



HOLIS

60+ DESIGN

2015



TARTALOM

CONTENT

Bevezető / Intro	7
Legfontosabb gondolkodók / Leading Thinkers	11
Victor Papanek	12
Alastair Fuad-Luke	16
Roger Coleman	21
Gyakorlatok / Practices	27
HOLIS Nyári Egyetem / Summer University	29
Unlock	36
Be My Shadow	44
Vintage	54
Game Center	66
Lecsó - Let's show	76
Uncovered Beauty	86
Társas kapcsolatok / Social Ties	95
Pleno	96
Das GenerationenProjekt	102
Overdelivery	104
League of Meals	106
Meet2Eat	108
Casserole Club	110
T-Phone / E Phone	112
OwnFone	116
Instagran	118
Pénzügyek és Munkavállalás / Finances and Employment	121
Senior Design Factory	122
Room for tea	128
Trading Times	130
The After Work Club	136
Encore	138
Animate	140
Senior Mentor Program	142
Reverse Summer School	144
Sprouts	146
Városi környezet és Mobilitás / Urban Environment and Mobility	149
Design for Aging	150
Pit Stop Posts	154
Mitfahrerbank	156
PROMENADE BagRollator	158
Triikka	160

Changing Gears	162
Grand Slam	164
Goofy Foot	166
Háztartás és Lakókörnyezet / Household and Living Circumstances	169
OXO Good Grips	170
Hand healthy	176
ChopChop	180
Care BnB	184
SABI - Space / Thrive / Roam	186
No Country for Old Men - Assunta / Together Canes	188
Egészség és Test / Health and Body	191
PillPack	192
Doll	198
Pill Necklace	200
Vigi'Fall	202
Buddi	208
Health Buddy	210
Wellbeing	212
ODE	214
Future Activewear for Older	216
Sväv	218
Nordic Walking UK	220
Viagra	222
Up in years	224
Felkészülés és Emlékezés / Preparation and Remembrance	227
Grey Mirror	228
Életvégi Tervezési Alapítvány / End of Life Planning Foundation	230
Gradually	232
Storybox	234
Book of Bequests	236
OWL	238
Live Forever	240
Újragondolt időskor / Rebranding	243
Designs on Aging	244
Living Well with Dementia, Independence Matters	248
Design-led Innovations for Active Ageing	250
Hidden Histories	252
LATA 65	254
Bright Old Things	256
Advanced Style Blog	258
Eyes as Big as Plates	260
Szerelempatak / Stream of Love	262
További inspirációk / Further inspiration	265
Impresszum / Imprint	270

BEVEZETŐ INTRO

A gazdasági és társadalmi fejlődésben a demográfiai trendek világszerte meghatározó szereppel bírnak. Európában évtizedek óta a társadalmak idősödése és a születések számának csökkenése jelentik a fő kihívásokat. 2060-ra várhatóan az európai népesség 30%-a 65 évnél idősebb lesz, vagyis amíg ma egy idős emberre négy fiatalabb dolgozó jut, addig 2060-ra ez az arány felére csökken. Magyarország jelenkori és várható korfája hasonló képet mutat. Ma Budapest minden negyedik lakosa 60 év feletti, és a gyerekekre, illetve aktív korúakra eső idősök száma 1930 óta több mint háromszorosára nőtt. Az ország egyes régiói eltérő trendeket mutatnak, de 2060-ra várhatóan a lakosság harmada lesz 65 évesnél idősebb. (1)

Ez a folyamat alapvető hatással van a mindennapokra is. Az idősödéssel párhuzamosan zajló urbanizáció és technológiai innováció nyomán történő átalakulásoknak olyan városi környezetet és olyan szolgáltatásokat kell teremteni, amelyek támogatják az idősök aktív életét és lehetőséget teremtenek a gazdasági és közösségi életben való tevékeny részvételükre. A design komplex, integratív megközelítésének alkalmazása ebben különösen hasznos lehet.

Időszerű és szükséges tehát olyan témák felvetése, amelyek a magyar társadalom és gazdaság jövője szempontjából meghatározóak, és olyan keretek megteremtése, amelyek lehetőséget nyújtanak a témák elmélyült elemzésére, új javaslatok megfogalmazására. A HOLIS többek között ezért jött létre.

A HOLIS Kutatás alapját képező több mint 60 projektleírás – a Design Terminál NKK szakmai koordinációja mellett – a Moholy-Nagy Művészeti Egyetem diákjai közreműködésével készült el. A három hónapos szakmai gyakorlat célkitűzése az volt, hogy elkészüljön egy naprakész segédanyag, amely a HOLIS Nyári Egyetem résztvevőinek munkáját segíti. A gyakorlatban részt vevő hallgatók munkájuk során megismerkedhettek a társadalmilag felelős, inkluzív design fő szempontjaival, melynek az általános tervezési gyakorlatba történő integrációja fontos feladata a következő évtizedek design oktatásának.

A tanulmány – a HOLIS Nyári Egyetemet követően – a táborban létrejött hat koncepciótervvel is kibővült. A nemzetközi nyári egyetemen olyan megoldások fejlesztése volt a cél, melyek a design eszközeivel hozzájárulnak a 60 év feletti korosztály mindennapjainak jobbá tételéhez, és lehetőség szerint könnyen

implementálhatók a mai gazdasági és társadalmi környezetben. A HOLIS Nyári Egyetemen 24 felsőfokú tanulmányát végző diák és frissdiplomás vett részt Európa különböző országaiból, hogy csapatvezetők szakmai irányításával és nyugdíjasok egy csoportjával dolgozzanak együtt egy-egy témakör megoldási koncepcióján.

A kiadványt az inkluzív design és az idősödő társadalmaknak való tervezés legfontosabb gondolkodóinak bemutatása nyitja. A HOLIS Nyári Egyetem eredményeit összefoglaló fejezetet követően a több mint 60 nemzetközi és hazai projektet – termékeket, szolgáltatásokat – hét téma köré csoportosítottuk: Társas kapcsolatok, Pénzügyek és Munkavállalás, Városi környezet és Mobilitás, Háztartás és Lakókörnyezet, Egészség és Test, Felkészülés és Emlékezés, Úragondolt időskor. A projektek nagy része összetett problémákra átfogó megoldásokat ad, így a témák közt átfedések is vannak, a tematizálással célunk a legfontosabb kihívások kiemelése volt.

(1) *Eurostat Ageing Report 2015*, KSH Népességtudományi Kutatóintézet Tudásbázis

/Tornyánszki Éva – Kutatási és Képzési vezető, Design Terminál/

Demographic trends play a definitive role in economic and social development all over the world. The aging of society and the decreasing number of births have been Europe's biggest challenges for decades now. By 2060, 30% of the European population will be over 65, meaning that while today, there are four working younger people to each older one, in 2060, there will only be two. Hungary's current and foreseeable demographic tree paints a similar picture. Today, every fourth Budapest citizen is over 60, and the number of seniors per children and those of active age has increased threefold since 1930. The country's regions display different trends, but by 2060, it is expected that a third of the population will be older than 65. (1)

Beside the sustainability of economic and social services, this process has a fundamental impact on everyday life as well. Changes stemming from urbanization and technological innovation taking place alongside aging must lay the foundation for an urban environment and services that support senior citizens in remaining active and that offer them opportunities to participate actively in the economy and in society itself. Employing a complex, integrative design approach could prove to be particularly useful during this transformation.

