

<b>Zeitschrift:</b>	Curaviva : Fachzeitschrift
<b>Herausgeber:</b>	Curaviva - Verband Heime und Institutionen Schweiz
<b>Band:</b>	76 (2005)
<b>Heft:</b>	6
<b>Artikel:</b>	Erfolg der "Altenpflege + ProPflege 2005" in Nürnberg : Pflege als bommender Markt
<b>Autor:</b>	Schneider, Christina
<b>DOI:</b>	<a href="https://doi.org/10.5169/seals-805225">https://doi.org/10.5169/seals-805225</a>

### Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

### Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

### Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

**Download PDF:** 11.01.2026

**ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>**

Erfolg der «Altenpflege + ProPflege 2005» in Nürnberg

# Pflege als boomender Markt

■ Christina Schneider

**Die dreitägige Fachmesse «Altenpflege + ProPflege 2005» in Nürnberg informierte über Pflege, Therapie, Betreuung und professionelle Patientenversorgung. Auch Schweizer Aussteller und Besucher waren an der Messe in Deutschland anzutreffen.**

Mit 40 000 Fachbesuchern erreichte die «Altenpflege + ProPflege 2005» in Nürnberg einen Besucherrekord. Das Angebot der rund 700 Aussteller umfasste das gesamte Spektrum aus den Bereichen Pflege, Therapie, Betreuung und professionelle Patientenversorgung sowie Raumausstattung – vom Kompressionsstrumpf über den Rollstuhl bis hin zum altersgerechten Sitzmöbel und Pflegebett. Ein anderer Bereich war der Ausstattung von Pflegeeinrichtungen und Krankenhäusern gewidmet.

Der gleichzeitig stattfindende Fachkongress Altenpflege hat den über 2300 Teilnehmerinnen und Teilnehmern zum Teil spannende und interessante Fachreferate und Seminare zu den unterschiedlichsten Themen angeboten. Abgerundet wurde die Messe von Tagungen sowie vielfältigen Weiterbildungsangeboten, Sonderschauen und Sonderveranstaltungen sowie vielen Wettbewerben.

Die «Altenpflege + ProPflege» unterstrich auch dieses Jahr eindrucksvoll ihren Stellenwert als Europas Leitmesse für die Alten- und Krankenpflege und spiegelte das lebhafte Interesse von Industrie, Dienstleistern



Der Fachkongress stiess auf grosses Interesse.

Fotos:  
MesseNürnberg

und Fachkräften wider, sich diesem Markt verstärkt zuzuwenden. Die Pflege ist nachweislich ein boomender Markt, der Arbeitsplätze schafft und wirtschaftliche Perspektiven bietet. Derzeit gibt es über zwei Millionen Pflegebedürftige in Deutschland und rund 280 000 Pflegebedürftige in der Schweiz – mit steigender Tendenz. Rund zwei Drittel werden zu Hause von Angehörigen und Hauspfe-

gediensten und ein Drittel in Heimen gepflegt. Die Qualität in der ambulanten und stationären Pflege entwickelt sich seit Ende der 90er Jahre in den ambulanten Pflegediensten und in den Pflegeheimen zunehmend positiv.

## Wohnen im Alter

Die Lebenswelten von Jungen und Alten, Kranken und Gesunden,

Menschen mit und ohne Handicap unterscheiden sich, und somit auch oft die Produkte, die im Alltag verwendet werden. Anders bei Produkten im so genannten Universal Design. Das sind speziell gestaltete Produkte, die für möglichst viele Zielgruppen unverändert benutzbar sind. Im Idealfall kann ein solches Produkt einen Menschen ein Leben lang begleiten. Um Universal Design ging es auf der Sonderschau Lebensräume. Dort präsentierten Hersteller, Architekten, Gestalter und Studenten ihre Produkte, Ideen und Visionen zum Wohnen im Alter. Der Fokus lag dabei auf Architektur und Design von Wohnwelten und Alltagsprodukten. Die Sonderschau hatte dieses Jahr das Thema Bäderwelten als Schwerpunkt. Das Bad ist nicht nur Lebensraum, sondern gerade in der Alten- und Krankenpflege auch Serviceraum, der Pflegenden ein barrierefreies, ergonomisches Arbeitsfeld eröffnen soll. Zu sehen gab es unter anderem auch einen Scheibenwischer für beschlagene Badespiegel und einen Alterssimulationsanzug, mit dem man die verschiedenen Stufen des Älterwerdens «hautnah» erleben konnte.

