ALTERSSIMULATIONSANZUG

Original Age Explorer® – AgeMan® – Customized Ageing Tools

Fotos: Velux

Inhalt

Veranstaltungen

- Gesundheitstage
- Personalschulung / Unterricht
- Messe / Tag der Offenen Tür

Altersanzug kaufen

Beratungsangebote

Presseresonanz

- In den Medien
- Publikationen
- Videos

Wissenschaftliche Fundierung

Das Unternehmen

Gesundheitstage

mit dem Alterssimulationsanzug Age Explorer®

PDF_Alterssimulationsanzug_18.doc

Meyer-Hentschel Institut
Science Park 2 · D-66123 Saarbrücken
www.alterssimulationsanzug.de
eMail: info@mhmc.de · www.mhmc.de

Alterssimulationsanzug bei Gesundheitstagen: Motivation für Prävention und Arbeitssicherheit, mehr Verständnis für ältere Mitarbeiter
Fotos: Bundesagentur für Arbeit, Adolph-Koping-Berufskolleg, 3M

Nutzen

- **Aufmerksamkeitsstarkes** Angebot bei Gesundheitstagen
- Steigerung der Motivation zur **Prävention**
- Prüfung von **Arbeitsplätzen** auf Optimierungsmöglichkeiten für ältere Arbeitnehmer
- Positiv aufgenommene Erfahrung bei Mitarbeitern, die zu Hause **Angehörige pflegen**

Der Alterssimulationsanzug ermöglicht es Jüngeren, eine Vielzahl von Alterungsprozessen zu erleben. Man kann erfahren, wie sich die Beweglichkeit, das Seh- und Hörvermögen sowie die Feinmotorik verändern, wie schwer es z. B. werden kann, eine Flasche zu öffnen, wie anstrengend sich eine Zeitung liest und welche Hürde eine Treppe werden kann. Geschulte Berater beantworten dazu Fragen und geben Tipps, wie sich manches verhindern lässt.

Ihr unverbindliches Angebot können Sie hier anfordern.

Meyer-Hentschel Institut
Science Park 2 · D-66123 Saarbrücken
www.alterssimulationsanzug.de
eMail: info@mhmc.de · www.mhmc.de

Karin Koch, Gesundheitsförderung, Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend
"Die Vorführung des Age Explorers und damit die Hinweise, was eventuell auf einen selbst zukommt, ist von den Kolleginnen und Kollegen sehr gut angenommen worden. Bei vielen wird sich die Sichtweise auf ältere Personen im alltäglichen Leben (z. B. Einkaufen, Autofahren) verändern. Man entwickelt ein ganz anderes Verständnis für ältere Menschen. Damit sind die von uns erhofften Ziele voll und ganz erreicht."

Ein unverbindliches Angebot
für den Gesundheitstag Ihres Unternehmens bzw. Ihrer Organisation können Sie hier anfordern.

Einige Referenzen

Meyer-Hentschel Institut
Science Park 2 · D-66123 Saarbrücken
www.alterssimulationsanzug.de
eMail: info@mhmc.de · www.mhmc.de

Personalschulungen

mit dem Alterssimulationsanzug Age Explorer®

Meyer-Hentschel Institut
Science Park 2 · D-66123 Saarbrücken
www.alterssimulationsanzug.de
eMail: info@mhmc.de · www.mhmc.de

Alterssimulationsanzug bei Personalschulungen im Gesundheitswesen, bei Banken und Versicherungen
Fotos: GAD, alterssimulationsanzug.de

Die direkte, persönliche Erfahrung ist einer der effektivsten Wege, Einstellungen und Verhalten zu verändern

Unsere interaktiven, erfahrungsorientierten Schulungen vermitteln ein lebendiges Verständnis für die Lebenswelten älterer Menschen und schlagen damit eine Brücke zwischen den Generationen. Jüngere werden z.B. in die Lage versetzt, sich älteren Kunden gegenüber angemessen und geduldig zu verhalten sowie bedürfnisgerecht erfolgreich zu beraten.

Bernhard Syben
Vertriebsdirektor Sparda-Bank West eG
„Als Genossenschaftsbank legen wir großen Wert darauf, die Bedürfnisse unserer Kunden zu kennen und zu berücksichtigen. Das setzt voraus, dass unsere Berater verstehen, was im Alter wichtig ist. Der Age Explorer hat ihnen ermöglicht, dies auf eine ganz persönliche Weise zu erfahren.“

Ihr unverbindliches Angebot für eine Personalschulung mit dem Alterssimulationsanzug können Sie hier anfordern.

Meyer-Hentschel Institut
Science Park 2 · D-66123 Saarbrücken
www.alterssimulationsanzug.de
eMail: info@mhmc.de · www.mhmc.de

Wir führen Personalschulungen für eine Vielzahl von Branchen und Berufsgruppen durch,
z.B. Banken, Versicherungen, Einzelhandel, Altenpflege, Architekten, Apotheker, Ärzte.

