

IKÄYSTÄVÄLLINEN YRITYS

- Senioriasiakkaat tulevat!



Arja Jämsén ja Tuula Kukkonen

KARELIA-AMMATTIKORKEAKOULU

IKÄYSTÄVÄLLINEN YRITYS

– *Senioriasiakkaat tulevat!*

Arja Jämsén ja Tuula Kukkonen

KARELIA-AMMATTIKORKEAKOULU 2017
JOENSUU



Sisällys

<i>Julkaisusarja</i>	B, Oppimateriaaleja ja kokoomateoksia: 50
<i>Julkaisusarjan vastaava toimittaja</i>	Kari Tiainen
<i>Kirjoittajat</i>	Arja Jämsén ja Tuula Kukkonen
<i>Graafinen suunnittelu ja taitto</i>	Salla Anttila
<i>Kansikuva</i>	pixabay.com

© Tekijät ja Karelia-ammattikorkeakoulu

Tämän teoksen osittainenkin kopiointi on tekijänoikeuslain mukaisesti kielletty ilman nimenomaista lupaa.

ISBN 978-952-275-233-8 (painettu)
ISBN 978-952-275-234-5 (verkkajulkaisu)
ISSN- L 2323-6876

Joensuu, LaserMedia Oy, 2017

<i>Julkaisumyynti</i>	Karelia-ammattikorkeakoulu julkaisut@karelia.fi http://www.tahtijulkaisut.net
-----------------------	---

Lukijalle	6
IKÄIHMISET – KASVAVA JA MONINAINEN ASIAKASRYHMÄ	8
Ikäntyminen on kova juttu	8
Vanhuksia ja aktiivisia senioreita	14
Senioritalous – ikäihmiset kuluttajina	21
IKÄYSTÄVÄLLINEN YRITYS	24
Ikäystävällisyys ei ole itsestäänselvyys	24
Yrityksen ikäystävällisyyden tunnusmerkit	27
Ikäystävällinen tuote- ja palveluvalikoima vastaa muuttuviin tarpeisiin	31
Ikäystävällinen asiakaspalvelu huomioi iän ja yksilöllisyyden	37
Seniorimarkkinointi tunnistaa ikäihmiset	41
ASIAKASYMMÄRRYS VAHVISTAA IKÄYSTÄVÄLLISYYTTÄ	44
Tarvitaan lisää tietoa ikäihmisten tarpeista	44
Asiakasyymmärrystä löytyy ikäihmisiltä	45
Uutta koulutustarjontaa	47
LOPUKSI	49

Tämän kirjan alkuperäisidea syntyi arkihavainnoista: ikäihmisiä kauppakeskuksissa, kulttuuririennoissa, harrastuspiireissä, kuntosaleilla, laivaristeilyillä. Toimeliaita ikäihmisiä – ja paljon.

Kirjan nimen alkuosa Ikäystävällinen yritys perustuu aiemmin kehittämäämme ajatukseen ikäosaavasta yrityksestä. **Ikäystävällinen yritys** oivaltaa väestön ikääntymisen merkityksen liiketoiminnalleen sekä hyödyntää ja vahvistaa tietoisesti omaa ikäosaamistaan.

Julkaisun nimen loppuosa, **senioriasiakkaat tulevat**, viittaa väestön ikärakenteen muutokseen ja ikäihmisten määrän kasvuun. Merkille pantavaa on, että kyse ei ole pelkästään määrän kasvusta. Nykyiset ja varsinkin tulevat ikäihmiset ovat elämäntavoiltaan ja kulutustottumuksiltaan perin toisenlaisia kuin vanhukset, joihin olemme menneillä vuosikymmenillä tottuneet.

Väestön ikääntyminen tuo helposti mieleen sosiaali- ja terveyspalvelut ja kustannusten kasvun. Haluamme kuitenkin heti aluksi huomauttaa, että tässä julkaisussa ei keskitytä sosiaali- ja terveydenhuoltoon eikä sosiaali- ja terveyspalveluihin. Toki niitäkin sivutaan, mutta tarkastelu kohdistuu ennen muuta muuhun yritystoimintaan ja palvelu- ja tuotemarkkinoihin.

Tässä julkaisussa käsitellään ikäystävällisen yrityksen suhdetta senioriasiakkaisiin, senioriasiakkuuksien hoitoa, tuote- ja palveluvalikoiman kehittämistä sekä markkinointia – mitä uutta ja erilaista tarvitaan, kun on kyse ikäihmisistä asiakkaina.

Ikäystävällinen yritys ottaa ikäihmiset huomioon yhtenä kasvavana asiakasryhmänä, osaa lähestyä heitä ja tarjota heille kohdennettuja palveluja. Pohtimalla, miten omaa palvelua, tuotteita ja markkinointia voi kehittää ikäystävälliseksi ja samalla omaa yritystä ikäystävälliseksi yritykseksi, yrityksellä on mahdollisuus kasvattaa asiakaskuntaa ja liikevaihtoa. **Ikäystävällisyydestä tulee kilpailuetu.**

Ikäystävällisessä yrityksessä yhdistyy kaksi eri suunnasta tulevaa näkökulmaa. Toisaalta ikäystävällisyys on käyttäjälähtöistä, se nousee ikäihmisten tarpeista. Lähtökohtaa voi kuvata sekä eettiseksi että arkisen käytännölliseksi. **Ikäystävälliset yritykset vahvistavat ikäihmisten toimintakykyä, omatoimisuutta, itsemääräämistä ja hyvinvointia. Ikäihmiset saavat sitä kautta parempaa palvelua ja tarpeisiinsa sopivia palveluita ja tuotteita.**

Toisaalta ikäystävällisen ajattelun ytimessä korostuu myös liiketaloudellinen, yrityksen hyötyä korostava ajattelu. Ikäystävällinen yritys luo samalla yrityskuvaansa ja palvelu- ja tuotevalikoimaansa paremmin kuluttajille sopivaksi ja saa mahdollisuuden lisätä liikevaihtoaan ja menestystään.

Kaikki hyötyvät.

Toivomme tämän julkaisun kuluvaan niin yritysten henkilöstön kuin ikäihmistenkin käsissä. Ehkä julkaisu jopa innostaa uusiin oivalluksiin, palveluihin ja tuotteisiin, jotka edistävät ikäihmisten pitkä ja hyvää elämää.

Julkaisun lähtökohtana on ikäihmisen ja yrityksen arki ja se on kirjoitettu palvelemaan käytäntöä. Käytetty kirjallisuus ilmoitetaan julkaisun lopussa.

KIITOKSET

Ikäystävällisen yrityksen konseptin kehittelyyn osallistuivat joensuulaiset Ikääntyvien yliopiston opiskelijat ja Pohjois-Karjalan Muisti ry:n ryhmäläiset. He vastasivat kyselyymme ja kertoivat omista palvelukokemuksistaan. Samalla he konkretisoivat, millaisista elementeistä ikäystävälliset yritykset ja palvelut syntyvät. Kiitokset heille! Käytämme näitä vastauksia tässä julkaisussa. Lisäksi käytämme yritys-koulutuksessa keräämäämme aineistoa.

Kiitokset myös Karelia-ammattikorkeakoulun oppimis- ja palveluympäristö Voimalalle sekä sairaanhoitajaopiskelija Niina Hartikaiselle, joka etsi kansainvälisiä esimerkkejä ikäystävällisistä yrityksistä.

Kiitämme Suomen Tietokirjailijat ry:tä kirjoittamiseen myönnettyistä apurahoista, jotka vahvistivat uskoamme ikäystävällisen yrityksen ideaan ja kannustivat meitä saatamaan julkaisu päätökseen.

Kiitos Karelia-ammattikorkeakoululle kirjamme saattamisesta lukijoiden ulottuville.

Joensuussa helmikuussa 2017

Arja Jämsén ja Tuula Kukkonen

- kasvava ja moninainen asiakasryhmä

IKÄÄNTYMINEN ON KOVA JUTTU

Väestön ikääntyminen on meillä ja muualla on kiistämätön tosiasia. Mutta mitä oikeastaan tiedämme ikääntymisestä? Millainen ymmärrys meillä on ikääntymisen vaikutuksesta ja merkityksestä, yksilöllisesti ja yhteiskunnallisesti? Mitä tiedämme nykyajan ikäihmisistä ja heidän elämästään? Entä millaisiksi arvelemme tulevaisuuden ikäihmiset? Missä määrin tunnistamme heidän yksilölliset ja vaihtelevat tarpeensa ja unelmansa? Vai näemmekö mielikuvissamme tasaisen harmaan joukon ikäihmisiä rollaattoreineen ja keinutuoleineen?

Maailmankuvamme ja käsityksemme maailmasta perustuvat valitettavan usein pinttyneisiin asenteisiin ja mustavalkoisiin käsityksiin. Ikään ja ikääntymiseen kytketään mielikuvia, jotka eivät pidä paikkaansa. Toistelemalla ja levittämällä näitä vanhoja uskomuksiamme luomme ja vahvistamme vääristynyttä kuvaa ikääntymisestä ja ikäihmisistä.

Totta on, että väestön ikääntyminen merkitsee valtavia muutoksia julkisessa taloudessa, työvoimassa ja työllisyydessä, kilpailukyvyssä ja elämänlaadussa. Mutta haluamme muistuttaa, että samaan aikaan väestön ikääntyminen on suuri mahdollisuus saada aikaan kasvua ja luoda uusia työpaikkoja.

On aika tarkentaa katsetta laittamalla ”ikänäkö” päälle. Kysymme ensin muutaman tarua vai totta -kysymyksen ja sen jälkeen esittelemme ikääntymistä numeroiden valossa.

Tarua vai totta?

- ✓ Ikäihmiset ovat vähemmän tuottavia
 - »TARUA. Tuottavuus kasvaa, kun työpaikkoja muokataan ikääntyneiden työntekijöiden tarpeiden mukaan.
- ✓ Ikääntyneet eivät enää perusta yrityksiä
 - »TARUA. Ikääntyneet perustavat muita useammin yrityksiä – ja epäonnistuvat harvemmin.
- ✓ Ikäihmiset eivät ole kiinnostava markkinoinnin kohderyhmä
 - »TARUA. Ikäihmiset ovat ohittamaton ryhmä markkinoilla – heillä on ostovoimaa.
- ✓ Ikäihmiset eivät helposti ota käyttöön uutta teknologiaa
 - »TARUA. Digiasiat kiinnostavat ikäihmisiä ja he hankkivat mielellään laadukkaita laitteita.

Tiesitkö, että

- » Suomessa on 1,8 miljoonaa yli 55-vuotiasta
- » Yli 90-vuotiaat ovat Suomessa kaikkein nopeimmin kasvava väestön ikäryhmä
- » Yli satavuotiaita oli Suomessa 1990-luvun alussa noin 150, nyt yli 750
- » Syyskuussa 1945 syntyi Suomessa lapsia enemmän kuin koskaan aikaisemmin tai sen jälkeen – syyskuussa 2015 he täyttivät 70 vuotta
- » Työikäisten eli 15–64-vuotiaiden määrä vähenee Suomessa joka vuosi noin 10 000 hengellä ja 65 vuotta täyttäneiden määrä kasvaa joka vuosi noin 38 000 hengellä
- » 65-vuotiaiden määrä kaksinkertaistuu seuraavan kahdenkymmenen vuoden aikana
- » Itä-Suomessa ja Pohjois-Karjalassa ennakoidaan vähintään kolmanneksen väestöstä olevan yli 65-vuotiaita vuonna 2020
- » Ikääntyminen on myös globaali ilmiö: vuonna 2010 Euroopassa 17,4 prosenttia väestöstä oli yli 65-vuotiaita. Vuonna 2030 yli 65-vuotiaita on jo 30 prosenttia.

IKÄIHMISTEN
MÄÄRÄ
KASVAA
NOPEASTI!

- » Vuoteen 2060 mennessä joka kolmas eurooppalainen on yli 65-vuotias
- » Yksin asuvien yli 75-vuotiaiden määrä kasvoi Suomessa vuodesta 2005 vuoteen 2013 lähes 12 prosenttia
- » Yli 65-vuotiaista 85–90 % elää tavanomaista aikuisen elämää ilman apua tai ulkopuolista tukea
- » Nykyisen viisikymppisen naisen todennäköisyys elää 80-vuotiaaksi on 75 % ja miehen noin 50 %
- » Vuonna 2015 syntyneiden suomalaisten miesten elinajanodote on 78,5 vuotta ja naisten 84,1 vuotta

Tiesitkö, että

- » Yli puolet omaishoitajista on 65 vuotta täyttäneitä
- » Muistisairaiden omaishoitajana toimivien keski-ikä on 78 vuotta
- » Työssä olevan työvoiman ja työvoiman ulkopuolella olevien suhde (huoltosuhte) on nyt Euroopassa 4:1, eli jokaista työvoiman ulkopuolella olevaan kohden on neljä työssä olevaa. Vuonna 2060 huoltosuhte on muuttunut 2:1:een. Tämä merkitsee sitä, että hoivan ja huolenpidon kustannukset nousevat, ellei mitään muuteta. Yksi muutos tulee olemaan työssäoloajan pidentyminen ja siten ikääntyneiden työssäkäynnin lisääntyminen.
- » Ikäihmisten (eläkeläisten) työllisyysaste on noussut koko 2000-luvun. Yli 40 000 ikäihmistä on palannut eläköitymisen jälkeen työelämään - työntekijöiksi, yrittäjiksi, konsulteiksi.
- » 60–64-vuotiaista eläkkeellä olijoista miltei joka kolmas haluaisi takaisin työelämään
- » 2010-luvun alussa eläkkeen ja työntöön yhdisti noin 130 000 ihmistä

IKÄÄNTYVÄT
TEKEVÄT
TÖITÄ

Ikääntyneiden työntekijöiden rekrytointiin keskittynyt yritys

The 60+ Recruitment Company

Yritys haluaa varmistaa, että kokeneet ja luotettavat ikääntyneet saavat tehdä merkityksellistä ja arvokasta työtä. Ikääntyneet työntekijät ovat usein joustavia työaikaisten suhteen. Esimerkiksi osa-aikatyö konsulttina tai mentorina sopii heille hyvin.

Tiesitkö, että

- » Eläkeläiset toimivat vapaaehtoistyöntekijöinä ja vertaisohjaajina harrasteryhmissä, kuntosaleilla sekä tietotekniikkakoulutuksissa, varamummoina ja -ukkeina, lastenlasten hoitajina
- » Suurista ikäluokista noin kaksi kolmasosaa antaa käytännön apua vanhemmilleen ja lapsilleen
- » Suurista ikäluokista lähes puolet antaa taloudellista tukea lapsilleen
- » Kolme neljäsosaa antaa lastenhoitoapua lapsilleen
- » Ikäihmiset eivät pysyttele paikallaan, vaan haluavat usein järjestellä asumistaan ja elämäänsä uudelleen. Ikäihmiset muuttavat myös vastavirtaan: pääkaupunkiseudulta muualle Suomeen, usein takaisin kotiseudulleen.
- » Yli 60-vuotiaiden avioerot ja uudet avioliitot lisääntyvät – tämä merkitsee muuttoa, asuntokauppoja, erilaisia lainopillisia järjestelyjä

IKÄIHMISET
ELÄVÄT
AKTIIVISESTI

- » Eläkeläiset muuttavat myös ulkomaille, minne voivat houkuttaa niin mukavammat sääolot kuin matalammat elinkustannukset ja mahdolliset verohelpotuksetkin. Suosittuja suomalaisten eläkeläisseutuja on muun muassa Espanjassa, Portugalissa, Turkissa ja Thaimaassa.
- » Eläkeläiset matkustavat kotimaassa ja maailmalla

Seniorimatkailu

Seniorimatkailussa nähdään aluetaloudellista kehittämispotentiaalia varsinkin hyvinvoinnin, kulttuurin, elintarvikealan ja matkailun rajapinnoilla. Toistaiseksi seniorimatkailusta ei ole riittävästi tietoa. Osaamista ja jatkokehittämistä tarvittaisiin varsinkin käyttäjäarvioinnissa ja yhteiskehittämisessä.

