

## **Universal Design: eine Herausforderung in unserer Zeit zunehmender Langlebigkeit**

*Prof. Dr. Dr. h.c. Ursula Lehr  
Institut für Gerontologie der Universität Heidelberg*

Wir leben heute in einer Zeit zunehmender Langlebigkeit, in einer alternden Welt. Immer mehr Menschen erreichen ein immer höheres Lebensalter – eine Tatsache, über die wir uns freuen sollten, die uns aber gleichzeitig herausfordert, alles zu tun, um bei hohem Wohlbefinden möglichst lange ein Leben in Unabhängigkeit und Selbstständigkeit zu führen. Immer mehr Ältere stehen immer weniger Jüngeren gegenüber – eine Tatsache, die auch Wirtschaft und Industrie, Design und Architektur beeinflussen wird. Wenn man bedenkt, dass zurzeit ein Drittel der Konsumausgaben von über 60jährigen getätigt wird und deren Anteil bis 2050 auf 40% und mehr steigt, dann muss man sich auf veränderte Verbraucher- und Käuferschichten einstellen.

Unsere Bevölkerung hat heute veränderte Interessen und Bedürfnisse, die einmal epochal bestimmt sind, zum anderen durch die zunehmende Langlebigkeit beeinflusst werden. Ein Leben ohne Telefon, Waschmaschine, Fernsehen, Video, Internet und Handy ist nicht mehr denkbar. Ist eine Neuan-schaffung fällig, stellen wir fest, dass beim neuen Modell eine Anzahl neuer Funktionen hinzugekommen ist, neue Technologien zum Einsatz kommen – und dadurch die Bedienung immer komplizierter wird, so dass viele mögliche Funktionen nicht genutzt werden und Fehlbedienungen immer häufiger werden. Und oft hört man den Satz: „Wozu das alles: weniger wäre mehr!“

Veränderte Bedürfnisse können zum anderen auch durch das zunehmende Lebensalter bestimmt sein, das manch einen mit mehr oder minder starken Einschränkungen konfrontiert. Einschränkungen in der Beweglichkeit (sich bücken und sich recken fällt schwer; Schulterprobleme, verringerter Radius beim Kopfwenden etc.), Einschränkungen in der Mobilität (Treppensteigen, schnelles Gehen), reduzierte Handkraft, Gelenkprobleme, nachlassende Sensibilität der Finger, Sehprobleme (eingeschränktes Gesichtsfeld, erhöhte Blendempfindlichkeit, Grautönung) und eingeschränkte Hörfähigkeit, nachlassende Kraft und Ausdauer. Wie stellen sich unsere Gesellschaft, unsere Wirtschaft und Industrie, Architektur und Design darauf ein?

In einem ersten Teil möchte ich die Zeit zunehmender Langlebigkeit – und damit einhergehend zunehmender Singularisierung ansprechen, in einem zweiten Abschnitt die Herausforderung einer anders zusammengesetzten Population aufzeigen und abschließend auf das neu entwickelte Qualitätszeichen „Universal Design“ eingehen, das Frau Prof. Schmidt-Ruhland dann vorstellen wird.

## **I. Der demografische Wandel – eine Zeit zunehmender Langlebigkeit**

### **1. Das individuelle Alter: Erhöhung der Lebenserwartung**

Lag vor hundert Jahren die durchschnittliche Lebenserwartung noch bei 45 Jahren, liegt sie heute jenseits der 80! Und sie steigt weiter: von Jahr zu Jahr um 3 Monate, von Tag zu Tag um 5 Stunden! Und schon heute hat der 60 jährige bereits eine weitere durchschnittliche Lebenserwartung von rund 25 Jahren – also noch mehr als einem Viertel – seines Lebens vor sich!

Der Anteil der „gesunden“ Lebensjahre, die wir in Unabhängigkeit und Selbstständigkeit verbringen dürfen, ist in den letzten Jahren enorm gestiegen (die „disability free life expectancy“); es sind also wirklich „gewonnene Jahre“. Der amerikanische Mediziner FRIES (1980, 1989) geht von einer „compression of morbidity“ aus, d. h., dass sich der Beginn ernstzunehmender Krankheiten in ein immer höheres Lebensalter hinausschieben wird und die Krankheitsdauer auf einen immer kürzeren zeitlichen Abschnitt direkt vor dem Tod begrenzt sein wird. Die Zeit des aktiven, relativ gesunden Alterns (in dem aber durchaus kleine Einschränkungen gegeben sind) nimmt zu und wird weiter zunehmen, vorausgesetzt, eine optimale Prävention und Gesundheitsvorsorge wird ausgebaut.