## **Plattform für Schweizer Aussteller**

Im Ausstellerverzeichnis waren lediglich drei Schweizer Aussteller aufgelistet. Diese waren von der Messe begeistert. Für die Firma Dietiker, die sich auf die Herstellung von Sitzmöbeln spezialisiert hat, ist der deutsche Markt sehr wichtig und deshalb eine gute Plattform, um auf der wichtigsten Messe in Europa ihre Neuheiten und Produkte einem breiten Publikum zu zeigen. «Wir können an der Messe unsere Zielgruppe sowie das Fachpublikum erreichen und wichtige erste Kontakte knüpfen», betonte Gabriela La Rocca, Key Account Marketing der Firma Dietiker. «An der Messe erfährt man viel über den Markt und erhält einen Überblick der aktuellen Pro-

jekte.» Die Firma Hans Huber präsentierte an der Fachmesse ihre Verlagsprodukte.

Auch Walter Derungs, CEO von Derungs Licht, stellt seit einigen Jahren seine Produkte erfolgreich an der Messe aus. Der richtige Einsatz von Licht in Alters- und Pflegeheimen kann einen wichtigen Beitrag zur Pflege leisten, da Licht Menschen aktiviert, ein Gefühl von Sicherheit gibt und zur Wohlfühlstimmung beiträgt. Darüber hinaus kann eine entsprechende Beleuchtung auch Stürzen vorbeugen, wie am Beispiel des Lichterlebnisflures, der am gemeinsamen Stand von Derungs Licht und Waldmann Lichttechnik demonstriert wurde. Das Thema Beleuchtung wird immer bedeutender. «Wir wollen den Heimleitern bewusst machen, dass auch bei Neu- und Umbauten ohne grosse Mehrkosten mit dem Einsatz von Lichttechnik viel erreicht werden kann. Diese Personen treffen wir hier auf der Messe», meinte Derungs. Ein wichtiger Punkt sind für ihn auch Anregungen für neue Produkte sowie kritische Stimmen. «Nur so können wir uns praxisnah und innovativ weiterentwickeln», ergänzt Derungs.

## **Grosse Auswahl und innovative Produkte**

Wenn Schweizer Aussteller vor Ort sind, fehlen natürlich auch die Schweizer Besucher nicht. Was aber zieht die Schweizer nach Deutschland? Für Erich Scholz, Heimleiter des Alters- und Pflegeheims Schärme in Melchnau, gab es verschiedene Gründe für seinen Besuch in Nürnberg. «Die Evaluation neuer Betten ist sehr zeitsparend, da alle Aussteller sehr nahe beieinander sind und alle verantwortlichen Personen anwesend sind.» So hat Scholz eine Neuentwicklung eines Niedereinstiegsbetts für Demenzkranke entdeckt. Die Preise der deutschen Produkte, verglichen mit

den Schweizer Produkten, sind bei gleicher Qualität wesentlich tiefer. «Es ist auch immer wieder spannend zu sehen, welche Trends und Neuigkeiten es auf dem Markt gibt. Die Nase im Wind halten ist eben wichtig für einen Heimleiter», erläuterte Scholz. Lohnt sich denn der Aufwand, nach Nürnberg zu fahren? In der Schweiz gibt es auch Messen. Wo liegt der Unterschied der «Altenpflege + ProPflege» beispielweise zur IFAS, Fachmesse für Arzt und Spital in Zürich, oder der Care Fare in Bern? Erich Scholz findet, dass die IFAS kleiner und dadurch auch etwas hektischer und stressiger ist. Die Care Fare habe weniger Aussteller, und deshalb seien die innovativen Angebote auch spärlicher. Zusätzlich stecke die Messe noch in den Kinderschuhen. Negativ empfand Scholz jedoch den Fachkongress Altenpflege. Hier sei die Übersicht der Referatsinhalte und Workshops teilweise mangelfhaft und der Administrationsaufwand für die Kursanmeldung relativ hoch. «Gelohnt hat sich für mich der Besuch der Messe jedoch sehr.»

## **Termin vormerken**

Die Messe war ein voller Erfolg, so die einhellige Meinung der Aussteller und Fachbesucher aus Altenheimen, Pflegediensten sowie Krankenhäusern. Die Ergebnisse der offiziellen Ausstellerbefragung bestätigen diese subjektiven Eindrücke: 91 Prozent der Aussteller zeigten sich mit ihrer Messebeteiligung zufrieden. 96 Prozent der Aussteller gaben an, ihre wichtigsten Zielgruppen auf der Messe erreicht zu haben. 92 Prozent knüpften neue Geschäftsverbindungen auf der «Altenpflege + ProPflege» 2005. Und 83 Prozent der Aussteller erwarten ein Nachmessenegeschäft. Die nächste «Altenpflege + ProPflege» findet vom 14. bis 16. Februar 2006 in Hannover statt. 2007 ist die «Altenpflege + ProPflege» dann wieder in Nürnberg zu Gast.