

# Bedürfnisse im Mittelpunkt

*Als selbstständiger Berater steht Dr. Heinz-Dieter Sudbrink Unternehmen und Privatpersonen in Belangen des Wohnens in jedem Alter zur Seite. Über sich selbst sagt er: Ich bin Experte darin, Zusammenhänge zu erkennen und zu kommunizieren. Dabei ist ihm wichtig, die verschiedenen Perspektiven der Anbieter und der Nutzer von Wohnraum zu kennen.*



*Dr. Heinz-Dieter Sudbrink, Quelle: Privat*

## **Was bedeutet alters- oder generationengerechtes Wohnen?**

Um das zu erklären, müssen wir erst einmal fragen, wer sind die älteren Menschen? Wenn wir Alter zum Beispiel als „50 plus“ beschreiben, dann reden wir über mehrere Generationen. Die über 50jährige Menschen lassen sich nicht zu einer homogenen Gruppe vereinheitlichen. Eine 90jährige kann die Mutter oder die Großmutter eines 50jährigen sein! Menschen über 50 sind so vielfältig wie die unter 50 - in ihren Biografien, Vorlieben, Bedarfen. Gleiches gilt für die über 70 jährigen. Generationengerechtes Wohnen hat den Anspruch, möglichst vielen der diversen Bedürfnisse der Menschen gerecht zu werden. Dabei können sich zwei Menschen verschiedenen Alters in ihren Einstellungen viel ähnlicher sein als zwei gleichen Alters.

## **Sie beraten Menschen, um mit ihnen zukunftsfeste Wohnlösungen zu entwickeln. Mit welchen Fragen kommen sie zu Ihnen?**

Die Fragen sind vielfältig, aber vor allem stellt sich im Lauf der Beratung oft heraus, dass die eigentlichen Probleme ganz wo anders liegen ...

## **Warum ist das so, haben die Ratsuchenden „blinde Flecken“, wenn sie über das Wohnen nachdenken?**

Viele Menschen sind sich ihrer eigenen Lebensgewohnheiten nur teilweise bewusst und sehen deshalb nicht alle Bedarfe, die ihre Wohnsituation bedienen müsste. Da ist das große Thema Schlafen: Wer schläft eigentlich wann und wo in einer Wohnung? Und was brauchen wir, um gut zu schlafen? Ein mobiles Komfortbett mit höhenverstellbarem Lattenrost macht da vieles möglich, ich muss nicht erst alt werden, um es zu genießen: Man kann gemütlich darin sitzen oder liegen, und es lässt sich annähernd beliebig an jeden Ort der Wohnung schieben. Das ist nicht nur von Vorteil, wenn eine oder einer im unregelmäßigen Schichtdienst arbeitet. Stellen Sie sich vor, ein Mitglied der Familie wird kurz- oder längerfristig bettlägerig. Soll sie oder er dann wirklich abgeschiedenen vom Familienalltag im abgelegenen Schlafzimmer verweilen?

## **Worauf kommt es also bei der Wohnberatung an?**

Entscheidend ist, die emotionalen Bedürfnisse zu erkennen, die hinter den vordergründig formulierten Wünschen stecken, und sie in Lösungsvorschläge zu übersetzen. Eine Familie äußerte zum Beispiel den Wunsch, eine neue Küche anzuschaffen. Im Laufe der Beratung, die auch zu Hause stattfand, stellte sich heraus, worum es wirklich ging: Die Küche war völlig abgeschnitten vom Rest des Hauses. Das Problem haben die Bewohner in Zusammenarbeit mit einer Innenarchitektin gelöst, indem sie eine große Glasfläche als Sichtverbindung zum Flur einbauen ließen. Zusammen mit einigen Anpassungen in der Beleuchtung brachten diese Veränderungen ein großes Plus an Wohlfühl für die Bewohner. Und das Ergebnis war viel kostengünstiger, als eine neue Küche anzuschaffen.

