

# Thementisch C | Komfort als Geschäftsmodell: Anforderungen an Anbieter/Hersteller/Handel

Moderation: Delia Balzer, LINGA

Delia Balzer stimmte die Teilnehmenden am Thementisch C als Moderatorin auf das Thema ein: „Es fehlen echte Innovationen und die Liste der Unternehmen, die Design für Alle ‚leben‘ und großartige Produkte gekonnt anbieten, ist zu kurz. Wir brauchen in Deutschland stärkere Impulse für Innovationen auf dem Markt! ...daher diskutieren wir heute gemeinsam an diesem Thementisch C über ‚Komfort als Geschäftsmodell‘ im Austausch mit der Wohnberatung.“

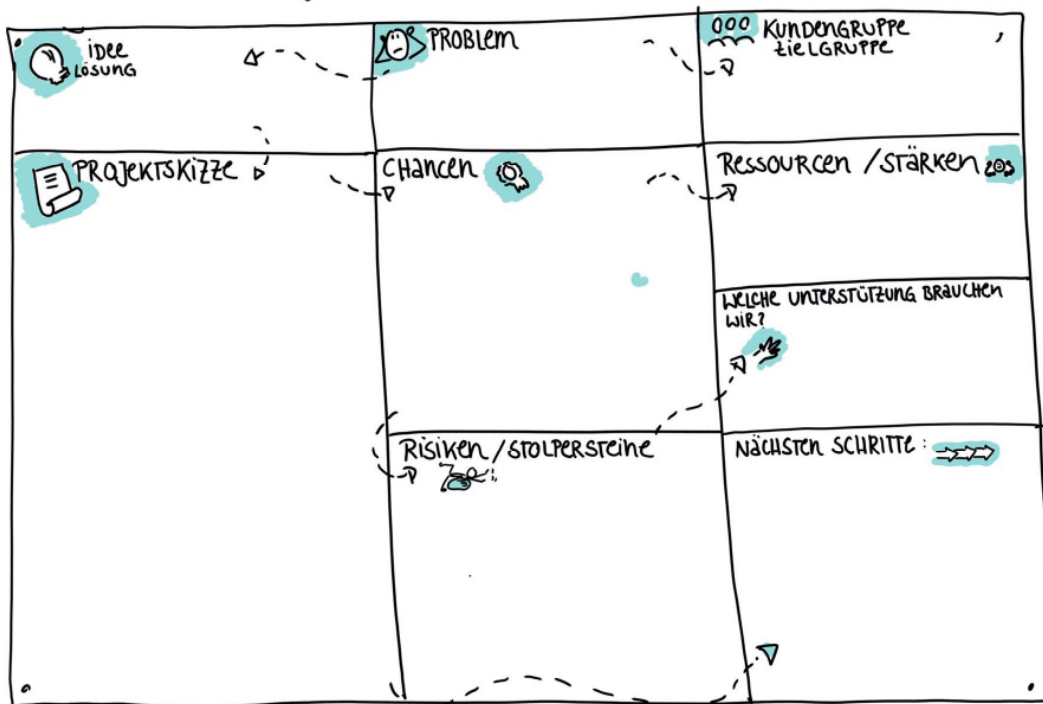
## **Kurzer Input aus dem [European-Accessibility Act](#) (digitale Barrierefreiheit) – Zahlen sind übertragbar**

- 7,8 Millionen Menschen in Deutschland (9,4 Prozent) sind schwerbehindert.
- 97 Prozent davon wurden im Lauf des Lebens erworben, 3 Prozent sind angeboren
- Hinzu kommen vorübergehende Einschränkungen (z.B. Beinbruch) sowie situationsbedingte Einschränkungen (z.B. Gebrauch von Kinderwagen)
- 78 Prozent der Menschen mit Schwerbehinderung sind über 55 Jahre
- 720 Milliarden Euro freie Kaufkraft besitzt die 50plus-Generation pro Jahr

## **Welche Vorteile haben Unternehmen, die Design für Alle berücksichtigen?**

- Sie erreichen eine zahlungskräftige Zielgruppe, maximieren ihre Reichweite und sichern sich einen Wettbewerbsvorteil
- Sie können vorausschauend agieren und die demografische Entwicklung berücksichtigen (Baby-Boomer kommen: Neubewertung der älteren Generation)
- Unternehmen können sich über Corporate Social Responsibility profilieren und damit glaubwürdig gesellschaftliche Verantwortung demonstrieren (Storytelling der eigenen Marke)
- Stigmatisierende Lösungen können vermieden, Vorurteile minimiert werden. Sie können „Köpfe“ für das Thema öffnen.
- Unternehmen können die Kundenbindung über Ausstellung, Netzwerke und Vorträge stärken
- Sie können die Nutzerorientierung/-einbindung bereits in den Entwicklungsprozess integrieren, beispielsweise durch Einbindung der Wohnberatung. Hier entstehen Lösungsansätze für neue Produktwelten und Marktorientierung in puncto Gestaltung und Vertrieb. Sehr wichtig sind dabei auch die ästhetische Qualität sowie eine zielgruppengerechte Ansprache.

