Herausforderungen und Chancen der „Silver Economy“ – Beispiel Frankreich

Benjamin Zimmer

Die Silver Economy umfasst alle Warenhersteller und/oder Dienstleister, die die Bedürfnisse von Senioren und ihrem Umfeld erfüllen. Sie ist branchenübergreifend mit zahlreichen Tätigkeitsfeldern – von der Gesundheit über den Baubereich, Dienstleistungen, Kosmetik und Kommunikation bis hin zu Transport oder Freizeit usw. – und hat die Schaffung eines ökonomischen, sozialen und gesellschaftlichen Mehrwerts zum Ziel. Dieses auf Senioren bezogene wirtschaftliche Konzept verspricht große Chancen für Wachstum, Produktion und Beschäftigung und wird von öffentlichen Stellen als eine bevorzugte Industriebranche präsentiert.

Entwicklung innovationsfreundlicher Milieus

Im Rahmen der Silver Economy richtig zu handeln und unsere Gesellschaft auf ihren alternden Teil einzustellen, stellt auch eine umfassende Vision für Innovationen dar. So müssen wir auf technologischer Ebene innovativ sein (größere Leistung und Miniaturisierung der Beschleunigungssensoren von Sturzmeldesystemen), in Bezug auf unsere Prozesse (Koordination von Angehörigen der Gesundheitsberufe und des medizinisch-sozialen Bereichs), unsere Dienstleistungen (Barrierefreiheit von Produktverpackungen), in Bezug auf den Einsatz von Lösungen (neuer Vertriebsweg, neue Betriebsorganisation für die Herstellung), unser ökonomisches Modell (öffentliche Erwerbsprozesse) und hinsichtlich unseres auf eine alternde Bevölkerung bezogenen Konzepts. Ziel hierbei ist es, dem Lebensabend mehr Qualität zu geben statt nur das Leben zu verlängern. Diese Ambitionen sollen in dem entsprechenden Gesetzentwurf zum Ausdruck kommen. Außerdem wird auf diese Weise das berühmte Prinzip „Begleiten, antizipieren und anpassen“ der Onkologin und Politikerin Michèle Delaunay umgesetzt. Dies erreichen wir durch ein weiteres dreigliedriges Prinzip: „Innovativ sein, investieren, industrialisieren“.

So haben zahlreiche Unternehmen die von dieser Branche gebotene Chance wahrgenommen, um ihre Lösungen vielfältiger zu gestalten und auf diese Weise neue Marktanteile zu erobern. Andere Unternehmen wurden ausschließlich für diese Branche gegründet (die Pureplayer), um neue Märkte zu schaffen. Um diese Unternehmen in ihren Innovationsstrategien zu begleiten, sind in Frankreich und der übrigen Welt innovationsfreundliche Milieus **nach dem Vorbild des Clusters Silver Valley in**

der Pariser Region entstanden. Diese innovativen Organisationen haben die folgenden Hauptfunktionen:

- Sie sollen die Entwicklung und Markteinführung der Innovationen von Start-up-Unternehmen sowie kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) beschleunigen.
- Sie sollen gleichsam ein Observatorium sein, das von guten Praktiken im Bereich der Innovationen lebt, indem es eine „Open Innovation“-Logik für mittelgroße Unternehmen und große Konzernen entwickelt.
- Durch sie soll die Untersuchung der Strukturen öffentlicher und privater Forschung aufgewertet werden.
- Sie sollen Unternehmen in allen Entwicklungsphasen einen Zugang zu Investoren ermöglichen: vom Start über die kommerzielle Entwicklung bis zum industriellen Wandel.
- Ferner sollen sie ein Instrument zur Förderung von Innovation auf Grundlage der Anwendungen darstellen, indem die Nutzer bereits in die Phasen einbezogen werden, die der Konzeption von Waren und Dienstleistungen vorausgehen.

Diese Milieus erlangen gegenwärtig eine weitere Verbreitung, in einer wirtschaftlichen Situation, die durch einen Rückgang des Verbrauchs in den Haushalten gekennzeichnet ist. Als Nebeneffekt dieses Rückgang hat das Wort Ressource für Unternehmen einen neuen positiven Klang bekommen: Dabei sind die (finanziellen, materiellen und personellen) Ressourcen im Hinblick auf die Innovation im Bereich der Unternehmen stärker begrenzt, was die Entstehung entsprechender Strukturen erklärt.

Strategische Vision von Silver Valley

Silver Valley, eine gemeinnützige Vereinigung nach dem französischen Gesetz von 1901, betreibt ein Netz von 220 Einrichtungen in der Pariser Region (Ile-de-France). Diese Organisation ermöglicht Großunternehmen den Zugang zu verschiedenen Arten von Innovationen, die von zahlreichen Start-ups sowie kleinen und mittleren Unternehmen in unterschiedlichsten Tätigkeitsfeldern entwickelt wurden. Umgekehrt wird Start-ups sowie kleinen und mittleren Unternehmen Zugang zu Know-how und guter Industriepraxis verschafft. Um ihre Erfolgchancen auf den jeweiligen Märkten zu sichern, sorgt Silver Valley zudem für eine Zusammenarbeit zwischen diesen Unternehmen und Kompetenzzentren, Gewerkschaften, Hochschulen bzw. Universitäten, Körperschaften, Nutzern, Verbänden, Beratungsfirmen und Investoren.

Die offene Innovation, für die das Organisationsmodell Silver Valley steht, bedeutet die Förderung von Innovationen bei Produkten, Dienstleistungen, Wirtschaftsmodellen sowie neuen Organisation und Prozessen (Vertrieb, Einkauf). Sie stellt ein Mittel zur Unterstützung relevanter Strategien dar, durch das Lösungen rasch getestet, gute Praktiken insbesondere im Vorfeld der Konzeption neuer

Waren und Dienstleistungen ermittelt sowie neue Wege beschritten werden, wenn eine Branche an Professionalität gewinnt.

Autor: Benjamin Zimmer, Direktor von Silver Valley (www.silvervalley.fr).

Kontakt: benjamin.zimmer@silvervalley.fr