Seniorimatkailijat eivät ole yhtenäinen segmentti. On varakkaita ja vähävaraisia, on hyväkuntoisia ja erityispalveluita tarvitsevia. [www.tourage.eu]

Tiesitkö, että

- » Suomalaiset ovat varakkaimmillaan 64–74-vuotiaina. Pääasiallinen varallisuus muodostuu asunnoista, joihin luetaan vakituinen asunto, vapaa-ajan asunnot ja sijoitusasunnot.
- » 75 vuotta täyttäneiden reaalitytulot ovat kasvaneet yli kuusi prosenttia 2010-luvun alkupuolella.
- » Eläketulot ovat työikäisten tuloja matalampia, mutta ne ovat kuitenkin palkkatuloja vakaampia. Tulot eivät riipu niin suoraan suhdanteista eikä eläkeläisillä ole työttömyyden riskiä.
- » Miesten keskieläke on vajaat 1 800 euroa, naisten noin 1 400 euroa
- » Suomen kotitalouksista joka kolmas on eläkeläistalous. Eläkeläistalouksia on Suomessa noin 890 000.
- » Eläkkeellä oloaika pitenee. Vuonna 1980 keskimääräinen eläkkeellä oloaika oli 8,5 vuotta. Nyt eläkkeellä ollaan usein reilut 20 vuotta.

IKÄIHMISET
ELÄVÄT
OMILLAAN

Yli 65-vuotiaista useampi kuin kuusi kymmenestä pitää vanhuutta elämänsä parhaana vaiheena.

Eläkkeelle siirtymistä kuvataan elämänkulun suurimmaksi murrosvaiheeksi. Tilastojen valossa meillä on tarkka tieto siitä, ketkä ovat eläkkeellä. Sen sijaan meillä on hämmästyttävän hämärä kuva siitä, millaista elämää nämä eläkeläiset viettävät.

Eläkeläinen on siirtynyt pois työelämästä, mutta mitä elämään on tullut työn tilalle? Pääosa eläkeläisistä ei todellakaan vietä aikaansa sosiaali- ja terveydenhuollon palveluissa eikä ole horjuttamassa julkisen sektorin taloutta. Todellisuus on toisennäköinen.

Ikäpolitiikka: Ikäihmiset ovat voimavaramme

Eurooppalaisen ikäpolitiikan johtavina periaatteina nähdään elämänkaarinäkökulma eli sukupolvien välisyys sekä kokonaisvaltaisuus. Ikäihmiset ovat yhteiskunnallinen, taloudellinen, sosiaalinen ja inhimillinen voimavara yhteiskunnassa.

Suomalaisen ikäpolitiikan merkittävä rajapyykki oli valtioneuvoston selonteko vuodelta 2004 ”Hyvä yhteiskunta kaikenikäisille”. Siinä selvitettiin laajasti väestön ikääntymistä ja siihen varautumista eri hallinnonaloilla. Suomessa on viime vuosina korostettu ikääntyvien ihmisten voimavaroja ja aktiivisuutta.

EU puolestaan julisti vuoden 2012 aktiivisen ikääntymisen ja sukupolvien välisen solidaarisuuden teemavuodeksi.

Teemavuoden keskeiset viestit olivat:

- » ikääntyneiden määrän kasvu on myönteinen asia ja kertoo yhteiskuntien hyvinvoinnin kasvusta
- » ikäihmiset elävät täyttä elämää työssä, kotona ja oman yhteisönsä jäseninä
- » ikäihmiset ovat aktiivisia ja osallistuvia yhteiskunnan jäseniä
- » sukupolvien välinen vuorovaikutus ja solidaarisuus lisäävät eri-ikäisten yhteistyötä, tuovat ymmärrystä ja uusia mahdollisuuksia oppia ja toimia yhdessä
- » huomataan ihmisten ja myös ikäihmisten moninaisuus
- » aina on oikea ikä elää täyttä elämää

VANHUKSIA JA AKTIIVISIA SENIOREITA

Ikääntyminen merkitsee ihmiselle monia erilaisia muutoksia, mutta elämässä säilyy paljon ihan ennallaan. Näin asian ilmaisee 75-vuotias naishenkilö vastatessaan yritysten ikäystävällisyyttä koskevaan kyselyymme:

”(Olemme...) sisältä samoja, vain kuori muuttuu”

Ikäkäsitteen moniulotteisuudesta kertoo se, että erilaisia nimettyjä ikä on useita: kronologinen, biologinen, psykologinen, kehityksellinen, sosiaalinen, institutionaalinen, juridinen, toiminnallinen, persoonallinen, subjektiivinen, ruumiillinen, rituaalinen ja symbolinen ikä. Kullakin näistä on oma tarkastelunäkökulmansa.

Ikäkäsitteiden moninaisuus vahvistaa myös ajatusta siitä, että iällä voidaan tarkoittaa usein eri asioita. Ikä saa monia erilaisia sisältöjä ja tulkintoja.

Kronologinen ikä on numero, kalenteri-ikä, ja sitä iällä yleensä arkipuheessa tarkoitamme. Kun kysytään, minkä ikäinen olet, kerromme syntymävuotemme tai ikämme vuosissa.

Biologinen ikä liittyy fyysisiin ja fysiologisiin muutoksiin, joita tapahtuu ihmisen kasvaessa ja kehittyessä ensin lapsesta aikuiseksi ja sitten myöhemmin vanhukseksi. Elimistön kunto, toimintakyky ja ulkonäkö kertovat jotain biologisesta iästä. Biologisessa iässä voi ihmisten kesken olla suuria vaihteluita.

Sosiaalisella iällä viitataan ihmisen elämänvaiheisiin tai hänen sosiaaliseen asemaansa yhteiskunnassa. Lapsuudessa, nuoruudessa, aikuisuudessa tai vanhuudessa ihmisellä on erilaisia sosiaalisia rooleja. Yhteiskunnassa saattaa myös olla ikäodotteita, rooliodotuksia, miten tietynikäisen odotetaan elävän ja käyttäytyvän.

Persoonallinen ja subjektiivinen ikä voi olla jotain aivan muuta kuin kronologinen tai sosiaalinen ikä. Ikä ei siis ole vain numeroita, vaan se on perustaltaan kokemuksellinen asia. Ikävuosien määrä ei kerro ikäihmisestä vielä paljoakaan: Jokainen ikäihminen on yksilö. Eeva Kilven sanoin:

Vanhan naisen silmärei'istä katsoo maailmaa ja kanssaihmiään nuori tyttö. Se katse ei sammu, sisäiset silmät eivät vanhene. (Kilpi 2007)



Ikäihmisiä on niin moneksi ja niin monen ikäisiä, että yhtä sopivaa heitä kuvaavaa käsitettä on vaikea löytää.

Vaivahoitoasetuksessa vuodelta 1852 vanhoista puhuttiin ”vanhoina” ja ikääntyvistä ”vanhastuneina”. Käsitteillä on kulloiseenkin aikakauteen ja yhteiskunnalliseen todellisuuteen kytkeytyvät merkityksensä, vivahteensa ja sävynsä. Nykyään jo iän kysyminen koetaan usein araksi asiaksi. Joku voi loukkaantua eläkeläiseksi nimittämisestä, kun taas jollekin toiselle eläkeläinen voi olla arvokas ja kunniakas nimitys. Joku kolmas pitää vanhus-sanaa ikävänä, epämiellyttävänä ja kielteisesti leimaavana.

Myös media luo uusia käsitteitä: Puhutaan aktiivisista harmaista panttereista ja kiihkeistä puumista. Sanoilla rakennetaan maailmaa, joko huomaamatta tai tarkoituksellisesti.

ProudAge - Koska olet arvokas

Suomalainen Proud Age -liike edistää vanhuuteen ja vanhustyöhön liittyvää asennemuutosta. Se kouluttaa ja vaikuttaa.

Ikääntyminen on yksilöllistä, ”mikään muu porukka ei ole yhtä heterogeeninen”. Proud Age näkee mahdollisuuksia, on ratkaisukeskeinen ja kekseliäs. Ikäihminen voi tehdä, mitä itse haluaa. Kukaan ei voi määrittellä, miten jonkun ihmisen tulisi ikääntyä tai elää ikäihmisenä. Vanhuus rokkaa!

Proud Age esittelee myös kansainvälisiä hyviä esimerkkejä, muun muassa Hollannista ja Britanniasta. Toimijaverkostoon on liittynyt ikääntyviä, vanhustyöntekijöitä sekä eri alojen yrityksiä.

www.proudage.fi

Tässä kirjassa käytämme useimmiten käsitettä ”**ikäihminen**”, koska se on mielestämme neutraali suomenkielinen sana. Havaintojemme mukaan sitä ei koeta kielteisesti leimaavana.

Minkä ikäinen on sitten ikäihminen? Alamme puhua ikääntyvistä työntekijöistä jossain 50 ikävuoden kieppeillä. Toisaalla saamme yhä useammin juhlistaa 100-vuotis-synttäreitä. Tähän väliin mahtuu paljon elämää, monia elämänvaiheita ja monenlaisia ikääntymisen ilmiöitä ja kokemuksia. Ikääntyminen kestää tässä katsannossa parhaassa tapauksessa viitisenkymmentä vuotta eikä sitä voi kutistaa yhteen malliin, muottiin tai laatikkoon.

Ikääntymiskeskustelua hämäävät myös määrittelyt ”ikäistään nuorempi” tai ”ikäistään vanhempi”. Useiden tutkimusten mukaan ihmisten välisten biologisetkin erot voivat olla useita kymmeniä vuosia. Puhumattakaan ihmisen omasta kokemuksesta, ”enhän minä ole vanha”, voi yhdeksänkymmentävuotispäiväänsä lähestyvä sanoa. Toisaalta 35-vuotias voi tuntea itsensä ikälopuksi ja väsyneeksi, ”elämä on ohi”. Taustalla vaikuttavat eletty elämä ja elämäntavat, geenit ja silkka sattuma. Moni eläkeläinen kokee nuortuvansa eläkkeelle jäätyään. Työstressi helpottaa, on aikaa kuntoilla ja harrastaa.

Ikääntymisen elämänvaiheet

Ikääntymisen elämänvaiheista on tehty useita erilaisia ryhmittelyjä. Yksi jaottelu perustuu ikääntymisen vuosikymmeniin

- » **nuoret iäkkäät (60–69-vuotiaat)**
- » **keski-ikäiset iäkkäät (70–79-vuotiaat)**
- » **vanhat iäkkäät (80–89-vuotiaat)**
- » **hyvin vanhat iäkkäät (90–99-vuotiaat)**

Vanhuuteen nojaava jaottelu taas erottelee alkavan vanhuuden (65–74-vuotiaat) ja vanhuuden (75–90-vuotiaat).

Elämänrytmin ja aktiivisuuden mukaisessa jaottelussa erotetaan ”**go go**” -vaihetta elävät (65+ -vuotiaat), ”**slow go**” -vaihetta elävät (75+ -vuotiaat) sekä ”**no go**” -vaiheen saavuttaneet (85+ -vuotiaat).

Näissä jaotteluissa on tärkeä muistaa, että niitä ei voi tarkasti kiinnittää joihinkin ikävuosiin. Jaottelut kuitenkin auttavat kuvaamaan ikääntymisen monia erilaisia vaiheita ja helpottavat hahmottamaan ikäystävällisen liiketoiminnan tavoitteita, palveluita ja tuotteita.

Olemme tarkentaneet omaa ikäkatsettamme ja jäsentäneet ikääntymistä kolmeen elämänvaiheeseen, jotka eivät ole sidottuja ikävuosiin vaan pikemminkin elämäntilanteeseen ja yksilöllisiin elämänkulkuihin: **1) ikääntyvät työikäiset**, **2) seniori-ikäiset** ja **3) vanhuusikäiset**.

Tässä jäsennyksessä vanhuusikään liittyy lisääntynyt avun ja hoivapalvelujen tarve ja toisinaan muutto pois kotoa esimerkiksi palvelutaloon tai hoitokotiin. Tässä mielessä vanhuusikä vastannee edelleenkin yleistä mielikuvaa vanhuudesta, johon liittyy toimintakyvyn heikkeneminen ja kasvava riippuvaisuus muiden avusta, hoivasta ja hoidosta.

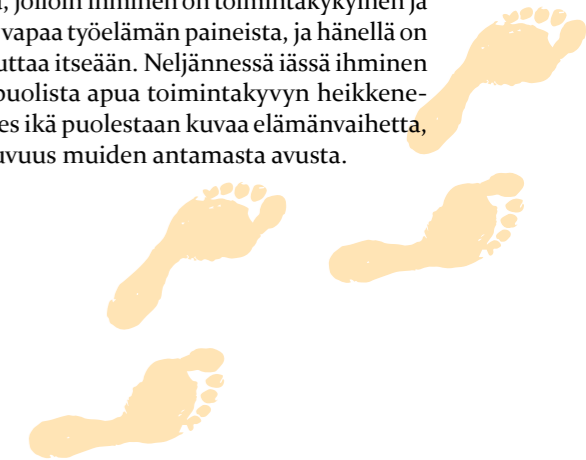
Ikääntyvät työikäiset, tämän jäsennyksen nuorimmat, on huomioitu siksi, että on tärkeää pohtia ikääntymisen ilmiöitä suhteessa työhön ja työssä jatkamiseen. Ikääntyvät työikäiset ovat tulevaisuuden ikäihmisiä, joten heidän kauttaan, heidän elämäntavastaan ja tarpeistaan voimme saada tietoa siitä, minkälaisiksi ikäihmisten intressit ja tarpeet tulevat muovautumaan.

Seniori-ikä on usein pitkä, vuosikymmenien mittainen, elämänvaihe eläköitymisen ja vanhuusiän välissä. Tämä elämänvaihe on viime vuosikymmeninä selvästi pidentynyt aikaisempiin sukupolviin verrattuna. Aikaisemmin oli tavallista, että eläkkeelle jäävät olivat jo raihnaisia ja raskaan työn rasittamia. Tämän vuoksi he olivat varsin nopeasti jo ”vanhoja”.

Nykyisellä seniori-ikäisellä ihmisellä tuntuu olevan mahdollisuuksia moneen. Löytyy kokemusta ja osaamista, usein myös aikaa. Hän asuu omillaan ja tulee taloudellisesti kohtuullisen hyvin toimeen. Hän haluaa osallistua ja vaikuttaa. Joku tarjoaa hoitoapua lastenlapsille, joku talkoilee, toimii järjestöissä tai matkustelee. Monet toimivat toisten ikäihmisten vertaistukena.

Kuvauksemme seniori-ikästä vastaa paljon käytettyä ”kolmannen iän” käsitettä. Ikääntymisen elämänvaiheiden jaottelu **kolmanteen**, **neljänteen** ja **viidenteen ikään** perustuu ikääntyvän ihmisen toimintakykyyn, elämäntyyliin ja myös taloudellisiin voimavaroihin.

Kolmannella iällä tarkoitetaan eläkkeelle siirtymisestä alkavaa elämänvaihetta, jolloin ihminen on toimintakykyinen ja aktiivinen. Hän on vapaa työelämän paineista, ja hänellä on mahdollisuus toteuttaa itseään. Neljännessä iässä ihminen alkaa tarvita ulkopuolista apua toimintakyvyn heikkene-
misen vuoksi. Viides ikä puolestaan kuvaa elämänvaihetta, johon liittyy riippuvuus muiden antamasta avusta.



Sukupolvinäkökulma ikääntymiseen

Ikääntymiseen liittyy näiden eri elämänvaiheiden lisäksi myös sukupolvinäkökulma. Ihminen kuuluu aina omaan sukupolveensa, joka on syntynyt suunnilleen samaan aikaan ja elänyt elämänvaiheensa samoina vuosikymmeninä. Esimerkiksi 1920–1940-luvuilla syntyneet elävät nyt 2010-luvun ikäihmisinä.

Kuuluminen tiettyyn sukupolveen tarkoittaa, että ihmisillä on samantyyppisiä kokemuksia ja muistoja. He ovat eläneet samanlaisia historiallisia aikoja ja saattavat suhtautuvat samoin esimerkiksi työhön, kuluttamiseen tai harrastamiseen. Tätä ei kuitenkaan pidä ymmärtää kategorisesti. Ihmiset elävät samaan historialliseen aikaankin erilaisissa elämänpiireissä ja ovat erilaisia varallisuudeltaan, perhe- ja taustoiltaan ja sosiaaliselta asemaltaan.