**Wo wir gerade von Kosten sprechen: Qualität hat ihren Preis, gerade Produkte im Design für Alle, die für Menschen jeden Alters mit oder ohne körperliche oder geistige Einschränkungen gedacht sind, finden sich eher in hochpreisigen Marktnischen. Auch die Planung und Ausstattung barrierefreier Räume kostet Geld. Sind die Menschen bereit, das zu bezahlen?**

Grundsätzlich gilt: Gute Lösungen sind nicht nur etwas für wohlhabende Menschen, auch mit geringen finanziellen Ressourcen lässt sich viel bewirken. Interessanterweise beobachte ich oft, dass die Ansprüche der Ratsuchenden im Laufe einer Beratung steigen. Kommen sie zunächst mit einem punktuellen Problem, erkennen sie nach und nach, dass es größere Zusammenhänge gibt die möglicherweise größere Umgestaltungen erfordern. Wenn dann die Qualität stimmt, sind sie durchaus bereit, ein größeres Paket an Maßnahmen zu schultern. Denn sie verstehen, dass es bei der Einrichtung eines Raumes nicht nur auf die Auswahl der Produkte ankommt. Wie wir einen Raum organisieren, entscheidet: Schaffen wir Strukturen, in denen wir im Zweifelsfall eingeeignet sind oder solche, die uns Freiheit verschaffen? Mit dem Verständnis kommen wir zu einer positiven Ausrichtung, das Alter kommt nicht bedrohlich um die Ecke.

**Ist die gute Küchenberatung also auch ein Stück Zukunftsvorsorge?**

Wer möglichst flexibel plant und sich heute überlegt ausstattet, spart sich aufwändige Anpassungen und teure Speziallösungen, wenn sich das Leben verändert. Das gilt für alle Bereiche des Wohnens. Was heute Komfort ist, kann im späteren Leben notwendig werden. In jedem Fall geht es um Qualität: Es fällt Jüngeren vielleicht noch einfacher, sich mit Unzulänglichkeiten ihrer Wohnumgebung zu arrangieren. Ich tue mir aber immer einen Gefallen, wenn ich Lösungen von hoher Qualität auswähle, die mich nachhaltig zufrieden machen. Meine Position ist: Die Qualität für alle zu erhöhen, schafft die besten Voraussetzungen für das Wohnen im Alter. Und je früher ich anfange, desto mehr Zeit bleibt, um finanzielle Investitionen Stück für Stück vorzunehmen.

## **Werden die hochwertigen Produkte im Design für Alle denn ihren Weg in den Massenmarkt finden?**

Wenn sie sich bewähren, letztendlich ja. Gerade beim Design Für Alle kann es natürlich auch vorkommen, dass man eine Perle in der Hand hat, die man nicht als solche erkennt.

Ob sich eine Idee durchsetzt, ist dann oft auch eine Frage des Marketings. Denken Sie mal an Navigationsgeräte oder verstellbare Sitze in Autos: Die hat nie jemand verkauft, 'weil die Alten das brauchen'. Und das barrierefreie Bad ist inzwischen so verbreitet, weil es als schick gilt.

Im Bereich Wohnen erlebe ich ältere Menschen häufig als Impulsgeber für neue Entwicklungen, weil sie hier die höchsten Ansprüche haben.

## **Was braucht es, um ihre Impulse auch aufzunehmen und in marktfähige Produkte und Konzepte umzusetzen?**

Wir brauchen einen Koordinatenwechsel und müssen lernen, zuzuhören. Heute leben wir in einer Kultur, in der wir oft eher Antworten geben, als Fragen zu stellen. So gelingt es uns nicht, das Gegenüber richtig zu verstehen. Auch wenn unkonventionelle Wünsche geäußert werden, lohnt es sich, nachzufragen, welches Bedürfnis wirklich dahinter steckt.