Alterssimulationsanzug für Ausbildung und Weiterbildung in der Altenpflege
Fotos: Dieter Menne, Claudia Hoffmann

Erfolgreiches Personaltraining mit dem Alterssimulationsanzug im Einzelhandel
Fotos/Video: Edeka Nordbayern, Sachsen, Thüringen

Einige Referenzen

Sparda-Bank freundlich & fair
St. Marien- und St. Annastiftskrankenhaus
PostFinance DIE POST
Lernidee Erlebnisreisen 25 Jahre ['lernide:]
Brillux ..mehr als Farbe
EDEKA
Christinenstift
Tertianum Residenzen

Meyer-Hentschel Institut
Science Park 2 · D-66123 Saarbrücken
www.alterssimulationsanzug.de
eMail: info@mhmc.de · www.mhmc.de

Messe und Tag der offenen Tür

mit dem Alterssimulationsanzug Age Explorer®

PDF_Alterssimulationsanzug_18.doc

Meyer-Hentschel Institut
Science Park 2 · D-66123 Saarbrücken
www.alterssimulationsanzug.de
eMail: info@mhmc.de · www.mhmc.de

Alterssimulationsanzug Age Explorer® bei Presse-Event, Fachmesse, Publikumsmesse, Tag der Offenen Tür
Fotos: Daniel von Loeper, BMG, Messe Düsseldorf

Wir leisten mit unseren Altersanzügen aufmerksamkeitsstarke interaktive Beiträge zu Ihren Veranstaltungen.

Ob Fachmessen, Publikumsmessen, Ausbildungsmessen, Presse-Events, Tage der Offenen Tür, Jubiläen usw.: Unsere Alterssimulationsanzüge sind bewährte Erfolgsgaranten.

Ein unverbindliches Angebot für einen Alterssimulationsanzug bei Ihrer Veranstaltung können Sie hier anfordern.

Thomas Dettweiler, Bank für Sozialwirtschaft AG
Direktor Geschäftsstelle München
"Es war ein sehr gelungener Auftritt, der sowohl bei unseren Kunden, bei den anderen Messeausstellern, als auch bei allen anderen Messebesuchern der ConSozial großen Anklang gefunden hat. Unser Ziel mit der Präsentation des Age Explorer einen Anziehungspunkt zu schaffen, ist voll aufgegangen. Unser Stand war überdurchschnittlich gut besucht. Das lag mit Sicherheit an dem Anzug, aber auch an Ihrer Moderatorin. Mit großem Engagement und unermüdlich hat sie sich um alle Besucher gekümmert und so zu dem Erfolg einen wesentlichen Beitrag geleistet. Aus eigener Erfahrung kann ich sagen, dass es ein einschneidendes und beeindruckendes Erlebnis ist, einmal in dem Anzug „gesteckt" zu sein. Das Verhältnis zum Alter wird da gleich ein anderes."

Meyer-Hentschel Institut
Science Park 2 · D-66123 Saarbrücken
www.alterssimulationsanzug.de
eMail: info@mhmc.de · www.mhmc.de

Einige Referenzen Alterssimulationsanzug

MEDICA	Für Bundesministerium für Bildung und Forschung
interpack	Für Messe Düsseldorf
FachPack	Für NürnbergMesse
CeBIT	Für Bundesministerium für Bildung und Forschung
American Heart Association. Learn and Live	Für G. Pohl-Boskamp
IFA	Für VDE Prüf- und Zertifizierungsinstitut GmbH
ISH	Für Zentralverband Sanitär Heizung Klima
muba	Für Schweizerischer Seniorenrat
ALTENPFLEGE Die Leitmesse der Pflegewirtschaft	Für Paul Hartmann AG
Zukunft Personal	Für ddn – Das Demographie Netzwerk
Die 66	Für MT Konzept

Meyer-Hentschel Institut
Science Park 2 · D-66123 Saarbrücken
www.alterssimulationsanzug.de
eMail: info@mhmc.de · www.mhmc.de

Alterssimulationsanzug kaufen

Meyer-Hentschel Institut
Science Park 2 · D-66123 Saarbrücken
www.alterssimulationsanzug.de
eMail: info@mhmc.de · www.mhmc.de

Empathie-Training:
Unser Alterssimulationsanzug schlägt eine Brücke zwischen den Generationen. Foto: alterssimulationsanzug.de

Höchste Kompetenz und **längste Erfahrung** in der Entwicklung und im Einsatz von Alterssimulationsanzügen kennzeichnen das Meyer-Hentschel Institut. Wir können Ihnen ein breites Spektrum von Systemen und Anzügen zur Erforschung bzw. Simulation des Alters anbieten und liefern.

Seit 1991 beschäftigt sich das Meyer-Hentschel Institut mit der Entwicklung von Alterssimulationsanzügen. Im Frühjahr 1994 stellte das Institut seinen ersten Alterssimulationsanzug vor. Vorangegangen war eine vierjährige Entwicklungszeit mit Erprobung einer Vielzahl von Prototypen. Wissenschaftliche Grundlage unserer Altersanzüge sind eigene Forschungsprojekte seit 1985, Forschungsergebnisse internationaler Universitäten sowie die laufende Beobachtung interdisziplinärer Erkenntnisse aus Gerontologie, Ergonomie, Physiologie, Medizintechnik usw. Die Anzüge werden ständig weiterentwickelt.

Lehr- und Forschungskooperationen bestehen u.a. mit der Charité, Berlin, sowie der Johanniter-Akademie, Münster.

Ein **besonderer Service** beim Kauf eines Alterssimulationsanzugs ist unsere **persönliche, auf Ihren Einsatzbereich abgestimmte Beratung**. Ihnen steht dadurch ein sehr breites und fundiertes Know-how aus

Sensibilisierung von Medizinstudenten mit unserem Alterssimulationsanzug AgeMan. Foto: Charité, S. Gudath.

