



Übersicht

- Demografischer Unterbau und „Seniorenbegriff“
- Senioren als Benutzer, die-SRG SENIOR RESEARCH GROUP
UNSERE ERFAHRUNG FÜR IHR PRODUKT
- Anforderungen älterer Menschen an moderne Technik
- Entwurf seniorengeeigneter Produkte
- Beispiele und Kooperationspartner der SRG

Der Seniorenbegriff „Stigmatisierung“

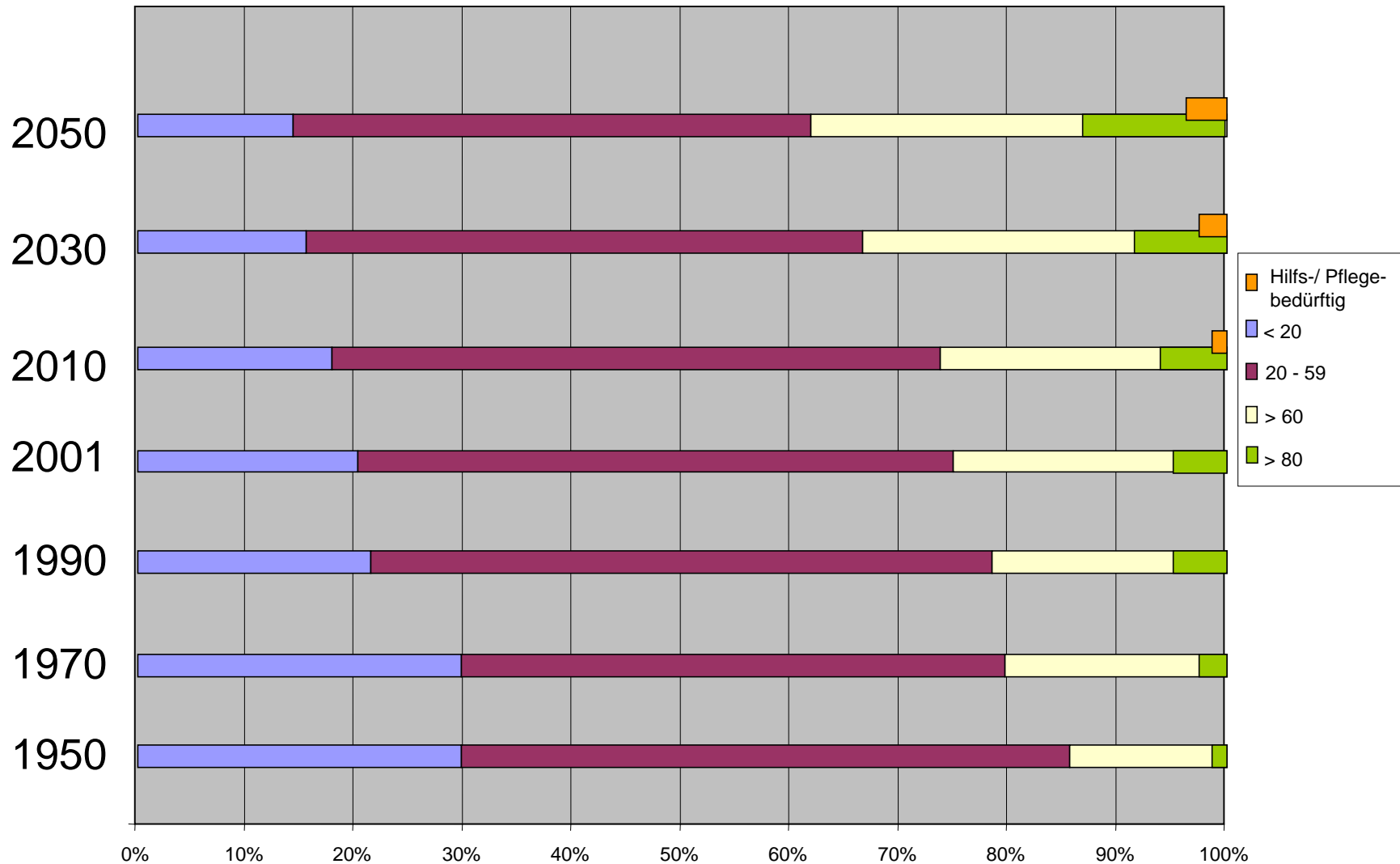
- Ausscheiden aus dem Berufsleben
→ Bezug von Versorgungsleistungen
- Nachlassen körperl. Leistungen
- Hohes Sicherheitsbedürfnis
→ geringe Risikobereitschaft
- Unmöglichkeit objektiver, zukunftsgerichteter “Empathie”