# IDEEN-CANVAS



Für die Diskussion wurde das Plakat „Ideen Canvas“ von Tanja Föhr zur Geschäftsmodell-Entwicklung geteilt. Beim Thementisch C konzentrierte man sich auf die Prozess-Punkte **Chancen + Ressourcen/Stärken + Risiken/Stolpersteine** und darauf, **welche Unterstützung Unternehmen benötigen**. Das Ergebnis: Die Diskussion hätte noch viel länger dauern dürfen und böte durchaus genug Inhalt für eine eigene Veranstaltung – wir werden sehen, was 2023 bringt.

**In der Diskussion konnten wir die folgenden wichtigen Punkte festhalten:**

## **Kosten/Altersarmut**

In der Beratung taucht dieser wichtige Punkt immer wieder auf. Mit Blick auf die demografische Entwicklung wird vor allem bei Frauen zukünftig die Altersarmut weiter zunehmen. Damit einhergehend wird die Nachfrage nach kostengünstigen Lösungen und möglichen Finanzierung durch Kostenträger oder Kommunen höher werden. Auch Unternehmen sollten dies bedenken und eine ganzheitliche Beratung anbieten. Leider stehen gute und praktische Ideen von Betroffenen nicht im Hilfsmittelkatalog und fehlen zumeist auf der Liste professioneller Produktanbietender. Ein Tipp für Handwerksbetriebe: auch pfiffige Lösungen für den kleinen Geldbeutel anbieten!

## **Stigmatisierung**

Die richtige Ansprache der kommenden „Baby-Boomer“-Generation für das Thema „Barrierefreiheit“ scheint der unlösbare Gordische Knoten zu sein. Das Beispiel NRW zeigt jedoch, wie durch die Zusammenlegung der Wohn- und Pflegeberatung bereits im Vorfeld stigmatisierend für das Thema sensibilisiert wird. Verbraucherinnen und Verbraucher, die sich vorausschauend für das Thema Wohnen beraten lassen wollen, lassen sich durch das Thema Pflege jedoch wieder ausbremsen. Ganz im Sinne von „So weit ist es bei mir noch nicht!“ wird das Thema so lange wie möglich verdrängt. Der Ansatz des Design für Alle bzw. der Fokus auf Komfort kann hier Abhilfe schaffen.

## **Fehlende Produktplattform**

Gleich mehrmals kam der Wunsch nach einer umfassenden, neutralen Produktplattform auf, die von preisgünstigen Ideen Betroffener bis hin zu hochpreisigen Komplettlösungen einen guten Überblick bietet. Allerdings sind Pflege und Betrieb einer solchen Plattform kosten- und personalintensiv. Unklar bleibt daher, wer sie betreiben könnte.

## **Gesetzeslage fördert anti-inklusives Handeln**

Scharf kritisiert wurde auch §33 Sozialgesetzbuch (SGB) V – gesetzliche Krankenkassen – zur Definition von Hilfsmitteln. Die Definition von Hilfsmitteln im eigentlichen Sinn fördere Stigmatisierung sowie anti-inklusives Handeln, so die Quintessenz. Für Produkte im Design für Alle ist es fast unmöglich, als Hilfsmittel anerkannt zu werden, da sie durch ihre Gestaltung eher als Produkt des täglichen Lebens betrachtet werden. Daher fördert das Gesetz nicht die Prävention im eigentlichen Sinn. Für Startups, die ein inklusives, nachhaltiges und technologisches Produkt auf den Markt bringen wollen, scheitert es am bestehenden Fördersystem. Diese Erfahrung machen auch Gründer/-innen mit einer sozial-innovativen Idee, da sie oft nicht in existierende Förderprogramme passen. Hier wäre ein systemischer Ansatz wünschenswert, damit Produkte im inklusiven Design nicht durch das Förderraster fallen.

## **Bewerbungen, statt Fachkräftemangel**

Handwerksbetriebe, die sich im Komfortbereich spezialisieren und diese Ausrichtung ganzheitlich als Geschäftsmodell leben, bekommen genügend Initiativbewerbungen und klagen nicht über Fachkräftemangel. Durch gezielte Öffentlichkeitsarbeit werden nicht nur Kundinnen und Kunden angesprochen, sondern auch Arbeitskräfte. Ein weiterer Vorteil, sich auf den Bereich Design für Alle zu spezialisieren, ist die Unabhängigkeit von Konjunkturwellen, da die demografische Entwicklung fortlaufend ist.

## **Neue Geschäftsmodelle**

Mieten oder leasen statt kaufen – das könnte auch für Produkte im Bereich komfortables Wohnen ein Geschäftsmodell sein. Aber auch das Ausprobieren und Anfassen ist wichtig: Testen im Urlaub, anfassen und beraten in der Musterausstellung, eine Kooperation mit Möbelhäusern oder Baumärkten eingehen. Die Wege sind vielfältig, um das Design für Alle an die Menschen zu bringen.