

Produkte für alle Generationen: „Universal Design“ als Zauber- wort

Null-Grad-Fach im Kühlschrank oder ergonomischer Staubsauger – die meisten Firmen setzen auf Produkte, die mehrgenerationentauglich sind. Das Hamburger Unternehmen „grauwert“ bietet beispielsweise Herstellern an, ihr Angebot hinsichtlich des demografischen Wandels zu prüfen und fortzuentwickeln.

Viele Produkte sind heute noch ausschließlich auf junge Zielgruppen ausgerichtet. Dabei machen die Ausgaben der über 60-Jährigen in Deutschland fast ein Drittel des privaten Konsums aus. Wer seine Produkte und Dienstleistungen langfristig an den Bedürfnissen älterer Menschen orientiert, hat gute Chancen auf unternehmerischen Erfolg.

„In der Realität existieren oft nur Sonderlösungen für Ältere, die ein Defizitdenken transportieren und stigmatisierend sind“, sagt Produktentwickler Mathias Knigge (36) von „grauwert“. Der Designer und Ingenieur betont, man müsse die Bedürfnisse und Besonderheiten der Älteren so genau wie möglich kennen. Nur so könnten Lösungen entstehen, die später auch von älteren Zielgruppen angenommen werden.

*Was für ältere Menschen bequem ist,
freut alle Generationen*

Viele Unternehmen setzen dabei auf das Zauberwort „Universal Design“ – getreu dem Motto: Was für ältere Menschen bequem und praktisch ist, freut alle Generationen. „Eine Formensprache, eine Bedienphilosophie, ein hoher Gebrauchsnutzen, alles Dinge, die jeden Menschen ansprechen“, erläutert Ursula Wilms, Pressesprecherin des Haushaltsgeräteherstellers

Miele, dessen Produkte mehrfach mit dem Gütesiegel der Deutschen Gesellschaft für Gerontotechnik ausgezeichnet wurden.

Als Beispiel nennt Wilms das Salzfach in der Tür von Geschirrspülern. „Natürlich fällt es gerade Seniorinnen und Senioren schwer, sich tief zu bücken und weit in den Geschirrspüler hineinzureichen, um das Salz nachzufüllen. Die Öffnung in der Tür erleichtert dies ungemein. Darüber freuen sich jedoch auch jüngere Menschen.“

Für barrierefreies Kochen sind bereits Dunstabzugshauben mit motorischer Höhenverstellung auf Knopfdruck auf dem Markt. Dämmmaterial und gekapselte Motoren sorgen für geringe Betriebsgeräusche, die auch junge Eltern erfreuen. Ähnliches gilt für moderne Kühlschränke mit „PerfectFresh-Zonen“ oder „Null-Grad-Fächern“, in denen Lebensmittel zwei bis dreimal so lange lagerfähig sind wie in herkömmlichen Kühlautomaten. Dass somit Einkäufe auf ein Minimum reduziert werden können, freut junge wie alte Verbraucherinnen und Verbraucher.

www.grauwert.info

Kontakt zur Agentur „grauwert“

www.pack-aus.udk-berlin.de

Neue Verpackungslösungen für Alt und Jung – Ergebnisse eines Wettbewerbs des Bundesseniorenministeriums und der Universität der Künste.