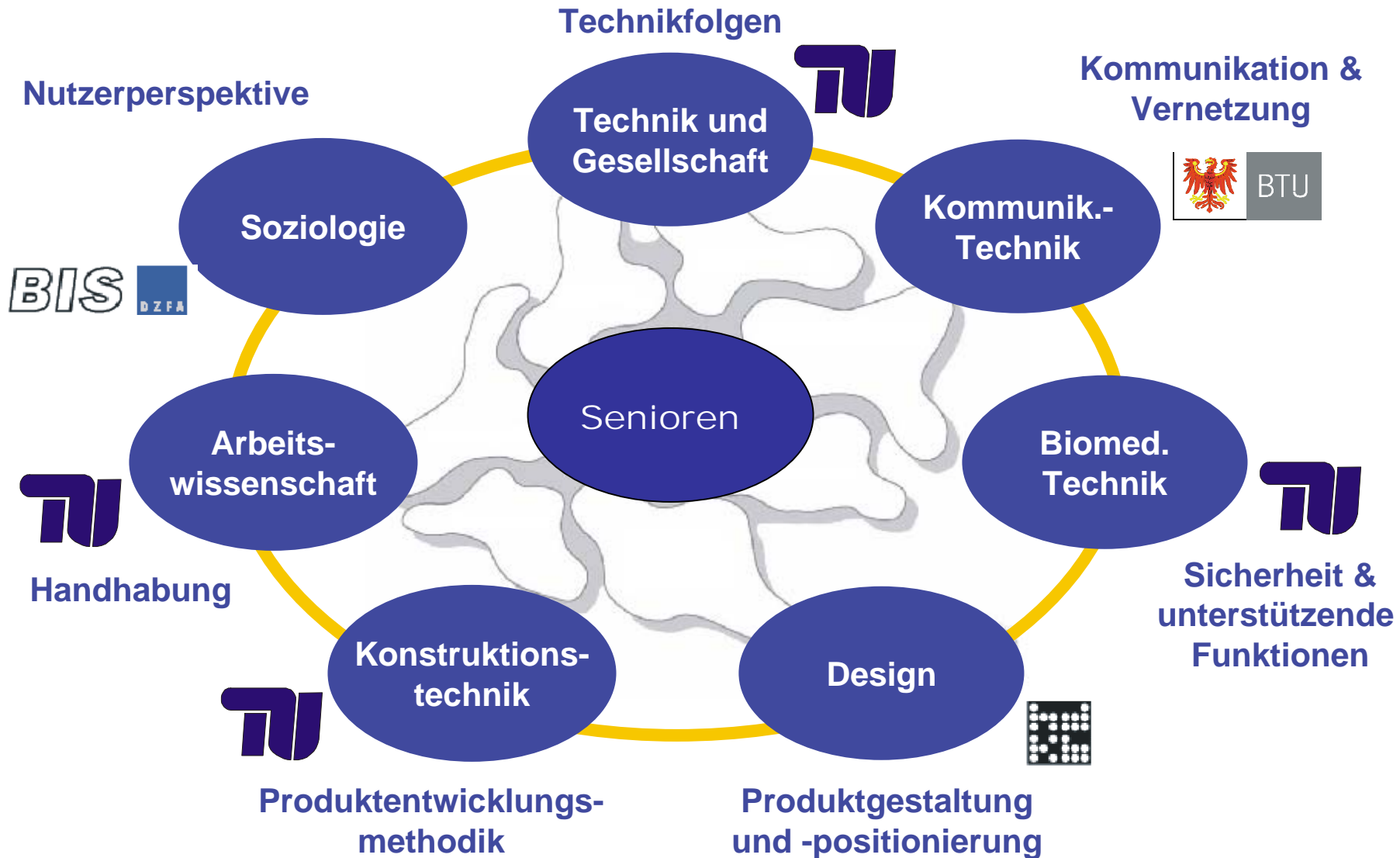
Der Seniorenbegriff „Quo Vadis?“



- Anspruchsvoll
→ Intolerant gegenüber zentralen Produktschwächen
- Sensibler Umgang mit dem Faktor „Zeit“
- Fühlen sich vom Markt unbeachtet!
→ „Geringe Chance zum Konsum“
- Hohe Teamfähigkeit durch selbstkritische Haltung
- Aktuell die einzigen Fachleute für die Ermittlung der Bedürfnisse ihrer Generation

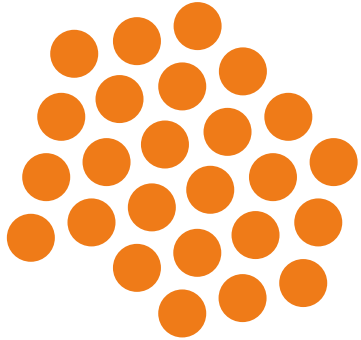
Entwicklung der Altersstruktur





Wer sind Wir?

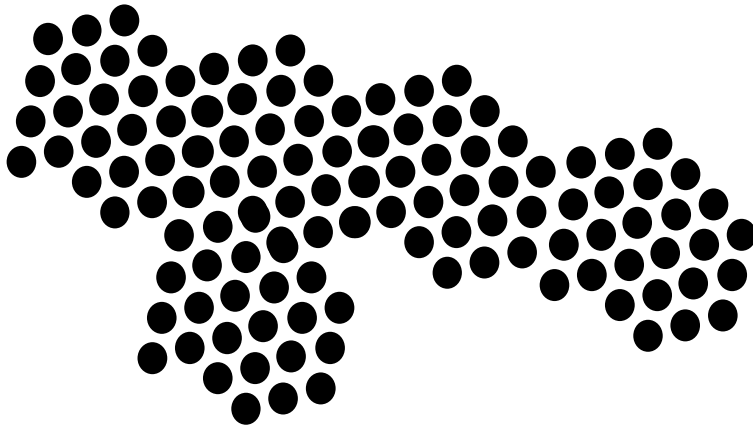
Kerngruppe aus ca. 20 Senioren:



57-95 Jahre

Hausfrauen, Beamte,
Ingenieure, BWL, Professoren, etc.
8 Jahre Test-Bewertungserfahrung
Eigeninitiativ

Testpanel: ca. 150 Senioren,



50-95 Jahre

repräsentativer Querschnitt der
Bevölkerung (W/M, Stadt-Land, Alter,
Gesundheit, etc...)

Wer sind Wir?



Die SRG hat sich zur Aufgabe gestellt technische Produkte und im direkten Zusammenhang stehende Dienstleistungen, welche die aktive Teilnahme am gesellschaftlichen Leben ermöglichen aus Sicht der Generation 55+ zu analysieren.

Hierzu gehören: Ideenfindung, Beurteilung, Bewertung, Beratung, Strategieentwicklung und Öffentlichkeitsarbeit.

Leitbild



- Die SRG will Sicherheit und Bedienbarkeit von zukünftigen technischen Produkten fördern.
- Die SRG bejaht den Einsatz von Technik im täglichen Leben.
- Die SRG vertritt die Bedürfnisse von Senioren im Bezug auf technische Geräte.
- Die SRG analysiert, bewertet und gestaltet technische Geräte, Systeme und Abläufe mit dem Ziel einer ergonomischen Anwendung.

Leitbild



- Die SRG will das Interesse an Technik wecken, um Lebensfreude und Neugier von Anwendern zu fördern.
- Die SRG will als Mittler zwischen Verbrauchern, Industrie/Handel und der Wissenschaft fungieren.
- Die SRG will Aufmerksamkeit in der Öffentlichkeit wecken, um Erfahrungen und Erkenntnisse weiterzugeben.

