

55plus Toolbox:

Resultaat van Onderzoeksproject RAAK Vitale Oudere

Karin Overbeek
Karin van Beurden
lectoraat Industrial Design

Inleiding

Met de groeiende groep 50-plussers in Nederland, neemt ook het aantal bedrijven toe dat graag voor deze doelgroep actief wil zijn. MKB-bedrijven zitten met vragen over deze doelgroep: wie is de doelgroep, welke behoeften hebben ze, welke productkenmerken zijn belangrijk, hoe bereik ik deze doelgroep en hoe richt ik de communicatie op hen in?

Doel van het project was MKB-bedrijven die zich willen richten op de seniorendoelgroep een handreiking te bieden, enerzijds over de wijze waarop zij producten kunnen ontwikkelen die beter aansluiten bij de behoeften en denkwereld van de 50-plussers en anderzijds over de manier waarop deze producten in de markt gezet kunnen worden en hoe de doelgroep te bereiken is.

De webbased 55plus Toolbox is hiervan het resultaat. 55plustoolbox.nl biedt bedrijven, ontwerpers en marketeers achtergrondinformatie over 1) de doelgroep (typologieën, demografie, ...), 2) onderzoeks- en ontwerpmethodieken ten behoeve van het ontwerpen en marketing voor de doelgroep (persona's, contextcartografie, marktcommunicatie, ...) en 3) cases als de tassendrager, de grijphulp, ouderen inlevings tool.

In het project hebben Charles Willems (penvoerder, Kenniscentrum Gezondheid, Welzijn en Technologie), Karin van Beurden (Kenniscentrum Design en Technologie) en de partners Jaarsma+Lebbink, Novay, Panton, SENtrum, Syntens en Technologie Kring Twente intensief samengewerkt.

Onderzoeksthema's

De primaire onderzoeksvraag was op welke wijze de verbinding tussen 'de actieve senior' als markt en de productontwikkeling binnen het MKB kan worden gelegd. Uit de vraagstelling van het MKB bleek dat het MKB grote moeite heeft om deze doelgroep te benaderen en producten te ontwikkelen die goed aansluiten bij deze grote groep. Secundaire vraag was op welke wijze de slag van product naar seniorenmarkt kan worden gerealiseerd. De 'vitale oudere' is een brede doelgroep, die vanwege hun leeftijd behoefte heeft aan speciaal op deze doelgroep ontwikkelde producten, maar dat eigenlijk niet wil terugzien in het product. Dit vereist een speciale marktbenadering.

Concretisering en doorontwikkeling van onderzoek- en ontwerptools

Vanuit de literatuur en de praktijk van onderzoekers was al het een en ander bekend over de mogelijkheden en eigenschappen van de diverse onderzoek- en ontwerpmethoden. Gedurende het project is de kennis aanzienlijk uitgebreid en zijn veel van deze methodes voorzien van een soort handleiding waardoor ze veel eenvoudiger toe te passen zijn. Voorbeelden hiervan zijn de persona's, kaartsorteren en contextcartografie.

Ook werden relatief nieuwe methoden uit de literatuur verder ontwikkeld zoals bijvoorbeeld cohort en kleurenkeuze. In beide gevallen is de achterliggende theorie dat gedrag en oriëntatie van een mens met het ouder worden veranderd. De drie bekende effecten zijn het cohort- of generatie-effect, het periode- of contexteffect en het leeftijdseffect. De laatste heeft vooral betrekking op de fysieke en geestelijke gezondheid. Bij het generatie-effect gaat het om de vorm- en technologiecontext in de directe leefomgeving tussen het 15^e en 25^e levensjaar. Vormkenmerken, technologieën en opvallende gebeurtenissen als de eerste mens op de maan of de "uitvinding" van het internet die plaatsvinden tijdens de late jeugd en vroege volwassenheid blijken de mens in belangrijke mate te vormen.

Voor ontwerpers is niet alleen het leeftijdseffect van belang: wat wil en kan men nog. Ook blijkt het generatie-effect van groot belang: wat waren de geldende modekleuren, designkenmerken en humaninterfaces in de periode dat het smaakgevoel en voorkeuren van de mensen gevormd werden tussen het 15^e en 25^e levensjaar.

Concrete productconcepten als cases ontwerptools

Geheel conform de gedachte van doelgroepgericht ontwerpen en het toetsen van producten zijn ook de ontwikkelde onderzoek- en ontwerpgereedschappen getoetst aan de realiteit. Gedurende het hele project zijn er deelprojecten geweest waarbij, uitgaande van een productidee, de tools toegepast en aangescherpt werden. De tassendrager is een prominent voorbeeld waarbij gebruiksonderzoek en persona's zijn toegepast om te ontdekken of er voor de verschillende typologieën andere producten te ontwerpen zijn. Het idee achter de tassendrager is dat het, vooral voor ouderen, lastig is om lang het hengsel van een (plastic) tas te dragen in de hand. Veel gewicht komt dan aan de vingers te hangen. De tassendrager is zo ontworpen dat alle krachten afgeleid worden naar de polsen. Die basisfunctionaliteit is voor alle typologieën hetzelfde; het verschil per doelgroep zit hem vooral in de uitvoeringsvorm, kleur en -materiaalgebruik. Voor de ene typologie mag het zichtbaar zijn dat iemand het hulpmiddel gebruikt terwijl voor een andere dat bijna onzichtbaar moet zijn. Ervaren ontwerpers bleken goed in staat voor de verschillende typologieën te kunnen ontwerpen, voor studenten waren veelal de nuances tussen de verschillende typologieën erg klein.



