

Tot stand gekomen in het kader van RAAK Vitale Oudere**Auteur:** drs. S.E. Jaarsma; Jaarsma + Lebbink**Redactie:** ir. K.M.M. van Beurden; lector Product Design, dr. C. Willems; lector Technologie in Zorg en Welzijn, drs. M. van der Meer

© Saxion, mei 2011 (versie 1.1)

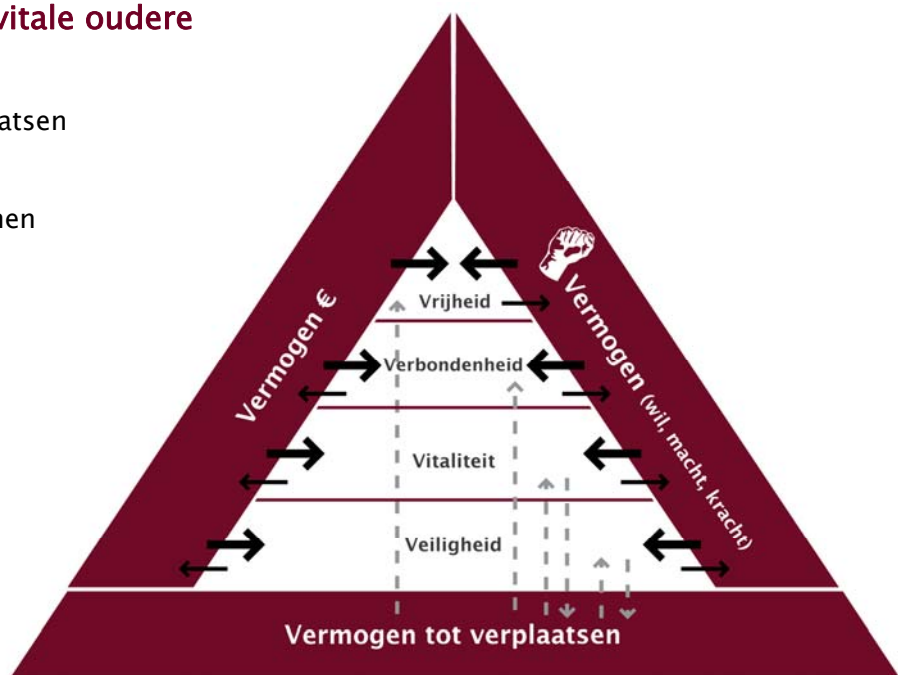
Saxion Kenniscentrum Design en Technologie

Saxion Kenniscentrum Gezondheid, Welzijn en Technologie

Partners: Jaarsma+Lebbink, Novay, Panton, Sentrum, Syntens, en Technologie Kring Twente

www.55plustoolbox.nl**Behoeftepiramide vitale oudere**

6. Vermogen tot verplaatsen
5. Vermogen
 - besteedbaar inkomen
 - wil, macht, kracht
4. Vrijheid
3. Verbondenheid
2. Vitaliteit
1. Veiligheid

*Behoeftepiramide Vitale Oudere*

In de piramide vormen de drie omringende kaders de randvoorwaarden. De hoogste twee niveaus (niveau 3 en 4) zijn de kernwaarden. De basis van de piramide wordt gevormd door Veiligheid en Vitaliteit. Hier moet eerst aan worden voldaan wil Verbondenheid en Vrijheid mogelijk worden. Vermogen werkt zowel vanuit financiële – als vanuit mentale kracht van beide kanten in op de niveaus van de piramide. De laatste V staat voor Vermogen tot verplaatsen, speciaal genoemd onder de basis van de piramide, omdat met name op dit gebied veel verandert in het leven van de vitale oudere en dit ook van invloed is op de andere treden van de piramide.

Bij ieder onderdeel van de piramide vindt u een checklist. Als een product aan alle checks voldoet moet dit vooral in de marketingboodschappen worden benadrukt.

1. Veiligheid

De eerste behoefte, de breedste trede van de piramide, is het meest wezenlijk. Aan (het gevoel van) veiligheid moet eerst worden voldaan voordat de volgende treden genomen kunnen worden.

Het gaat hier om het gevoel van veiligheid van de vitale oudere zelf, maar ook om het beleven van die veiligheid door naasten van de oudere. Daarbij valt te denken aan kinderen die erop aandringen bepaalde maatregelen te nemen omdat zij de situatie als niet langer veilig ervaren. Bijvoorbeeld het verhuizen naar een aangepaste woning, een automaat- in plaats van een handgeschakelde auto, elektrisch koken in plaats van koken op gas, etc..

Producten die ontwikkeld worden vanuit de methodiek van Raak Vitale Oudere moeten een bijdrage leveren aan toegenomen veiligheid van de senior of het gevoel van toegenomen veiligheid voor diens omgeving.

Draagt het product of de dienst bij aan het behouden of vergroten van veiligheid?

