

Tisch B. Netzwerke bilden. | Angebot, Handwerk, Fachhandel und Wohnberatung zusammenbringen

Moderation: Dr. Dieter Sudbrink, Seniorenstützpunkt LK Osterholz, Mehrgenerationenhaus/Familienzentrum OHZ e. V. / Susanne Knaak, Niedersachsenbüro Neues Wohnen im Alter

Wohnberaterinnen und Wohnberater arbeiten vorwiegend vor Ort und sind die ersten Ansprechpartner, wenn es um die Umsetzung von Wohnungsanpassungsmaßnahmen geht, an denen sie beteiligt sind. (Es gibt auch viele Maßnahmen, die umgesetzt werden, ohne dass Wohnberater daran beteiligt sind, weil sich Menschen direkt an Planer/-innen, Handwerk oder Handel wenden). Sie vertreten die Sicht und die Interessen der Betroffenen. Das Handwerk kommt oftmals erst in der technischen Umsetzung hinzu.

Zunehmend besteht aber der Wunsch nach mehr Kontakt und Zusammenarbeit zwischen Wohnberatung und Handwerk. Womit sich also die Frage stellt: Wie lassen sich Grundlagen schaffen (und stärken), damit Netzwerkarbeit für alle Beteiligten attraktiv wird – und dies auch langfristig bleibt?

Bei der Fragestellung „Wie kommt das „Design für Alle“ an die Menschen?“ ist es das Ziel, Menschen frühzeitig zu erreichen, wenn Beratungen zum Wohnen im Alter noch nicht in Anspruch genommen werden. Es geht um Produkte und Dienstleistungen, die einen unmittelbaren Vorteil mit einem langfristigen Nutzen verbinden. Dafür braucht es auch die Initiierung von Unternehmensnetzwerken und die Zusammenarbeit mit Multiplikatoren.

Ausgangspunkt: Was macht die Zusammenarbeit von Unternehmen und Wohnberatung derzeit noch schwierig?

Unternehmen möchten in erster Linie Geschäfte abschließen und ihre Kundschaft zufriedenstellen. Dabei sind sie tendenziell weniger daran interessiert, Menschen zu motivieren, präventiv für die Zukunft zu bauen. Auch ist es für sie kein Problem, wenn im Alter noch einmal umgebaut werden muss. Hier könnte überlegt werden, wie die Gewinninteressen der Unternehmen und die (noch nicht bewussten) Interessen der Nachfragenden in ein gutes Gleichgewicht gebracht werden können.

Wohnberaterinnen und Wohnberater sind der Neutralität verpflichtet, weshalb die Kooperation mit einzelnen Unternehmen grundsätzlich schwierig ist. Gleichzeitig gibt es aber auch Vorbehalte von Wohnberaterinnen und Wohnberatern gegenüber Unternehmen. So berichten Unternehmen, dass auf deren Kontakt- oder Vernetzungsangebote vonseiten der Wohnberatung teilweise nicht eingegangen wird.

Netzwerkarbeit durch „gute Beispiele“ (Best Practice)

Wichtig ist, viele „gute Beispiele“ fortlaufend zu identifizieren, zu erfassen und bekanntzumachen – in der Zusammenarbeit von Wohnberatung und Handwerk, aber auch mit Planer/-innen, Handel, Hersteller/-innen, Investor/-innen. Es ist sinnvoll, dass private Nutzer/-innen wie auch Anbieter/-innen von Leistungen diese Informationen auf unterschiedlichen Wegen erhalten, so auch über Social Media-Plattformen wie YouTube, Facebook, Instagram. Diese Ideen müssen weiter konkretisiert und qualifiziert werden. Denkbar wäre, diese Praxis zukünftig auch auf andere Landkreise oder sogar Bundesländer auszuweiten.

Allerdings benötigt man eine große Anzahl an mitwirkenden Firmen, damit das Gebot der Neutralität aufseiten der Wohnberatung gewahrt bleibt. Mit gutem Beispiel geht hier Hessen voran: Durch ein Zertifizierungsverfahren von Firmen zusammen mit der Handwerkskammer ist eine Liste von Unternehmen entstanden, die sich schon mit dem Thema Barrierefreiheit beschäftigt haben.

Ebenfalls „gute Beispiele“ zeigen Musterwohnungen und virtuelle Ausstellungen. Sie vermitteln nicht nur, was verbaut wurde, sondern auch, wer dafür ansprechbar ist. In Schleswig-Holstein wird diese Möglichkeit der Produktschau zunehmend auch von Architekturbüros genutzt.

Eine Botschaft könnte sein, dass mit mehr Qualität aus dem Handwerk Kunden auch besser bedient werden können. Aber auch, dass diese bereit wären, mehr Geld auszugeben, wenn sie von Dingen überzeugt sind. Dies wiederum könnte ein Schlüsselaspekt sein, warum sich Unternehmen stärker in diese Richtung engagieren, indem sie nämlich in Richtung Zukunft denken.

Inszenierung von Kreativ- und Beteiligungsprozessen von Menschen unterschiedlichen Alters und unterschiedlicher Erfahrungen

Vorstellbar ist, Konsumenten und Anbieter zu konkreten Fragen des Bauens und Wohnens miteinander in Kontakt zu bringen. So ließe sich unter anderem feststellen, dass die „Positionen“ gar nicht so weit auseinanderliegen, denn auch Handwerkerinnen und Handwerker beschäftigen sich in ihrem privaten Umfeld mit den gleichen Themen und benötigen für sich ebenfalls qualitative Lösungen.

