperson bezeichnet wird. Frauen engagieren sich hier eindeutig öfters, auch ist ihre Leistung nur in einem Viertel des Situationen selten entlohnt. Bei einem Fünftel der Veranstaltungen teilen sich Laien und Fachpersonen die Kursleitung.

## 4 Schlussfolgerungen

Im Raum Oberwallis wurden insgesamt 366 Institutionen, wie Altersheime, Gemeinden, Kirchengemeinden und Vereine mit einem möglichen Dienstleistungsangebot für Frauen und Männer ab dem 62. Lebensjahr ermittelt. Diese wurden zu ihrem Angebot im Freizeitbereich befragt. Etwa jede zweite Institution (45%) schickte den ausgefüllten Fragebogen zurück. Die Verteilung je nach Art der Institution entspricht etwa jener der Grundgesamtheit. Leichte Abweichungen diesbezüglich lassen sich durch unterschiedliche Leistungsaufträge erklären. Institutionen mit einem breiten Leistungsauftrag (z.B. Kirchen/Pfarreien), tendieren dazu, seltener zu antworten. Bei Institutionen mit gezieltem Dienstleistungsauftrag für ältere Personen liegt die Rücklaufquote etwas höher, wie beispielsweise jene der Altersheime, die zwei Drittel beträgt.

Wir vermuten, dass u.a. Institutionen mit einem Freizeitangebot für dieses Alterssegment den Fragebogen ausfüllten und zurücksendeten und so ihr grösseres Interesse am Thema ausdrückten. Da es sich bei dieser Dienstleistung um eine Erfassung des bestehenden Freizeitangebots handelt und nicht um die Erstellung eines Erklärungsmodells hinsichtlich der Bereitstellung vom Angebots, betrachten wir diese Stichprobe als repräsentativ für Anbieter von Freizeitaktivitäten für Seniorengruppen.

Im Raum Oberwallis bieten momentan zwei von drei antwortenden Institutionen Dienstleistungen für Frauen und Männer im Alter ab 62 an. Als Anbieter kommen alle Arten von angeschriebenen Institutionen in Frage. Der Anteil der anbietenden Organisationen ist jedoch vom Leistungsauftrag und der Zielgruppe abhängig: Institutionen welche unterschiedliche soziale Gruppen ansprechen (wie z.B. Kirchen, Gemeinden und Vereine), unterscheiden sich darin, dass sie entschieden seltener spezifischen Dienstleistungen für die Altersgruppe der 62- erwähnen.

Das **beschriebene Dienstleistungsangebot** für Frauen und Männer ab 62 Jahren ist umfangreich. Etwa die Hälfte der antwortenden Institutionen sieht Beschäftigungsaktivitäten vor. Angebote und Unterstützungsformen zur Bewältigung vom Alltag, wie z.B. Wohnen, Pflege, Verpflegung und Beratung, sind ebenfalls von jeder zweiten Institution erwähnt. Die Analyse zeigt, dass gewisse Organisationen mehrere Bereiche der Dienstleistungen abdecken, wie z.B. Altersheime. Andere haben sich wiederum eher spezialisiert, ohne jedoch andere Formen an Dienstleistungen grundsätzlich auszuschliessen. Vereine bieten in erster Linie beschäftigungsorientierte Programme an, was etwa die Hälfte der Angebote in diesem Bereich ausmacht, aber auch Verpflegung Wohnen Pflege etc., jedoch weitaus seltener.

Das grosse Angebot der Vereine im Bereich Beschäftigung kann ein Hinweis darauf sein, dass von anderen Dienstleistungsanbietern dies eher an diese Organisatoren abdelegiert wird.

Die Anbieter von Dienstleistungen sprechen keine spezifische Alters- oder Geschlechtsgruppen an. Die Dienstleistungsangebote richten sich meistens an mehrere Zielgruppen, wie Frauen und Männer unter 75 Jahren *und* hochaltrige Personen (ab 75 Jahren). Beschäftigung wird etwas mehr für Frauen unter 75 Jahren angeboten. Die Bereiche Wohnen und Pflege sind etwas häufiger für hochaltrige Personen gedacht, wobei die Unterschiede in Bezug auf die Art der erbrachten Dienstleistungen sich eher durch den Leistungsauftrag erklären lassen und nicht mit Alter oder Geschlecht der Teilnehmenden zusammenhängen.

Zwei Drittel der antwortenden Institutionen, die Dienstleistungen für ältere Frauen und Männer organisieren parallel dazu **Freizeitveranstaltungen** in den Bereichen Gesundheit, Bildung/Kultur, Lebenshilfe und anderes.

Das **Freizeitangebot** allgemein, ist in erster Linie gesundheits-, kultur- und bildungsorientiert. Veranstaltungen, welche Hilfe oder Information zur Verbesserung der Lebenssituation bieten, stehen an dritter Stelle. Diese Verteilung des Angebots unterscheidet sich nicht je nach Art der Anbieter. Wenn man die *einzelnen beschriebenen*

*Freizeitaktivitäten*<sup>117</sup>. anschaut entsteht ein ähnliches Bild. Die Analyse dieser Daten bestätigt, dass die Freizeitanlässe hauptsächlich die Bereiche Gesundheit, Sport, Bildung/Kultur betreffen. Etwa je ein Drittel der Aktivitäten wurde den eben genannten Bereichen zugeordnet. Angebote, welche als Lebenshilfe bezeichnet werden, fanden etwas seltener statt.

Als Zielpublikum dieser Freizeitaktivitäten erwähnen die Veranstalter bei jedem zweiten Angebot Frauen *und* Männer. Dieser Anteil der Veranstaltungen, welcher sich an beide Geschlechtergruppen richtet, unterscheidet sich leicht je nach Fokussierung vom Anlass. Bei Bildungs- und Kulturanlässen werden anscheinend beide Geschlechtergruppen angesprochen, was nicht unbedingt für Veranstaltungen der Bereiche Gesundheit und Lebenshilfe zutrifft. Obwohl Frauen und Männer an diesen Anlässen teilnehmen können, ist das Freizeitangebot hier etwas öfters für Frauen erarbeitet. Anlässe, welche ausschliesslich Männer als Zielpublikum haben, sind in allen Bereichen die Ausnahme. Im Allgemeinen unterscheiden sich die Freizeitangebote von den allgemeinen Dienstleistungen für ältere Frauen und Männer, da Freizeitveranstaltungen etwas öfters geschlechterspezifisch entwickelt zu werden. Bei Dienstleistungen konnten wir diese Tendenz nicht feststellen.

Da die Hälfte der Aktivitäten sich an Frauen und Männer und die andere Hälfte sich vorwiegend an Frauen richtet, wirkt sich dies auch auf die geschlechterspezifische Teilnahme der einzelnen Veranstaltungen aus, was die Untersuchung dieses Umstandes deutlich zeigt. Bei der Hälfte der Angebote nehmen mehr Frauen als Männer und an jeder siebten Freizeitaktivität ausschliesslich Frauen teil. Insgesamt ist also die Zahl der teilnehmenden Frauen höher als diejenigen der Männer. Der Grössere Anteil an Frauen kann womöglich auf das Profil des Anbieters (der Anteil der von Frauen- und Mütter Vereine entspricht etwa einem Drittel der Vereine) zurückgeführt werden. Wird der Umstand Rechnung getragen, dass es sich bei jedem zweiten Veranstalter, welcher im Jahr 2004 ein Jahresprogramm mit über 20 Angeboten erwähnte, um einen Verein handelt, wird dieser Eindruck verstärkt.

Es stellt sich auch die Frage, ob sich eine stärkere Teilnahme der Männer durch ein, auf Männer angepasstes Angebot verändern lässt.

Mehrheitlich liegen die **Zielsetzungen** der beschriebenen Freizeitanlässe im Bereich der sozialen Kontakte, Unterhaltung und Bewegung. Das Angebot ist anscheinend oft darauf ausgerichtet, dass Teilnehmer und Teilnehmerinnen die Gelegenheit haben, sich sozial zu integrieren: ihr Bekanntenkreis soll sich, laut Anbieter, erweitern. Übereinstimmend damit wird dieses Ziel für alle Arten an Veranstaltungen als wichtig deklariert.

Die Datenanalyse legt zu Tage, dass Zielgruppen in erster Linie dank eines persönlichen Austauschs über das bestehende Freizeitangebot informiert werden, was bedingt, dass der **Informationsfluss** im Rahmen bestehender Netzwerke stattfindet. Diese Beobachtung setzt voraus, dass der Zugang zu Informationen für Interessierte von ihrer sozialen Integration<sup>118</sup> abhängig ist. Dies steht unserer Meinung nach teilweise im Widerspruch mit der Zielsetzung. Das heisst, wenn die Freizeitanlässe dazu dienen, soziale Kontakte zu pflegen und zu erweitern, kann die Informationsverbreitung vom Angebot nicht einseitig über bestehende Netzwerke stattfinden, weil ansonsten Personen mit geringerer sozialer Integration keine Kenntnis vom Angebot haben und somit benachteiligt werden.