- voor de doelgroep nu
- voor de doelgroep volgens de mantelzorgers (indirecte veiligheid)
- voor de doelgroep volgens henzelf, maar dan in de toekomst
- veroorzaakt het product of de dienst door toegenomen veiligheid een beweging in de piramide?

2. Vitaliteit

Hier benoemt de tool de fysieke beperkingen in de totale doelgroep (dus niet gesegmenteerd per leeftijdsgroep).

Door het invullen van de tool wordt duidelijk wat de consequenties zijn van de beperkingen voor productontwerp/userinterface. Bijvoorbeeld m.b.v. simulaties, voor info zie

- ***“Ouderen Inlevings-tool”***, bereikbaar via http://www.55plustoolbox.nl//toolbox_bestanden/OIT/Ouderen%20inlevingstool.php
- ***“Tool kleurkeuze”***.
- Inclusive design toolkit, bereikbaar via <http://www.inclusivedesigntoolkit.com>
- Volksgezondheid Toekomst Verkenning 2010, bereikbaar via www.vtv2010.nl en www.zorgatlas.nl.

Let op: de feitelijke vitaliteit van de gebruiker kan sterk afwijken van de gepercipieerde vitaliteit!

Wat zijn de kenmerken verwachtingen rondom vitaliteit per leeftijdsgroep?

Fysieke kenmerken en uitsluitingen. Zie *“Eisenwijzer²”*.

¹ Krijgsman, C.W., Overbeek, K. (2011). *Tool kleurkeuze. Hoe te komen tot een goede kleurkeuze?* Enschede: Saxion. Te downloaden via www.55plustoolbox.nl

Draagt het product of de dienst bij aan het behouden of vergroten van vitaliteit?

- voor de doelgroep nu
- voor de doelgroep volgens henzelf maar dan in de toekomst
- voor de doelgroep volgens de mantelzorgers
- verhoogt het product of de dienst de werkelijke vitaliteit (zo ja: bewijslast)?
- verhoogt het product of de dienst de gepercipieerde vitaliteit?

3. Verbondenheid

Dit aspect werkt op twee niveaus, namelijk familie/netwerk en milieu en duurzaamheid van de aarde. Integraal wordt verwezen naar het document *“Segmentaties³”*.

Draagt het product of de dienst bij aan het vergroten van de verbondenheid met

- Zorg voor mens, milieu of dierenwelzijn?
- Dierbaren in familiekring?
- Vrienden en generatiegenoten?
- Doet het product of de dienst een beroep op kennis en ervaring van de vitale oudere?
- De omgeving in algemene zin?

Wat levert de tool op:

- inzicht in sterktes en zwaktes van het product of de dienst ten aanzien van groeiende behoefte aan verbondenheid met de kleine kring rondom de vitale oudere, maar ook de macro-omgeving;
- inzicht in de onderwerpen waar men zich verbonden mee voelt;
- inzicht in de doelgroepgrootte per onderwerp.

4. Vrijheid

Vrijheid staat in de top van de piramide. Vrijheid en verbondenheid vormen samen in deze levensfase de door Maslow benoemde zelfverwerkelijking (*vrij naar Maslow^{4,5}*).

Voor achtergrondinformatie over de levensfase van vitale ouderen, zie het document *“Demografische gegevens⁶”*.

Draagt het product of de dienst bij aan het vergroten van vrijheid:

- Levensfase (stoppen met werken)
- Speelt het product of de dienst in op het ‘empty nest’?
- Draagt het product of de dienst bij aan het realiseren van dromen?

² Eisenwijzer. Amsterdam: Stichting Consument & Veiligheid. www.eisenwijzer.nl

³ Overbeek, K. (2011). *Segmentaties. Doelgroep 50+*. Enschede: Saxion. Te downloaden via www.55plustoolbox.nl

⁴ Maslow, A.H. (1943). *A theory of human motivation*. Psychological review.

⁵ Maslow, A.H., Murphy, G. (1954). *Motivation and personality*. New York: Harper & Row.

⁶ Overbeek, K. (2011). *Demografische gegevens. Doelgroep 50+*. Enschede: Saxion. Te downloaden via www.55plustoolbox.nl

- Kan de vitale mens dit product of deze dienst zelfstandig gebruiken (en installeren en onderhouden etc.)?
- Vergroot het product of de dienst de onafhankelijkheid?

Wat levert de tool op:

- inzicht in sterktes en zwaktes van het product of de dienst ten aanzien van de behoefte op het hoogste niveau vrijheid;
- globaal inzicht in het percentage vitale ouderen die de doelgroep zou kunnen vormen;
- duidelijk onderscheidende kenmerken van het product of de dienst die uitgangspunten vormen voor de marketingboodschappen

5. Vermogen

Financieel:

Hier geeft de tool inzicht in wat een (te) dure of haalbare investering is voor het product of de dienst. In termen van wat men kan besteden, maar ook van wat men in deze productcategorie wil besteden.

