



**Langfassung:**

Interview mit Kai Ehlert

„Die Qualität steckt im Detail“, Seite 38-39

**Wie können Architektur und Design zur Lebensqualität im Alter beitragen? Mit dieser und anderen Fragen zum demografischen Wandel beschäftigt sich der Berater und Gestalter Kai Ehlert. Im Interview mit *HCM* spricht er über seine Erfahrungen.**

***HCM:* Herr Ehlert, Sie beschäftigen sich mit den Konsequenzen, die sich aus dem demografischen Wandel ergeben. Auf was müssen wir uns künftig einstellen?**

**Ehlert:** Wenn man bedenkt, auf wie viele Bereiche des Lebens der demografische Wandel Auswirkungen hat, dann ist es schon erstaunlich, wie große Teile der Politik und v.a. der Wirtschaft diese Tatsache in weiten Teilen ignorieren. Auch wenn Bundeskanzlerin Angela Merkel das Thema „Demografie“ zu einem der drei wichtigsten Themen in dieser Legislaturperiode erklärt hat.

Besonders beim demografischen Wandel scheint jedoch der Weg von der Erkenntnis zum Handeln sehr weit zu sein. Daran ändern auch zahlreiche positive „Leuchtturmprojekte“ in verschiedenen politischen und wirtschaftlichen Bereichen wenig. Der Bürger wird sich darauf einstellen müssen, dass der Veränderungsprozess noch sehr lange dauern wird. Wenn er den beschleunigen möchte, dann muss er dies stärker fordern.

***HCM:* Wohin geht der Trend beim Wohnen für ältere Menschen?**

**Ehlert:** Der Wunsch der meisten älteren Menschen ist es, in den eigenen vier Wänden alt zu werden. Das Problem dabei ist, dass nur rund zwei bis fünf Prozent des Wohnungsbestandes altengerecht ist. Experten gehen davon aus, dass bis zum Jahr 2020 rund drei Millionen altengerechte Wohnungen benötigt werden. Hier sind gewaltige Investitionen notwendig. Da kommt die KfW ins Spiel. Doch die realen Zahlen sind ernüchternd. Dem Betrag von 1,5 Milliarden Euro für die energetische

Gebäudesanierung in 2014 stehen gerade einmal 10 Millionen Euro für den altengerechten Umbau in 2014 gegenüber. Das sind nur 0,66 Prozent.

Hier muss dringend Abhilfe geschaffen werden. Die energetische Sanierung sollte mit der demografischen Sanierung verbunden werden. Es geht dabei um den volkswirtschaftlichen und gesellschaftlichen Nutzen. Sowohl bei der Sanierung von Altbauten als auch bei Neubauten sollte die Qualität stärker in den Fokus rücken. Qualität rechnet sich und ist nachhaltiger. Hier sind u.a. die Genossenschaften gefragt.

***HCM: Wie lauten die Maximen für das Wohnen im Alter?***

**Ehlert:** Als Maximen für das Wohnen in den eigenen vier Wänden lassen sich nennen: Sicherheit, Geborgenheit, Zufriedenheit, Wohlbefinden und Lebensfreude. Um diesen Maximen gerecht werden zu können, bedarf es einer Vielzahl durchdachter Details. Die Qualität steckt im Detail.

***HCM: Wie können Architektur und Design zur Lebensqualität im Alter beitragen?***

**Ehlert:** Damit die Architektur im Wohnungsbau mehr als bisher zur Lebensqualität beiträgt, sind neue Denkansätze nötig. Eine Wohnung sollte mehr als eine Art System begriffen werden. Ein System, das zu einem späteren Zeitpunkt verändert, erweitert und nachgerüstet werden kann – ohne dass große bauliche Maßnahmen notwendig werden. Auch wird eine elektronische Ausrüstung künftig eine größere Rolle spielen. Stichwort AAL (Ambient Assisted Living). Die Konzeption und das Design elektronischer Hilfsmittel sind dabei wichtig. Sie müssen auf die Erfordernisse der Nutzer gut abgestimmt sein. Die Technik darf aber nicht dazu führen, dass der Nutzer häusliche Verrichtungen nur noch vom Sessel aus erledigt.

Architektur und Design spielen aber auch im öffentlichen Raum eine wichtige Rolle. Die Kommunen sollten z.B. ihre Infrastruktur und den öffentlichen Raum dahingehend überprüfen, ob sie den Anforderungen des demografischen Wandels gerecht werden. Hier sind auch die Bahn und der öffentliche Nahverkehr gefordert. Es mangelt an vielen Stellen.

***HCM: Lautet die Lösung „Design für Alte“? Oder benötigen wir vielmehr ein „Design für alle“?***

**Ehlert:** Wir benötigen beides. Wir haben zum einen die Zielgruppe der älteren Menschen, die altersbedingte Beeinträchtigungen haben. Sie brauchen spezielle

Produkte und Hilfsmittel, um ihr Leben weiter möglichst selbstständig meistern zu können. Die Produkte müssen für sie so gestaltet sein, dass ihre Formensprache den Nutzer nicht stigmatisiert. Niemand zeigt gerne, dass er ein Handikap hat.

Und es gibt die Menschen, die altersbedingt nicht sehr beeinträchtigt sind. Sie werden tagtäglich mit Produkten und Einrichtungen konfrontiert, die nicht sonderlich kundenfreundlich gestaltet sind, was besonders dieser Gruppe negativ auffällt.