Schlussendlich muss beobachtet werden dass sich quasi jeder zweite Anbieter bei der Informationsverbreitung einer nicht „aktiven Strategie“ bedient (d.h. die Informationen zum aktuellen Freizeitangebot im Mitteilungskasten aushängt). Folglich kann davon ausgegangen werden, dass der Zugang zu Informationen über Freizeitaktivitäten für ältere Menschen (in allen Bereichen), einerseits vom der eigenen Informationsinteresse und damit dem Engagement des Einzelnen abhängig ist, andererseits aber auch von der Zugänglichkeit der Informationskästen. Hier stellt sich die Frage, wie auch Personen erreicht werden können, die nicht selbständig an die Informationen zum Freizeitangebot gelangen, insbesondere wenn das Ziel der Veranstaltungen soziale Kontakte pflegen und erweitern ist.

---

<sup>117</sup> Die Anbieter wurden gebeten, die 3 wichtigsten Freizeitangebote ausführlicher zu beschreiben

<sup>118</sup> Bei der sozialen Integration ist die Anzahl der Person, mit denen ein Kontakt gepflegt wird, sowie die Anzahl und Intensität der Kontakte zu berücksichtigen.

Der niedrige Anteil der Organisationen (4 von 11 Kirchen und 15 von 37 Vereinen), welche auf Medien zurückgreifen, lässt sich höchstwahrscheinlich durch die Kostenfragen erklären. Insbesondere dann, wenn Anbieter über kostenlose Informationskanäle, wie den persönlichen Austausch und den Mitteilungskasten verfügen. Informationsverbreitung über Medien erscheint so auf den ersten Blick zum Teil überflüssig, Andererseits muss die Frage gestellt werden, ob dadurch kein breiteres Zielpublikum erreicht werden könnte.

Bei der **Entwicklung und Planung** von Freizeitaktivitäten berufen sich die Organisatoren von Freizeitveranstaltungen auf spontane Anregungen von Mitbürgerinnen, Kursleitung und Fachpersonen. Anfragen durch diese Beteiligten dienen in erster Linie der Entwicklung von Angeboten im gesundheitlichen und kulturellen Bereich. Demzufolge ist anzunehmen, dass hier das Freizeitangebot vorwiegend auf die Anregung der teilnehmenden Personen aufgebaut wird. Eine systematische Überprüfung des Bedarfs wird dennoch nur selten vorgenommen. Dies könnte dazuführen, dass das allgemeine Interesse nicht überprüft wird, und so die Anzahl der Teilnehmenden an den Veranstaltungen gering bleibt.

Die **Finanzierung** der Veranstaltungen erfolgt bei drei von vier Anbietern entweder durch Unterstützung anderer Institutionen und/oder durch Mitgliederbeiträge. Zu beachten ist, dass es sich bei der Beteiligung von Institutionen und Organisationen häufig um einen finanziellen Beitrag oder um eine Unterstützung in Form von kostenlosen zur Verfügung gestellten Räumlichkeiten und Material handelt. Unterstützungen in Form von Fahrdienst scheinen für diese Institutionen hingegen selten zu sein. Dies kann einerseits heissen, dass ein Fahrdienst falls nötig von den Betroffenen selbst organisiert wird oder aber Frauen und Männer mit Mobilitätseinschränkungen von den Aktivitäten möglicherweise ausgeschlossen sind.

Zwei Drittel der Freizeitaktivitäten sind durch Teilnehmer mitfinanziert, wobei jeder zweite Beitrag weniger als Fr. 25.- beträgt. Dieser doch eher bescheidene Anteil kann durchaus auch Auswirkungen auf die Teilnahme haben, denn für einen gewissen Anteil ist somit die Zugänglichkeit gewährleistet. Die Summe ist jedoch hoch für ältere Personen, welche einzig von der AHV Rente leben. Dadurch kann also die Attraktivität und Zugänglichkeit solcher Veranstaltungen für einkommensschwache Personen gefährdet sein.

Die **Kursleitung** übernimmt für jede zweite Veranstaltung eine Person, welche nicht als Fachperson bezeichnet wird. Frauen engagieren sich hier eindeutig öfters. Ihre Leistung wird nur in einem Viertel der Freizeitveranstaltungen entlohnt. Bei einem Fünftel der Aktivitäten teilen sich Laien und Fachpersonen die Kursleitung.

Etwa zwei Drittel der Anbieter geben an, dass es in den letzten fünf Jahren zu keiner **Veränderung in ihrem Angebot** kam. Anpassungen entsprechen in erster Linie einer Erweiterung des Angebots. Eine Veränderung der Zielgruppe oder eine ansteigende bzw. rückgängiger Anzahl der Interessierten kann zur Umformulierung des Angebots führen. Dies ist jedoch nicht zwingend. Ein Drittel der Veranstalter erwähnt ein steigendes Interesse für sein Angebot. Es wird vor allem eine höhere Anzahl an Teilnehmerinnen vermerkt (dreimal so viele neue Teilnehmerinnen als Teilnehmer). Hier stellt sich die Frage, wie gross das Interesse von Männern am bestehenden Angebot ist. Männer entwickeln möglicherweise andere Strategien, um das Bedürfnis nach sozialem Austausch zu decken oder verfügen, beispielsweise durch das Berufsleben, über andere Netzwerke.

Die steigende Teilnahme von Frauen entspricht dem Trend, dass es mit zunehmendem Alter mehr allein stehende Frauen als Männer gibt, aus Gründen die eingangs beschrieben wurden. Ausgehend von der Hypothese, dass allein stehende Frauen über die Freizeitaktivitäten soziale Kontakte suchen, kann gesagt werden, dass Angebote mit der genannten Zielsetzung diesem Wunsch entsprechen und darum vermehrt Frauen an den Veranstaltungen teilnehmen.

## 5 Ausblick

Im Oberwallis besteht insgesamt ein breites Angebot an Freizeitaktivitäten für Frauen und Männer ab 62 Jahren.

Die Analyse hat ergeben, dass im Freizeitbereich auf den ersten Blick Frauen wie auch Männer als Zielpublikum in Frage kommen. Dennoch muss festgestellt werden, dass zusätzlich zu diesem Angebot ein gewisser Anteil an Veranstaltungen nur für Frauen gedacht ist. Folglich werden als Zielpublikum eher Frauen als Männer genannt. Dies wirkt sich auch auf die geschlechtsspezifische Teilnahme aus, da im Falle der Freizeitangebote eindeutig mehr Frauen als Männer teilnehmen. Zudem konnten wir beobachten, dass laut Aussage der befragten Organisationen eine systematische Analyse des Bedarfs der Angebote eher selten vorgenommen wird. Nun gilt es zu überprüfen, ob die Anzahl der Frauen deshalb höher ist, weil Ihnen die angebotenen Freizeitaktivitäten eher entsprechen als den Männern. Möglicherweise ist die höhere Anzahl von Teilnehmerinnen aber auch auf das Profil der Anbieter zurückzuführen oder hängt gegebenenfalls mit dem, bei zunehmendem Alter höheren Frauenanteil in der Gesellschaft zusammen. Dementsprechend ist auch zu untersuchen, warum Männer weniger am Angebot teilnehmen und inwiefern dies auf das, für sie nicht bedarfsgerecht entwickelte, Angebot zurückzuführen ist und/oder sie über andere Möglichkeiten und Gelegenheiten verfügen den sozialen Kontakt zu pflegen.

Bei den Freizeitaktivitäten lässt sich eine starke Orientierung auf soziale Integration feststellen, die sich dadurch bemerkbar macht, dass alle Arten von Angeboten mit diesem Ziel verknüpft sind. Eher selten werden die Aktivitäten mit der Zielsetzung Lernen in Verbindung gebracht (Ausnahme bilden die Bereiche Lebenshilfe und Gesundheit die Informieren zum Ziel haben). Unter Einbezug der zu Beginn beschriebenen Forschungserkenntnisse (veränderte Situation künftiger Rentnergenerationen durch veränderte Lebensbedingungen, längere Gesundheit und hohe Kompetenzen in verschiedenen Bereichen) ist eine Auseinandersetzung bezüglich der Zielsetzungen in Bezug auf ein, auf die Zielgruppe angepasstes Angebot sicher notwendig. Es gilt nun einerseits zu überlegen, wie die genannten Kompetenzen der Frauen und Männer ab 62 Jahren im Rahmen dieser Aktivitäten berücksichtigt werden können, wobei der Anlass nicht nur beschäftigen soll. Das bestehende Angebot kann beispielsweise mit einem Lernprozess verbunden werden. Der Einbezug dieser Überlegungen kann zur Folge haben, dass das Freizeitangebot auch verstärkt Hilfe zur Selbsthilfe bietet und die Eigenständigkeit der Zielgruppe fördert. Unter diesen Umständen könnten die Beteiligten somit als Partner und nicht ausschliesslich als Konsumenten einer Dienstleistung wahrgenommen werden.

