

## Pressemitteilung

### Lieber Treppensteigen als Treppenlift

#### Ältere Menschen werden zu oft in ihren Fähigkeiten unterschätzt

Neubiberg, 01. März 2016

**Treppen steigen, baden, sich ankleiden – Seniorinnen und Senioren möchten so lange wie möglich ihre Eigenständigkeit bewahren und dabei bis ins hohe Alter gesundheitlich fit bleiben. Oft sollen technische Geräte sie dabei unterstützen, doch helfen diese Seniorinnen und Senioren überhaupt? Zukünftige Produkte müssen sich stärker danach richten, was ältere Menschen in der tagtäglichen Bewältigung ihres Lebens wirklich brauchen, sagt ein Team aus sozial- und ingenieurwissenschaftlichen Forscherinnen und Forschern der Universität der Bundeswehr München.**

Sei es ein besonders flexibler und geräuscharmer Treppenlift oder eine automatische Wohnungsbeleuchtung – im Fokus der Produktentwicklung für eine alternde Bevölkerung steht oft eine besonders innovative Technologie. So vielversprechend sie klingen, finden viele dieser Produkte allerdings keinen Abnehmer. Denn: Für Seniorinnen und Senioren steht nicht die Technologie im Fokus, sondern ihre möglichst praktikable und sinnvolle Anwendung im Alltag. Wann sich Ältere welche Art von Unterstützung wünschen, ist vielen Herstellern gar nicht bewusst. Das Forscherteam unter der Projektleitung von Prof. Helga Pelizäus-Hoffmeister setzte hier daher von vorne herein ganz anders an: Die Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler befragten ältere Menschen in ihrer häuslichen Umgebung und fanden heraus, in welchen Situationen sie Hilfe von außen aus ihrer Sicht benötigten und mit welchen sie auch gut alleine zurechtkommen. Das Projekt ATASeN „Anwendungsfelder für Technik im Alltag von Senioren aus Nutzersicht“ wurde aus Mitteln des Bundesministeriums für Bildung und Forschung gefördert und vom VDI/VDE-IT betreut.

#### Genau eingestudierte Strategien werden zur Routine

„Die unmittelbare Lebenssituation Älterer muss zum Ausgangspunkt sinnvoller Produktentwicklung gemacht werden“, sind sich Prof. Pelizäus-Hoffmeister und ihre Kollegin aus der Produktentwicklung Prof. Kristin Paetzold einig. Nur wenn Ältere mit ihrer Kreativität und ihren Kompetenzen bei der Lösung ihrer alltäglichen Probleme ernst genommen würden,

entstünden Systeme, die von den Älteren auch tatsächlich akzeptiert und in ihren Alltag integriert werden. Ihre Forschung ergab, dass der Großteil der Befragten individuelle Bewegungsabläufe entwickelte, um schwierige Tätigkeiten leichter zu meistern. Die für Außenstehende manchmal seltsamen oder gar gefährlich aussehenden Rituale wurden von den Befragten wiederum als hilfreiche Routine im Alltag gesehen. Eine Befragte nutzte zum Treppensteigen beispielsweise eine spezielle Körpertechnik mit genau einstudierten Schritten und Griffen. Eine andere Befragte passte ihre Umgebung ihren Bedürfnissen an und nutzte eng beieinander stehende Möbel, um sich über kleine Distanzen fortzubewegen. Zudem stärkten viele der Befragten ihre eigenen Fähigkeiten im Sinne eines aktiven Empowerments. Um im Falle eines Sturzes Hilfe zu erhalten, wurde beispielsweise ein Notfallknopf am Handgelenk getragen.

### **Technik soll Gewohnheiten unterstützen**

Wurde die Situation nur von Außenstehenden als Problem wahrgenommen, nicht aber von den Befragten selbst, lehnten diese technische Hilfe grundsätzlich ab. Sie tendierten dazu, Technik zu verweigern, die die gewohnte Bewältigung der Situation abwertete bzw. sie gänzlich ersetzen sollte. Technische Unterstützung akzeptierten sie nur, wenn diese bereits entwickelte Gewohnheiten unterstützt. Das Forscherteam empfiehlt daher Herstellern, vor jeder Produktentwicklung den Alltag der Zielgruppe genau zu betrachten und sich bewusst zu machen, dass jedes entwickelte Produkt in Konkurrenz zu anderen Strategien im Umgang mit körperlichen Beschwerden steht und am wichtigsten von allem: Seniorinnen und Senioren nicht zu unterschätzen. (Text Eva Olschewski)

Michael Brauns  
Pressesprecher  
Universität der Bundeswehr München  
Tel.: 089/6004-2004  
E-Mail: [michael.brauns@unibw.de](mailto:michael.brauns@unibw.de)