Meyer-Hentschel Institut
Science Park 2 · D-66123 Saarbrücken
www.alterssimulationsanzug.de
eMail: info@mhmc.de · www.mhmc.de

langjähriger Beratungstätigkeit zur Verfügung, was den Einsatz des Altersanzuges noch effektiver macht.

Nennen Sie uns gerne Ihre Branche und den im Vordergrund stehenden Einsatzbereich des Alterssimulationsanzugs. Wir beraten Sie sehr gerne bei der Zusammenstellung der für Ihren Zweck am besten geeigneten Konfiguration und erstellen Ihnen umgehend ein spezifisches Angebot.

Ihr **unverbindliches Angebot für einen Alterssimulationsanzug** können Sie hier anfordern.

Ergänzend zu unseren Alterssimulationsanzügen bieten wir für Forschung, Ausbildung, Produktentwicklung weitere Komponenten zum Erleben von Alterungsprozessen an, z.B. Brillen zum Erleben von häufigen altersbedingten Augenkrankheiten (Katarakt, Makula Degeneration usw.)

Brillen zum Erleben von häufigen altersbedingten Augenkrankheiten. / Foto: alterssimulationsanzug.de

Darüber hinaus bieten wir für spezielle Einsatzgebiete “customized ageing tools” zur Simulation von häufigen Symptomen vieler altersbedingter Diagnosen an, z.B. Kyphose, Peroneusparese usw.

Auch nach dem Kauf ist eine umfassende Betreuung unserer Kunden für uns eine Selbstverständlichkeit. Dazu zählen Anwendungsberatung sowie kundenindividuelle Optimierungen der gelieferten Produkte.

Weltweit werden unsere Alterssimulationsanzüge u.a. in folgenden Ländern eingesetzt: Australien, Belgien, Brasilien, Canada, China, Deutschland, Frankreich, Grossbritannien, Japan, Luxembourg, Norwegen, Österreich, Philippinen, Russland, Schweiz, Spanien, Ukraine, USA.

Meyer-Hentschel Institut
Science Park 2 · D-66123 Saarbrücken
www.alterssimulationsanzug.de
eMail: info@mhmc.de · www.mhmc.de

Beratungsangebote

Alterssimulationsanzug Age Explorer®

Foto: Velux

Meyer-Hentschel Institut
Science Park 2 · D-66123 Saarbrücken
www.alterssimulationsanzug.de
eMail: info@mhmc.de · www.mhmc.de

Product & Packaging

Kundenfreundliche Produkte & Verpackungen werden als Wettbewerbsvorteil immer wichtiger: Unsere langjährige Expertise stärkt die Wettbewerbsfähigkeit Ihrer Produkte und Verpackungen im Wachstumsmarkt 60plus.
Nutzen Sie die Bedürfnisse älterer Kunden als Herausforderung, die Sie für alle Kundengruppen attraktiver werden lässt. Lassen Sie Ihre Produkte und Verpackungen höflicher werden.

Unsere Beratungsangebote
Zur Optimierung von Produkten und Verpackungen haben sich zwei Instrumente bewährt, die Sie einzeln oder kombiniert einsetzen können:

1. Tests / Gutachten Ihrer aktuellen oder neu entwickelten Produkte oder Verpackungen (im Vergleich mit Wettbewerbern)
Ergebnis ist ein Gutachten über Stärken und Schwächen der geprüften Produkte/Verpackungen sowie Vorschläge zur möglichen Optimierung im Hinblick auf die Kundengruppe 60plus.

2. Workshops für Marketingmanager, Produkt- und Verpackungsentwickler Insights zur Kundengruppe 60plus / gemeinsame Analyse Ihrer Produkte/Verpackungen aus dem Blickwinkel 60plus / Schlussfolgerungen zur Optimierung.

Gerne senden wir Ihnen weitere Informationen.

Meyer-Hentschel Institut
Science Park 2 · D-66123 Saarbrücken
www.alterssimulationsanzug.de
eMail: info@mhmc.de · www.mhmc.de

Place

In unseren Beratungsprojekten haben sich drei zentrale Kundenwünsche an Verkaufsstellen und Kundenräume herauskristallisert:
Übersichtlichkeit, Orientierungsfreundlichkeit, Komfort.

Diese Anforderungen sind bei Kunden jeden Alters anzutreffen, bekommen aber für ältere Kunden besondere Bedeutung. Wir unterstützen Handel, Banken, Dienstleister mit Kundenräumen und Bauträger, für diese Anforderungen kundengerechte und ökonomische Lösungen zu finden.

PlaceCheck mit dem Alterssimulationsanzug im Handel

Unsere Beratungsangebote

1. PlaceCheck Ihrer Verkaufsstellen oder Kundenräume Ergebnis ist ein Gutachten über Stärken und Schwächen der analysierten Verkaufsstellen / Kundenräume sowie Vorschläge zur möglichen Optimierung im Hinblick auf die Kundengruppe 60plus.

2. Workshops für Marketingmanager, Markt-, Filial-, Geschäftsstellenleiter, Architekten usw. Insights zur Kundengruppe 60plus / gemeinsame Analyse Ihrer Verkaufsstellen oder Kundenräume aus dem Blickwinkel 60plus / Schlussfolgerungen zur Optimierung.

