



Auch Senioren wollen moderne Technik

Aber die Hersteller orientieren sich zu selten an den Bedürfnissen älterer Menschen. *Von Manfred Weise*

Für Technologiefirmen werden Senioren zu einer immer wichtigeren Zielgruppe. Mit der Frage altersgerechter Produkte haben sich hierzulande bisher aber die wenigsten Unternehmen auseinandergesetzt. Und auch als Kunde ist der Senior ein unbekanntes Wesen geblieben.

Dabei sind alte Menschen überhaupt nicht technikfeindlich. Die Generation der über 50-Jährigen – mittlerweile 34 Prozent der Schweizer – möchte die moderne Technik nutzen, soweit sie ihr Leben erleichtert. Ein Drittel der über 50-Jährigen will sogar Navigationssysteme einsetzen, auch wenn der Umgang erst erlernt werden muss. Und da die grosse Mehrheit der Senioren finanziell gut gestellt ist, sind viele bereit, Geld für gute und funktionierende Technik auszugeben.

Trotzdem werden sie von den Herstellern vernachlässigt. «Über den Alltag und die Bedürfnisse der Älteren wissen die Unternehmen nichts. Niemand wertet vorhandene Daten aus, um herauszufinden, was Ältere genau für Erwartungen haben», wundert sich Margrit Bossart, Generalsekretärin des Schweizerischen Seniorenrates (SSR). Der SSR hat an der Muba 2006 neun Aussteller danach befragt, inwieweit ihre Produkte ältere Menschen berücksichtigten. Die Ergebnisse sollen demnächst veröffentlicht werden. Bossart bemängelt auch die Kommunikation zwischen Seniorenverbänden, staatlichen Innovationsförderern, Herstellern und Hochschulen.

Obwohl eine Studie des Instituts für Technologiemanagement der Universität St. Gallen herausgefunden hat, dass sich 29 Prozent der Schweizer Firmen mit altersgerechten Produkten befassen, erweist sich die Suche nach konkreten Produkten als mühselig. Das Thema wird, wenn überhaupt, stiefmütterlich behandelt.

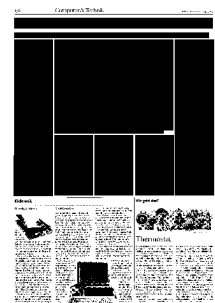
Kaum Produkte

Reto Eugster, der Leiter des Kompetenzzentrums Generationen an der Fachhochschule St. Gallen (FHS),

spricht von einer «gewissen Hilflosigkeit der Firmen» und davon, dass «Ideen nicht immer weiterverfolgt werden».

Oder man gibt sich zugeknöpft. So werden an der Zürcher Hochschule Winterthur (ZHAW) Projekte zum Thema altersgerechte Betriebsanleitungen und seniorenrechtliches Marketing eines Telekom-Anbieters durchgeführt. Über Auftraggeber dürfe sie aber leider nichts sagen, so Projektleiterin Catherine Badras. Etwas offener informiert die FHS St. Gallen: Dort entwickelt man den Sembrowser – eine Mischung aus Suchmaschine, Infobörse und einer Sammlung von senioren-spezifischen Websites. Über den Browser sollen Senioren schnell und einfach auf senioren-spezifische Alltagsinformationen zugreifen können. Zudem wurde in einem Projekt von Siemens und der FHS St. Gallen herausgefunden, dass die Senioren sich nach einem «stabilen PC» sehnen, mit wenig Klicks ihr Ziel erreichen wollen und gerne plattformunabhängige Datenformate hätten.

Sicher ist, dass sich eine Reihe von vorhandenen Geräten zu wenig an den Bedürfnissen älterer Menschen orientiert, so das Ergebnis des Forschungsprojektes «Seniorenrechte Technik im Haushalt» (Sentha) der Technischen Universität Berlin. Senioren testeten dabei Computermäuse, Bade-wannendrehstühle, Mobiltelefone und andere Geräte. «Das Menüsystem eines Handys ist vielen älteren Menschen fremd. Sie verstehen das Grundprinzip der Menus nicht, nämlich dass Menutasten keine feste Funktion haben, sondern jeweils zur Navigation durch das auf dem Display angezeigte Menü dienen. Viele gehen davon aus, dass sich Jüngere die Tastenfolgen merken, um etwas einzustellen», sagt der Arbeitswissenschaftler und frühere Sentha-Mitarbeiter Matthias Göbel, heute an der Rhodes University in Südafrika. Abgesehen davon seien viele Menus nicht logisch gestaltet. Wichtig seien ferner grosse Tasten und ein gut





lesbares Display, da bei rund 90 Prozent der über 50-Jährigen die Sehkraft nachgelassen habe.

