

PRESSEMITTEILUNG

Überlebensstrategie No 4:

Gestalten Sie nutzerfreundlich!

Hannover, 22. Juni 2006. – Design entscheidet maßgeblich über den Erfolg. Nur wenn ein Produkt auch nutzerfreundlich gestaltet ist, wird es auch von den Kunden angenommen. Wer Produkte für Menschen über 50 anbietet, der muss die Anforderungen und Bedürfnisse seiner Zielgruppe kennen. Mit zunehmenden Alter lassen einige physische Fähigkeiten nach. Nicht nur können die Augen kleine Schriften weniger gut lesen, auch die Hände greifen kleine Dinge nicht mehr so leicht.

Die Designer des ReifeNetzwerks gestalten daher bewusst generationengerecht. Damit wird keine Altersgruppe ausgeschlossen:

Sieben Grundregeln des generationengerechten Designs:

Prinzip 1: Breite Nutzbarkeit.

Das Produkt ist für Menschen mit unterschiedlichen Fähigkeiten nutzbar und marktfähig.

Prinzip 2: Flexibilität in der Benutzung.

Das Produkt unterstützt eine breite Palette individueller Vorlieben und Möglichkeiten.

Prinzip 3: Einfache und intuitive Benutzung.

Die Benutzung des Produktes ist leicht verständlich, unabhängig von der Erfahrung, dem Wissen, den Sprachfähigkeiten oder der momentanen Konzentration des Nutzers.

Prinzip 4: Sensorisch wahrnehmbare Informationen.

Das Produkt stellt den Benutzern notwendige Informationen effektiv zur Verfügung, unabhängig von der Umgebungssituation oder den sensorischen Fähigkeiten der Benutzer.

Prinzip 5: Fehlertoleranz.

Das Produkt minimiert Risiken und die negativen Konsequenzen von zufälligen oder unbeabsichtigten Aktionen.

Prinzip 6: Niedriger körperlicher Aufwand.

Das Produkt kann effizient und komfortabel mit einem Minimum von Ermüdung benutzt werden.

Prinzip 7: Größe und Platz für Zugang und Benutzung.

Angemessene Größe und Platz für den Zugang, die Erreichbarkeit, die Manipulation und die Benutzung unabhängig von der Größe des Benutzers, seiner Haltung oder Beweglichkeit vorsehen.

Monika Prött, Initiatorin des ReifeNetzwerks: „Wer Produkte nach den Prinzipien generationengerechten Designs gestaltet, wird schnell merken, wie hoch die Akzeptanz in allen Altersgruppen ist. Produkte für die Zielgruppe 50plus werden auch von jüngeren angenommen.“

Das ReifeNetzwerk hat sich im November 2005 gegründet. „Die Zukunft wird älter“ – lautet das Motto der 23 Unternehmen, Dienstleister und Berater, die sich zu einem Kreativ- und Kompetenzpool zusammengeschlossen haben, um den reifen Markt zu bearbeiten. Die in ihrer jeweiligen Branche langjährig erfahrenen Experten können jederzeit und für jeden Schritt innerhalb der Wertschöpfungskette hinzugezogen werden. Auftraggeber erhalten somit geballten Sachverstand, das neueste Wissen und authentische Berater. Das macht „Das ReifeNetzwerk“ am Markt einmalig.

Für Rückfragen:

Das ReifeNetzwerk c/o PRÖTT & PARTNER GbR, Friedlies Reschke, reschke@reifenetzwerk.de, Sertürnerstr. 18, 30559 Hannover, 0511 / 953 943, <http://www.reifenetzwerk.de>