## **Was muss in der Wohnberatung besser werden?**

Im Bereich Bad und Küche ist die Beratung - ob vom Planer, Produkthanbieter oder von einer öffentlichen Stelle - heute schon ganz gut. Vor allem bei den Bädern werden auch Perspektiven des Älterwerdens thematisiert. In anderen Wohnbereichen sind Menschen noch völlig allein gelassen mit ihren Fragen. Was ist etwa mit dem Flur? Er ist Eingangsbereich, hier werden Gäste empfangen und verabschiedet, man benötigt Ablage- und Sitzmöglichkeiten, und er muss Stauraum für die Garderobe bieten. Gleichzeitig ist er viel mehr: Als Herzstück der Wohnung verbindet er alle Räume miteinander, was bedeutet das für die Anforderungen an seine Einrichtung? Solche Fragen müssen wir unabhängigen Beratenden gemeinsam mit den Ratsuchenden bearbeiten, und auch Produkt- und Konzeptanbieter sind hier gefragt, sich mehr zu informieren und zu engagieren.

## **Bisher sprechen wir über Einrichtungen, wie steht es um die Grundrisse von Wohnraum?**

Die Grundrisse haben die stärkste Wirkung auf gelungenes Wohnen in jedem Alter! Im Baubestand scheut man sich häufig, Grundrisse überhaupt anzufassen. Meine Erfahrung ist aber: Man kann zu guten Lösungen kommen, wenn man innerhalb der gegebenen Möglichkeiten Strukturen schafft, die mitwachsen und individuell interpretiert werden können. Planende sollten bei Neubauten mehr darauf achten, dass Grundrisse von vornherein flexibel gedacht sind, Freiräume für individuelle Gestaltung und sich ändernde Anforderungen bieten und die Bedürfnisse der Bewohner in den Mittelpunkt stellen.

## **Geht die Planung für generationengerechtes Wohnen auch über die eigenen vier Wände hinaus?**

Definitiv. Wir stellen immer wieder fest, dass das Zusammenleben ein zentrales Anliegen von Menschen ist. Gleichzeitig braucht es bestimmte Grenzen und Rückzugsräume. Wie schaffen wir ein ausgewogenes Verhältnis von beidem in einer Gesellschaft, in der Ein-Personen Haushalte in verschiedenen Altersgruppen immer mehr werden? Und wie kommen wir unserer gesellschaftlichen Verantwortung nach, füreinander da zu sein?

## **Was denken Sie: Wie kann das gelingen?**

Die schlechteste Motivation, Kontakt zur hochbetagten Nachbarin zu suchen, ist sicherlich ein schlechtes Gewissen ihr gegenüber. Wichtig ist, zum Beispiel im Geschosswohnungsbau, informelle Räume mit einladendem Charakter zu schaffen. Sie ermöglichen Begegnungen, ohne dass sich irgendjemand zu irgendetwas verpflichtet fühlt. Im Freien kann das eine einfache Sitzgelegenheit oder der Bouleplatz sein. Für die kalten Monate des Jahres brauchen wir solche Plätze der Begegnung aber auch in Innenräumen.

## **Braucht es mehr Aufklärung über die Möglichkeiten finanzieller Förderung von baulichen Anpassungen?**

Finanzielle Fördermöglichkeiten sollen zum einen denjenigen Teilhabe ermöglichen, die nicht über die notwendigen materiellen Ressourcen verfügen. Förderung aus öffentlicher Hand dient aber auch dazu, Anreize für gesellschaftliche Verbesserungen zu schaffen. Und angesichts des demographischen Wandels ist es nicht nur wünschenswert, sondern wird es auch nötig sein, dass Menschen so lange wie möglich eigenständig zu Hause wohnen. Insofern ist die finanzielle Förderung wichtig und sollte auch in Anspruch genommen werden. Die Aufklärung über entsprechende Möglichkeiten findet auch in der Wohnberatung statt.