Relevant and necessary step is raising topics that will most likely shape the future of the Hungarian society and economy, and providing a platform to allow for the deeper study of these topics.

– for the formulation of new, groundbreaking recommendations. This is one of the driving forces behind HOLIS.

The over 60 project descriptions providing the backbone for the HOLIS Study were compiled in collaboration by the students of the Moholy-Nagy University of Art and Design under the guidance of Design Terminal NCC. The goal of the three-month internship was to compile an up-to-date training aid to assist the work of HOLIS Summer University participants. Students taking part in the internship had the chance – during their work – to familiarize themselves with the main principles of socially responsible, inclusive design, the integration of which into general design practice will be one of the fundamental challenges for design education in the coming decades.

Following the HOLIS Summer University, the study was also extended to include the six concept proposals created by the teams participating in the camp. The objective of the international summer school was to develop solutions with potential to improve the everyday lives of senior citizens, in a manner that is reasonably easy to implement in today's economic and social environment. 24 college and university students and fresh graduates from various European countries took part in the 8-day HOLIS Summer University, working together with a group of seniors under the guidance of expert team leaders to compile proposals for solutions relating to each of the camp's core topics.

The publication begins with the introduction of the most important thought leaders in the field of inclusive design and design for aging societies. Following the chapter summarizing the results of the HOLIS Summer University, we grouped more than 60 international and local projects – products and services – detailed in this collection around seven main themes: Social Ties, Finances and Employment, Urban Environment and Mobility, Household and Living Circumstances, Health and Body, Preparation and Remembrance, Rebranding. Most of the projects included offer comprehensive solutions to complex issues, meaning there are often overlaps between these themes – our aim with the categorization was to emphasize the most important challenges.

(1) Eurostat Ageing Report 2015, KSH Hungarian Demographic Research Institute

/Éva Tornyánszki – Head of Research and Education, Design Terminal/

**LEGFONTOSABB
GONDOLKODÓK**

**LEADING
THINKERS**

VICTOR PAPANEK

Életrajz és Kutatási terület Life and Research

Victor Joseph Papanek, a világ egyik leghíresebb, osztrák származású amerikai designere 1923. november 22-én, Bécsben született, és 1998. január 10-én, a kansasi Lawrence-ben hunyt el. Az Anschlusst követően, 1939-ben az Egyesült Államokba emigrált. Előbb BA-képzésben a New Yorki Cooper Unionban (www.cooper.edu), majd mesterfokon a Massachusetts Institute of Technology-n (MIT, www.web.mit.edu) tanult design-t és építészeti-t. Kezdetben, rövid ideig Frank Lloyd Wright a mestere, ám az igazi hatást a legendás Buckminster Fuller gyakorolta rá, aki már csak ezért is alapvető a Papanek alapította diskurzus, a „társadalmilag elkötelezett tervezés” (socially responsible design, SRD) történetében. Világhírűvé a mára már kultkönyvvé avanszált, ám kezdetben botrányt keltő *Design for the Real World* című könyvével vált (1971), amelyik – ahogy erre Alison J. Clarke rámutatott – a közkeletű vélekedésekkel ellentétben nem az amerikai zöld-, illetve fogyasztói jogi mozgalmakban leli eredetét, hanem Papanek hatvanas években szerzett skandináv és főként finnországi design-aktivista tapasztalataiban. Tanított többek között az Ontario College of Artban, a Rhode Island School of Design-on, a Purdue Egyetemen, a California Institute of the Arts-on, ahol dékán is volt. 1976-tól 1981-ig a Kansas City Art Institute design-tanszékét vezette, 1981-től pedig a Kansas Egyetem J.L. Constant professzora volt. Konzultáns tervezőként dolgozott ezen kívül az UNESCO és a WHO kötelékében is szerte a világban.



The Austrian-born American Victor Joseph Papanek, one of the world's most famous designers, was born on 22 November, 1923, in Vienna, and died on 10 January, 1998, in Lawrence, Kansas.

He emigrated to the United States following the Anschluss in 1939. He first studied design and architecture at the Bachelor level at Cooper Union in New York (www.cooper.edu), and then at the Master level at the Massachusetts Institute of Technology (MIT, www.web.mit.edu). In the beginning, for a short time, his mentor was Frank Lloyd Wright, but it was the legendary Buckminster Fuller who influenced Papanek most – which has forever secured Fuller a chapter in the history of “socially responsible design” (SRD), the discourse he founded. Papanek became world famous following the publication of *Design for the Real World* (1971), which has now achieved cult status, but was considered scandalous in its own time. *Design for the Real World* was – as Alison J. Clarke has pointed out, opposed to popular belief – not rooted in the American green or consumer rights movements, rather in Papanek's own experiences as a design activist in Scandinavia, mainly Finland. He taught, among others, at the Ontario College of Art, the Rhode Island School of Design, Purdue University and the California Institute of Arts, where he was also a dean. He headed the design department in the Kansas City Art Institute from 1976 to 1981. In 1981, he became the J.L. Constant Professor of Architecture and Design at the University of Kansas. He also worked all over the world as a design consultant for UNESCO and WHO.

Főbb nézetei Views

Papanek a társadalmilag elkötelezett tervezés (SRD) diskurzusalapítója, a terület mindmáig legnagyobb hatású figurája. Szemléletére mi sem jellemzőbb, minthogy elsőként fedezte fel az antropológia és a humánökológia szerepét a design szakmák hiteles művelésében; hosszabb-rövidebb ideig élt és dolgozott együtt navajokkal, inuitokkal és balinézekkel is. Herbert Simon nézeteire rímelő felfogásában mindenki tervező. E legszélesebb értelemben vett design pedig a való világ szükségleteinek kielégítésére szolgál, nem pedig az extraprofit termelését biztosító fogyasztómanipulációra, s az ezt szolgáló termékkozmetikára. Papanek e kezdetben botrányt keltő szemléletével elsőként hívta fel a tervezők figyelmét a fogyatékkal élőkre, az idősekre, a gyerekekre és a szegényekre mint speciális igényekkel rendelkező potenciális fogyasztókra, akiknek éppúgy joguk van a tisztességes életkörülményekhez, mint tehetős honfitársaiknak.

Papanek is the discourse founder of socially responsible design (SRD), and is even today, the field's most influential figure. Nothing is more telling of his approach than that he was the first to discover the role of anthropology and human ecology in the authentic pursuit of design professions; he spent a significant amount of time living and working together with navajos, inuits and balinese. His position is, in line with Herbert Simon's views, that everyone is a designer. And that design, in this broadest of definitions, serves to meet the needs of the real world, not to manipulate consumers to ensure the production of extra profits by providing cosmetic solutions to sell products. With this approach, considered scandalous at first, Papanek was the first to call designers' attention to those living with disabilities, the elderly, children and those living in poverty as potential consumers with very particular needs who have as much right to decent living circumstances as their more affluent fellow citizens.