Ein gesundes und kompetentes Älterwerden ist in unserer langlebigen Zeit geradezu Verpflichtung: für jeden Einzelnen, selbst etwas zu tun, für sich und für andere, – aber auch für die Gesellschaft, die die entsprechenden Rahmenbedingungen und Möglichkeiten dazu schaffen muss. Zu diesen Rahmenbedingungen gehören auch die Umwelt- und Produktgestaltung sowie Service-Leistungen, die ein selbstständiges, unabhängiges Leben auch bei gewissen mit zunehmendem Alter sich verstärkenden Einschränkungen ermöglichen.

### **2. Das kollektive Altern – das Altern unserer Gesellschaft**

Wir müssen auf die veränderte Bevölkerungsstruktur, auf das Älterwerden unserer Gesellschaft mehr Rücksicht nehmen.

Gab es um 1900 nur 5% über 60jährige, so sind es heute fast 25%! In 40 Jahren nähert sich die Zahl in Deutschland der 40%-Grenze, für Spanien erwartet man 2050 bereits über 44%, in Italien und Österreich auch über 40% über 60jährige an der Bevölkerung.

Und wir haben eine Zunahme des Anteils der über 70-, 80-, 90- und Hundertjährigen. Vor 35 Jahren lebten in Deutschland 265 Hundertjährige; heute leben bei uns etwa 10.000 Personen mit dreistelligem Geburtstag (davon waren es 2005 364 über 105jährige). Im Jahre 2025 werden es (nach dem 2002 von der UN herausgegebenen Bericht: Aging Population 1950-2050) 44.200 sein, im Jahre 2050 rechnet man danach in Deutschland mit 117.700! Selbst der Anteil der 105jährigen und älteren steigt; Im Jahr 2007 hat der Bundespräsident 443 Personen im Alter von 105 Jahren und älter gratuliert (34 Männern und 404 Frauen).

Gleichzeitig haben wir nicht nur in Deutschland, sondern europaweit einen Rückgang der Geburtenzahlen. Die Gründe hierfür sind so vielseitig und zum größten Teil durch politische Maßnahmen nicht direkt beeinflussbar. Wir müssen hinnehmen, dass unsere Bevölkerung schrumpft – selbst bei höheren Migrationsraten, während sie in den übrigen Regionen der Welt in den nächsten 20 und 40 Jahren enorm zunehmen wird.

Wir haben in Deutschland eine Entvölkerung ganzer Regionen unseres Landes, deren Konsequenzen man vielfach noch nicht wahrhaben will: Sparkassen und Postämter müssen schließen, Schulen müssen zusammengelegt werden, der öffentliche Nahverkehr wird reduziert, Einkaufsläden und Arztpraxen „lohnen“ sich nicht mehr, Supermärkte sind für die zunehmende Zahl von Einpersonenhaushalten kaum noch interessant. Man spricht vom „Rückbau“ oder der „Rückentwicklung“ ganzer Gegenden. Den noch „wachsenden Regionen“ in der Bundesrepublik, stehen schrumpfende Regionen vorwiegend im Nordosten und Osten Deutschlands, aber auch in andere Teilen unseres Landes gegenüber. Junge Menschen wandern ab in wirtschaftlich begünstigte Regionen, ältere bleiben zurück für viele Jahre und Jahrzehnte, und sie werden immer älter, müssen immer weitere Wege zu Behörden, Kirchen, Postämtern und Sparkassen, zu Ärzten und Apotheken zurücklegen bei gleichzeitig reduziertem öffentlichen Nahverkehr (der sich aufgrund ausbleibender Schüler und Arbeitnehmer nicht mehr „lohnt“) die Einschränkung ihrer Mobilität nimmt zu, – und wir müssen alles tun, ihnen eine selbstständige Lebensführung möglichst lange zu ermöglichen.