Auf der anderen Seite ist anzunehmen, dass Freizeitangebote eher als "Ausgleich" und präventive Massnahme gedacht sind und die soziale Integration älterer Menschen dadurch gefördert wird (Aufbau vom sozialen Netz, Anstieg der Anzahl der sozialen Kontakte) und somit das Zugehörigkeitsgefühl dieser sozialen Gruppe in der Gesellschaft zunimmt. Hier gilt es zu überprüfen, ob diese Einschätzung mit jener der Teilnehmenden übereinstimmt und inwiefern dieses Ziel auch erreicht wird.

Mit den am häufigsten gewählten Informationskanälen (Mund zu Mund Propaganda und Aushängen der Informationen) über die veranstalteten Anlässe im Freizeitbereich wird auf eine Strategie zurückgegriffen, die unter Umständen verschiedene Gruppen von der Teilnahme ausschliesst. Überlegungen betreffend Informationskanäle und die Auswirkungen der verschiedenen Informationsstrategien gilt es vermehrt zu überdenken.

Der Teilnahme von Risikogruppen (sozial isolierte Menschen, Personen die aufgrund körperlicher Einschränkungen nicht zur Information, aber auch nicht zu Veranstaltungsorten gelangen können etc.) und damit verbunden Rahmenbedingungen ist unserer Meinung nach eine besonderer Stellenwert einzuräumen, da insbesondere für diese Zielgruppen die Teilnahme am Freizeitangebot wichtig sein kann.

Im Gesamten gesehen, gehen unsere Empfehlungen weitgehend in die Richtung, den Bedarf an Freizeitangeboten systematisch und unter Einbezug der Frauen und Männer ab 62 Jahren im Oberwallis zu überprüfen, u.a. unter dem Aspekt der Förderung sozialer Vernetzung und der entsprechenden Entwicklung eines Zugehörigkeitsgefühls.

## **Kurzfassung: Freizeitaktivitäten öffentlicher Anbieter für Frauen und Männer ab 62 Jahren im Oberwallis**

**Der detaillierte Forschungsbericht ist in deutscher Sprache verfasst!**

### **Einführung**

Im September 2004 wurde die HEVs<sup>119</sup> vom Büro für die Gleichstellung von Frau und Mann und dem Gleichstellungsrat des Kantons Wallis beauftragt, eine Bestandesaufnahme der Freizeitangebote von Non-Profit Organisationen im Oberwallis durchzuführen. Diese Erhebung sollte die derzeit bestehenden Freizeitangebote im Oberwallis für Frauen und Männer ab 62 Jahren erfassen und im speziellen auf geschlechtsspezifische Unterschiede berücksichtigen.

Die Erhebung wurde mittels eines standardisierten Fragebogens, der den Institutionen zugesendet wurde, durchgeführt und anschliessend mit SPSS ausgewertet. Die Zielgruppe bestand aus Anbietern von Dienstleistungen<sup>120</sup> für Frauen und Männern ab 62-75 Jahren im Oberwallis. Insgesamt wurden 366 Fragebogen versandt. Von den 366 verschickten Fragebogen wurden 165 zurückgesendet (Rücklaufquote von 45%). Die Stichprobe kann als repräsentativ angesehen werden.

### **Auswahl der wichtigsten Ergebnisse**

- Zwei von drei antwortenden Institutionen im Oberwallis bieten Dienstleistungen für Frauen und Männer ab 62 Jahren an. Die Dienstleistungen richten sich an verschiedene soziale Gruppen: Frauen und Männer sowie an ältere und hochaltrige Personen. Es sind keine Unterschiede bezüglich Alter oder Geschlecht feststellbar. Anscheinend bestehen die Unterschiede eher auf Grund unterschiedlicher Leistungsaufträge.
- Zwei Drittel der Anbieter von Dienstleistungen für Frauen und Männer ab 62 Jahren haben ein aktuelles Freizeitangebot wobei die Aktivitäten häufig dem Bereich Gesundheit zugeordnet sind, gefolgt von Kultur- und Bildungsangeboten.
- Die Zielsetzungen der Freizeitangebote liegen mehrheitlich im Bereich sozialer Kontakte, Unterhaltung und Bewegung. Einen kleineren Stellenwert scheinen Zielsetzungen wie Information, Lernen und Unterstützung zu haben.
- Die Freizeitangebote richten sich mehrheitlich an Frauen und Männer; falls eine geschlechtsspezifische Gruppe angesprochen wird, sind es eher Frauen; für Männer gibt es wenig bis keine spezifischen Angebote.
- Es wird angenommen, dass das Angebot aufgrund von Anregungen der Teilnehmer/innen entwickelt wird, wobei eine systematische Überprüfung des Bedarfs nur selten vorgenommen wird.
- Die Bekanntmachung des Freizeitangebotes erfolgt zumeist über persönlichen Austausch, geschieht aber auch oft mittels einer passiven Strategie (Informationen im Mitteilungskasten).
- In den letzten fünf Jahren ist es bei zwei Dritteln der Anbieter zu keiner Veränderung gekommen. Beim restlichen Drittel betreffen die Veränderung sowohl das Angebot wie auch die Zielgruppe, wobei es mehrheitlich zu einer Zunahme der Angebote und einem tendenziell grösseren Frauenanteil kam.

---

<sup>119</sup> HEVs= Hochschule für Gesundheit und soziales

<sup>120</sup> Dienstleistungen im Bereich der Beschäftigung, Wohnen, Gesundheit, Lernen etc. siehe Fragebogen

## **Schlussfolgerungen**

### *Umfrage*

Im Raum Oberwallis wurden insgesamt 366 Institutionen, wie Altersheime, Gemeinden, Pfarreien und Vereine mit einem möglichen Dienstleistungsangebot für Frauen und Männer ab dem 62. Lebensjahr ermittelt. Diese wurden zu ihrem Angebot im Freizeitbereich befragt. Etwa jede zweite Institution (45%) schickte den ausgefüllten Fragebogen zurück.

Im Raum Oberwallis bieten momentan zwei von drei antwortenden Institutionen Dienstleistungen für Frauen und Männer im Alter ab 62 an. Der Anteil der anbietenden Organisationen ist jedoch vom Leistungsauftrag und der Zielgruppe abhängig: Institutionen die unterschiedliche soziale Gruppen ansprechen (wie z.B. Kirchen, Gemeinden und Vereine), unterscheiden sich darin, dass sie seltener spezifische Dienstleistungen für die Altersgruppe der 62jährigen erwähnen.

### *Dienstleistungsangebote*

Das beschriebene Dienstleistungsangebot für Frauen und Männer ab 62 Jahren ist umfangreich. Etwa die Hälfte der antwortenden Institutionen sieht Beschäftigungsaktivitäten vor. Angebote und Unterstützungsformen zur Bewältigung vom Alltag, wie z.B. Wohnen, Pflege, Verpflegung und Beratung, sind ebenfalls von jeder zweiten Institution erwähnt. Die Analyse zeigt, dass gewisse Organisationen mehrere Bereiche der Dienstleistungen abdecken, wie z.B. Altersheime. Vereine bieten in erster Linie beschäftigungsorientierte Programme an, was etwa die Hälfte der Angebote in diesem Bereich ausmacht, aber auch Verpflegung Wohnen Pflege usw., jedoch dies weitaus seltener. Das grosse Angebot der Vereine im Bereich Beschäftigung kann ein Hinweis darauf sein, dass andere Dienstleistungsanbieter diese abdelegieren.

Die Anbieter von Dienstleistungen sprechen keine spezifische Alters- oder Geschlechtsgruppen an. Die Dienstleistungsangebote richten sich meist an mehrere Zielgruppen, Frauen und Männer unter 75 Jahren und hochaltrige Personen (ab 75 Jahren). Es werden keine spezifischen Alters- oder Geschlechtsgruppen angesprochen. Beschäftigung wird etwas mehr für Frauen unter 75 Jahren angeboten. Die Bereiche Wohnen und Pflege sind etwas häufiger für hochaltrige Personen gedacht, wobei die Unterschiede in Bezug auf die Art der erbrachten Dienstleistungen sich eher durch den Leistungsauftrag erklären lassen und nicht mit Alter oder Geschlecht der Teilnehmenden zusammenhängen.

Zwei Drittel der antwortenden Institutionen, die Dienstleistungen für ältere Frauen und Männer anbieten, organisieren parallel dazu Freizeitveranstaltungen in den Bereichen Gesundheit, Bildung / Kultur, Lebenshilfe und Anderes.