Idézet Quote

„Minden ember designer. Minden, amit teszünk, szinte minden időben, design, hiszen a design alapvető minden emberi cselekedetben. A tervezési folyamat ugyanis bárminő vágyott és előrelátható cél érdekében történő cselekvés megtervezését, és ennek egy adott struktúra szerinti megvalósítását jelenti. Minden olyan törekvés, ami arra irányul, hogy a designt pusztán önmagáért való dologgá tegyük, szemben áll azzal a ténnyel, hogy a design életünk elsődlegesen meghatározó eredője. Egy epikus költemény megírása, egy freskó elkészítése, egy mestermű megfestése, s egy versenymű komponálása is mind design. De design az is, ha kipucolunk és rendbe rakunk egy asztalfiókot, ha kihúzzunk egy rossz fogat, ha almás pitét sütünk, ha térfelet választunk a szabadban baseballozáshoz, ha egy gyermeket tanítunk. A design tudatos és ösztönös törekvés az értelem-teli rend megteremtésére.” (*Design for the Real World*)

'All men are designers. All that we do, almost all the time, is design, for design is basic to all human activity. The planning and patterning of any act towards a desired, foreseeable end constitutes the design process. Any attempt to separate design, to make it a thing-by-itself, works counter to the inherent value of design as the primary underlying matrix of life. Design is composing an epic poem, executing a mural painting a masterpiece, writing a concerto. But design is also cleaning and reorganizing a desk drawer, pulling an impacted tooth, baking an apple pie, choosing sides for a back-lot baseball game, and educating a child. Design is the conscious effort to impose meaningful order.' (*Design for the Real World*)

Fontos link Important Link

Papanek Alapítvány Foundation: www.papanek.org

Bibliográfia Bibliography

- Papanek, Victor (1971). Design for the Real World: Human Ecology and Social Change, New York, Pantheon Books.
- Papanek, Victor – Hennessey, Jim (1973). Nomadic Furniture: How to Build and Where to Buy Lightweight Furniture that Folds, Collapses, Stacks, Knocks-down, Inflates or Can Be Thrown Away and Re-cycled, New York, Pantheon Books.
- Papanek, Victor – Hennessey, Jim (1974). Nomadic Furniture 2, New York, Pantheon Books.
- Papanek, Victor – Hennessey, Jim (1977). How Things Don't Work, New York, Pantheon Books.
- Papanek, Victor (1983). Design for Human Scale, New York, Van Nostrand Reinhold.
- Papanek, Victor (1995). The Green Imperative: Natural Design for the Real World, New York, Thames and Hudson.

/Dr. Szentpéteri Márton – egyetemi docens, Design- és Művészettörténeti Tanszék, Elméleti Intézet, Moholy-Nagy Művészeti Egyetem

Dr. Márton Szentpéteri – enured Associate Professor of Design Culture, Art and Design History Department, Institute for Theoretical Studies, Moholy-Nagy University of Art and Design/

ALASTAIR FUAD-LUKE

Életrajz és Kutatási terület Life and Research

Alastair Fuad-Luke designaktivista, konzultáns tervező, a fenntartható tervezés szakértője, oktató és szakíró. Jelenleg az Aalto Egyetem (Helsinki) professzora, fő kutatási területe pedig az új, emergens design-praxisok világa. főként az open design, a sharing, a co-design és a co-creation technikái foglalkoztatják. Megítélése szerint a „participatorikus fenntartható tervezés a szociális jólétet és a közjót életető alternatív gazdaságok megszületését előmozdító eszköz”. A világban elsősorban a slow design-mozgalom alapítójaként, illetve a 2008-ban kirobbant világgazdasági válság óta kibontakozó designaktivizmus egyik vezető teoretikusaként tartják számon.



Számos rangos publikáció szerzője, illetve szerkesztője, ilyen a *Design Activism* (2009), vagy a legújabb *Agents of Alternatives* (2015), s az örök klasszikus, az *Eco-Design Handbook* (2002, 2005, 2009).

Alastair Fuad-Luke is a design activist and design consultant, an expert in sustainable design, a writer and lecturer. Currently a professor at Aalto University (Helsinki), his main field of research is the world of new, emerging design practices. As such, he is particularly interested in the techniques of open design, sharing, co-design and co-creation.

His view is that 'participatory design for sustainability is a means to catalyze social well-being and alternative economies which nourish Our Commons'. He is mainly known as the founder of the slow design movement and as a leading theorist of design activism, gaining ground since the onset of the financial crisis in 2008. He has written and edited a number of prestigious publications, including *Design Activism* (2009), or, most recently, *Agents of Alternatives* (2015), as well as the enduring classic, the *Eco-Design Handbook* (2002, 2005, 2009).

Főbb nézetei Views

A kétezres évek elejére a gyorsaságfétisben tetszelgő fogyasztói kultúra, s az azt életben tartó gyors design filozófiai válsága egyre inkább szembetűnővé vált. Ekkor fogalmazza meg Alastair Fuad-Luke az ökopluralisztikus design kiáltványát, melyet a Folco Portinari nevéhez köthető Slow Food-mozgalom mintájára aztán hamarosan át is nevezett. Így született *A fenntartható lassú designerek kiáltványa* (*A Manifesto for Sustainable Slow Designers*), a Slow Design azóta is irányadó alapvetése:

1. valós, semmint pillanatnyilag divatos, avagy piac vezérelte szükségleteket elégíts ki!
2. csökkentsd az energiaforrások kihasználását és a környezet szennyezését a termékek / szolgáltatások ökológiai lábnyomának minimalizálásával!
3. használd ki az alternatív energiát – a nap, a szél, a víz és a tenger erejét – és a megújuló nyersanyagforrásokat!
4. tedd lehetővé, hogy a termékek / szolgáltatások komponensei szétszedhetőek legyenek a termék életciklusának végén annak érdekében, hogy bátorítsd a reciklikálást, az újrahasznosítást és az újragyártást!
5. a termék életciklusának minden fázisában zárd ki a mérgező, vagy az emberi és más életformákra veszélyes anyagok használatát!
6. biztosítsd a jólét minden lehetséges hasznát a mindenkori célközönség számára!
7. a fenntartható írásbeliség és vizuális műveltség segítségével neveld az ügyfeleket és a felhasználókat!
8. a már létező termékekben megbúvó eredeti megfontolások újraértelmezésével kerüld az innovációs letargiát!
9. ahol csak – az egyéni, társadalmi és / vagy környezeti jólét szempontjából – bizonyítható előny származik belőle, termékeidet alakítsd át szolgáltatássá!
10. gondoskodj fizikai, kulturális, érzelmi, szellemi és spirituális értelemben is tartós termékekről!
11. növelj a termékek közösségeket szolgáló szociokulturális hasznát!
12. bátorítsd a modularitást: tedd lehetővé az egymásra épülő beszerzéseket ameddig a szükségletek és a források engedik; könnyítsd meg a felújítást / újrahasznosítást; javítsd a használhatóságot!

13. kezdeményezz vitát és kérdőjelezd meg a létező termékeket meghatározó status quót!
14. tedd közzé ingyenesen fenntartható terveidet mindenki hasznára, különösen azokat, amelyek nem remélhetnek kereskedelmi sikert!
15. a fenntartható tervezést ne mint a fennálló rendet fenyegető formát propagáld, hanem mint lehetőséget! (1)

(1) *A Manifesto for Sustainable Slow Designers / Újabb változatát l.*
www.slowlab.net/CtC_SlowDesignPrinciples.pdf

By the beginning of the new millennium, the philosophical crisis of our consumer culture fetishizing speed and the fast design paradigm serving it was becoming increasingly apparent. This is when Alastair Fuad-Luke drafted the Manifesto for Eco-pluralistic Design, which he quickly renamed, following in the footsteps of Folco Portinari's Slow Food movement. This is how the founding document of Slow Design, *A Manifesto for Sustainable Slow Designers* was born:

1. satisfy real needs rather than transient fashionable or market driven needs
2. reduce resource flows and environmental pollution by minimizing the ecological footprint of products/service products
3. harness solar income – sun, wind, water or sea power and renewable materials
4. enable separation of components of products/service products at the end of life in order to encourage recycling, reuse and remanufacturing.
5. exclude the use of substances toxic or hazardous to human and other forms of life at all stages of the product life cycle
6. engender maximum benefits of well-being to the intended audience
7. educate the client and the user by encouraging sustainable literacy and graphicacy.
8. exclude innovation lethargy by re-examining original assumptions behind existing products
9. dematerialise products into service products wherever there is proven benefit in terms of individual, social and/or environmental well-being
10. ensure physically, culturally, emotionally, mentally and spiritually durable products
11. maximise products benefits to socio-cultural communities
12. encourage modularity: to permit sequential purchases, as needs and funds permit; to facilitate repair/reuse; to improve functionality
13. foster debate and challenge the status quo surrounding existing products
14. publish sustainable designs in the public domain for everyone's benefit, especially those designs which commerce will not manufacture
15. promote Design for Sustainability as an opportunity not a threat to the status quo.