Wir haben eine enorme Steigerung der Zahl alleinstehender Menschen (bedingt durch Rückgang der Eheschließungen, Partnerverlust bzw. Verwitwung, aber auch durch Scheidung ohne Wiederverheiratung); wir haben trotz Bevölkerungsrückgang eine Zunahme der Haushalte – wobei Mehr-Personen-Haushalte zurück gehen, Zwei- und Ein-Personen-Haushalte zunehmen. Alleinleben muss nicht Einsamkeit bedeuten, aber mögliche kleine Hilfsdienste (z. B. das Marmeladenglas zu öffnen,

den Korken aus der Flasche zu ziehen, den Joghurtbecher zu öffnen, den vakuumverpackten Käse oder Schinken von der Folie zu befreien, aber auch die Glühbirne in die Fassung einzudrehen u. dergleichen) vermisst man.

Wir müssen unsere Umwelt und Produkte so gestalten, dass derartige kleine Hilfsdienste nicht mehr nötig werden, dass Unabhängigkeit und Selbstständigkeit auch in einem Ein-Personen-Haushalt erhalten bleiben.

## **II. Die Herausforderungen einer anders zusammengesetzten Population**

### **1. Das veränderte Verhältnis zwischen den Generationen**

Realisieren wir wirklich die Konsequenzen einer alternden Gesellschaft? – einer Gesellschaft, in der vor gut 100 Jahren ein über 75jähriger noch 79 Personen gegenüberstand, die jünger als 75 waren (36 unter 20jährigen, 23 20-40jährigen, 15 40-60jährigen und 5 60-75jährigen). Heute stehen einem über 75jährigen nur noch 10,2 Personen gegenüber, die jünger als 75 sind und schon in 8 Jahren werden es nur 8,4 Personen sein. Und wenn unsere heute 43 jährigen einmal 75 sein werden, dann werden in Deutschland nahezu genau so viele über 75jährige wie unter 20 jährige leben (1:1,2) und nur 1,6 Personen im Alter von 20 bis 40 Jahren.

Dann brauchen wir gar nicht zu fragen, wer einmal die Pflege übernehmen soll – wer soll die Autos fahren, die Flieger fliegen, wer soll die Arbeit leisten?

Unsere Städte sind für eine ganz andere Bevölkerungszusammensetzung geplant worden; Gebäude, Häuser, Wohnungen, Möbel für eine andere Bevölkerungsgruppe entworfen, gebaut und eingerichtet worden. Die meisten unserer Produkte sind für eine ganz andere Population entwickelt worden. Junge und mittelalterliche Designer gehen oft von ihren eigenen Bedürfnissen aus und entwickeln Produkte für ihresgleichen.

Sind wir, unsere Gesellschaft, unsere Kommunen, unsere Wirtschaft, unsere Industrie, Architekten und Designer auf die zunehmende Langlebigkeit, auf die stark veränderte Bevölkerungszusammensetzung, auf das Älterwerden unserer Kunden, für die wir Produkte herstellen, vorbereitet? Sind die Gegenstände unseres Alltags für alle benutzerfreundlich?

Wir brauchen heute – um Hilfsbedürftigkeit, Abhängigkeit, Hinfälligkeit oder gar Pflegebedürftigkeit zu vermeiden – eine „präventive Umweltgestaltung“ oder auch eine „umweltbezogene Prävention“. Wir brauchen eine dingliche Umwelt, die Selbstständigkeit erhält, die Unabhängigkeit för-

dert. Das heißt: Es gilt einmal, Stolpersteine, Barrieren zu erkennen und auszuräumen, zum anderen aber zu Aktivitäten motivieren, zu einem gesundheitsbewussten Lebensstil anzuregen.

Freilich, 75 jährige sind noch lange nicht pflegebedürftig, aber die einen oder anderen kleinen Hemmnisse (im Hinblick auf die Mobilität, eingeschränkte Beweglichkeit, Probleme beim Treppensteigen, sich schwer bücken können, Gleichgewichtsstörungen, Arthritis, rheumatische Finger, auf die Sensorik, Seh- und Hörprobleme, Stoffwechselprobleme u. a.) treten schon auf und können zu einer Einschränkung des Lebensraumes und damit zu einem schleichenden Abbau der Kompetenz und der Fähigkeiten beitragen, wenn die Produkte und die Umwelt nicht entsprechend gestaltet sind.

## **2. Produktgestaltung**

Tatsache ist: Je gesunder und kompetenter ein Mensch ist, umso weniger beeinflusst die dinglich-sachliche Umwelt sein Verhalten – weder im fördernden noch im hindernden Sinne.