## **Welche Rolle spielen Handwerk und Handel für die nötigen Veränderungen im Bereich wohnen?**

Wir müssen Handwerk und Handel noch viel stärker für das Potential sensibilisieren, das im Geschäftsfeld generationengerechtes Wohnen liegt. Es entstehen zwar punktuell sehr gute Ideen und Lösungen. Um sie aufzuspüren, muss man sich aber auf die Suche begeben. Und hinter diesen Entwicklungen steht meist kein strategisches Vorgehen. Die Unternehmen verstehen den Bereich „ergonomisches Wohnen“ oft fälschlicherweise als einen Markt für Alte. Dabei ist es ein Markt für Alle, auf dem aktiv zu sein durch aus attraktiv sein kann. Das beweisen Beispiele mittelständischer und großer Unternehmen, die ursprünglich Pflegeeinrichtungen ausgestattet haben und inzwischen Produkte erfolgreich auf dem breiten Markt absetzen.

## **Wie gelingt es, sie für diesen Markt zu interessieren?**

Zum einen, indem wir in jedem Unternehmen auch die dort arbeitenden Menschen im Kontext ihres Lebens- und Wohnumfeldes sehen. Wir müssen sie emotional erreichen, um ein Interesse an dem Betätigungsfeld zu wecken. Zum zweiten kann es konkreten Mehrwert für ein Unternehmen haben, generationengerechte Produkte und Konzepte anzubieten. Bei allen Krisen und Unsicherheiten - wir leben ja nicht in einer armen Gesellschaft. Und die heute liquiden Konsumenten bereiten den Weg für innovative Lösungen, die viele von uns künftig in Anspruch nehmen werden und auf die wir sogar angewiesen sein könnten.

Dabei müssen nicht immer große Lösungen angeboten werden. Unternehmen können viele kleine gute Bausteine anbieten, mit denen sie entscheidende Akzente setzen. Und sie können ihre Expertise in Wert setzen, etwa Beratung und Planung, die sie unabhängig von einem bestimmten Produkt anbieten können.

## **Welche Anregungen oder Unterstützung brauchen Unternehmen?**

Es wäre sinnvoll, wenn verschiedene Akteure aus Handwerk, Handel und Beratung sich stärker vernetzen, beispielsweise um Modellprojekte und Beispiele gelungener Wohngestaltung öffentlich zu präsentieren. Neue Medien bieten dafür vielfältige Möglichkeiten.

Die Vernetzung findet aber nicht von alleine statt. Ich habe einmal im Rahmen einer europäischen Förderinitiative einen solchen Verbund aus der Taufe gehoben. Den habe ich dann jahrelang und weit über die Förderung hinaus begleitet. Es hat sich gezeigt, wie dringend es eine Person braucht, die alle Fäden in der Hand hält: die Impulse gibt und darauf achtet, dass erreichbare Ziele formuliert und umsetzbare Pläne geschmiedet werden. So ein Verbund hat nur Bestand, wenn er in überschaubarer Zeit konkrete Ergebnisse erzielt. Für ein gemeinsames Marketing braucht es zudem gemeinsame Standards und Strategien. All das können die Beteiligten aus Handel und Handwerk nicht nebenbei stemmen. Wir dürfen nicht vergessen, dass gerade das Handwerk auch ohne Extraaufgaben derzeit voll ausgelastet ist. Wo sich derart konkrete Bedarfe herauskristallisieren, ist die Wirtschaftsförderung gefragt: Warum nicht Betriebe mit Kooperations- oder Verbundideen personell unterstützen?

## **Welche Unterstützung wünschen Sie sich noch für das gesellschaftliche Thema generationengerechtes Leben?**

Wir brauchen engagierte Politikerinnen und Politiker, die das Thema auf allen Ebenen und in allen Parteien vorantreiben, denn sie können einen Imagewechsel unterstützen. Und Investoren, öffentliche oder kommerzielle Wohnbaugesellschaften, Genossenschaften oder Privatleute - kurz: alle, die Wohnraum schaffen, sind gefragt, mit den Anforderungen der alternden Gesellschaft sensibel umzugehen. Sie sollten neugieriger sein und Fragen stellen zu den sich immer wieder wandelnden Lebensbedürfnisse von Menschen, um zu erkennen, welche Veränderungen notwendig sind und um sie zu gestalten.

Das Interview führte Dr. Ulrike Schneeweiß