Samalla aikakaudella eläminen tuottaa kuitenkin jotain yhteistä ihmisten kokemusmaailmaan. Esimerkiksi sota-aikana ja sota-ajan jälkeen syntyneiden sukupolvien yhteiseen kokemusmaailmaan liittyvät suurelta osin köyhyys, maaltamuutto ja -pako, maahenki, kansakoulu, kova työnteko, eteenpäin meno sekä lasten koulutuksellinen, taloudellinen ja sosiaalinen nousu. Jälleenrakennuksen ja nousun sukupolvi uskaltautui jo matkustamaan turvallisilla ”sinivalkoisilla” siivillä ja opastetuilla ryhmämatkoilla.

Keihäsmatkoilla tutustuttiin erilaiseen elämänmuotoon ja eksoottisiin ruokiin, joita osataan nyt kaivata kotonakin. Lihapullat ja silakat eivät ehkä nykypäivän ja tulevaisuuden vanhusruokailussa ole ainoita suosikkeja. Listalle halutaan vaikka simpukoita tai curry wurstia.

Nykyiset kolmatta ikää elävät ikäihmiset kuuluvat suuriin ikäluokkiin: he ovat syntyneet toisen maailmansodan jälkeen, 1940-luvun lopulla ja 1950-luvun alkupuolella. He ovat eläneet selvästi erilaista elämää kuin vanhempansa. Yhteiskunta muuttui paljon ja nopeasti – suuri määrä ihmisiä muutti maalta kaupunkiin, jopa Ruotsiin, ja naisten työsäkäynti yleistyi. Myös koulunkäynti yleistyi, ja erityisesti naisten koulutustaso nousi. Suurella osalla koulunkäynti jäi kuitenkin kansa- ja kansalaiskouluun.

Suuret ikäluokat ovat sukupolvi, joiden toinen jalka on menneessä ja toinen uudessa maailmassa. Kolme neljäsosaa syntyi maaseudulle ja muutti kaupunkiin. 1990-luvun suomalaisessa laulusanoituksessa heidän kuvattiin elävän ”toinen käsi utareella, toinen kaukosäätimellä”. He kantavat maaseutumaisen Suomen kuvaa ja muistoa mukanaan, vaikka elävät hyvin toisenlaisessa nyky-yhteiskunnassa.

Nämä suuret ikäluokat ovat hyvinvointiyhteiskunnan suuren nousun takana. He ovat sen nousun kokeneet ja olleet sitä suurelta osin myös itse tekemässä. Tämän joukon suuri yhteinen sukupolvikokemus on sosiaalinen nousu. Asumistaso koheni ja varallisuutta karttui.

Ns. kolmatta ikää elävät eivät ole enää työelämässä. Heidän sanotaan elävän kolmannen iän vapautta, vailla varsinaisen vanhuuden (ns. neljännen iän) usein mukanaan tuomia vaivoja ja ongelmia. Ikäihmisten elämäntyylien kirjo on leveä.

Eroihin ei niinkään suoraan vaikuta ikä, vaan ikäihmisen käytössään olevat taloudelliset, sosiaaliset ja terveydelliset pääomat. Voidaan puhua ihmisen kyvystä ottaa hyvinvointia ”irti” kulloisistakin olosuhteista ja mahdollisuuksista.

Toimintakyvyn aktiivinen ylläpitäminen voi myös synnyttää uutta palvelukysyntää: yhä useampi haluaa maksaa erilaisista kuntoilu- ja hyvinvointipalveluista.

Suurten ikäluokkien jälkeinen eläkeläisten joukko on sukupolvi, jonka yhteinen sukupolvikokemus on yhteiskunnan ja elämäntavan raju muutos 1960-luvulta lähtien: keskioluen vapautuminen, Vanhan valtaus, e-pillerit, sukahousut ja interrail-matkat. Myös maailmalla tapahtui: kylmä sota ja Berliinin muurin rakentaminen, avaruuden

valloitus ja opiskelijamielenosoitukset. Yhteiskunnallinen ilmapiiri modernisoitui ja samalla radikalisoitui, usko tulevaisuuteen ja edistykseen oli edelleen vahva. Vanhoja perinteisiä arvoja kyseenalaistettiin, ja muun muassa avoliitot yleistyivät.

Suurin osa näistä suurista ikäluokista on tällä hetkellä jo eläkkeellä. He ovat suuren muutoksen sukupolvea ja ensimmäinen nuorisokulttuurin sukupolvi. Ja nyt heitä voidaan taas kutsua ”ensimmäisiksi”: he edustavat uudenlaista eläkeläissukupolvea.

Ikääntyminen on siis hyvin monimuotoinen elämänvaihe – mahtuuhan siihen vuosissakin melkein puolen vuosisadan matka!

Näkemykset ja yleistävät käsitykset ikäihmistä muuttuvat, kun ikäihmisiä on määrällisesti aikaisempaa enemmän ja he ovat samalla aiempaa pidempään aktiivisia toimijoita. Aktiivinen ikääntyminen tarkoittaa monella tavalla aktiivista otetta elämään. Se on myös aktiivista varautumista vanhenemiseen ja sen mukana mahdollisesti tuleviin pulmiin. Ennakoidaan esimerkiksi tulevaisuuden asumisjärjestelyitä ja suunnitellaan toimeentuloa, tarvittavia vakuutuksia ja vaihtoehtoisia palveluita.

Tulevien ikäihmisten – nykyisten keski-ikäisten ja nuorten aikuisten – ikääntymistä voidaan pyrkiä ennakoimaan pohtimalla heidän sukupolviensa kokemusmaailmaa, mitä he pitävät tärkeänä, mihin he ovat halukkaita sitoutumaan ja panostamaan.

Odotetun eliniän pidentyminen sekä aiempien aikojen ikäihmisiä parempi toimintakyky ja terveys voitaneen liittää tulevien ikäihmisten elämään. Muut asiat, esimerkiksi mahdolliset uudet tarpeet ja uudenlaisten tuotteiden ja palvelujen kysyntä, jäävät nähtäväksi. Erilaisten elämäntapojen ja elämäntyylien moninaisuus tulee kuitenkin oletettavasti edelleen lisääntymään.

Ikäihmisten seksuaalista monimuotoisuutta ja erilaisia seksuaalisia vähemmistöjä ei ole palveluissa tähän asti juurikaan huomioitu. Varsinkin sosiaali- ja terveyspalvelut on rakennettu selkein hetero-oletuksin. Totta kuitenkin on, että yhä useammat ikäihmiset ”tulevat kaapista” ja sateenkaarivanhuus on jo arkipäivää. Tämä edellyttää myös palvelujen kehittämistä niin, että seksuaalinen monimuotoisuus otetaan yhtenä tekijänä huomioon. Esimerkiksi Tukholmassa on perustettu osuuskunnallinen senioritalo Regnbågen, jonka kaikki asukkaat edustavat jotain sukupuolivähemmistöä.

www.regnbagen.se

SENIORITALOUS – IKÄIHMISET KULUTTAJINA

Aktiivisuus, toimijuus ja toimeliaisuus ovat tämän päivän ikäihmistä kuvaavia avainsanoja. Ikäihmiset ovat aikaisempaa ”nuorempia”. Entisaikojen viisi- tai kuusikymppinen sai syntymäpäivälahjaksi kävelykepin ja keinutuolin, nyt hyvässä lykyssä ehkä matkan maailman ympäri tai moottoripyörän. Nyt käydään töissä, kulutetaan ja harrastetaan, iästä riippumatta. Ikäihmiset ovat aiempaa koulutetumpia, ja heillä on usein sekä varaa että tahtoa valita juuri niitä tuotteita ja palveluja, jotka vastaavat heidän tarpeisiinsa.

Ikäihmiset ovat yhteiskunnassa laajeneva kuluttajajoukko. Kyse ei kuitenkaan ole yhtenäisestä ryhmästä. Ikäihmiset jakaantuvat iän, ostovoiman, koulutuksen, elämäntyylien ja kulutustottumusta mukaan moniin erilaisiin ryhmiin.

Väestön ikääntyminen sekä ikäihmisten pidentynyt ja monin eri tavoin aktiivinen elämä on silmiemme edessä, mutta mitä tiedämme ikäihmisten tarpeista ja toiveista? Millaisen tiedon varassa ikäihminen tekee tulevaisuuden suunnitelmiaan ja ennakoii asumistaan ja muita tarpeitaan?

Saako yritysmaailma, palveluntuottaja, kehittäjä kiinni heikoista signaaleista? Onko kuva ikäihmisestä riittävän laaja ja moniulotteinen?

Ketkä ikäihmisten käyttämiä tuotteita ja palveluja tai asuamista suunnittelevat? Nykyiset nuoret vai entiset nuoret?

Ikäihmisten määrän ja kulutuskysynnän kasvuun vastaaminen edellyttää yrityksiltä paneutumista ikäihmisten moninaisuuteen ja heidän tarpeisiinsa. Yritysten kannattaa ottaa ikäihmiset huomioon kasvavana asiakasryhmänä.

Eurooppalaisessa keskustelussa käytetään ikäihmisten taloudelliseen merkitykseen viitattaessa käsitettä ”**silver economy**”. ”Silver economy” liittyy sekä ikääntymisen taloudellisiin merkityksiin että ikäihmisten elämänlaatuun ja osallistumismahdollisuuksiin. ”Silver economy” edellyttää uusien innovatiivisten tuotteiden ja palvelujen kehittämistä ja tätä kautta syntyy uutta kasvua ja työpaikkoja.

Suora käänös ”hopeatalous” ei istu suomen kieleen. Suomessa muun muassa Risto E. J. Penttilä ja Alf Rehn käyttävät vanhuustalouden käsitettä. Heidän mukaansa vanhuustaloudessa piilevät suunnattomat mahdollisuudet. Ikäihmisten potentiaali kuluttajina ja poliittisina vaikuttajina on paljolti vielä löytämättä. Samoin ikäihmisten tietoa, taitoa ja kokemusta olisi mahdollista ottaa käyttöön nykyistä monipuolisemmin.

Me käytämme tässä julkaisussa **senioritalouden** käsitettä. Viittaamme sillä kaikkiin niihin talouden aktiviteetteihin, joita ikäihmiset käyttävät ja tarvitsevat. EU-ohjelmien mukaisesti ”ikäihminen, ikääntyvä, seniori” on tässä yhteydessä 55 vuotta täyttänyt.

Ikääntymisen taloudelliset vaikutukset ovat laajoja. Voidaan ajatella muun muassa vaikutuksia terveyteen, ja ravitsemukseen, vapaa-aikaan ja hyvinvointiin, pankkialaan, asumiseen, liikenteeseen, koulutukseen ja työllisyyteen. Samanaikainen teknologian nopea muutos tuo tähän omat lisävaikutuksensa.

Senioritaloutta on tutkittu vielä vähän. Näin on niin Suomessa kuin muualla maailmalla. Väestön ikääntymisen merkitys taloudelle on yleisesti ja lähes pelkästään nähty kustannuksia lisäävänä ilmiönä. Kun asiaa valottaa toisesta suunnasta, voi kuitenkin löytää kaksi erilaista näkökulmaa. Ikäihmisten erityiset tarpeet kuten hoito, hoiva ja asuminen luovat uutta työtä ja uusia markkinoita. Ja toinen katsanto nousee ikäihmisten aktiivisesta roolista kansalaisina ja kuluttajina.

Kaikki ikäihmiset eivät välttämättä ole ensimmäisenä ottamassa käyttöön uusia innovatiivisia tuotteita ja palveluja. Ikäihmisten määrä kasvaa kuitenkin nopeasti, ja heidän kiinnostuksensa ja kuluspotentiaalinsa kohdentuminen ikäihmisten tarpeita vastaaviin tuotteisiin ja palveluihin on merkittävä kysyntätekijä.

Tosiasiasi jää, että ikäihmiset muovaavat taloutta ja ovat ryhmä, jota ei voi eikä kannata sivuuttaa.

Euroopalla sinänsä voidaan arvioida olevan maailmanlaajuisesti tarkasteltuna hyvät valmiudet vastata väestön ikääntymiseen. Muun muassa suhteellisen laaja julkinen sektori tukee uusia markkinoita ja taloudellista kasvua. Lisäksi monissa maissa on myös vahva sosiaali- ja terveydenhuolto ja ICT-sektori.

Senioritalouden laajuutta on vaikea arvioida. Euroopan Unionissa on meneillään lukuisia ohjelmia ja aloitteita, jotka liittyvät ikääntyneeseen väestöön ja väestöllisiin muutoksiin. Vuonna 2017 EU julkaisee tutkimuksen senioritalouden mahdollisuuksista. Siinä tullaan luomaan katsaus senioritalouteen liittyvistä aloitteista ja esitellään kymmenen lupaavaa tapausesimerkkiä siitä, miten senioritalouden innovaatiot luovat uutta työtä ja taloudellista kasvua. Tutkimuksen pohjalta tullaan myös esittämään EU-tason suosituksia Euroopan senioritalouden edistämiseksi.

Suomalainen senioritalouden esimerkki löytyy Kainuusta. Seniorpolis Oy:n tavoitteena on luoda eettisestä senioritaloudesta Kainuuseen uuden elinvoimaisuuden lähde. Väestön ikääntymisestä nousevia mahdollisuuksia halutaan hyödyntää muun muassa kehittämällä seniorimatkailua.
www.seniorpolis.fi

Ikääntymishaasteeseen vastaaminen edellyttää sektorirajat ylittävää yhteistyötä. Tästä esimerkkeinä ovat muun muassa aktiivinen ja terveellinen ikääntyminen, seniorimatkailu ja ikäystävällinen asuminen. EU tavoittelee Euroopan tasoista yhteistä senioritalouden strategiaa. Tällä hetkellä todennäköisimmiksi senioritalouden liiketoiminnan alueiksi on nostettu asuminen ja ympäristö, vapaa-ajan palvelut sekä ICT-teknologiasta erilaiset digi-tuotteet ja sähköiset palvelut.

Asumisessa ja rakentamisessa liiketoimintamahdollisuuksia löytyy erilaisista itsenäisen asumisen ratkaisuista sekä asumisen yhteisöllisyydestä ja esteettömyydestä.

Myös ikäihmisten monipaikkainen asuminen tulee edelleen yleistymään: tarvitaan mökkitalokareita ja muita asumisen tukipalveluita. Huomattava osa ikäihmisistä viettää ainakin osan vuotta ulkomailla, erityisesti Espanjassa, Portugalissa, Turkissa ja Thaimaassa. Siellä tarvitaan kaikkia niitä palveluja, mitä ihminen asuessaan ja eläessään tarvitsee.

Vapaa-ajanviettomahdollisuudet ovat myös tärkeä **senioritalouden potentiaali**. Matkailu-, ravintola- ja majoituspalvelujen sekä kulttuuri- ja viihdepalveluiden kysyntä kasvaa.

Digitalisaation mahdollisuuksia hyödyntävä tuote- ja palvelukehitys on selkeästi osa senioritalouden potentiaalia. Kuvapuhelinten ja videovälitteisten palvelujen hyödyntäminen tulee lisääntymään. Tarvitaan erilaisia hälytys- ja valvontajärjestelmiä koteihin sekä paikannusjärjestelmiä yksin asuville ikäihmisille.

Viihdekäyttöä laajemmat pelisovellukset esimerkiksi terapeuttisiin ja kuntouttaviin tarkoituksiin valtaavat alaa jo nyt, kun ikääntyvät sukupolvet ovat jo työelämässä tottuneet käyttämään interaktiivisia teknologiasovelluksia.



IKÄYSTÄVÄLLISYYS EI OLE ITSESTÄÄNSELVYYS

Ikäystävällisyydellä tarkoitetaan ikääntymiseen liittyvien ilmiöiden ja iän huomioimista eri elämänalueilla. Tässä luvussa käsitellään ikäystävällisyyttä yleisenä, koko yhteiskuntaa ja kaikkia elämänalueita koskettavana teemana. Tämän jälkeen seuraavassa luvussa keskitytään yritysten ikäystävällisyyteen.

Ikäystävällinen Eurooppa

Euroopassa on useita kansainvälisiä verkostoja ja yhdistyksiä, joiden lähtökohtana on väestön ikääntyminen ja tavoitteena kehittää hyvä yhteiskunta, joka tukee ja vahvistaa ikäihmisten terveellistä ja aktiivista ikääntymistä sekä itsenäistä elämää.