Aber: Je beeinträchtigt ein Mensch ist, umso mehr bestimmt diese dinglich-sachliche Umwelt sein Verhalten – sei es, dass sie im negativen Fall zu Kaufverzicht führt, im positiven Fall zum Kauf ermuntert.

Man kauft beispielsweise nur das, was sich leicht öffnen lässt; man verzichtet auf Lebensmittel, bei denen man das Haltbarkeitsdatum nicht erkennen kann, man verzichtet auf Haushaltsgeräte, die schwer zu bedienen sind, man lehnt das neue kleine Handy ab, da man immer daneben tippt und 3x die falsche Pin-Nummer eingibt, was zu vielen Scherereien führt; man kauft eine Hautcreme nicht, weil man das Kleingedruckte nicht lesen kann. – Auch die Schmuckbranche wird sich umstellen müssen, wenn die eingeschränkte Fingersensibilität bei den Miniverschlüssen an Halsketten und Armbändern ein Öffnen und Schließen erschwert oder gar unmöglich macht. So einen Schmuck kauft man eben nicht.

Oder denken Sie an die Verschlusskappen mancher Reinigungsmittel oder auch Medikamente, die man erst andrücken und dann hoch schrauben muss, damit sie vor Kindern gesichert sind – aber dann auch für manch einen sonst noch recht kompetenten Älteren nicht mehr zu öffnen sind. Hier ist „kindersicher“ auch gleich „altensicher“. Und wie sieht es oft aus mit Minipillen, die man dann noch halbiert oder gar geviertelt einnehmen soll. Unlesbare Beipackzettel (Minischrift; grau auf grauem Grund, keine Kontraste) bei den verschiedensten Medikamenten sind ein weiteres Problem, vom Inhalt der Beipackzettel ganz zu schweigen!

Und was glauben Sie, warum so viele Hörgeräte in den Nachttisch-Schubladen liegen? Gewiss kein „Universal Design“ – und noch weniger ein „seniorengerechtes Design“, obwohl Senioren hier doch die größte Verbrauchergruppe ausmachen! Was könnte hier alles verbessert werden! Und wann endlich gibt es bei uns den Fotoapparat für Linkshänder? Dabei denk ich nicht nur an die nach einem Schlaganfall Halbseitengelähmten, die aber auch eine beachtliche Gruppe ausmachen! Zur Bedienung von Computern wäre auch noch manches zu sagen. Auch hier gilt: weniger ist manchmal mehr.

Und haben Sie schon einmal bei Telecom ihren Tarif gewechselt? Das ist eine Wissenschaft für sich und verlangt Eingabe der Anschlusskennung, der Zugangsdaten, des 8-stelligen persönlichen Kennwortes an mehreren Stellen – und Sie sind der Situation hilflos ausgeliefert! Das ist weder „Universal Design“ noch „Inclusive Design“.

Es gibt nur wenige Benutzerstudien, die auch ältere Menschen und Personen mit eingeschränkten Fähigkeiten mit einschließen!

Die BAGSO hat kürzlich eine Befragung Älterer zu „Gebrauchsgegenständen und technischen Geräten im Haushalt“ durchgeführt und festgestellt, dass 66% der befragten Seniorinnen und Senioren Probleme bei der Handhabung ihrer Haushaltsgeräte haben. Das fängt an beim modernen Spargelschäler (10,3%), geht über besonders elegant wirkende Gewürzmühlen (11,3%), Gemüseriben (14,6%), Schnellkochtöpfe (16,3%) bis zu Korkenziehern (24,9%) – hier gibt es sogar Feststellungen von älteren Weinkennern, die aus diesem Grund nur noch auf Weine mit Schraubverschluss umgestiegen sind – und Dosenöffnern, die von 38,9% der Befragten kritisiert wurden. Hoher Kraftaufwand, Unhandlichkeit der Geräte wurde immer wieder bemängelt. Übrigens, auch Jüngere würden sich über Dosenöffner, die leichter zu bedienen sind, freuen!

Besonderen Ärger verursachten der Studie zufolge Produktverpackungen. 64,4 % bemängelten, dass sich die Verpackung (vor allem Vakuumverpackungen) schlecht öffnen ließen (bei Dosen funktionierte der Öffnungsmechanismus manchmal nicht, vor allem, wenn da eine Lasche zum Aufreißen war), aber auch Eingeschweißtes und Milchtüten wie auch Marmeladegläser und Putzmittel bereiteten oft Schwierigkeiten beim Öffnen). 66,6% beschwerten sich darüber, dass das Haltbarkeitsdatum schlecht zu lesen war, besonders wenn es eingestanzt war; 56,1% klagten über die kleine, undeutliche Schrift – so dass man keine Angaben über Zucker-, Salz- oder Fettgehalt erkennen kann.