Ouderen Inlevings Tool

Een probleem voor veel ontwerpers is dat ze jong en gezond zijn en zich daardoor maar heel moeilijk een beeld kunnen vormen van de beperkingen van de ouderdom. Er zijn “ouderenpakken” te koop waar met allerlei hulpstukken beperkingen worden gesimuleerd, maar die zijn te kostbaar om zo maar aan te schaffen.

Met het Ouderen Inlevings Tool dat binnen het RAAK project ontwikkeld is kan men op goedkope wijze de meest voorkomende beperkingen als gevolg van het ouder worden simuleren. Het Ouderen Inlevings Tool gaat uit van huis-tuin-keuken middelen als veiligheidsbrillen van de Gamma, standaard drukverband en latex of katoenen handschoenen. Met de brillen zijn diverse vormen van zichtproblemen te simuleren, met het drukverband kan ene pols of elleboog stram gemaakt worden en de handschoenen laten ervaren wat het is om het gevoel in de vingers te verliezen.

De 55plus Toolbox

Er is lang nagedacht over de manier waarop alle vergaarde kennis en ervaring laagdrempelig beschikbaar gesteld kon worden aan het MKB, ontwerpers en marketeers. Uiteindelijk is gekozen voor een website, ook vanwege de mogelijkheid om interactief nieuwe kennis en ervaringen uit te wisselen en om een dialoog te faciliteren tussen ontwerpers en de doelgroep vitale ouderen. De website www.55plustoolbox.nl is het eindresultaat van het RAAKproject Vitale Oudere waar alle subresultaten bijeenkomen.

Centraal in de website zijn de drie fasen van het ontwikkelproces: definitie, creatie en realisatie. Aan de basis staat de definitiefase met daarin de verkenning als belangrijkste activiteit. Hier wordt de basis gelegd voor de productontwikkeling en voor de marketing, er wordt onderzocht wie de gebruiker is en hoe het gebruikt moet worden en wie de koper is en hoe het aan de man/vrouw gebracht kan worden.



In de volgende fase worden de vergaarde informatie enerzijds omgezet naar productideeën die vervolgens getoetst en fabricagerijp gemaakt worden (productontwikkeling). Anderzijds wordt de vergaarde kennis gebruikt om in detail uit te werken welk marktaandeel haalbaar is, welke prijs gevraagd kan worden en welke marketingmiddelen nodig zijn (marketing).

Als laatste, maar zeker zo belangrijk, is het zaak om in de realisatiefase de producten te kunnen produceren en te verspreiden (produceren) en om de markt in kennis te stellen van het nieuwe aanbod (vermarkten). Op dit moment kan er weer een nieuwe cyclus beginnen: als een product werkelijk op de markt staat kan via een verkenning gekeken welke aanpassingen nuttig zijn om het product nog beter te maken.

Bij het ontwikkelen van de site is vooral uitgegaan van de sterkte van veel ondernemingen: productontwikkeling en productie. Bedrijven zijn heel goed in staat om producten te bedenken, deze te ontwikkelen en te produceren. Ook met de marketing en

het vermarkten hebben ondernemers vaak geen problemen. Maar meer producten dan wenselijk is floppen door onvoldoende kennis van de doelgroep. Een goede onderbouwing in de zin van voor wie maken we het product nu eigenlijk en hoe wil deze groep aangesproken worden ontbreekt vaak. De verkenningsfase is daarmee de belangrijkste fase geworden, de basis van succesvolle producten. De toolbox beschrijft daarmee geen compleet innovatietraject, maar beperkt zich tot doelgroepgerelateerde aspecten, zoals het vinden van doelgroepen, de keuze daaruit maken op basis van wensen en eisen en het kunnen toetsen van ideeën bij de gekozen doelgroep.

Alle tools, cases en achtergrond informatie die het resultaat zijn van het RAAKproject de Vitale Oudere zijn ondergebracht in deze gratis toegankelijke toolbox:

1. doelgroepinformatie (typologieën, demografie, behoeften en interesses, etc.),
2. onderzoeks- en ontwerpmethodieken (persona's, contextcartografie, marktcommunicatie, oudereninlevingstool, etc.) en
3. inzichtelijke cases zoals de tassendrager of grijphulp.

Conclusies

Nu het project al geruime tijd is afgerond en de website sinds begin 2011 in de lucht, is het mogelijk om eerste conclusies te trekken over het eindresultaat.

Wat in ieder geval blijkt uit de aantallen bezoekers en opmerkingen van bezoekers van de 55plus Toolbox is dat er veel behoefte is aan dit materiaal. Er zijn 400-700 bezoekers per maand en zeer divers, van marketingbureaus, MKB-bedrijven, docenten en studenten van andere hogescholen tot thuis- en mantelzorgorganisaties.

Onze eigen evaluatie van het project heeft geleid tot de aanvraag en toekenning van het project RAAK Ontwerpen voor de Zorgverlener. Naast het opbouwen van kennis over de professionele thuiszorgwerker en mantelzorger, willen we in dit project de aanzetten die gedaan zijn op het gebied van ontwerp- en onderzoeksmethoden bij Vitale ouderen verder uitwerken. Het doel is een volledig overzicht maken van relevante onderzoek en ontwerp methoden en het ontwikkelen van een selectiegereedschap waarmee ondernemingen afhankelijk van de vraag die ze hebben een onderzoekscenario krijgen voorgesteld.

Referenties

Op de website www.55plustoolbox.nl is al het relevante onderzoeksmateriaal en geraadpleegde kennisbronnen terug te vinden: achtergrondmateriaal, onderzoeksprojecten en tools.

Daarnaast is op de website www.ontwerpenvoorzorgverleners.nl het project Ontwerpen voor de Zorgverlener te volgen.