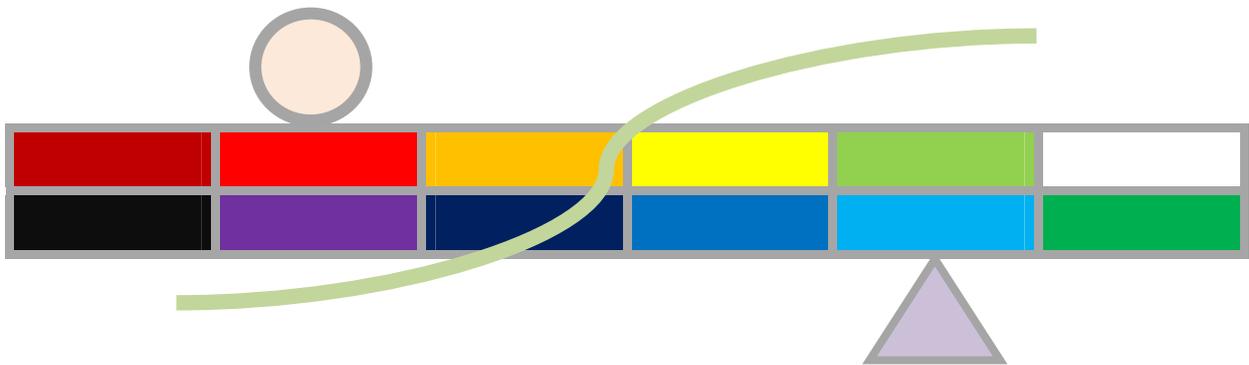


Bilder des Alters

Tendenzen zu Altersbildern in Prospekten für den Angebotsbereich
Entlastung des Schweizerischen Roten Kreuzes und mögliche
Wirkungen auf Betrachtende



Abschlussarbeit Modul 1: Wissenschaftliche Grundlagen

eingereicht im Rahmen des Studienganges
Master of Advanced Studies in Gerontologie:
Altern – Lebensgestaltung 50+

Brückenmodul SAG
2. Durchführung 2010 – 2012

vorgelegt von

Mario Wüthrich

Datum des Einreichens

20.05.2011

Inhaltsverzeichnis

Abstract	2
1. Einleitung	3
2. Theoretischer Hintergrund	5
2.1. <i>Vorurteile und Stereotype</i>	5
2.2. <i>Alterstheorien und -modelle</i>	8
3. Fragestellungen	10
4. Methodisches Vorgehen	11
5. Ergebnisse aus der Prospekt-Analyse und der Befragung	12
5.1. <i>Bildanalyse im Raster der vier Lebensbereiche nach Kalbermatten</i>	13
5.2. <i>Wirkungstendenzen von ausgewählten Bildern</i>	16
5.3. <i>Verwendete Bezeichnungen für den älteren Menschen in den analysierten Prospekten</i>	19
5.4. <i>Wirkungstendenzen der Bezeichnungen der älteren Menschen</i>	20
5.5. <i>Bezüge zum Thema Alter(n) in den Prospekttexten</i>	22
5.6. <i>Wirkungstendenzen der Begriffe „Lebensqualität“, „Selbständigkeit“, „Selbstbestimmung“</i>	22
5.7. <i>Wirkung des Logos „Schweizerisches Rotes Kreuz“</i>	23
5.8. <i>Erkenntnisse in Bezug auf die Fragestellungen</i>	24
6. Zum Abschluss: Diskussion	27
Literaturverzeichnis	30
Anhang	31

Abstract

Die vorliegende Modularbeit „Bilder des Alters“ will aufzeigen, welche Tendenzen von Altersbildern sich in Prospekten für den Angebotsbereich Entlastung des Schweizerischen Roten Kreuzes manifestieren. Dazu wird die Wirkung einzelner ausgewählter Bilder und spezifischer Bezeichnungen/Begriffe auf Probanden an Hand von positiven oder negativen Gefühlen aufgezeigt.

Das Ziel der Arbeit ist es, Leitsätze für eine positiv besetzte Wort- und Bildauswahl im Bereich der Rotkreuz-Entlastungsdienste zu erarbeiten.

Der theoretische Hintergrund zeigt die verschiedenen Zugänge zu den Themen und Fragestellungen dieser Arbeit auf,

- einerseits über mögliche Altersstereotype, welche meist unbewusst aktiviert werden und durchaus ein positives, meist jedoch ein eher negatives Bild des Alters aktivieren,
- andererseits über die verschiedenen Alterstheorien und Modelle, die vielfach ebenso von einer festgelegten Sichtweise auf das Alter(n) ausgehen.

Der Autor propagiert ein realistisches Altersbild, welches weder durch Negativklischees noch mit überschwänglichen Beschönigungen besetzt ist, Einschränkungen nicht verneint und die Kompetenzen und Ressourcen älterer Menschen nicht ausser Acht lässt und diese, wo immer möglich, in den Fokus stellt.

Mehrheitlich ist ein differenziertes Altersbild über die Gesamtheit der analysierten Prospekte festzustellen und ihre Wirkung auf die Probanden erscheint grösstenteils positiver Art. Trotzdem gibt es aus Sicht des Autors auch defizitorientierte Ansätze und es scheint durchaus Verbesserungspotenzial vorhanden zu sein. Wie sich aus den Befragungen gezeigt hat, können durch bestimmte Bilder oder Begriffe durchaus negative Altersstereotype bei den Probanden ausgelöst werden. Bezeichnenderweise hat der Begriff „Betagte“ bei den Probanden durchwegs negative Gefühle ausgelöst und ein negatives Altersstereotyp aktiviert. Gerade bei den Rotkreuz-Entlastungsdienstleistungen, bei denen die Angebote meist in einem engen Bezug zu den Defiziten der Nutzenden stehen und vielfach schon als stigmatisierende Dienstleistungen empfunden werden, kann dieser Begriff zur Festigung dieser Stigmatisierung beitragen und im schlimmsten Fall die Nutzung verhindern oder hinauszögern.

Die vier Leitsätze zur positiven Wort- und Bildauswahl legen den Fokus auf Bilder, die nicht stigmatisieren, auf eine wertschätzende Ansprache der Zielgruppe, auf die Füllung von Schlüsselwörtern mit Inhalten und postulieren als zentralen Punkt die Definition eines Alters- bzw. eines Menschenbildes.

1. Einleitung

Die vorliegende Arbeit versucht Tendenzen von Bildern des Alters in Prospekten für den Angebotsbereich Entlastung des Schweizerischen Roten Kreuzes aufzuzeigen sowie mögliche Wirkungen auf Betrachtende herauszuarbeiten.

Das Schweizerische Rote Kreuz (SRK), welches im Gesundheits- und Sozialbereich im In- und Ausland tätig ist und sich seit 1866 als eine bekannte und nicht wegzudenkende Institution in der Schweiz etabliert hat, bietet eine Fülle von Dienstleistungen in den verschiedensten Bereichen an. Die Non-Profit-Organisation mit dem Roten Kreuz als weltweit anerkanntem Schutzzeichen, ist in den Bereichen Rettung, Integration und Gesundheit tätig. Die vielen Dienstleistungen und Einsätze des SRK zu Gunsten der schweizerischen Bevölkerung stehen etwas im Schatten der grossen, medial bekannteren Einsätze des SRK, der Einsätze der anderen 186 nationalen Rotkreuz- und Rothalbmond-Gesellschaften und der Internationalen Rotkreuz-Föderation, welche bei Naturkatastrophen, in der Flüchtlingshilfe etc. tätig sind und der Einsätze in bewaffneten Konflikten durch das IKRK (Internationales Komitee des Roten Kreuzes).

Analog der Schweiz organisiert sich das SRK in einer föderalistischen Struktur mit 24 Rotkreuz-Kantonalverbänden und bietet gegenüber der Bevölkerung des Landes Dienstleistungen und Hilfe in den Bereichen Entlastung, Integration und Gesundheit an. Mit der „Strategie 2012“ hat das SRK einen Ausbau der Entlastungsangebote der Rotkreuz-Kantonalverbände als strategische Stossrichtung festgelegt.

Das Thema Entlastung pflegender Angehöriger ist zurzeit in aller Munde, dies nicht zuletzt wegen der demografischen Entwicklung und deren Folgen für das Gesundheitswesen.

Bereits heute erbringen die Rotkreuz-Kantonalverbände im Bereich Entlastung sehr unterschiedliche Dienstleistungen; vorwiegend für den Altersbereich:

- Fahrdienst
- Notrufsystem
- Besuchs- und Begleitdienste
- Angebote in Palliativ-Care und Sterbebegleitung
- Beratungs- und Informationsstellen im Sinne von Drehscheiben für Angebote für pflegende Angehörige
- Tageszentren für ältere Menschen
- Ferien und Ausflüge
- Entlastungsdienste für pflegende Angehörige

Eher im Hinblick auf das Zielpublikum Familien mit Kindern kann die Kinderbetreuung zu Hause als zusätzliches Entlastungsangebot angeführt werden.

Das SRK hat in seinem Portfolio der Dienstleistungen viele Angebote für ältere Menschen, für Menschen mit einer Krankheit und Menschen mit einer Behinderung. Die Angebote richten sich auch an Menschen, welche selber ältere, behinderte oder kranke Menschen betreuen und ihrerseits auf Entlastung und Hilfe angewiesen sind oder durch Angebote des SRK entsprechende „Verschnaufpausen“ erhalten, um weiter für ihre Angehörigen da sein zu können.

Die Dienstleistungen werden mit bezahlten Mitarbeitenden, zu grossen Teilen aber auch mit Freiwilligen erbracht, die selber der Generation 50plus angehören. Da es sich bei den meisten Dienstleistungen um Angebote handelt, welche sich auf ein Defizit der nutzenden Person im näheren wie auch weiteren Sinn beziehen, erscheint es aus gerontologischer Sicht interessant festzustellen, ob die Tendenz eines bestimmten Altersbildes in Texten und Bildern der SRK-Prospekte im Angebots-Bereich Entlastung auszumachen ist.

Nicht zuletzt arbeitet das SRK nach den folgenden 7 Rotkreuz-Grundsätzen:

Menschlichkeit, Unparteilichkeit, Neutralität, Unabhängigkeit, Freiwilligkeit, Einheit und Universalität.

Der Autor dieser Modularbeit ist selber Mitarbeiter des SRK im Bereich Entlastung und somit selber täglich mit der Umsetzung der 7 Rotkreuz-Grundsätze und ihrem hohen Anspruch an Menschlichkeit herausgefordert.

Die vorliegende Arbeit ist ein Versuch, ein tendenziell vorhandenes Altersbild, eine sich wiederholende Blickweise auf das Alter(n), in den vorhandenen Texten und Bildern der einschlägigen Prospekte herauszuarbeiten und mögliche Wirkungen auf die Betrachtenden zu erkennen. Gelingt es dem SRK mit seinem hohen humanistischen Menschenbild trotz defizitbezogenen Dienstleistungen die Bandbreite des Alter(n)s von positiven bis hin zu den negativen Aspekten darzustellen?

Ziel der Arbeit ist es, durch Analyse von eher negativen und eher positiven Bild- und Begriffs-Beispielen auf dem Hintergrund von wissenschaftlichen, theoretischen Vorgaben mögliche Leitsätze zu einer positiv besetzten Wort- und Bildauswahl für

Dokumentations- und Präsentationsmaterial im Bereich der Rotkreuz-Entlastungsdienste zu erarbeiten.

Im nachfolgenden Kapitel werden die massgebenden theoretischen Grundlagen zur Thematik Altersbilder und mögliche Sichtweisen auf das Alter(n) kurz aufgezeigt.

2. Theoretischer Hintergrund

In der Gerontologie wird für die Gesamtheit der Einstellungen und Vorstellungen zum Alter bzw. Altern der Begriff Altersbild verwendet. Dabei kann die Sichtweise einer Gesellschaft auf das Alter(n) oder auch auf das individuelle Alter(n) gemeint sein.

Das Thema Alter(n) ist in der heutigen Gesellschaft allgegenwärtig, nicht zuletzt wegen der demografischen Entwicklung. Jugendliche und jüngere Erwachsene werden zur demografischen Minderheit, wobei die Zahl und der Anteil älterer Menschen in den nächsten Jahren stetig ansteigen werden. Aber auch an der Fülle der Literatur zum Alter(n) erkennt man, dass dieses Thema zurzeit in aller Munde ist.

Die Bilder in den Köpfen der Menschen können durch Stereotypisierung, Verneinung, Schönrederei bis hin zu einer Diskriminierung des Alter(n)s in starkem Mass beeinflusst werden.

Um sich dem Thema Altersbild zu nähern, erscheint es hilfreich, den Begriff des Alter(n)s einzugrenzen?

- Das Alter(n) als biologischer Prozess ...
- Das Alter(n) als Sprachbegriff ...
Das Wort *alt* ist aus dem indogermanischen Wortstamm *al* abgeleitet und bezeichnet die Prozesse *wachsen* und *reifen* (Kruse & Wahl, 2010).
- Das Alter(n) als individueller Prozess ...
- Das Alter(n) als widersprüchliches Konstrukt in den Kombinationen von negativen und positiven Vorstellungen der Gesellschaft zum Alter(n)...

2.1. Vorurteile und Stereotype

Der Begriff Alter(n) ist mehrdeutig und es könnten hier beliebig weitere Eingrenzungsversuche aufgeführt werden. In den Köpfen der Zeitgenossen ist jedenfalls eine Vielfalt von Bildern zum Alter(n) vorhanden. Zu fragen bleibt dabei, ob Altersbilder heute immer noch mehrheitlich durch Vorurteile- und Stereotype, die bis hin zur Diskriminierung neigen, behaftet sind?

Vorurteile und Stereotype beziehen sich ausschliesslich auf soziale Gruppen (eben auch auf die Alten als einer sozialen Gruppe). Während Vorurteile eine rein affektive, nicht hinterfragte Reaktion auf eine soziale Gruppe darstellen, umfassen Stereotypen vor allem kognitive Bestandteile (Filipp & Mayer, 1999). Stereotype sind gesellschaftlich allgemein geteilte Einstellungen und Vorstellungen über die Eigenschaft, die die Mitglieder einer sozialen Gruppe kennzeichnen.

Tab. 1: Die häufigsten Stereotype über das Alter(n)

(Hummer, 1999, zit. n. Perrig-Chiello & Höpflinger, 2009, S. 27)

Stereotype	Eigenschaften
Negativ	
behindert	langsam denkend, inkompetent, schwache Ausdrucksweise, senil
verzagt	depressiv, traurig, hoffnungslos, ängstlich, vernachlässigt, einsam
zänkisch	reklamierend, schlecht gelaunt, fordernd, stur, verbittert, vorurteilsvoll
unscheinbar	still, ängstlich, naiv
Positiv	
Golden Ager	aktiv, fähig, sozial, unabhängig, glücklich, interessant
Liebes Omi	liebepoll, unterstützend, weise, grosszügig, nett
John-Wayne-Typ	patriotisch, konservativ, entschlossen, stolz, religiös, nostalgisch

Die Ergebnisse fast aller einschlägigen Studien zeigen auf, dass die Einstellung gegenüber älteren Menschen allgemein eher negativ geprägt ist. Die mangelnde Aktivität und Leistungsfähigkeit der älteren Menschen wird in den Vordergrund gerückt und sie werden zugleich als „warme“, inkompetente und unattraktive Menschen angesehen (Filipp, 2010). Die Altersstereotype sind meist als negative und implizite Bilder in den Köpfen der Menschen archiviert. Diese Bilder des Alter(n)s werden meist nicht bewusst und willentlich aktiviert, sondern durch einen unbewussten Prozess, welcher durch einen Eindruck ausgelöst wird. Zum Beispiel sticht das hohe Alter einer Person als hoch erkennbares Merkmal hervor (=Salienz) (Filipp, 2010). Die Person wird der Gruppe „alter Mensch“ zugeordnet und das Altersstereotyp wird automatisch aktiviert. Wenn dabei kein echtes Interesse an der Person besteht, findet auch keine individuumsbasierte Eindrucksbildung statt. Das aktivierte Altersstereotyp führt somit zu einer stereotypgeleiteten Episode und Umgang mit der Person (Filipp, 2010).

Dieses stereotypgeleitete Verhalten kann zum Beispiel Einfluss auf das Sprechmuster gegenüber älteren Menschen haben, welches reaktiv wiederum deren Sprechmuster beeinflussen kann.

Rothermund & Mayer (2009) nur dann, wenn sie sich direkt auf das Alter bezieht. Von einer Altersdiskriminierung kann man zum Beispiel bei der Verweigerung angemessener medizinischer Behandlung ausgehen, die auf der Meinung beruht, dass sich eine medizinische Intervention als Investition in diesem Alter nicht mehr lohne.

Auch die Ageism-These von Robert Butler ist in diesem Zusammenhang zu erwähnen. „Die mit diesem Begriff bezeichnete Altenfeindlichkeit umfasst drei Aspekte, die der Annahme Butlers zufolge eng miteinander zusammenhängen.

1. Vorurteile gegenüber älteren Menschen, dem Alter und dem Alternsprozess
2. Soziale Diskriminierung älterer Menschen
3. Institutionelle und politische Praktiken, die stereotype Überzeugungen bestätigen.“

(Kruse & Wahl, 2010, S. 213)

Inwieweit in unserer Gesellschaft vor allem negative Altersbilder, Altersstereotype oder Ageism bestehen und wirklich zu einer quasi automatischen sozialen Benachteiligung von älteren Menschen führen, darf wohl hinterfragt oder sogar verneint werden. Ein gewisser allgemeiner Vorbehalt gegenüber dem Alter(n) in der Gesellschaft kann jedoch nicht verneint werden. Nur schon das Beispiel des erhöhten Risikos von Langzeitarbeitslosigkeit im Alter oder die kontroverse Debatte zur Sicherung der Altersvorsorge stehen selbstredend für diesen latenten Vorbehalt.

2.2. Alterstheorien und -modelle

Eine weitere Möglichkeit, sich Altersbildern zu nähern, sind die verschiedenen soziogerontologischen Alterstheorien und -modelle, wobei jede Theorie und jedes Modell auf ihre/seine Weise ein spezifisches Altersbild transportiert.

- Die **Defizitmodelle** gehen davon aus, dass Alter(n) wesentlich der Abbau von wichtigen (körperlichen und geistigen) Funktionen ist. In den Defizitmodellen herrscht ein mechanistisches Menschenbild vor (Lehr, 2007).
- Die Vertreter der **Aktivitätstheorie** - wie zum Beispiel Tartler und Havighurst - gehen davon aus, dass der Mensch nur glücklich und zufrieden ist, wenn er aktiv im Leben steht, wenn er etwas leistet und von anderen Menschen gebraucht wird (Lehr, 2007).

- Cumming & Henry, die wichtigsten Vertreter der **Disengagement-Theorie**, sind der Meinung, dass sich der ältere Mensch den Rückzug wünscht und dass ihn die Reduzierung seiner sozialen Kontakte glücklich macht. (Lehr, 2007) Die Disengagement-Theorie kann gewissermaßen als Gegenstück zur Aktivitätstheorie gesehen werden.
- Die **Kontinuitätstheorie** von Atchley geht davon aus, dass die Erhaltung und die Fortführung des Vertrauten - des über Jahre gepflegten Lebensstils - die beste Voraussetzung ist, Herausforderungen des Alter(n)s zu meistern (Lehr, 2007).
- Beim **Kompetenzmodell** soll sich der alte Mensch mit der Gestaltung der Lebensphase „Alter“ identifizieren können und diese Phase nach seinen Vorstellungen und Wünschen, realistisch orientiert, mit den vorhandenen Ressourcen gestalten.
- Das vom Ehepaar Baltes erstellte und immer wieder zitierte **SOK-Modell** steht für **S**elektion (von den bestehenden Lebensmöglichkeiten diejenige heraussuchen, die man verwirklichen kann), **O**ptimierung (geeignete Mittel suchen, um das Ausgewählte möglichst gut zu tun), **K**ompensation (wenn Mittel wegfallen, flexibel neue Wege zu suchen, um ans Ziel zu kommen) (Lehr, 2007).
- Das **Modell der Lebensbereiche** von Kalbermatten (2010) ist eine weitere Möglichkeit, sich dem Thema Alter(n) zu nähern. Dieser systemtheoretische Ansatz mit vier Lebensbereichen (I: körperlich-biologische Phänomene, II: geistig-psychische Phänomene, III: sozial-kulturelle Phänomene, IV: materiell-umweltbezogene Phänomene) ermöglicht eine Betrachtung des Alter(n)s aus thematisch unterschiedlichen Perspektiven in ihrem Zusammenspiel. Die vier genannten Lebensbereiche sind auch Bestandteile des **Konzeptes Lebensgestaltung** der Berner Fachhochschule.
- Das Konzept der Lebensgestaltung ermöglicht es, die Facetten eines Menschen in seiner Lebenswelt aus verschiedenen Perspektiven zu betrachten. Im Zentrum steht dabei immer der Mensch in seiner Lebenswelt, eingebunden in die genannten vier Lebensbereiche. Die Perspektiven der Identität, der Rollen, des Wandels, der Tätigkeit, der Gestalt, des Alltags und des Sinns sind weitere Elemente des Konzepts. Das Konzept der Lebensgestaltung ist den wissenschaftlichen Erkenntnissen der Erkenntnistheorie, der Systemtheorie, der Handlungstheorie und des Methodenansatzes verpflichtet. Zentrales Element im Konzept der Lebensgestaltung ist die wechselwirkende Reflexion von wissenschaftlicher Theorie und Menschenbild (Kalbermatten u.a., 2010).

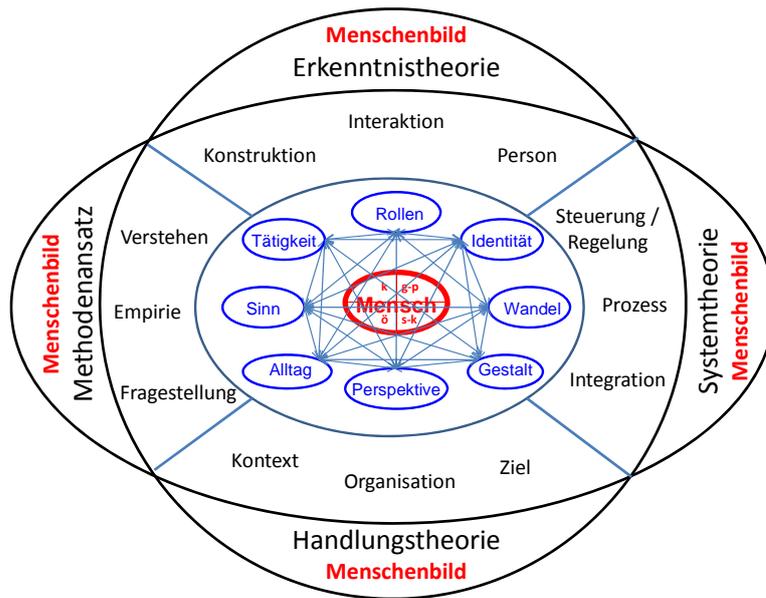


Abb. 2: Landkarte des Konzeptes Lebensgestaltung (Kalbermatten u.a., 2010, S 2)

All die angeführten Theorien und Modelle stehen je für mindestens einen wesentlichen Aspekt des Alter(n)s und in ihrer Gesamtheit für dessen Facetten-Reichtum. Keine Theorie, kein Modell kann für sich alleine stehen. Es gilt hier aus Sicht des Autors eine kritische Sichtweise einzunehmen und für ein zeitgemässes, realistisches Altersbild zu plädieren. Die älteren Generationen sind heute so heterogen wie wohl nie zuvor. Die Alten und das Altern gibt es in einer absolut zwingenden Form nicht. Es macht deshalb auch nicht Sinn, einfache pauschal behaftete Alterstypologien zu definieren. Als erstrebenswert erscheint vielmehr ein vielschichtiges und realistisches Bild vom Alter(n). Es soll weder mit Negativklischees noch mit überschwänglichen Beschönigungen besetzt sein. Es geht um ein Altersbild, welches Einschränkungen einbindet und die Kompetenzen und Ressourcen älterer Menschen nicht ausser Acht lässt und wenn immer möglich fokussiert.