### *Freizeitangebote*

Das Freizeitangebot allgemein, ist in erster Linie gesundheits-, kultur- und bildungs-orientiert. Veranstaltungen, die Hilfe oder Information zur Verbesserung der Lebenssituation bieten, stehen an dritter Stelle. Diese Verteilung des Angebots unterscheidet sich nicht nach Art der Anbieter. Die Analyse der Daten bestätigt, dass Freizeitanlässe hauptsächlich die Bereiche Gesundheit, Sport, Bildung/Kultur betreffen. Etwa ein Drittel der Aktivitäten wurde den eben genannten Bereichen zugeordnet. Angebote, die als Lebenshilfe bezeichnet werden, fanden etwas seltener statt.

Als Zielpublikum dieser Freizeitaktivitäten erwähnen die Veranstalter bei jedem zweiten Angebot Frauen und Männer. Dieser Anteil der Veranstaltungen, der sich an beide Geschlechtergruppen richtet, unterscheidet sich leicht nach Fokussierung vom Anlass. Bei Bildungs- und Kulturanlässen werden anscheinend beide Geschlechtergruppen angesprochen, was nicht unbedingt für Veranstaltungen der Bereiche Gesundheit und Lebenshilfe zutrifft. Obwohl Frauen und Männer an diesen Anlässen teilnehmen können, ist das Freizeitangebot hier etwas öfters für Frauen erarbeitet. Anlässe, die ausschliesslich Männer als Zielpublikum haben, sind in allen Bereichen die Ausnahme. Im Allgemeinen unterscheiden sich die Freizeitangebote von den allgemeinen Dienstleistungen für ältere Frauen und Männer, da Freizeitveranstaltungen öfters geschlechterspezifisch entwickelt werden. Bei Dienstleistungen konnten wir diese Tendenz nicht feststellen.

Da die Hälfte der Aktivitäten sich an Frauen und Männer und die andere Hälfte sich vorwiegend an Frauen richtet, wirkt sich dies auch auf die geschlechterspezifische Teilnahme der einzelnen Veranstaltungen aus, was die Untersuchung dieses Umstandes deutlich zeigt. Bei der Hälfte der Angebote nehmen mehr Frauen als Männer und an jeder siebten Freizeitaktivität ausschliesslich Frauen teil. Insgesamt ist also die Zahl der teilnehmenden Frauen höher als diejenigen der Männer. Der grössere Anteil an Frauen kann womöglich auf das Profil des Anbieters (der Anteil der von Frauen- und Müttervereine entspricht etwa einem Drittel der Vereine) zurückgeführt werden. Wird diesem Umstand Rechnung getragen, dass es sich bei jedem zweiten Veranstalter, der im Jahr 2004 ein Jahresprogramm mit über 20 Angeboten erwähnt, um einen Verein handelt, wird dieser Eindruck an einem grösseren Anteil der Frauen, verstärkt. Es stellt sich auch die Frage, ob sich eine stärkere Teilnahme der Männer durch ein, auf Männer angepasstes Angebot verändern lässt.

Mehrheitlich liegen die Zielsetzungen der beschriebenen Freizeitveranstaltungen im Bereich der sozialen Kontakte, Unterhaltung und Bewegung. Das Angebot ist darauf ausgerichtet, dass Teilnehmer und Teilnehmerinnen die Gelegenheit haben, sich sozial zu integrieren: ihr Bekanntenkreis soll sich, laut Anbieter, erweitern. Übereinstimmend damit wird dieses Ziel für alle Arten an Veranstaltungen als wichtig deklariert.

### *Informationskanäle*

Die Datenanalyse legt zu Tage, dass Zielgruppen in erster Linie dank eines persönlichen Austauschs über das bestehende Freizeitangebot informiert werden, was bedingt, dass der Informationsfluss im Rahmen bestehender Netzwerke stattfindet. Diese Beobachtung setzt voraus, dass der Zugang zu Informationen für Interessierte von ihrer sozialen Integration<sup>121</sup> abhängig ist. Dies steht unserer Meinung nach teilweise im Widerspruch mit der Zielsetzung. Das heisst, wenn die Freizeitveranstaltungen dazu dienen, soziale Kontakte zu pflegen und zu erweitern, kann die Informationsverbreitung vom Angebot nicht einseitig über bestehende Netzwerke stattfinden, weil ansonsten Personen mit geringerer sozialer Integration keine Kenntnis vom Angebot haben und somit benachteiligt werden.

Schlussendlich muss beobachtet werden, dass sich quasi jeder zweite Anbieter bei der Informationsverbreitung einer nicht „aktiven Strategie“ bedient (d.h. die Informationen zum aktuellen Freizeitangebot im Mitteilungskasten aushängt). Folglich kann davon ausgegangen werden, dass der Zugang zu Informationen über Freizeitaktivitäten für ältere Menschen (in allen Bereichen), einerseits vom dem eigenen Informationsinteresse und damit dem Engagement des Einzelnen abhängig ist, andererseits aber auch von der Zugänglichkeit der Informationskästen. Hier stellt sich die Frage, wie Personen erreicht werden können, die nicht selbständig an die Informationen zum Freizeitangebot gelangen, insbesondere wenn das Ziel der Veranstaltungen ist soziale Kontakte zu pflegen und zu erweitern ist.

---

<sup>121</sup> Bei der sozialen Integration ist die Anzahl Personen, mit denen ein Kontakt gepflegt wird, sowie die Anzahl und Intensität der Kontakte zu berücksichtigen.

Der niedrige Anteil der Organisationen (4 von 11 Kirchen und 15 von 37 Vereinen), die auf Medien zurückgreifen, lässt sich höchstwahrscheinlich durch die Kostenfragen erklären. Insbesondere dann, wenn Anbieter über kostenlose Informationskanäle, wie den persönlichen Austausch und den Mitteilungskasten verfügen. Informationsverbreitung über Medien erscheint so auf den ersten Blick zum Teil überflüssig, Andererseits muss die Frage gestellt werden, ob dadurch kein breiteres Zielpublikum erreicht werden könnte.

### *Planung der Aktivitäten*

Bei der Entwicklung und Planung von Freizeitaktivitäten berufen sich die Organisatoren von Freizeitveranstaltungen auf spontane Anregungen von Mitbürger/innen, Kursleitung und Fachpersonen. Anfragen durch diese Beteiligten dienen in erster Linie der Entwicklung von Angeboten im gesundheitlichen und kulturellen Bereich. Demzufolge ist anzunehmen, dass hier das Freizeitangebot vorwiegend auf die Anregung der teilnehmenden Personen aufgebaut wird. Eine systematische Überprüfung des Bedarfs wird dennoch nur selten vorgenommen. Dies könnte dazu führen, dass das allgemeine Interesse nicht überprüft wird, und so die Anzahl der Teilnehmenden an den Veranstaltungen gering bleibt.

### *Finanzierung*

Die Finanzierung der Veranstaltungen erfolgt bei drei von vier Anbietern entweder durch Unterstützung anderer Institutionen und/oder durch Mitgliederbeiträge. Zu beachten ist, dass es sich bei der Beteiligung von Institutionen und Organisationen häufig um einen finanziellen Beitrag oder um eine Unterstützung in Form von kostenlosen zur Verfügung gestellten Räumlichkeiten und Material handelt. Unterstützungen in Form von Fahrdienst scheinen für diese Institutionen hingegen selten zu sein. Dies kann einerseits heissen dass ein Fahrdienst, falls nötig, von den Betroffenen selbst organisiert wird oder aber Frauen und Männer mit Mobilitätseinschränkungen von den Aktivitäten möglicherweise ausgeschlossen sind.

Zwei Drittel der Freizeitaktivitäten sind durch Teilnehmer/innen mitfinanziert, wobei jeder zweite Beitrag weniger als Fr. 25.- beträgt. Dieser doch eher bescheidene Anteil kann durchaus auch Auswirkungen auf die Teilnahme haben, denn für einen gewissen Anteil ist somit die Zugänglichkeit gewährleistet. Die Summe ist jedoch hoch für ältere Personen, welche einzig von der AHV Rente leben. Dadurch kann also die Attraktivität und Zugänglichkeit solcher Veranstaltungen für einkommensschwache Personen gefährdet sein.

### *Kursleitung*

Die Kursleitung jeder zweiten Veranstaltung kann nicht als Fachperson bezeichnet werden. Frauen engagieren sich eindeutig öfters als Kursleitung. Ihre Leistung wird nur in einem Viertel der Freizeitveranstaltungen entlohnt. Bei einem Fünftel der Aktivitäten teilen sich Laien und Fachpersonen die Kursleitung.

### *Veränderung der Angebote*

Etwa zwei Drittel der Anbieter geben an, dass es in den letzten fünf Jahren zu keiner Veränderung in ihrem Angebot kam. Anpassungen entsprechen in erster Linie einer Erweiterung des Angebots. Eine Veränderung der Zielgruppe oder eine ansteigende bzw. rückgängige Anzahl der Interessierten kann zur Umformulierung des Angebots führen. Ein Drittel der Veranstalter erwähnt ein steigendes Interesse für sein Angebot. Es wird vor allem eine höhere Anzahl an Teilnehmerinnen vermerkt (dreimal so viele neue Teilnehmerinnen als Teilnehmer). Hier stellt sich die Frage, wie gross das Interesse von Männern am bestehenden Angebot ist. Männer entwickeln möglicherweise andere Strategien, um das

Bedürfnis nach sozialem Austausch zu decken oder verfügen, beispielsweise durch das Berufsleben, über andere Netzwerke.