Kohti ikäystävällistä Eurooppaa (Towards an Age-Friendly Europe)

The Covenant on Demographic Change
-yhdistys

AFE-Innovnet -teemaverkosto (Euroopan komissio ja AGE Platform Europe)

Eurooppalainen yhdistys ja teemaverkosto, jonka tavoitteena on edistää ikäystävällistä ajattelua ja ikäystävällisten ympäristöjen luomista Euroopassa.

Tarkoituksena on sekä vahvistaa rakenteellista ja teknistä näkemystä ja osaamista ikäystävällisistä ympäristöistä että vaikuttaa myös asenteisiin ja päätöksentekoon.

Ikäystävällinen kaupunki: Manchester

Manchester on vanha teollisuuskaupunki Luoteis-Englannissa. Suur-Manchesterin alueella asuu yli 2,5 miljoonaa ihmistä. Manchester oli aikoinaan teollisen vallankumouksen ytimessä, mutta on sittemmin kokenut teollisuuden rakennemuutokset, laman ja taantumien.

Kaupungissa nähdään nyt uutta elinvoimaa väestön ikääntymisessä. Kaupunki näet tavoittelee maailman ensimmäisen ikäystävällisen kaupungin asemaa. Manchesterin ikäohjelmassa vahvistetaan ikäystävällisiä ympäristöjä ja naapurustoja, tehdään tutkimusta ja arvioidaan ikäystävällisyyden etenemistä sekä vahvistetaan palvelujen ikäystävällisyyttä.

Palvelujen ikäystävällisyyttä vahvistetaan 1) lisäämällä tietoisuutta ikääntymisestä ja ikäohjelman periaatteista, 2) lisäämällä iäkkäiden asukkaiden mahdollisuuksia käyttää palveluita sekä 3) kohentamalla iäkkäiden asukkaiden terveyttä ja hyvinvointia.

Manchester – ikäystävällinen kaupunki

Manchesterissa on laadittu ikäystävällinen kaupunkiohjelma (Age-Friendly Manchester), jota toteuttaa kaupungin organisaatioon kuuluva nimetty ryhmä (Manchester Age-Friendly Team).

Ambition for Ageing -hanke jatkaa työtä, johon osallistuu myös kaupungin arkkitehtiosasto. Ohjelma laajenee parhaillaan koko Suur-Manchesterin alueelle erityisesti naapurustoihin ja yhteisöihin. Yhteistyö on kansalais- ja voimavaralähtöistä, ja ikäihmiset ovat mukana yhteissuunnittelussa ja toteutuksessa (co-design; co-production).

Manchesterin ohjelmassa korostetaan, että ikäystävällisyyden edistäminen on pieniä askeleita, jotka voivat tuottaa rakenteellisia muutoksia ja etenemistä ikäystävälliseen suuntaan. Yhtä lailla muutokset voivat liittyä yhteisöllisyyden vahvistamiseen, asenteisiin tai ”tunneilmastoon” ja ikäihmisten voimaantumiseen.

Manchesterin ohjelmissa ja suunnitelmissa hahmotellaan ikäystävällisyyttä lähtien 50+ -ikäisistä ihmisistä. Erityisen tärkeäksi on osoittautunut ikäihmisten itsensä osallistuminen tutkimusten tekoon. Useita kymmeniä ikäihmisiä on koulutettu haastattelemaan ikätovereitaan ja havainnoimaan yhteisöjen ikäystävällisyyttä.

Käytännönläheiset oppaat ja selvitykset leviävät hallinnon ja elinkeinoelämän käyttöön.

Muistiystävälliseen Suomeen

Ihmiset elävät ja asuvat pitkään omatoimisesti omissa kodeissaan tai erilaisissa yhteisö- tai ryhmäkodeissa – myös vanhoina ja myös siinä tapauksessa, että sairastuvat johonkin muistisairauteen. Muistiohjelmilla pyritään sekä varautumaan **muistisairautta sairastavien ihmisten palvelutarpeisiin** että myös ennaltaehkäisemään muistisairauksia.

Suomessa ikäystävällisyys konkretisoituu Kansallisen Muistiohjelman 2012–2020 tavoitteissa ja toimenpiteissä. Myös eurooppalaisissa ikäohjelmissa on tiedostettu, että väestön ikääntymisen myötä kasvaa myös muistisairauksien merkitys sekä terveydellisenä että taloudellisenä kysymyksenä.

Muistisairaudet numeroina

- »Suomessa on noin 100 000 lievää muistisairautta sairastavia.
- »Keskivaikeaa tai vaikeaa sairastavia noin 93 000 eli yhteensä muistisairautta sairastavia on vajaat 200 000.
- »Vuosittain sairastuu yli 13 000 ihmistä.
- »Työikäisenä sairastuvien määrä on ollut kasvussa.
- »Tällä hetkellä työikäisiä muistisairaita on 5 000–7 000.

Muistiystävällistä Suomea rakennetaan neljän ”kivijalan” varaan: edistetään ennaltaehkäisevästi aivoterveyttä ja oikeita asenteita, varmistetaan muistisairauteen sairastuneille ja läheisille hyvää elämänlaatua ja vahvistetaan alan tutkimusta ja osaamista.

Ohjelmalla on myös merkittävä viesti ikäystävällisille yrityksille. Yrityksissä – samoin kuin koko yhteiskunnassa – tarvitaan muistisairauksien tunnistamista, tietoisuutta ja tietoa muistisairauksista, sairauksien toteamista, hoidosta ja kuntoutuksesta. Tähän tiedontarpeeseen järjestöt ovat tuottaneet palveluyrityksille esitteitä, esimerkiksi aiheesta asiakkaana muistisairas – ymmärrä ja auta. Lisäksi tarvitaan erilaisia tapoja jalkauttaa uutta tutkimustietoa yhteisöihin ja yrityksiin.

Tiedämme, että hyvän elämän turvaaminen muistisairaille ihmisille ja läheisille varmistuu silloin, kun erilainen tuki, apu ja palvelut ovat oikea-aikaisia ja tilanteen mukaan yksilöllisiä. Yritykset kaipaavat muistiosaamisen lisäksi yhteistyötä palvelumuotoilussa, jossa huomioidaan muistisairauteen sairastuneiden ja heidän läheistensä yksilölliset elämäntilanteet ja tarpeet.

Manchesterin ikäohjelman kokemukset ovat osoittaneet, että käyttäjälähtöisyys on erityisen tärkeää. Tämä tarkoittaa, että kootaan ja käytetään hyväksi myös muistisairauteen sairastuneiden omia näkemyksiä ja kokemuksia.

YRITYKSEN IKÄYSTÄVÄLLISYYDEN TUNNUSMERKIT

Kuinka yrityksen olisi hyvä toimia uudessa senioritalouden ajassa? Millä tavoin yritys voisi kehittyä ikäystävälliseksi ja saada ikäihmisiä palvelujensa ja tuotteidensa käyttäjiksi?

Yritys tarvitsee tämän tavoitteen saavuttamiseksi uutta (ikä)osaamista: tietoa ja ymmärrystä ikääntymisestä sekä ikäihmisten tarpeista. **Ikäystävällinen yritys osaa huomioida ikäihmiset tuote- ja palveluvalikoimassaan, asiakaspalvelussaan ja markkinoinnissaan** ja siten hyödyntää senioritalouden tuomia mahdollisuuksia.

Olemme aikaisemmin vuonna 2013 kehittäneet ikäosaavan yrityksen konseptin, jota sovellamme ikäystävällisen yrityksen konseptin kehittämisessä. Ikäosaavan yrityksen konseptissa korostui yrityksessä tarvittava osaaminen, ikäosaaminen.

Ikäosaavan yrityksen konseptin ulottuvuudet esitetään alla olevassa kuvassa (Kuva 1).



Kuva 1: Ikäosaavan yrityksen konsepti (©Jämsén & Kukkonen 2013)

Jatkossa käytämme ikäosaavan yrityksen käsitteen tilalla käsitettä **ikäystävällinen yritys**. Se on yhdenmukainen kansainvälisessä keskustelussa käytetyn Ageing Friendly Business -käsitteen kanssa, ja siksi olemme päätyneet tämän käsitteen valintaan.

Ikäystävällisellä yrityksellä on tietoa ikääntymisen ilmiöistä. Se myös hankkii aktiivisesti tietoa sekä jo asiakkanaan olevien ikäihmisten että potentiaalisten asiakkaidensa tarpeista ja kokemuksista.

Ikäystävällisen yrityksen kaikessa toiminnassa näkyy ikäystävällinen asenne: kiinnostus ikäihmisiä ja heidän tarpeitaan kohtaan, halu palvella ikäihmisiä mahdollisimman hyvin sekä pyrkimys kehittää uusia ikäystävällisiä palveluja ja tuotteita yhdessä ikäihmisten kanssa.

Ikäystävällinen yritys osaa ennakoida ikäihmisten tulevaisuuden tarpeita ja muokata palvelu- ja tuotevalikoimaansa niin, että ikäihmiset hyötyvät niistä. Samalla myös yrityksen kannattavuus paranee.

Ikäystävällisyys näkyy yrityksen toiminnassa usein pyrkimyksenä toiminnan selkeyttämiseen ja asiakaskokemuksen sujuvuuteen ja vaivattomuuteen. Ikäystävällisen yrityksen tarjoama hyvä asiakaskokemus on varmasti myös muiden kuin ikäihmisten mieleen!

Ikäystävällistä yritystä voidaan kuvata kahdesta suunnasta: matkalla ikäystävälliseksi yritykseksi yritys tarvitsee uudistunutta asennetta ja ymmärrystä ikääntymisen moniulotteisuudesta. Mutta se ei riitä. Ikäystävällisellä yrityksellä tulee olla myös ajantasaista tietoa ikääntymisestä ja ikäihmisistä sekä taitoa soveltaa ja hyödyntää tätä tietoa.

Tästä kehityssuunnasta hyötyvät ikäihmisten lisäksi kaikki muutkin asiakkaat. Ikäystävällisyys ei siis merkitse muut asiakasryhmät poissulkevaa palvelun tai tuotteen profiointia, vaan useimmille asiakkaille soveltuvien versioiden kehittämistä.

Ikäystävällisyys näkyy 76-vuotiaan mieshenkilön mielestä ”ystävällisenä ja selkeänä palveluna”.

80-vuotias naishenkilö puolestaan pitää ikäystävällisyyden merkkeinä ”ystävällistä palvelua, paneutumista palveluun sekä kiireettömyyden tuntua”.

Hyvä kohtelu on eduksi kaikessa asiakaspalvelussa: 81-vuotias naishenkilö kuvailee ikäystävällistä palvelua: ”palvelu on (kelle hyvänsä) ollut asiallista ja ystävällistä”.

Nopeasti harmaantuvassa Pohjois-Karjalassa eri alojen yrittäjät ovat havahtuneet siihen, että ikäihmisiä on asiakkaina entistä enemmän. Monelle yritykselle ikäihmiset asiakkaina saattavat olla ”elämän ja kuoleman” kysymys. Yrityksen menestys saattaa suoraan olla riippuvainen siitä, miten ne vastaavat ikäihmisten palvelutarpeisiin.

Ikäosaamisen ABC

Karelia-ammattikorkeakoulun Ikäosaamisen ABC -hankkeessa (2012–2014) mietittiin seitsemän yrityksen voimin yritysten osaamis- ja kehittämistarpeita ikääntyvässä maakunnassa. Mukana oli muun muassa pankki, päivittäistavarakauppa, linja-autoyritys, kodinkoneliike sekä muotiliike. Liiketoiminta-alueiden erilaisuudesta huolimatta yhteisiä koulutustarpeita löytyi ja koulutusta myös pilotoitiin.

Yritysten edustajat kokivat tärkeäksi oivaltaa, miten laajasti väestön ikääntyminen vaikuttaa yhteiskuntaan. Toinen keskeinen oppimiskokemus oli se, miten erilaista ja yksilöllistä ikääntyminen voi olla.

Yksittäisistä osaamisalueista liikkuminen ja muistiasiat nousivat tärkeimmiksi. Hankkeeseen osallistui myös alueen muistiyhdistys, jonka tuomaa tietoa arvostettiin.

”Ikäosaava yritys – ikäosaamista pohjoiskarjalaiseen asiakaspalveluun -opas on tuotettu yrityksille virikkeeksi ikäystävällisyyden vahvistamiseksi.



Kuva 2: Ikäosaava yritys – Ikäosaamista pohjoiskarjalaiseen asiakaspalveluun.

Oppaassa kuvataan väestön ikääntymistä ja sen merkitystä yrityksille ja yritysten asiakaspalveluun. Oppaan punaisena lankana on väestön ikääntymisen ja ikäihmisten näkeminen myönteisenä uutisena ja liiketoiminnallisena mahdollisuutena.

Opas nostaa esille kysymyksiä ja johdattaa pohtimaan senioritalouden mahdollisuuksia omassa liiketoiminnassa. Kysytään muuan muassa, millaista tietoa ikäihmisten kulutustottumuksista, tarpeista ja toiveista yrityksellä tällä hetkellä on. Millaisia seniorituotteita tai -palveluita olisi tarpeen ja mahdollista kehittää? Miten uudistaa asiakaspalvelua? Ja miten asiakkaat voisivat osallistua tuotekehitykseen, palveluiden, tuotteiden ja markkinoiden arviointiin?

Maailmalla on laadittu useita erilaisia tarkistuslistoja yrityksen ikäystävällisyyden arvioimiseksi. Esimerkiksi kanadalainen International Federation of Ageing on tehnyt laajan tarkistuslistan. Samoin kanadalainen Albertan provinssi on tuottanut lähinnä liikkumisen ja havaitsemisen esteettömyyteen keskittyvän tarkistuslistan.

Suomessa tiloja ja asuinympäristöjä on tarkasteltu ensisijaisesti esteettömyyden näkökulmasta. Tällöin kiinnitetään erityistä huomiota rakennettuun ympäristöön ja esteettömyyden liikkumiseen sekä kuulemiseen ja näkemiseen liittyviin asioihin. Esteettömyydellä tarkoitetaan myös palveluiden saatavuutta ja välineiden käytettävyyttä. Nykyisin korostetaan myös aiempaa enemmän tiedonsaannin ja vuorovaikutuksen esteettömyyttä ja osallistumismahdollisuuksia.

Esteettömyysmääritelmät tulevat lähellä ikäystävällisyyden käsitettä. Ikäystävällisyys nousee yleisestä esteettömyysajattelusta: esimerkiksi ”hyvä ympäristö on hyvä kaikille”. Esteettömyysajatteluun verrattuna ikäystävällisyyteen liittyy lisäksi ymmärrys ikäihmisten sukupolveen, elämäntapaan ja elämänvaiheeseen perustuvista yksilöllisistä ja moninaisista tarpeista.

Ikäystävällisen yrityksen sertifiointi

Yhdysvalloissa ikäihmisten järjestö Elders in Action on jo vuosikymmeniä arvioinut yritysten ja ympäristöjen ikäystävällisyyttä ja myöntänyt sertifikaatteja, todistuksia yrityksen ikäystävällisyydestä. Ikäystävällisen sertifikaatin saaneet yritykset on arvioitu. Arvioinneissa huomioidaan sekä esteettömyyttä että palvelun tasoa ikäihmisen silmin.

Miten sertifikaatin sitten saa? Tehtävään koulutettujen vapaaehtoisten ryhmä arvioi yrityksen. Yritys saa arviointiryhmän palautteen ja kehittämissuosituksen. Järjestö myös esittelee ikäystävällisyydestä kiinnostuneille yrityksille ikäystävällisyyden ideaa ja järjestää koulutusta. Järjestö korostaa, että ympäristöjä voidaan parantaa jo pienillä, yksinkertaisilla muutoksilla.

Sertifikaatin saaneet yritykset ovat sitoutuneet ikäystävälliseen palveluun. Ikäystävälliset alueet ja yritykset on merkitty kartalle, ja tiedot löytyvät järjestön verkkosivulta. Samalla sertifioidut yritykset saavat maksutonta mainostilaa, kun järjestö markkinoi näitä yrityksiä jäsenilleen. Järjestö myös korostaa, että ikäihmisille hyvä ympäristö on kaikille hyvä.

Elders in Action -järjestön alueella (Portland Metro, USA) on jo 1 000 ikäystävällistä yritystä. Yrityksiä on eri toimialoilta: suuria ja pieniä kauppaliikkeitä, terveysasemia ja sairaaloita, pankkeja ja virastoja.

