

Design für die Neuen Alten : englische Designer entdecken den Markt für die Über-Fünfzigjährigen

Autor(en): **Höhne, Günter**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Hochparterre : Zeitschrift für Architektur und Design**

Band (Jahr): **10 (1997)**

Heft 9

PDF erstellt am: **22.09.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-120645>

Nutzungsbedingungen

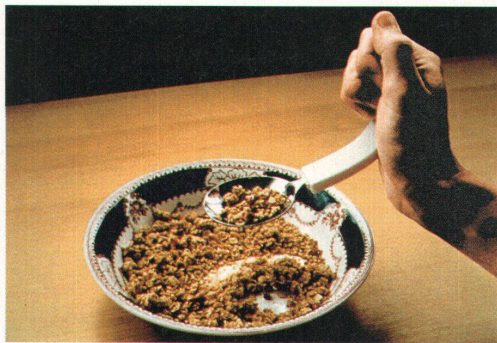
Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern. Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung 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.

Design für die Neuen Alten

England hat ein Netz zum Thema «Design und Alte» von Entwurf über Ausbildung, Medien bis zur Produktion geknüpft. Im restlichen Europa gibt es allenfalls einzelne Aktionen und hochspezialisierte Produkte, aber wenig Bewusstsein.



In der Alltagssprache ist alt überwiegend negativ besetzt: Das Alte hat dem Neuen zu weichen. – Aus Alt mach Neu. – Da siehst du alt aus! Selbst in der mit jovialem Unterton gelegentlich gelobten Altersweisheit schwingt der Verdacht auf Altersstarrsinn mit. Alt ist von gestern, zurückgeblieben, statisch, kein Massstab für Gegenwart und Zukunft. Ein Greis gilt in der Werbung erst dann als lebendig, wenn er das «It's cool, man!» der Skater nachplappert. Da passen die Sozialabbauer in Politik und Wirtschaft, die gegen die raffigierigen Rentner vom Leder ziehen, bestens dazu. Man sehe sie sich doch nur genauer an, diese verknitterten Grossväter und -mütter, wie sie brav das Grün an der Fussgängerampel abwarten, grau und dunkelblau in Sack und Asche gehüllt, mit der einen gichtigen Hand den Krückstock umklammernd und mit der anderen den Einkaufsrolli voller Migros- und Denneraktionen hinter sich herschleppend. Zu recht müssen sie an den «Senioren-Mittagstischen» essen, «bewährte technische Hilfsmittel» brauchen und infantile Zeitschriften der Art «50+» lesen. Kurz gesagt: Sie sind geduldet – aus Anstand.

Respekt und Geschäft

Eine Konzeption von Design, die auf diese immer grösser werdende Minderheit systematisch einginge, gibt es nur in Ansätzen und Einzelsprüngen.

Dabei wäre neben dem Respekt durchaus das Geschäft zu bedenken, denn die Alten sind als Zielgruppe für Produkte und Services interessant. «Alter und Design» war kürzlich Thema eines Kongresses am Design Zentrum Bremen. Und da hat mich ein Beitrag nachhaltig beeindruckt: Die Arbeit des englischen Designers und Lehrers Roger Coleman vom Royal Collage of Art London. Er selbst ist «schon» über fünfzig. Sein Ausgangspunkt: «Wir sind die Neuen Alten! Die ersten, deren gesundes, aktives Erwachsenenleben doppelt so lange währt wie noch am Anfang des Jahrhunderts. In zwanzig Jahren wird jeder zweite Erwachsene in Europa, das sind 130 Millionen, über fünfzig Jahre alt sein. Wir sind das grösste Marktsegment, das es je gab. Uns zu ignorieren, wäre ein teurer Fehler.» Am Royal College of Art werden seit Anfang der neunziger Jahre «die Bedeutung und Folgen des Alterns der Bevölkerung für das Design» systematisch und empirisch untersucht und in praktische, gestalterische Lösungen umgesetzt. Die Frage heisst: Wie können Schnittstellen und Barrieren überwunden werden? Coleman: «Dabei führte die zunächst dominierende ergonomische Nachforschung zu simpel zu Wunderhilfen – zu Konservendeckelöffnern anstatt zu leicht zu öffnenden Deckeln. Der Designer muss auch für die Bedürfnisse der Alten zuerst Le-

bensstile erkunden und begreifen. Systematisch und empirisch. Er muss herausfinden, wie sie in Zukunft leben wollen, und daraus ableiten, was Design leisten kann.» Also kein eiliger, technischer, sondern ein kultureller Zugang zu Lebensformen.