Die steigende Teilnahme von Frauen entspricht dem Trend, dass es mit zunehmendem Alter mehr allein stehende Frauen als Männer gibt. Ausgehend von der Hypothese, dass allein stehende Frauen über die Freizeitaktivitäten soziale Kontakte suchen, kann gesagt werden, dass Angebote mit der genannten Zielsetzung diesem Wunsch entsprechen und darum vermehrt Frauen an den Veranstaltungen teilnehmen.

## **Ausblick**

Im Oberwallis besteht insgesamt ein breites Angebot an Freizeitaktivitäten für Frauen und Männer ab 62 Jahren. Die Analyse hat ergeben, dass im Freizeitbereich auf den ersten Blick Frauen wie auch Männer als Zielpublikum in Frage kommen. Dennoch muss festgestellt werden, dass zusätzlich zu diesem Angebot ein gewisser Anteil an Veranstaltungen nur für Frauen gedacht ist. Folglich werden als Zielpublikum eher Frauen als Männer genannt. Dies wirkt sich auch auf die geschlechtsspezifische Teilnahme aus, da im Falle der Freizeitangebote eindeutig mehr Frauen als Männer teilnehmen. Zudem konnten wir beobachten, dass laut Aussage der befragten Organisationen eine systematische Analyse des Bedarfs der Angebote eher selten vorgenommen wird. Nun gilt es zu überprüfen, ob die Anzahl der Frauen deshalb höher ist, weil Ihnen die angebotenen Freizeitaktivitäten eher entsprechen als den Männern. Möglicherweise ist die höhere Anzahl von Teilnehmerinnen aber auch auf das Profil der Anbieter zurückzuführen oder hängt gegebenenfalls mit dem, bei zunehmendem Alter höheren Frauenanteil in der Gesellschaft zusammen. Dementsprechend ist auch zu untersuchen, warum Männer weniger am Angebot teilnehmen und dies möglicherweise am nicht bedarfsgerechten Angebot zu verorten ist oder ob sie über andere Möglichkeiten und Gelegenheiten verfügen soziale Kontakte zu pflegen.

Bei den Freizeitaktivitäten lässt sich eine starke Orientierung auf soziale Integration feststellen, die sich dadurch bemerkbar macht, dass alle Arten von Angeboten mit diesem Ziel verknüpft sind. Eher selten werden die Aktivitäten mit der Zielsetzung Lernen in Verbindung gebracht. Ausnahme bilden die Bereiche Lebenshilfe und Gesundheit die Informationen zum Ziel haben. Unter Einbezug der zu Beginn beschriebenen Forschungserkenntnisse<sup>122</sup> ist eine Auseinandersetzung bezüglich Bedürfnisse und Zielsetzungen der jeweiligen Zielgruppe notwendig. Es ist zu empfehlen die Kompetenzen der Frauen und Männer ab 62 Jahren in weitere Planungen mit einzubeziehen. Ebenso ist zu bedenken in welcher Form Beschäftigung für Frauen und Männer ab 62 Jahren zu definieren ist und wie sich Beschäftigung gestaltet. Das bestehende Angebot kann beispielsweise mit einem Lernprozess verbunden werden. Der Einbezug dieser Überlegungen kann zur Folge haben, dass das Freizeitangebot auch verstärkt Hilfe zur Selbsthilfe bietet und die Eigenständigkeit der Zielgruppe fördert. Unter diesen Umständen könnten die Beteiligten somit als Partner und "Kunden" und nicht ausschliesslich als Konsumenten einer Dienstleistung wahrgenommen werden.

Auf der anderen Seite ist anzunehmen, dass Freizeitangebote eher als "Ausgleich" und gesundheitsförderliche und präventive Massnahme gedacht sind und die soziale Integration älterer Menschen dadurch gefördert wird (Aufbau vom sozialen Netz, Anstieg der Anzahl der sozialen Kontakte) und somit das Zugehörigkeitsgefühl dieser sozialen Gruppe in der Gesellschaft zunimmt. Hier gilt es zu überprüfen, ob diese Einschätzung mit jener der Teilnehmenden übereinstimmt und in wiefern dieses Ziel auch erreicht wird.

---

<sup>122</sup> veränderte Situation künftiger Rentnergenerationen durch veränderte Lebensbedingungen, längere Gesundheit und hohe Kompetenzen in verschiedenen Bereichen

Mit den am häufigsten gewählten Informationskanälen (Mund zu Mund Propaganda und Aushängen der Informationen) über die veranstalteten Anlässe im Freizeitbereich wird auf eine Strategie zurückgegriffen, die unter Umständen verschiedene Gruppen von der Teilnahme ausschliesst. Überlegungen betreffend Informationskanäle und die Auswirkungen der verschiedenen Informationsstrategien gilt es vermehrt zu überdenken.

Der Teilnahme von Risikogruppen (sozial isolierte Menschen, Personen die aufgrund körperlicher Einschränkungen nicht zur Information, aber auch nicht zu Veranstaltungsorten gelangen können etc.) und damit verbunden Rahmenbedingungen ist unserer Meinung nach eine besonderer Stellenwert einzuräumen, da insbesondere für diese Zielgruppen die Teilnahme am Freizeitangebot wichtig sein kann.

Im Gesamten gesehen, gehen unsere Empfehlungen weitgehend in die Richtung, den Bedarf an Freizeitangeboten systematisch und unter Einbezug der Frauen und Männer ab 62 Jahren im Oberwallis zu überprüfen, u.a. unter dem Aspekt der Förderung sozialer Vernetzung und der entsprechenden Entwicklung eines Zugehörigkeitsgefühls.

Es sind weitere qualitative Forschungen im Bereich der Freizeitbedürfnisse der Frauen und Männer ab 62 im Oberwallis durchzuführen um einen differenzierteren Einblick und erweiterte Erkenntnisse zu gewinnen. Vor allem im Hinblick auf sich verändernde gesellschaftliche Bedingungen der nachfolgenden Generationen, welche vermutlich andere Bedürfnisse in der Gestaltung von Freizeit erleben möchten. Ein weiterer noch nicht beachteter Bereich gilt auch der Ausgestaltung und der Wichtigkeit der sozialen Kontakte von Männern und Frauen im höheren Lebensalter. Hier sollte der Schwerpunkt auf die Möglichkeiten zur Vermeidung von Isolation und Vereinsamung gerichtet werden.

Da hier quantitative Erhebungen nicht das Erleben und die Motive der Handlungen der Menschen ausreichend erfassen können, ist die Wahl eines qualitativen Forschungsansatzes, für weitere Erhebungen zu empfehlen. Der qualitative Forschungsansatz ermöglicht dem Forscher die Perspektive der Frauen und Männer einzunehmen. "Lebenswelten "innen heraus" aus der Sicht der handelnden Menschen zu beschreiben. Damit soll es (die qualitative Forschung) zu einem besseren Verständnis sozialer Wirklichkeit(en) beitragen und auf Abläufe, Deutungsmuster und Strukturmerkmale aufmerksam machen." (Flick, von Kardoff& Steinke 2000, S. 14)

## Résumé : activités de loisirs des prestataires publics pour les femmes et les hommes dès 62 ans dans le Haut-Valais

**Le rapport détaillé de l'étude est rédigé en allemand !**

### Introduction

En septembre 2004, la HEVs<sup>123</sup> a été mandatée par le Bureau de l'égalité entre femmes et hommes et par le Conseil de l'égalité du Canton du Valais pour réaliser un état des lieux des offres de loisirs d'organisations à but non lucratif dans le Haut-Valais. Cette enquête devait étudier les offres de loisirs existantes dans le Haut-Valais pour les femmes et les hommes à partir de 62 ans et tenir compte en particulier des différences en fonction du sexe.

L'enquête a été réalisée sous la forme d'un questionnaire standardisé envoyé aux institutions puis exploité avec SPSS. Elle ciblait les prestataires de services<sup>124</sup> pour les femmes et les hommes âgés de 62 à 75 ans dans le Haut-Valais. Sur un total de 366 questionnaires expédiés, 165 ont été retournés (taux de retour de 45%). L'échantillon peut donc être considéré comme représentatif.