IKÄYSTÄVÄLLINEN TUOTE- JA PALVELUVALIKOIMA VASTAA MUUTTUVIIN TARPEISIIN

Ikäystävällinen yritys huomioi ikäihmisten tarpeet tuote- ja palveluvalikoimassaan sekä uusien tuotteiden ja palvelujen kehitystyössä.

”toiveet ja tarpeet otettu todesta, minun näkökulmastani.” N 75

Asiakaskunnan – myös potentiaalisten asiakkaiden – ikärakennetta on hyvä analysoida. On tarpeen pohtia, miten yrityksen nykyinen tuote- ja palveluvalikoima soveltuu ikäihmisten tarpeisiin, sekä sitä, miten ikäihmisten tarpeet tulevat muuttumaan.

”palvelun pohjana on tutustuminen ikäihmisten todellisiin tarpeisiin. Myös hintatason tulee olla kohtuullinen ja vaihtoehtojen kirjo riittävän laaja.” N 81

Myös ikäihmisten erilaisuus on huomioitava: mihin sukupolven yrityksen asiakkaat kuuluvat ja minkälaista elämänvaihetta he elävät. Ikäihmiset tietävät, mitä he haluavat, ja parhaat ideat tulevatkin heiltä:

”Tyylikkääitä kenkiä ja vaatteita meidän kokoisille, tyylikkääitä rollaattoreita. Jos joku taho huomioisi, että tarvitsemme ”liukastumattoman ulkoiluputken” jalan liikkujille. Onhan hiihtoputkiakin. Kehitelkää liukkaan kelin ulkoilua! Nastakenkiä ei voi aina käyttää.” N 75

”Kun tarjotaan virikkeitä ja harrastuksia ristiin rastiin todellisesta elämästä, ei pelkkää näperteilyä. Olisimme mielellämme niissä ja uusissakin asioissa mukana mitä teimme jo ennen kuin meistä tuli ikäihmisiä.” N 75

Uusien, ikäihmisille suunnattujen palvelujen lisäksi **yrityksillä on tarvetta muotoilla olemassa olevaa palveluvalikoimaansa** vastaamaan nykyistä paremmin ikäihmisten tarpeita. Sekä olemassa olevien palvelujen muotoilussa että uusien kehittämisessä on tärkeää kiinnittää huomiota palvelun sujuvuuteen. Tämä korostuu varsinkin, kun kehitetään uusia, osalle ikäihmisistä vieraita toimintatapoja kuten sähköisiä palveluja. Tässä kehittämistyössä tarvitaan palvelun sisältöihin liittyvän osaamisen lisäksi vahvaa osaamista sekä ikääntymisen kysymyksistä ja ikäihmisten tarpeista että teknologian käytettävyydestä.

Yritys huomioi ikäihmiset huonosti silloin, kun

”valikoimassa ei ole ikäihmisille soveltuvia tuotteita tai palveluja tai niitä ei suostuva tilaamaan. Tai ei järjestetä, anneta ”tukiopetusta” riittävästi teknillisten laitteiden käyttöön.” N 75



Ikäystävällinen kahvila

Brooklyn Swirl, Brooklyn, New York

Kahvilan tuotevalikoima on suunnattu ikäihmisille. Heille tarjotaan myös alennuksia. Ympäristön esteettömyyteen on kiinnitetty huomiota.

Tuotevalikoimassa on huomioitu erikoisruokavaliot. Kahvila on kehittänyt vähäsokerisesta jäätelöstään vaniljanmakuisen version, joka on erityisesti ikäihmisten suosiossa. Yritys tarjoaa ikäihmisille päivittäin tiettyyn aikaan 50 % alennusta tuotteista.

<http://brooklynswhirl.com>

<http://www.agefriendlynyc.org/age-friendly-business-profile-swirl.html>

Ikäihmisille suunnattu lakiasiantomisto

Pixton Law Group, Oregon

Yrityksellä on erilaisia ikäihmisille ja heidän perheilleen räätälöityjä lakipalveluita, muun muassa testamentin laatiminen, kiinteistöasioiden suunnittelu ja edunvalvonta.

Yritys on kiinnittänyt huomiota verkkosivujensa helppolukuisuuteen: Lakiasioita selitetään sivuilla selkeästi ja ymmärrettävästi. Sivuilla selvitetään myös veteraaneille ja heidän omaisilleen tarkoitettuja etuuksia ja niiden hakemista.

Lisäksi yrityksen sivuilla suositellaan muita yrityksiä, jotka tarjoavat esimerkiksi kotihoitopalveluja, hoitokotiasumista, hautajais- ja muistotilaisuuspalveluja, ikäihmisten muuttopalveluja sekä vertaistukiryhmiä esimerkiksi Parkinsonin tautia ja Alzheimerin tautia sairastaville.

<http://pixtonelderlaw.com/>

Hyvä ikäasuminen

Asuminen on ihmisen elämän perusasioita, ja asumiseen liittyvät palvelut ja tuotteet ovat myös ikäihmisten näkökulmasta kiinnostavia ja tärkeitä. Seuraavassa tarkastellaan asumiseen liittyvien palvelujen ja tuotteiden ikäystävällisyyttä esimerkkinä ikäystävällisyys-ajattelun soveltamisesta.

Ikäihmisten näkökulmasta asumiseen liittyy monenlaisia tarpeita. Esimerkiksi toimintakyvyn muuttuessa syntyy tarpeita joko tehdä asunnon muutostöitä ja kehittää sitä esteettömäksi tai vaihtaa asuinpaikkaa. On arvioitu, että Suomessa jopa 75 prosenttia asuntokannasta on sellaista, ettei se tällä hetkellä tue ikäihmisten omatoimista asumista.

Erityisesti ikäihmisille suunnattu muuttopalvelu

Good Daughters, Oregon

Yritys tarjoaa kokonaisvaltaisen palvelupaketin ikäihmisen muuton tueksi. Palveluun kuuluu muun muassa muuttosuunnitelma, tavaroiden pakkaus, kuljetus ja kierrätys, muuttoilmoitukset, loppusiivous sekä tavaroiden purku ja paikalleen laittaminen uudessa kodissa.

Yritys kiinnittää huomiota siihen, että tärkeimmät tavarat, kuten lääkkeet, vaihtovaatteet ja vuodevaatteet, ovat asiakkaan saatavilla jo ensimmäisenä iltana uudessa kodissa.

<http://www.gooddaughters3.com/index.html>

Ikäihmisille kodin muutos-, korjaus- ja sisustuspalveluita

Trusted Transitions NW, Washington ja Oregon

Yritys tarjoaa kodin muutospalveluita sekä sisustuspalveluita ikäihmisille. Kodin muutospalveluilla tuetaan ikäihmisten turvallista kotona asumista. Yritys tekee kotien esteettömyyskartoituksia korjausehdotuksineen.

Korjauspalvelujen tavoitteena on tehdä kodista turvallisempi ja helppokulkuisempi. Yrityksen palveluihin sisältyy myös apuvälineiden käytön suunnittelu ja niiden toimittaminen asiakkaalle. Korjauspalveluun voidaan liittää myös sisustuspalvelu.

<http://trustedtransitionsnw.com/>

Hyvä ikäasuminen tukee hyvää arkea, ja siinä on huomioitu esteettömyys- ja turvallisuusnäkökohdat. Ikäystävällinen digikoti on ajankohtainen asia. Jo tällä hetkellä olemassa olevaa digitaalista perustekniikkaa ja älykästä teknologiaa olisi mahdollista hyödyntää nykyistä laajemmin. Tekniikka voi helpottaa arkielämää ja lisätä turvallisuuden tunnetta. Sitä voidaan käyttää esimerkiksi asunnon toimintojen ohjaamisessa ja terveydentilan seurannassa.

Tekniikan laajemman käyttöönoton edellytyksenä on, että laitteiden hinnat muodostuvat kohtuullisiksi ja että ne on helppoja asentaa ja käyttää. Lisäksi laitteiden tulee toimia saumattomasti keskenään. Ennen kaikkea tekniikan on tuotava ikäihmisen elämään ja asumiseen turvallisuutta, iloa ja viihtyvyyttä. Ikäasumisen pitää mahdollistaa myös osallistuminen ja liikkuminen erilaisiin palveluihin ja aktiviteetteihin.

”Miten ikäystävällisyys näkyy (edellä nimeämäsi) yrityksen toiminnassa”

- hyvä selkeä neuvonta, kotikäynti tarvittaessa asennuksen yhteydessä (N 69)

Yhteisöllinen asuminen kiinnostaa nuorten ohella myös ikäihmisiä Suomessa ja muualla. Yhteisöasumisen esimerkkejä löytyy sekä kaupungeista että maaseudulta. Yhteisöllisyydestä haetaan ratkaisuja yksinäisyyteen ja turvattomuuteen. Se voi tarjota vertaistukea, mielekästä tekemistä ja merkityksellisyyttä elämään.

Yhteisö voi mahdollistaa eri-ikäisten sukupolvien välisen vuorovaikutuksen. Jollekin ikäihmiselle esimerkiksi maaseudun asumisyhteisö voi vastata vaikkapa ekologisen elämäntavan kaipuuseen.

Asumisen uudet vaihtoehdot

Ikäinstituutti kartoittaa parhaillaan Asumisen uudet vaihtoehdot ja hyvä vanhuus -hankkeessa kotimaisia ja ulkomaisia yhteisöllisen asumisen malleja: millaista on kaikenikäisille hyvä yhteisöllinen asuminen.

Hollanti ja Tanska ovat edelläkävijöitä yhteisöllisen asumisen ja monisukupolvisten asuinyhtiöiden ja kortteleiden edistämisessä.

http://tietokayttoon.fi/hankkeet/hanke-esittely/-/asset_publisher/asumisen-uudet-vaihtoehdot-ja-hyva-vanhuus-asuva

Muistisairautta sairastavien naisten omia asumiskokemuksia tutkittaessa kävi ilmi, että arki näyttyy turvattuutena herättävänä ja pelottavana. Siitä huolimatta useimmat haluavat pitää kiinni itsenäisyydestään ja ylläpitää elämäntapaansa ja pystyvyyttään. Tämä on suuria omatoimisen asumisen kysymyksiä: miten tuetaan yksinasuvan, muistisairautta sairastavan ihmisen hyvinvointia ja itsemääräämisoikeutta? Miten voidaan jollakin ”uudella” tavalla yhdistää asumisen ja palvelut? Voiko yhteisöllisyys tuoda tähän ratkaisua?

Virtuaalinen kylä (Village movement) Yhdysvalloissa

Verkostomainen asumiskonsepti, joka voi sisältää perinteistä asumista, palveluasumista tai ryhmäasumista 50+ -ikäisille, maalla tai kaupungissa.

Tarjoaa erilaisia palveluita: kodin turvajärjestelmät, koiran ulkoilutus, kuljetus, ateriapalvelut, tietotekninen tuki, sairaanhoitajan käynnit, erilaiset sosiaaliset aktiviteetit ja hyvinvointiohjelmat, palveluohjaus.

Kylässä on palkattu työntekijä ja/tai paikallisia vapaaehtoisia. Ensimmäinen virtuaalinen kylä on perustettu Bostoniin 2001. Kylässä asuu 150–200 jäsentä. Asumisesta maksetaan tietty vuosimaksu.

<http://www.nextavenue.org/village-movement-redefining-aging-place/>

Suomalaisia esimerkkejä yhteisöllisestä asumisesta:

Loppukiri Helsingin Arabianranta

Loppukiri on Suomen ensimmäinen senioreiden asuinyhteisö, joka on asukkaiden itsensä suunnittelema ja toteuttama. Se valmistui vuonna 2006.

Asukkaat ovat aktiivisia aikuisia ja vähintään 48-vuotiaita. He omistavat asuntonsa. Talo on itsepalvelutalo, jossa ei ole henkilökuntaa eikä palveluita. Omien asuntojen lisäksi talossa on yhteisiä tiloja, muun muassa keittiö, ruokasali, kirjasto ja kuntohuone.

Toimintaidea nousee aktiivisuudesta ja itsemääräämiskyvystä. Asukkaat sitoutuvat yhteisöllisyyteen ja osallisuuteen: he osallistuvat sovitulla tavalla vuorollaan ruuanlaittoon ja yhteistilojen siivoukseen. Ruuanlaittovuoro tulee keskimäärin kerran kuudessa viikossa viikon kerrallaan.

Yhteisen ruokailun lisäksi voi halutessaan osallistua yhteisesti suunniteltuun harrastustoimintaan talossa.

Loppukirissä voi asua elämänsä loppuun saakka. Tarvittaessa asukkailla on mahdollisuus kunnallisiin palveluihin niin kuin kenellä tahansa helsinkiläisellä.

<http://loppukiriseniorit.blogspot.fi>

Senioreiden perhehoitokylä, Kaarina

On perustettu vuonna 2014. Perhehoitokylässä on viisi perhekotia, joissa kussakin asuu neljä ikäihmistä yhdessä perhehoitajan kanssa.

Perhehoitokylä tarjoaa asumista, tukea ja hoivaa ikäihmisille, jotka eivät pärjää kotona, mutta eivät kuitenkaan ole tehostetun palveluasumisen tai laitoshoidon tarpeessa.

Perhekotien lisäksi kylässä on yhteinen kylätalo, jossa on sauna- ja kokoontumistilat.

https://www.kaarina.fi/perhe_ja_sosiaalipalvelut/kotihoito_vanhuspalvelut/fi_FI/perhehoitokyla/

Virkkulankylä

Virkkulankylä on yhteisöllisen asumisen konsepti mottonaan ”uusiuutuva kolmas ikä ja uuden tien löytäminen”. Ensimmäinen kylämäinen asumisyhteisö sijaitsee Outokummussa, ja vastaavia yhteisöjä on vireillä myös Siuntiossa ja Kontiolahdella. Asukkaat organisoituvat yhdistykseksi, joka kehittää toimintaa alueella.

Virkkulankylässä on vaihtoehtoisia asumismuotoja: tehostettua palveluasumista, ryhmäkotimuotoista asumista tai omatoimisempaa asumista pari-, rivi- ja kerrostaloissa. Asunnot ovat esteettömiä ja niitä voi muunnella eri elämänvaiheissa olevien asukkaiden tarpeiden mukaan.

Kylässä sijaitseva palvelutalo tarjoaa kotihoito-, ravintola- ja terveyspalveluja sekä päivätoimintaa alueella. Tämä mahdollistaa kotona asumisen mahdollisimman pitkään.

<http://www.virkkulankyla.fi/>

IKÄYSTÄVÄLLINEN ASIAKASPALVELU HUOMIOI IÄN JA YKSILÖLLISYYDEN

Hyvä asiakaspalvelu lähtee asiakkaan tarpeista ja huomioi hänen yksilöllisyytensä. Samat asiat pätevät myös ikäystävälliseen asiakaspalveluun. Mikä sitten on erityistä juuri ikäystävälliselle asiakaspalvelulle? Ikääntymiseen liittyy monia ilmiöitä, jotka vaikuttavat asiakkaan tarpeisiin. Tarpeet muuttuvat iän myötä. Ikääntyminen myös synnyttää uusia tarpeita, joihin vastaavia palveluja ja tuotteita etsiessään **ikäihminen etsii usein myös uusia palveluntuottajia ja tuotteiden tarjoajia. Ikäihminen on siis näissä tilanteissa hyvin potentiaalinen uusi asiakas.**

Kaiken kaikkiaan ikäihmisten huomioiminen potentiaalisena asiakasryhmänä on tärkeää, kun heidän määränsä lisääntyy. Toisaalta samaan aikaan nuoremmat ikäluokat pienenevät. Yrityksen kannattaa huomioida tämä asiakaskunnan muutos ja pohtia sitä oman tuote- ja palveluvalikoimansa kannalta.

Yritysaineistomme perusteella ikäihmiset

- ”ovat ostovoimaisempia kuin ennen”
- ”ovat ostavampia asiakkaita, eivät shoppaile”
- ”vaativat enemmän aikaa”
- ”haluavat kokonaispalvelua”
- ”arvostavat tuotteiden helppokäyttöisyyttä”

Yritysten mukaan ”ikäihmisestä saa vakioasiakkaan”.