Lernförderlichkeit

IST

Unkenntnis

Misserfolg

Kontrollverlust

fehlende Bestätigung

Angst, Technikdistanz

SOLL

Offenheit

neue Erfahrung

Erfolg

Bestätigung

Freude, Spaß an Technik

Was tun Wir?



- Analyse und Optimierung der Bedienlogik komplexer menügesteuerter Geräte
- Gestaltung von Gebrauchsanweisungen
- Testen von Produktideen und Geräte auf ihre Gebrauchsfähigkeit
- Analyse der Ansprüche, die ältere Menschen an Technik haben
- Entwicklung innovativer Technologien

➔ Zeit, Wissen, Erfahrung, Neugierde, Kreativität

Umgang mit Technik

Ergebnisse einer Umfragen unter 130 Senioren zum Umgang mit technischen Geräten und Gebrauchsanleitungen:

- 63% haben Probleme beim Umgang mit technischen Geräten
- 41% werden Geräte beim Kauf verständlich erklärt
- 30% haben Geräte, die sie wegen der komplizierten Bedienung nicht mehr nutzen
- 40% haben schon einmal auf den Kauf eines Gerätes verzichtet, weil die Bedienung zu kompliziert war

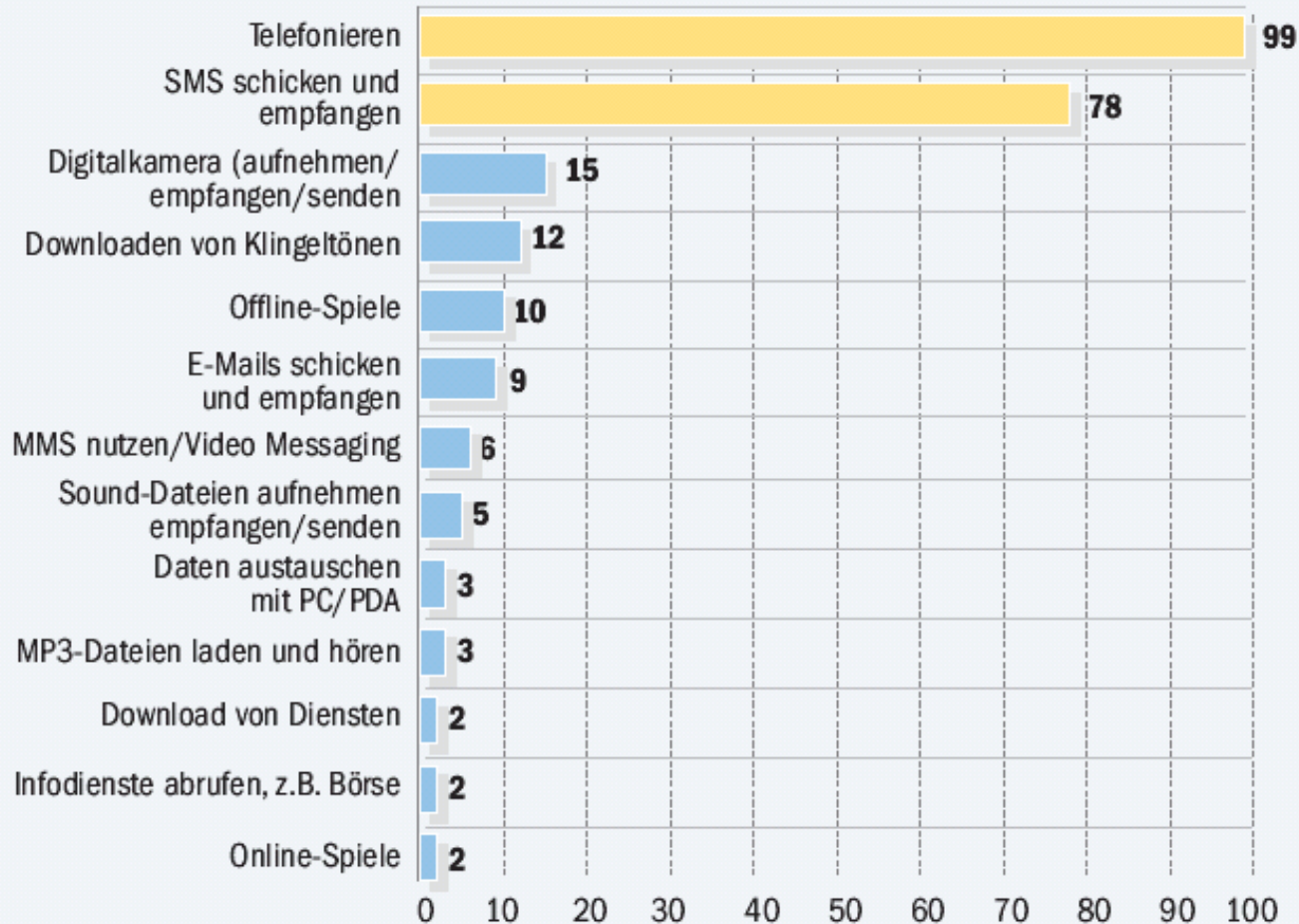
SRG-Handy 55+ aus dem Jahr 2004



Ansprüche an Mobiltelefon 2006

Nutzung des Mobiltelefons in Prozent

Angaben in Prozent

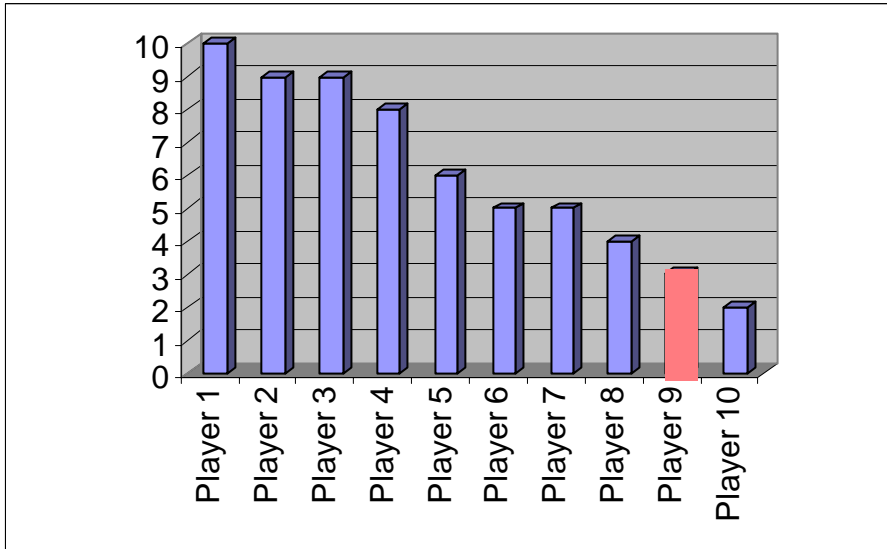


Mehrfachnennungen möglich

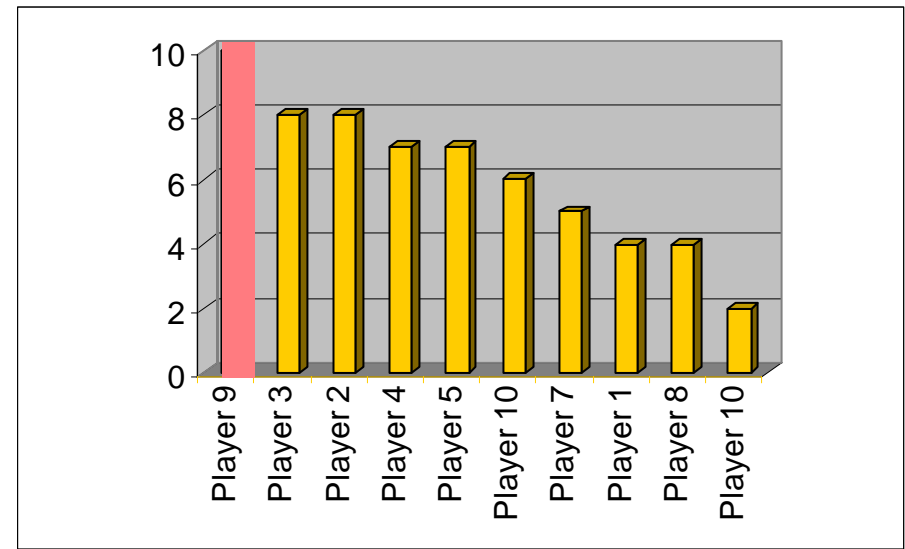
Quelle: Communication Networks 9.0

Testergebnisse der SRG

DVD-Recorder Profitester vs. SRG-Tester



Funktion des Gerätes insgesamt



Bedienbarkeit des Gerätes

55+ Produkte



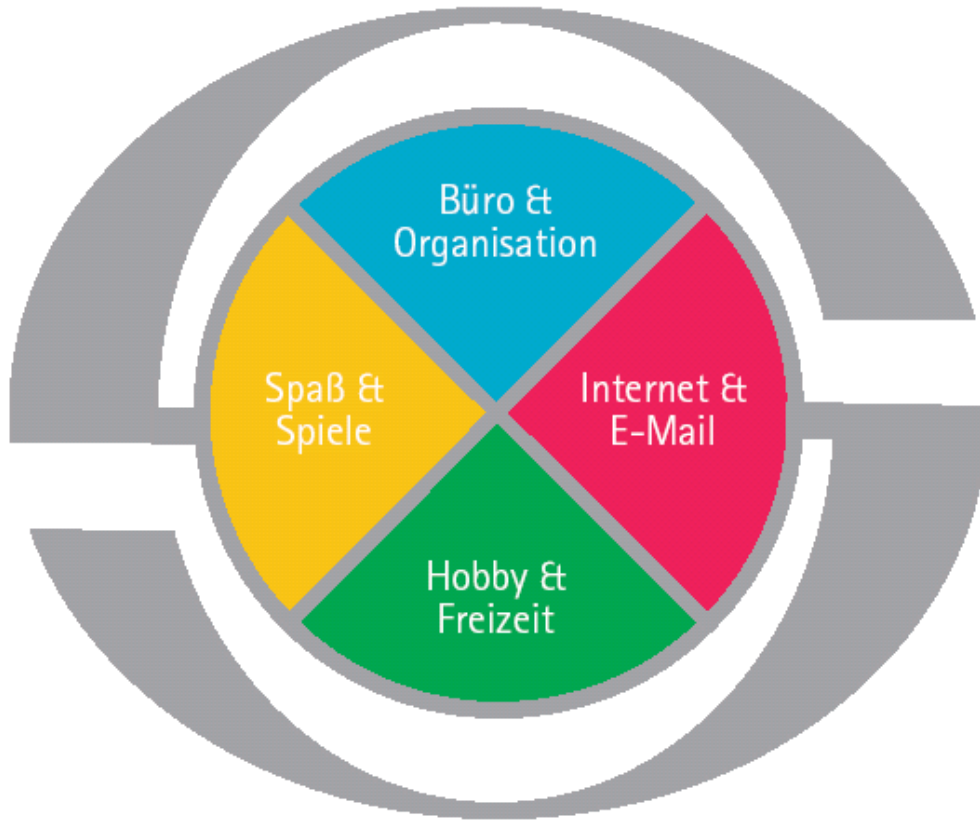
Urbanmobil Fa. Segway (2003)

55+ Produkte



MP-3 Player Fa. Apple(2005)

55+ Produkte



Simplico PC, auf Linux-Basis, Fujitsu-Siemens (2006)

55+ Produkte



Simplicio PC, auf Linux-Basis, Fujitsu-Siemens (2006)

Kooperationen



Zusammenfassung

- Senioren sind die quantitativ wichtigste Zielgruppe!
- Ressourcen nutzen statt Defizite kompensieren!
- Senioren kennen sich selbst am besten
 - aktives Einbinden der Zielgruppe in Entwicklungen
- „Ergonomics for all“ statt „Design for all“!
- Die Zielgruppe 55+ bietet Zukunftschancen für den Arbeitsmarkt!

Kontakt

SRG – Senior Research Group

Am Lehrstuhl für Arbeitswissenschaft und Produktergonomie
der Technischen Universität Berlin (AwB)

Fasanenstr. 1/1, Sekr. KWT 1, D-10623 Berlin

eMail: Office@awb.tu-berlin.de

Web: www.srg-berlin.de