40% der Befragten gaben an, dass die Verpackung bei ihrer Kaufentscheidung eine Rolle spielte und sie deswegen auf andere Produkte ausgewichen seien.

Probleme mit elektrischen Haushaltsgeräten wurden immer wieder genannt: unverständliche und unleserliche Gebrauchsanweisungen (64,1%) zu kleine Schalter und Knöpfe (37,9%), schlecht zu reinigende Geräte (31,3%).

Eine gute Handhabung ist ein zentraler Kaufgrund – nicht nur für Senioren! So fanden 53% der Befragten Handys zu kompliziert, 45% beurteilten die Bedienung ihrer Digitalkamera als zu schwierig. „Die Tatsache, dass viele Geräte bis zum Rand mit Technik „voll gestopft“ sind, führt bei 33% der Befragten zur Kaufblockade.“ (BAGSO, 2004, S.50)

Übrigens: Manch ein älterer Mensch, der auch erhebliche Gehbeschwerden hat, kann aber noch prima Auto fahren. Findet er – ohne gleich einen „Behindertenausweis“ zu besitzen (der einen manchmal erst zu einem Behinderten macht) – hinreichend Parkmöglichkeiten? Sind die Parkplätze breit genug, so dass man die Autotür ganz aufmachen kann, um auch mit Kniebehinderung auszu- steigen? Vielleicht entwickeln Autokonstrukteure auch einmal einen Personenwagen mit Schiebetüren? Das Problem schmaler Parkplätze liegt nicht so sehr am Sehen und gesteuerten, gezielten Einfahren, sondern an der Unmöglichkeit, die Tür 90 Grad zu öffnen. Die Parkplatzfrage ist für viele Menschen ein Grund, auf der „grünen Wiese“ einzukaufen und die Innenstädte auszutrocknen. Neben den Aussteigemöglichkeiten kommt es auf die Sitzposition an, sind Verrenkungen beim Herbeiziehen des Anschnallgurtes zu vermeiden, stören hohen Ladekanten im Kofferraum – und, was das Cockpit angeht: Weniger wäre manchmal mehr! Zu hohe Komplexität irritiert. Nicht seni- orengerechte Autos sind ein Grund, vom Kauf abzusehen und eine andere Marke zu wählen. Doch: Ein Fahrzeug allein für Senioren ist nicht sinnvoll (und wird von einigen sicher abgelehnt). Es sollte ein für alle Kunden komfortables Fahrzeugkonzept angestrebt werden, das dabei zugleich Rücksicht auf mögliche Einschränkungen, die mit zunehmendem Lebensalter auftreten können, nimmt. – Ich bin gespannt, welches Auto das Gütezeichen „Universal Design“ zuerst überreicht bekommen wird – und wie lange das noch dauert!

Die Barrierefreiheit von Produkten trägt zu einem selbstständigen Leben im Alter bei. Von einer solchen Barrierefreiheit profitieren aber nicht nur Ältere, sondern alle Verbraucher. Barrierefreie Produkte dürfen aber nicht stigmatisierend wirken; es geht um ein „Design for All“.

### **3. Umweltgestaltung**

Auch hier gilt: Während die dingliche Umwelt auf das Verhalten eines Menschen ohne jede Ein- schränkung wenig Einfluss hat, werden Personen mit leichten Einschränkungen oder Behinderun- gen durch eine günstige Umwelt zu Aktivitäten motiviert, durch eine ungünstige, barrierenreiche

Umwelt jedoch eingeschränkt und in die Unselbstständigkeit getrieben. Bei der gleichen Art von gegebenen körperlichen Einschränkungen kann der eine in einer günstigen Umwelt noch völlig selbstständig und unabhängig leben, während der andere in einer ungünstigen Umwelt auf Hilfe und Versorgung angewiesen ist.