Ikääntyminen vaikuttaa ihmisen toimintaan, ja joissain tapauksissa, esimerkiksi muistisairaudesta tietyissä vaiheissa, myös käyttäytymiseen. Ikäystävällisessä yrityksessä tunnetaan ja tunnistetaan näitä ikääntymiseen liittyviä ilmiöitä ja ymmärretään, mistä ne johtuvat. Ikäystävällisessä yrityksessä osataan sovittaa omaa toimintaa niin, että ikäihminen saa tarpeisiinsa vastaavia tuotteita ja palveluja näissäkin tilanteissa.

Ikäystävällisen yrityksen on hyvä muistaa **ikäihmisten yksilöllisyys**: Huolimatta ikääntymisestä jokainen ikäihminen on yksilö, eikä hänen tarpeistaan ja toiveistaan voi tietää selvittämättä niitä juuri häneltä. Pelkkä ikä ei vielä kerro riittävästi ihmisen elämänvaiheesta, elämäntilanteesta, terveydentilasta, varallisuudesta saati muista yksilöllisistä tarpeista.

Ikäystävällinen kampaamo-kauneushoitola

Cherry's Unisex Salon, Brooklyn, NY

Yrityksessä on panostettu erityisesti ikäihmisiä huomioivaan asiakaspalveluun. Kampaamopalvelun lisäksi yrityksen työntekijät esimerkiksi käyvät tarvittaessa ostamassa asiakkaalle hiustenhoitotuotteita läheisestä myymälästä.

Työntekijät tarjoavat terveys- ja hyvinvointineuvontaa, ja yrityksessä tarjotaan terveysvaikutteisia tuotteita kuten yrttiteetä. Ikäihmisille tarjotaan viikottainen alennuspäivä.

Ikäihmisten toiveesta näkyvyyttä kadulta yrityksen tiloihin on rajoitettu, jotta asiakkaat saavat toivomaansa yksityisyyttä.

<http://www.agefriendlynyc.org/age-friendly-business-profile-salon.html>

Ikäystävällinen viini- ja lahjakauppa

Corkscrew Brooklyn, NY

Yrityksen perustaja on saanut ajatuksen ikäystävällisen yrityksen perustamisesta pohiessaan äitinsä tarpeita. Yritys on panostanut erityisesti ikäystävälliseen asiakaspalveluun. Asiakkaan ostokset kannetaan kaupasta autoon, ja kotiinkuljetus on iäkkäämmille asiakkaille maksutonta.

Yrityksellä on esteettömät tilat, joissa on myös tarjolla penkkejä asiakkaille.

<http://www.agefriendlynyc.org/age-friendly-business-profile-wines.html>

Annetaan puheenvuoro pohjoiskarjalaisille ikäihmisille: millaista on ikäystävällinen asiakaspalvelu?

76-vuotias pariskunta kuvailee saavansa ikäihmisenä hyvää palvelua silloin, kun

”minulle kärsivällisesti selitetään, jos en heti ymmärrä, minulle ei tuputeta, minunkin mielipidetäni kysytään ja se otetaan huomioon, puhutaan selvästi ja kuuluvasti ja annetaan aikaa ”sulatella” kuulemaansa ja näkemäänsä”

ja kun palvelussa

”ei ole ikärasismiin viittaavia piirteitä”

Ikäihmiset odottavat asiakaspalvelulta vuorovaikutusta. Asiakaspalvelun laatu näkyy 78-vuotiaan pariskunnan mukaan

”ohjauksessa ja hymyilyssä”

ja 75-vuotiaan naishenkilön mukaan

”kohteliaisuutena ja kärsivällisyytenä, kasseja pakataan ja kannetaan autoon tai rollaattoriin ja lihaa leikataan pienempiin paloihin”

Asiakaspalvelulta toivotaan paneutumista ja kiireettömyyttä. 80-vuotias naishenkilö pitää tärkeänä, että

”palvelun antaja ei hosu, on kiireettömän oloinen, selkeä, tuntuu paneutuvan oikeasti”

Minkälaista asiakaspalvelua ikäihmiset sitten pitävät huonona?

69-vuotias nainen kertoo kokemuksestaan näin:

”Asiakaspalvelun tuottaja on kovin nuori. Hän ei ehkä ymmärrä, että ikäihmiselle pitäisi puhua selvästi, hitaammin ja käyttää sellaisia sanoja, jotka ovat entuudestaan tuttuja (ei esim. wlan-verkko, spotify, laajakaistaverkko).”

Tieto- ja viestintätekniikasta käytettävään kieleen viittaa myös 64-vuotias nainen, joka toteaa käyneensä esimerkiksi tietokone- ja puhelinkaupassa, jossa

”nämä nuoret ”läppäri sylissä syntyneet” puhuvat mahdottomasti omaa nörttikielensä. Sitä ei ymmärrä tällainen, joka on mustekynällä opetellut kirjoittamaan viisi-kuusikymmentäluvulla”

Sukupolvien keskinäinen välimatka voi vaikuttaa asiakkaan kokemaan asiakaspalvelun laatuun. 75-vuotiaan naishenkilön mielestä asiakaspalvelu ei ole ikäystävällistä silloin kun

”ikäihmisen ja tuotteiden tarjoajan tiedollinen ja kokemuksellinen pohja eivät ole samalla tasolla”

Asiakaspalvelu on 82-vuotiaan naishenkilön mukaan huonoa esimerkiksi

”myymälässä, jossa henkilökunta on vähän liian paljon omissa oloissaan”

Vastaavasti 75-vuotias naishenkilö korostaa vuorovaikutusta:

”Ylimielinen käyttäytyminen, katsekontakti puuttuu, seurustellaan samanaikaisesti kollegan kanssa. Ei siis olla läsnä.”

Samoin 75-vuotias naishenkilö on pitänyt huonona sitä, että

”esimerkiksi pankissa annetaan vain nettiosoite tai puhelinnumero vastauksena ongelmaan”

Myös 65-vuotias naishenkilö korostaa kohtaamisen merkitystä:

”Ainut yhteydenottoväline on netti. Puhelin on vähän parempi, mutta henkilökohtainen palvelu on parasta.”

Ikäihmiset odottavat kunnioittavaa ja asiallista kohtelua. 65-vuotiaalla naishenkilöllä on negatiivinen kokemus palvelusta, jossa

”suhtautuminen on alentavaa ja annetaan ymmärtää, että olet älytön vanhus”

80-vuotias naishenkilö tuo esille seuraavia ikäihmisten näkökulmasta huonon asiakaspalvelun piirteitä:

”Yliolkaisuus, ylimielisyys, työkeys, epäystävällisyys. Liian nopea puhe, liian nopea toiminta, ettei vanha ehdi mukaan.”

76-vuotiaan miehen mielestä yritys huomioi ikäihmiset huonosti silloin, jos hänet

”ohitetaan tai mitätöidään ikäni perusteella. Sellaista en ole kohdannut ja jo palvelua haluessani asennoidun siten, ettei yritykselle tulisi mieleenkään väheksyä minua”

Palveluasennetta arvostetaan, kuten 69-vuotias nainen kertoo:

”Asenne ratkaisee paljon! Palvelussa auttavaisuus ja hymy merkitsee paljon.”

Yritys huomioi 75-vuotiaan naishenkilön mukaan ikäihmiset hyvin silloin, kun se

”ottaa selville mitä he haluavat saada, kohtelee kunnioittavasti ja pitää normaalina ihmisenä, vaikka olisikin ”kalkkis”! Palvelee ja huomioi niin hyvin että asiakas on tyytyväinen. Opastaa rehellisesti jos tarvitaan tietoa tai halutaan oppia jonkin laitteen, lääkkeen, kosmetiikan käyttö”



Ikäystävällisessä asiakaspalvelussa huomioidaan ikäihmisten toimintakyvyn muutokset, kuten esimerkiksi muutokset aistitoiminnoissa (näkö, kuulo). 76-vuotias pariskunta on kokenut asiakaspalvelua, jossa

”hidastuneisiin toimintoihin suhtaudutaan kärsimättömästi ja puhutaan epäselvästi ja liian nopeasti.”

80-vuotiaan naishenkilön mielestä yritys huomioi ikäihmiset hyvin, silloin kun asiakaspalveluhenkilöstö

”on ystävällinen, selkeä, maltaa ottaa huomioon vanhan hitauden. Selkeä puhe, selkokielellä.”

Yrityksen palveluympäristö tulee esille ikäihmisten kokemuksissa. Ikäihmiset tulisi 75-vuotiaan naishenkilön mielestä huomioida yrityksessä paremmin, jos

”yrityksen taustamusiikki ei ole valittu ikäryhmään sopivaksi tai on liian kovalla” ja jos ”levähdystuoleja ei ole, jos joutuu odottamaan, syystä tai toisesta.”

Yrityksen tilojen suunnittelun kehittämistä toivoo 81-vuotias nainen:

”Liikkumisen vaikeutuminen (painavat ovet, jyrkät portaat, liukkaus jne.) on huomioitu. Myös hyvä valaistus ja levollinen ääniympäristö ovat tärkeitä”

samoin kuin 75-vuotias naishenkilö, joka pitää hyvänä sitä, että

”kaupan portailla on kaide ja eteisessä penkki ja tilaa jutella tuttuun kanssa.”

Liikennepalveluissa esteettömyys on tärkeä laatutekijä: 75-vuotias naishenkilö toteaa, että

”junien pitäisi ilmoittaa, että kaikki rappuset ovat matalalla tai laiturit korkealla.”

Myös yrityksen saavutettavuus on tärkeä asia, ja erilaisten liikkumisvälineiden kanssa liikkuminen tuottaa erilaisia tarpeita, kuten 75-vuotias naishenkilö kuvailee:

”Jalkakäytävä on hiekoitettu koko leveydeltä, eikä potkuri luista.”

Ikäihmiset siis kyllä tietävät, mitä he tarvitsevat – kysytään siis jatkossa entistä enemmän heiltä itseltään!

Yrityksineistossamme tulee esille samansuuntaisia ajatuksia ikäystävällisestä asiakaspalvelusta: Siinä korostuvat ikäihmisten arvostaminen ja kuunteleminen sekä kiireettömyys. Yritykset tuovat esille myös tarkan tarvekartoituksen merkityksen.

SENIORIMARKKINOINTI TUNNISTAA IKÄIHMISET

Ikäihmisille suunnattua markkinointia suunniteltaessa on hyvä huomioida, millä argumenteilla tai perusteluilla tuotteita ja palveluja kannattaa ikäihmisille markkinoita. Tässä on avuksi aiemmin käsitelty ikäihmisten elämänvaiheiden ja sukupolvien tuntemus. Tunnistetaan, mitkä asiat ovat asiakaskunnalle tärkeitä, mitä asiakaskunnassa arvostetaan ja mihin kiinnitetään huomiota. Ja ymmärretään, mitkä asiat taas voivat olla omiaan vähentämään ikäihmisten mielenkiintoa tuotetta tai palvelua kohtaan.

Myös markkinointiviestinnän kanavien valinnassa kohderyhmän analysointi on hyödyksi, ja ikäihmisten moninaisuus on hyvä tunnistaa. Moninaisuus tuokin sekä seniorimarkkinointiin että -viestintään moniulotteista vaihtelua ja kirjoa. Ei ole yhtä ikäihmistyyppiä, ei yhtenäistä ikäihmisten asiakaskuntaa. Asiakaskunnan ikähaitari voi huudella laajimmillaan 50 ja 100 ikävuoden välillä.

Eroja syntyy myös koulutuksen, perhesuhteiden, terveyden ja taloudellisen toimeentulon pohjalta. Arvatenkin eri puolilla maata asuvat ikäihmiset poikkeavat myös joissain suhteissa toisistaan.

Ikäihmisten keskinäisiä eroja löytyy myös asenteiden ja arvojen maailmasta. Senioriviestinnän näkökulmasta sosiaalista mediaa markkinointikanavana ei voi ylenkatsoa. Osa ikäihmisistä tunnistaa some-markkinoinnin, kun taas osa kaipaa ehdottomasti henkilökohtaista yhteydenottoa ja kiireetöntä keskustelua.

Tarvitaan siis asiakasymmärrystä. Tarvitaan toisaalta yleisemmän tason historiallista ja sukupolvittaista ymmärrystä ja näkemystä ja toisaalta taas yksilöllisempää tietoa ikäihmisten kokemusmaailmasta. Tärkeää voi olla tieto tai käsitys hänen aiemmista tuote- tai palvelukokemuksistaan, konkreettisista käyttäjäkokemuksista sekä tarpeista, odotuksista ja unelmista.

On aiheellista pohtia myös sitä, missä tilanteissa tarvitaan erityisesti ikäihmisille kohdennettua markkinointia tai ikäihmisten erityistä huomioimista markkinoinnissa. Kuten 70-vuotias naishenkilö toteaa, useiden tuotteiden markkinoinnissa kohderyhmää ei ole tarpeen rajata iän mukaan.

... mitä tuotteita (esim. ruokakauppa) ihmiset käyttävät, ei yleensä riipu iästä, vaan ihmisen mieltymyksistä ja terveydestä. Markkinointi ei toimi ihmisen iän mukaan... Ikäihmiselle toimii sama markkinointi kuin muillekin. Esimerkiksi vaatteet ostetaan yleensä koon, ei iän perusteella. N 70

Verkko- ja etämyynnin yhteydessä usein esille nousevat kysymykset vastuullisuudesta korostuvat ikäihmisille kohdennetussa markkinoinnissa ja myynnissä. Esimerkiksi muistisairauksien tunnistaminen ja huomioiminen vastuullisessa kaupankäynnissä on yhä tärkeämpää. Ikäihmisten läheisillä on paljon surullisia esimerkkejä puhelinmyynnistä, eikä reilua ja eettistä kaupankäyntiä voi tässä yhteydessä liikaa korostaa.



Ikäystävällinen kauppakeskusetju

Aeon-kauppakeskusetju, Japani ja muu Aasia

Kauppakeskusetjuun kuuluu 207 kauppakeskusta, jotka työllistävät yhteensä 440 000 henkilöä.

Yritys on avannut ensimmäisen ikäihmisille suunnatun kauppakeskuksen Japanin Funabashissa vuonna 2012. Suunnitelmissa on muuttaa nykyisin perheystävällisinä markkinoituja kauppakeskuksia ikäystävällisemmiksi.

Ikäystävällisissä kauppakeskuksissa toimii esimerkiksi ketjun oma optikkoliike, joka toimittaa kaksiteholasit asiakkaalle jo tilauspäivänä. Kauppakeskuksissa on tavanomaista hitaammat liukuportaat, ja kauppojen merkinnät ovat tavanomaista isompikokoisia.

<http://www.aeon.info/en/aboutaeon/>

Japan Times: <http://www.japantimes.co.jp/news/2012/04/26/business/aeon-opens-mall-geared-toward-seniors/#.VvzdqSLSUk>

Ikäystävällisyys voi olla paitsi tuotteiden ja palvelujen niin koko kauppakeskusetjun markkinointivaltti.

Annamme seuraavaksi puheenvuoron ikäihmisille, jotka kertovat kokemuksiaan ja näkemyksiään ikäihmisille suunnatusta tuotteiden ja palvelujen markkinoinnista.

Ikäihmisille suunnattu tuotteiden ja palvelujen markkinointi toimii ja on hyvää kun...

... se on asiallista ja tarpeisiin suunnattua, ei hömpää! (On) mahdollisuus tutustua tuotteisiin käytännön kautta. N 75

... (tuotteet ja palvelut) esitellään rehellisesti ja asiallisesti. Tuotteen ja palvelun on sitten toteutuessaan oltava markkinoinnin mukaista. M 76

... teksti on riittävän selvää, helposti luettavaa huononäköiselläkin ja etenkin kun kohderyhmäajattelu on mukana markkinoinnissa. Paljon on markkinointia, joka ei todellakaan ole senioreille. N 69

... (markkinointi on) lyhyttä ja selkeää, mieluummin kuvia kuin tekstiä. N 64

... (markkinointi) on selvää ja siinä kerrotaan tuotteesta enemmän kuin pituus x leveys x syvyys. N 64

tuottajalla on asiantuntemusta. M 83, N 77

olla kiinnostuneita tuotteesta aidosti. M 80, N 77

Ikäihmisille suunnattu tuotteiden ja palvelujen markkinointi ei toimi eikä ole hyvää silloin kun...

