

AGE EXPLORER

Maßgeschneiderte Altersforschung



Bis zum Jahr 2060 werden nach Berechnungen des Statistischen Bundesamtes im Vergleich zu heute rund 17 Millionen Einwohner weniger in Deutschland leben. Allerdings wird jeder Dritte dann über 65 Jahre und jeder Siebte – also rund 10 Millionen Menschen – sogar über 80 Jahre alt sein. Diese demografische Entwicklung wird sich in den kommenden Jahrzehnten auf die soziale sowie wirtschaftliche Entwicklung und auf das soziale Zusammenleben in unserem Land auswirken.

Aber wie werden wir „altersgerecht“ zusammenleben und wie sieht der praktische Alltag im Alter aus? Wer weiß, wie bei betagten Menschen altersbedingte Bewegungsabläufe aussehen? Was ist im täglichen Umgang, bei Service- und Dienstleistungen sowie bei der Gestaltung und Entwicklung

von Produkten für ältere Menschen zu beachten? Sehr oft sprechen heute Marketingexperten von den Best oder Silver Agern als die potente Zielgruppe der Zukunft, die es zu umwerben gilt. Aber die wenigsten dieser Experten können – nicht zuletzt aus mangelnder Erfahrung – die oben gestellten Fragen beantworten.

Da können Dr. Hanne und Dr. Gundolf Meyer-Hentschel weiterhelfen. Sie haben in ihrem Meyer-Hentschel Institut in Saarbrücken den sogenannten „Age Explorer®“ entwickelt. Dabei handelt es sich um einen Alterserforschungsanzug, der (jüngeren) Menschen die Möglichkeit bietet, innerhalb weniger Minuten in die Wahrnehmungs- und Erfahrungswelt älterer Personen einzutauchen. Der Anzug lässt in eindrucksvoller

Der Age Explorer® ist ein Altersforschungsanzug, der im Meyer-Hentschel Institut (Saarbrücken) unter der Leitung von Dr. Hanne und Dr. Gundolf Meyer-Hentschel entwickelt wurde. Der Anzug simuliert die mit dem Alterwerden einhergehenden körperlichen Defizite und die damit verbundenen Bedürfnisse älterer Menschen. Vorrangiges Ziel des Age Explorers ist, ein lebendiges Verständnis für die Lebenswelten älterer Menschen zu gewinnen und damit eine Brücke zwischen den Generationen zu schlagen. Jüngere werden in die Lage versetzt, sich älteren Menschen gegenüber angemessen und geduldig zu verhalten, sie bedürfnisgerecht zu beraten oder für ältere Menschen besser geeignete Produkte und Dienstleistungen zu entwickeln.

Weitere Informationen:
Meyer-Hentschel Institut
Science Park 2
66123 Saarbrücken
Fon: +49 700 123456-01
Fax: +49 700 123456-02
E-Mail: info@age-explorer.de
www.age-explorer.de

INFO

Weise veränderte Fähigkeiten des Alters erleben bzw. nachempfinden: nachlassendes Hörvermögen, beschränkte Alterssichtigkeit inklusive des Farbsehens, abnehmende Kraft und fehlende Beweglichkeit. In der Praxis vermitteln Gehördämpfer den Eindruck von Altersschwerhörigkeit, ein Spezialvisier simuliert mögliche Veränderungen des Farbsehens und des Blickfeldes im Alter sowie nachlassende Sehschärfe im Nahbereich. Handschuhe verringern unter anderem die Fingerfertigkeit und lassen die Kräfte in den Händen schwinden. Im Anzug eingenähte Gewichte geben einen realitätsnahen Eindruck nachlassender Ausdauer; Bandagen und Schienen schränken die Beweglichkeit der Gelenke ein. Wer sich einmal so konsequent in einen älteren Menschen hineinversetzt hat, der erkennt sehr schnell, dass diese biologisch veränderten Bedingungen, die jedem Menschen im Lauf der Zeit widerfahren, mit der Reife des Alters auch zu einem wachsenden

Bedürfnis nach Respekt, Höflichkeit, Verständnis und Komfort führen.

Deshalb ist ein vorrangiges Ziel des Age Explorers, ein lebendiges Verständnis für die Lebenswelten älterer Menschen zu gewinnen und damit eine Brücke zwischen den Generationen zu schlagen. Jüngere werden beispielsweise in die Lage versetzt, sich älteren Menschen gegenüber angemessen und geduldig zu verhalten, bedürfnisgerecht zu beraten oder für ältere Menschen besser geeignete Produkte und Dienstleistungen zu entwickeln. 95 Prozent aller Teilnehmer erleben die Erfahrung mit dem Age Explorer als „Anstoß zum Umdenken“ über ihre Art, mit älteren Menschen um-



Mit dem Age Explorer Wahrnehmungen und Alltagserfahrungen älterer Menschen selbst erleben

With the Age Explorer you can experience the perceptions and daily experiences of elderly people