Idézet Quote

„Ez a könyv a designaktivista territóriumát méri fel – egy olyan figuráét, aki a design hatalmát az emberiség és a természet javára fordítja. A személyét, aki szabad ügynök, el nem kötelezett szociális bróker és katalizátor, elősegítő, szerző, alkotó, társszerző, társalkotó és lehetővé tevő (valaki, aki a dolgokat megvalósítja). Mindenek előtt ez a könyv azoknak szól, akik hisznek abban, hogy a design (különösen, ha együtt tervezünk) olyan alapvető emberi kifejezésforma, amelyik segít bennünket abban, hogy egy fenntarthatóbb jövő felé mozduljunk el. Ez a szöveg egyúttal vitatja is a design jövőjét, hiszen a design jelen víziója nem mondja el az ökológiai, vagy szociológiai igazságot, és nem is bizonyul igazán reprezentatív demokratikus eszköznek. Tehát egyúttal verseng azokkal is, akik ma hozzájárulnak ahhoz, akik ma megtervezik és ma akik eldöntik, hogy „mi legyen most” és „mi legyen azután”. (*Design Activism*)

‘This book charts the territory of the design activist – a person who uses the power of design for the greater good for humankind and nature. A person who is a free agent; a non-aligned social broker and catalyst; a facilitator; an author; a creator; a co-author; a co-creator; and a happenner (someone who makes things happen). Most of all, this book is for everyone who believes that design (especially when we design together) is an essential human expression that will help us all to move towards more sustainable futures. This text is also contesting the future of design, because design’s current vision is not telling the ecological or sociological truth, nor is it a truly representative democratic tool for society. So, the design activist also contests who contributes, who designs and who decides ‘what now’ and ‘what next’.’ (*Design Activism*)

Fontos link Important Link

www.fuad-luke.com

www.slowlab.net

Bibliográfia Bibliography

- Alastair Fuad-Luke – Anja-Lisa Hirscher – Katharina Moebus (eds.) (2015). Agents of Alternatives. Re-designing Our Realities, Berlin: Agents of Alternatives.
- Alastair Fuad-Luke (2009). Design Activism. Beautiful Strangeness for a Sustainable World, London: Routledge.
- Alastair Fuad-Luke (2008). The Eco-Travel Handbook. A Complete Sourcebook for Business and Pleasure, London: Thames and Hudson.
- Alastair Fuad-Luke (2002). The Eco-Design Handbook. A Complete Sourcebook for the Home and Office, London: Thames and Hudson.

/Dr. Szentpéteri Márton – egyetemi docens, Design- és Művészettörténeti Tanszék, Elméleti Intézet, Moholy-Nagy Művészeti Egyetem

Dr. Márton Szentpéteri – Tenured Associate Professor of Design Culture, Art and Design History Department, Institute for Theoretical Studies, Moholy-Nagy University of Art and Design/

ROGER COLEMAN

Életrajz és Kutatási terület Life and Research

Roger Coleman (1943) a Royal College of Art (RCA) oktatója (1991), a European Design for Ageing Network DesignAge programjának alapítója (1994) alapítója, a Helen Hamlyn Research Centre társalapítója (1999) és 2006-ig igazgatója. Kutatói és oktatói tevékenysége középpontjában az inkluzív design és annak öregedő társadalmunkban betöltött szerepe áll. Az általa vezetett, holisztikus módszerekre gyakorlatban is hangsúlyt helyező szakmai programok az 1990-es évek elejétől fontos meghatározói mind az angliai egyetemi design oktatás, mind az inkluzív design gazdasági és politikai



döntéshozásban való érvényesítése terén. Munkájáért számos szakmai elismerést kapott, köztük a Ron Mace Universal Design Award (2000) és a Sir Misha Black Award for Innovation in Design Education (2001) díjakat.

Roger Coleman (1943) is a lecturer at the Royal College of Art (RCA) (1991), the founder of the DesignAge program of the European Design for Ageing Network (1994), and co-founder (1994) and director (until 2006) of the Helen Hamlyn Research Centre. His research and education activities center around inclusive design and the role it plays in our aging society. His programs featuring holistic methods in practice helped define both British design education and the implementation of inclusive design into economic and political decision-making processes from the early 1990s.

He has received a number of awards for his work, including the Ron Mace Universal Design Award (2000) and the Sir Misha Black Award for Innovation in Design Education (2001).

Főbb nézetei Views

Coleman az inkluzív design szemléletének és gyakorlatának öregedő társadalmakban játszott jelentőségét legfőképp abban látja, hogy az öregséget, a testi és szellemi fogyatékoságokat az emberi élet természetes részeként, nem pedig kivételes állapotként kezeli. Az idős korosztályok mellőzése, életmódjuk, igényeik szűk interpretációja, illetve a terület kizárólag egészségügyhöz való kapcsolása helyett Coleman azokat a fejlesztéseket szorgalmazza, amelyek az életkor skáláján felfelé és lefelé egyaránt működőképesek. Munkájában olyan új megközelítéseket keres, amely segíti az eddig mellőzött társadalmi csoportok integrációját és csökkenti a specializáció jelentőségét a termékek, szolgáltatások, épületek és életterek tervezésében.

Coleman nagy hangsúlyt helyez a gazdasági szereplők érzékenyítésére: a nyugdíjkorhatár fölötti népesség piaci jelentősége nem csak az egyre növekvő számokban rejlik, de az aktív öregedéssel, élethosszig történő tanulással az idős társadalom változó és még fel nem térképezett szokásaiban, a berögzült előítéletekkel szembeni diverzitásában és a munkaerőpiacon betöltött egyre jelentősebb szerepében. Véleménye szerint ahhoz, hogy az öregedő társadalmak hatékonyan és gyorsan reagálhassanak az új kihívásokra, alapvető kulturális szemléletváltást követel, melyben a köz-, magán-, és civilszférának egyformán hangsúlyos a szerepe. Ebben a paradigmaváltásban a designnak – mint a tudomány, technológia és jogújításainak emberi nyelvre történő fordításának egyedülálló eszközének – döntő szerepet tulajdonít. Egyetemi oktatóként Coleman a célközpontú, interdiszciplináris, részvételi tervezést szorgalmazza.