Stadtplaner, Architekten und Designer sollten sich mehr auf eine Welt zunehmender Langlebigkeit einstellen. Das beginnt mit der Einrichtung der Supermärkte und gilt besonders für den Wohnungsbau, aber auch für öffentliche Gebäude und Hotels. Handleisten an beiden Seiten von Treppen wären wünschenswert. Warum sind oft im Foyer die Sessel oder Sitzbänke so tief und oft ohne Armlehne, so dass manchem Älteren das Aufstehen schwer fällt? Warum stellt man Badewannen mit Haltegriff nicht in Serien her; warum können WCs nicht von vorne herein in Sitzhöhe sein? Warum sind manche Nachttischlampen so konstruiert, dass man keinesfalls im Bett lesen kann? Warum wählt man oft einen glänzenden Bodenbelag, der das Gefühl der Unsicherheit verbreitet und damit das Sturzrisiko erhöht?

Gleiches gilt für gläserne Böden (z. B. in Flughäfen, Kongresszentren), die Alt und Jung irritieren, dies ist kein „Universal Design“ oder „Design for All“, sondern ein „Design for Nobody“ – höchstens für Fotografen, die kunstvolle Bilder machen. – Ähnlich sieht es aus mit frei schwebenden Treppen, mit geschichteten Treppenstufen, die Durchblicke gewähren. Aber auch Handläufe an Treppen, die selbst eine XXL-Hand eines Riesen nicht umfassen kann, sind eher für keinen als für alle geeignet.

Ähnliche Vorbehalte gelten für manche Kücheneinrichtungen – und nicht nur für Omas Landhausküche, sondern für besonders gestylte, moderne Designer-Entwürfe! Moderne Elektroherde funktionieren durch Antasten eines winzigen Punktes (sog. „Touch-Berührung“), den man zunächst einmal sehen muss und dann auch treffen muss – und das alles bei möglicherweise eingeschränkter Sehfähigkeit und in ihrer Feinmotorik und/oder Sensibilität gestörten Fingern! Bedienen Sie einen solchen Herd einmal mit dicken Strickhandschuhen!

Im negativen Fall führt eine dingliche Umwelt – Wohnung und Wohnumweltgestaltung – zur Verengung des Lebensraumes, was dann zu einem weiteren Abbau der an sich noch vorhandenen Fähigkeiten führen kann und Unselbstständigkeit fördert: Haben die Busse zu hohe Stufen, lassen sich die Bahngleise in unseren Bahnhöfen nur über Treppen erreichen, kann man die kleinen Schildchen der Platzreservierungen in den Zügen nicht erkennen, findet man keinen Platz für das Gepäck – dann verzichtet manch einer auf das Reisen. Bahnhöfe und ICE-Stationen, vor wenigen Jahren gebaut, ohne Toiletten, sind gewiss nicht menschenfreundlich! Warteschlangen vor den Fahrkartenschaltern, fehlende Sitzgelegenheiten! – das ist wenig menschengerecht! Unübersichtliche Fahrkartenautomaten mit schwer verständlichen Gebrauchsanweisungen in Minischrift (grau

auf grau) und relativ kleinen Knöpfen, bei denen man ungewollt daneben tippt, hindern viele Menschen – Ältere wie Jüngere, Einheimische wie Besucher, Deutsche wie Ausländer – den Nahverkehr zu nutzen. – Die Deutsche Bahn AG sollte etwas vorsichtiger sein mit ihrer Werbung; sie ist alles andere als seniorengerecht und von einem „Universal Design“ weit entfernt! Allein mit einer „Bahncard zum halben Preis“ ist es bestimmt nicht getan! Ihr steht auf keinen Fall das Qualitätszeichen „Universal Design“ zu!

Die BAGSO hat kürzlich eine Untersuchung bei über 3300 Personen zu Supermärkten durchgeführt (s. BAGSO -Nachrichten 1/2008), die zeigt, dass der Einkauf zur Tortur werden kann. „Der dringlichste Wunsch besteht in der Einrichtung einer Kundentoilette“ (55%) – 73% der ALDI-Kunden und 65% der Lidl-Kunden. Unhandliche, zu schwer zu lenkende Einkaufswagen mit fehlender flexibler Steuerung und blockierenden Rädern wird von 52% der Kunden genannt. Warum kann es nicht auch kleinere Einkaufswagen geben mit höher angebrachten Körben, damit das Herausholen an der Kasse nicht so beschwerlich ist und man sich nicht bücken muss?

Dass der Platz hinter der Kasse zu eng ist bemängelnden 48%, Ablagemöglichkeiten für die Handtaschen, Schirm und Stock oder andere bereits getätigte Einkäufe fehlen. Zu hoch im Regal platzierte Ware (47%), zu tief im Regal (37%). Zu schmale Gänge (41%) und fehlende Sitzplätze (43%) wurden ebenso angemahnt.