3. Fragestellungen

In dieser Arbeit wird anhand der Analyse einer Vielzahl von einschlägigen Prospekten der Frage nachgegangen, ob das Dokumentations- und Präsentationsmaterial des Schweizerischen Roten Kreuzes für den Angebotsbereich Entlastung, namentlich die Prospekte für die einzelnen Dienstleistungen eher ein einseitig von Defiziten geprägtes Altersbild transportieren bzw. eher negative Altersstereotype aktivieren oder ob darin das Alter(n) in seiner Vielfalt von positiven und negativen Aspekten dargestellt ist?

Dabei liess sich der Autor von folgenden Fragen leiten:

- Welche Eindrücke, welche Gedanken und Gefühle werden durch vom Autor ausgewählte Bilder und Bezeichnungen/Begriffe aus den analysierten Prospekten bei gezielt befragten Betrachtern (Probanden) ausgelöst?
- Wie lassen sich die Gefühle, welche die Eindrücke und Gedanken bei den Probanden auslösen, werten?
- Welche Leitsätze lassen sich auf der Basis der gewonnenen Erkenntnisse im Hinblick auf eine positiv besetzte Wort- und Bildauswahl für Prospekte im Bereich der Rotkreuz-Entlastungsangebote formulieren?

4. Methodisches Vorgehen

Um auf die Fragestellungen dieser Arbeit Antworten zu erhalten, hat sich der Autor für ein Vorgehen mit folgenden vier methodischen Schritten entschieden.

In einem **ersten Schritt** wurde an Hand einer beschränkten Sichtung von Literatur in Bezug auf Altersbilder die gerontologisch theoretische Grundlage zum Thema Bilder des Alter(n)s erarbeitet (siehe oben Kapitel 2). Die Aspekte des Altersmarketing wurden dabei bewusst nicht in Betracht gezogen, der Fokus sollte auf der gerontologischen Sichtweise liegen.

In einem **zweiten Schritt** wurden 300 Bilder aus 70 Prospekten der verschiedenen Rotkreuz-Kantonalverbände für den Angebotsbereich Entlastung mit einem Raster analysiert, welcher sich seinerseits am Modell der Lebensbereiche von Kalbermatten orientiert.

Mittels einer zusätzlichen Inhaltsanalyse wurden Bezeichnungen/Begriffe, welche in den Prospekten in Bezug auf die Zielgruppe der älteren Menschen gebraucht werden, gesucht und quantifiziert. Dabei wurden vorab wiederholt gebrauchte Begriffe identifiziert, welche in einem direkten Bezug zu einem Altersbild stehen können.

In einem **dritten Schritt** wurde eine Auswahl an Bildern und Bezeichnungen/Begriffen auf ihre möglichen Wirkungen auf Betrachtende untersucht.

Mittels eines Fragebogens wurden Personen verschiedenen Alters nach ihren Eindrücken, Gedanken und Gefühlen befragt, welche die ausgewählten Bilder und Bezeichnungen/Begriffe bei ihnen auslösten.

Dabei wurde 42 Probanden Folgendes vorgelegt:

- 10 Bilder, welche eine breite Abdeckung der Bilder der gesichteten Prospekte darstellen
- das Logo des Schweizerischen Roten Kreuzes
- die Bezeichnungen „Betagte“, „ältere Menschen“, „Senioren“ und „Generation 50plus“ als Begriffe für die adressierte Zielgruppe
- die Begriffe „Lebensqualität“, „Selbständigkeit“, „Selbstbestimmung“ als Begriffe eines Alterskonzepts

Mit der Frage *„Was löst dieses Bild/Logo/Wort bei Ihnen aus? Schreiben Sie dies bitte in ein, zwei kurzen Sätzen oder Stichwörtern auf.“* wurde der Proband zunächst auf das Bild/Logo/Begriff eingestimmt. In einem zweiten Schritt hatte er das Beschriebene „gefühlsmässig“ (als eigene Selbstwahrnehmung) zu werten bzw. auf einer Skala einzustufen als „positive Gefühle“ - „eher positive Gefühle“ - „neutrale Gefühle“ - „eher negative Gefühle“ - „negative Gefühle“. Als dritten und letzten Schritt hatte der Proband das vom jeweiligen Bild/Logo/Begriff generell ausgelöste Gefühl als Gefühlseindruck mit einem einzelnen Begriff zu beschreiben. Die Beschreibung dieses Gefühlseindrucks wurde vom Autor gewissermassen digital als „positiv“ - „negativ“ - „neutral“ taxiert.

Der **vierte Schritt** bestand schliesslich darin, aus den gewonnenen Erkenntnissen Leitsätze zu einer positiv besetzten Wort- und Bildauswahl für Dokumentations- und Präsentationsmaterial, namentlich für Prospekte im Bereich der Rotkreuz-Entlastungsangebote zu formulieren.

5. Ergebnisse aus der Prospekt-Analyse und der Befragung

Die Bild- und Begriffsanalyse wurde an 70 verschiedenen deutschsprachigen Prospekten des Schweizerischen Roten Kreuzes für den Angebotsbereich Entlastung durchgeführt. Die Prospekte hatten sowohl nationale wie auch kantonale oder regionale Streuweite. Die Rotkreuz-Kantonalverbände Aargau, Baselland, Basel-Stadt, Bern-Mittelland, Bern-Oberaargau, Bern-Oberland, Freiburg, Graubünden, Luzern, Schaffhausen, Schwyz, Solothurn, St. Gallen, Thurgau, Unterwalden, Uri, Zürich und das Nationale Sekretariat der Rotkreuz-Kantonalverbände hatten sich bereit erklärt, die entsprechenden Prospekte zur Verfügung zu stellen. Die Dienstleistungen, welche in diesen 70 Prospekten beschrieben sind, kommen alle aus dem Angebotsbereich Entlastung. Im Einzelnen handelt es sich um Dienstleistungen in folgenden Angebots-

gruppen: Besuchs- und Begleitdienst, Beratung für pflegende Angehörige (Vermittlungsstellen, Beratungstelefone), Entlastungsdienst für pflegende Angehörige (Fahrdienst, Ferien und Ausflüge, Kinderbetreuung zu Hause, Notrufsystem, Patientenverfügung und Tageszentren).

Bei den 42 Probanden wurde mittels Fragebogen (Anhang 1) eine eingeschränkte Wirkungsanalyse über ausgewählte Bilder, das Logo und die als massgebend identifizierten Bezeichnungen/Begriffe erstellt.

5.1. Bildanalyse im Raster der vier Lebensbereiche nach Kalbermatten

Mit dem Raster der vier Lebensbereiche nach Kalbermatten (siehe Tabelle 2, Seite 14) wurden von den 300 Bildern in den Prospekten jene 182 Bilder analysiert, welche ältere Menschen (50+) darstellen. Die restlichen 118 Bilder ohne ältere Menschen (50+) wurden nicht berücksichtigt.

Bildanalyse zum Lebensbereich I „Körper“

76% der abgebildeten älteren Menschen sind Frauen. Es zeichnet sich also ein deutlich **feminisiertes Altersbild** ab. Dies entspricht einerseits der Realität, wenn auch der Frauenanteil der ständigen Wohnbevölkerung 65+ nicht ganz so ausgeprägt ist. Der Frauenanteil der Bevölkerung 65+ liegt bei 54%, bei den Personen 80+ sind es bereits 65% (Bundesamt für Statistik 2009. Online, gelesen am 20.03.2011)

72% der Abgebildeten haben eine eher aufrechte Körperhaltung. Dies lässt tendenziell auf ein nicht defizitorientiertes Altersbild schliessen, auch wenn 62% ältere Personen sitzend und ebenfalls 62% in einer begleiteten Aktivität abgebildet sind.

Aus diesen Anteilen kann allerdings nicht automatisch auf ein defizitfokussiertes Altersbild geschlossen werden. Bei einigen der Rotkreuz-Entlastungsdienstleistungen wird die Begleitung einer Person oder das selbstverständliche Sitzen beim Fahr- oder Besuchsdienst bildlich dargestellt. Es darf aber wohl schon eher von einem Bild gesprochen werden, das den **sich ausruhenden älteren Menschen vorstellt, der Hilfe in Anspruch nimmt.**

Tab. 2: Bildanalyse im Raster der vier Lebensbereiche nach Kalbermatten

I Körper				II Psyche/Geist			
K1	Frau	167	76%	P1	eher lächelnde Gesichtszüge	120	55%
K2	Mann	50	24%	P2	eher ernste Gesichtszüge	32	15%
	Total Menschen 50+	217	100%	P3	eher neutrale Gesichtszüge	21	10%
K3	eher aufrechte Körperhaltung	156	72%	P4	Gesichtszüge nicht sichtbar	44	20%
K4	eher gebückte Körperhaltung	51	24%		Total	217	100%
	liegend(5) oder nicht ersichtlich(5)	10	4%				
	Total	217	100%				
K5	eher in Bewegung	26	12%				
K6	stehend	52	24%				
K7	sitzend	134	62%				
K8	liegend	5	2%				
	Total	217	100%				
K9	in selbständiger Aktivität	26	12%				
K10	in einer begleiteten Aktivität	135	62%				
K11	eher in keiner erkennbaren Aktivität	56	26%				
	Total	217	100%				
IV Materielle Umwelt (Ökologisch)				III Soziokulturelles			
Ö1	in Räumen	88	41%	S1	Allein	45	19%
Ö2	ausser Haus (in der Natur, unterwegs)	98	45%	S2	in Kontakt mit Kindern	22	9%
Ö3	Neutral (nicht ersichtlich ob Ö1 oder Ö2)	31	14%	S3	in Kontakt mit jungen Menschen	21	9%
	Total	217	100%	S4	in Kontakt mit Menschen im mittleren Lebensalter	57	24%
	Hilfsmittel			S5	in Kontakt mit Menschen 50+	89	38%
	<i>Brille</i>	108	68%	S6	in Kontakt mit Tieren	2	1%
	<i>Alarmtaste (Notrufsystem)</i>	14	8%		Total	236	100%
	<i>Rollator</i>	11	7%	S7	in Körperkontakt*	83	49%
	<i>Rollstuhl</i>	10	6%	S8	ohne Körperkontakt*	87	51%
	<i>Handy (Notrufsystem)</i>	8	5%		Total (217 -45 alleine -2 Tiere)	170	100%
	<i>Gehstöcke</i>	4	3%	S9	eher auf Augenhöhe*	24	14%
	<i>Stock</i>	4	3%	S10	eher aufschauend*	8	5%
Ö4	Total Hilfsmittel	159	100%	S11	eher herabschauend*	15	9%
				S12	ohne Blickkontakt*	123	72%
					Total (217 -45 alleine -2 Tiere)	170	100%
				S13	Ältere Menschen (50+) als Dienstleistungsempfänger	161	76%
				S14	Ältere Menschen (50+) als Mitarbeitende	56	26%
					Total	217	102%

* zu betreuenden/begleitenden Personen (aus Sicht der älteren Menschen 50+)

Bildanalyse zum Lebensbereich II „Psyche/Geist“

55% der abgebildeten älteren Menschen tragen einen freundlichen Ausdruck und haben ein eher lächelndes Gesicht. Es ist hier der Versuch erkennbar, das Bild **der zufriedenen Alten** darzustellen. Dies mag zwar auch werbetechnische Gründe haben. Die Bilder wirken indes in den meisten Fällen nicht gekünstelt, haben einen **nahen und hohen Realitätsgehalt** und sind weit weg von Anti-Aging Werbekampagnen.

Bildanalyse zum Lebensbereich III „Soziokulturelles“

19% der dargestellten Personen sind alleine abgebildet. Daraus lässt sich aber keineswegs auf das Bild der einsamen Alten schliessen. Vielfach handelt es sich um Porträtaufnahmen, welche keinen Schluss über soziale Kontakte zulassen. Rund 18% der älteren Personen werden mit Kindern oder jungen Menschen gezeigt, dabei vorwiegend mit Menschen im mittleren Lebensalter (24%) oder älteren Menschen 50+ (38%). 49% der Abgebildeten stehen in körperlichem Kontakt zu den betreuenden/begleitenden Personen.

Rund 26% der älteren Menschen 50+ werden nicht als Zielgruppe der Dienstleistungen dargestellt sondern als aktive Mitarbeitende, seien sie angestellt oder freiwillig tätig. Aus diesen Ergebnissen des Lebensbereichs III „Soziokulturelles“ lässt sich schiessen, dass das Aufzeigen des sozialen Kontakts in den Prospekten einen hohen Stellenwert hat.

Bildanalyse zum Lebensbereich IV „Materielle Umwelt (Ökologisch)“

Die Abbildungen in Räumen (im wohnlichen Bereich, vorzugsweise zu Hause) halten sich mit den Abbildungen in der Natur oder unterwegs in etwa die Waage. Dargestellt ist sowohl die **Mobilität im Alter**, aber vor allem auch das Älterwerden in den **eigenen vier** Wänden. Die 217 abgebildeten älteren Menschen 50+ werden 159-mal mit einem **Hilfsmittel** gezeigt, was auf den ersten Blick als viel erscheint. Der Verhalt darf insofern relativiert werden, als es sich bei 68% der Hilfsmittel um Brillen handelt. Natürlich wird das Alter rasch mit einer Sehschwäche in Verbindung gebracht, eine Brille hat aber nie dieselbe stigmatisierende Wirkung wie ein Gehstock, ein Rollator oder ein Rollstuhl. Brillen werden von allen Altersgruppen getragen und sind zum Teil zu Modeaccessoires geworden, zumal auch für ältere Menschen. Dagegen stehen Notrufsystem-Alarmtasten oder Handys für den Notruf im direkten Zusammenhang mit den in den Prospekten gezeigten und erklärten Dienstleistungen. Hier lässt sich eine gewisse **Stigmatisierung** nicht leugnen.

Es kristallisieren sich folgende unterschiedlichen Schlüsselbegriffe zum Bild des Alter(n)s in den untersuchten Prospekten heraus: feminisiertes Altersbild; ausruhender

älterer Mensch, der Hilfe in Anspruch nimmt; die zufriedenen Alten; realitätsbezogenes Altersbild; der ältere Mensch in sozialen Kontakten und der ältere Mensch in seiner aktiven beruflichen oder vorzugsweise freiwilligen Tätigkeit.

5.2. Wirkungstendenzen von ausgewählten Bildern

Um die Wirkung der Bilder in den Prospekten auf die Betrachter zu erfragen, wurden den 42 Probanden 10 Bilder aus den Prospekten vorgelegt, welche eine breite Abdeckung aller Bilder darstellen. Mit der Frage „Was löst dieses Bild bei Ihnen aus? Schreiben Sie dies bitte in ein, zwei kurzen Sätzen oder Stichwörtern auf“ wurde der jeweilige Proband auf das Bild eingestimmt. Er musste auf einer Skala von „positive“ - „eher positive“ - „neutrale“ - „eher negative“ - „negative“ Gefühle seine eigene Gefühls-Wahrnehmung einstufen. Wie aus Abbildung 3 hervorgeht, löste die Mehrheit der Bilder „eher positive“ bis „positive“ Gefühle bei den Probanden aus.

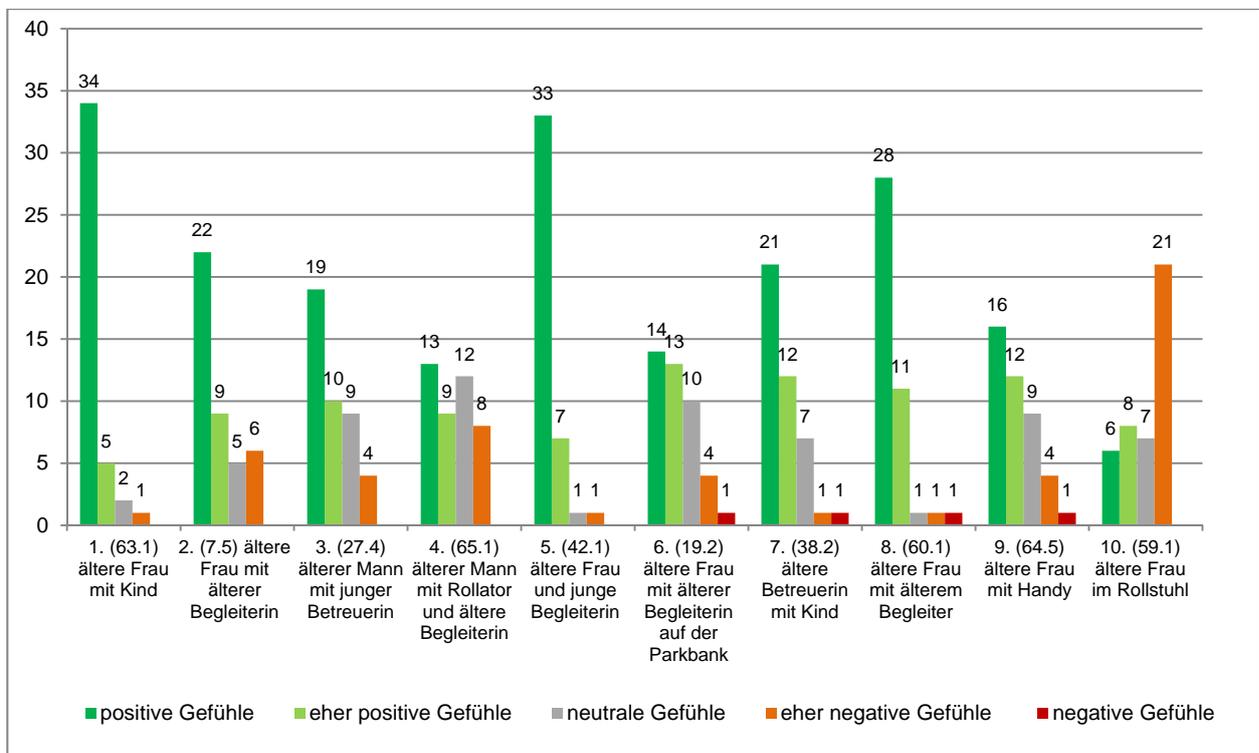


Abb. 3: Selbsteinstufung (eigene Gefühls-Wahrnehmung) der Probanden auf die Frage zum jeweils gezeigten Bild: „Was löst das Bild bei Ihnen aus?“

Die Taxierung des von den Probanden beschriebenen generellen Gefühlseindrucks durch den Autor als „positiv“ - „negativ“ - „neutral“, zeigt ein vergleichbares Muster. In ihrer Mehrheit werden die Bilder von den Probanden in ihrer positiven Botschaft wahrgenommen.

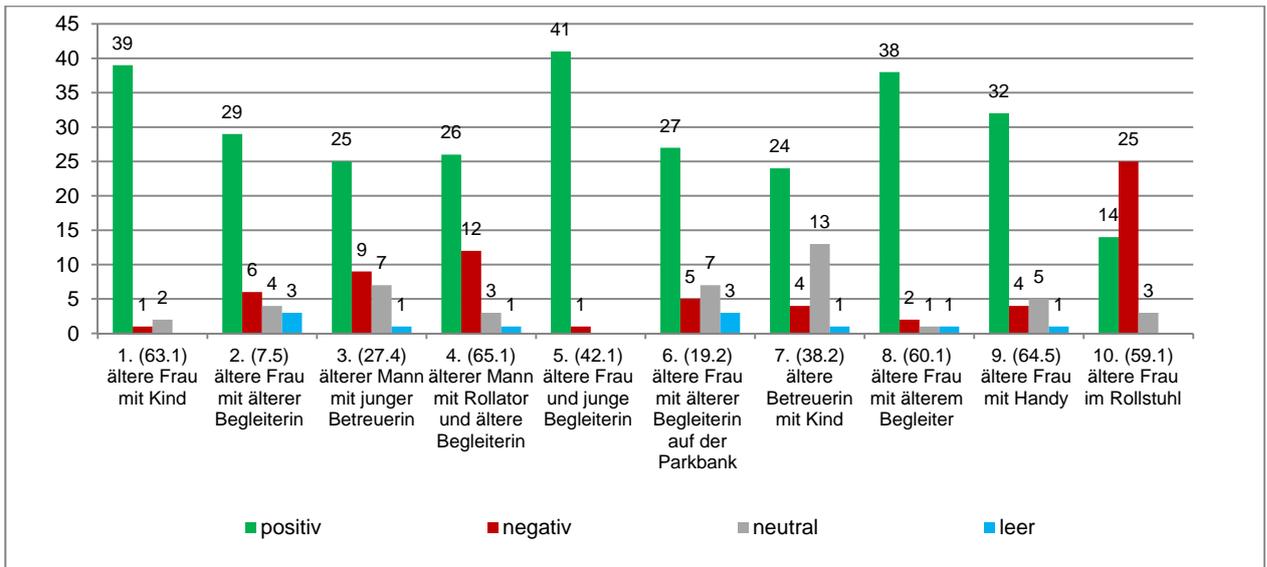
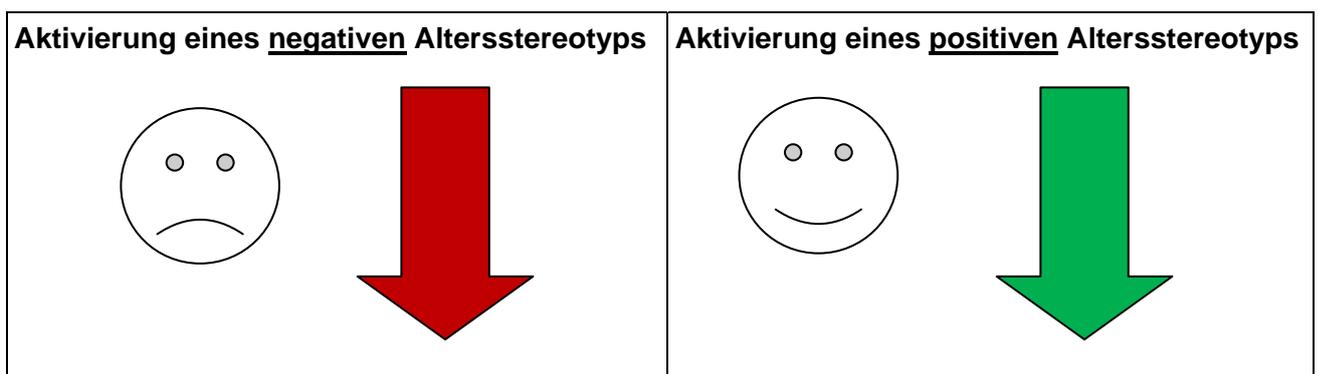


Abb. 4: zeigt die Wirkung der gezeigten Bilder als Beschreibung eines generellen Gefühlseindrucks der Probanden, taxiert durch den Autor

Weder bei der Selbsteinstufung (eigene Gefühls-Wahrnehmung) noch bei der Taxierung der von den Probanden beschriebenen Gefühlseindrücke durch den Autor konnten geschlechtersignifikante Unterschiede ausgemacht werden. Generationenspezifisch kann festgehalten werden, dass die negativen Gefühlsnennungen eher bei den Probanden unter 60 Jahren zu finden sind.