Foto: © Anika Büssemeier



Age Explorer als Brücke des Verständnisses zwischen den Generationen

The Age Explorer as a bridge of understanding between generations

Foto: © Age-Explorer.de



**Autenrieder
Brauereierlebniswelt**
schauen, fühlen, riechen
und natürlich schmecken



Brauerei-Führung mit kleinem Bierseminar
Brauereimuseum
Biergarten und Terrasse
Einzel- & Doppelzimmer,
Juniorsuiten & Appartements
Schwimmbad und Wellnessbereich
Seminarräume

Brauereigasthof mit ** Wohlfühlhotel**
Hopfengartenweg 2 • 89335 Ichenhausen-Autenried
Tel.: 08223 / 96 84-40 • Fax: -80
E-Mail: info@brauereigasthof-autenried.de

www.brauereigasthof-autenried.de

Die Einsatzbereiche des Age Explorers sind vielfältig: Entwicklung von altersgerechten Produkten und Verpackungen, Optimierung von Verkehrsangeboten, Schulung von Mitarbeitern in Handel, Banken, Versicherungen; Anpassung von Arbeitsbedingungen für ältere Mitarbeiter

The range of applications of the Age Explorer® is diverse: Development of age-appropriate products and packaging, optimization of transport offerings, training of employees in trade, banks, insurance; adaptation of working conditions for older employees



Foto: © Velux

zugehen. Dabei müssen, die vom Age Explorer® simulierten Altersbedingungen, stets individuell gesehen werden. Generell sind die Simulationsparameter korrekt, allerdings werden sie von jedem Menschen je nach Alter und Beschränkung manchmal schon ab 40 und meist startend ab 50 bis weit über die 70 unterschiedlich stark und schnell wahrgenommen.

Bereits 1995 stellte das Institut den ersten Age Explorer® vor. Grundlage des Systems sind eigene Forschungsprojekte seit 1985, Forschungsergebnisse internationaler Universitäten sowie die laufende Beobachtung interdisziplinärer Erkenntnisse aus Gerontologie, Ergonomie, Physiologie usw. Der Age Explorer® ist ein ethisches Instrument mit medizinischer und verhaltenswissenschaftlicher Fundierung (ISO 20282), das ständig weiterentwickelt wird. Mehr als 17.000 Mitarbeiter innovativer Unternehmen haben mittlerweile an Age Explorer-Workshops teilgenommen. Ein Einsatzfeld ist die Personalschulung: Handelsunternehmen und Banken, Verkehrsunternehmen und Versicherer schulen ihre Mitarbeiter im höflichen Umgang mit älteren Kunden. Besonders intensiv wird der Age Explorer® von Kliniken mit Patientenbetreuung und Institutionen der Altenpflege genutzt.

Außerdem wird der Age Explorer® von Unternehmen genutzt, um die Arbeitsbedingungen und den Arbeitsplatz sicherer und für ältere Mitarbeiter angepasst zu gestalten. Der Test und die Entwicklung von altersgerechten Produkten und Verpackungen gehören ebenfalls dazu. Anwender sind Automobilunternehmen, Hersteller von Hausgeräten, Konsumgüterproduzenten, Hersteller von Arzneimitteln und medizinischen Geräten.

Auch die AL-KO Kober AG mit ihren Bereichen Garten + Hobby sowie Fahrzeugtechnik hat an einem Age Explorer-Seminar teilgenommen, um diesbezüglich Verständnis und Kompetenz beim Verkaufs- und Servicepersonal aber auch bei der Entwicklung von altersadäquaten Produkten zu schärfen. Jürgen Frank, Vice President Marketing bei AL-KO Garten + Hobby ist begeistert: „Die sogenannten Best Ager sind für uns eine wichtige Zielgruppe, da sie viel Freude an Gartenarbeit haben. Mit

dem Age Explorer® erleben wir bei AL-KO hautnah, wie die Handhabung unserer Produkte altersgerecht funktionieren müsste. Dazu gehört beispielsweise die Simulation von Arthrose in Hand- und Ellbogengelenken bei der Nutzung von Holmen und Griffen. Auch die Vermarktung und Kennzeichnung durch gut lesbare Schriften und leicht erkennbare Farbkontraste sind wichtig. Bei der Entwicklung unserer neuen Produkte werden wir diese Aspekte zukünftig noch stärker berücksichtigen - ganz gemäß unserer Firmenphilosophie ‚Quality for Life‘ bis ins hohe Alter.“



Foto: © Age-Explorer.de



Foto: © Velux

AGE EXPLORER

Tailor-made research into aging

According to calculations by the Federal Statistical Office, by 2060 around 17 million less people will live in Germany than today. However, every third person will be over 65 years of age, and every seventh - around 10 million people - will be aged over 80 years. In the coming decades this demographic development will affect the social as well as economic development of our country, as well as social interactions.

But how will we live together "age appropriately", and what will everyday life look like for the elderly? Who knows how movement feels for the elderly? What needs to be paid attention to in their daily interaction with services, or the design and development of products for elderly people? Very often marketing experts talk of the best or silver age group as a potential target market of the future, in order to woo them. But very few of these experts can answer the questions above - not least due to lack of experience.