Eine fehlende präventive Umweltgestaltung reduziert den Lebensraum, trägt zum Abbau von Fähigkeiten und zur Unselbstständigkeit bei! Ein weiteres Beispiel: in manchen Fußgängerzonen gibt es nur denkmalgeschütztes Kopfsteinpflaster. Ist man auf seinen Rollator angewiesen, dann meidet man diese Gegend; geht weniger zu Veranstaltungen, erhält weniger Anregung, zieht sich zurück und reduziert damit seine körperlichen, geistigen und sozialen Aktivitäten mehr und mehr – und „baut ab“.

Anregende Umwelten motivieren; barrierebelastete Umwelten hindern.

Ein Beispiel hierzu: Manch einer verzichtet auf den Museumsbesuch, einmal, weil in den Ausstellungensräumen oft keine Sitzgelegenheiten sind und man eine oder zwei Stunden nicht ununterbrochen stehen kann; vor allem aber, weil man sich nicht mehr so bücken kann, um die tief unten in Visitenkartengröße auf dreieckigweißem Grund in hellgrauer Schrift angebrachten Informationen (Name des Künstlers, Lebenszeit, Titel des Bildes) zu lesen und zu entziffern.

Sie sehen an diesen Beispielen auch, dass „Barrierefreiheit“ mehr ist als „rollstuhlgerecht“, als in bisherigen DIN-Normen festgelegt.

Bei den meisten hier genannten Beispielen – die Liste ließe sich unendlich lang fortsetzen – würde eine Änderung nicht nur Senioren nützen; alle Altersgruppen würden davon profitieren: Seniorengerecht ist menschengerecht.

Hierzu lässt sich zusammenfassen sagen: Eine negativer Umweltgestaltung führt zu Einschränkungen der Aktivitäten, damit zu einem Abbau der noch vorhandenen Fähigkeiten – und so zu größerer Abhängigkeit, zu zunehmender Unselbstständigkeit und Hilfsbedürftigkeit. Und wer soll helfen??? – wenn auf einen über 75jährigen nicht einmal mehr 8 Menschen kommen, die jünger als 75 sind?

Im Gegenzug heißt das auch, dass eine positive barrierefreie anregende Umweltgestaltung zu Aktivitäten motiviert und damit die noch vorhandenen Fähigkeiten erhält und steigert. Der vorhandene Aufzug kann unternehmungsfreudiger machen, während die für manch einen Senior schwer zu bewältigende Treppe in den zweiten Stock ihn dazu verführt, Aktivitäten einzustellen. Die Rücksichtnahme auf Schwerhörige (und das sind über 40% der 70jährigen und älteren) durch entsprechende Verstärkervorrichtungen motiviert manch einen Hörgeschädigten, Vorträge und Theateraufführungen zu besuchen und damit seine grauen Zellen anzuregen. Sitzgelegenheiten in den Museen in entsprechender Sitzhöhe und mit Armlehnen zum Aufstützen beim Aufstehen mögen manch einen zu einem Museumsbesuch anregen.

Wir wissen: Körperliche Aktivität, geistige Aktivität und soziale Aktivität sind wesentliche Voraussetzungen für ein gesundes und kompetentes Älterwerden; Funktionen, die nicht gebraucht werden, verkümmern. Was rastet, das rostet. Wir müssen hier einmal an die Eigenverantwortung jedes Einzelnen appellieren; wir müssen aber auch durch weitgehenden Ausbau der umweltbezogenen Prävention Unselbstständigkeit, Abhängigkeit, Hilfs- und Pflegebedürftigkeit zu vermeiden suchen.

### III. Das Qualitätszeichen „Universal Design“

Fragen wir uns: Für wen stellen wir Produkte her? In einer Gesellschaft, in der es so viel unter 20jährige wie über 75jährige gibt, müssen Aspekte der Funktionalität, der Handhabbarkeit, der Benutzerfreundlichkeit und Sicherheit Vorrang haben vor Exklusivität um jeden Preis, vor Hyper-Modernität und Originalität, wenn man nicht beides miteinander verbinden kann.