In der nachfolgenden Tabelle 3 wird anhand zweier spezifischer Bilder die Aktivierung eines negativen und eines positiven Altersstereotyps aufgezeigt.

Tab. 3 (Seiten 17-19): **Aktivierung eines negativen und eines positiven Altersstereotyps**



Aktivierung eines negativen Altersstereotyps

Aktivierung eines positiven Altersstereotyps

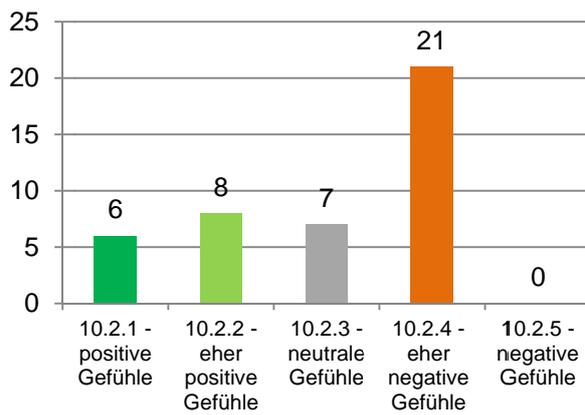
Ältere Frau im Rollstuhl



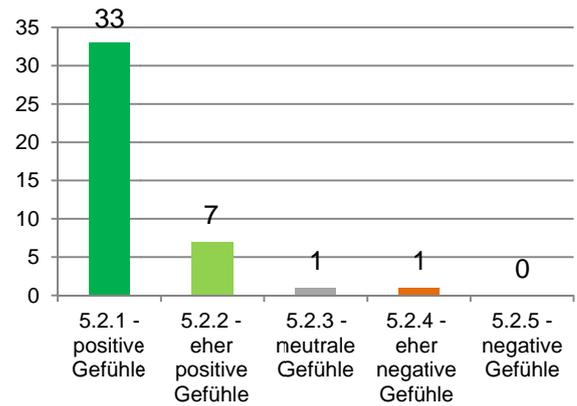
Ältere Frau und junge Begleiterin



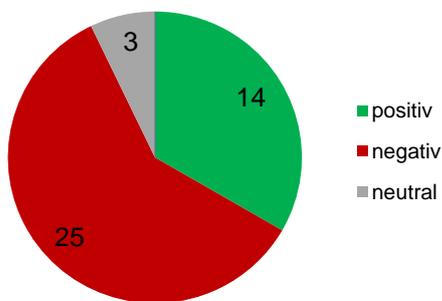
Wie stufen die Probanden ihre Beschreibungen/Gedanken selber ein?



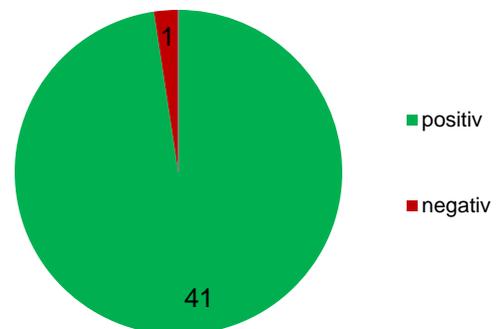
Wie stufen die Probanden ihre Beschreibungen/Gedanken selber ein?



Taxierung des von den Probanden beschriebenen generellen Gefühlseindrucks als „positiv“, „negativ“ und „neutral“



Taxierung des von den Probanden beschriebenen generellen Gefühlseindrucks als „positiv“, „negativ“ und „neutral“



Aktivierung eines <u>negativen</u> Altersstereotyps	Aktivierung eines <u>positiven</u> Altersstereotyps
<p>Wie beschreiben die Probanden das Bild, wenn sie dazu aufgefordert werden, dies mit einem generellen Gefühlseindruck begrifflich zu beschreiben:</p> <ul style="list-style-type: none"> 5x einsam / Einsamkeit 5x traurig / traurig, einsam / Traurigkeit 4x Angst / beängstigend 2x Geborgenheit 2x Selbständigkeit 2x dankbar 1x Abhängigkeit 1x allein sein / Angst 1x alt 1x ausgelaugt 1x der Gedanke, einmal so zu sein, löst bei mir Kummer aus 1x eingeschränkt 1x Fotos von annodazumal – abschreckend 1x Freude 1x Gedanken an meine Mutter, Altersheim-Besuch 1x gedankenregender Zeitvertreib 1x Interesse 1x jedes Leben ist lebenswert 1x kann sehr langweilig sein 1x lieber nicht 1x Mitleid 1x motiviert im Alter 1x mutig 1x sich bewegen, trotz Gebrechlichkeit 1x Teilnahme alter Menschen am Weltgeschehen, Wissensdurst 1x (in bin) unsicher 1x zufrieden bis unangenehm 1x zufrieden, nachdenklich 	<p>Wie beschreiben die Probanden das Bild, wenn sie dazu aufgefordert werden, dies mit einem generellen Gefühlseindruck begrifflich zu beschreiben:</p> <ul style="list-style-type: none"> 7x geliebt / Liebe 5x Freude / Freude ist gespürtes Leben / Freundengefühl 4x Geborgenheit 4x Glück 3x zufriedene Ausstrahlung / Zufriedenheit, Zufriedenheit macht glücklich 2x einfach schön / schön 1x Dankbarkeit 1x ein Wohlgefühl für beide 1x Freundschaft 1x Gemeinsamkeit 1x Glück, Geborgenheit 1x Herzlichkeit 1x Nähe 1x Oma ist die Beste 1x so sollten ältere Menschen „strahlen“ können 1x strahlt viel Wärme aus 1x tiefe Zuneigung 1x Traurigkeit 1x vertraut, Vertrautheit 1x Wärme 1x wie zwei Freundinnen 1x Zärtlichkeit 1x Zweisamkeit
<p>Aktivierung eines <u>negativen</u> Altersstereotyps</p> <p>„Behindert: langsam denkend, inkompetent, schwache Ausdrucksweise, senil“</p> <p>„Verzagt: depressiv, traurig, hoffnungslos, ängstlich, vernachlässigt, einsam “</p> <p>(Hummer, 1999, zit. n. Perrig-Chiello, P. & Höpflinger, F. 2009. S. 27)</p>	<p>Aktivierung eines <u>positiven</u> Altersstereotyps</p> <p>„Liebes Omi: liebevoll, unterstützend, weise, grosszügig, nett“</p> <p>(Hummer, 1999, zit. n. Perrig-Chiello, P. & Höpflinger, F. 2009. S. 27)</p>

5.3. Verwendete Bezeichnungen für den älteren Menschen in den analysierten Prospekten

In der Tabelle 4 (siehe Seite 20) sind die in den Prospekten verwendeten Bezeichnungen für den älteren Menschen aufgezeigt.

Am meisten werden für die Zielgruppe der Entlastungsangebote Bezeichnungen in Zusammenhang mit dem Wort „Betagte“ benutzt. Diese haben einen Anteil von 46%. An zweiter Stelle steht die Bezeichnung „ältere Menschen“ mit 31%. Rund 5% stehen im Zusammenhang mit „Demenz“. Hier wird nicht direkt der Bezug zum alten Menschen hergestellt, im Kontext des Prospektes bezieht sich diese Bezeichnung jedoch auf den älteren Menschen.

Der hohe Anteil der Bezeichnung „Betagte“ muss insofern relativiert werden, weil sich eine grosse Anzahl der Nennungen (59%) auf diverse Prospekte eines einzelnen Rotkreuz-Kantonalverbandes beziehen.

Tab. 4: Bezeichnung älterer Menschen in Anzahl und %

Bezeichnung	Anzahl	in %
ältere Menschen	35	30.97%
Betagte	32	28.32%
betagte Menschen	12	10.62%
betagte Personen	4	3.54%
Grosseltern	4	3.54%
ältere Mitmenschen	3	2.65%
alte Menschen	2	1.77%
Ältere	2	1.77%
älteres Familienmitglied	2	1.77%
betagte Mitmenschen	2	1.77%
Menschen jeden Alters	2	1.77%
Senioren	2	1.77%
ältere Personen	1	0.88%
betagte Angehörige	1	0.88%
betagte Menschen aller Altersgruppen	1	0.88%
dementiell erkrankte Personen	1	0.88%
Demenzkranke	1	0.88%
Grossmutter	1	0.88%
Menschen mit beginnender Demenz	1	0.88%
Menschen mit Demenz	1	0.88%
Menschen mit leichter Demenz	1	0.88%
Pensionärin	1	0.88%
Personen unter 75	1	0.88%
Total Bezeichnungen	113	100.00%
mit Bezeichnung „Betagte“	52	46.02%

5.4. Wirkungstendenzen der Bezeichnungen der älteren Menschen

Um die Wirkung der Bezeichnungen der Zielgruppe als „Betagte“, „ältere Menschen“, „Senioren“ und „Generation 50plus“ auf die 42 Probanden zu erfragen, wurden diese mit der Frage konfrontiert: *„Was löst dieses Wort bei Ihnen aus? Schreiben Sie dies bitte in ein, zwei kurzen Sätzen oder Stichwörtern auf.“* Die Probanden mussten dann auf einer Skala von „positive“ - „eher positive“ - „neutrale“ - „eher negative“ - „negative“ Gefühle ihre eigene Gefühls-Wahrnehmung einstufen. Wie aus der nachstehenden Abbildung 5 zu ersehen ist, haben die vorgelegten Bezeichnungen unterschiedliche Gefühlswirkungen bei den Probanden ausgelöst.

Die Bezeichnung „Betagte“ löst von „neutrale“ über „eher negative“ bis „negative“ Gefühle aus. Dagegen löst die Bezeichnung „ältere Menschen“ von „neutrale“ über „eher positive“ bis „positive“ Gefühle aus. Die Bezeichnung „Senioren“ wird gefühlsmäßig tendenziell eher positiv konnotiert. „Generationen 50plus“ löst hauptsächlich „neutrale“, wenn offenbar auch sehr „breitgestreute“ Gefühle aus.

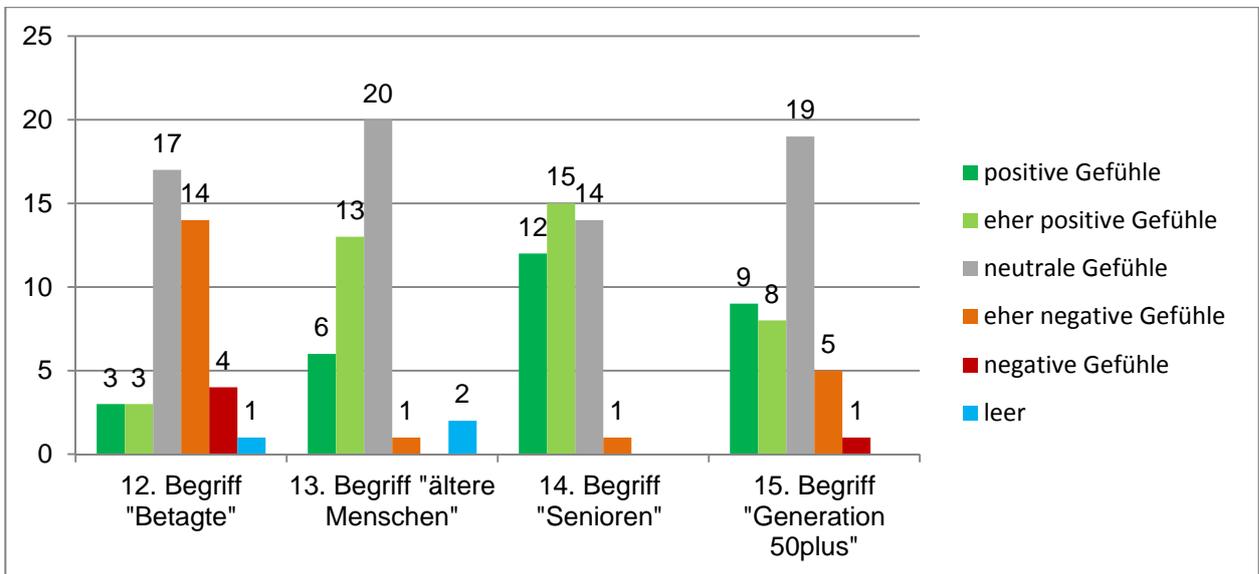


Abb. 5: Selbsteinstufung (eigene Gefühls-Wahrnehmung) der Probanden auf die Frage: „Was löst das Wort *Betagte*, *ältere Menschen*, *Senioren* und *Generation 50plus* bei Ihnen aus?“

Die Taxierung, mit welcher der Autor die Beschreibungen eines generellen Gefühlseindrucks der Probanden als „positiv“-„negativ“-„neutral“ bewertet, verstärkt das Bild der graduellen Selbsteinstufung, wie die folgende Abbildung 6 zeigt.

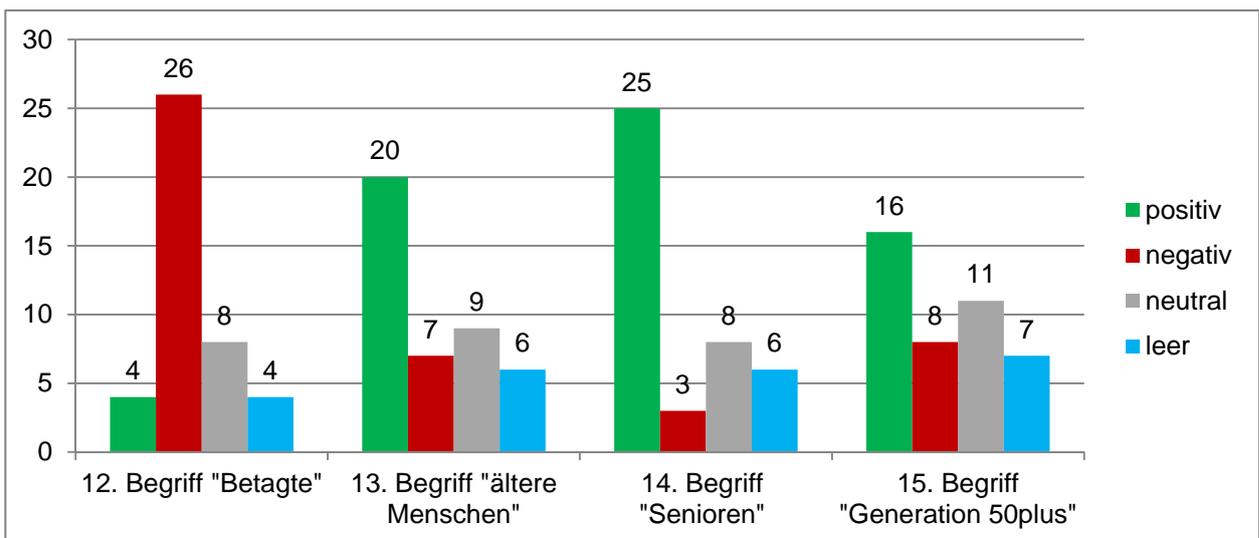


Abb. 6: zeigt die Wirkung der Bezeichnungen *Betagte*, *ältere Menschen*, *Senioren* und *Generation 50plus* als Beschreibung eines generellen Gefühlseindrucks durch die Probanden, taxiert durch den Autor

Es darf die Hypothese aufgestellt werden, dass mit dem Begriff „Betagte“ eher negative, mit dem Begriff „ältere Menschen“ eher positive und weniger negative und, mit „Senioren“ eher positive Altersstereotype ausgelöst werden. Der Begriff „Generation 50plus“ scheint ambivalent, löst wohl mehrheitlich eher neutrale und positive Altersstereotype aus.

5.5. Bezüge zum Thema Alter(n) in den Prospekttexten

In den Texten der Prospekte weitere direkte Bezüge zum Thema Alter(n) finden zu wollen, hat sich als schwierig herausgestellt. **Lebensqualität**, **Selbständigkeit** und **Selbstbestimmung** konnten als einzige Schlüsselbegriffe herausgearbeitet werden. Die Nennungen können nicht als signifikant bezeichnet werden, sind jedoch in ihrer Tendenz erwähnenswert. Die Begriffe stehen sicherlich in einer engeren Beziehung zu einem eher positiv bestimmten Altersbild. An dieser Stelle kann nicht eine wissenschaftlich fundierte Definition der Konstrukte Lebensqualität, Selbständigkeit und Selbstbestimmung entwickelt werden, vielmehr soll die Wirkung der Begriffe auf die Probanden aufgezeigt werden.

5.6. Wirkungstendenzen der Begriffe „Lebensqualität“, „Selbständigkeit“, „Selbstbestimmung“

Um die Wirkung der Begriffe „Lebensqualität“, „Selbständigkeit“, „Selbstbestimmung“ auf die 42 Probanden zu erfragen, wurden diese mit der Frage konfrontiert: *„Was löst dieses Wort bei Ihnen aus? Schreiben Sie dies bitte in ein, zwei kurzen Sätzen oder Stichwörtern auf.“*

Die Probanden mussten dann auf einer Skala von „positive“ - „eher positive“ - „neutrale“ - „eher negative“ - „negative“ Gefühle ihre eigene Gefühls-Wahrnehmung einstufen. Wie aus der Abbildung 7 hervorgeht, lösten alle vorgelegten Begriffe vorwiegend positive Gefühle aus.

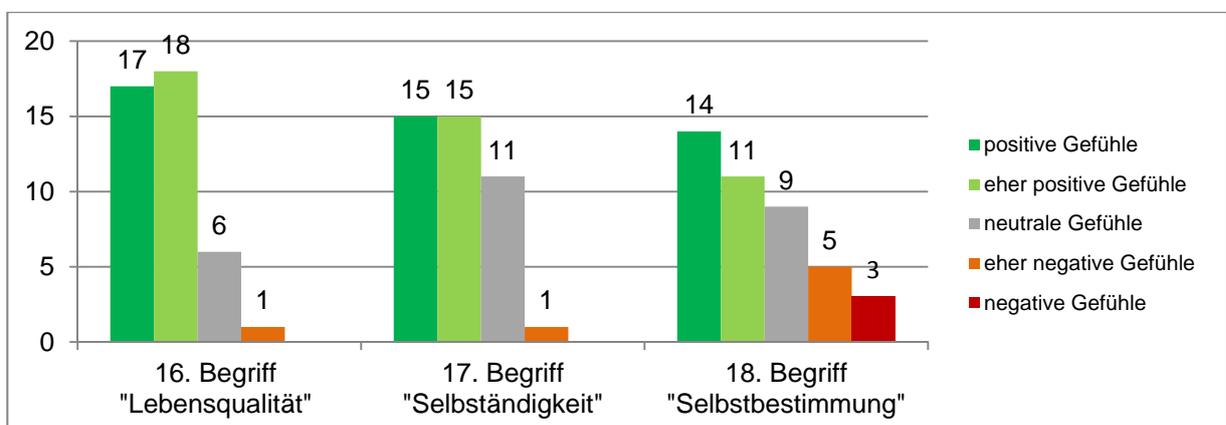


Abb. 7: Selbsteinstufung (eigene Gefühls-Wahrnehmung) der Probanden auf die Frage: „Was löst der Begriff *Lebensqualität*, *Selbständigkeit* und *Selbstbestimmung* bei Ihnen aus?“

Aus der folgenden Abbildung 8 ersieht man, dass die Taxierung, in welcher der Autor die Beschreibungen des generellen Gefühlseindrucks der Probanden zu den besagten altersspezifisch gebrauchten Begriffen der Lebensqualität, Selbständigkeit und Selbstbestimmung als „positiv“-„negativ“ oder „neutral“ bewertet, die Tendenzen der Selbsteinstufung der Gefühle (eigene Gefühls-Wahrnehmung) der Probanden eher noch verstärkt.

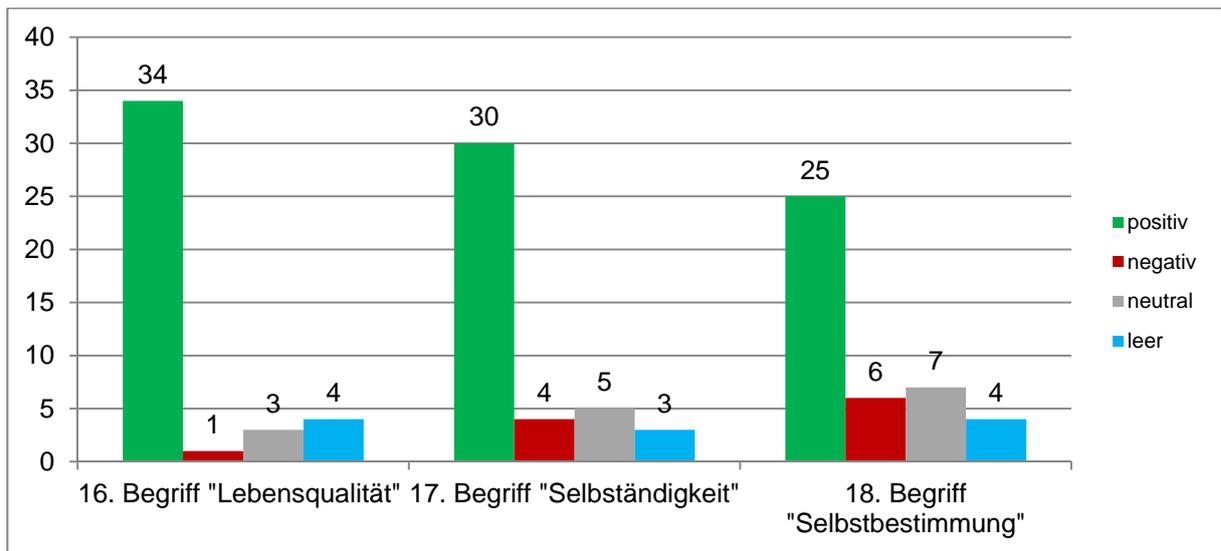


Abb. 8: zeigt die Wirkung der Bezeichnungen *Lebensqualität*, *Selbständigkeit* und *Selbstbestimmung* als Beschreibung eines generellen Gefühlseindrucks durch die Probanden, taxiert durch den Autor

5.7. Wirkung des Logos „Schweizerisches Rotes Kreuz“

Alle analysierten Prospekte sind mit dem Logo des SRK versehen. Deshalb erschien es durchaus auch interessant zu erfahren, welche Gefühle gerade dieses Logo bei den 42 Probanden ausgelöst hat.