Meyer-Hentschel Institut
Science Park 2 · D-66123 Saarbrücken
www.alterssimulationsanzug.de
eMail: info@mhmc.de · www.mhmc.de

Ivo Bracher, lic. iur.
Vorstand Bracher und Partner AG, Solothurn

"Durch 'die Brille eines älteren Menschen' konnten wir Defizite an unseren Bauten feststellen, die wir ohne den Einsatz des Age Explorers nicht erkannt hätten. Speziell für die Überbauungen, die nach BONACASA-Standard erstellt werden, zeigte der Age Explorer einen hohen Nutzen."
Foto: bracher.ch

Gerne senden wir Ihnen weitere Informationen.

Meyer-Hentschel Institut
Science Park 2 · D-66123 Saarbrücken
www.alterssimulationsanzug.de
eMail: info@mhmc.de · www.mhmc.de

Promotion

Die demographische Revolution verändert viele Spielregeln. Nur wer für die wachsende Zahl älterer Kunden die richtige kommunikative Ansprache und Umsetzung anbietet, kann auf Dauer Erfolg haben. Diese Kundengruppe ist nicht einfach. Erfahren Sie, worauf Sie besonders achten sollten.

Unsere Beratungsangebote
Zur Optimierung von Kommunikationsmassnahmen haben sich zwei Instrumente bewährt, die Sie einzeln oder kombiniert einsetzen können:

Im Alter kann sich das Farbensehen verändern. Wer die richtigen Antworten auf diese Veränderung kennt, wird erfolgreicher kommunizieren.

1. Tests / Gutachten Ihrer aktuellen oder neu entwickelten Kommunikation (im Vergleich mit Wettbewerbern) Ergebnis ist ein Gutachten über Stärken und Schwächen der geprüften kommunikativen Massnahmen sowie Vorschläge zur möglichen Optimierung im Hinblick auf die Kundengruppe 60plus.

2. Workshops für Marketingmanager und Kommunikationsverantwortliche Insights zur Kundengruppe 60plus / gemeinsame Analyse Ihrer Kommunikation aus dem Blickwinkel 60plus / Schlussfolgerungen zur Optimierung.

Gerne senden wir Ihnen weitere Informationen.

Meyer-Hentschel Institut
Science Park 2 · D-66123 Saarbrücken
www.alterssimulationsanzug.de
eMail: info@mhmc.de · www.mhmc.de

Presseresonanz

Meyer-Hentschel Institut
Science Park 2 · D-66123 Saarbrücken
www.alterssimulationsanzug.de
eMail: info@mhmc.de · www.mhmc.de

Die Welt aus Sicht des älteren Kunden sehen

Was bedeutet die Silberne Revolution konkret für das Bankgeschäft? Eine Frage, mit der sich die Teilnehmer eines Workshops im Innovationsforum der GAD einen Tag lang intensiv beschäftigt haben.

Megatrends sind Treiber des gesellschaftlichen Wandels. Zu ihnen zählen unter anderem Silberne Revolution, Individualisierung, Universeller Wettbewerb, Digitale Vernetzung und Nachhaltigkeit. Sie beeinflussen alle Bereiche des Lebens, der gesamten Wirtschaft – und damit auch den Bankensektor. Mit dem Megatrend „Silberne Revolution" haben sich 14 Mitarbeiter und Vorstände von Volks- und Raiffeisenbanken im Innovationsforum der GAD intensiv beschäftigt. Im Mittelpunkt standen Fragen wie: Welche Auswirkungen hat der demografische Wandel auf die Gesellschaft und damit auch auf Banken? Welche Bedürfnisse und

GAD Forum: Die Welt aus Sicht des älteren Kunden sehen

50 ZENTRALVERBAND ISH 2011

Wie griffig ist der Wannenrand und bedarf es weiterer Wandhalterungen, um in die Wanne zu kommen? Der Altersanzug Age Explorer simuliert eingeschränkte Körperfunktionen.

Für den Kunden künstlich altern

ISH-Barrierefreies Erlebnis im Foyer der Halle 4.1 ■ Welche Eindrücke lassen sich gewinnen, wenn man nur eingeschränkt sehen, gehen oder greifen kann? Anzug und Helm des Age Explorers vermitteln dem Badplaner hautnah, wie die Handicaps der Kunden für das barrierefreie Bad zu gewichten sind – auf der ISH am Gemeinschaftsstand von ZVSHK und Gentner Verlag.

Auf Entdeckungs-Tour der besonderen Art geht der Age Explorer (zu deutsch: das Alter erkunden) im dicken Anzug plus Helm. Spezialisten für die barrierefreie Badberatung können sich auf der ISH Handikaps im Astronauten-Look überstreifen. Eindrücklich lässt sich dann erleben, wie es ist, wenn sich körperliche Einschränkungen bemerkbar machen. Wer als Badspezialist mit solchen Rahmenbedingungen einfühlsam umzugehen weiß, kann den Erwartungen seiner Barrierefrei-Kunden besser entgegenkommen – mit diesem Konzept wendet sich der ZVSHK an die SHK-Profis im Foyer der Halle 4.1.

Mit Helm und Overall auf Erlebnistour

Der Age Explorer versetzt den Messebesucher unmittelbar in diese Welt der Unzulänglichkeit. Am eigenen Körper kann der Badprofi erfahren, wie sich ein vermindertes Hörbzw. Sehvermögen auswirkt. Die helmartige Haube weist zudem ein eingeschränktes Gesichtsfeld auf. Durch die Polsterung des Overalls samt Handschuhen lässt sich simulieren, wie sich bei reduzierter Kraft und Ausdauer eine Duschwanne nutzen, eine Armatur aufdrehen oder ein WC bedienen lässt.