Coleman sees the vital role inclusive design plays (in theory and in practice) in aging societies as stemming from its propensity to handle old age, physical and mental disabilities as natural parts of the human condition instead of as a typical states of being. Rather than dismissing older generations, accepting a limited interpretation of their lifestyle and needs and linking the entire topic solely to healthcare, Coleman supports new solutions that are viable at any stage in life. His work focuses on the search for approaches that promote the integration of demographics previously ignored and decrease the relevance of specialization in the design of products, services, buildings and living environments. In his opinion,

in order for aging societies to effectively and quickly react to new challenges, a major shift in cultural attitudes needs to take place, placing equal emphasis on the public, private and non-profit sector. He believes that design – as a unique tool for translating scientific, technological and legal advances into the language of everyday – people will play a definitive role in this paradigm shift. In his work as a university lecturer, Coleman promotes goal-oriented, interdisciplinary and participatory design. Coleman places particular emphasis on awakening economic players' sensitivities: the market relevance of the part of the population over retirement age lies not only in their ever-increasing numbers, but also in their swiftly changing and so far unexplored habits, their diversity, defying common misconceptions, and their steadily growing importance on the labor force - all stemming from active old age and lifelong learning. In his view, ensuring that aging societies react effectively and rapidly to new challenges requires a cultural paradigm shift, in which public institutions, private corporations and individuals and NGOS each play an equal role. He sees design – as a unique tool to translate the advances of science, technology and law into everyday language – as the decisive factor in this paradigm shift. As a university lecturer, Coleman promotes goal-oriented, interdisciplinary participatory design.

Idézet Quote

„Az öregedés nem betegség, hanem a természetes életút része, és az, hogy számunkra ilyen hosszú élet adatik, önmagában ajándék [...]. A Royal College of Art-on hoztuk létre a "jövőbeni önmagunk számára való tervezés" fogalmát, hogy összeköthessük a fiatal tervezőket – akik elképesztő kizárólagossággal összpontosítanak általában saját korcsoportjuk gondjaira és érdeklődési területeire – saját hátralevő életükkel. Az üzenet az volt, hogy az idősebb emberek nem másik bolygóról jöttek, ők egyszerűen mi magunk vagyunk, az életút egy másik állomásán. A dolog árnyoldala, hogy ha a termékek, környezet és szolgáltatások, melyeket fiatalon tervezünk időskori önmagunk számára, nem "megfelelőek", a hibát csak saját magunkban kereshetjük. Azért előnyös mégis ez a gondolati keret, mert ha megragadjuk a lehetőséget, hogy átértelmezzük azt, ahogy alakítjuk a világot magunk körül, és biztosítjuk, hogy a fiatalok és idősek számára egyaránt jól működjön – az nem csak az idősebb generációt szolgálja a jelenben, hanem a jövőben majd saját magunkat is, a mi gyermekeinket, és az ő gyermekeiket is." (1)

„Ahhoz, hogy az olyan ügyeket, mint amilyen többek között a környezetvédelem, az öregedés, a fogyatékoságok, testi egészség és testmozgás kérdésköre vagy a munka világának változása – melyeknek mélyreható következményei vannak és lesznek a designra – hatékonyan, megfelelő megértéssel építhessük fel, komoly kutatásokat kell végeznünk: ha azonban jól csináljuk, az a változás erős motorjává válhat. Nézetem szerint a design a törvényhozásnál is hatékonyabb eszköze lehet a társadalmi változások előremozdításának azáltal, hogy képes a tudomány és a technológia felfedezéseit egyedi módon interpretálni és azokat emberi formába önteni, így megteremtve a termelő és a fogyasztó, a technológia és a végfelhasználó közötti kapcsolatot.” (2)

‘Ageing is not a disease, but part of the natural life-course, and the longevity we are now experiencing is a gift [...]. At the Royal College of Art we coined the idea of ‘design for our future selves’ as a way of connecting young designers overwhelmingly engaged with the concerns and interests of their own age group – to the rest of their lives. The message was that older people do not come from another planet, but are just ourselves, further on in the lifecourse. The downside is that, if the products, environments and services we design in our youth do not ‘fit’ our older selves, the fault will be ours alone. The upside is that, if we seize the opportunity to rethink the way we construct the world we live in, and ensure that it works equally well for young and old, not only will our elders benefit now, but we will benefit in the future, as will our children and our children’s children.’ (1)

‘Building up and understanding issues like environmentalism, ageing, disability, bodily health and fitness, changing patterns of work, etc., all of which have profound implications for design now and into the future, requires considerable research if it is to be effective, but if we get it right, it becomes a powerful tool for change. In my view design is potentially more effective than legislation in bringing about social change, in particular because it is uniquely capable of interpreting and humanising the discoveries of science and technology by acting as an interface between producer and consumer and between technology and the end user.’ (2)

Fontos link Important links

www.hhc.rca.ac.uk

Bibliográfia Bibliography

- Coleman R – Clarkson J – Cassim J – Dong H. (eds.) (2007). Design for Inclusivity, Hants: Gower
- Clarkson J – Coleman R – Keates S – Lebbon C. (2003). Inclusive Design: design for the whole population, London: Springer Verlag
- (1) Coleman R. (2002). Living Longer: the new context for design, Design Council Policy Papers series, London: Design Council
- Coleman R. (2001). 'Designing for Our Future Selves', Universal Design Handbook, Preiser W, Ostroff E, (eds), New York: McGraw-Hill
- (2) Roger Coleman (1994). Design Research for Our Future Selves, London: Royal College of Art

/Oravecz Júlia – designmenedzser, Kultúrgorilla

Júlia Oravecz – design manager, Kultúrgorilla/

GYAKORLATOK

PROJECTS

HOLIS NYÁRI EGYETEM

HOLIS SUMMER UNIVERSITY

60+ DESIGN

A HOLIS nyári egyetem első feladata a Kőszeg határában lévő régi nemezgyár jövőbeli funkciójának újragondolása volt. Míg 2015-ben a HOLIS nyári egyetem – külföldi szakértők és csapatvezetők bevonásával – az idő-södés problémáit és lehetőségeit járta körül. A nemzetközi nyári egyetemen olyan megoldások fejlesztése volt a cél, melyek a design eszközeivel hozzájárulnak a 60 év feletti korosztály gazdasági és társadalmi aktivitásának hosszú távú fenntartásához és mindennapjaik jobbra tételéhez, emellett lehetőség szerint könnyen implementálhatók a mai gazdasági és társadalmi környezetben.



Az egy hetes táborban 24 felsőfokú tanulmányát végző diák és friss diplomás vett részt Európa különböző országaiból, hogy csapatvezetők szakmai irányításával és nyugdíjasok egy csoportjával dolgozhasson együtt egy-egy témakör megoldási koncepcióján. Olyan tervek és prototípusok létrehozása volt a cél, amelyek valós problémákon alapulnak, fenntartható vállalkozást jelentenek, és a holisztikus szemlélet mentén – ahogy a résztvevők is különböző szakterületet képviseltek – a megvalósíthatóság minden szempontját figyelembe veszik. Így a projektek bemutatásakor meghatározták a célközönséget, a megvalósítás lépéseit, valamint költség- és stratégiai tervet is készítettek.

A vizsgálat területe és a célközönséggel folytatott interjúk helyszíne Ajka és Herend térsége volt, amely csak mérsékelten befolyásolta a koncepcióterveket. Hosszabb és átfogóbb előkutatást igényelt volna ugyanis egy lokálspecifikus design válasz. A csapatok az általános és visszatérő jelenségeket ragadták ki, azért is, hogy a tervek globálisan is relevánsak legyenek. A nyári egyetem lényegi eleme volt

viszont, hogy az idősek aktív részvevői voltak a tervezési folyamatnak, beépültek a közös munka minden fázisába, a tábor életébe. A részvételi design (participatory design vagy co-design) új értéket teremtett a folyamat és az eredmények tekintetében. A terepmunka során a Herendi Porcelánmanufaktúra és az Ajka Kristály volt dolgozóival, a helyi nyugdíjas klubok időseivel készíthettek interjúkat a csapatok kötetlen és kötöttebb formában is.