Die Probanden wurden mit der Frage konfrontiert: „Was löst das SRK-Logo – das Rote Kreuz – bei Ihnen aus?“ Die Probanden mussten dann auf einer Skala von „positive“ - „eher positive“ - „neutrale“ - „eher negative“ - „negative“ Gefühle ihre eigene Gefühls-Wahrnehmung einstufen. Wie auf der Abbildung 9 zu sehen ist, löst das Logo vor allem positive Gefühle aus.

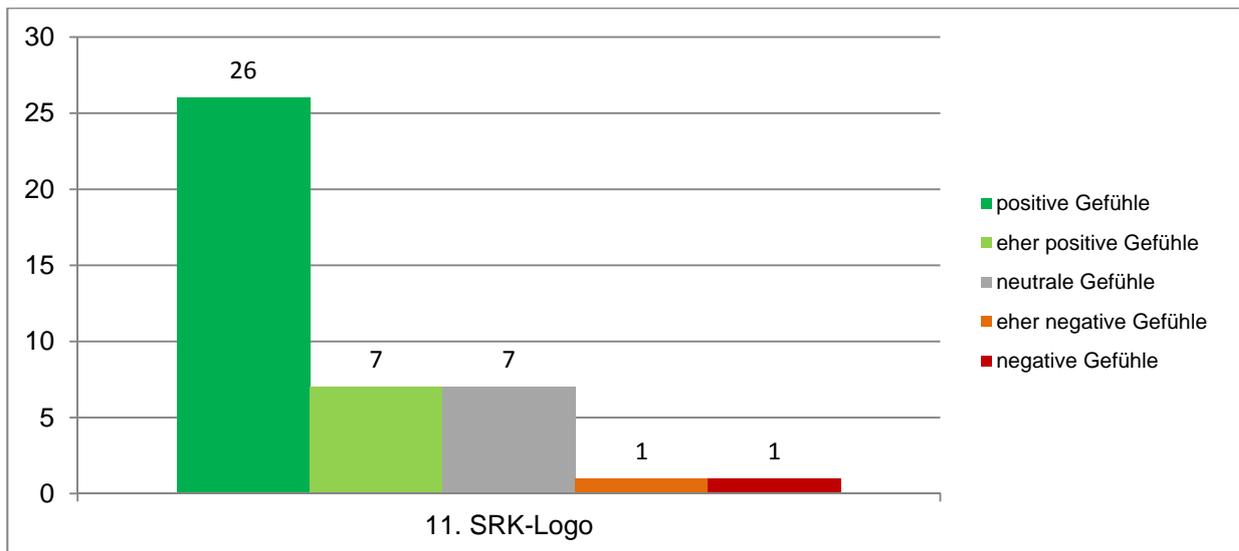


Abb. 9: Selbsteinstufung (eigene Gefühls-Wahrnehmung) der Probanden auf die Frage „Was löst das SRK-Logo bei Ihnen aus?“

Aus der Abbildung 10 geht deutlich hervor, dass die Taxierung der jeweiligen Beschreibung des generellen Gefühlseindrucks der Probanden, durch den Autor als „positiv“-„negativ“-„neutral“ die probandeneigene Gefühls-Wahrnehmung gewissermaßen noch toppt.

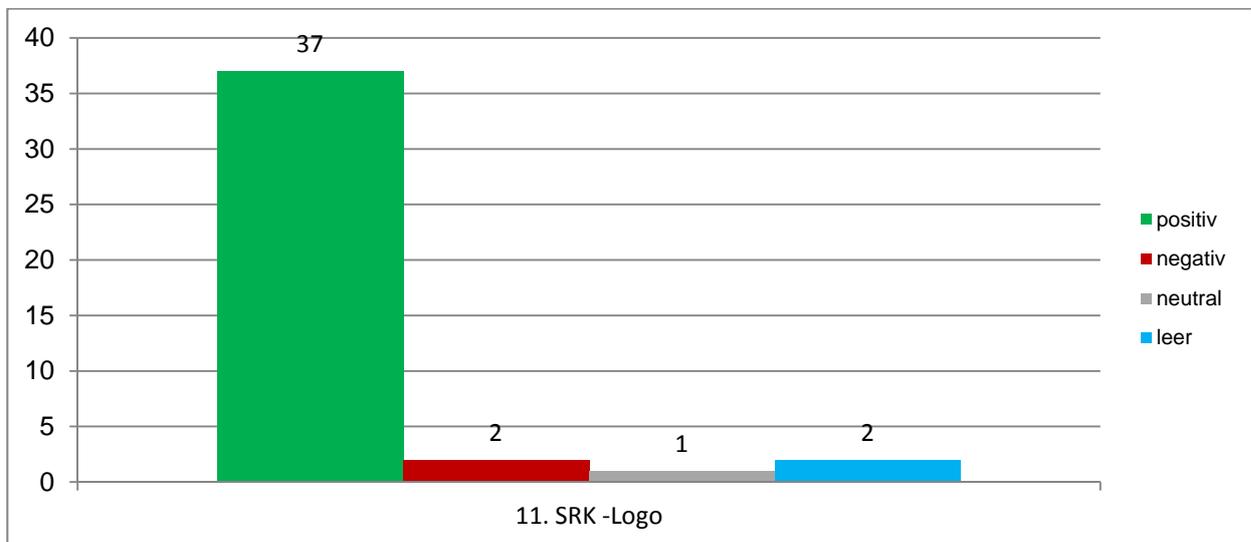


Abb. 10: zeigt die Wirkung des SRK-Logos als Beschreibung eines generellen Gefühlseindrucks durch die Probanden, taxiert durch den Autor

Die detaillierten Auswertungen über die gesamten Fragestellungen im Fragebogen sind im Anhang B zu finden.

5.8. Erkenntnisse in Bezug auf die Fragestellungen

Am Ausgangspunkt dieser Arbeit stand die Frage, ob das Dokumentations- und Präsentationsmaterial des Schweizerischen Roten Kreuzes für den Angebotsbereich Entlastung, namentlich die Prospekte für die einzelnen Dienstleistungen eher einseitig von Defiziten geprägtes Altersbild transportieren, bzw.eher negative Altersste-

reotype aktivieren oder ob darin das Alter(n) in seiner Vielfalt von positiven und negativen Aspekten dargestellt ist?

Aus Sicht des Autors lässt sich diese Frage nicht eindeutig und nicht abschliessend beantworten. Es sind durchaus sehr defizitorientierte Ansätze in der Bild- und Wortauswahl zu finden. Gerade die Verwendung des Begriffes „Betagte“ scheint doch mehrheitlich negative Altersstereotype bei den Probanden zu aktivieren. Auch vereinzelte Bildertypen lösten durchaus negative Altersstereotype bei den Probanden aus.

Insgesamt scheint über die Gesamtheit der Prospekte ein sehr differenziertes Altersbild dargestellt zu sein und dessen Wirkung auf die Probanden ist mehrheitlich positiver Art. Gerade die Verwendung der positiv konnotierten Begriffe „Lebensqualität“, „Selbstständigkeit“ und „Selbstbestimmung“ in den Prospekten lassen doch auf eine hohe Wertschätzung des älteren Menschen schliessen.

Viele der Dienstleistungen, welche in den Prospekten dargestellt werden, haben schon von sich selbst aus einen defizitorientierten „Anstrich“, was durch Bilder, welche die älteren Menschen in einer eher passiven Haltung darstellen, womöglich noch mit stigmatisierenden Hilfsmitteln versehen, verstärkt wird. Das in jeder Hinsicht positiv besetzte Logo des Roten Kreuzes mag dann allerdings die „Defizit-Neigung“ wieder auszugleichen.

Der Autor würde trotz der zum Teil negativen Tendenzen von einem allgemein sehr realistischen und ungekünstelten Bild des Alter(n)s in den analysierten Prospekten ausgehen. Es scheint ihm aber durchaus Potenzial zur Verbesserung vorhanden zu sein.

Im Anschluss an die Ausgangsfrage begleiteten - methodisch und inhaltlich - im Einzelnen folgende Fragen den Prozess der vorliegenden Arbeit:

- *Welche Eindrücke, welche Gedanken und Gefühle werden durch vom Autor ausgewählte Bilder und Bezeichnungen/Begriffe aus den analysierten Prospekten bei gezielt befragten Betrachtern (Probanden) ausgelöst?*
- *Wie lassen sich die Gefühle, welche die Eindrücke und Gedanken bei den Probanden auslösen, werten?*

Die Eindrücke, Gedanken und Gefühle, welche die Bilder und Bezeichnungen/Begriffe bei den Probanden ausgelöst haben, waren sehr vielfältig. Die Wertung der untersuchten Bilder und Bezeichnungen/Begriffe auf ihre Gefühlswirkung war jedoch sehr eindeutig und es wurden mehrheitlich „eher positive Gefühle“ bis „positive Gefühle“

ausgelöst. Von den 10 ausgewählten Bildern hat nur gerade ein Bild „eher negative Gefühle“ ausgelöst. Dieses Verhältnis von 9 zu 1, lässt sich aus Sicht des Autors auf die Gesamtheit der verwendeten Bilder in den Prospekten übertragen.

Erwähnenswert ist, dass bezeichnenderweise „Betagte“ als Begriff durchwegs negative Gefühle bei den Probanden ausgelöst hat und deshalb aus Sicht des Autors zur Bezeichnung von älteren Menschen gänzlich ungeeignet ist.

Schliesslich war es ein Ziel der Fragestellung dieser Arbeit, im Hinblick auf die bildliche und textliche Darstellung der Dienstleistungen des SRK im Angebotsbereich Entlastung einige Leitsätze zu formulieren:

- *Welche Leitsätze lassen sich auf der Basis der gewonnenen Erkenntnisse formulieren im Hinblick auf eine positiv besetzte Wort- und Bildauswahl für Prospekte im Bereich der Rotkreuz-Entlastungsangebote?*

Aus Sicht des Autors lassen sich vier kurze Leitsätze festschreiben, die inhaltlich nicht als abschliessend sondern als noch ausbaufähig betrachtet werden dürfen:

1. **Menschenbild – Altersbild**

Der erste Rotkreuz-Grundsatz „Menschlichkeit“ ist ein hohes Gut des Schweizerischen Roten Kreuzes. Aufbauend auf diesem zentralen Rotkreuz-Grundsatz ist ein Menschenbild-Altersbild zu definieren. Dieses Menschenbild-Altersbild könnte sich auf folgende Grundwerthaltungen stützen:

Im Mittelpunkt allen Wirkens steht der Menschen und nicht seine Krankheit, seine Behinderung oder sein Alter.

Gerade die älteren Generationen sind heute so heterogen wie wohl nie zuvor. Ob dieser Heterogenität des Alters und des Alterns macht es auch nicht Sinn, einfache, pauschal behaftete Alterstypologien zu definieren. Als erstrebenswert erscheint vielmehr ein vielschichtiges und realistisches Bild vom Alter(n). Es soll weder mit Negativklischees noch mit überschwänglichen Beschönigungen besetzt sein. Es geht um ein Altersbild, welches Einschränkungen einbindet und die Kompetenzen und die Ressourcen älterer Menschen nicht ausser Acht lässt und wo immer möglich in den Fokus stellt.

Dieselbe Haltung ist auch gegenüber Menschen mit einer Behinderung oder/und einer Krankheit angezeigt. Es geht nicht darum, Lösungen zu suchen **für** die Menschen, die Dienstleistungen des SRK in Anspruch nehmen, sondern **mit** ihnen.

2. **Bilder, die nicht stigmatisieren**

Auf Bildern werden ältere Menschen (Menschen mit einer Krankheit oder Behinderung) und deren mögliche Einschränkungen (z.B. Hilfsmittel) nicht so dargestellt, dass die mögliche stereotypische Ansicht beim Betrachter verstärkt wird.

Die Menschen werden vor allem in sozialen und intergenerativen Beziehungen dargestellt. Der Unterstützungsbedarf der Menschen wird nicht negiert, aber auch nicht überzeichnet.

3. **Wertschätzende Ansprache der Zielgruppe**

Wenn immer möglich werden die Zielgruppen persönlich angesprochen: „Ist es Ihnen wichtig, selbstbestimmt in den eigenen vier Wänden zu wohnen?“

In unseren Prospekten sprechen wir von

- **älteren Menschen** und nicht von Betagten
- **Menschen mit einer Krankheit** (mit Demenz) und nicht von Kranken (Dementen)
- **Menschen mit einer Behinderung** und nicht von Behinderten.

4. **Schlüsselbegriffe mit Inhalten füllen**

Wir verwenden Begriffe wie z.B. „Lebensqualität“, „Selbständigkeit“ und „Selbstbestimmung“ nicht nur als pauschale Mode- und Schlagwörter, sondern füllen sie wo immer möglich auch mit Inhalten.

6. **Zum Abschluss: Diskussion**

Aus den Resultaten der vorliegenden Arbeit lässt sich in Bezug auf das Altersbild in Prospekten des Schweizerischen Roten Kreuzes für den Angebotsbereich Entlastung kein eindeutiges Altersbild herauschälen. Einzelne defizitär geprägte Ansätze sind nicht wegzuleugnen. Insgesamt scheint aber ein wertschätzendes und differenziertes Altersbild vorzuherrschen.

Die ausgewählten Bilder und Bezeichnungen/Begriffe aus den Prospekten lösen bei den befragten Probanden mehrheitlich positive Gefühle aus. Ausnahmen bilden der Begriff „Betagte“ und das Bild mit der älteren Frau im Rollstuhl, die vorwiegend negative Gefühle auslösen und negative Stereotype aktivieren.

Wenn von einer unbewussten automatischen Aktivierung von negativen oder positiven Altersstereotypen ausgegangen wird (siehe oben Kapitel 2), erscheint die bewusste Vermeidung der Aktivierung negativer Stereotype doch erstrebenswert, und zwar nicht zuletzt deshalb, weil die Dienstleistungen im Bereich Entlastung mehrheitlich doch Angebote sind, die in direktem Zusammenhang mit einem Defizit der nutzenden

Personen stehen. Wenn zum Beispiel das Rotkreuz-Notrufsystem als Dienstleistung zusätzlich mit Bildern und/oder Bezeichnungen/Begriffen beworben wird, die bei den Betrachtern ein negatives Stereotyp auslösen, wird die ohnehin bestehende Stigmatisierung der Dienstleistung noch verstärkt und die Nutzung der Dienstleistung so lange hinausgezögert, wie nur möglich.

Diese Erkenntnis erscheint dem Autor gerade in Bezug auf den Praxisnutzen von grosser Relevanz.

Die vier Leitsätze (Kapitel 5.8), welche gewissermassen als Resultat dieser Arbeit formuliert wurden, erscheinen auf den ersten Blick vielleicht banal, können aber in der Umsetzung doch sehr anspruchsvoll sein. Gerade im ersten Leitsatz wird ein Menschenbild, eine Haltung postuliert, welche nicht nur erarbeitet und einmal niedergeschrieben sein will, sondern auch im Arbeitsalltag gelebt werden muss.

Das methodische Vorgehen (siehe Kapitel 4) hat sich weitgehend bewährt. Die Erstellung eines Rasters für die Bildanalyse hat sich als sehr schwierig herausgestellt. Der inhaltliche Bezug auf die vier Lebensbereiche nach Kalbermatten war hier zwar hilfreich, doch kann eine persönlich subjektive Interpretation der Kriterien durch den Autor nicht ausgeschlossen werden.

Bei der Befragung darf durchaus in Kritik stehen, dass nur einzelne Bilder und Bezeichnungen/Begriffe auf ihre Wirkung bei den Probanden getestet wurden und nicht die Wirkung eines gesamten Prospektes. Dies wäre jedoch bei der Menge und Vielfalt der Prospekte kaum realisierbar und für die Probanden nicht zumutbar gewesen. Dem Autor ging es vor allem darum herauszuarbeiten, wie einzelne Bilder und Bezeichnungen/Begriffe wirken - dies durchaus im Bewusstsein, dass die ausgewählten Bilder und Bezeichnungen/Begriffe möglicherweise im Gesamtkontext anders wirken können. In diesem Zusammenhang stellt sich dem Autor die Frage nach der als stark negativ vermerkten Konnotation der Bezeichnung „Betagte“. Konkret geht es um die Frage, ob mit dem bewussten Weglassen der Bezeichnung „Betagte“ im Fragebogen auch all die negativ besetzten Gefühle und Äusserungen in Bezug auf den Begriff des Alter(n)s verschwunden wären oder ob sich diese auf den Begriff „ältere Menschen“ übertragen hätten. Diese Frage und auch die Frage nach der Wirkung eines Prospekts in seiner Gesamtheit bleiben mit dieser Arbeit unbeantwortet.

Das Ziel der Arbeit war jedoch, eine Handvoll möglicher Leitsätze zu einer positiv besetzten Wort- und Bildauswahl für den Angebotsbereich Entlastung zu erarbeiten und zu formulieren. Mit den vier Leitsätzen kann die Zielerreichung dieser Arbeit als erfüllt

betrachtet werden – durchaus im Wissen, dass diese Leitsätze inhaltlich noch zu verfeinern sind und auch nicht als statisch angesehen werden dürfen.

Die vielleicht wichtigste Schlussfolgerung, welche der Autor aus seiner Arbeit zieht, ist das Postulat nach einer Definition eines Menschenbildes/Altersbildes als einer Grundlage für die Dienstleistungen im Allgemeinen aber auch speziell für das Marketing dieser Dienstleistungen, namentlich für die Produktion von Prospekten. Ein feste Grundlage und Werthaltung in Bezug auf das Alter(n) zu definieren und vor allem im Alltag zu leben, könnte ein wichtiger Beitrag sein, die zum Teil stigmatisierenden Bilder der verschiedenen Rotkreuz-Entlastungsdienstleistungen abzubauen und den Zugang und Einstieg für die Nutzenden zu erleichtern.

Vor diesem Hintergrund markiert diese Modularbeit nicht den Schlusspunkt zur Auseinandersetzung mit Bildern des Alters, sondern signalisiert vielmehr erst einen bewussten Ausgangspunkt für das SRK.

Literaturverzeichnis

- Bundesamt für Statistik (2009). Struktur der ständigen Wohnbevölkerung, 2008-2009. Excel Datenblatt T 1.2.1.2.2. Gelesen am 20.03.2011 unter Online: <http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/de/index/themen/01/02/blank/key/bevoelkerungsstand.html>
- Filipp, S.-H. (2010). Bilder des Alters. Skript aus dem Studiengang MAS / Brückenmodul SAG 2010 – 2012.
- Filipp, S.-H. & Mayer, A.-K. (1999). Bilder des Alters. Altersstereotype und die Beziehungen zwischen den Generationen. Stuttgart: Kohlhammer
- Kalbermatten, U. u.a. (2010). Der Berner Ansatz zur Gerontologie: Das Konzept Lebensgestaltung. Skript aus dem Studiengang MAS / Brückenmodul SAG 2010 – 2011.
- Kruse, A. & Wahl, H.-W. (2010). Zukunft Altern. Individuelle und gesellschaftliche Weichenstellungen. Heidelberg: Spektrum.
- Lehr, U. (2007). Psychologie des Alterns. 11. Auflage. Wiebelsheim: Quelle & Meyer
- Perrig-Chiello, P. & Höpflinger, F. (2009). Die Babyboomer. Eine Generation revolutioniert das Alter. Zürich: Neue Zürcher Zeitung
- Rothermund, K. & Mayer, A.-K. (2009). Altersdiskriminierung. Erscheinungsformen, Erklärungen und Interventionsansätze. Stuttgart: Kohlhammer

Anhang

- A) Fragebogen
- B) Auswertung der Befragung

Fragebogen

Modularbeit MAS-Studiengang
Mario Wüthrich

Studen, Februar 2011

Sehr geehrte Damen und Herren

*Es würde mich freuen, wenn Sie Zeit und Lust finden würden,
um nachstehende Fragen zu beantworten.*

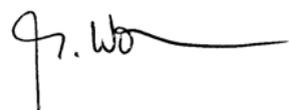
*Die Fragen stehen im Zusammenhang mit meiner Modularbeit
an der Berner Fachhochschule.*

*Meine Arbeit untersucht die Inhalte der Prospekte der
Entlastungsdienste des Schweizerischen Roten Kreuzes.*

*Sie werden Fragen zu Bildern und Wörtern beantworten. Mich
interessieren Ihre Gedanken dazu. Bitte versuchen Sie, die
Fragen spontan zu beantworten. Vor allem Ihre ersten
Gedanken interessieren mich.*

Besten Dank.