Probetermin vereinbaren

Der ZVSHK rechnet mit einem großen Interesse und empfiehlt, sich einen Testtermin für den Age Explorer bereits vor der Messe reservieren zu lassen (www.shk-barrierefrei.de). Beim Thema „barrierefreies Bad" stehen die vielen möglichen Einrichtungen im Mittelpunkt, die bei eingeschränkter Bewegungsfreiheit nützen können. Der Wellness-Charakter von Bad und WC wird dennoch nicht vernachlässigt – im Gegenteil. Als Highlight ist ein Komfortbad zu erleben, in dem die altersgerechten Zusatzfunktionen erst auf den zweiten Blick auszumachen sind.

Der Spezialist für ein Komplettbad kann sich inspirieren lassen, welche Komponenten er beispielsweise heute solventen Kunden der Käufergruppe Ü60 anbietet. Vielfach wird bei der designorientierten Keramik oder den Accessoires (noch) keine Rolle spielen, ob sie sich barrierefrei nutzen bzw. erweitern lassen. Die nachhaltige Planung des Badspezialisten zahlt sich allerdings dadurch aus, dass der Wellnessbereich auch in etlichen Jahren unter erschwerten Bedingungen gute Dienste leisten wird.

Barrierefrei-Welt ist online

Über www.shk-barrierefrei.de lässt sich auch der Online-Katalog erreichen, der zum Thema Barrierefrei auflistet, was Rang und Namen hat. Der Vorteil für den Badprofi: Er kann bei seiner Recherche nur das aus der Datenbank heraussuchen lassen, was nach Vorgabe bestimmter körperlicher Einschränkungen an Komfortprodukten in Frage kommt. Interessenten können sich am Messestand die Nutzung des Online-Kataloges vorführen lassen. Die Dienstleistung für den Barrierefrei-Kunden geht dabei soweit, dass sich ein individu-

Halt an der Wand und eine Sitzmöglichkeit im Duschbereich: Ein Badberater studiert die Handicaps seiner Kunden am eigenen Körper.

SBZ 06/11

Zentralverband Heizung Sanitär Klima, ISH: Für den Kunden künstlich altern

Meyer-Hentschel Institut
Science Park 2 · D-66123 Saarbrücken
www.alterssimulationsanzug.de
eMail: info@mhmc.de · www.mhmc.de

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

AL-KO, LIFE Magazin: Age Explorer – Massgeschneiderte Altersforschung

BILD der FRAU – In 5 Minuten um 50 Jahre gealtert

Meyer-Hentschel Institut
Science Park 2 · D-66123 Saarbrücken
www.alterssimulationsanzug.de
eMail: info@mhmc.de · www.mhmc.de

THIS WEEK

BMJ

14 July 2012 Vol 345

PICTURE OF THE WEEK

The Age Man Suit, developed by the Meyer-Hentschel Institut in Germany. Consisting of ear mufflers, gloves, visor that blurs eyesight and makes it harder to distinguish colours, and boiler suit and 10 kg vest that inhibit movement, it is designed to simulate the physical effects of old age and helps medical students appreciate what life is like for the growing population of older patients.

RESPONSE OF THE WEEK

So we measured our performance against two national databases (PICANET and CCAD). We demonstrated year on year improvement so that over the last five years our outcomes have been indistinguishable from other providers. We have an ECMO service that has better outcomes than other providers. But all that means nothing in the face of a review with pre-determined outcomes and an idiosyncratic use of statistics. So in a few months our children's cardiac and ECMO services will close, and the resultant blip in mortality will go unnoticed. So collect your data, publish it, but don't expect it to make any difference.

Peter Barry, paediatrician, University of Leicester, Leicester, UK, in response to "Measure your team's performance, and publish the results" (BMJ 2012;344:e4590)

BMJ.COM POLL

Last week's poll asked:

"Does having a medical parent help or hinder?"

79% voted yes (total 465 votes cast)

Personal view:
http://www.bmj.com/content/344/bmj.e4392

This week's poll asks:

"Should we screen for type 2 diabetes?"

Head to Head:
Yes: (BMJ 2012;345:e4514)
No: (BMJ 2012;345:e4516)

Vote now on bmj.com

MOST READ ON BMJ.COM

Low carbohydrate-high protein diet and incidence of cardiovascular diseases in Swedish women

Effect of telehealth on use of secondary care and mortality

High reprint orders in medical journals and pharmaceutical industry funding

Perioperative management of patients taking treatment for chronic pain

British Medical Journal: Picture of the Week – Age Man Suit

El Comercio

INDEPENDENCIA Y VERACIDAD

AL SERVICIO DEL PAÍS

EL LEGADO DE CARLOS RACA FLOR
Retrospectiva del pintor se inaugura mañana

ESPERANZA PARA LA CIENCIA
Células del cordón umbilical son convertidas en neuronas

SIGUE EL DESCENTRALIZADO
La 'U' enfrenta a León y Alianza recibe a Intí Gas

NÚMEROS POSITIVOS. EL MOVIMIENTO COMERCIAL DEL ÚLTIMO FIN DE SEMANA ALIENTA EXPECTATIVAS

Fiestas Patrias moverán unos US$1.000 millones

El pago de las gratificaciones y las ofertas de los 'retails' elevan considerablemente el consumo.