### Sélection des principaux résultats

- Deux tiers des institutions du Haut-Valais ayant répondu offrent des prestations aux femmes et aux hommes âgés de 62 ans et plus. Ces prestations s'adressent à différents groupes sociaux : les femmes, les hommes ainsi que personnes âgées et très âgées. Aucune différence liée à l'âge ou au sexe n'est constatée. Il semble que les différences reposent plus sur les variations des mandats de prestations.
- Deux tiers des prestataires de services pour les femmes et les hommes âgés de 62 ans et plus disposent actuellement d'une offre de loisirs dont les activités sont fréquemment liées à la santé, suivie par les offres culturelles et la formation.
- Les objectifs des offres de loisirs se situent majoritairement dans le domaine des contacts sociaux, des divertissements et des déplacements. Des objectifs tels que l'information, l'apprentissage et le soutien semblent avoir une importance moindre.
- Les offres de loisirs s'adressent majoritairement aux femmes et aux hommes ; lorsqu'elles s'adressent à un groupe spécifique, il s'agit plutôt des femmes. Pour les hommes, il existe peu, voire aucune offre spécifique.
- On suppose que l'offre est élaborée en fonction des demandes des participant-e-s, une vérification systématique des besoins n'étant que rarement effectuée.
- La communication de l'offre de loisirs s'effectue le plus souvent par les échanges personnels, mais aussi fréquemment au moyen d'une stratégie passive (informations au tableau d'affichage).
- Ces cinq dernières années, deux tiers des prestataires n'ont procédé à aucune modification. Pour le tiers restant, les modifications ont concerné aussi bien l'offre que le public ciblé, avec en majorité une augmentation des offres et une tendance à la hausse du pourcentage de femmes.

---

<sup>123</sup> HEVs = Haute Ecole valaisanne Santé - Social

<sup>124</sup> Services relatifs à l'occupation, au logement, à la santé, l'apprentissage, etc. Voir le questionnaire

## **Conclusions**

### *L'enquête*

Dans la région du Haut-Valais, on a identifié au total 366 institutions telles que des maisons de retraite, des communes, des paroisses et des associations susceptibles d'offrir des prestations destinées aux femmes et aux hommes âgés de 62 ans et plus. Celles-ci ont été interrogées sur leur offre dans le domaine des loisirs. Presque une institution sur deux (45%) a renvoyé le questionnaire complété.

Actuellement, dans le Haut-Valais, deux tiers des institutions ayant répondu au questionnaire offrent des prestations pour les femmes et les hommes à partir de 62 ans. La proportion d'organisations offrant des services varie cependant en fonction du type de prestation et du public visé : les institutions qui s'adressent à différents groupes sociaux (par exemple les églises, les communes et les associations) se distinguent par le fait qu'elles proposent plus rarement des prestations spécifiquement destinées aux personnes de 62 ans et plus.

### *Les offres de services*

L'offre de services décrite pour les femmes et les hommes de 62 ans et plus est large. Presque la moitié des institutions répondantes prévoit des activités d'occupation. Des offres et des formes de soutien relatives à la vie quotidienne, par exemple le logement, les soins, l'alimentation et les conseils, sont également mentionnées par une institution sur deux. L'analyse montre que certaines organisations couvrent plusieurs domaines de prestations, comme par exemple les maisons de retraite. Les associations proposent principalement des programmes d'occupations, qui représentent presque la moitié des offres dans ce domaine ; elles offrent également, quoique beaucoup plus rarement, des prestations relatives à l'alimentation, au logement et aux soins. La forte présence des associations dans le domaine des activités d'occupation peut indiquer que les autres prestataires délèguent ce type de services.

Les prestataires de services ne s'adressent pas à des groupes spécifiques en matière d'âge ou de sexe. Les offres de services s'adressent le plus souvent à plusieurs groupes, femmes et hommes de moins de 75 ans et personnes plus âgées (de plus de 75 ans). Aucun groupe d'âge ou de sexe spécifique n'est visé. Les activités d'occupation sont un peu plus souvent destinées aux femmes de moins de 75 ans. Les domaines du logement et des soins visent plus fréquemment les personnes très âgées, la différence en termes de type de prestations fournies s'expliquant plus par le mandat de prestation que par l'âge ou le sexe des participants.

Deux tiers des institutions répondantes qui offrent des prestations aux femmes et hommes très âgés organisent en parallèle des activités de loisirs dans les domaines de la santé, de la formation / culture, de l'assistance et autres.

### *Offres de loisirs*

L'offre de loisirs en général est principalement orientée vers le domaine de la santé, de la culture et de la formation. Les manifestations proposant une aide ou des informations pour améliorer les conditions de vie viennent en troisième position. Cette répartition des offres ne se distingue pas en fonction du type de prestataire. L'analyse des données confirme que les loisirs concernent principalement la santé, le sport et la formation / culture. Environ un tiers des activités a été affecté aux catégories ci-dessus. Les offres qualifiées de services d'assistance ont été légèrement plus rares.

Les organisateurs ont mentionné les femmes et les hommes comme public visé par ces activités de loisirs dans un cas sur deux. Cette proportion des manifestations adressées aux deux sexes varie légèrement en fonction de l'objectif central des activités. Les activités de formation et les activités culturelles s'adressent apparemment aux deux sexes, ce qui n'est pas forcément le cas des manifestations dans le domaine de la santé et de l'assistance. Bien que les femmes aussi bien que les hommes puissent participer à ces activités, l'offre de loisirs est ici plus souvent conçue pour les femmes. Les activités qui visent exclusivement un public masculin sont exceptionnelles dans tous les domaines. En général, les activités de loisirs se distinguent des prestations générales destinées aux femmes et aux hommes âgés, car elles sont plus souvent élaborées spécifiquement par sexe. Pour les services, nous n'avons pas constaté cette tendance.

Comme la moitié des activités s'adresse aux femmes et aux hommes et que l'autre moitié vise principalement les femmes, cela influence également la participation des deux sexes à chaque activité, comme l'étude de ce point le montre clairement. Plus de femmes que d'hommes participent à la moitié des offres, et pour une activité de loisirs sur sept le public est exclusivement féminin. Dans l'ensemble, le nombre de participantes est supérieur à celui des hommes. La plus grande proportion de femmes se rapporte peut-être au profil des prestataires (la proportion d'associations de femmes et de mères correspond à environ un tiers des associations). Si l'on tient compte du fait que la moitié des prestataires qui ont proposé en 2004 un programme annuel de plus de 20 offres étaient des associations, cette impression de plus forte participation féminine se renforce. On peut également se demander si la participation des hommes pourrait être augmentée par une offre qui leur soit adaptée.

Les objectifs des offres de loisirs décrites se situent majoritairement dans le domaine des contacts sociaux, des divertissements et des déplacements. L'offre est conçue pour que les participant-e-s aient l'occasion de s'intégrer socialement. Selon les prestataires, leur cercle de connaissances doit s'élargir. De manière concordante, cet objectif est déclaré comme important pour tous les types de manifestations.

### *Les canaux d'information*

L'analyse des données révèle que les groupes ciblés sont principalement informés de l'offre existante de loisirs via les échanges personnels, ce qui implique que l'information circule dans le cadre de réseaux existants. Cette observation suppose que l'accès aux informations dépend de l'intégration sociale<sup>125</sup> des personnes intéressées. A notre avis, ce fait est partiellement en contradiction avec l'objectif des activités. En effet, si les activités de loisirs visent à entretenir et à étendre les contacts sociaux, la diffusion de l'information sur les offres ne peut se faire uniquement par les réseaux existants, sinon les personnes présentant une faible intégration sociale n'auraient pas connaissance des offres et seraient désavantagées.

Enfin, il faut observer que presque un prestataire sur deux applique une stratégie « non active » de diffusion de l'information (c'est-à-dire que les détails de l'offre actuelle de loisirs sont affichés au panneau d'information). Par conséquent, on peut supposer que l'accès aux informations sur les activités de loisirs pour les personnes âgées (dans tous les domaines) dépend d'une part de l'intérêt personnel pour ces informations et donc de l'engagement des individus, et d'autre part également de l'accessibilité aux tableaux d'affichage. On se demande ici comment il est possible d'atteindre des personnes qui n'ont pas accès seul aux informations sur les offres de loisirs, en particulier lorsque l'objectif des manifestations est d'entretenir et de renforcer les contacts sociaux.

---

<sup>125</sup> Dans l'intégration sociale, on tient compte du nombre de personnes avec lesquels un contact est établi, ainsi que de la fréquence et de l'intensité des contacts.

Le faible pourcentage des organisations qui ont recours aux médias (4 églises sur 11 et 15 associations sur 37) s'explique fort probablement par le problème des coûts, en particulier lorsque les prestataires disposent de canaux d'information gratuits, comme les échanges personnels et les tableaux d'affichage. La diffusion des informations par les médias apparaît au premier abord quelque peu superflu, mais d'un autre côté il faut se demander si cela ne permettrait pas de toucher un public plus large.

### *La planification des activités*

Lors de l'élaboration et de la planification des activités de loisirs, les organisateurs de manifestations se réfèrent aux demandes spontanées des concitoyen-ne-s, des responsables de cours et des spécialistes. Les demandes émanant de ces intéressé-e-s servent principalement à élaborer des offres dans les domaines de la santé et de la culture. Par conséquent, on suppose que l'offre de loisirs est ici majoritairement bâtie sur les demandes des participant-e-s. Cependant, les besoins font rarement l'objet d'une évaluation systématique. Il pourrait s'ensuivre que l'intérêt général n'étant pas vérifié, le nombre de participant-e-s aux manifestations reste faible.