Die Barrierefreiheit von Produkten trägt zu einem selbstständigen Leben im Alter bei. Von einer solchen Barrierefreiheit profitieren aber nicht nur Ältere, sondern alle Verbraucher. Barrierefreie Produkte dürfen aber nicht stigmatisierend wirken; es geht um ein „Design for All“, um ein „Universal Design“; es geht um nutzerfreundliche Produkte, leicht bedienbar und generationengerecht.

Hier gilt der Grundsatz: Wer für die Jugend konstruiert, schließt das Alter aus; wer für das Alter konstruiert, schließt die Jugend ein. „Seniorenrecht“ ist „menschengerecht“.

Der Begriff Universal Design wurde in den USA von dem Designer und Architekten RON MACE ins Leben gerufen. Universal Design basiert auf 7 Prinzipien, 7 Leitsätzen, die an der North Carolina State University/ Center for Universal Design 1997 zur Gestaltung barrierefreier Produkte entwickelt wurden:

1. **equitable use:** Gleichberechtigte Nutzbarkeit für alle Nutzer (keine Ausgrenzung oder Stigmatisierung von Nutzern)
2. **flexibility in use:** Flexibilität im Gebrauch (z. B. für Rechts- und Linkshänder), Anpassung an das Tempo des Nutzers
3. **simple intuitive use:** Einfache Benutzung; Komplexität sollte vermieden werden, Informationen für unterschiedliche Bildungsniveaus und Sprachniveaus verständlich sein.
4. **perceptible information:** Wahrnehmbare Informationen nach dem 2-Sinnen Prinzip (Sehen, Hören, Fühlen), außerdem Kontraste zwischen Information und Hintergrund; Hervorhebung des Wesentlichen
5. **tolerance for error:** Fehlertoleranz: Häufig genutzte Elemente sollten leicht zugänglich sein, gefährliche Elemente vermieden, gesichert und/oder abgedeckt sein.
6. **low physical effort:** Geringer physischer Aufwand; belastungsarme Nutzung: Körperhaltung (kein Bücken oder Sich Strecken), Kraftaufwand minimieren, Dauerbelastung vermeiden
7. **size and space for approach and use:** Erreichbarkeit und Zugänglichkeit; unterschiedliche Handgrößen und Greifarten sind zu berücksichtigen; Bewegungsräume

Japan, das Land mit dem höchsten Durchschnittsalter der industrialisierten Welt, rückte zuerst von einem „Special Design“ für Senioren ab und hat das „Universal Design“ besonders gefördert. Hier lauten die Forderungen:

Sicherheit

Zugänglichkeit

Benutzerfreundlichkeit

Erschwinglichkeit

Ökologie

Ästhetik

Es gilt, allen Menschen die Nutzung zu ermöglichen. Produkte, Gegenstände des Alltags, die allein auf die Bedürfnisse älterer Menschen zugeschnitten sind, sind auch für Ältere wenig attraktiv. Älte-

re Menschen wissen zwar um ihre Einschränkungen, wollen aber nicht ständig daran erinnert werden. Sie wünschen sich eine menschenfreundliche Umwelt und leicht zu bedienende Produkte, die generationsübergreifend positiv besetzt sind.

Möge das vom IDZ (Internationalen Design Zentrum Berlin), vom Rat für Formgebung und vom TÜV Nord entwickelte, heute vorgestellte und nach strengen Richtlinien (gut gestaltet, benutzerfreundlich, leicht handhabbar, universell einsetzbar, technisch sicher, generationenübergreifend) zu vergebende Qualitätszeichen „Universal Design“ dazu führen, dass in Zukunft Produkte nicht an den Verbrauchern vorbei entwickelt werden. Mögen Produktentwickler und Hersteller sich in einem gesunden Wettkampf um dieses Qualitätszeichen bemühen, das den Verbrauchern eine wertvolle Entscheidungshilfe sein wird. Mögen aber auch Städteplaner und Architekten sowie Serviceanbieter (die Deutsche Bahn z.B., Luftverkehrsgesellschaften) von der Idee des „Universal Design“ überzeugt werden, um eine menschengerechte Umwelt zu schaffen.

Um hier ein „Universal Design“ zu erreichen, haben wir noch viel zu tun! Doch verlieren wir nicht den Mut, forschen wir weiter unter Einbeziehung der Benutzer, entwickeln wir die Produkte weiter und gestalten unsere Umwelt entsprechend den Herausforderungen einer Zeit zunehmender Langlebigkeit.

„Fanget nicht an, aufzuhören  
Und höret nicht auf, anzufangen“