Macht of Kracht:

In de tweede betekenis zorgt de mentale veerkracht van de vitale mens ervoor of hij/zij op de trede in zijn piramide blijft, of een beweging naar boven of naar beneden maakt.

Op welke wijze maakt het vermogen de werking van het product of de dienst mogelijk:

- Voor welke groepen is het product of de dienst betaalbaar?
Zie het document "*Demografische gegevens*⁶".
- Wat heeft de vitale oudere voor het product of de dienst over?
Dit kan onderzocht worden d.m.v. marktonderzoek, mogelijk via SENtrum⁷.
- Hoe verandert de macht of kracht door 'major life events'?
Zie bijlage 1 voor de top 20 van grootste levensgebeurtenissen die invloed uitoefenen op iemands stressniveau.
- Maakt het vermogen de realisatie van de gedroomde dienst/product mogelijk?
Zie ook stap 4 in deze tool.
- Kan de vitale mens het product of de dienst met afnemende macht/kracht blijven gebruiken?

Wat levert de tool op:

- inzicht in besteedbaar inkomen van verschillende groepen vitale ouderen;
- inzicht in bestedingspatroon van de verschillende groepen vitale ouderen;

⁷ Er kan contact opgenomen worden met SENtrum (Stichting Senioren Organisaties Overijssel) voor het samenstellen van een testpanel. Contactpersoon: Rezina Ramaker, tel. 0572-361177.

- inzicht in ontwikkelingen in het besteedbaar inkomen in de (nabije) toekomst;
- inzicht in afname van het vermogen in de zin van macht/kracht.

6. Vermogen tot verplaatsen

Vervoer staat onder de basis van de piramide, omdat het vermogen vanuit beide perspectieven (besteedbaar inkomen en kracht/wil) van invloed is op de vervoersmiddelen van de vitale oudere. Hij of zij kan de middelen hebben om auto te rijden, maar niet meer de kracht of de wil om dit nog te doen.

Achtergrondinformatie over het bezit van vervoersmiddelen per leeftijdsgroep onder 60-plussers is te vinden via het document *“Demografische gegevens”*.

Veiligheid staat in een directe wisselwerking met Vervoer. Er kunnen aanpassingen nodig zijn om veilig van A naar B te komen, zie eerder genoemd voorbeeld: de overstap van geschakelde auto naar automatisch.

Fysieke vitaliteit is van wezenlijk belang, kan men fysiek nog een grote auto besturen, kan men fysiek nog met het openbaar vervoer? Als deze vragen met nee beantwoord moeten worden dan heeft dat direct gevolgen voor de hoger gelegen treden Verbondenheid en Vrijheid. Het moge duidelijk zijn dat op het moment dat zelfstandig reizen niet meer mogelijk is, de Vrijheid of het gevoel van Vrijheid enorm wordt beperkt.

Hier zijn weer kansen voor producten of diensten die hier een alternatief voor bieden, denk aan skypen met kinderen en kleinkinderen in het (buiten)land, georganiseerde reizen etc..

Draagt het product of de dienst bij aan het behouden of vergroten van de mobiliteit van de vitale oudere?

- voor de doelgroep nu
- volgens de omgeving van de doelgroep (mantelzorgers)
- voor de doelgroep volgens henzelf maar dan in de toekomst
- met aanpassingen voor de toekomst
- vervangt het huidige vervoersmiddelen om met dierbaren in contact te blijven?

Bijlage 1. Life events

Bron: Holmes, T., Rahe, R. (1967). *The Social Readjustment Scale*. Journal of Psychomatic Research, 11, 213–218.

Life events zijn grote gebeurtenissen in een mensenleven, die in meer of mindere mate psychologische aanpassing vereisen. Iedere verandering vraagt enige mate van aanpassing, maar of ze stress veroorzaken is afhankelijk van de impact.

Op basis van onderzoek zijn Holmes en Rahe in 1967 gekomen tot een lijst van 43 levensgebeurtenissen, de Social Readjustment Rating Scale (SRRS), waarin duidelijk wordt welke de grootste stress veroorzakers zijn.

De top-20 uit de SRRS is als volgt:

1. Dood van echtgenoot/ echtgenote
2. Echtscheiding
3. Scheiding van tafel en bed
4. Gevangenisstraf
5. Dood van een familielid
6. Persoonlijke ziekte of verwonding
7. Huwelijk
8. Ontslagen worden
9. Echte lijke verzoening
10. Met pensioen gaan
11. Verandering in de gezondheid van een familielid
12. Zwangerschap
13. Problemen met sex
14. De intrede van een nieuw gezinslid
15. Zakelijke aanpassingen
16. Verandering in financiële situatie
17. Dood van een goede vriend
18. Ander werk gaan doen
19. Verandering in aantallen meningsverschillen met partner
20. Hypotheek van meer dan \$10,000