



VIRAS-Barrierefreies Einkaufen

Abschlussbericht für Studien-
teilnehmende

25. Februar 2026

Institut für Altersforschung (IAF)

Institut für Laborautomation und
Mechatronik (ILT)

Inhaltsverzeichnis

1.	Entstehung und Forschungsfrage	1
2.	Methoden	1
3.	Hauptergebnisse.....	1
3.1	Herausforderungen.....	1
3.2	Lösungsansätze.....	3
3.2.1	Lesbarkeit	3
3.2.2	Orientierung	3
3.2.3	Sicherheit	3
3.2.4	Weiteres	3
4.	Danksagung	4
5.	Ausblick	4

1. Entstehung und Forschungsfrage

Die Studie war Teil des Forschungsprojekts «[VIRAS-Barrierefreies Einkaufen](#)», in dem das Institut für Laborautomation und Mechatronik (ILT) einen autonom fahrenden Einkaufswagen für Sehbehinderte entwickelt.

Wir vom IAF konzentrierten uns in diesem Teilprojekt auf die Bedürfnisse älterer Menschen beim Einkaufen. Wir haben untersucht, ob ein angepasster Einkaufswagen das Einkaufen im Supermarkt erleichtern kann.

Die Forschungsfragen waren:

- Was sind die grössten Herausforderungen, denen ältere Menschen beim Einkaufen in Supermärkten begegnen?
- Wie kann ein Einkaufswagen so weiterentwickelt werden, dass Menschen so lange wie möglich selbstständig und mit Leichtigkeit im Supermarkt einkaufen können?

2. Methoden

Um die Fragen zu beantworten haben wir folgende Untersuchungen durchgeführt:

- 1) Literaturrecherche
- 2) Beobachtungen in verschiedenen Supermärkten
- 3) Interviews mit neun älteren Menschen zum Thema
- 4) Schriftliche Umfrage (online und Druckversion) mit 65 Antworten von 65-95 jährigen Personen
- 5) Zwei Gruppengespräche mit Supermarktbegehung: eine Gruppe von 4 Männern und eine Gruppe von 5 Frauen
- 6) Ein co-kreativer Workshop mit älteren Menschen, Entwickler:innen, Altersbeauftragten und Mitarbeitenden von einem Fachgeschäft für Hilfsmittel für Personen mit Mobilitätseinschränkungen.

3. Hauptergebnisse

3.1 Herausforderungen

Das Einkaufen im Alter ist eine wichtige Tätigkeit für den Erhalt der Selbständigkeit, physischer Fitness und sozialen Kontakten im Alter. Es ist entscheidend für die Teilhabe an der Gesellschaft. Die befragten älteren Menschen wollen weiterhin einkaufen gehen und die Entscheidungen für das Gekaufte selber tragen.

Die Hauptherausforderungen liessen sich in drei Kategorien unterteilen:

- Orientierung im Laden
- Lesbarkeit
- Sicherheit.

Bei der **Orientierung im Laden** geht es darum Produkte im Regal, oder Produktabteilungen im Laden zu finden. Oft wurde erwähnt, dass Produkte umgestellt werden, was die Produktfindung zusätzlich erschwert.

Bei der **Lesbarkeit** geht es darum Preisschilder und Produktinformationen, wie Mindesthaltbarkeitsdatum oder Inhaltsstoffe, zu lesen. Preisschilder sind oft zu klein gedruckt, oder zu hoch oder zu tief angebracht. Besonders bei Aktionen seien Preisschilder schwierig zu lesen.

Unter **Sicherheit** fassen wir Themen wie Sturzgefährdung und Sitzgelegenheiten zusammen. Wir beobachteten, dass viele Menschen ihre Gehhilfen (einzelne oder zwei Gehstöcke) in den Einkaufswagen legten, oder unbeaufsichtigt vor dem Laden liessen und sich im Laden auf dem Einkaufswagen abstützten. In den Interviews und Fokusgruppen wurde auch deutlich, dass manche Personen das Umherlaufen als mühsam empfinden und keine geeigneten Orte zum Ausruhen fanden.