A tábor ideje alatt pedig országos szenior szervezetek tagjaiból álló csapat követte az ötletek tervekké formálását, és segítette a prototípusok tesztelését, a koncepciók finomra hangolását. Az idősek aktív jelenléte a tervek hasznosságát, életszerűségét fokozták, de emellett részvételük lelkiileg is sokat jelentett, ami a generációk közötti szakadékok csökkenésével járt, és fokozta a különböző korosztályok tudásmegosztását is.

A brief sokféle megoldási lehetőségnek adott teret, ami némiképp megnehezítette az altéma meghatározását és ezáltal a projektek nem tudtak olyan kidolgozottsági szintet elérni, ami egy konkrétabb kihívás esetén elvárható lenne. A téma szűkítése nagyobb feladatot helyezett a különböző háttérű csapatvezetőkre, akik – professzionalitásuknak köszönhetően – pozitív kihívásként élték meg a felmerülő bizonytalanságokat. A hazai és nemzetközi szakértők izgalmas, egyedi tervezési módszertanokkal terelték csapataik gondolatait, ami jelentősen hozzájárult a nyári egyetem, mint oktatási projekt sikerességéhez. A tervezési szakaszba beépített keresztkonzultációk (más csapatok vezetőjével való fél órás megbeszélés) szintén hasznosnak bizonyultak és hozzájárultak a koncepciók fejlesztéséhez. A nemzetközi közeg és az interdiszciplinaritás lehetővé tette a nézőpontok sokszínűségét és egymás tudásának megismerését, amely a hazai oktatási gyakorlatban rendhagyó. Így a közös tervezési folyamat nagyon intenzív tapasztalat – és készségcserét eredményezett. A nyári egyetemet záró bemutató és az azt követő eszmecsere a visszajelzések és tanulságok összegzésével hozzájárultak a tábor oktatási céljainak eléréséhez és elmélyítéséhez. A koncepciótervekre és az elkészült prototípusokra, de még inkább a tervezési folyamatra és a csapatt dinamikára vonatkozó reflexiók a HOLIS nyári egyetem kulcsfontosságú programelemévé vált.

Az alább bemutatott eredmények megfeleltek az elvárásoknak, színvonalas és jól kidolgozott koncepciók születtek, amelyek innovatív és releváns válaszokat adtak a téma felvetésre. A tervek mindegyike érdemben továbbfejleszthető és megvalósítható lenne, de ez már túlmutat a HOLIS nyári egyetem feladatkörén. Az egyhetes tábor legnagyobb eredménye az oktatási értékében rejlik.

Fontosnak tartjuk, hogy a pályakezdő közgazdászok, mérnökök, szociológusok, pszichológusok, antropológusok és a kreatívipar friss tervezői közösen gondolkodjanak, gyakorlati tapasztalatot szerezzenek, és bárki számára elérhető és valós problémákra reflektáló megoldásokat alkossanak. A résztvevők munkájuk során megismerkedhettek a társadalmilag felelős, inkluzív design fő szempontjaival,

melynek az általános tervezési gyakorlatba történő integrációja fontos feladata a következő évtizedek design oktatásának.

A HOLIS-ról bővebben: holis.designterminal.hu

/Tornyánszki Éva, HOLIS szakmai vezető/

The first challenge the HOLIS summer university undertook to solve was re-thinking the future function of a defunct felt factory in the outskirts of Kőszeg. The following year, in 2015, HOLIS turned towards exploring various issues and opportunities related to aging, under the guidance of international experts and team leaders. The goal of the international summer university was to develop solutions appropriate for the current economic and social environment, which use the tools of design to contribute to increasing seniors' quality of life and maintaining their long-term economic and social activity.

24 college and university students from various European countries attended the week-long HOLIS camp, working together with a group of seniors under the guidance of expert team leaders to compile proposals for solutions relating to each of the summer university's core topics.

The goal was to create designs and prototypes based on real issues, which could, in turn, become the basis for functional, sustainable businesses and which, following the holistic approach – as participants themselves represent all manner of disciplines – take all aspects of implementability into account. Presenting their proposed projects, the teams defined their target audience, the steps required for implementation and developed cost and strategy plans.

The teams focused their research activities and conducted target group interviews in the Ajka and Herend area, but this did not have a highly significant impact on the final proposals, as location-specific design solutions would have required longer and more extensive preliminary research. The project teams focused on general and recurring phenomena to ensure the global relevance of resulting designs. One important element of the summer university was to have senior citizens actively involved in the design process, participating in every phase of the teams' work, as well as in camp life in general. This foray into participatory design created abundant new value, both in terms of the process itself and the results. As part of their field work, teams had the opportunity to organize formal and less formal interviews with ex-employees of the Herend Porcelain Manufactory and Ajka Crystal as well as seniors from the area's retiree clubs. During the week, a team made up of members of national senior's organizations also followed the process



of turning ideas into designs, assisting with the testing of prototypes and fine-tuning the proposals.

The seniors' active participation enhanced both the usability and validity of the final designs, and, at the same time, also had a significant emotional impact, reducing the friction between generations and facilitating the sharing of knowledge across age groups.

The brief allowed for a variety of solution possibilities, which made the definition of subtopics somewhat hard - meaning the projects could not ultimately achieve the level of detail which would be expected in the case of a very clearly defined challenge. Narrowing down the topics represented a bigger task for each of the team leaders from different backgrounds, who, however – thanks to their professionalism – considered these arising uncertainties positive challenges. The local and international experts guided their teams' creative processes by introducing them to exciting and unique design methods, contributing significantly to the success of the summer university from an educational perspective. The cross-consultations built into the design phase (30-minute mini meetings with the leaders of other teams) also proved useful and contributed significantly to the development of the proposals. The international environment and the camp's interdisciplinary nature allowed for the emergence of a wide variety of perspectives, for participants to become better acquainted with each others' expertise: this is rather unusual in common Hungarian educational practice. In this sense, the joint design process resulted in a uniquely intense sharing of experiences and knowledge. The closing presentations and subsequent discussions summarizing feedback and conclusions also went a long way in achieving and underlining the camp's educational goals. Reflecting on the concept proposals and final prototypes – and, even more so, on the design process and team dynamics – has now become a key element of the HOLIS summer university.

The results presented in the following meet all expectations: the teams each developed high quality and well-researched proposals which offer innovative and relevant responses to the original challenge. Each of the proposals is ripe for further development and eventual implementation, but this is outside the scope of the HOLIS summer university itself. The biggest achievement of the week-long camp was certainly its educational value. We consider it to be very important for fresh graduates – economists, engineers, sociologists, psychologists, anthropologists – and the latest generation of creative industry designers to think together, gaining practical experience and creating accessible, feasible solutions to real life issues. During their work, participants had the chance to learn the main tenets of

socially responsible, inclusive design – integrating these into mainstream design practices is one of the most important objectives of design education for the next couple of decades.

More about HOLIS: holis.designterminal.hu

/Éva Tornyánszki, Head of HOLIS/



UNLOCK



Az Unlock egy olyan szolgáltatás, mely segít zökkenőmentesebbé, természetesebbé tenni a nyugdíjba vonulást: segítségével az idősök új szenvedélyekre lelhetnek, miközben ötleteket és tudást cserélnek a fiatalabb generációkkal.