...ei ole löydetty "yhteistä kieltä" vaan "ylikerrataan" tuotteesta tai palvelusta viimeisimmän tekniikan sanastoilla tai englanniksi, osaksi. Toivotaan selkokielellä! N 75

... se pohjautuu jäykkään ja yksioikoiseen käsitykseen että kaikki ikäihmiset ovat samanlaisia ja tarvitsevat vain samoja tuotteita. N 81

puhutaan epäselvästi, kiireesti. N 80

tyrkytetään tarpeetonta tuotetta. M 80, N 77

tuottaja ei ymmärrä asiakkaan ikää. M 83, N 77

se on ylimalkaista ja liian nörttimäistä, jotka oletetaan ilman muuta "vanhankin" tietävän. N 64

asia on piiloteltu pikkuteksteihin tai yleensä tekstin sekaan. N 64

Ikäihmiset ovat kriittisiä eivätkä hyväksy ylimalkaista tai väheksyvää suhtautumista. He odottavat markkinoinnilta tietoa tuotteista ja palveluista ja paneutuvat ostopäätöksen tekoon huolella.

Yritysaineistossamme tulee esille yritysten omia markkinointi-ideoita:

- » ikäihmisten palvelupäivä
- » erottautuminen ikäihmisten erikoismyymälänä
- » esimerkiksi turvatuotteiden suoramainonta
- » tuotteiden kuljetuspalvelu
- » mahdollisuus kotikäynteihin

Hyvä, asiakkaansa tavoittava seniorimarkkinointi tunnistaa oman alueensa asiakaskunnan, ymmärtää asiakaskunnan moninaiset ja vaihtelevat tarpeet ja taustalla vaikuttavat elämäntilanteet. Markkinoinnissa nähdään ikäihmisten yksilöllisyys ja erilaisuus, osataan kuunnella herkällä korvalla ja asettua arvostavaan vuorovaikutukseen. Ikäihmisten verkostot toimivat sekä hyvien että huonojen käyttäjäkokemusten välityskanavana, joten vuorovaikutukseen kannattaa kiinnittää huomiota.

vahvistaa ikäystävällisyyttä

TARVITAAN LISÄÄ TIETOA IKÄIHMISTEN TARPEISTA

Ikäihmisten tarpeita ja odotuksia kuluttajana ei Suomessa ole vielä juurikaan selvitetty. Tällä hetkellä tyydytään useimmiten vakiintuneisiin olettamuksiin tai perinteisiin stereotypioihin siitä, millainen ikäihminen on, miten hän elää ja asuu, mitä hän toivoo ja mistä hän unelmoi. Ikäihmisiä ei tunneta.

Ikäystävällisen yrityksen taustalla oleva ajattelu rakentuu kolmesta eri näkökulmasta: 1) ikäihmisten tarpeista ja odotuksista, 2) yrityksen osaamisesta ja 3) toiminnan taustalla vaikuttavista ikäasenteista.



Yrityksen kehittäminen ikäystävälliseksi edellyttää monien käytännön kysymysten pohtimista.

- » Millainen tuote- ja palveluvalikoima vastaa parhaiten ikäihmisten tarpeisiin?
- » Miten ikäihmiset voisivat osallistua tuote- ja palveluvalikoiman suunnitteluun ja kehittämiseen?
- » Millainen markkinointi kohtaa parhaiten tämän asiakasryhmän?
- » Miten asiakaspalvelussa huomioidaan ikäihmisten yksilöllisyys ja erityistarpeet?
- » Entä yrityksen tilat ja muu toimintaympäristö, millaisia kehittämistarpeita niissä on?

Edellä olemme käsitelleet yrityksen ikäystävällisyyttä tuote- ja palveluvalikoiman, asiakaspalvelun ja markkinoinnin kannalta. Myös yrityksen tilat ja muu toimintaympäristö ovat keskeisiä ikäystävällisyyden elementtejä. Muita yleisiä

ikäystävällisyyden elementtejä ovat vuorovaikutus ja kommunikaatio sekä tiedonvälitys, osallistumismahdollisuus sekä arvostava ja kunnioittava suhtautuminen.

Henkilökunnan tietoisuus ikääntymisen kysymyksistä on keskeistä. Kysymys on asennoitumisen ystävällisyydestä, herkkyydestä ja kärsivällisyydestä sekä tavasta kohdata ja puhutella, kun asiakkaana on ikäihminen. **Tarvitaan myös tietoa ikäihmisten tarpeista ja niiden selvittämisestä** sekä esimerkiksi avun tarpeen arvioinnista ja näissä tilanteissa toimimisesta.

ASIAKASYMMÄRRYSTÄ LÖYTYY IKÄIHMISILTÄ

Asiakasymmärryksen hankkimiseen ja vahvistamiseen yritys tarvitsee asiakkaita, heidän näkemyksiään ja kokemuksiaan. Kun on kyse yrityksen ikäystävällisyyden kehittämisestä, **yhteistyöhön tarvitaan ikäihmisiä**. Ikääntyminen ja ikäystävällisyys ovat molemmat niin moniulotteisia ilmiöitä, että niiden kehittäminen edellyttää monensuuntaista yhteistyötä.

Perinteiset palautekyselyt ovat tavallinen tapa hankkia tietoa asiakkaiden toiveista, tarpeista ja tuote- tai palvelukokemuksista. Palautekyselyt antavat asiasta tai ilmiöstä arvokasta, poikkileikkauksenomaista ja kertaluonteista tietoa. Usein ongelmaksi tulee kuitenkin se, ettei palauteentajista ole aina kovinkaan paljon taustatietoa. Ja monesti palaute myös jää tarkemmin käsittelemättä ja analysoimatta

eikä se siten johda tarvittaviin muutoksiin ja uudistuksiin. Onkin tärkeää kutsua ikäihmisiä tiiviimmin mukaan yrityksen toiminnan ja palvelujen yhteiskehittämiseen.

Ikäystävällisen yrityksen yhteiskehittämisessä kohtaavat yrityksen edustajat ja asiakkaat. Yrityksestä osallistuvat voivat olla omistajia, työntekijöitä tai markkinoijia. Asiakkaat voivat olla palveluiden tai tuotteiden käyttäjiä ja tulevia käyttäjiä. He voivat olla myös ikäihmisten omaisia ja vanhustenhuollon ammattilaisia. Monia eri näkökulmia ja erilaista osaamista yhdistämällä voidaan päästä uusiin oivalluksiin ja parempiin tuloksiin.

Yhteiskehittämisen taustalla ovat eettiset ja käytännölliset tavoitteet. Osallistuminen on tasavertaista ja perustuu siihen, että kaikki osapuolet hyötyvät tästä yhteistyöstä. Asiakkaalla tai palvelun käyttäjällä on sanansa sanottavana ja häntä paitsi kuullaan, myös kuunnellaan.

Osallistuessaan yhteiskehittämiseen ikäihminen voi vaikuttaa siihen, että palvelut ja tuotteet vastaavat hänen tarpeisiinsa. Yritys edistää tuotteidensa ja palveluidensa markkinointia ja myyntiä. Ja loppujen lopuksi myös yhteisöt ja koko yhteiskunta hyötyvät ikäihmisten paremmasta terveydestä ja hyvinvoinnista sekä yritysten taloudellisesta menestyksestä.

Yhteiskehittäminen ja käyttäjäarviointi voivat olla yrityksen ja asiakkaiden uudenlainen vuoropuhelun muoto, joka perustuu jatkuvuuteen, säännöllisyyteen ja ennen kaikkea luottamukseen, haluun kehittää yhdessä.

Ikäystävällisyyttä kohti kuljettaessa tarvitaan palautteita syvempää asiakasymmärrystä: tietoa asiakkaiden, tässä tapauksessa ikäihmisten, elämästä, tavoista, tottumuksista, kiinnostuksen kohteista ja tarpeista. Tarvitaan tarkempaa tietoa heidän palvelukokemuksistaan: miten he ovat kokeneet saamansa palvelun, mitkä ovat olleet keskeisiä palvelukokemuksia, myönteisiä tai kielteisiä.

Asiakkaan palvelukokemus vaikuttaa vahvasti siihen, palaaako hän yritykseen uudelleen. Palvelukokemuksista voidaan hahmotella palvelupolku, jonka varrelle sijoittuvat keskeiset kohtaamiset, kontaktipisteet ja palvelutuokio sekä niihin liittyvät kokemukset.

Käyttäjälähtöinen palvelujen kehittäminen perustuu asiakasymmärrykseen ja tietoon asiakkaiden palvelukokemuksista. Käyttäjälähtöisessä palvelujen kehittämisessä voidaan hyödyntää palvelumuotoilun osaamista ja menetelmiä. Palvelumuotoilun osaaminen perustuu alun perin muotoilun menetelmiin. Palvelumuotoilun soveltaminen on sittemmin laajentunut tuotekehitykseen keskityneestä muotoilusta myös palvelujen kehittämiseen.

Palvelumuotoilun tavoitteena on vaikuttaa palvelukokemuksiin niin, että ne vastaavat mahdollisimman hyvin asiakkaiden tarpeisiin. **Käyttäjälähtöinen palvelujen kehittäminen tarkoittaa sitä, että asiakkaat osallistuvat palvelujen kehittämiseen** – heiltä ei vain kysytä tarpeita ja palautetta, vaan heidät kutsutaan ja haastetaan mukaan yhteiskehittämiseen.

Asiakasymmärrys: vinkkejä

Tietoa asiakkaiden palvelukokemuksista ja tarpeista voidaan kerätä monella eri tavalla jatkuvasti tai tietyin väliajoin, erityisten uudistamisvaiheiden tai kampanjoiden yhteydessä. Palautteen keruun menetelmiä on useita, yksinkertaisimmillaan heti palvelutapahtuman jälkeen valittava ”hymynaama”.

Menetelmän valinta riippuu käytettävistä olevista resursseista ja palautteen käyttötarkoituksesta. Osallistujille, palautteen antajille on merkitystä tiedolla, miten palautetta käytetään hyväksi. Moni odottaa ”palautetta palautteesta”. On tärkeää myös kuunnella herkällä korvalla asiakkaiden oma-aloitteisesti antamaa palautetta ja huomioida se palautteiden käsittelyssä.

Asiakkaan äänellä -menetelmäoppaassa esitellään toiminnallisia ja luovia menetelmiä asiakaspalautteen keruuseen. Opas on tarkoitettu sosiaalialan ammattilaisille, mutta menetelmiä voi hyvin soveltaa myös muihin palveluihin.

Palautetta voidaan hankkia myös perinteisellä **paperisella kyselykaavakkeella ja palautelaatikolla.** Kyselykaavakkeen muotoilussa on hyvä kiinnittää huomiota käsitteiden valintaan, kysymysten yksiselitteisyyteen ja tekstin ulkoasuun (esim. tekstikoko).

Sähköinen kysely helpottaa palautteen käsittelyä. Kysely voidaan toteuttaa joko yrityksen tiloissa tai verkkokyselynä, jolloin asiakas voi itse valita vastaamisajankohdan.

Asiakashaastattelujen, asiakasiltojen sekä asiakasraatien avulla saadaan perusteellisempaa palautetta toiminnasta sekä kehittämisideoita. Asiakasraati mahdollistaa säännöllisen ja jatkuvan vuorovaikutuksen asiakkaiden kanssa. Asiakasilloissa ja asiakasraadeissa voidaan soveltaa erilaisia työskentelytapoja. Esimerkiksi oppimiskahvilassa (learning cafe) kerätään jäsennetysti asiakaskokemuksia ja kehittämisajatuksia, ja osallistujat pääsevät vaikuttamaan ideoista tehtävään yhteenvedoon.

Käyttäjäpaneelin avulla voidaan kerätä ikäihmisten kokemuksia ja näkemyksiä esimerkiksi teknisistä ratkaisuista tai palveluista. Siten saadaan tietoa käyttäjäkokemuksista tuotteiden ja palvelujen kehittäjiä ja valmistajien hyödynnettäväksi.

Asiakasymmärryksen saavuttamiseen voidaan käyttää edellä kuvattujen toimintatapojen lisäksi erilaisia palvelumuotoilun keinoja. Asiakkaita voidaan pyytää dokumentoimaan omaa arkeaan esimerkiksi kuvaamalla, kirjaimella muistiinpanoja tai kertomalla tarinoita. Sitä kautta saadaan tietoa asiakkaan elämäntavasta ja -tilanteesta sekä

tarpeista. Asiakkailta saadun tiedon avulla voidaan muodostaa asiakasprofieileja, joiden avulla yrityksen toimintaa voidaan kehittää ja kohdentaa eri asiakasryhmille sopivaksi. Profieileihin tiivistetään tietoa eri asiakasryhmien rooleista, tarpeista, tavoitteista ja toimintatavoista.

Asiakkaan palvelupolkua voidaan hahmottaa eri menetelmien avulla. Asiakasta voidaan pyytää kuvaamaan kokemuksiaan palvelussa esimerkiksi kertomalla, kirjoittamalla tai kuvaamalla. Tämän jälkeen aineisto käydään läpi yhdessä asiakkaan kanssa.

UUTTA KOULUTUSTARJONTAA

Ikäystävällisyyden edistämiseksi tarvitaan moninäkökuulmaista tietoa ikääntymisestä ilmiönä. Seuraavassa esittelemme esimerkkejä koulutustuotteista ja -palveluista, joiden avulla yritys voi kehittää toimintansa ikäystävällisyyttä ja samalla vahvistaa ikäystävällistä liiketoimintaa. Yritysten ilmaisemat osaamisen kehittämistarpeet kiinnostavat koulutusten kehittäjiä ja järjestäjiä. Tämän osaamisalueen koulutusta tarvitaan yhä enemmän.

Ikäystävällinen yritysakatemia

Kanadalainen ikäystävällinen yritysakatemia (Ageing-Friendly Business Academy AFB) on vuodesta 2003 lähtien toiminut koulutusorganisaatio, joka on liiketoiminnan näkökulmasta oivaltanut väestön ikääntymisen merkityksen. Visiona on ikäystävällinen maailma, jossa kaikenikäiset ihmiset ovat tervetulleita ja arvostettuja.

Ikäihmisiä kuvataan kasvavaksi asiakaskunnaksi ja ihanneasiakkaiksi, joita ei kuitenkaan tunneta: Liike-elämä ja yritykset eivät tiedä, mitä ikäihmiset haluavat, millä keinoilla heidät pidetään asiakkaina, miten heidät saadaan tulemaan takaisin ja samalla tuomaan ystävänsäkin. Eikä myöskään tiedetä, milloin, mihin ja miksi he ovat tyytymättömiä.

Esimerkkejä AFB-kurssista

Jokamiehen peruskurssilla Maailma ikääntyy – olemmeko valmiita? käsitellään pitkäikäisyyttä, elämänlaatua, eläköitymistä, terveyttä ja aktiivisuutta, menetyksiä, perhettä, ikäihmisten toiveita ja tarpeita, ikääntymisen eri merkityksiä. Lisäksi on tarjolla erillisiä moduleita mm. taloudellisista ja oikeudellisista kysymyksistä.

Ikäihmiset ovat markkinoiden suurin ja tuottavin ryhmä. Heitä ei tällä hetkellä palvella hyvin ja näin ollen he suorastaan odottavat markkinoita. Menestyvän yrityksen paras valuutta on asiakaspalvelu. Usein yksinkertaiset markkinointitekniikat riittävät. Mitä sitten tarvitaan: pitää tietää enemmän, välittää enemmän, palvella paremmin.

Yrityksille on tarjolla koulutusta, erilaista aineistoa ja muuta konsultaatiota ja tukea. Yksittäisten kurssien ja moduulien kirjo ja määrä on suuri.

Perustietoa muistisairauksista ja elämästä muistisairauden kanssa

Muistisairaudet lisääntyvät pitkäikäisyyden lisääntymisen myötä. Ja kun muistisairautta sairastavat elävät ja asuvat yhä tavallisimmin kotona, kaipaa lähipiiri usein lisää tietoa ja ymmärrystä, mitä muistisairaus tarkoittaa ja miten se saattaa elämänmenoon vaikuttaa. Samaa tietoa ja lisäymmärrystä tarvitaan myös koko yhteiskunnassa, palveluissa ja yrityksissä. Tähän tarpeeseen on vastattu erilaisilla muistikoulutuksilla. Esimerkiksi Ruotsissa toimii Svenskt Demenscentrum, muistikeskus, joka levittää tietoa muistisairauksista muun muassa **DemensABC** ja Demens ABC Plus -verkkokurssilla. Kurssit ovat kaikille avoimia ja osallistujille maksuttomia.