### *Le financement*

Le financement des manifestations passe pour les trois quarts des prestataires par le soutien d'autres institutions et/ou par des cotisations de membres. On relèvera que la participation des institutions ou des organisations se traduit souvent par une contribution financière ou par un soutien sous la forme d'une mise à disposition gratuite de locaux et de matériel. Par contre, les soutiens sous forme de transports semblent être rares pour ces institutions. Cela peut signifier d'une part que le transport, s'il est nécessaire, est organisé par les personnes concernées elles-mêmes, ou que les femmes et les hommes souffrant d'une mobilité limitée sont parfois exclus de ces activités.

Deux tiers des activités de loisirs sont cofinancés par les participant-e-s, la moitié des contributions étant inférieures à Fr. 25.-. Cette proportion plutôt modérée peut également avoir une influence sur la participation, car pour une certaine part elle assure l'accessibilité aux activités. Cependant, cette somme est élevée pour des personnes âgées qui dépendent uniquement de la rente AVS. L'attractivité et l'accessibilité de ces manifestations peuvent ainsi être entravées pour les personnes à faibles revenus.

### *Les responsables de cours*

En moyenne, nous avons relevé qu'un-e responsable de cours sur deux ne peut pas être considéré-e comme un-e spécialiste. Les femmes s'engagent nettement plus souvent comme responsables de cours. Leurs prestations ne sont rémunérées que pour un quart des activités de loisirs. Non-professionnel-le-s et spécialistes se partagent les cours pour un cinquième des activités.

### *La modification des offres*

Environ deux tiers des prestataires indiquent qu'ils n'ont procédé à aucune modification de leur offre au cours des cinq dernières années. Les adaptations correspondent principalement à une extension de l'offre. Une modification du public ciblé ou l'augmentation / la baisse du nombre d'intéressé-e-s peut entraîner une reformulation de l'offre. Un tiers des organisateurs signale un intérêt croissant pour son offre. On remarque principalement un nombre plus élevé de participantes (trois fois plus de nouvelles participantes que de participants). On peut se demander ici quel est l'intérêt des hommes pour l'offre existante. Les hommes déploient peut-être d'autres stratégies pour satisfaire leur besoin d'échanges sociaux ou disposent d'autres réseaux, par exemple de par leur vie professionnelle présente ou passée.

La participation croissante des femmes correspond à la tendance selon laquelle au fur et à mesure que l'âge augmente il y a plus de femmes seules que d'hommes. Partant de l'hypothèse que les femmes seules recherchent des contacts sociaux par le biais d'activités de loisirs, on peut dire que les offres ayant cet objectif répondent à leur souhait et que c'est pour cette raison qu'un nombre supérieur de femmes participe à ces manifestations.

## **Perspectives**

Le Haut-Valais présente globalement une large offre d'activités de loisirs pour les femmes et les hommes âgés de 62 ans et plus. L'analyse a révélé que dans le domaine des loisirs, au premier coup d'œil les femmes aussi bien que les hommes font partie du public visé. Cependant, on doit constater qu'outre cette offre, une certaine proportion de manifestations sont destinées spécifiquement aux femmes. Par conséquent, les publics ciblés sont plus féminins que masculins. Cela influence également la participation des deux sexes, car dans le cas des offres de loisirs le nombre de femmes est clairement supérieur à celui des hommes. En outre, nous avons pu observer que selon les déclarations des organisations interrogées, les besoins font assez rarement l'objet d'une analyse systématique. Il faudrait maintenant vérifier si le nombre de femmes est plus élevé parce que les activités de loisirs qui sont proposées leur conviennent mieux qu'aux hommes. Le nombre supérieur de participantes est peut-être également dû au profil des prestataires ou dépend le cas échéant de la proportion croissante de femmes dans la société au fur et à mesure que l'âge augmente. Il faut donc également étudier pourquoi les hommes participent moins aux activités proposées et savoir si cela est dû à une offre inadaptée ou s'ils disposent d'autres possibilités et occasions d'entretenir des contacts sociaux.

On constate que les activités de loisirs sont fortement orientées vers l'intégration sociale, une tendance qui se remarque par le fait que tous les types d'offres sont associés à cet objectif. Les activités sont plus rarement liées à un objectif d'apprentissage. Les domaines de l'assistance et de la santé représentent une exception, leur objectif étant d'informer les participant-e-s. En tenant compte des résultats de recherche<sup>126</sup> décrits au début, il est nécessaire de confronter les besoins et les objectifs des groupes visés. Il est recommandé de tenir compte des compétences des femmes et des hommes âgés de 62 ans et plus dans les prochains programmes. Il faut également réfléchir à la forme sous laquelle définir l'occupation des femmes et des hommes de 62 ans et plus et comment cette occupation s'organise. L'offre existante peut par exemple être liée à un processus d'apprentissage. La prise en compte de ces réflexions peut conduire à une offre de loisirs qui apporte plus d'assistance personnelle et qui encourage l'autonomie du public ciblé. Dans ces conditions, les participant-e-s pourraient être considéré-e-s comme des partenaires et des « client-e-s » et pas exclusivement comme des consommatrices et des consommateurs de prestations.

D'un autre côté, on peut supposer que l'offre de loisirs est plutôt conçue comme une « compensation » et comme une mesure sanitaire et préventive qui favorise l'intégration sociale des personnes âgées (construction d'un réseau social, augmentation du nombre de contacts sociaux) ce qui fait que le sentiment d'appartenance de ces groupes sociaux à la société augmente. Il convient ici de vérifier si cette impression correspond à celle des participants et dans quelle mesure cet objectif est atteint.

Les canaux d'information les plus sollicités (bouche à oreille et affichage des informations) pour communiquer sur les manifestations organisées dans le domaine des loisirs relèvent d'une stratégie qui exclut parfois la participation de différents groupes. Les réflexions sur les canaux d'information et les effets des différentes stratégies d'information doivent être reconsidérées.

---

<sup>126</sup> La situation des futures générations de retraité-e-s est différente du fait des modifications des conditions de vie, d'une plus grande longévité en bonne santé et de compétences élevées dans divers domaines.

A notre avis, il faut accorder une importance particulière à la participation de groupes à risques (personnes isolées socialement, personnes qui ne peuvent accéder aux informations ou même aux manifestations du fait de handicaps physiques, etc.) et aux conditions cadres qu'elle implique, car la participation à des activités de loisirs peut être particulièrement importante justement pour ces publics.

Dans l'ensemble, nos recommandations s'orientent principalement vers une vérification systématique des besoins en offres de loisirs en tenant compte des femmes et des hommes âgés de 62 ans et plus dans le Haut-Valais, notamment sous l'angle de la promotion des réseaux sociaux et du développement d'un sentiment d'appartenance correspondant.

D'autres enquêtes qualitatives doivent être effectuées dans le domaine des besoins de loisirs pour les femmes et les hommes âgés de 62 ans et plus dans le Haut-Valais afin d'avoir un point de vue différent et des connaissances plus larges. Il faut en particulier considérer les modifications des conditions sociales pour les générations suivantes, qui auront peut-être d'autres besoins en matière d'organisation de loisirs. Un autre domaine encore non abordé concerne la forme et l'importance des contacts sociaux pour les femmes et les hommes très âgés. L'accent devrait être mis sur les moyens d'éviter l'isolement et la solitude.

Comme les enquêtes quantitatives ne permettent pas de cerner suffisamment le vécu et les motifs des actions humaines, le choix d'une approche qualitative pour les enquêtes ultérieures est à recommander. L'approche qualitative permet au chercheur de tenir compte des perspectives des femmes et des hommes. « Décrire les vies de l'intérieur, du point de vue des personnes qui agissent. Cela (la recherche qualitative) doit contribuer à une meilleure compréhension de la (les) réalité(s) sociale(s) et faire prendre conscience des processus, des modèles d'interprétation et des caractéristiques structurelles. » (traduction libre, Flick, von Kardoff& Steinke 2000, p. 14)

