

Vom „Hackenporsche“ zum Kultprodukt

Seit Jahren werden Kampagnen gestartet, um der Wirtschaft klarzumachen, wie wichtig die ältere Zielgruppe ist. Ganz aktuell hat die Initiative „Wirtschaftsfaktor Alter“, getragen vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie und vom Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend, zu diesem Zweck das 2. Fachforum am 29.4.2010 durchgeführt. Es sind auch bereits viele Fortschritte zu verzeichnen. Eine zunehmende Zahl von Unternehmen – kleine und große – entwickeln Produkte oder bieten Dienstleistungen für Menschen ab 50 an. Doch warum werden aufseiten der Nachfrager viele Produkte und Dienstleistungen nur zögerlich angenommen? Wo liegen die Hürden und wie können sie überwunden werden? Antworten auf diese Fragen zu finden, ist eines der Aufgabengebiete des ReifeNetzwerks.

Älter werden – leicht gemacht

Thomas Ritter von der Ludwig Bertram GmbH und Initiator des Sanivita Partnerkonzepts ist in der ganzen Welt unterwegs, um Produkte zu entdecken, die älteren Menschen eine lange Selbstständigkeit und eine hohe Lebensqualität ermöglichen. Die Palette umfasst Produkte zum Wohlbefinden, zur Erhaltung der Mobilität und der Sicherheit und viele nützliche Geräte für den Haushalt – vom Flaschenöffner bis zum flexiblen Schneidebrett. Alle Produkte erfüllen die Forderungen, für die sich auch die BAGSO einsetzt.

Doch die Akzeptanz der Verbraucher ist nicht so, wie es sich die Anbieter erhoffen – sei es aus Unkenntnis über das Angebot oder aus Uneinsichtigkeit. Hilfe anzunehmen, fällt beson-

ders älteren Menschen häufig schwer. Sie wollen oder können sich nicht eingestehen, dass die Hände nicht mehr kräftig genug sind, um ohne Hilfsmittel einen Schraubverschluss zu öffnen. Sie nehmen mitunter lieber einen Sturz in Kauf, als einen Rollator zu akzeptieren. Oder sie grenzen sich selbst aus der Gesellschaft aus, weil sie auf ein Hörgerät verzichten oder es nicht nutzen.

Hören macht schön

Im Februar 2010 wurde die nationale Aufklärungskampagne „Hören macht schön – Die Initiative für besseres Hören“ von Widex vorgestellt. Der bekannte Schauspieler Mario Adorf, der selbst Hörgeräte trägt, ermutigt als Botschafter zu einem Hörtest und zu einem positiven Umgang mit Hörgeräten. Vielleicht hilft auch, dass zunehmend jüngere Menschen ein Hörgerät tragen und damit das „Stigma des Alters“ wegfällt. Auch die Anbieter können zur stärkeren Nutzung der Hörgeräte beitragen, wenn sie ihren Kunden Geräte empfehlen, die leicht zu bedienen sind. Zu viel Technik, zu kleine Knöpfe, schwer zu wechselnde Batterien sind einige der Gründe dafür, dass viele Hörgeräte in der Schublade liegen. Dagegen kann selbst eine gute Beratung meist nur wenig ausrichten. Wenn aber beide Seiten aufeinander zugehen, könnte der sogenannte „Trolley-Effekt“ eintreten: Als „Hackenporsche“ verhöhnt, wurde der eigens für ältere Menschen konzipierte Rollkoffer von dieser Zielgruppe zunächst nicht akzeptiert. Erst als die Jungen die Vorteile eines Trolleys erkannten und nutzten, folgten auch die Älteren dem guten Beispiel.

Zur Person

Monika Prött

Kommunikationsexpertin und PR-Fachfrau, befasst sich in ihrer täglichen Arbeit mit den Herausforderungen des demografischen Wandels.



Stolz oder Starrsinn?

Wie gelingt es, Frauen und Männern ab 80 Jahren, die nicht mehr sicher auf den Beinen sind, die Nützlichkeit eines Rollators verständlich zu machen? Wie kann man seine Eltern davon überzeugen, dass ein Menü-Bringdienst oder ein Hausnotruf sinnvoll wären? Wie entkräftet man Argumente wie „Wenn das die Nachbarn sehen ...“ oder „Ich bin doch nicht alt, ich brauche so etwas nicht“? Gespräche dieser Art finden tagtäglich statt, ob zu Hause oder beim Einkauf. Sie bringen Angehörige und Verkäuferinnen im Sanitätsfachhandel oder Hörgeräteakustiker oft fast zur Verzweiflung.

Eine einfache Lösung für dieses Akzeptanzproblem gibt es nicht. Möglicherweise fällt es den „jungen Alten“ leichter, Hilfe und Hilfsmittel zu akzeptieren, die ihnen mehr Lebensqualität und Sicherheit geben. Es bleibt aber viel zu tun. Wir freuen uns über Ihre Anregungen und Hinweise. ■

Monika Prött

Das ReifeNetzwerk –

Die Zukunft wird älter

Sertürnerstr. 18, 30559 Hannover
m.proett@reifeNetzwerk.de