Gutes Design bringt die Generationen zusammen

Autor(en): **Honegger, Annegret**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Zeitlupe : für Menschen mit Lebenserfahrung**

Band (Jahr): **88 (2010)**

Heft 10

PDF erstellt am: **16.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-725579

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

Professor Gregor Naef von der Fachhochschule Nordwestschweiz hat mit seinen Studierenden kluge Lösungen gefunden.

Bilder: Bernard van Dierendonck

Gutes Design bringt die Generationen zusammen

Wenn junge Design-Studierende und Pro Senectute zusammenspannen, dann entstehen Produkte, welche die Lebensqualität aller Generationen verbessern können. Ein Versuch im Kanton Aargau beweist es.

Ob Rollkoffer, Niederflurtram oder grosse Lichtschalter – wer weiss heute noch, dass diese von allen geschätzten Annehmlichkeiten des Alltags ursprünglich für Menschen mit Handicap entwickelt wurden? «Intelligente Designlösungen für alle Lebensbereiche und sämtliche Alters- und Bevölkerungsgruppen sind leider noch nicht selbstverständlich», sagt Gregor Naef, Professor am Institut für Industrial Design an der Hochschule für Gestaltung und Kunst der Fachhochschule Nordwestschweiz in Aarau. Das Zauberwort der Zukunft heisst «Universal Design»: Design, das optisch und ergonomisch alle anspricht und einbezieht, Jung und Alt, Männer und Frauen, Gesunde und Gebrechliche.

Entsprechende Produkte sollen klar und einfach zu bedienen, nützlich und zeitlos schön statt trendig und kurzlebig sein. So werden auch Spezialartikel für bestimmte Gruppen wie etwa für ältere Menschen überflüssig. Gutes Design, ist der Fachmann überzeugt, verbessert die Lebensqualität und kann Defizite ausgleichen. Ein Beispiel für erfolgreiche Produktgestaltung zieht Gregor Naef aus der Hosentasche: das iPhone von Apple. Die meisten seiner vielen Funktionen müsse man nicht mühsam lernen, sondern beherrsche sie intuitiv durch Tippen und Ziehen mit dem Finger: «Das iPhone ist benutzerfreundlich und kommt nicht nur bei den Jungen, sondern gerade auch bei den Älteren gut an.»

Wenn die Gesellschaft immer älter wird, müssen sich auch die angehenden Designerinnen und Designer mit den Bedürfnissen älterer Menschen auseinandersetzen, fand Gregor Naef. Er lud seine Studierenden daher ein, als Semesterarbeit gute Produkte zu gestalten, die gemäss den Richtlinien des Universal Designs für alle Altersgruppen attraktiv sind. Xaver Wittmer, Bereichsleiter Sozialberatung von Pro Senectute Aargau, übernahm es, den Studierenden zu Semesterbeginn eine Einführung in die Lebenswelt älterer Menschen zu vermit-

teln. «Mir war wichtig, überholte Altersbilder zu korrigieren, die sich vor allem um Gebrechen, Krankheiten oder das Altersheim drehten», erklärt der Altersexperte. «Ich wollte vermitteln, dass ältere Menschen nichts Besonderes sind, sondern eine Gruppe mit spezifischen Bedürfnissen, wie sie auch Kinder oder Frauen und Männer mittleren Alters haben.» Die Studierenden sollten realisieren, dass es den «Einheitsalten» so wenig wie den «Einheitsjungen» gibt.

So instruiert, machten sich die Jung-Designer an die Arbeit: Sie setzten sich mit den Gesetzen der Benutzerfreundlichkeit und der Barrierefreiheit auseinander und überlegten sich, wo Erleichterungen im Alltag nötig sind; sie recherchierten, diskutierten und präsentierten erste Ideen, verwarfen sie wieder, entwarfen Modelle, feilten an Prototypen – und merkten, was ihr Professor bereits wusste: Für alle Altersgruppen gut zu gestalten, ist eine anspruchsvolle Herausforderung.