Neben diesen drei Hauptkategorien traten auch einzelne weitere Schwierigkeiten auf. Genannt wurden zum Beispiel:

- Störende Geräuschkulisse
- Überfordernde Produktvielfalt
- Zu grosse Packungsgrössen für Single-Haushalte
- Hektik an der Kasse
- Fehlende Abstellorte für von zu Hause mitgebrachte Einkaufstrolleys
- Unebene Böden
- Schwierigkeiten Produkte zu greifen (zu hoch, zu tief, zittrige Hände)

Um einen Preisüberblick beim Einkaufen zu behalten, oder damit Personen an der Kasse nicht alle Einkäufe wieder aus- und einpacken müssen, benutzten einige Menschen das Self-Scanning, was in grösseren Supermärkten vorhanden ist. Es fällt auf, dass im Verhältnis wenige der befragten älteren Menschen Self-Scanning benutzten, oder sich in der Nutzung sicher genug fühlten.

3.2 Lösungsansätze

Einerseits identifizierten wir Lösungen, die von den Personen bereits angewendet werden. Andererseits entstanden neue Ideen, die gemeinsam im Workshop entwickelt wurden. Zu allen Lösungsvorschlägen führten wir eine Internetrecherche durch, um zu prüfen, ob diese Lösungen schon existieren.

3.2.1 Lesbarkeit

Eine Lösung für schlecht lesbare Informationen ist eine Lupe. Manche Personen nehmen diese selber mit und in seltenen Fällen sind Lupen an Einkaufswagen montiert. Eine andere mögliche Lösung ist eine Smartphone App herunterzuladen, welche als Lupe funktioniert. Wer in der App-Store des eigenen Smartphones nach «Lupe» sucht, kann das herunterladen.

Als zusätzliche Idee kam eine digitale Lupe hinzu, was das Vergrösserte auf einem separaten Bildschirm anzeigt, der zum Beispiel am Einkaufswagen montiert wäre.

3.2.2 Orientierung

Für die Orientierung entstand die Idee eines Laden-Navigationssystems, welches Personen anhand ihres Einkaufszettels auf kürzestem Weg durch den Laden führt. Dies in Form einer App auf dem Smartphone, oder einem Bildschirm, der am Einkaufswagen befestigt ist. Dies würde den Menschen mühsame Suchzeit und Umwege ersparen.

Eine Internetrecherche ergab, dass erste Versuche mit Laden-Navigationssystemen (Instore Navigation) ausserhalb der Schweiz schon durchgeführt werden. Jedoch haben sich die Navigationssysteme noch nicht breitflächig durchgesetzt.

3.2.3 Sicherheit

Der sichere Einkaufswagen hätte eine integrierte Feststellbremse, Klappsitz, ergonomische Griffe, ein verschliessbares Fach für Wertsachen und einen Rufknopf für Personal.

Was schon existiert sind Einkaufsrollatoren oder Rollatoren als Einkaufshilfen, mit Bremsen, Sitzlehne, grossem Volumen, und stabilen Taschen. Sie sind stabiler gebaut, tragen mehr Gewicht und lassen oft grössere Körbe/Taschen zu. Somit sind sie gut für Einkäufe geeignet.

3.2.4 Weitere Lösungsansätze

Nebst den technischen, digitalen und mechanischen Lösungen für die genannten Herausforderungen wurden zwischenmenschlichen Lösungen genannt, wie zum Beispiel

andere Einkaufende, Angehörige und das Ladenpersonal um Unterstützung bitten, oder in Begleitung Einkaufen gehen. Ebenfalls wurden Fachstellen für Alter als mögliche Anlaufstellen genannt. Freundliches Ladenpersonal und unterstützende andere Einkaufende wurden häufig als positive Faktoren beim Einkaufen erwähnt.

4. Danksagung

Wir bedanken uns bei den Personen, die an den Interviews, der Umfrage, den Fokusgruppen und am Workshop teilgenommen haben, für ihre Zeit ihr Vertrauen und ihr Mitdenken.

5. Ausblick

Mit den Ergebnissen der Studie hoffen wir eine Stiftung, oder eine andere Finanzierungsinstitution zu finden, die die Ausarbeitung eines Folgeprojekts unterstützt. Im Folgeprojekt könnten verschiedene Ideen vertieft und ausgearbeitet werden, zum Beispiel ein Laden-internes Navigationssystem speziell für ältere Menschen oder die Hilfe zur Selbsthilfe beim Einkaufen.

OHNE KLASSIFIZIERUNG



Impressum

Herausgeberin

Institut für Altersforschung, IAF

OST– Ostschweizer Fachhochschule

iaf@ost.ch

Version

2026 | 02