Freundliche Grüsse



Mario Wüthrich



*Mario Wüthrich
Gerontologe HF
Geb. 30.10.1968*

*Tulpenweg 2
CH-2557 Studen*

*032 373 73 30
079 333 79 26*

Bitte betrachten Sie nachstehendes Bild und beantworten Sie die Fragen dazu:



63.1

1.1. Was löst dieses Bild bei Ihnen aus? Schreiben Sie dies bitte in ein, zwei kurzen Sätzen oder Stichwörtern auf:

1.2. Stufen Sie Ihre oben beschriebenen Gedanken bitte ein:

<input type="checkbox"/> 1.2.1 positive Gefühle	<input type="checkbox"/> 1.2.2 eher positive Gefühle	<input type="checkbox"/> 1.2.3 neutrale Gefühle	<input type="checkbox"/> 1.2.4 eher negative Gefühle	<input type="checkbox"/> 1.2.5 negative Gefühle
---	--	---	--	---

1.3. Wenn Sie dieses Bild mit einem einzelnen Gefühl beschreiben müssten, wie würde dieses lauten:

--

Bitte betrachten Sie nachstehendes Bild und beantworten Sie die Fragen dazu:



7.5

2.1 Was löst dieses Bild bei Ihnen aus? Schreiben Sie dies bitte in ein, zwei kurzen Sätzen oder Stichwörtern auf:

2.2 Stufen Sie Ihre oben beschriebenen Gedanken bitte ein:

<input type="checkbox"/> 2.2.1 positive Gefühle	<input type="checkbox"/> 2.2.2 eher positive Gefühle	<input type="checkbox"/> 2.2.3 neutrale Gefühle	<input type="checkbox"/> 2.2.4 eher negative Gefühle	<input type="checkbox"/> 2.2.5 negative Gefühle
---	--	---	--	---

2.3 Wenn Sie dieses Bild mit einem einzelnen Gefühl beschreiben müssten, wie würde dieses lauten:

--

Bitte betrachten Sie nachstehendes Bild und beantworten Sie die Fragen dazu:



27.4

3.1 Was löst dieses Bild bei Ihnen aus? Schreiben Sie dies bitte in ein, zwei kurzen Sätzen oder Stichwörtern auf:

3.2 Stufen Sie Ihre oben beschriebenen Gedanken bitte ein:

<input type="checkbox"/> 3.2.1 positive Gefühle	<input type="checkbox"/> 3.2.2 eher positive Gefühle	<input type="checkbox"/> 3.2.3 neutrale Gefühle	<input type="checkbox"/> 3.2.4 eher negative Gefühle	<input type="checkbox"/> 3.2.5 negative Gefühle
---	--	---	--	---

3.3 Wenn Sie dieses Bild mit einem einzelnen Gefühl beschreiben müssten, wie würde dieses lauten:

--

Bitte betrachten Sie nachstehendes Bild und beantworten Sie die Fragen dazu:



65.1

4.1 Was löst dieses Bild bei Ihnen aus? Schreiben Sie dies bitte in ein, zwei kurzen Sätzen oder Stichwörtern auf:

4.2 Stufen Sie Ihre oben beschriebenen Gedanken bitte ein:

<input type="checkbox"/> 4.2.1 positive Gefühle	<input type="checkbox"/> 4.2.2 eher positive Gefühle	<input type="checkbox"/> 4.2.3 neutrale Gefühle	<input type="checkbox"/> 4.2.4 eher negative Gefühle	<input type="checkbox"/> 4.2.5 negative Gefühle
---	--	---	--	---

4.3 Wenn Sie dieses Bild mit einem einzelnen Gefühl beschreiben müssten, wie würde dieses lauten:

--

Bitte betrachten Sie nachstehendes Bild und beantworten Sie die Fragen dazu:



42.1

5.1 Was löst dieses Bild bei Ihnen aus? Schreiben Sie dies bitte in ein, zwei kurzen Sätzen oder Stichwörtern auf:

5.2 Stufen Sie Ihre oben beschriebenen Gedanken bitte ein:

<input type="checkbox"/> 5.2.1 positive Gefühle	<input type="checkbox"/> 5.2.2 eher positive Gefühle	<input type="checkbox"/> 5.2.3 neutrale Gefühle	<input type="checkbox"/> 5.2.4 eher negative Gefühle	<input type="checkbox"/> 5.2.5 negative Gefühle
---	--	---	--	---

5.3 Wenn Sie dieses Bild mit einem einzelnen Gefühl beschreiben müssten, wie würde dieses lauten:

--

Bitte betrachten Sie nachstehendes Bild und beantworten Sie die Fragen dazu:



19.2

6.1 Was löst dieses Bild bei Ihnen aus? Schreiben Sie dies bitte in ein, zwei kurzen Sätzen oder Stichwörtern auf:

6.2 Stufen Sie Ihre oben beschriebenen Gedanken bitte ein:

<input type="checkbox"/> 6.2.1 positive Gefühle	<input type="checkbox"/> 6.2.2 eher positive Gefühle	<input type="checkbox"/> 6.2.3 neutrale Gefühle	<input type="checkbox"/> 6.2.4 eher negative Gefühle	<input type="checkbox"/> 6.2.5 negative Gefühle
---	--	---	--	---

6.3 Wenn Sie dieses Bild mit einem einzelnen Gefühl beschreiben müssten, wie würde dieses lauten:

--

Bitte betrachten Sie nachstehendes Bild und beantworten Sie die Fragen dazu:



38.2

7.1 Was löst dieses Bild bei Ihnen aus? Schreiben Sie dies bitte in ein, zwei kurzen Sätzen oder Stichwörtern auf:

7.2 Stufen Sie Ihre oben beschriebenen Gedanken bitte ein:

<input type="checkbox"/> 7.2.1 positive Gefühle	<input type="checkbox"/> 7.2.2 eher positive Gefühle	<input type="checkbox"/> 7.2.3 neutrale Gefühle	<input type="checkbox"/> 7.2.4 eher negative Gefühle	<input type="checkbox"/> 7.2.5 negative Gefühle
---	--	---	--	---

7.3 Wenn Sie dieses Bild mit einem einzelnen Gefühl beschreiben müssten, wie würde dieses lauten:

--

Bitte betrachten Sie nachstehendes Bild und beantworten Sie die Fragen dazu:



60.1

8.1 Was löst dieses Bild bei Ihnen aus? Schreiben Sie dies bitte in ein, zwei kurzen Sätzen oder Stichwörtern auf:

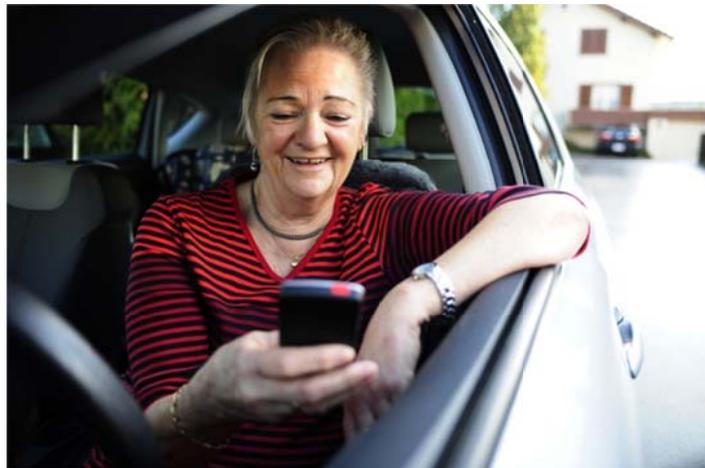
8.2 Stufen Sie Ihre oben beschriebenen Gedanken bitte ein:

<input type="checkbox"/> 8.2.1 positive Gefühle	<input type="checkbox"/> 8.2.2 eher positive Gefühle	<input type="checkbox"/> 8.2.3 neutrale Gefühle	<input type="checkbox"/> 8.2.4 eher negative Gefühle	<input type="checkbox"/> 8.2.5 negative Gefühle
---	--	---	--	---

8.3 Wenn Sie dieses Bild mit einem einzelnen Gefühl beschreiben müssten, wie würde dieses lauten:

--

Bitte betrachten Sie nachstehendes Bild und beantworten Sie die Fragen dazu:



64.5

9.1 Was löst dieses Bild bei Ihnen aus? Schreiben Sie dies bitte in ein, zwei kurzen Sätzen oder Stichwörtern auf:

9.2 Stufen Sie Ihre oben beschriebenen Gedanken bitte ein:

<input type="checkbox"/> _{9.2.1} positive Gefühle	<input type="checkbox"/> _{9.2.2} eher positive Gefühle	<input type="checkbox"/> _{9.2.3} neutrale Gefühle	<input type="checkbox"/> _{9.2.4} eher negative Gefühle	<input type="checkbox"/> _{9.2.5} negative Gefühle
--	---	--	---	--

9.3. Wenn Sie dieses Bild mit einem einzelnen Gefühl beschreiben müssten, wie würde dieses lauten:

--

Bitte betrachten Sie nachstehendes Bild und beantworten Sie die Fragen dazu:



59.1

10.1 Was löst dieses Bild bei Ihnen aus? Schreiben Sie dies bitte in ein, zwei kurzen Sätzen oder Stichwörtern auf:

10.1 Stufen Sie Ihre oben beschriebenen Gedanken bitte ein:

<input type="checkbox"/> 10.1.1 positive Gefühle	<input type="checkbox"/> 10.1.2 eher positive Gefühle	<input type="checkbox"/> 10.1.3 neutrale Gefühle	<input type="checkbox"/> 10.2.4 eher negative Gefühle	<input type="checkbox"/> 10.2.5 negative Gefühle
--	---	--	---	--

10.1 Wenn Sie dieses Bild mit einem einzelnen Gefühl beschreiben müssten, wie würde dieses lauten:

--

Bitte betrachten Sie nachstehendes Logo und beantworten Sie die Fragen dazu:

**Croix-Rouge suisse
Schweizerisches Rotes Kreuz
Croce Rossa Svizzera**



11.1 Was löst dieses Logo bei Ihnen aus? Schreiben Sie dies bitte in ein, zwei kurzen Sätzen oder Stichwörtern auf:

11.2 Stufen Sie Ihre oben beschriebenen Gedanken bitte ein:

<input type="checkbox"/> 11.2.1 positive Gefühle	<input type="checkbox"/> 11.2.2 eher positive Gefühle	<input type="checkbox"/> 11.2.3 neutrale Gefühle	<input type="checkbox"/> 11.2.4 eher negative Gefühle	<input type="checkbox"/> 11.2.5 negative Gefühle
--	---	--	---	--

11.3 Wenn Sie dieses Logo mit einem einzelnen Gefühl beschreiben müssten, wie würde dieses lauten:

--

Bitte lesen Sie nachstehendes Wort und beantworten Sie die Fragen dazu:

Betagte

12.1 Was löst dieses Wort bei Ihnen aus? Schreiben Sie dies bitte in ein, zwei kurzen Sätzen oder Stichwörtern auf:

12.2 Stufen Sie Ihre oben beschriebenen Gedanken bitte ein:

<input type="checkbox"/> 12.2.1 positive Gefühle	<input type="checkbox"/> 12.2.2 eher positive Gefühle	<input type="checkbox"/> 12.2.3 neutrale Gefühle	<input type="checkbox"/> 12.2.4 eher negative Gefühle	<input type="checkbox"/> 12.2.5 negative Gefühle
--	---	--	---	--

12.3 Wenn Sie dieses Wort mit einem einzelnen Gefühl beschreiben müssten, wie würde dieses lauten:

--

Bitte lesen Sie nachstehendes Wort und beantworten Sie die Fragen dazu:

ältere Menschen

13.1 Was löst dieses Wort bei Ihnen aus? Schreiben Sie dies bitte in ein, zwei kurzen Sätzen oder Stichwörtern auf:

13.2 Stufen Sie Ihre oben beschriebenen Gedanken bitte ein:

<input type="checkbox"/> 13.2.1 positive Gefühle	<input type="checkbox"/> 13.2.2 eher positive Gefühle	<input type="checkbox"/> 13.2.3 neutrale Gefühle	<input type="checkbox"/> 13.2.4 eher negative Gefühle	<input type="checkbox"/> 13.2.5 negative Gefühle
--	---	--	---	--

13.3 Wenn Sie dieses Wort mit einem einzelnen Gefühl beschreiben müssten, wie würde dieses lauten:

--

Bitte lesen Sie nachstehendes Wort und beantworten Sie die Fragen dazu:

Senioren

14.1 Was löst dieses Wort bei Ihnen aus? Schreiben Sie dies bitte in ein, zwei kurzen Sätzen oder Stichwörtern auf:

14.2 Stufen Sie Ihre oben beschriebenen Gedanken bitte ein:

<input type="checkbox"/> 14.2.1 positive Gefühle	<input type="checkbox"/> 14.2.2 eher positive Gefühle	<input type="checkbox"/> 14.2.3 neutrale Gefühle	<input type="checkbox"/> 14.2.4 eher negative Gefühle	<input type="checkbox"/> 14.2.5 negative Gefühle
--	---	--	---	--

14.3 Wenn Sie dieses Wort mit einem einzelnen Gefühl beschreiben müssten, wie würde dieses lauten:

--

Bitte lesen Sie nachstehendes Wort und beantworten Sie die Fragen dazu:

Generation 50plus

15.1 Was löst dieses Wort bei Ihnen aus? Schreiben Sie dies bitte in ein, zwei kurzen Sätzen oder Stichwörtern auf:

15.2 Stufen Sie Ihre oben beschriebenen Gedanken bitte ein:

<input type="checkbox"/> 15.2.1 positive Gefühle	<input type="checkbox"/> 15.2.2 eher positive Gefühle	<input type="checkbox"/> 15.2.3 neutrale Gefühle	<input type="checkbox"/> 15.2.4 eher negative Gefühle	<input type="checkbox"/> 15.2.5 negative Gefühle
--	---	--	---	--

15.3 Wenn Sie dieses Wort mit einem einzelnen Gefühl beschreiben müssten, wie würde dieses lauten:

--

Bitte lesen Sie nachstehendes Wort und beantworten Sie die Fragen dazu:

Lebensqualität

16.1 Was löst dieses Wort bei Ihnen aus? Schreiben Sie dies bitte in ein, zwei kurzen Sätzen oder Stichwörtern auf:

16.2 Stufen Sie Ihre oben beschriebenen Gedanken bitte ein:

<input type="checkbox"/> 16.2.1 positive Gefühle	<input type="checkbox"/> 16.2.2 eher positive Gefühle	<input type="checkbox"/> 16.2.3 neutrale Gefühle	<input type="checkbox"/> 16.2.4 eher negative Gefühle	<input type="checkbox"/> 16.2.5 negative Gefühle
--	---	--	---	--

16.3 Wenn Sie dieses Wort mit einem einzelnen Gefühl beschreiben müssten, wie würde dieses lauten:

--

Bitte lesen Sie nachstehendes Wort und beantworten Sie die Fragen dazu:

Selbstständigkeit

17.1 Was löst dieses Wort bei Ihnen aus? Schreiben Sie dies bitte in ein, zwei kurzen Sätzen oder Stichwörtern auf:

17.2 Stufen Sie Ihre oben beschriebenen Gedanken bitte ein:

<input type="checkbox"/> 17.2.1 positive Gefühle	<input type="checkbox"/> 17.2.2 eher positive Gefühle	<input type="checkbox"/> 17.2.3 neutrale Gefühle	<input type="checkbox"/> 17.2.4 eher negative Gefühle	<input type="checkbox"/> 17.2.5 negative Gefühle
--	---	--	---	--

17.3 Wenn Sie dieses Wort mit einem einzelnen Gefühl beschreiben müssten, wie würde dieses lauten:

--

Bitte lesen Sie nachstehendes Wort und beantworten Sie die Fragen dazu:

Selbst- bestimmung

18.1 Was löst dieses Wort bei Ihnen aus? Schreiben Sie dies bitte in ein, zwei kurzen Sätzen oder Stichwörtern auf:

18.2 Stufen Sie Ihre oben beschriebenen Gedanken bitte ein:

<input type="checkbox"/> 18.2.1 positive Gefühle	<input type="checkbox"/> 18.2.2 eher positive Gefühle	<input type="checkbox"/> 18.2.3 neutrale Gefühle	<input type="checkbox"/> 18.2.4 eher negative Gefühle	<input type="checkbox"/> 18.2.5 negative Gefühle
--	---	--	---	--

18.3 Wenn Sie dieses Wort mit einem einzelnen Gefühl beschreiben müssten, wie würde dieses lauten:

--

Über die Beantwortung der folgenden Fragen zu Ihrer Person wäre ich dankbar:

Ich lebe...	
<input type="checkbox"/> _{19.1}	allein zu Hause
<input type="checkbox"/> _{19.2}	mit Partner und/oder Familie zu Hause
<input type="checkbox"/> _{19.3}	in einer Institution wie z.B. einem Altersheim/Pflegeheim/Betreutes Wohnen
<input type="checkbox"/> _{19.4}	

Tätigkeiten	
<input type="checkbox"/> _{20.1}	ich bin in der Schule, Ausbildung, Studium oder Lehre
<input type="checkbox"/> _{20.2}	ich bin im Berufsleben
<input type="checkbox"/> _{20.3}	ich bin pensioniert
<input type="checkbox"/> _{20.4}	

Elternteile	
<input type="checkbox"/> _{21.1}	ich habe noch lebende Elternteile
<input type="checkbox"/> _{21.2}	beide Elternteile sind verstorben

Geschlecht:	
<input type="checkbox"/> _{22.1}	weiblich
<input type="checkbox"/> _{22.2}	männlich

Jahrgang: _{23.1}	
----------------------------------	--

Bemerkungen: _{24.1}

Folgende Angaben werden von mir nur für Rückfragen benutzt.
(Ihre Angaben werden anonymisiert):

Vorname/Name: 25.1			
Adresse: 25.2			
PLZ: 25.3		Ort: 25.4	
Telefon: 25.5			

Besten Dank, dass Sie sich die Zeit und Mühe genommen haben, den Fragebogen auszufüllen. Darf ich Sie bitten, mir den ausgefüllten Fragebogen mittels beiliegendem, frankierten Rückantwortumschlag so rasch als möglich (spätestens bis 7. März 2011) an folgende Adresse zu senden:

Mario Wüthrich Tulpenweg 2 2557 Studen	<i>Tel. 032 373 73 30</i> <i>Handy 079 333 79 26</i> <i>E-Mail. mario.wuethrich@bluewin.ch</i>
---	--

Herzlichen Dank!

Mit freundliche Grüsse



Mario Wüthrich

Auswertung der Befragung

zur Modularbeit „Bilder des Alters“

Zum Ziel der Befragung mittels Fragebogen

Die Befragung hatte zum Ziel, die Wirkung einzelner ausgewählter Bilder und spezifischer Bezeichnungen/Begriffe aus den Prospekten auf die Probanden an Hand von deren positiven oder negativen Gefühlen aufzuzeigen. Die Befragung der Probanden fand in den Monaten Februar und März 2011 statt.

Zu den Probanden

An der Befragung haben 42 Probanden (25 Frauen und 17 Männer) teilgenommen.

Altersstruktur

Das Durchschnittsalter der Probanden war 52 Jahre.

25 Probanden waren zwischen 17 und 59 Jahre alt.

17 Probanden waren zwischen 59 und 89 Jahre alt.

Alter	Anzahl	Alter	Anzahl
15+	3	55+	6
25+	7	65+	5
35+	7	75+	9
45+	5		

Wohnregion

Die Probanden waren wohnhaft in den Kantonen Bern (34), St. Gallen (6) und Freiburg (4), wobei 10 Probanden in eher städtischen und 32 in eher ländlichen Gebieten wohnten.

Wohnform

34 Probanden lebten mit Partnern und/oder Familien zu Hause.

6 Probanden lebten allein zu Hause.

2 Probanden lebten in Wohngemeinschaften.

Tätigkeit

24 Probanden standen im Berufsleben.

14 Probanden waren pensioniert.

3 Probanden waren in der Schule, in Ausbildung, im Studium oder Lehre und Berufsleben.

1 Proband war pensioniert und stand in einem kleinen Pensum noch im Berufsleben.

Auswertung der Befragung

zur Modularbeit „Bilder des Alters“

Elternteile

23 Probanden gaben an, noch lebende Elternteile zu haben.

19 Probanden hatten keine lebenden Elternteile mehr.

Fragen im Fragebogen

Die Probanden wurden mittels Fragebogen mit folgenden Fragen konfrontiert:

1. Was löst dieses „Bild“/„Logo“/„Wort“ bei Ihnen aus? Schreiben Sie dies bitte in ein, zwei kurzen Sätzen oder Stichwörtern auf: (...)
2. Stufen Sie Ihre oben beschriebenen Gedanken bitte ein:
positive Gefühle / eher positive Gefühle / neutrale Gefühle / eher negative Gefühle / negative Gefühle
3. Wenn Sie dieses „Bild“/„Logo“/„Wort“ mit einem einzelnen Gefühl beschreiben müssten, wie würde dieses lauten: (...)

Auswertung der Befragung zur Modularbeit „Bilder des Alters“

1. Ältere Frau mit Kind

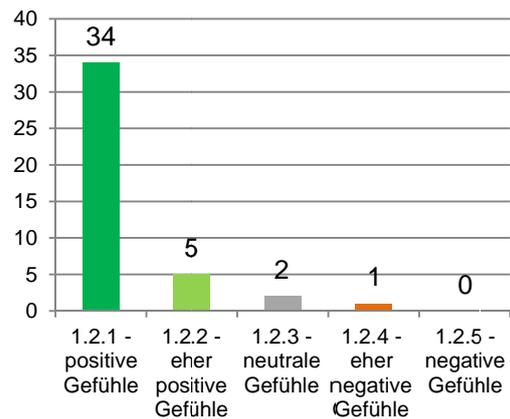
Dieses Bild wirbt für den Rotkreuz-Notruf.

Das Bild löst bei den Probanden eher Beschreibungen in Bezug auf die soziale Beziehung der zwei dargestellten Personen aus. Im Zentrum steht die Intergenerativität, die Wechselbeziehung zwischen den Generationen. Die Probanden stufen ihre eigene Gefühlswahrnehmung auf die Wirkung des Bildes zum grössten Teil als „positive Gefühle“ ein. Nur bei einem Probanden hat das Bild in Bezug auf die Endlichkeit des Lebens ein negatives Gefühl ausgelöst. Die Taxierung des von den Probanden beschriebenen generellen Gefühlseindrucks durch den Autor bestätigt diese Einschätzung.

Bild Nr. 63.1



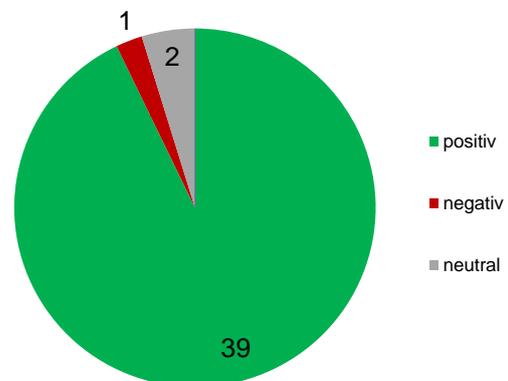
Wie stufen die Probanden ihre Beschreibungen/Gedanken selber ein?



Wie beschreiben die Probanden das Bild, wenn sie dazu aufgefordert werden, dies mit einem generellen Gefühlseindruck begrifflich zu beschreiben:

- 8x Freunde
- 5x Geborgenheit / Vertrauen / Vertrautheit
- 4x Harmonie / harmonisch
- 4x Hilfsbereitschaft / hilfsbereit / behilflich
- 3x Zuneigung
- 3x Glück / glücklich / zwei glückliche Menschen
- 3x Zufriedenheit / beide Personen strahlen
Zufriedenheit aus
- 2x Familie
- 2x Liebe
- 2x Sympathie / sympathisch
- 1x erstrebenswert
- 1x Freundschaft
- 1x fürsorglich
- 1x herzlich
- 1x praktisches Interesse vom Enkelkind
- 1x Traurigkeit

Taxierung des von den Probanden beschriebenen generellen Gefühlseindrucks als „positiv“, „negativ“ und „neutral“



Unterschiede zwischen den Geschlechtern und den Generationen?

Bei diesem Bild sind in den Aussagen der Probanden keine signifikanten geschlechts- und generationenspezifischen Unterschiede auszumachen.

Auswertung der Befragung zur Modularbeit „Bilder des Alters“

2. Ältere Frau mit älteren Begleiterin

Dieses Bild wirbt für den Rotkreuz-Entlastungsdienst.

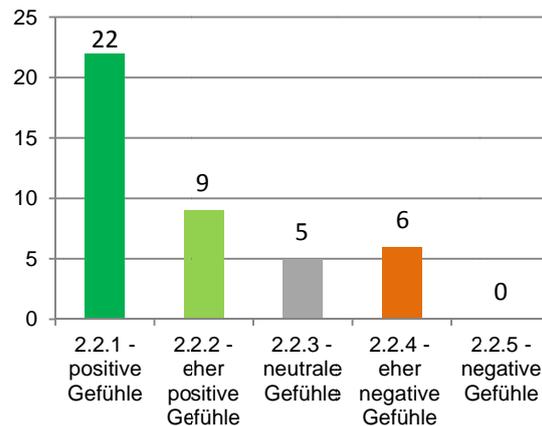
Das Bild löst bei den Probanden eher emotionale Beschreibungen in Bezug auf die soziale Beziehung der zwei dargestellten Personen aus. Die Intergenerativität, die Wechselbeziehung zwischen den Generationen, ist auch hier ein wichtiger Punkt.