Unlock is a service that allows seniors to discover their personal passions during a smoothed retirement process and engage in exchange with younger generations.

Videó

youtu.be/Fb7gfDaOE6I

Tervezők Designers

Czémán Zsófia, Miriam Schmalen, Szabó Katalin, Takács Zoltán

Csapatvezető Team Leader

Iria Lopez

Témakör Topic

Társas kapcsolatok, Pénzügyek, Szabadidő
Social ties, Finances, Recreation

Célközönség Target Group

Olyan céges dolgozók, akik 5 évvel a nyugdíj előtt állnak, és szívesen részt vennének egy olyan programban, ami segít nekik új érdeklődési köröket találni és zökkenőmentesen folytatni az életüket.

Company workers 5 years before retirement willing to participate in a program to find new personal interests and go on with life.



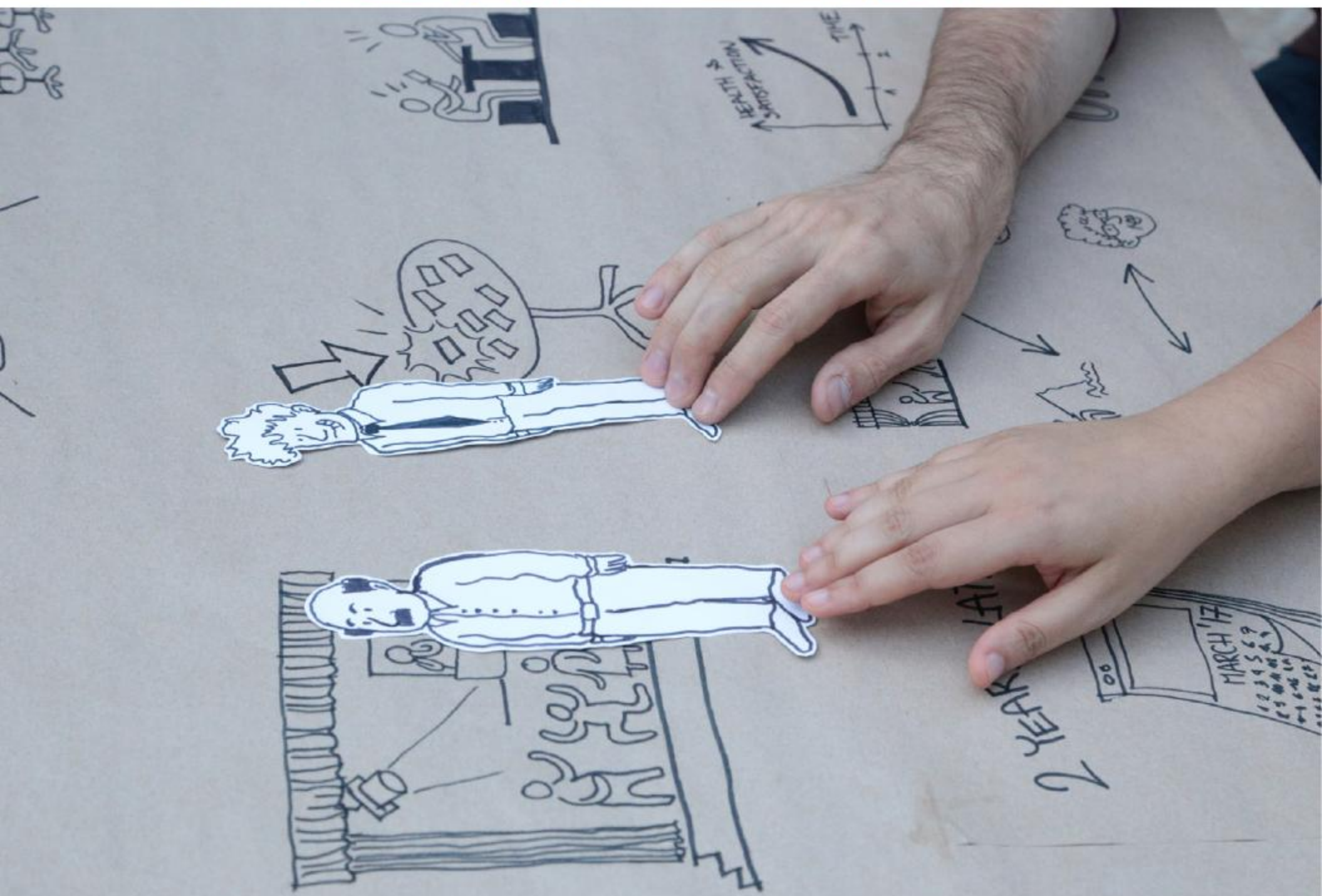
Leírás Description

Az Unlock egy olyan szolgáltatás, mely segít zökkenőmentesebbé, természetesebbé tenni a nyugdíjba vonulást: segítségével az idősök új szenvedélyekre lelhetnek, miközben ötleteket és tudást cserélnek a fiatalabb generációkkal. A munka és a nyugdíjas élet közötti hirtelen váltás helyébe – az Unlock program keretében – egy 10-15 éves folyamat lép, melynek során a munkaórák száma fokozatosan csökken. Egy startup vállalkozás – a nyugdíj előtt álló alkalmazott cége, a helyi szervezetek és közösségek közötti közvetítőként fellépve – vállalja, hogy segíti a cég érintett alkalmazottait abban, hogy megtanulják tartalmas elfoglaltságokkal megtölteni egyre szaporodó szabad óráikat. Az egyik ilyen potenciális elfoglaltság a cég új alkalmazottainak mentorálása. A folyamat során a dolgozók elégedettségét rendszeresen mérik személyes találkozók formájában és a közösségi média csatornáin egyaránt.

Unlock is a service that allows seniors to discover their personal passions during a smoothened retirement process and engage in exchange with younger generations. The transition between working years and retirement is transformed to a process of periodically decreasing working hours during an interval of 10-15 years. A startup company, as a mediator between the retiree's company and local groups and communities, offers the service of coaching company workers standing before their retirement to find new activities for their continuously increasing free time. One of the possible new activities they can be involved in is mentoring new workers at the company during their retirement period. The process involves frequent feedback sessions via social media and personal appointments regarding the satisfaction of the company workers.

Mérföldkövek, Tervezési folyamat Milestones, Design Process

Az öregedés témájának körüljárását azzal kezdtük, hogy információt gyűjtöttünk jövőbeni felhasználóinkról megfigyelés, interjúk és terepkutatás útján. A tanulságok levonását követően rendszereztük eredményeinket, és így körvonalazódott a projektünk alapvető tematikája. Úgy döntöttünk, hogy a nyugdíjba vonulás folyamatát helyezzük a középpontba, illetve az idősebb és fiatalabb generációk lehetséges kapcsolódásait ebben az időszakban.



Ötletelésbe és a koncepció megfogalmazásába fogtunk, hogy választ találjunk a témakörben felmerülő kérdésekre. Ennek a folyamatnak egyaránt része volt a kreatív játék, a felmerülő ötletek további szűrése, végül az elkészült koncepció tesztelése a táborban résztvevő három nyugdíjas hölgy közreműködésével.