Ein gutes Beispiel ist seit 2008 „WohnZeit“ im LK Osterholz, ein Verbund von fünf Handwerksfirmen, einer Innenarchitektin und dem Fachhandel. Sie bündeln ihre Kompetenzen und verbinden Planung und Ausführung. So ermöglichen sie Lösungen, die aufeinander abgestimmt sind und mit den Kundinnen und Kunden entwickelt werden statt für sie.

Mit diesen Endverbraucherinnen und -verbrauchern wurde das Gespräch im Rahmen einer Veranstaltungsreihe zum komfortablen Wohnen gesucht. Dabei ging es beispielsweise nicht nur um das barrierefreie Bad, sondern um eine Badgestaltung für alle Generationen. Zu Themen wie Raumkonzepte, Akustik, Licht und Farben wurden mit den Beteiligten Wohngespräche geführt. Auch über die Bereiche gesundes Schlafen und Wohnen bis hin zu Smart Home-Lösungen, die das Leben einfacher, sicherer und kommunikativer machen können, erhielten die Teilnehmerinnen und Teilnehmer Informationen und Impulse. So bestand die Möglichkeit, sich gemeinsam über Bedürfnisse und mögliche Lösungsansätze auszutauschen, die nicht nur von einem konkreten Bedarf geleitet waren. Denn eine präventive Beratung und vorausschauende Planung bieten die optimale Voraussetzung für das „Design für Alle“.

Vor allem aber sollte frühzeitig in der Ausbildung von Handwerkerinnen und Handwerkern angesetzt werden, wenn sich junge Menschen noch eine berufliche Nische suchen. Unter Umständen kann auch der soziale Aspekt beim „Design für Alle“ ein besonderer Anreiz zu einer dahingehenden Spezialisierung sein. Qualifizierungsnotwendigkeiten bestehen aber auch bei den Unternehmen, ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern wie auch den Unternehmensleitungen.

Eine weitere Möglichkeit sind ergebnisoffene Kreativ- und Beteiligungsprozesse, in denen Menschen verschiedenen Alters, Nutzer und Anbieter von Leistungen und Menschen in unterschiedlichen Funktionen zusammenkommen. In diesen Prozessen können Gemeinsamkeiten und Unterschiede identifiziert, vor allem aber Ideen entwickelt werden, wie sich das Zusammenleben von Menschen fördern lässt. Es können Anforderungen an die Qualität und den Nutzen von Produkten und Dienstleistungen formuliert werden, wie auch Ideen zu konkreten Lösungsvorschlägen. Ein solcher Prozess hat beispielsweise in der Samtgemeinde Spelle die Planung und Realisierung eines innovativen

Wohnprojektes unterstützt, das den Bewohnern Individualität und Komfort bietet, gemeinschaftliches Wohnen fördert und ein selbstständiges und eigenverantwortliches Wohnen im Alter ermöglicht.

Diese Beteiligungsprozesse können als Präsenzveranstaltungen stattfinden, aber auch ein digitaler Austausch ist denkbar. Die erwähnten „guten Beispiele“ stärken die Durchführung solcher Prozesse, denn sie sind anregend und können motivieren, eingefahrene Sichtweisen zu verändern.

Realisierung von beispielhaften Projekten und Unterstützung der Planung & Ausführung

„Nichts ist besser als praktische Projekte“ – zum Beispiel ließe sich ein Wettbewerb ausrichten. Hierdurch könnten das Handwerk und Planerinnen und Planer zusammen mit Endkundinnen und -kunden ermuntert werden, beispielhafte Projekte zu initiieren und bestenfalls zu realisieren, für die sie auch Unterstützung erfahren – in der Hoffnung, dass dadurch Lösungen entstehen, die tragfähig und dauerhaft sind. Ein positiver Nebeneffekt davon wäre, Kundinnen und Kunden „größere“ Konzepte vorstellen zu können, die breitere Anwendung finden als Einzelfalllösungen. Nicht zuletzt könnte dies auch für Investoren und Wohnungsbaugesellschaften interessant werden.

Resümee

Altersspezifische Lösungen realisiert man häufig erst dann, wenn es nicht mehr anders geht, wenn der Verlust der eigenen Fähigkeiten erheblich ist. Das ist nichts, worauf man sich freut. Menschen aber sind bereit zu handeln und zu investieren, wenn sie sich auf etwas freuen, sie sich Wünsche erfüllen können, wenn der Nutzen der Neuerung überzeugt und deren Realisierung machbar ist.

Für all dies braucht es Anbieter, die ein wirkliches Interesse an den Menschen, an ihren Kundinnen und Kunden haben, die offen sind, Fragen stellen, zuhören, die Lösungen zusammen mit ihnen entwickeln und realisieren. Gleichzeitig erkennen sie den Nutzen auch für sich selbst, können eigene Impulse geben, aber gleichzeitig die Kunden als Impulsgeber sehen.

Es braucht Produkte und Dienstleistungen, die überzeugen und die auf dieser Grundlage kontinuierlich weiterentwickelt werden. Was heute Komfort ist, kann morgen eine wichtige Voraussetzung für ein selbstbestimmtes Leben im Alter sein.

Gute Lösungen verbinden Gegenwart und Zukunft, unmittelbare Vorteile mit einem langfristigen Nutzen. Es sind Lösungen für heute und morgen, für Jung und Alt. Das ist „Design für Alle“.