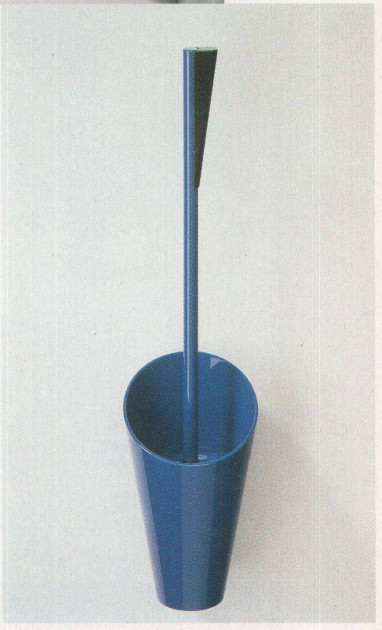
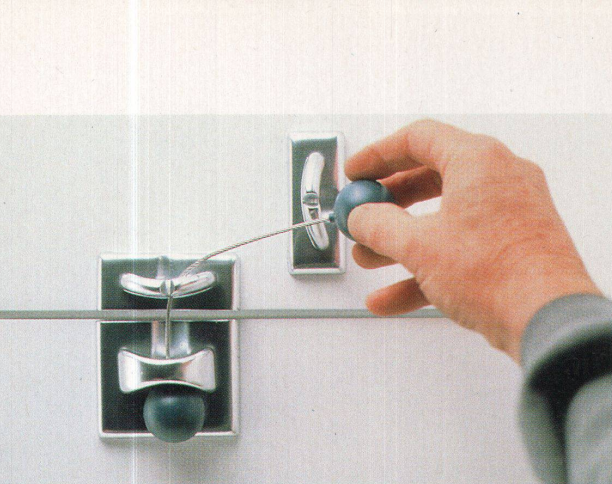
Flaschen öffnen

In der Praxis bedeutete das beispielsweise, dass Coleman und seine Studentinnen und Studenten 1995 in Verbraucherforen und «im Feld», in Supermärkten, die Verschlüsse von hundert Verpackungen für Nahrungsmittel von Getränkeflaschen über Konservendosen bis hin zu Drogerieartikeln untersucht haben. Geprüft wurden Kraftaufwand und Widerstand. Daraufhin haben die Designer neue, alten- und damit auch allgemein taugliche Prototypen für Verpackungen entworfen und von betagten Anwendern testen lassen. Die Industrie nahm die Lösungen auf. Seit April 1996 stehen die ersten, vorzüglich handhabbaren und attraktiv gestalteten Lösungen in den Regalen. Bereits 1993, im europäischen «Jahr des älteren Menschen», stellte der vom Royal College of Art veranstaltete Kongress «Gestalten für unsere eigene Zukunft» Erfahrungen, Thesen und Vorschläge aus dieser neuen Art des Designs vor, und seit 1995 arbeitet das College regelmässig mit der staatlichen britischen Einrichtung «Univer-

sität des dritten Lebensalters» (U3A) zusammen und fördert konkrete Designprojekte bis zur Realisierung.

Pfiffige, farbige Formen

Auch Susan Hewer beschäftigt sich mit den Alten und dem Altern. Sie arbeitet bei der vor über 200 Jahren gegründeten Londoner «Royal Society for the Encouragement of Arts, Manufactures and Commerce» (RSA). Die Gesellschaft richtet seit zehn Jahren europaweit ausgeschriebene Workshops und Wettbewerbe zum Thema «New Design for Old» aus. Das Thema heisst auch hier: «Die Generation von neuen Alten ist eine Bereicherung und keine Belastung.» Auch Susan Hewer fördert vor verlässlichem theoretischem Hintergrund konkrete Designprojekte: Ein Werkzeug, um Nägel einzuschlagen, eine zuverlässige Sicherung für Wohnungstüren, die auch Menschen mit eingeschränkter Fingerfertigkeit bedienen können, ein Rolli für Handlasten mit verbesserten funktionalen Eigenschaften, Kleider mit Pfiff, Wohnungsgrundrisse, die sich anpassen lassen. Stellen wir die Vorschläge von Coleman und Hewer in eine Reihe, sehen wir gelungenes Design auf den Punkt gebracht: Es ermöglicht ein Ding, das man nicht verstecken muss, das man vielleicht mit Lust und Stolz zur Schau stellt, das als Wohnungselement seinen eigenen Wert hat. Der Charakter



eines klassischen medizinischen Hilfsmittels mit allen damit verbundenen Assoziationen des Siechtums, der Unfähigkeit ist in den Hintergrund getreten.

initiative auch auf dem Kontinent bekannt machen.