Wir brauchen also sowohl „Design für Alte“ als auch „Design für alle“. Das führt zum Begriff „Universal Design“ bzw. „Inclusive Design“. Darunter verstanden wird gutes und ansprechendes Design, das von allen Generationen genutzt werden kann und die Lebensqualität sowohl von Jung als auch von Alt verbessern soll. Die Philosophie lautet generationengerecht und -übergreifend.

Die sieben Prinzipien des „Universal Design“ bzw. „Design für alle“ lauten:

- breite Nutzbarkeit,
- Flexibilität im Gebrauch,
- einfache und intuitive Benutzung,
- sensorisch wahrnehmbare Informationen,
- Fehlertoleranz,
- geringer körperlicher Aufwand,
- Erreichbarkeit und Zugänglichkeit.

Design ist somit eine Voraussetzung, um viele Probleme einer älter werdenden Bevölkerung lösen zu können. Design ist als Problemlösung, nicht als Dekoration zu verstehen.

### ***HCM: Wie müssen technische Geräte konzipiert sein, damit sie Menschen im Alter nützen?***

**Ehlert:** Sie müssen diesen sieben Prinzipien entsprechen. Bei technikorientierten Konsumprodukten findet man jedoch überwiegend Produkte, die offensichtlich ausschließlich für die „Generation Y“ geschaffen wurden. Die technischen Geräte sind in ihrer Mehrzahl nicht bedürfnis- bzw. kundenorientiert sondern möglichkeitsorientiert konzipiert. Die Geräte sollten also nicht mit Funktionen überfrachtet werden, für die sich eh nur ein kleiner Prozentsatz der Käufer begeistern lässt.

### ***HCM: Können Sie uns ein Beispiel nennen, dass anderen als Best Practice dienen kann?***

**Ehlert:** Einsamkeit beschleunigt den Alterungsprozess. Daher hat man z.B. in Bremen umgedacht. Statt den älteren Menschen ein „Essen auf Rädern“ anzubieten, holt man sie hier ab und bringt sie „Auf Rädern zum Essen“ – ein, wie ich finde, nachahmenswertes Projekt.

**HCM: Der demografische Wandel steht im Mittelpunkt Ihrer Beratungstätigkeit. Mit welchen Fragestellungen kommen die Einrichtungen zu Ihnen?**

**Ehlert:** Sie wollen z.B. wissen, ob die Einrichtung und die Ausstattung der Räume (Einrichtung/Ausstattung, Sanitär, Licht/Beleuchtung, Hygiene/Reinigung, Klima/Lüftung, Akustik, Kommunikation/Information) den Anforderungen des demografischen Wandels entsprechen. Es geht auch häufig um die Orientierung und die Kennzeichnung in den Einrichtungen. Mit dem Ziel dem Besucher – mit der richtigen Information am richtigen Ort – eine sichere Orientierung zu ermöglichen, um ihm das Auffinden der anvisierten Punkte zu erleichtern.

**HCM: Sie beschäftigen sich auch damit, wie in der Werbung mit dem Alter sprachlich umgegangen wird. Ihr Fazit?**

**Ehlert:** In der Werbung tut man sich schwer mit diesem Thema. Der Begriff „alt“ darf in der Regel nicht vorkommen. Er scheint tabu zu sein. Begriffe wie „50 plus“, „Generation Gold“ oder „Happy Enders“ sind die „Krücken“, die hier die Regel sind.

Die Gesellschaft sollte selbstbewusster mit der deutschen Sprache umgehen. Zum Beispiel ließe sich der Begriff „Alter“ in diversen Bereichen ja auch mit positiven Begriffen wie Erfahrung, Wissen, Gelassenheit, Würde, Werte verbinden.

**HCM: Wie gehen Sie selbst mit dem Älterwerden um – können Sie uns Tipps dazu geben?**

**Ehlert:** Ein Patentrezept habe ich nicht. Auch ich kann meinen Alterungsprozess nur verlangsamen und versuchen, Krankheiten zu vermeiden. Bisher ist mir das ganz gut gelungen.

Ganz entscheidend ist die körperliche Bewegung: konsequent und täglich. Und natürlich gut Essen: frisches Gemüse, Obst, Vollkornprodukte und wenig Fleisch. Auch wichtig ist, geistig beweglich und neugierig zu bleiben. Mit wachen Sinnen die Umwelt wahrnehmen, ohne Navigation im Auto, Smartphone vor der Nase und Stöpseln in den Ohren. Unerlässlich: Persönliche Kontakte pflegen und neue Kontakte knüpfen.

***HCM:* Wie würden Sie gerne Ihren Lebensabend verbringen? Und vor allem wo?**

**Ehlert:** Mit Gelassenheit, Genuss und Muße. Mit Reisen, ehrenamtlicher Tätigkeit und beruflicher Arbeit, soweit sie mich befriedigt und auch künftig Freude bereitet. Zudem mit der Neigung, die Umwelt auf ihre Kompatibilität hin mit dem demografischen Wandel zu beobachten.

Wo ich leben will? In Hamburg, wo sonst, in meinen eigenen vier Wänden.

**Das Interview führte Ivonne Rammoser.**