



Johannes B. Kerner: Bei uns im Publikum sitzt Frau Dr. Meyer-Hentschel. Die hat ein Gerät, einen Anzug entworfen. Wie nennen Sie den?

Hanne Meyer-Hentschel: Age Explorer.

J. B. Kerner: Ein Age Explorer. Also so richtig schöner deutscher Begriff.

Hanne Meyer-Hentschel: Die Begriffe sind ja relativ bekannt ...

J. B. Kerner: Ein Alterserforscher. Was ist das für ein ..?

Hanne Meyer-Hentschel: Stellen sie sich das Ganze wie einen Raumanzug vor, so ungefähr. Sie zeigen vielleicht Bilder dazu, dann kann das Publikum sich auch eine Vorstellung machen.



J. B. Kerner: Der Kollege Marco Schreyll hat das mal getestet. Wir sehen das jetzt im Bild. Der zieht diesen Age Explorer an. Sie machen ihm das Leben einfach ein bisschen schwer, kann man das sagen?

Hanne Meyer-Hentschel: Ja, der Hintergrund ist der, dass das Alter für jüngere Menschen ungefähr so ist, als würden sie einen fremden Planeten betreten, und es gibt viele Theorien über das Alter; es gibt Statistiken usw., aber damit findet man nicht so den Zugang und deswegen ist es eigentlich ganz wichtig für Jüngere mal in so einen Raumanzug zu schlüpfen, um diesen Planeten erforschen zu können.

J. B. Kerner: Mit schlechter Hören, mit schlechter Sehen und schlechter Beweglichkeit.

Hanne Meyer-Hentschel: Genau. Um emotional auch einen Zugang zu haben, weil - wir wollen auch ein realistisches Bild vom Alter. Wenn wir nur sagen, es bleibt alles, wie es in der Jugend war, also ohne Leistungsabbau, fügen wir den Älteren Stress zu, weil sie dann immer beweisen müssen, dass dem so ist und Jüngere, die beobachten dann die Älteren und wenn sie dann einen 'Fehler' sehen, dann sagen sie ‚Ah, ihr habt uns irgendwo belogen und das ist gar nicht so mit dem Alter‘ und dann haben wir wieder den Zugang nicht.



J. B. Kerner: Wir haben Marco Schreyll eben als älteren Herrn gesehen wie er versucht an einer Waschmaschine das richtige Programm einzustellen. Also schon das ist schwierig genug. Sie machen das aber nicht nur, um Fernsehmoderatoren ein bisschen älter wirken zu lassen, sondern, Sie werden praktisch gebucht von der Industrie.

Hanne Meyer-Hentschel: Ja, richtig.

J. B. Kerner: Wer bucht Sie? Welche Firmen wollen wissen, wie sich Alte fühlen?

Hanne Meyer-Hentschel: Das sind Automobilunternehmen, das sind Hausgeräteunternehmen, das sind auch Architekten.

J. B. Kerner: Also das ist ein ganz interessanter Schritt, weil die sagen, die Leute sollen das Auto kaufen, da muss ich auch jetzt ... Ein Ingenieur, der erst 35 ist, der muss wissen, wie es ist, wenn man 60 oder 70 ist.

Hanne Meyer-Hentschel: Eben. Und das ist jetzt nicht Sache der Älteren zu sagen, wie die guten Lösungen sein sollen, sondern Sache der Industrie, des Herstellers, des Anbieters, sich Gedanken zu machen, und dafür ist es wichtig, dass er sich wirklich gut rein versetzen kann.



J. B. Kerner: Und kann man das auch irgendwo, ich sag mal, relativ kostenneutral mal testen oder muss man da immer gleich Sie buchen?

Hanne Meyer-Hentschel: Das geht relativ, also kostenneutral nicht ganz, aber relativ kostengünstig. Das hängt immer davon ab, wer anfragt und wozu er das gerne möchte.

J. B. Kerner: Also für eine soziale Einrichtung machen sie andere Preise als für BMW, das ist ja schon einmal gut.

Hanne Meyer-Hentschel: Der Age Explorer ist für soziale Unternehmen wichtig, dient auch dem Verständnis des Pflegepersonals für Ältere, da haben wir schon große ‚Aha‘ – Effekte erlebt. Die Leute sind ja zwar ausgebildet in dem Bereich, aber trotzdem das ein oder andere Verhalten ...

J. B.Kerner: Die waren ja noch nie alt!

Hanne Meyer-Hentschel: Ja, genau. Es gibt manchmal Ältere, die sagen, draußen liegt Schnee, wenn es sehr hell ist draußen und dann sind Jüngere in Versuchung, an geistigen Abbau zu denken. Aber wenn sie einfach mal mit dem Sehvermögen eines Älteren, oder dann schon im Pflegeheim noch betagteren Menschen konfrontiert sind, sagen sie: ‚Es kann wirklich so aussehen, wenn man stärker geblendet wird‘ und dann ist ein Moment des Schweigens und man hört dann ‚vielleicht haben wir Ältere schon beschämt, weil wir sie einfach falsch eingeschätzt haben‘. Und das ist diese Brücke des Verständnisses zur älteren Generation.

J. B.Kerner: Insofern ein sehr interessanter Ansatz, den Sie da mit Ihrer Idee Age Explorer machen.

Meyer-Hentschel Institut
Kirchweg 44
D-66133 Saarbrücken

info@mhmc.de
www.mhmc.de

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