Das Beispiel HEWI

In England gibt es also ein systematisches Bemühen um das Thema, im restlichen Europa regieren Gewohnheit und Zufall: Zu den ideen- und erfolgreichen Firmen, die zeitgemäßem Design für Alte und Behinderte buchstäblich Tür und Tor öffnen, zählt die deutsche Sanitärfirma HEWI. Das mittelständische Unternehmen produziert seit über 15 Jahren Accessoires und Beschläge, die Barrieren im Haus abbauen helfen. Ihren Anspruch umschreibt der Designer Gerhard Kampe so: «Die Lösungen sollen sich gestalterisch integrieren und nicht, klinisch und steril gehalten, auf eine Behinderung und Hilfsbedürftigkeit hinweisen». Und er ergänzt den Begriff «barrierefrei»: «Es sind gerade auch die Barrieren, die uns Chancen vermitteln, darüber hinweg zu denken. Also wollen wir mit unseren Designlösungen, dass körperlich und sensorisch eingeschränkte Menschen selbständig entscheiden und sich selbständig bewegen können.» Auch HEWI setzt immer wieder auf das Können junger Gestalter. So entstand zusammen mit Studentinnen und Studenten der Fachhochschule Niederrhein in Krefeld WC-Bürstchen, die von Menschen mit Einschränkungen körperlicher Funktionen gut benutzt wer-

den können. Der um 10 Zentimeter verlängerte Stiel ist ohne tiefes Bücken zu handhaben, das Griffstück können Rheuma- oder Gichtkranke gut halten, und die trichterförmige Ausbildung des Behälters hilft der Bürste in ihre Position, ohne dass Desinfektionsflüssigkeit herauspritzen kann. «Die Möglichkeiten der Industrie gehen über die reine Produktentwicklung hinaus», betont Kampe. So schule HEWI gemeinsam mit einer Gesellschaft für Gerontotechnik und einem Keramikhersteller Installateure zum Thema barrierefreier Wohnräume mit dem Ziel, «dass auch das Handwerk die Möglichkeiten und Chancen einer über die Produktinstallation hinausgehenden Beratung nutzen kann».

Alte an der Expo 2000

Das Design Zentrum Bremen lancierte 1995 gemeinsam mit der Architektenkammer Bremen und dem Deutschen Hygiene-Museum Dresden das Projekt «Zusammen Leben gestalten – Design und Architektur ohne Barrieren», dessen Ergebnisse in der Abteilung «Basic Needs» der Weltausstellung EXPO 2000 in Hannover münden werden. Vorträge, Seminare, Workshops und eine Wanderausstellung sollen «Barrieren in der Umwelt und in den Köpfen abbauen» helfen. Wer sich dafür interessiert, schreibe ans Design Zentrum Bremen, Dagmar Hilbert, Wiener Strasse 5, D-28359 Bremen. **Günter Höhne**

Europäisches Netz

Designer aus Grossbritannien sind beim Design für Alte führend. Sie präsentieren nicht nur reihenweise kluge Produkte und Projekte, sondern verfügen auch über Institutionen, die das Thema in der Gesellschaft verankern: Kongresse, Einfluss auf die Ausbildung, Zugang zu Medien. Die junge deutsche Produktdesignerin Stella Boess zum Beispiel, die sich in Richtung Gerontologie/Technologie spezialisiert hat, fand nicht in Deutschland, sondern an der Staffordshire University in Stoke-on-Trent offene Arme: Als wissenschaftliche Mitarbeiterin betreut sie hier seit kurzem das Forschungsprojekt zu nutzerorientiertem Design «Retirement Village». Im Rahmen des sozialen Wohnungsbaus soll ein Dorf speziell für Menschen über 50 mit erhöhtem Pflegebedarf entstehen. – Die Chance dieses Pilotprojektes: Systematisch testet die Designerin Architektur- und Designlösungen «im Feldversuch». Von England aus wird auch über Europa «Design Age Network» gesponnen (siehe Kasten). Eine Wanderausstellung soll ab Herbst erste anwendbare Entwürfe dieser englischen Designi-

Bilder von links nach rechts:

Flexibles Besteck.
Design: Susanna Berger-Steele

Essen-Transportbehälter.
Design: Trisha Hetherington

Die neue Konserven-Generation in englischen Regalen

Türsicherung. Design: Sally Muddell

Die neue WC-Bürste von HEWI ist besonders auf die Bedürfnisse von Menschen mit gestörter Feinmotorik oder allgemein eingeschränkter Beweglichkeit zugeschnitten