Jo yli 85 000 ihmistä on suorittanut Demens ABC -verkkokurssin. Se on laajuudeltaan muutaman oppitunnin verkkokurssi ihmisille, jotka tapaavat muistisairautta sairastavia ihmisiä. He voivat olla omaisia, työskennellä hoidon tai hoivan alueella tai vaikkapa kaupan tehtävissä.

Verkkokurssin sisällöt ovat kansallisten linjausten ja suositusten mukaisia. Verkkokurssia täydennetään kirjallisella aineistolla. Kurssin suoritettuaan voi osallistua kokeeseen, jonka hyväksytysti läpäistyään on ansainnut diplomin.

Demens ABC Plus -verkkokurssi on täydentävä jatkokurssi. Tarkoituksena on levittää tietoa ja kokemuksia siitä, kuinka voidaan vähentää ja välttää rahoittavien lääkkeiden ja pakkokeinojen käyttöä. Kurssi on toteutettu Ruotsin sosiaalihuollon toimeksiantona. Jatkokursseja on painotukseltaan erilaisia eri kohderyhmille: omaisille, hoitoapulaistille, kotipalvelun, perushoidon, tehostetun asumisen ja sairaalan henkilöstölle. Myös jatkokurssiin sisältyy koe, jonka suoritettuaan saa diplomin.

Hetki ikäihmisenä -kokemusrata

Hetki ikäihmisenä -kokemusrata on suunniteltu uudistamaan yritysten ikäosaamista. Se on kehitetty Kareliammattikorkeakoulun Ikäosaamisen ABC -hankkeessa, ja ammattikorkeakoulu tarjoaa tätä koulutuspalvelua osana henkilöstökoulutuspalvelujaan. Hetki ikäihmisenä -kokemusrata tarjoaa osallistujille omakohtaisia kokemuksia siitä, miltä liikkuminen yrityksen tiloissa ja lähiympäristössä tuntuu silloin, kun on vaikeuksia esimerkiksi liikkumisessa, näkemisessä tai kuulemisessa.

Kokemusrata antaa mahdollisuuden kokemukseen oppimiseen, tilaisuuden oppia hyppäämällä hetkeksi ikäihmisen, vanhuksen kenkiin. Millaista on epätasaisella alustalla yrittää työntää rollaattoria eteenpäin? Ja kun vielä samalla nilkkasi on sidottu kuminauhalla niin, että pääset ottamaan vain pienen pieniä askeleita. Ja miten onnistut rollaattorin kanssa ottamaan ruuan hihnalta ja kuljettamaan tarjottimen lautasineen ja laseineen pöytään? Millaista on haparoida vieraassa ympäristössä näkösairauden tuomia rajoituksia matkivat lasit päässä? Ja kun matkan varrella on vastassa vielä mahdollisesti lasiovia ja seinämiä? Ja ympäristössä on lisäksi paljon erilaista hälyä ja meteliä?

Kokemusrata on koulutustuote, joka rinnalla yrityksessä voidaan tehdä ikäystävällisyyttä arvioiva kierros ja järjestää koulutusta. Voidaan esimerkiksi selvittää, onko yrityksen tiloissa helppo liikkua, havainnoida, löytää tuotteita, ylettyä niihin, mistä etäisyydeltä olisi hyvä puhua jne. Kokemusradan toteuttamisen tueksi on tuotettu Hetki ikäihmisenä -opas.

LOPUKSI

Yrityksen ikäystävällisyyden vahvistaminen lähtee liikkeelle tarpeen tunnistamisesta: havaitaan ikäihmisten osuus asiakkaista ja tunnustetaan tarve kehittää yrityksen toimintaa vastaamaan paremmin ikäihmisten tarpeisiin.

Seuraava askel on asiakasymmärryksen hankkiminen: tarvitaan tietoa ikäihmisten sukupolveista, elämänvaiheista, elämäntavasta ja elämäntilanteesta. Asiakasymmärrys on ymmärrystä asiakkaan elämästä, arjesta ja tarpeista.

Asiakasymmärryksen perusteella on mahdollista lähteä kehittämään yrityksen toimintaa ikäystävällisemmäksi. Ikäihmisiä voidaan kutsua mukaan toiminnan yhteiskehittämiseen, jolloin he voivat aidosti vaikuttaa siihen, että yritys vastaa juuri heidän tarpeisiinsa.

Väestön ikääntymiseen ja ikäihmisiin asiakkaina kannattaa suhtautua samalla innostuksella ja myönteisellä uteliaisuudella kuin Antti Eskola, joka kirjoittaa:

”Vanheneminen on kiinnostavaa. En olekaan koskaan ennen ollut yli 80-vuotias.”

KIRJALLISUUTTA

AFE-INNOVNET. Guidelines for co-producing age-friendly environments with older people. 2015. http://afeinnovnet.eu/sites/default/files/AFE-INNOVNET_D4.3_PRINTED-VERSION.pdf

Ageing-Friendly Business Academy. AFB. 2017. <http://agefriendlybusinessacademy.com/>

Age-Friendly Resource Manual. 2017. International Federation on Ageing. IFA. <http://www.ifa-fiv.org/wp-content/uploads/2015/03/Age-Friendly-Communities-Resource-Manual.pdf>

Alanko, I. 1990. Kun Suomi putos puusta. Lyrics. <http://www.lyricsbox.com/ismo-alanko-kun-suomi-putos-puusta-lyrics-kqgpj3k.html>

An Introduction to Co-production for the Ambition for Ageing Programme. 2017. The Manchester Institute for Collaborative Research on Ageing. MICRA. [http://hummedia.manchester.ac.uk/institutes/micra/New%202016/Goulding%20Anna%20-%20Ageing%20Programme%20Booklet%20MICRA%20\(digital\).pdf](http://hummedia.manchester.ac.uk/institutes/micra/New%202016/Goulding%20Anna%20-%20Ageing%20Programme%20Booklet%20MICRA%20(digital).pdf)

Asiakkaana muistisairas – ymmärrä ja auta. 2017. Keski-Suomen muistiyhdistys ry & Muistiliitto. www.muistiliitto.fi

Building Age-Friendly Communities. Creating an Age-Friendly Business in Alberta. 2017. <http://www.seniors-housing.alberta.ca/>

Dahlström, M. & Minkkinen, S. 2009. Loppukiri, vaihtoehtoista asumista seniori-iässä. WSOY.

Danielsson, M. Tanskanen, A., Hämäläinen, H., Pelkonen, I., Haavio-Mannila, E., Rotkirch, A., Karisto, A. & Roos, J. P. 2013. Sukupolvien vuorovaikutus. Auttaminen ja yhteydenpito suurten ikäluokkien ja heidän lastensa elämässä. Väestötutkimuslaitos Tutkimuksia D 58/2013.

Elders in Action. 2017. <http://eldersinaction.org/>

Eskola, A. 2016. Vanhuus. Helpottava, huolestuttava, kiinnostava. Tampere: Vastapaino.

Heikkinen, E., Jyrkämä, J. & Rantanen, T. (toim.) 2013. Gerontologia. Helsinki: Duodecim.

Hietanen T., Muona A. & Parviainen J. 2013. Hetki ikäihmisenä. Ikäosaamisen ABC – Ikäosaamista pohjoiskarjalaiseen asiakaspalveluun. Karelia-ammattikorkeakoulun julkaisuja B:11. <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-275-083-9>

Hynynen, R. (toim.) 2015. Palvelualueen ja ikäystävällisen asuinalueen kehittäminen. Ympäristöministeriön raportteja 5: 2015. <http://www.ikainstituutti.fi/content/uploads/2016/07/Palvelualueen-ja-ik%C3%A4yst%C3%A4v%C3%A4llisen-asuinalueen-kehitt%C3%A4minen-2015.pdf>

Ikääntyneiden asumisen kehittämisohjelma 2013–2017. http://www.ym.fi/fifi/asuminen/ohjelmat_ja_strategiat/lkaantyneiden_asuminen_kehittamisohjelma

Innokylä. 2017. <https://www.innokyla.fi/kehittaminen/etsi-ja-loyda/menetelma/yhteiskehittaminen-ja-osallistaminen>

Invalidiliitto. 2017. Esteettömyys. <https://www.invalidiliitto.fi/tietoa/liikkuminen-ja-esteettomyys/esteettomyys>

Jolanki, O. 2016. Yhteisöllisyys – yleislääke modernin kaupunkielämän ongelmiin? Asumisen uudet vaihtoehdot ja hyvä vanhuus – ASUVA. Valtioneuvoston selvitys – ja tutkimustoiminta. <http://tietokayttoon.fi/ajankohtaista/blogi/-/blogs/yhteisollisyys-yleislaake-modernin-kaupunkielaman-ongelmiin->

Jämsén, A. & Koivumäki E. Pohjois-Karjala ikäosaamisen maakunnaksi. Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulu. http://www.karelia.fi/projektit/raportit/ika_peruspaperi_090609.pdf

Jämsén A. (toim.) 2013. Ikäosaava yritys. Ikäosaamista pohjoiskarjalaiseen asiakaspalveluun. Karelia-ammattikorkeakoulun julkaisuja B:30. <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-275-081-5>

Jämsén, A. & Kukkonen, T. 2010. Ikäosaaminen innostaa. Artikkeliteoksessa Väistö, R. (toim.) Monikulttuurisista kohtaamisista innostavaan ikäosaamiseen. Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulun julkaisuja C:41, 30–39.

Jämsén, A. & Kukkonen, T. 2014. Ikäosaaminen elää Pohjois-Karjalassa. Gerontologia 2/2014, 117–122.

Jämsén, A. & Nummela, T. 2014. Opintolainalla onneen ja sivistykseen. Tampere: Tampere University Press.

Karisto, A. & Konttinen, R. 2004. Kotiruokaa, kotikatua, kaukomatkailua: tutkimus ikääntyvien elämäntyyleistä. Helsinki: Palmenia-kustannus.

Kansallinen Muistiohjelma 2012–2020. Tavoitteena muistiystävällinen Suomi. Sosiaali- ja terveysministeriön raportteja ja muistioita 2012:10. <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-00-3224-1>

Karisto, A. 2008. Satumaa. Suomalaiset eläkeläiset Espanjan Aurinkorannoilla. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.

Karisto, A. (toim.) 2005. Suuret ikäluokat. Tampere: Vastapaino

Kerjäläisistä kunnanvaivaisiin – köyhäinhuolto Hämeenlinnassa 1600-luvulta 1900-luvun alkuun. 2017. <http://lydia.hameenlinna.fi/exhibits/show/yhteiset-asiat/koyhainhoito>

Kilpi, E. 2007. Unta vain. Helsinki: WSOY.

Living in Manchester, our Age-Friendly City. 2017. http://www.manchester.gov.uk/downloads/download/6534/living_in_manchester_our_age-friendly_city

Manchester: A Great Place to Grow Older. 2010–2020. 2017. http://www.manchester.gov.uk/downloads/file/11899/manchester_a_great_place_to_grow_older_2010-2020

Miettinen, S. (toim.) 2011. Palvelumuotoilu – uusia menetelmiä käyttäjätiedon hankintaan ja hyödyntämiseen. Teknologiainfo Teknova.

Pieviläinen, H., Pyykkönen, A. & Saukkonen, T. 2014. Asiakkaan äänellä. Menetelmäopas asiakaspalautteen keräämiseen sosiaalityössä. Pohjois-Karjalan Sosiaaliturvayhdistys ry. <http://www.jelli.fi/lataukset/2011/04/Asiakkaan-%C3%A4%C3%A4nell%C3%A4-menetelm%C3%A4opas.pdf>

Our age-friendly work. About Age-Friendly Manchester. 2017. http://www.manchester.gov.uk/info/200091/older_people/7116/our_age-friendly_work

Pohjois-Karjalan ennakointiportaali POKETTI. 2017. www.poketti.fi

Penttilä, R. E. J. & Rehn, A. 2012. Suunnaton Suomi. Suomi ilman suuntaa. Helsinki: Otava.

Rantanen, T. 2016. Aktiivisena vanheneminen – ei pelkästään liikuntaa. <https://www.jyu.fi/blogit/tiedeblogi/rantanen>

Regnbågen. Boende för äldre hbt-personer. 2017. www.regnbagen.net

Ryhänen, L. 2014. Ikääntyneiden asiakaspalvelun erityispiirteet ja haasteet sekä henkilöstön osaamistarpeet. Karelia-ammattikorkeakoulun julkaisuja C:14.

Sankari, A. & Jyrkämä, J. (toim.) 2001. Lapsuudesta vanhuuteen. Iän sosiologiaa. Tampere: Vastapaino.

Seniorpolis Oy. 2017. www.seniorpolis.fi

Shaping 10 Ageing Cities. 19 European Case Studies. https://www.ifa-fiv.org/wp-content/uploads/2015/09/Shaping-Ageing-Cities_A4_web-1.pdf

Svenskt Demenscentrum. Demens ABC. 2016. <http://www.demenscentrum.se>

Tedre, S. & Voutilainen, M. 2013. Eläkeläisenä maaseudulla. Helsinki: Maahenki.

The Silver Economy. 2017a. Demographic Change: Europe's Opportunity. A project supporting the development of a European Silver Economy Strategy. www.smartsilvereconomy.eu.

The Silver Economy. 2017b. An Innovation Union. Europe 2010 Initiative. http://ec.europa.eu/research/innovation-union/index_en.cfm?section=active-healthy-ageing&pg=silvereconomy

Tilastokeskus. 2016. Suomalaisten elinajanodote. <http://www.findikaattori.fi/fi/46>

Tilastokeskus 2015. Suomalaisten tulot ja kulutus. http://tilastokeskus.fi/tup/suoluk/suoluk_tulot.html

Tourage. 2014. Seniorimatkojen kehittäminen reuna- ja raja-alueilla. <http://pohjois-karjala.fi/en/tourage>

Towards an Age-Friendly World. 2017. World Health Organization. <http://www.who.int/ageing/age-friendly-world/en/>

Tuulaniemi, J. 2011. Palvelumuotoilu. Alma Talent.

Virkola, E. 2014. Toimijuutta, refleksiivisyyttä ja neuvotteluita - muistisairaus yksinasuvan naisen arjessa. Väitöskirja. Jyväskylän yliopisto.

Tekijät

Tuula Kukkonen ja Arja Jämsén ovat kehittäneet ikäosaamisen käsitettä ja kirjoittaneet ikäosaamisesta useita artikkeleita ja julkaisuja. Tietokirjailija, YTT Tuula Kukkonen työskentelee Karelia-ammattikorkeakoulussa yliopettajana ja tietokirjailija, YTM Arja Jämsén yksikön johtajana Itä-Suomen sosiaalialan osaamiskeskuksessa.



IKÄYSTÄVÄLLINEN YRITYS

*Ikäystävällinen
liiketoiminta
on hyvää
liiketoimintaa*

*Ikäystävällinen
yritys on
hyvä kaikille*

Tämä kirja on kirjoitettu yrityksille, joiden asiakaskunnassa on – tai varsinkin voisi olla – yhä enemmän senioriasiakkaita. Tavoitteena on vahvistaa yritysten ikäystävällisyyttä.

Ikäymmärrystä tarvitaan yrityksissä palvelujen, tuotteiden ja markkinoinnin suunnittelussa ja kohdentamisessa.

Julkaisu tuo yrityksille tietoa ja uutta ymmärrystä ikääntymisestä ja ikäihmisistä asiakkaina. Julkaisussa käsitellään asiakkuuksien hoitoa, palvelumuotoilua, markkinointia – mitä uutta ja erilaista tarvitaan, kun on kyse ikäihmisistä asiakkaina.

Suomessa ikäystävällinen liiketoiminta, 'Age-Friendly Business' -ajattelu on vielä vähäistä. Maailmalta löytyy kuitenkin aktiivisia yrityksiä ja yritysverkostoja, jotka hyödyntävät ikäystävällisyyden ideaa liiketoiminnassaan.

Ikäystävällinen yritystoiminta on kannattavaa liiketoimintaa. Samalla se vahvistaa ikäihmisten hyvinvointia ja osallisuutta. Tavoitteena on, että seniorit saavat parempia, toimivampia ja sujuvampia palveluita ja tuotteita.