Die Probanden stufen ihre eigene Gefühlswahrnehmung auf die Wirkung des Bildes zum grössten Teil als „positive Gefühle“ ein. Bei 6 Probanden löst dieses Bild allerdings auch negative Gefühle aus. Die Taxierung des von den Probanden beschriebenen generellen Gefühlseindrucks durch den Autor bestätigt diese Einschätzung.

Bild Nr. 7.5



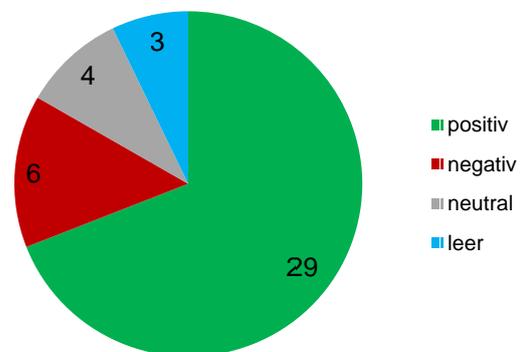
Wie stufen die Probanden ihre Beschreibungen/Gedanken selber ein?



Wie beschreiben die Probanden das Bild, wenn sie dazu aufgefordert werden, dies mit einem generellen Gefühlseindruck begrifflich zu beschreiben:

- 7x Freude
- 5x Fürsorge / Zuneigung, Zuneigung stimmt / Zuwendung
- 3x Angst / Angst vor Tod / mulmig
- 4x Gemeinschaft / Verbundenheit / geborgen / Geborgenheit, wohlfühlen
- 3x ich liebe dich / Lebensqualität durch Liebe
- 3x herzlich / sehr herzlich
- 2x Augenblick der stillen Zufriedenheit / Zufriedenheit
- 1x Anteilnahme
- 1x Besorgnis
- 1x das „Ende“ ist nah
- 1x diese Personen verstehen sich
- 1x ein Wohlgefühl durchströmt die Seniorin
- 1x Erinnerungen
- 1x Glück
- 1x Mitleid und sogar eine gewisse Traurigkeit
- 1x Mutter-Tochter-Beziehung
- 1x sehr anstrengend
- 1x Verständnis
- 1x Zärtlichkeit
- 3x leer

Taxierung des von den Probanden beschriebenen generellen Gefühlseindrucks als „positiv“, „negativ“ und „neutral“



Unterschiede zwischen den Geschlechtern und den Generationen?

Bei diesem Bild sind in den Aussagen der Probanden keine signifikanten geschlechtsspezifischen Unterschiede zu erkennen. Interessant ist, dass dieses Bild bei den Probanden 60+ keine negativen Gefühle auslöst. Die 6 negativen Gefühlswahrnehmungen liegen bei den Probanden zwischen 30 und 59 Jahren.

Auswertung der Befragung zur Modularbeit „Bilder des Alters“

3. Älterer Mann mit junger Betreuerin

Dieses Bild wirbt für den Rotkreuz-Entlastungsdienst für pflegende Angehörige.

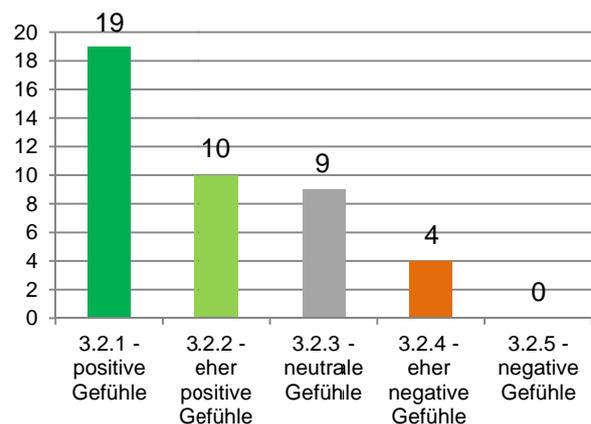
Das Bild löst bei den Probanden eher emotionale Beschreibungen in Bezug auf die Hilfsbedürftigkeit aus.

Die Probanden stufen ihre eigene Gefühlswahrnehmung in Bezug auf die Wirkung des Bildes mehrheitlich als „positive Gefühle“ ein. Das Bild löst jedoch bei 4 Probanden durchaus auch negative Gefühle aus. Bei der Taxierung des von den Probanden beschriebenen generellen Gefühlseindrucks durch den Autor erhöht sich die Zahl der negativen Einschätzungen von 4 auf 9.

Bild Nr. 27.4



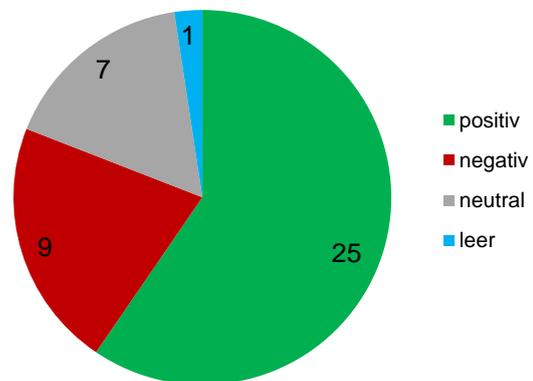
Wie stufen die Probanden ihre Beschreibungen/Gedanken selber ein?



Wie beschreiben die Probanden das Bild, wenn sie dazu aufgefordert werden, dies mit einem generellen Gefühlseindruck begrifflich zu beschreiben:

- 5x Freude / Freude herrscht / froh / Genuss
- 4x zufrieden / Zufriedenheit
- 4x unterstützt / Unterstützung / Hilfe
- 3x Angst / davor habe ich eigentlich Angst, wenn es mich betreffen sollte
- 2x Vertrauen
- 2x Sicherheit
- 2x Sorgen / Sorgen (Finanzen)
- 1x Abhängigkeit
- 1x Alt und Jung
- 1x aufmerksam am Leben teilnehmen trotz Altersbeschwerden
- 1x begeistert
- 1x Beziehung Pflege – Heimbewohner
- 1x Dankbarkeit
- 1x dass man noch Freude haben kann, wenn man auf Unterstützung angewiesen ist
- 1x einen strahlenden Senior seh ich da
- 1x ermöglicht einen Spaziergang
- 1x Freundlichkeit
- 1x Gesundheit, Fröhlichkeit
- 1x gut versorgt
- 1x harmonisch
- 1x ich möchte lange nicht in ein Altersheim
- 1x liebevoll
- 1x Nächstenliebe
- 1x schwach
- 1x Selbstvertrauen
- 1x Spitalstimmung
- 1x leer

Taxierung des von den Probanden beschriebenen generellen Gefühlseindrucks als „positiv“, „negativ“ und „neutral“



Unterschiede zwischen den Geschlechtern und den Generationen?

Bei diesem Bild sind in den Aussagen der Probanden keine signifikanten geschlechtsspezifischen Unterschiede zu erkennen. Interessant ist, dass dieses Bild bei den Probanden 60+ „eher keine negativen“ Gefühle auslöst. Die 9 negativen generellen Gefühlseindrücke liegen bei den Probanden zwischen 30 und 59 Jahren mit einer Ausnahme: bei einem Probanden im Alter von 89 wird ein negatives Gefühl aus einem persönlichen Bezug zum Bild ausgelöst.

Auswertung der Befragung zur Modularbeit „Bilder des Alters“

4. Älterer Mann mit Rollator und ältere Begleiterin

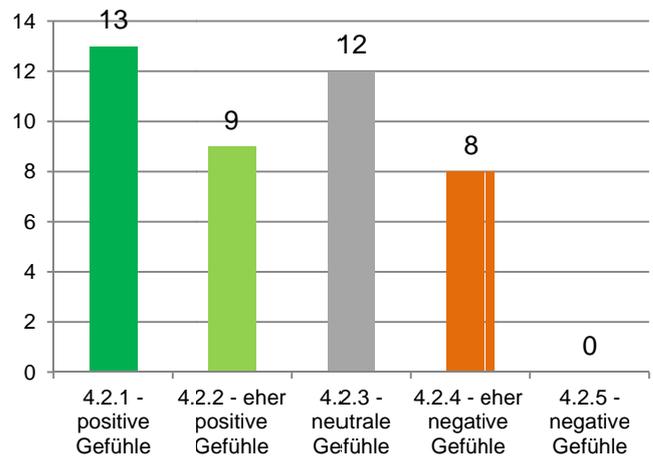
Dieses Bild wirbt für den Rotkreuz-Fahrdienst.

Das Bild löst bei den Probanden eher Beschreibungen in Bezug auf Hilfsbedürftigkeit sowie die auf die Sinnfindung in der Hilfsbereitschaft aus. Die Probanden stufen ihre eigene Gefühls wahrnehmung in Bezug auf die Wirkung des Bildes zum grössten Teil als „positive Gefühle“ ein. Dieses Bild löst allerdings bei 12 Probanden „neutrale Gefühle“ und bei 8 Probanden „eher negative Gefühle“ aus. Bei der Taxierung des von den Probanden beschriebenen generellen Gefühlseindrucks durch den Autor verschiebt sich ein grosser Teil der neutralen Einschätzung sowohl zu den positiven wie auch zu den negativen Gefühlsnennungen.

Bild-Nr. 65.1



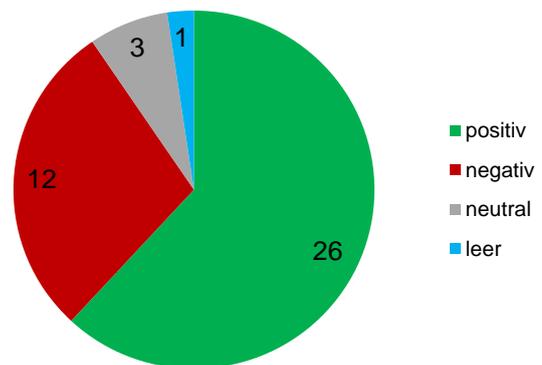
Wie stufen die Probanden ihre Beschreibungen/Gedanken selber ein?



Wie beschreiben die Probanden das Bild, wenn sie dazu aufgefordert werden, dies mit einem generellen Gefühlseindruck begrifflich zu beschreiben:

- 8x hilfsbereit / Hilfsbereitschaft / gute Hilfe, ein Lob dem Erfinder / Hochachtung für die Betreuerin / rücksichtsvolle Hilfe / es ist schön, wenn sich gesunde Menschen um unsere älteren Menschen kümmern / soziales Engagement
- 3x allein hilflos / hilflos / Hilflosigkeit
- 3x Gemeinsam geht es besser / Gemeinsamkeit / Gemeinsamkeit im hohen Alter
- 2x abhängig / Mobilität, Abhängigkeit
- 2x Dankbarkeit
- 2x Hoffnung / Zufriedenheit
- 2x Mobilität, Abhängigkeit / möglichst lange selbständig sein / Selbständigkeit
- 2x Mitleid
- 2x mühsam / unangenehm
- 2x Unterstützung
- 1x Unselbständigkeit
- 1x Mitgefühl
- 1x Angst
- 1x Fortbewegungs-Möglichkeit
- 1x Freude
- 1x keine Gefühle
- 1x nachdenlich
- 1x Nächstenliebe
- 1x Traurigkeit
- 1x Trost
- 1x Verbundenheit
- 1x Zuversicht
- 1x leer

Taxierung des von den Probanden beschriebenen generellen Gefühlseindrucks als „positiv“, „negativ“ und „neutral“



Unterschiede zwischen den Geschlechtern und den Generationen?

Bei diesem Bild sind in den Aussagen der Probanden keine signifikanten geschlechtsspezifischen Unterschiede zu erkennen. Interessant ist, dass dieses Bild bei den Probanden 60+ nur wenige negative Gefühle auslöst. 3 negative Gefühlsbeschreibungen liegen bei den Probanden 60+, die restlichen 9 sind bei den Probanden zwischen 25 und 59 zu finden.

Auswertung der Befragung zur Modularbeit „Bilder des Alters“

5. Ältere Frau und junge Begleiterin

Dieses Bild wirbt für den Rotkreuz-Besuchs- und Begleitdienst.

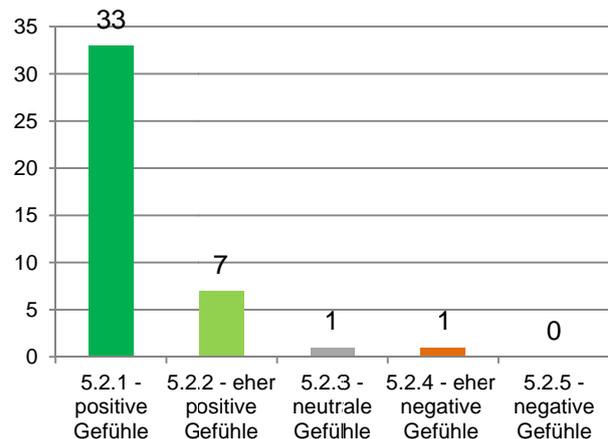
Das Bild löst bei den Probanden vor allem positive emotionale Beschreibungen aus.

Die Probanden stufen ihre eigene Gefühlswahrnehmung in Bezug auf die Wirkung des Bildes mit einer einzigen Ausnahme als „positive Gefühle“ ein. Das Bild löst bei diesem einen Probanden ein negatives Gefühl aus, weil das gute Gefühl einer Umarmung im hohen Alter nicht jedem vergönnt ist. „Eine Umarmung im hohen Alter tut jedem gut, leider dürfen viele dies nicht erleben!“ Die Taxierung des von den Probanden beschriebenen generellen Gefühlseindrucks durch den Autor bestätigt diese Gesamteinschätzung in jeder Beziehung.

Bild Nr. 42.1



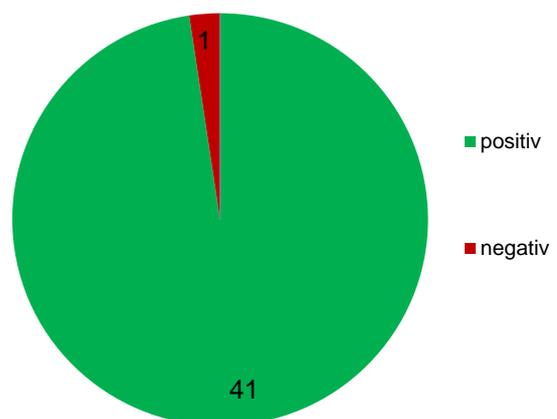
Wie stufen die Probanden ihre Beschreibungen/Gedanken selber ein?



Wie beschreiben die Probanden das Bild, wenn sie dazu aufgefordert werden, dies mit einem generellen Gefühlseindruck begrifflich zu beschreiben:

- 7x geliebt / Liebe
- 5x Freude / Freude ist gespürtes Leben / Freundengefühl
- 4x Geborgenheit
- 4x Glück
- 3x Zufriedene Ausstrahlung / Zufriedenheit, Zufriedenheit macht glücklich
- 2x einfach schön / schön
- 1x Dankbarkeit
- 1x ein Wohlgefühl für Beide
- 1x Freundschaft
- 1x Gemeinsamkeit
- 1x Glück, Geborgenheit
- 1x Herzlichkeit
- 1x Nähe
- 1x Oma ist die Beste
- 1x so sollten ältere Menschen „strahlen“ können
- 1x strahlt viel Wärme aus
- 1x tiefe Zuneigung
- 1x Traurigkeit
- 1x vertraut, Vertrautheit
- 1x Wärme
- 1x wie zwei Freundinnen
- 1x Zärtlichkeit
- 1x Zweisamkeit

Taxierung des von den Probanden beschriebenen generellen Gefühlseindrucks als „positiv“, „negativ“ und „neutral“



Unterschiede zwischen den Geschlechtern und den Generationen?

Bei diesem Bild sind in den Aussagen der Probanden keine signifikanten geschlechts- und generationenspezifischen Unterschiede zu erkennen.

Auswertung der Befragung zur Modularbeit „Bilder des Alters“

6. Ältere Frau mit älterer Begleiterin auf der Parkbank

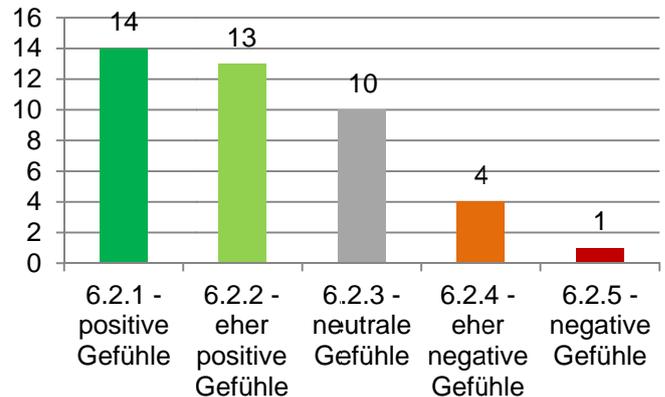
Dieses Bild wirbt für den Rotkreuz-Besuchs- und Begleitdienst.

Das Bild löst bei den Probanden eher Beschreibungen in Bezug auf die soziale Beziehung der zwei dargestellten Personen aus. Die Probanden stufen ihre eigene Gefühlswahrnehmung in Bezug auf die Wirkung des Bildes zum grössten Teil als „positive Gefühle“ ein. Bei 10 Probanden sind die Gefühle allerdings neutral und bei 4 eher negativ. Die Taxierung des von den Probanden beschriebenen generellen Gefühlseindrucks durch den Autor bestätigt diese Einschätzung.

Bild-Nr. 19.2



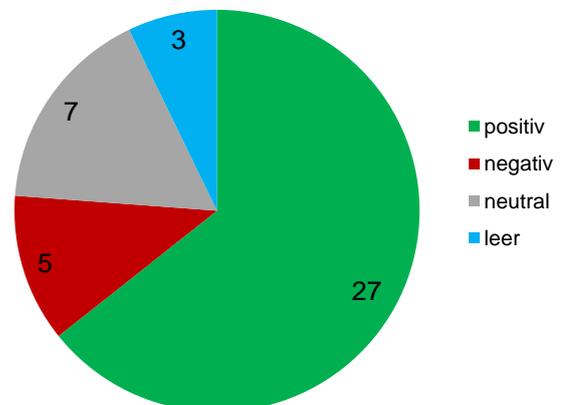
Wie stufen die Probanden ihre Beschreibungen/Gedanken selber ein?



Wie beschreiben die Probanden das Bild, wenn sie dazu aufgefordert werden, dies mit einem generellen Gefühlseindruck begrifflich zu beschreiben:

- 4x Vertrautheit / Vertrauen / vertraut
- 3x nachdenklich
- 2x Gemütlichkeit
- 3x Glück / Glück, Geborgenheit
- 3x Zufriedenheit
- 2x leichte Traurigkeit / Trauer
- 1x angenehm
- 1x Einsamkeit
- 1x Erzählungen von früher – Zeit haben
- 1x Freunden zuhören
- 1x Es macht mir Angst, wenn ich daran denke, in einer ähnlichen Situation zu sein.
- 1x Gedankenaustausch
- 1x Geduld
- 1x gemeinsam, Zuneigung
- 1x hören, zuhören
- 1x Interesse
- 1x Lasten loswerden
- 1x man kann viel von den Erfahrungen älterer Menschen profitieren
- 1x positiv
- 1x Ruhe
- 1x sehen einander zum ersten Mal
- 1x sprechen und hören
- 1x Übereinstimmung
- 1x unfamiliär
- 1x verständnisvoll
- 1x Zeit haben
- 1x zuhören und erzählen können, tut gut
- 1x Zuversicht
- 3x leer

Taxierung des von den Probanden beschriebenen generellen Gefühlseindrucks als „positiv“, „negativ“ und „neutral“



Unterschiede zwischen den Geschlechtern und den Generationen?

4 negative Gefühlseindrücke sind weiblichen Probanden zuzuweisen. Auf der männlichen Seite gibt es eine negative Nennung. 4 der negativen Gefühle sind dem Alter 18 bis 59 zuzuteilen, eines dem Alter 60+.

Auswertung der Befragung zur Modularbeit „Bilder des Alters“

7. Ältere Betreuerin mit Kind

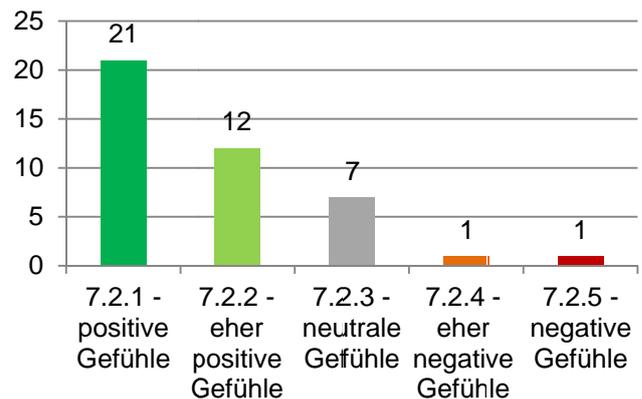
Dieses Bild wirbt für die Rotkreuz-Dienstleistung Kinderbetreuung zu Hause.

Das Bild löst bei den Probanden eher Beschreibungen in Bezug auf die soziale Beziehung der zwei dargestellten Personen aus. Ein weiterer Fokus liegt auf die Intergenerativität, der Wechselbeziehung zwischen den Generationen. Die Probanden stufen ihre eigene Gefühlswahrnehmung auf die Wirkung des Bildes zum grössten Teil als eher „positive Gefühle“ ein, 7 Probanden nennen neutrale und 2 eher eine negative Gefühlswahrnehmung. Bei der Taxierung des von den Probanden beschriebenen generellen Gefühlseindrucks durch den Autor verschieben sich die eher positiven Gefühle leicht zu den neutralen und negativen Gefühlen.

Bild-Nr. 38.2



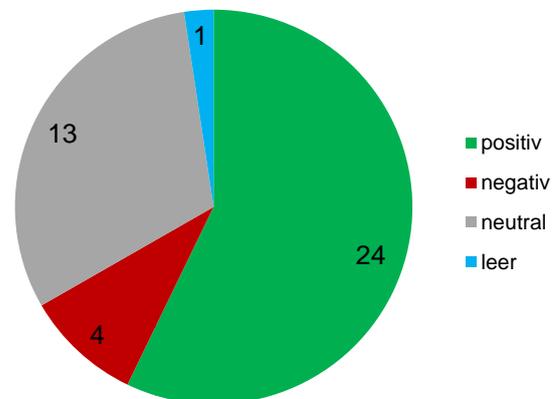
Wie stufen die Probanden ihre Beschreibungen/Gedanken selber ein?



Wie beschreiben die Probanden das Bild, wenn sie dazu aufgefordert werden, dies mit einem generellen Gefühlseindruck begrifflich zu beschreiben:

- 4x Freude
- 3x zufrieden
- 2x sich in die Kindheit zurückversetzen / Kindheitserinnerung
- 2x Verantwortung
- 2x Zuneigung
- 1x „heimelig“
- 1x Achtung und Respekt
- 1x Alt und Jung
- 1x bei Omis werden sie an Kindheit erinnert
- 1x besorgniserregend
- 1x Beziehung zwischen Generationen (=Freunde)
- 1x Dankbarkeit
- 1x erklären
- 1x erzieherisch
- 1x Familienzusammenhalt
- 1x freundlicher Annäherungsversuch, unsicher
- 1x Grosi ist immer für sie da?
- 1x Grosi sein dürfen
- 1x Grossmami ist die Beste
- 1x Grossmuttertschaft
- 1x hüten
- 1x ich freue mich über meine Enkelkinder
- 1x Juppil
- 1x Liebe
- 1x Missverständnis
- 1x Oma, spiel mit mir
- 1x sehr schön
- 1x Spass
- 1x Spielen
- 1x Unterstützung
- 1x Vertrauen
- 1x viele Spielsachen können ein echtes Mutterherz nicht ersetzen
- 1x zusammen erleben
- 1x leer

Taxierung des von den Probanden beschriebenen generellen Gefühlseindrucks als „positiv“, „negativ“ und „neutral“



Unterschiede zwischen den Geschlechtern und den Generationen?

