

Die „Silver Agers“ als Maßstab „Universal Design“ – Alltags- produkte nicht nur für Senioren

Der Jugendwahn hat ausgedient. Die Werbung hat die Senioren entdeckt. Kein Wunder, die Zielgruppe in Deutschland wächst rasant. Doch die Industrie weiß noch nicht so richtig, wie sie mit den „Silver Agers“ umgehen soll. Bisher waren Produkte, Marketing und Design auf junges Publikum gerichtet. Design-Produkte für Alte - bislang chancenlos, gerade bei der Generation 50plus. Design für alle heißt das Zauberwort.

Wer will schon gerne alt sein? So zielt bislang Werbung und Marketing vorbei an den jungen Alten, die deutlich flexibler, konsumorientierter und wohlhabender sind als früher.

„Das einzige, was ältere Menschen nicht wollen, das sind Seniorenprodukte“, weiß Mathias Knigge. Er ist Designer und Chef der kleinen Hamburger Agentur grauwert – der Name ist Programm – und sucht deshalb nach Mehrwert, der älteren hilft und auch von jüngeren angenommen wird.

Form und Funktion

Zum Beispiel eine rutschfeste Schälhilfe – generationsübergreifend, denn so Knigge: „Es ist genauso denkbar, dass auch Kinder damit eine Gurke schälen können.“ Oder eine kleine Hebelhilfe, um den Stecker aus der Dose zu ziehen und nicht in Bückhaltung am Kabel zu ziehen, einfach alterslos praktisch. Oder: die Lesbarkeit von Texten und Symbolen. Wünschenswert ist dabei eine Schrift ohne Schnörkel und in ausreichender Größe.

Auch beim wichtigsten Gerät in der modernen Kommunikation, dem Handy, gibt es noch einiges zu tun. Es gibt sie bereits seniorengerecht mit großem Display und Tastaturen, die man auch trifft. Aber Knigge will Lösungen, in denen das Design eine wesentliche Rolle spielt. „Ältere Leute sind viel aktiver und haben durch ihre Konsumerfahrung natürlich auch Wünsche entwickelt, die darüber hinaus gehen, dass man ein Einheitsprodukt im Krankenkassen-Stil zugewiesen bekommt“, beobachtet Knigge.

Design für alle – so lautete der Titel einer Veranstaltung in Nordrhein-Westfalen, auf der Designer aufgefordert waren als Wegbereiter einer kreativen Wirtschaft Ästhetik und Funktionen zu entwickeln. Und in Berlin forschen Wissenschaftler zusammen mit Senioren in unterschiedlichen Bereichen wie etwa Konstruktionstechnik oder Architektur wie sie neue Produkte entwickeln können, die den Ansprüchen älterer Menschen – und damit auch denen aller anderen – besser gerecht werden.

Filmbericht unter:

www.zdf.de/ZDFmediathek/content/367160