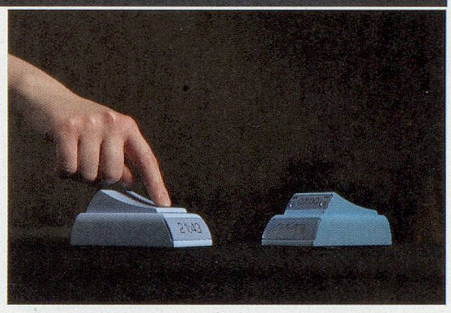
Ein intelligenter Kippwecker

«alarm_switch» heisst die Arbeit von Céline Bloch. Die Idee der angehenden Designerin: «Es gibt viele Wecker, die kompliziert zu bedienen sind und das Studieren von langen Bedienungsanleitungen voraussetzen.» Ihr Wecker sollte das besser machen: «Schon durch seine Form macht alarm_switch auf einen Blick klar, ob er ein- oder ausgeschaltet ist.» Der Wecker orientiert sich an der Idee eines überdimensionierten Kippschalters: Ist die Klappe oben, wird die Weckzeit sichtbar, der Wecker ist also gestellt. Kippt man den Schalter um, verschwindet die Weckzeit – der Wecker ist ausgeschaltet. Die Uhrzeit wird per Funk automatisch, die Weckzeit durch Drehen an zwei seitlichen Rädern eingestellt.

Details wie eine breite Standfläche, die griffige Softtouch-Oberfläche und ein leicht zu öffnendes Batteriefach mit mittelgrossen statt kleinen Knopfbatterien zeigen, wie viel Kopfarbeit und Einfühlungsvermögen Céline Bloch in ihre Semesterarbeit gesteckt hat. Ihr Wecker sollte sich «aufs Wesentliche konzentrieren und auf dem Pult oder im Schlafzimmer eine gute Figur machen».

«An vertraute Denkmuster wie den Kippschalter anzuknüpfen, hilft, ein neues Produkt bedienen und akzeptieren zu können», erklärt Gregor Naef. Deshalb müssen sich Designer mit den Denkmustern ihrer Zielgruppe auseinandersetzen – was das Gestalten für verschiedene Generationen nochmals schwieriger mache. Schwierig, aber wichtig. Céline Bloch jedenfalls hat von der Auseinandersetzung mit dem Thema Universal Design profitiert: «In Zukunft werde ich bereits beim Entwerfen eines Produktes an alle Generationen denken.» Professor Naef doppelt nach: «Wer mit Blick auf ältere Menschen entwirft, gestaltet besser.»

Designerin Céline Bloch mit ihrem «alarm_switch». Hier wird der Kippschalter zum Wecker: Ist die Weckzeit sichtbar, ist er eingestellt.



Doch nicht nur die Produktgestalter sollten in Richtung Universal Design umdenken, findet der Fachmann: «Die Generation 50+ als künftig kaufkräftigste und somit wichtigste Bevölkerungsschicht wird und soll neue Standards einfordern, die Ästhetik, Ergonomie und Komfort verbinden.» Er ist überzeugt: «Der Druck der Konsumenten bringt bessere Produkte.» Solche, wie sie im Semesterkurs entstanden sind: Eine Uhr mit Suchfunktion, die Brille oder Schlüssel findet. Extra-Griffe, die man zwecks leichterer Bedienung an schwerem Gartenwerkzeug anbringt. Ein Einkaufswagen, der auch als Sitz dient. Eine Schlüsselaufbewahrungsbox, die gleichzeitig Drehhilfe ist. Ein aufklappbarer Servierwagen, in dessen Fächern auch hohe Gläser und Flaschen nicht kippen.

Nino Scheidegger mit dem Projekt «SER4R», das er mit Marc Müller entwickelte. In diesem aufklappbaren «Servierer» kippen selbst hohe Gläser und Flaschen nicht um.

Die Zusammenarbeit von Fachhochschule und Pro Senectute haben beide Seiten geschätzt. Beat Waldmeier und Xaver Wittmer von der Geschäftsleitung, die die Studierenden von der Konzeptentwicklung bis zur Schlusspräsentation begleitet haben, sind beeindruckt, wie ernsthaft sich die jungen Leute mit dem Thema Älterwerden auseinandergesetzt haben: «Die meisten hatten im Alltag wenig Kontakt zu älteren Leuten – aber alle haben im Lauf des Semesters eine grosse Entwicklung durchgemacht und ihre Aufgabe mit viel Herzblut gelöst.» Den Wecker von Céline Bloch jedenfalls würden die Experten sofort kaufen.

Ihr Fazit? «Wenn das die junge Generation von Designerinnen und Designern ist, dann werden die Billettautomaten in zwanzig Jahren anders aussehen und einfacher zu bedienen sein – und zwar für alle!»

Annegret Honegger