Bei diesem Bild sind in den Aussagen der Probanden keine signifikanten geschlechtsspezifischen Unterschiede zu erkennen. Von den 4 negativen Gefühlsnennungen sind 3 Probanden im Alter 60+.

Auswertung der Befragung zur Modularbeit „Bilder des Alters“

8. Ältere Frau mit älterem Begleiter

Dieses Bild wirbt für den Rotkreuz-Fahrdienst.

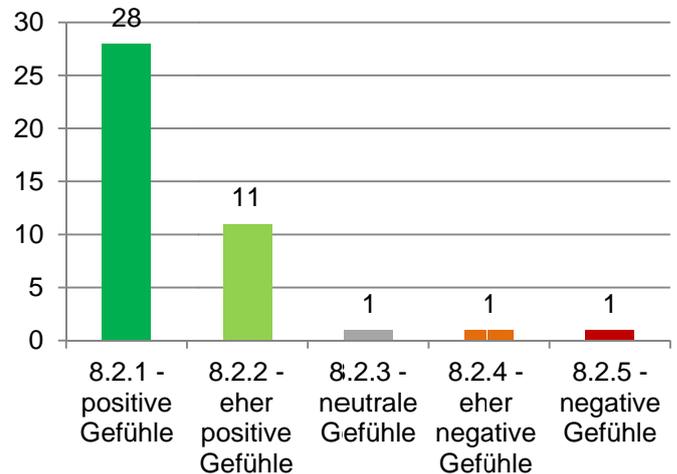
Das Bild löst bei den Probanden eher emotionale Beschreibungen in Bezug auf die soziale Beziehung der dargestellten Personen aus. Ein weiterer Fokus liegt bei den Betrachtern auf Freude und Glück im Alter.

Die Probanden stufen ihre eigene Gefühlswahrnehmung auf die Wirkung des Bildes zum grössten Teil eher als „positive Gefühle“ ein, nur zwei Probanden als „eher negative“. Die Taxierung des von den Probanden beschriebenen generellen Gefühlseindrucks durch den Autor bestätigt diese Einschätzung der eigenen Gefühlswahrnehmung der Probanden.

Bild Nr. 60.1



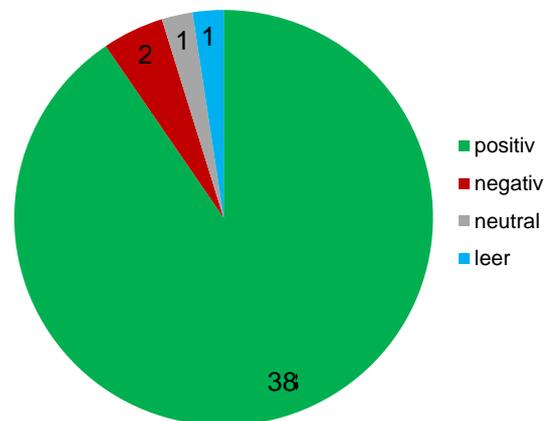
Wie stufen die Probanden ihre Beschreibungen/Gedanken selber ein?



Wie beschreiben die Probanden das Bild, wenn sie dazu aufgefordert werden, dies mit einem generellen Gefühlseindruck begrifflich zu beschreiben:

- 9x Freude / Freude im Alter / Freude, Reiselust / Freude teilen
- 8x Glück / Glück im hohen Alter / glücklich / zwei alte, glückliche Menschen
- 2x Fürsorge / fürsorglich
- 2x Harmonie
- 1x abhängig
- 1x auch im Alter ist Zweisamkeit Fröhlichkeit
- 1x behilflich
- 1x Beruhigung
- 1x Bewährung
- 1x Bewunderung
- 1x Freundschaft im Alter
- 1x gefährlich
- 1x herrlich
- 1x humorvoll
- 1x miteinander
- 1x Nachbarschaftshilfe
- 1x selbständig
- 1x Teamwork
- 1x Unabhängigkeit
- 1x unterwegs sein
- 1x wir halten auch im Alter zusammen
- 1x wir lassen uns nicht unterkriegen!
- 1x Zufriedenheit
- 1x Zusammengehörigkeit
- 1x leer

Taxierung des von den Probanden beschriebenen generellen Gefühlseindrucks als „positiv“, „negativ“ und „neutral“



Unterschiede zwischen den Geschlechtern und den Generationen?

Bei diesem Bild sind in den Aussagen der Probanden keine signifikanten geschlechts- und generationenspezifischen Unterschiede zu erkennen.

Auswertung der Befragung zur Modularbeit „Bilder des Alters“

9. Ältere Frau mit Handy

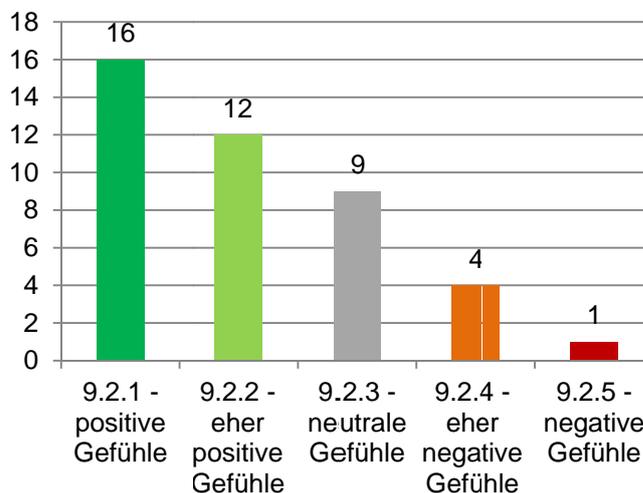
Dieses Bild wirbt für den mobilen Rotkreuz-Notruf.

Das Bild löst bei den Probanden eher Beschreibungen in Bezug auf „auch im Alter kann man noch was Neues lernen“ aus. Die Probanden stufen ihre eigene Gefühlswahrnehmung auf die Wirkung des Bildes eher als „positive Gefühle“ ein, 9 Probanden nennen „neutrale“ und 5 eher „negative“ Gefühlswahrnehmungen. Die Taxierung des von den Probanden beschriebenen generellen Gefühlseindrucks durch den Autor bestätigt diese Einschätzung.

Bild Nr. 64.5



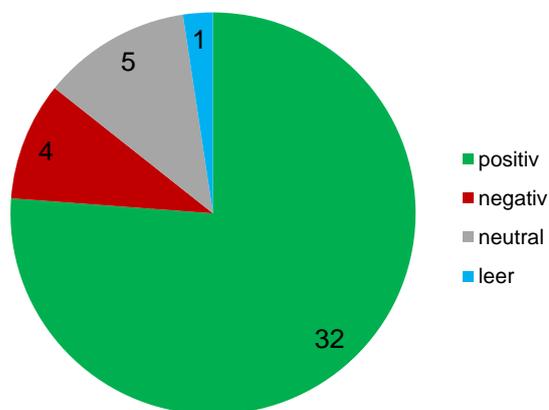
Wie stufen die Probanden ihre Beschreibungen/Gedanken selber ein?



Wie beschreiben die Probanden das Bild, wenn sie dazu aufgefordert werden, dies mit einem generellen Gefühlseindruck begrifflich zu beschreiben:

- 10x Freude / froh / Fröhlichkeit
- 3x Zuversicht / Hoffnung
- 2x erleichtert / Erleichterung
- 2x Glück
- 2x neugierig sein / Offenheit
- 2x unsicher / Unsicherheit
- 1x alte Menschen erlernen die neue Technik
- 1x angenehm
- 1x Bereicherung
- 1x find ich sehr gut
- 1x geistig fit zu bleiben
- 1x genügend Zeit haben
- 1x immer erreichbar
- 1x kann erfreulich sein
- 1x Kontrolle
- 1x Mir geht es genau so!
- 1x mit der Zeit gehen
- 1x Neuigkeiten
- 1x Orientierung über alles zu jeder Zeit
- 1x Respekt!
- 1x Selbständigkeit
- 1x sichtlich erfreute Nachricht per Knopfdruck
- 1x Unternehmenslust
- 1x Vitalität
- 1x weitgehend untauglich und ungeniessbar in der Gesellschaft
- 1x Zufriedenheit
- 1x leer

Taxierung des von den Probanden beschriebenen generellen Gefühlseindrucks als „positiv“, „negativ“ und „neutral“



Unterschiede zwischen den Geschlechtern und den Generationen?

3 negative Gefühlseindrücke sind männlichen Probanden zuzuteilen. Bei den weiblichen Probanden gibt eine negative Nennung. 3 der negativen Gefühle sind dem Alter 33 bis 37 zuzuteilen und eine einem Probanden 60+.

Auswertung der Befragung zur Modularbeit „Bilder des Alters“

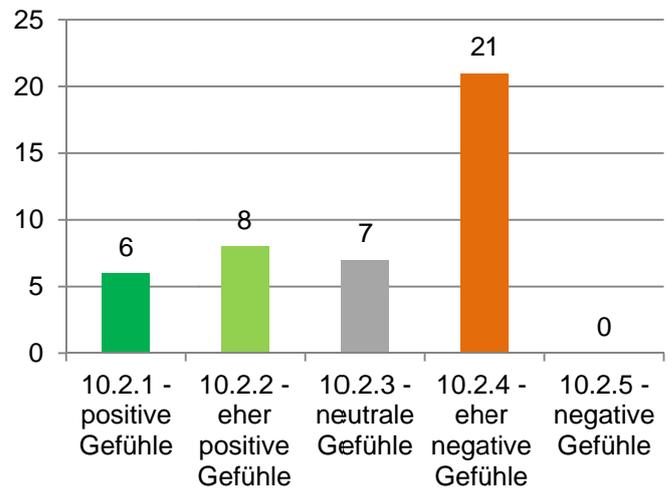
10. Ältere Frau im Rollstuhl

Dieses Bild wirbt für den mobilen Rotkreuz-Entlastungsdienst für pflegende Angehörige. Das Bild löst bei den Probanden eher Beschreibungen in Bezug auf Hilfsbedürftigkeit aus. Die Probanden stufen ihre eigene Gefühlswahrnehmung zur Wirkung des Bildes zum grösseren Teil eher als „negative Gefühle“ ein, 7 Probanden als „neutrale“ und 14 eher als „positive“. Bei der Taxierung des von den Probanden beschriebenen generellen Gefühlseindrucks durch den Autor bestätigt sich diese Einschätzung.

Bild-Nr. 59.1



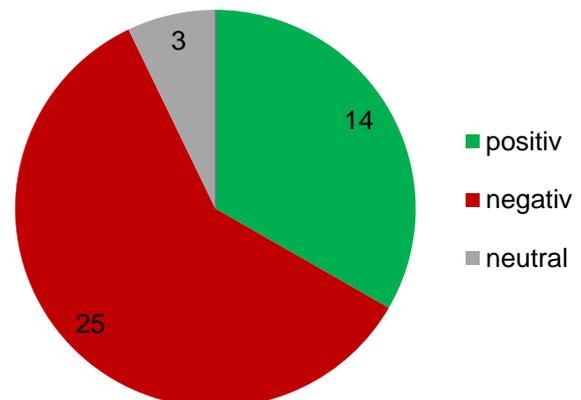
Wie stufen die Probanden ihre Beschreibungen/Gedanken selber ein?



Wie beschreiben die Probanden das Bild, wenn sie dazu aufgefordert werden, dies mit einem generellen Gefühlseindruck begrifflich zu beschreiben:

- 5x einsam / Einsamkeit
- 5x traurig / traurig, einsam / Traurigkeit
- 4x Angst / beängstigend
- 2x Geborgenheit
- 2x Selbständigkeit
- 2x dankbar
- 1x Abhängigkeit
- 1x allein sein / Angst
- 1x alt
- 1x ausgelaut
- 1x der Gedanke, einmal so zu sein, löst bei mir Kummer aus
- 1x eingeschränkt
- 1x Fotos von annodazumal – abschreckend
- 1x Freude
- 1x Gedanken an meine Mutter, Altersheim-Besuch
- 1x gedankenregender Zeitvertreib
- 1x Interesse
- 1x jedes Leben ist lebenswert
- 1x kann sehr langweilig sein
- 1x lieber nicht
- 1x Mitleid
- 1x motiviert im Alter
- 1x mutig
- 1x sich bewegen, trotz Gebrechlichkeit
- 1x Teilnahme alter Menschen am Weltgeschehen, Wissensdurst
- 1x (in bin) unsicher
- 1x zufrieden bis unangenehm
- 1x zufrieden, nachdenklich

Taxierung des von den Probanden beschriebenen generellen Gefühlseindrucks als „positiv“, „negativ“ und „neutral“



Unterschiede zwischen den Geschlechtern und den Generationen?

Bei diesem Bild sind in den Aussagen der Probanden keine signifikanten geschlechtsspezifischen Unterschiede zu erkennen. Von den 25 negativen Gefühlsnennungen sind 17 Probanden zwischen 26 und 58 Jahre alt und 8 können der Gruppe 60+ zugeteilt werden.

Auswertung der Befragung zur Modularbeit „Bilder des Alters“

11. Logo des Schweizerischen Roten Kreuzes

Das Logo ist auf allen Prospekten vertreten.

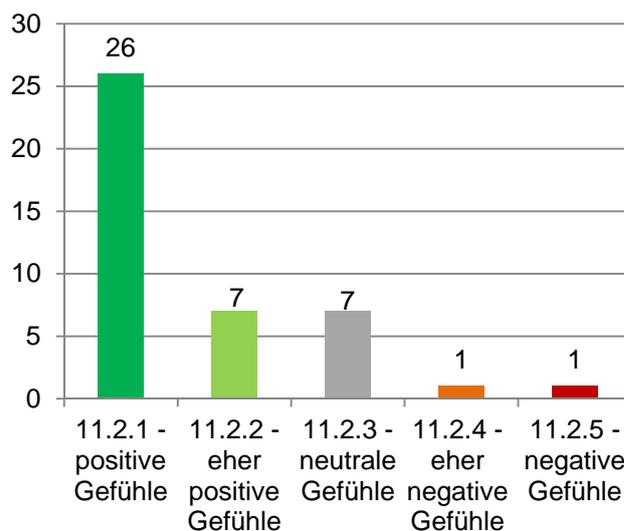
Das Logo löst bei den Probanden Gefühlsreaktionen in Bezug auf Hilfeleistungen des SRK und auf eine hohe Sinnhaftigkeit der Tätigkeiten des SRK aus.

Die Probanden stufen ihre eigene Gefühlswahrnehmung zur Wirkung des Logos zum grössten Teil als „positive Gefühle“ ein, im Sinne „wir sind froh, dass es das SRK gibt“. 7 Probanden stufen ihre Gefühle als neutral und 2 eher als negativ ein. Die Taxierung des von den Probanden beschriebenen generellen Gefühlseindrucks durch den Autor bestätigt die Selbsteinstufung der Probanden.

**Croix-Rouge suisse
Schweizerisches Rotes Kreuz
Croce Rossa Svizzera**



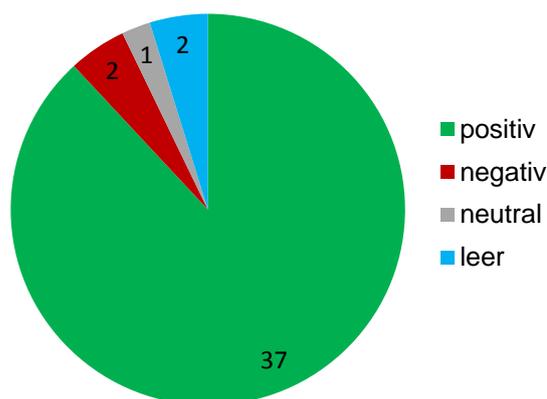
Wie stufen die Probanden ihre Beschreibungen/Gedanken selber ein?



Wie beschreiben die Probanden das Logo, wenn sie dazu aufgefordert werden, dies mit einem generellen Gefühlseindruck begrifflich zu beschreiben:

- 14x Hilfe / Hilfe für jedermann / Hilfe für verfolgte Menschen, Krieg, politische Gefangene / Hilfe zu jeder Zeit / Hilfeleistung / hilfsbereit / hilfsbereit in Not – international / Hilfsbereitschaft / Hilfsbereitschaft ohne Vorurteile
- 8x Sicherheit
- 3x stolz / stolz (dass unser Land etwas Gutes macht)
- 2x beruhigend! / Beruhigung
- 1x Achtung
- 1x Besorgnis
- 1x Dankbarkeit
- 1x für einen guten Zweck, Bewunderung
- 1x Geborgenheit
- 1x gut, dass es sie gibt
- 1x Heimat
- 1x Patriotismus
- 1x positive Institution
- 1x sofort erkennbar
- 1x unsicher
- 1x Vertrauen
- 1x Vertrauen, Menschlichkeit
- 2x leer

Taxierung des von den Probanden beschriebenen generellen Gefühlseindrucks als „positiv“, „negativ“ und „neutral“



Unterschiede zwischen den Geschlechtern und den Generationen?

Beim SRK-Logo sind in den Aussagen der Probanden keine signifikanten geschlechts- und generationenspezifischen Unterschiede zu erkennen.

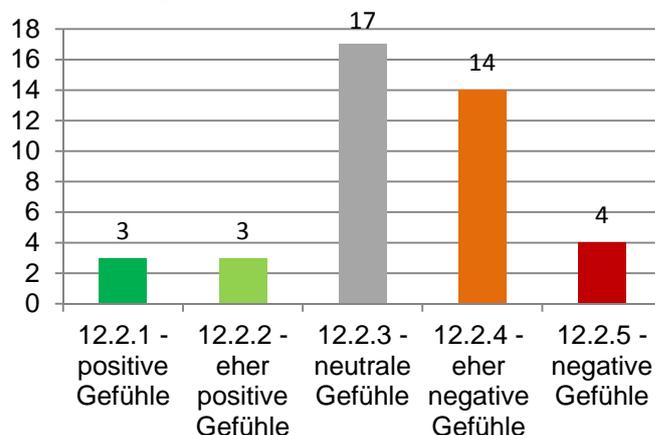
Auswertung der Befragung zur Modularbeit „Bilder des Alters“

12. Betagte

Die Bezeichnung „Betagte“ löst bei den Probanden eher Beschreibungen in Bezug auf Hilfsbedürftigkeit und „empfangende Haltung“ aus. Die Probanden stufen ihre eigene Gefühlswahrnehmung auf die Wirkung der Bezeichnung zum grössten Teil als „neutrale“ oder „eher negative Gefühle“ ein, 6 Probanden als eher „positive“. Bei der Taxierung des von den Probanden beschriebenen generellen Gefühlseindrucks durch den Autor sind die negativen Eindrücke zahlreicher und die positiven kleiner.

„Betagte“

Wie stufen die Probanden ihre Beschreibungen/Gedanken selber ein?

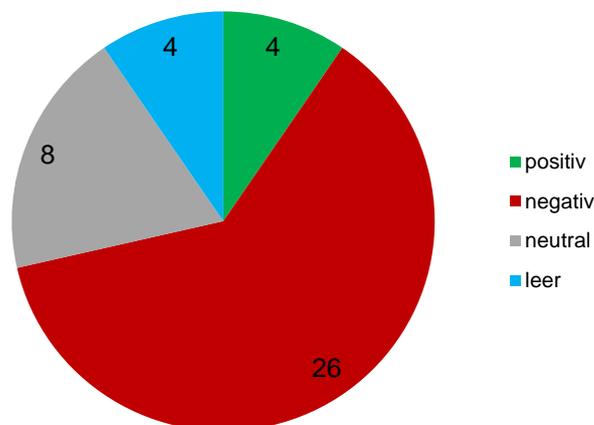


(1x leer)

Wie beschreiben die Probanden die Bezeichnung, wenn sie dazu aufgefordert werden, dies mit einem generellen Gefühlseindruck begrifflich zu beschreiben:

- 3x Mitleid
- 2x Angst / eigene Angstgefühle
- 2x haben Hilfe nötig / hilflos
- 2x Traurigkeit
- 2x unselbständig / Unselbständigkeit
- 1x abwarten
- 1x alte Menschen
- 1x Bedauern
- 1x denke an die Gebrechen der Betagten, aber auch an die Angehörigen und die Betreuenden
- 1x Einsamkeit
- 1x Erfahrungsschatz
- 1x gemischte Gefühle
- 1x gut
- 1x Hilfe
- 1x Hoffnung
- 1x Hoffnungslosigkeit
- 1x krank
- 1x langweilige Stunden
- 1x mag ich nicht
- 1x mag mich noch nicht damit beschäftigen, Verdrängung
- 1x man kann noch dazulernen – wer will
- 1x Mitleid/Trauer
- 1x negativ
- 1x nichts besonderes...
- 1x respektlos
- 1x Sorgen
- 1x Unbetroffenheit
- 1x Ungewissheit
- 1x unruhig
- 1x unsicher
- 1x wertvoll
- 1x Zustand
- 4x leer

Taxierung des von den Probanden beschriebenen generellen Gefühlseindrucks als „positiv“, „negativ“ und „neutral“



Unterschiede zwischen den Geschlechtern und den Generationen?

Bei dieser Bezeichnung sind in den Aussagen der Probanden keine signifikanten geschlechtsspezifischen Unterschiede zu erkennen. Von den 4 positiven Gefühlsnennungen ist ein Proband 47 Jahre alt und 3 Probanden sind der Altersgruppe 60+ zuzuteilen.

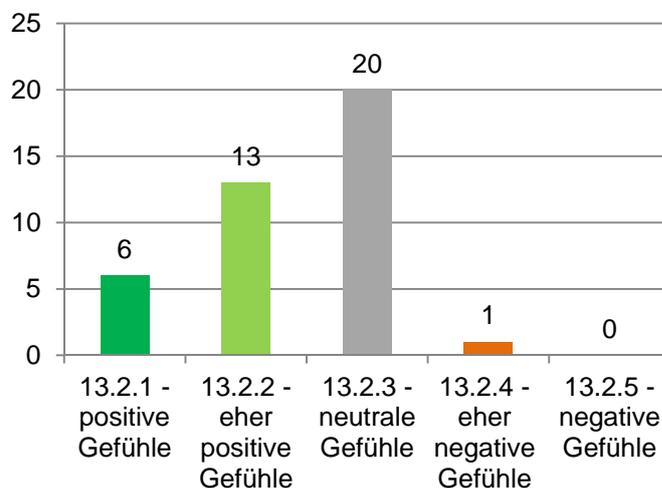
Auswertung der Befragung zur Modularbeit „Bilder des Alters“

13. Ältere Menschen

Die Bezeichnung „ältere Menschen“ löst bei den Probanden sehr unterschiedliche Beschreibungen aus. Die Probanden stufen ihre eigene Gefühlswahrnehmung auf die Wirkung der Bezeichnung zum grössten Teil als „neutrale“ oder „eher positive Gefühle“ ein. Bei der Taxierung des von den Probanden beschriebenen generellen Gefühlseindrucks durch den Autor nehmen die neutralen Gefühle ab und die negativen zu.