Dr. Hanne und Dr. Gundolf Meyer-Hentschel can help with this. In the Meyer-Hentschel Institute in Saarbrücken they have developed the so-called "Age Explorer®". This consists of an aging-research suit which offers younger people the possibility to, within a couple of minutes, immerse themselves in the world of perception and experience of an elderly person. In an impressive way the suit allows one to experience and understand the altered abilities of the aged: hearing loss, limited presbyopia (vision disorder) including color vision, decreasing strength and reduced mobility. Auditory dampers give the impression of age-related hearing loss; a special visor simulates possible changes to color vision and the field of vision for elderly, as well

as reduced near vision. Gloves reduce dexterity, and diminish strength in the hands. Weights sewn into the suit give a realistic impression of reduced endurance; bandages and splints restrict the mobility of joints. Anyone who has ever had full empathy for an elderly person quickly realizes that these biologically changed conditions which follow every person as they age also lead to an increased need for respect, politeness, understanding and comfort with the ripening of age.

Therefore a primary goal of the Age Explorers is to gain a vivid understanding of the world that older people live in, and thereby build a bridge between the generations. For example, younger people will be better equipped to behave reasonably and patiently toward elderly people, advise according to their needs or better develop products and services for them. 95 percent of all participants experience a "change in mindset" about how to deal with the elderly. In the process, the age

conditions simulated by the Age Explorer® need to be seen individually. Generally the simulation parameters are correct, however depending on the person and their age, the constraints are perceived and evaluated differently, sometimes already starting at 40, mostly from 50 but sometimes not until 70 years of age.

In 1995 the Institute presented the first Age Explorer® suit. The basis for the system is their own research projects since 1985, research results of international universities as well as the continual observation of interdisciplinary knowledge from gerontology, physiology, ergonomics etc. The Age Explorer® is an ethical instrument with medical and behavioral scientific foundations (ISO 20282), that is continually being further developed. More than 17,000 employees from innovative companies have now taken part in Age Explorer® workshops. One field of application is staff training: Commercial enterprises and banks, transportation companies and insurers can train their employees how to

politely interact with older customers. The Age Explorer® is intensively used by clinics with patient support and nursing care institutions.

As well as this, the Age Explorer® is used by companies in order to design working conditions and working areas to be safer and more appropriate for older employees. The testing and development of age appropriate products and packaging is also a common application. Users include automotive companies, manufacturers of household devices, producers of consumer goods, and manufacturers of medicines and medical devices.

The Garden + Hobby and Automotive Technology divisions of AL-KO Kober AG took part in a seminar, in order to focus on understanding and

competencies in the sales and service branch, and also in the development of age-appropriate products. Jürgen Frank, Vice President Marketing of AL-KO Garden + Hobby is impressed: "The so-called best agers are an important target market for us, as they enjoy gardening. With the Age Explorer®, we at AL-KO vividly experienced how the handling of our products must be age appropriate. This includes for example the simulation of arthritis in hand and elbow joints when using bars and grips. Marketing and labeling with readable script and easily recognizable color contrasts is also important. In the development of our new products we will consider these aspects even more – in accordance with our company philosophy "Quality for Life" into old age."

KASTNER
Kfz-Teile • Reifen
Groß- und Einzelhandel

Melanderstraße 1 – 5
86441 Zusmarshausen
Telefon: 08291/ 8597-0
Telefax: 08291/8597-60

Bahnhofstraße 49
86470 Thannhausen
Telefon: 08281/2949



www.kfz-teile-kastner.de

SELECT AG



Foto: © Age-Explorer.de

The Age Explorer® is an aging-research suit, which was developed in the Meyer-Hentschel Institute (Saarbrücken) under the leadership of Dr. Hanne and Dr. Gundolf Meyer-Hentschel. The suit simulates the physical deficits that accompany aging, and the requirements of the elderly connected with these. A primary goal of the Age Explorer is to gain a vivid understanding of the world that older people live in and thereby build a bridge between generations. Younger people will be better equipped to behave reasonably and patiently toward elderly people, advise according to their needs or better develop products and services for them.

Further Information:
Meyer-Hentschel Institut
Science Park 2
66123 Saarbrücken
Phone: +49 700 123456-01
Fax: +49 700 123456-02
E-Mail: info@age-explorer.de
www.age-explorer.de

INFO

LIFE magazin

Das **AL-KO** Magazin für Partner und Kunden | Ausgabe 6 | Herbst / Winter 2012 | Schutzgebühr € 5,- / € 4,50

Foto: AL-KO

TITELTHEMA
AL-KO
KUNDENCENTER
Erstklassiger Service
in Kötz



FOCUS

Interview mit der Fußballlegende
Klaus Fischer | *Interview with
Soccer Legend Klaus Fischer*

DESTINATIONS

Kiew – Mutter aller russischen
Städte | *Kiev – The Mother of all
Russian Cities*

HIGH LIFE

Karneval – Die fünfte
Jahreszeit | *Carnival –
The Fifth Season*