El Megaplaza espera recibir a 3 millones de visitantes durante julio y vender unos US$45 millones.

14% crecieron las ventas en el centro comercial Jockey Plaza solo el pasado fin de semana.

12% en el alza del movimiento comercial en supermercados y centros comerciales en julio del 2011.

Hay 172 audios de conversaciones del Caso Fefer

La justicia aún no determina si pueden usarse durante el juicio.

La casa real de España rebaja sus sueldos por la crisis

INDUMENTARIA PERMITE SENTIR LO MISMO QUE UN ADULTO MAYOR

Los años pesan con este traje

Humala no aleja las dudas sobre cambios en el Gabinete

Cuculiza sería la candidata de la oposición en el Parlamento

SANCIÓN. Rímac Seguros es multada por no afiliar a joven con síndrome de Down.

LAMBAYEQUE. Hallan una tumba de 1.200 años de antigüedad en San José de Moro.

ARDE SIRIA. Los rebeldes afirman que empezó la batalla por la liberación de Damasco.

HOY GRATIS
FURIA DE LA NATURALEZA

El Comercio, Lima: Age Man

PDF_Alterssimulationsanzug_18.doc

Meyer-Hentschel Institut
Science Park 2 · D-66123 Saarbrücken
www.alterssimulationsanzug.de
eMail: info@mhmc.de · www.mhmc.de

Publikationen

Meyer-Hentschel, Gundolf: **Ältere Kunden als Quelle für Innovationen.** In: Deutsche Postbank und F.A.Z.-Institut (Hrsg.), Demographischer Wandel, Bonn/Frankfurt, 2012, S. 20 -21.

Meyer-Hentschel, Hanne: **Alter Patient: (K)ein Grund zur Sorge.** Bayerisches Zahnärzteblatt, 6/2012, S. 64-67.

Meyer-Hentschel, Gundolf: **Senioren essen mit Erinnerungen.** Chef de Cuisine, Nr. 2, 2012, S. 32-33.

Meyer-Hentschel, Hanne und Gundolf Meyer-Hentschel: **Wachstumsmarkt Komfort: Seniorengerechte Ladengestaltung.** Orthopädieschuhtechnik, 2011, Nr. 1, S. 24-28.

Meyer-Hentschel, Hanne: **Neue Altersbilder braucht das Land – Der steinige Weg zu realistischeren Bildern vom Alter(n).** In: Hanne und Gundolf Meyer-Hentschel (Hrsg.): Jahrbuch Seniorenmarketing 2010/2011, Deutscher Fachverlag, Frankfurt, 2010, S. 17-39.

Meyer-Hentschel, Gundolf: **Reife Kunden ändern die Spielregeln – Herausforderungen für Pharmaunternehmen bei der Zielgruppe 50+.** In: Peter Strahlendorf (Hrsg.): Jahrbuch Healthcare Marketing 2009, Hamburg, 2009, S. 170-174.

Meyer-Hentschel, Gundolf: **Demografischer Wandel als Treibergrösse für den Unternehmenserfolg.** In: Gundolf Meyer-Hentschel, Hanne Meyer-Hentschel (Hrsg.): Jahrbuch Seniorenmarketing 2008/2009, Deutscher Fachverlag, Frankfurt, 2008, S. 19-49.

Wild, Alexander und Gundolf Meyer-Hentschel: **Internet und Senioren – Die Kombination von zwei Megatrends.** In: Wolfgang J. Koschnick (Hrsg.): FOCUS-Jahrbuch 2008, München, S. 271-285.

Meyer-Hentschel, Gundolf: **Design goes Universal.** Thexis – Fachzeitschrift für Marketing, 24 (2007), Nr. 2, S. 28–32.

Gundolf Meyer-Hentschel, Hanne Meyer-Hentschel (Hrsg.): Jahrbuch Seniorenmarketing 2010/2011, Deutscher Fachverlag, Frankfurt

Meyer-Hentschel Institut
Science Park 2 · D-66123 Saarbrücken
www.alterssimulationsanzug.de
eMail: info@mhmc.de · www.mhmc.de

Meyer-Hentschel, Hanne und Gundolf Meyer-Hentschel: **Reife Gesellschaften als Herausforderung – Strategische Ansätze.** Pharma-Marketing Journal, 32 (2007), S. 50-54.

Meyer-Hentschel, Hanne und Gundolf Meyer-Hentschel: **>Das höfliche Heim<: Kriterien für Neu- und Umbauten.** In: Markus Leser (Hrsg.): Trends im Heimbereich, CuraViva Fachbereich Alter, Bern, 2007, S. 75-83.

Meyer-Hentschel, Hanne und Gundolf Meyer-Hentschel: **Ältere Kunden ändern die Spielregeln im Schuhmarkt.** In: Gries, Andreas und Anette Hämmerling (Hrsg.) Kompendium der Schuhwirtschaft 2007, FAZ-Institut, Frankfurt am Main, 2006, S. 146-153.

Meyer-Hentschel Institut
Science Park 2 · D-66123 Saarbrücken
www.alterssimulationsanzug.de
eMail: info@mhmc.de · www.mhmc.de

Videos

Deutscher Verkehrssicherheitsrat: Aktion Schulterblick – Im Rahmen der Aktion Schulterblick setzt der Deutsche Verkehrssicherheitsrat den Age Explorer Alterssimulationsanzug ein, um Fahranfängern einen Eindruck davon zu vermitteln, wie es ist, wenn die körperliche Leistungsfähigkeit im Alter nachlässt.