„ältere
Menschen“

Wie stufen die Probanden ihre Beschreibungen/Gedanken selber ein?

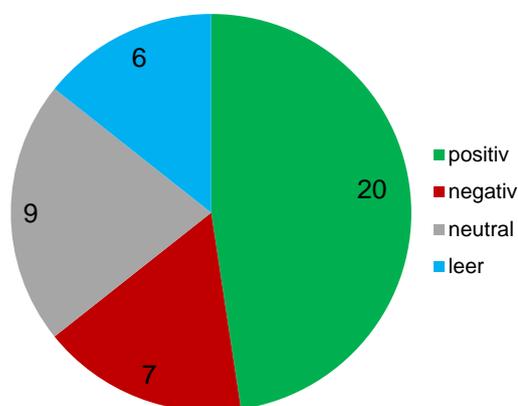


(2x leer)

Wie beschreiben die Probanden die Bezeichnung, wenn sie dazu aufgefordert werden, dies mit einem generellen Gefühlseindruck begrifflich zu beschreiben:

- 3x Achtung / Achtung, Wertschätzung / Wissen viel, können uns jüngeren viel vermitteln
- 2x gut / gutes Gefühl
- 2x Hoffnung
- 2x Lebensfreude
- 1x „Bünzli“
- 1x Abschiebung
- 1x alte Menschen, das Leben schon durchlebt
- 1x älter
- 1x ambivalent
- 1x annehmen
- 1x aufmerksam sein
- 1x ausgelaut
- 1x Behutsamkeit
- 1x Fröhlichkeit
- 1x Fürsorglichkeit
- 1x gemischt
- 1x geniessen
- 1x glücklich
- 1x Hilflosigkeit
- 1x je nach Gesundheit – aber man wird doch älter
- 1x Lebenserfahrung
- 1x realistisch
- 1x sich nützlich zeigen können
- 1x sollen das Leben noch geniessen
- 1x Sorgen
- 1x sympatischer als Betagte
- 1x undefiniert
- 1x Unsicherheit
- 1x wertvoll
- 1x wir werden alle einmal alt
- 1x zunehmend
- 6x leer

Taxierung des von den Probanden beschriebenen generellen Gefühlseindrucks als „positiv“, „negativ“ und „neutral“



Unterschiede zwischen den Geschlechtern und den Generationen?

Bei dieser Bezeichnung sind in den Aussagen der Probanden keine signifikanten geschlechtsspezifischen Unterschiede zu erkennen. Keine der 7 negativen Gefühlsnennungen stammen von Probanden im Alter 60+.

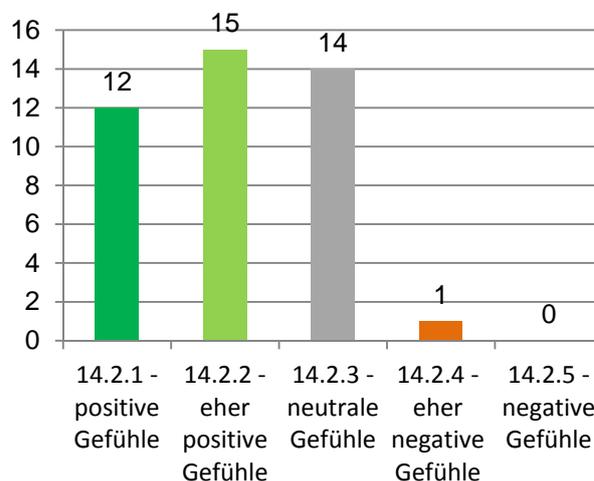
Auswertung der Befragung zur Modularbeit „Bilder des Alters“

14. Senioren

Die Bezeichnung „Senioren“ löst bei Probanden sehr unterschiedliche Beschreibungen aus. Die Probanden stufen ihre eigene Gefühlswahrnehmung auf die Wirkung der Bezeichnung zum grössten Teil als „eher positive“ und „neutrale Gefühle“ ein. Bei der Taxierung des von den Probanden beschriebenen generellen Gefühlseindrucks durch den Autor nehmen die neutralen Gefühle ab und die negativen zu.

„Senioren“

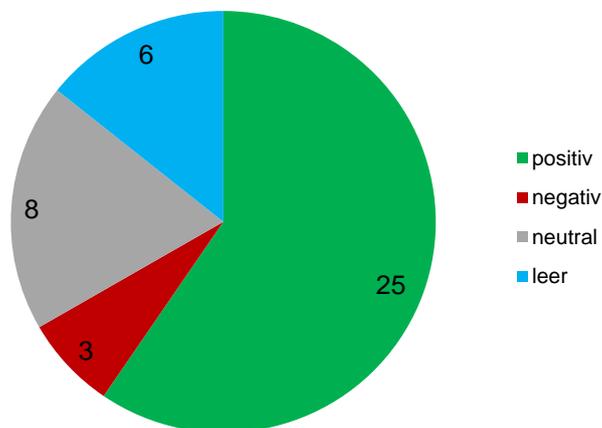
Wie stufen die Probanden ihre Beschreibungen/Gedanken selber ein?



Wie beschreiben die Probanden die Bezeichnung, wenn sie dazu aufgefordert werden, dies mit einem generellen Gefühlseindruck begrifflich zu beschreiben:

- 6x Freude / Freude am Leben / fröhlich
- 3x Zuversicht / zuversichtlich / Zuversicht, muss nicht schon zum alten Eisen gehören
- 1x Akzeptanz
- 1x Allzeit bereit
- 1x ambivalent
- 1x Angst
- 1x Befangenheit
- 1x begeistert (Neues zu entdecken)
- 1x beweglich bleiben
- 1x den Lebensabend geniessen
- 1x eigentlich ein Gutes
- 1x Freizeit
- 1x geniessen!
- 1x Genuss, wenig Verantwortung
- 1x gut
- 1x Hilfsbereitschaft, Unterstützung
- 1x komisch
- 1x langsam
- 1x Liebe
- 1x Offenheit
- 1x Preisliste am Schalter
- 1x Respekt
- 1x Senior kann nicht jeder werden
- 1x Spannung
- 1x vital
- 1x Wertschätzung, Achtung
- 1x wertvoll
- 1x zähle ich mich auch, langsam aber sicher!
- 1x Zusammengehörigkeit
- 6x leer

Taxierung des von den Probanden beschriebenen generellen Gefühlseindrucks als „positiv“, „negativ“ und „neutral“



Unterschiede zwischen den Geschlechtern und den Generationen?

Bei dieser Bezeichnung sind in den Aussagen der Probanden keine signifikanten geschlechts- und generationenspezifischen Unterschiede zu erkennen.

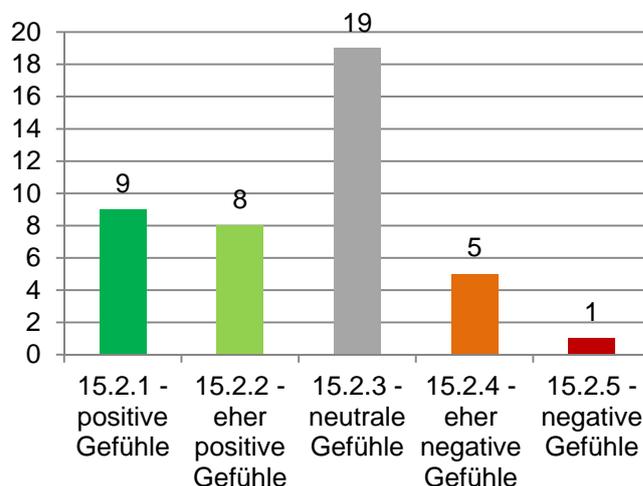
Auswertung der Befragung zur Modularbeit „Bilder des Alters“

15. Generation 50plus

Die Bezeichnung „Generation 50plus“ löst bei den Probanden sehr unterschiedliche Beschreibungen aus. Die Probanden stufen ihre eigene Gefühlswahrnehmung auf die Wirkung der Bezeichnung zum grössten Teil als „eher positive“ und „neutrale Gefühle“ ein. Bei der Taxierung des von den Probanden beschriebenen generellen Gefühlseindrucks durch den Autor nehmen die neutralen Gefühle ab und die negativen zu.

„Generation 50plus“

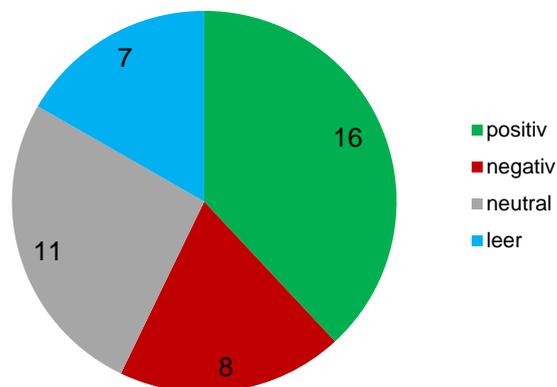
Wie stufen die Probanden ihre Beschreibungen/Gedanken selber ein?



Wie beschreiben die Probanden die Bezeichnung, wenn sie dazu aufgefordert werden, dies mit einem generellen Gefühlseindruck begrifflich zu beschreiben:

- 4x Freude / Lebensfreude
- 2x älter werden
- 2x Sorge, in dieser immer hektischeren Zeit bestehen zu können / sorgenvolles Gefühl
- 1x Abschätzung/Ärger
- 1x aktuelles Leben
- 1x begeistert (wie Senioren)
- 1x Dankbarkeit
- 1x doof
- 1x Ernüchterung
- 1x Geborgenheit
- 1x hatte es gut
- 1x heutiger Alltag
- 1x Hoffnung
- 1x ich lebe nach dem Motto „Leben und leben lassen“
- 1x im besten Alter
- 1x Informationen
- 1x neue Bezeichnung
- 1x neues Wort für mittlere Generation, Vorstufe-Senioren
- 1x nicht immer werden sie verstanden
- 1x nicht sehr aussagend
- 1x Pensionierung
- 1x positiv
- 1x Respekt
- 1x Schlusstress
- 1x unfair
- 1x Vergangenheit
- 1x Vitalität
- 1x Wertschätzung, Achtung
- 1x Zufriedenheit
- 1x Zuversicht
- 7x leer

Taxierung des von den Probanden beschriebenen generellen Gefühlseindrucks als „positiv“, „negativ“ und „neutral“



Unterschiede zwischen den Geschlechtern und den Generationen?

Bei dieser Bezeichnung sind in den Aussagen der Probanden keine signifikanten geschlechtsspezifischen Unterschiede zu erkennen. 2 der 8 negativen Gefühlsnennungen sind Probanden im Alter 60+ zuzuteilen.

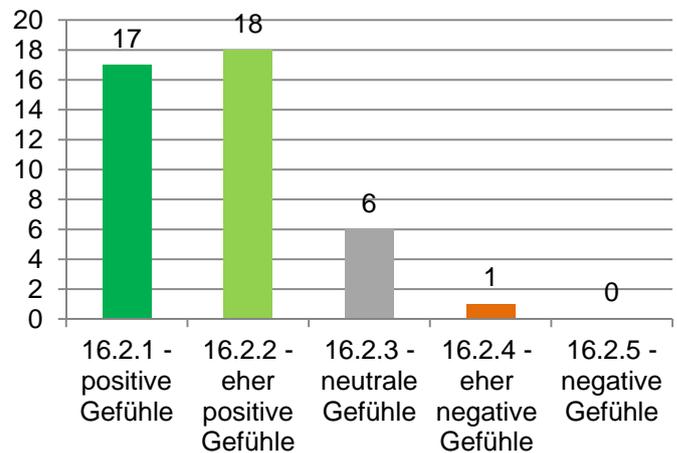
Auswertung der Befragung zur Modularbeit „Bilder des Alters“

16. Lebensqualität

Der Begriff „Lebensqualität“ löst bei den Probanden sehr unterschiedliche Beschreibungen aus. Die Probanden stufen ihre eigene Gefühlswahrnehmung auf die Wirkung des Begriffs zum grössten Teil als „positive Gefühle“ ein. Bei der Taxierung des von den Probanden beschriebenen generellen Gefühlseindrucks durch den Autor bestätigt sich diese Einschätzung.

„Lebensqualität“

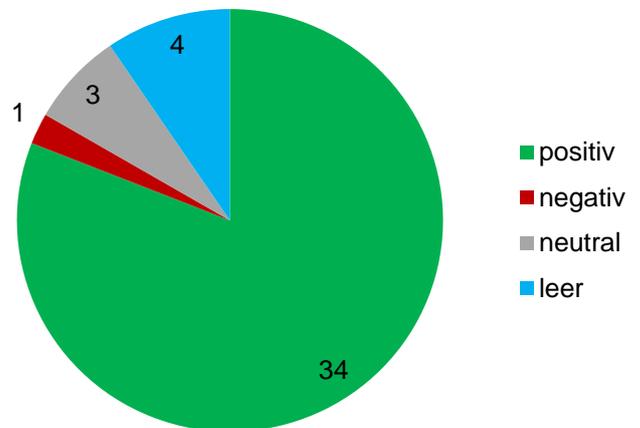
Wie stufen die Probanden ihre Beschreibungen/Gedanken selber ein?



Wie beschreiben die Probanden den Begriff, wenn sie dazu aufgefordert werden, dies mit einem generellen Gefühlseindruck begrifflich zu beschreiben:

- 8x Freude / Freude am Leben / Freude, Genuss, Wohlgefühl / Lebensfreude / Lebensfreude und Dankbarkeit
- 4x Hoffnung / Hoffnung und Zuversicht / Zuversicht
- 3x Glück / glücklich (dass wir bei uns hohe Lebensqualität haben) / glückliches Leben führen
- 3x Zufriedenheit
- 2x Selbstbestimmung / Selbstbestimmung in Gesundheit und angenehmem sozialen Umfeld
- 2x positiv / Positivität
- 1x Beruhigung
- 1x das Leben geniessen
- 1x ein hohes Gut
- 1x erstrebenswert
- 1x hoch lebe die Rente AHV
- 1x keine Gefühle
- 1x Normalität
- 1x schätze ich sehr und ist für mich wichtig
- 1x schön
- 1x Selbständigkeit
- 1x Selbsthilfe
- 1x Tatendrang (etwas verändern)
- 1x Unternehmenslust
- 1x Verlustängste
- 1x Wohlbefinden
- 1x Zweideutig
- 4x leer

Taxierung des von den Probanden beschriebenen generellen Gefühlseindrucks als „positiv“, „negativ“ und „neutral“



Unterschiede zwischen den Geschlechtern und den Generationen?

Bei diesem Begriff sind in den Aussagen der Probanden keine signifikanten geschlechts- und generationenspezifischen Unterschiede zu erkennen.

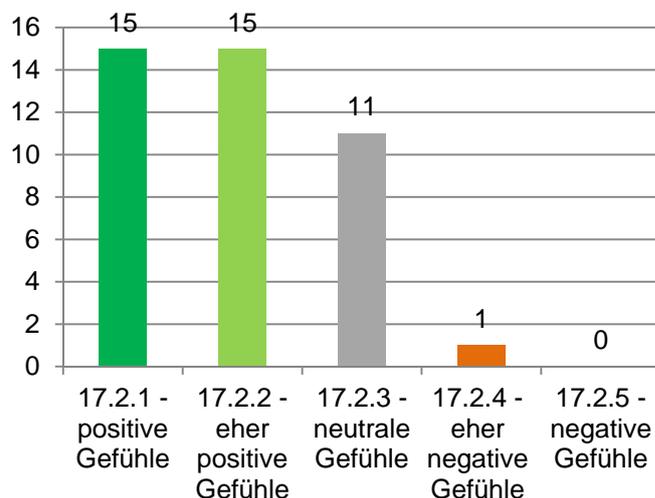
Auswertung der Befragung zur Modularbeit „Bilder des Alters“

17. Selbständigkeit

Der Begriff „Selbständigkeit“ löst bei den Probanden sehr unterschiedliche Beschreibungen aus. Die Probanden stufen ihre eigene Gefühlswahrnehmung auf die Wirkung des Begriffs zum grössten Teil als „positive“ und „neutrale Gefühle“ ein. Bei der Taxierung des von den Probanden beschriebenen generellen Gefühlseindrucks durch den Autor bestätigt sich diese Einschätzung weitgehend. Die neutralen Gefühle nehmen leicht ab und die negativen leicht zu.

„Selbständigkeit“

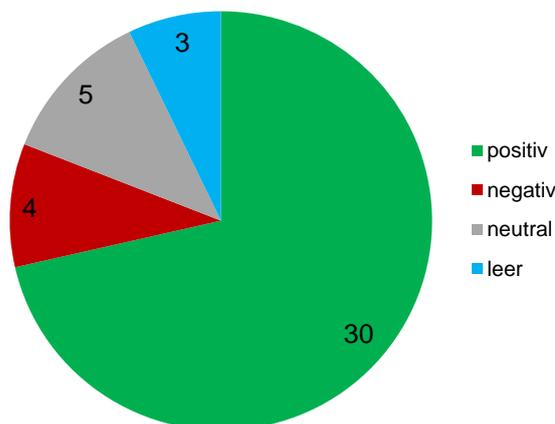
Wie stufen die Probanden ihre Beschreibungen/Gedanken selber ein?



Wie beschreiben die Probanden den Begriff, wenn sie dazu aufgefordert werden, dies mit einem generellen Gefühlseindruck begrifflich zu beschreiben:

- 8x Glück / glücklich / ein gutes
- 4x Freiheit / Freiheit, frei sein
- 2x zufrieden / Zufriedenheit
- 1x Angst, sie zu verlieren
- 1x Ausdauer
- 1x Beruhigung
- 1x Besorgnis
- 1x bringt Unabhängigkeit
- 1x Dankbarkeit
- 1x Eigenverantwortung
- 1x Erfüllung
- 1x Freude
- 1x erleichtert
- 1x Genugtuung
- 1x gesund bleiben
- 1x hoffe ich, noch lange sein zu können
- 1x Hoffnung
- 1x ist okay
- 1x ist vielleicht nicht immer einfach
- 1x mit gutem Wille so lange es geht – und noch aufrecht steht
- 1x Normalität
- 1x Sicherheit
- 1x Stolz
- 1x toll
- 1x unabhängig
- 1x ungewiss
- 1x Unsicherheit
- 1x zweischneidig
- 3x leer

Taxierung des von den Probanden beschriebenen generellen Gefühlseindrucks als „positiv“, „negativ“ und „neutral“



Unterschiede zwischen den Geschlechtern und den Generationen?

Bei diesem Begriff sind in den Aussagen der Probanden keine signifikanten geschlechts- und generationenspezifischen Unterschiede zu erkennen.

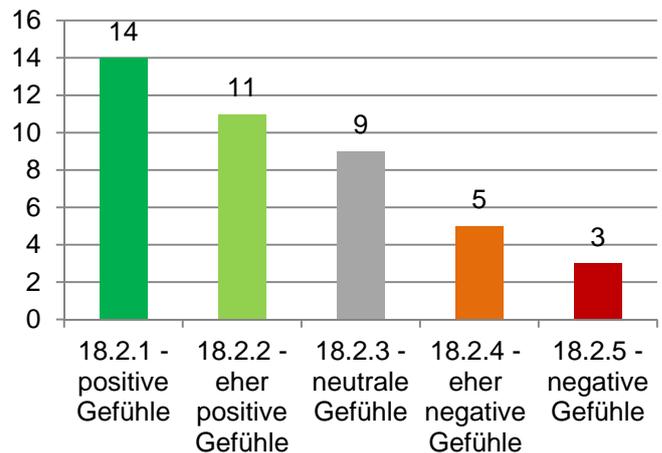
Auswertung der Befragung zur Modularbeit „Bilder des Alters“

18. Selbstbestimmung

Der Begriff „Selbstbestimmung“ löst bei den Probanden sehr unterschiedliche Beschreibungen aus. Die Probanden stufen ihre eigene Gefühlswahrnehmung als Wirkung auf den Begriff als „eher positive“ und „neutrale Gefühle“ ein. 8 von 42 Probanden machen eine negative Gefühlseinschätzung geltend. Bei der Taxierung des von den Probanden beschriebenen generellen Gefühlseindrucks durch den Autor bestätigt sich diese Einschätzung.

„Selbstbestimmung“

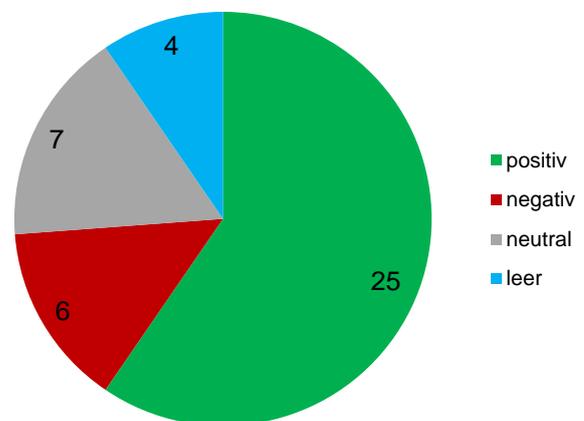
Wie stufen die Probanden ihre Beschreibungen/Gedanken selber ein?



Wie beschreiben die Probanden den Begriff, wenn sie dazu aufgefordert werden, dies mit einem generellen Gefühlseindruck begrifflich zu beschreiben:

- 3x frei / frei sein / Freiheit
- 3x Lebensqualität
- 2x Hoffnung
- 2x selbständig / Selbständigkeit
- 2x Stolz / stolz sein!
- 1x angenehm
- 1x Angst, sie zu verlieren!
- 1x Besorgnis
- 1x Dankbarkeit
- 1x einsam
- 1x Freude
- 1x Glück
- 1x gut
- 1x je nach dem, Glück und Angst
- 1x Klarheit
- 1x Leben
- 1x mit der Zeit gehen zu verstehen
- 1x mit diesem Gedanken sollte ich mich auch beschäftigen
- 1x muss nicht immer stur sein
- 1x Normalität
- 1x Orientierung
- 1x Reue
- 1x Selbst entscheiden nach bestem Wissen und Gewissen und nach den ethischen und rechtlichen Grundsätzen
- 1x Selbständigkeit verlieren!
- 1x Sicherheit
- 1x toll
- 1x traurig
- 1x unabdingbar bei geistiger Gesundheit
- 1x wichtig
- 1x Zufriedenheit
- 1x Zuversicht
- 4x leer

Taxierung des von den Probanden beschriebenen generellen Gefühlseindrucks als „positiv“, „negativ“ und „neutral“



Unterschiede zwischen den Geschlechtern und den Generationen?

Bei diesem Begriff sind in den Aussagen der Probanden keine signifikanten geschlechts- und generationenspezifischen Unterschiede zu erkennen.