## Literaturverzeichnis

- Boertz, J., Döring, N. (2002): Forschungsmethoden und Evaluation. Für Human- und Sozialwissenschaftler. 3. überarb. Auflage, Springer Lehrbuch.
- Freymon, C. Demographisches Portrait der Schweiz. Hrsg. Bundesamt für Statistik. (2004). Neuchatel 2004
- Gully, E. (2005): Lebensdauer und Gesundheit. IN: Bundesamt für Statistik. (Hrsg.) Alter und Generationen. Das Leben in der Schweiz ab 50 Jahren. Neuchatel S. 55-69)
- Höpflinger F. (2004): UN- Beschränkte Möglichkeiten. Schweizerische Gesellschaft für Gerontologie, 1/04 S.2-4
- Höpflinger, F. (2002). Dimensionen des Alterns im Lebenslauf. Einige gesellschaftliche Folgen der Langlebigkeit. In J-P.Fraginière, F. Höpflinger, V. Hugentobler (Hrsg.) Generationenfrage. Dimensionen, Trends und Debatten. Pädagogisches Dossier (S. 57-85). Sion: INAG
- Höpflinger F. (2004) Nachberufliche Tätigkeitsfelder in der Schweiz - Problemstellung und Beobachtungen (www Dokument) URL: <http://www.mypage.bluewin.ch/hoepf/fhtop/fhalter1I.html> eingesehen am 06.09.2005
- Höpflinger, F. (2003). Soziale Beziehungen im Alter – Entwicklungen und Problemfelder (www Dokument) URL: <http://mypage.bluewin.ch/hoepf/fhtop/fhalter1H.html> eingesehen am 28. 08.2005
- Höpflinger, F. (2004). Traditionelles und neues Wohnen im Alter. Zürich: Seismo
- Hurrelmann, K.& Kolip, P. (Hg.): Geschlecht, Gesundheit und Krankheit. Bern: Huber 2002
- Kruse, A. (2004) Prävention und Gesundheitsförderung im Alter. IN: K. Hurrelmann, T. Klotz & J. Haisch (Hrsg.) Lehrbuch Prävention und Gesundheitsförderung Bern: Huber
- Lalivè d'Épinay, Christian; Bickel, Jean-François; Maystre, Carole et al. (1997) Les personnes âgées à Genève 1979-1994. Santé, famille, réseaux d'aide et de soins, Cahiers de la Santé, No. 8, Genève: Département de l'action sociale et de la santé.
- Lamprecht, M., Stamm, H. (1994). Die soziale Ordnung der Freizeit. Soziale Unterschiede im Freizeitverhalten der Schweizer Wohnbevölkerung. Zürich: Seismo
- Lehr, U. (1994): Die Bedeutung von Aktivität für die Lebensqualität im Alter. IN: J. Braun, B. Meisheit & S. Trösch (hrsg.), Aktives Leben im Alter, 75-83. Bonn: Institut für sozialwissenschaftliche Analysen und Beratung (ISAB), Bundesministerium für Familie und Senioren.
- Lehr, U. (2003). Psychologie des Alterns (10.Aufl.). Wiebelsheim: Quelle & Meyer
- Nestmann, F.(1991). Soziale Netzwerke und soziale Unterstützung. Netzwerkförderung und Soziale Arbeit. Empirische Analysen in ausgewählten Handlungs- und Politikfeldern. Bielefeld: Kleine Verlag
- Niederfranke, A. (1994): Pluralisierung von Lebenslagen und Lebensstilen älterer Frauen. In: Kade, S.(Hrsg.): Individualisierung und Älterwerden. Bad Heilbronn. S.45–58.
- Opachovsky, H.W. (1998). Leben zwischen muss und Muse. Hamburg: Germa Press.
- U. Otto. (2003). Wie weit tragen sie wirklich? Empirische Befunde zu Unterstützungspotenzialen sozialer Netze und entsprechenden Bedarfs- und Bedürfnislagen bei älteren Menschen. (www Dokument) URL – Dokument <http://w210.ub.uni->

tuebingen.de/dbt/volltexte/2003/713/pdf/netzwerk-demografie\_250203.pdf. Eingesehen am 18. September 2005

Perrig-Chiello, P. (1997). Wohlbefinden im Alter. Körperliche, psychische und soziale Determinanten und Ressourcen. Weinheim und München: Juvena

Perrig-Chiello, P.; Perrig, W.J.; Stähelin, H.B.; Krebs-Rubicek, E.; Ehrsam, R. (1994) Autonomie, Wohlbefinden, und Gesundheit im Alter. Das Basler IDA-Projekt, Berichte und Arbeiten aus dem Institut für Psychologie der Universität Basel, Nr. 63, Basel.

Sauvain-Dugerdil, C. (2005). Abschnitte des Familienlebens und Wohnformen. In: P. Wanner, C. Sauvain-Dugerdil, E. Guilly, C. Hussy, (Hrsg.) Alter und Generationen - Das Leben in der Schweiz ab 50 Jahren. Bundesamt für Statistik. Neuchâtel

Trojan, A. (2004). Soziale Netzwerke und Netzwerkförderung. In Bundesamt für gesundheitliche Aufklärung (Hrsg) Leitbegriffe der Gesundheitsförderung, Glossar zu Konzepten, Strategien und Methoden in der Gesundheitsförderung (4. Aufl., S. 208-210). Schwabenheim a.d. Selz: Fachverlag Peter Sabo

Wanner, P. (2005). Bildung, Berufstätigkeit und Ruhestand. In: P. Wanner, C. Sauvain-Dugerdil, E. Guilly, C. Hussy, (Hrsg.) Alter und Generationen - Das Leben in der Schweiz ab 50 Jahren. Bundesamt für Statistik. Neuchâtel

Wanner, P und Forny, Y. (2005). Die demographische Alterung in zeit und Raum. In: P. Wanner, C. Sauvain-Dugerdil, E. Guilly, C. Hussy, (Hrsg.) Alter und Generationen - Das Leben in der Schweiz ab 50 Jahren. Bundesamt für Statistik. Neuchâtel

WHO (1986 ). Ottawa Charta zur Gesundheitsförderung. (www Dokument)  
URL:[www.euro.who.int/Aaboutwho/Policy/20010827\\_2?language=German](http://www.euro.who.int/Aaboutwho/Policy/20010827_2?language=German) eingesehen am 16. Dezember 2005

## Abbildungsverzeichnis

|          |   |       |
|----------|---|-------|
| Abb. 1:  | Eidgenössische Volkszählung 2000 Alter und Generationen – Das Leben in der Schweiz ab 50 Jahren (Guilley 2005)          | S. 6  |
| Abb. 2:  | Beschreibung der Grundgesamtheit (n=366) und der Rücklaufquote (n=165) in N je nach Institution                         | S. 10 |
| Abb. 3:  | Anteil der Institutionen, welche Dienstleistungen angeben, je nach Art der Institution in % (n= 102)                    | S. 11 |
| Abb.4:   | Dienstleistungen der einzelnen Institutionen je nach Bereichen in % (n= 102, Mehrfachantwort möglich)                   | S. 12 |
| Abb. 5:  | Bereich Dienstleistungsangebot je nach Zielgruppe in % (n = 102 Mehrfachantwort möglich)                                | S. 14 |
| Abb. 6:  | Anzahl der im Jahr 2004 angebotenen Freizeitaktivitäten in % (n = 66)   | S. 16 |
| Abb. 7:  | Art der angebotenen Freizeitaktivitäten (n = 75)  | S. 17 |
| Abb. 8:  | Zielgruppe der Freizeitangebote je nach Geschlecht in % (n = 75, Mehrfachantwort möglich)                               | S. 18 |
| Abb. 9:  | Informationsverbreitung über die angebotenen Freizeitveranstaltungen an die Zielgruppen (N=75, Mehrfachantwort möglich) | S. 18 |
| Abb. 10: | Informationen zu Planung und % (n=75, Mehrfachantwort möglich)  | S. 20 |
| Abb. 11: | Bereich des beschriebenen Freizeitangebotes in % (n=120, Mehrfachantwort möglich)                                       | S. 22 |
| Abb. 12: | Anzahl der beschriebenen Freizeitangebote je nach Durchführungsjahr in N (n=120, Mehrfachantwort möglich)               | S. 23 |
| Abb. 13: | Wiederholung vom Freizeitangebot im Verlauf der letzten 4 Jahren (zwischen 2002 – 2005, in %, n= 120)                   | S. 23 |
| Abb. 14: | Ziele der beschriebenen Freizeitangebote in % (n=120, Mehrfachantwort möglich)  | S. 24 |
| Abb. 15: | Zielgruppe der verschiedenen beschriebenen Freizeitangebote in % (n=107)  | S. 25 |
| Abb. 16: | Anzahl der Teilnehmer nach Geschlecht in % (n=108, 91)  | S. 26 |
| Abb. 17: | Anteil an Frauen und Männern je nach beschriebenen Angebot in % (n=110)   | S. 26 |
| Abb. 18: | Unterstützung vom Freizeitangebots je nach Quelle in % (n= 90)  | S. 27 |
| Abb.19:  | Art der Unterstützung durch Organisationen in N und % (n=71, Mehrfachantwort möglich)                                   | S. 27 |
| Abb. 20: | Finanzielle Beteiligung von Mitgliedern in % (n=67)   | S. 28 |
| Abb. 21: | Gründe warum das Angebot verändert wurde in N (n=30, Mehrfachantwort möglich)   | S. 30 |
| Abb.22:  | Anzahl der Angebote in denen die Teilnehmeranzahl sich verändert hat nach Geschlecht in N (n=32)                        | S. 31 |
| Abb. 23: | Profil der Kursleitung in % (n= 98)   | S. 31 |