M - Das Entdecker Magazin:
Einkaufen im Alterssimulationsanzug

SCA München: “A story about walking in an older customer’s shoes”

Meyer-Hentschel Institut
Science Park 2 · D-66123 Saarbrücken
www.alterssimulationsanzug.de
eMail: info@mhmc.de · www.mhmc.de

Focus Online: Abenteuer Altern

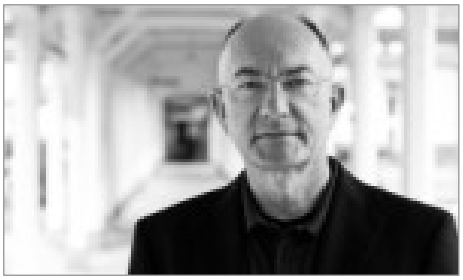
The AGE EXPLORER® is used for research at Blum and supports the development of products that provide long-term ergonomic advantages for the kitchen user.

Meyer-Hentschel Institut
Science Park 2 · D-66123 Saarbrücken
www.alterssimulationsanzug.de
eMail: info@mhmc.de · www.mhmc.de

Wissenschaftliche Fundierung

Seit 1991 beschäftigt sich das Meyer-Hentschel Institut mit der Entwicklung von Alterssimulationsanzügen. Im Frühjahr **1994** stellte das Institut seinen ersten Alterssimulationsanzug vor. Vorangegangen war eine vierjährige Entwicklungszeit mit Erprobung einer Vielzahl von Prototypen. Grundlage der Altersanzüge sind eigene Forschungsprojekte seit 1985 (u.a. ein Dissertationsprojekt), Forschungsergebnisse internationaler Universitäten sowie die laufende Beobachtung interdisziplinärer Erkenntnisse aus Gerontologie, Ergonomie, Physiologie, Medizintechnik usw. Unsere Altersanzüge sind ethische Instrumente mit medizinischer und verhaltenswissenschaftlicher Fundierung (ISO 20282). Die Anzüge werden ständig weiterentwickelt.

Prof. Dr. Hans-Werner Wahl
“Der Age Explorer vermittelt Jüngeren die körperlichen Veränderungen im Alter gut und eindrucksvoll.”



Prof. Dr. Hans-Werner Wahl
Universität Heidelberg
Psychologische Alternsforschung
Foto: psychologie.uni-heidelberg.de

Unsere Alterssimulationsanzüge bieten jüngeren Menschen die Möglichkeit, innerhalb weniger Minuten in die Wahrnehmungs- und Erfahrungswelt älterer Menschen einzutauchen. **Die Anzüge lassen in eindrucksvoller Weise veränderte Fähigkeiten des Alters erleben: nachlassendes Hörvermögen, Alterssichtigkeit, Veränderungen des Farbensehens, nachlassende Kraft und Beweglichkeit.** Gehördämpfer vermitteln den Eindruck von Altersschwerhörigkeit, ein Spezialvisier simuliert mögliche Veränderungen des Farbensehens und des Blickfeldes im Alter sowie nachlassende Sehschärfe im Nahbereich. Handschuhe verringern u.a. die Fingerfertigkeit und lassen die Kräfte in den Händen schwinden. Im Anzug eingenähte Gewichte geben einen guten Eindruck nachlassender Ausdauer, Bandagen bzw. Schienen schränken die Beweglichkeit der Gelenke ein.

Meyer-Hentschel Institut
Science Park 2 · D-66123 Saarbrücken
www.alterssimulationsanzug.de
eMail: info@mhmc.de · www.mhmc.de

Unsere Altersanzüge werden seit über 19 Jahren erfolgreich eingesetzt und verfügen über sehr grosse Praxiserfahrung. Bis jetzt haben über 18'000 Mitarbeiter innovativer Einrichtungen und Unternehmen an Schulungen und Workshops teilgenommen.

95% der Teilnehmer erleben die Erfahrung mit unserem Alterssimulationsanzug als **„Anstoß zum Umdenken“** über ihr eigenes Altern und über ihren Umgang mit älteren Menschen sowie über die Prozesse bei der Entwicklung von Produkten und Dienstleistungen für ältere Menschen. Besonders aktiv sind folgende Branchen: Altenpflege, Automobil, Banken, Gesundheit, Handel, Sanitär, Verpackungen, Verkehrsunternehmen (ÖPNV, Flughäfen, Reiseveranstalter).

Prof. Dr. Franz Josef Seibert
"Der Age Explorer war für mich wirklich ein sehr beeindruckendes Erlebnis, und ich habe selbst wieder einiges gelernt. Diese Sache müßte einer noch viel größeren Öffentlichkeit vorgeführt werden - besonders Politiker im Gesundheitswesen würden davon sehr profitieren."

Univ.-Prof. Dr. med. Mag. phil.
Franz Josef Seibert
UKH Graz, Lehrspital der Medizinischen Universität Graz
Foto: seibert.at

Viele **Wissenschafts-Sendungen** haben schon über unsere Altersanzüge berichtet, u.a. Planetopia, Quarks & Co, Welt der Wunder, Einstein (Schweizer Fernsehen), SuperQuark (RAI Uno), e = m6 (France 2)

Unser Entwicklerteam steht in regem Gedanken- und Erfahrungsaustausch mit Institutionen der Gerontologie und Geriatrie. Lehr- und Forschungskooperationen bestehen u.a. mit der **Charité,** Berlin, der **Marienhaus Kranken- und Pflegegesellschaft** mbH, Waldbreitbach sowie der **Johanniter-Akademie,** Münster.