Mittlerweile bieten Provider vereinzelt Geräte zum «einfachen Telefonieren» an – etwa Swisscom die Geräte Comfort VS3 und VS1. Doch zufrieden sind die Älteren, die vor allem telefonieren wollen, noch immer nicht, weil bisher noch niemand alle Vorteile auf einem Gerät vereint hat. Das eine Gerät hat grosse Tasten, das andere ein grosses Display, beim dritten kommt man einfach ins Grundmenu. «Das Problem besteht darin, dass bei der Gerätekonzeption zu spät die Denkwelt der Benutzer einbezogen wird. Häufig ist es dann für gravierende Änderungen zu spät», kritisiert Matthias Göbel.

Im Grunde haben aber alle Generationen mit der modernen und immer komplizierter werdenden Technik zu kämpfen. Die zu hohe Funktionsvielfalt und Komplexität einer Digitalkamera, eines Bürotelephons oder einer Textverarbeitung bereiteten vielen grosse Schwierigkeiten. «Wer einmal daran verzweifelt ist, dass er den Videorecorder nicht programmieren oder eine spezielle Funktion am Handy nicht finden konnte, weiss: Alle Menschen brauchen leicht bedienbare Geräte», sagt Marc Wittmann, Leiter des Generation Research Program (GRP) der Universität München. Selbst PC- und Handy-versierte Männer bringen vielfach die Waschmaschine nicht so recht in Gang.

Eine wichtige Erkenntnis der Forschung über Technikgeräte für Ältere: «Wer für die Jugend konstruiert, schliesst das Alter aus. Wer jedoch für das Alter konstruiert, schliesst die Jugend ein.» Die wichtigsten Kriterien moderner Technologien sind intuitive Bedienung, übersichtliche Anzahl von sinnvollen Funktionen und gut lesbare Informationen – und das für eine möglichst breite Nutzergruppe. All diese Merkmale werden gerne unter dem Begriff des Universal Design oder Design for All zusammengefasst.

Nach Ansicht von Matthias Göbel ist bei öffentlichen Billettautomaten und Internetauftritten auf alle Fälle ein Design for all nötig, während bei individuell genutzten Produkten dies nur auf einer elementaren Ebene der Grundfunktionen benötigt wird.

Marketing

Allergisch reagieren die Senioren auf Seniorenprodukte. «Ein alter Mensch will überhaupt nicht abgespeist werden mit einem Gerät, das entweder wie ein Hilfsmittel für Kranke oder ein Spielzeug für Kinder aussieht», erklärt Wittmann. Ein Drei-Tasten-Telefon stellt für viele Senioren eine schlimme Entmündigung dar.

Laut Reto Eugster von der FHS krankt die Diskussion über Seniorenprodukte daran, dass unterstellt wird, die Senioren seien eine homogene Gruppe. Er spricht von vier Altersphasen mit jeweils sehr unterschiedlichen Bedürfnissen: «die Übergangsphase ins Rentenalter (55 bis 65 Jahre), die Zeit des autonomen Rentenalters, den Abschnitt des eingeschränkten Alltagsvollzugs und die Phase der Abhängigkeit».

Neben der Produktgestaltung müssen die Anbieter, so Margrit Bossart vom SSR, dringend auch ihre Öffentlichkeitsarbeit überdenken: «Das Marketing ist fast ausschliesslich auf die 19- bis 49-Jährigen ausgerichtet. Ältere Menschen spielen keine Rolle» – vielleicht, weil sie sich von der Werbung weniger einfach beeinflussen lassen. «Wenn Produzenten alle paar Monate eine neue Gerätegeneration mit angeblich unschlagbaren Vorteilen auf den Markt bringen, dann kommen bei den Senioren Zweifel auf an der Qualität des unlängst gekauften Produktes», vermutet Bossart. Kritische Kunden sind aber nicht immer erwünscht.



In den Kursen des Vereins Rundum mobil üben Senoren die Bedienung von Billettautomaten. (Martin Ruetschi/Keystone)