

Entwicklung von altersgerechten Produkten und Einrichtungen : Flaschenverschlüsse anpassen

Autor(en): **Tremp, Urs**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Curaviva : Fachzeitschrift**

Band (Jahr): **88 (2017)**

Heft 12: **Demografischer Wandel : wie immer mehr Alte die Gesellschaft verändern**

PDF erstellt am: **01.09.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-834313>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Entwicklung von altersgerechten Produkten und Einrichtungen

Flaschenverschlüsse anpassen

Der Alltag und die Alltagseinrichtungen und -produkte müssen altersfreundlicher werden. Designer, Verkehrs- und Städteplaner sind gefordert.

Von Urs Tremp

Die Studentinnen und Studenten der Fachhochschule Nordwestschweiz wollten es genau wissen. Mit Stoppuhr, Notizblock und den nötigen Probanden untersuchten sie in der Stadt Olten, ob die Grünphasen an den Fussgängerübergängen auch Menschen mit Gehbeschwerden genügend Zeit lassen, eine Strasse zu überqueren. Das Resultat war nicht wirklich überraschend: Auch der Fussgängerverkehr muss sich den Gesetzen der aktiven, berufstätigen und körperlich fitten Gesellschaft beugen. Die meisten Grünphasen an den Fussgängerübergängen waren für nicht mehr ganz so schnelle alte Menschen viel zu kurz.

Auswirkungen auf den Alltag kaum ein Thema

Zwar ist der Begriff des demografischen Wandels in der Gesellschaft angekommen. Doch seine Auswirkungen auf den Alltag sind kaum ein Thema. Was bedeutet es, wenn im Jahr 2045 mehr als ein Viertel der Schweizer Bevölkerung älter als 65 ist? Die Alltagseinrichtungen, Alltagsdienstleistungen und -produkte müssen altersfreundlicher werden, damit alte Menschen sich in ihrem Tempo und mit ihren – zum Teil eingeschränkten – Möglichkeiten ohne das ständige Gefühl der Überforderung im Alltag zurechtfinden.

Zum ersten Mal hat sich in diesem Jahr der Schweizer Design-Preis mit Design beschäftigt, das für ältere und alte Menschen entwickelt wird. Will heissen: mit Produkten und Dienstleistungen, die berücksichtigen, dass die Muskelkraft

abnimmt, die Sehkraft schwindet, die Bewegungen langsamer werden. Mit einem Preis ausgezeichnet wurde etwa der Stadler Zug EC250 Giruno, ausserdem ein Projekt gegen die Alterseinsamkeit mittels iPhone-Technologie oder das Berner Generationen-Haus.

All diese Einrichtungen, Produkte und Projekte seien im Bewusstsein entwickelt worden, dass alte Menschen sie ebenso nutzen können wie jüngere Menschen. Beim neuen Stadler-Zug etwa sind die Gänge und die Sitze breiter, er ist barrierefrei, und auch das WC ist so eingerichtet, dass auch weniger mobile Menschen es benutzen können.

Senioren sind eine heterogene Zielgruppe

Ein Problem freilich haben die Designer, die altersfreundliche Produkte entwickeln wollen: Die Zielgruppe der Senioren ist sehr, sehr heterogen. Wenn etwa die IT-Technik als Segen für die Zukunft gepriesen wird, begeistert dies technikaffine alte Menschen, andere aber fühlen sich von solchen Entwicklungen sofort ausgeschlossen. Es wird also darum gehen, Produkte und Einrichtungen so zu gestalten, dass sie handhabbar und verständlich sind für alle.

Gestalter reden darum gerne vom Universal Design. Will heissen: Man soll Produkte und Einrichtungen so gestalten, dass sie von allen Menschen benutzt werden können. So einfache Dinge wie Flaschenverschlüsse sind ebenso gemeint wie Essbesteck oder Verpackungen.

Was so einfach wie selbstverständlich tönt, wird in der Praxis allerdings oft kaum be-

dacht. Eine deutsche Untersuchung hat schon vor Jahren einen wichtigen Grund ausgemacht: «Die Altersdifferenz zwischen der Zielgruppe und den zumeist jungen Produktentwicklern und Marketingexperten.»

Der demografischen Entwicklung zum Trotz wird in den Marketingbüros die Planung an der Zielgruppe der bis 49-Jährigen ausgerichtet. Will heissen: jung und dynamisch. Immerhin gehen einige Hochschulen für Design neue Wege. An der École cantonale d'art de Lausanne fühlen junge Designer sich ganz praktisch ins Alter hinein. Sie kleben gelbe Folie vor Brillengläser, um eine Trübung der Linse vorzutauschen, oder setzen Kopfhörer auf, um eine Hörbehinderung zu simulieren. Oder sie hängen sich zusätzlich Gewicht um. So erfahren sie mit den eigenen Sinnen, was im Alter gefragt ist.

Noch ist diese Sicht- und Erfahrungsweise nicht in den Designstudios, Entwicklungs- und Planungsabteilungen angekommen. Ein Anfang immerhin ist gemacht. ●

Produkte so gestalten, dass sie von allen Menschen benutzt werden können.



Ausgezeichneter Stadler-Zug: Breiter und barrierefrei.