Meyer-Hentschel Institut
Science Park 2 · D-66123 Saarbrücken
www.alterssimulationsanzug.de
eMail: info@mhmc.de · www.mhmc.de

Univ.-Prof. Dr. med. Ralf-Joachim Schulz,
Lehrstuhl für Geriatrie der Universität zu Köln
„Wir folgen an der Universität in Köln neuen Ausbildungskonzepten bei den Medizinstudenten und versuchen den angehenden Ärzten näher zu bringen, dass man in absehbarer Zeit mit Patienten zu tun hat, deren körperliche Fähigkeiten deutlich eingeschränkt sind. “

Prof. Dr. med. Ralf-Joachim Schulz:
“Wenn man jung ist, ist alles immer kein Problem, man muss sich aber auch als junger Arzt in die Rolle von betagten Menschen hineinversetzen können.“
(Quelle: WDR, Mittwochs live, 15.12.10)

Meyer-Hentschel Institut
Science Park 2 · D-66123 Saarbrücken
www.alterssimulationsanzug.de
eMail: info@mhmc.de · www.mhmc.de

Das Unternehmen

Meyer-Hentschel Institut
Science Park 2 · D-66123 Saarbrücken
www.alterssimulationsanzug.de
eMail: info@mhmc.de · www.mhmc.de

Geschichte und Werte

Das Meyer-Hentschel Institut berät **seit 1985** zum Themenkomplex demographischer Wandel und gilt als Begründer des Senioren-Marketing in Europa. Es verfügt über umfassendes Know-how, Erfahrungen und Kontakte für die Entwicklung und Vermarktung von Produkten/Services für die wachsende Zielgruppe 60plus.

1994 stellte das Institut den ersten Age Explorer® vor. Bis jetzt haben mehr als 18.000 Mitarbeiter innovativer Unternehmen aus Industrie, Handel, Dienstleistung und Altenpflege an Age Explorer-Workshops teilgenommen.

Gründer des Meyer-Hentschel Instituts ist **Dr. Gundolf Meyer-Hentschel.** Bereits Anfang der 80er Jahre des letzten Jahrhunderts erkannte er den demographischen Wandel hin zu immer älteren Gesellschaften als Megatrend, der Unternehmen vor grosse Herausforderungen stellen würde. Dies motivierte den studierten Wirtschafts- und Verhaltenswissenschaftler zur Gründung seines Beratungsunternehmens. Gundolf Meyer-Hentschel hat 9 Bücher publiziert und ist ein gefragter Keynote-Speaker.

Dr. Gundolf Meyer-Hentschel
Gründer des Meyer-Hentschel Instituts
Foto: alterssimulationsanzug.de

Das Meyer-Hentschel Institut verfolgt die **Mission,** Unternehmen nachhaltige ökonomische Perspektiven in einer „Gesellschaft des langen Lebens“ zu bieten. Zu diesem Zweck motivieren und beraten wir Unternehmen bei der Anpassung ihrer Produkte und Leistungen an die Bedürfnisse der wachsenden Zahl älterer Kunden. Die beratenen Unternehmen profitieren davon in mehrfacher Weise. Zum einen steigt ihre Wettbewerbsfähigkeit in einem Markt mit wachsendem Volumen. Zum anderen haben die optimierten Produkte und Dienstleistungen sehr oft auch bessere Chancen bei jüngeren Kundengruppen.

Weitere Herausforderungen in einer **„Gesellschaft des langen Lebens“** sind das steigende Durchschnittsalter der Mitarbeitenden sowie die länger werdende Lebensarbeitszeit. Beide Entwicklungen bieten eine Fülle von Chancen für Unternehmen.

Meyer-Hentschel Institut
Science Park 2 · D-66123 Saarbrücken
www.alterssimulationsanzug.de
eMail: info@mhmc.de · www.mhmc.de

Bei der Durchführung unserer Beratungstätigkeit fühlen wir uns **höchsten Standards** verpflichtet im Hinblick auf: Verschwiegenheit, grössten Nutzen für den Kunden, absolute Verlässlichkeit und Termintreue, langfristige Partnerschaft.

Expertise und Kompetenz

Unser Institut verfügt über **langjährige** und **fundierte Expertise** in einer Vielzahl von Branchen.

Automobil
Banken
Gesundheitswesen
Handel / Versandhandel
Hausgeräte / Consumer Electronics
Immobilien / Wohnen
Konsumgüter
Ladenbau
Medienunternehmen
Medizintechnik
Möbel
Öffentliche Verkehrsmittel
Öffentlicher Sektor (Ministerien, Kommunen, Behörden)
Pharma
Seniorenzentren und Pflegeheime
Telekommunikation
Tourismus / Reisen
Verpackungen
Versicherungen

Meyer-Hentschel Institut
Science Park 2 · D-66123 Saarbrücken
www.alterssimulationsanzug.de
eMail: info@mhmc.de · www.mhmc.de

Kontakt

Meyer-Hentschel Institut
Science Park 2
Campus der Universität, Gebäude D 1.2
D-66123 Saarbrücken

T 0700 - 123 456-01
F 0700 - 123 456-02

info@alterssimulationsanzug.de
www.alterssimulationsanzug.de