„Ez egy szuper kísérlet a felhasználók, tervezők, társadalomtudósok és építészek összehozására. A csapatom nagyon okos volt, elképesztő volt bennük a lelkesedés az idősebb korosztály gondjainak megoldása iránt – végül a jelenlegi nyugdíjazási rendszert gyökeresen felforgató rendszert építettünk együtt.” (Iria Lopez, HOLIS csapatvezető)

„Számomra teljesen új élmény volt a tábor, sosem dolgoztam még így. Nagyon inspiráló, hogy hány különböző módon közelítünk meg adott kérdéseket és a végén a tervezési folyamat fázisaiban kialakuló káosz végül mégis egységes képpé áll össze.” (Takács Zoltán, HOLIS csapattag)

The exploration of the topic of aging began with gathering information about our users through observation, user interviews and field research. After synthesizing the insights we clustered these findings to define our main theme. We've decided to focus on the retirement process itself and the connection between seniors and younger generations in this period.

We started to ideate and develop concepts to give answers to the questions that these topic raised, involving creative games, further filtering of the ideas and the eventual testing of the final concept with three senior ladies in the camp.

'Great experiment to bring users, designers, sociologists and architects together! I had a smart team with amazing energy to address the senior generation needs and we built a new system to disrupt current retirement system.' (Iria Lopez, HOLIS Team Leader)

'It has been a very new experience for me as I have never worked this way before. It is very inspiring to see how differently we approach a given problem, but in the end, all the chaos we experience in some phases of the design process starts to make sense.' (Zoltán Takács, HOLIS Team member)



Kihívások Challenges

Hogyan segíthetjük az idősebbeket abban, hogy a nyugdíjazás előtt és után kapcsolatokat építsenek ki a fiatalabb korosztállyal?

How might we facilitate seniors to connect to younger generations before and after retirement?

Válaszok Answers

A munka évei és a nyugdíjazás közötti hirtelen váltás helyett szeretnénk bevezetni egy fokozatos nyugdíjazási folyamatot, melynek során az idősebbeknek lehetőségük nyílik megszokni a nagyobb szabadságot, új érdeklődési köröket találni, és családjukon, kollégáikon túl új emberekkel is kapcsolatot teremteni.

Instead of a hard cut between work and retirement, we would like to introduce a continuous retirement process where the seniors have the chance to get used to more freedom, find their personal interest and connect with other people besides their families and colleagues.

Költségterv Business plan

A szolgáltatást biztosító cég eleinte befektet a nyugdíjazás előtt álló alkalmazott – csökkenő munkaórái miatt – csökkenő fizetésének kiegészítésébe. Amikor az alkalmazott eléri a nyugdíjkorhatárt, folyósított nyugdíjának egy része a startuphoz kerül, miközben a vállalat továbbra is megfizeti megmaradó munkaóráit.

The company offering the service initially invests in compensating the retiree's decreasing salary because of the decreasing working hours. After the age originally set for their retirement a part of the retiree's pension is refinanced to the startup company, while the retiree's company goes on to pay for the remaining work hours of its retirees.

Tanulságok Lessons learned

A nyugdíjasok idejük nagy részét kortársaikkal és családtagjaikkal töltik – az unokák különösen fontos szerepet játszanak aktivitásuk megőrzésében. Sokan a nyugdíjba vonulás után új hobbikat, szabadidős tevékenységeket fedeznek fel, azok viszont, akik nem kapnak megfelelő támogatást, lehetőségeket, magányosnak, haszontalannak kezdik érezni magukat és könnyen depresszióba eshetnek. Az egészségügyi problémák és a halál továbbra is tabu témának számítanak az idősebb korosztálynál, hiába foglalkoztatják őket kiemelten ezek a kérdések.

The retired people are mainly spending time with people from the same generation and family, specially grandkids play an important role to keep them active. Lots of them discover new hobbies and freetime activities after retirement, but the ones who don't get enough support or opportunity feel really lonely, useless and fall into depression easily. Health conditions and death are still taboos among old people even if they are truly scared of these things.

Jövő Future

A következő lépések szükségesek:

- a koncepció továbbfejlesztése, az üzleti terv részleteinek kidolgozása
- a márképítési és kommunikációs stratégiák kidolgozása
- az idősebb korosztály integrálására nyitott közösségek adatbázisának felépítése
- két vállalat azonosítása, akik nyitottak a konstrukció tesztelésére alkalmazottaikkal
- üzleti angyalok, befektetők toborzása a tesztprogram elindításához szükséges tízezer Euro magvető tőke megszerzése érdekében
- beszélgetések kezdeményezése a sajtó, a kormányzat és a média tagjaival (PR, megfelelő viszhang megalapozása)

The following steps are required:

- Develop the concept further and detail out the business plan
- Define branding and communication strategy
- Build a database of communities open to integrate seniors as participants
- Identify two companies willing to test a pilot with their employees
- Look for business angels, or investors to raise 10k seed funding to initiate the pilot
- Initiate conversations with press, government and media to start generating PR

BE MY SHADOW



A *Be My Shadow* a kiegyensúlyozott nyugdíjas korra készíti fel használóit már fiatal kortól. Olyanoknak nyújt segítséget bármilyen életszakaszban, akik új szakma, hobbi, elfoglaltság, életmód keresése, kiválasztása előtt állnak és tudatosan szeretnék szervezni tevékenységeiket.

Be My Shadow prepares users for a balanced retirement from an young age. It provides support for individuals of any age who are in the process of looking for a new career, hobby, leisure activity or lifestyle and who would like to organize these activities consciously and reflectively.

Tervezők Designers

Horváth Eszter, Jeremiasz Rzenno, Láng Nóra, Szabó Beáta Tünde

Csapatvezető Team Leader

Pais Panni

Témakör Topic

Társas kapcsolatok, Munkavállalás, Felkészülés, Mobilitás
Social ties, Employment, Preparation, Mobility

Célközönség Target Group

Minden korosztálynak, olyanoknak, akik tudatosan szeretnék szervezni a szakmai életüket és szabadidejüket

For all ages – targets individuals who want to organize their professional lives and free time consciously



Leírás Description

A Be My Shadow egy olyan online platform és az azt kísérő szolgáltatás, mely szakmai vagy életmódbeli reorientációs helyzetekben segíti a fiatalabb és idősebb generációkat egyaránt. A szolgáltatás azokra az élethelyzetekre fókuszál, amelyekben a felhasználó valamely területen változtatni szeretne (szakma, hobbi, életmód), de még nincs elegendő információja azokról a lehetőségekről, amik közül választhat. A platform a megadott igények, érdeklődési körök és elérendő célok alapján – a társkereső oldalak működési elvét követve – olyan felhasználókkal köt össze bennünket, akik szakmai életébe, vagy hobbitevékenységébe bepillantást nyerhetünk az általuk megválasztott formában és időtartamban. A működés alapelve, hogy az érdeklődők virtuális árnyékként követhetik azokat, akik valamiért inspirálóak lehetnek a számukra. A követés lehetséges módjait a követett határozza meg. Ez akár egy egész munkahetének folytonos, vágás és szerkesztés nélküli streameléseként is elképzelhető, ahol az árnyék megismerkedhet az adott szakma képviselőjének átlagos munkanapjaival, azok legunalmasabb és legizgalmasabb részleteit is beleértve. Ha kevésbé extrém példát veszünk, a követett megoszthatja az általa szerkesztett videókat, szövegeket, képes tartalmakat szakmájának, hobbijának azon részleteiről, ami a leghasznosabb lehet követője számára.

„Nem konkrét receptekre, hanem inspirációra van szükség!” (Jeremiasz Rzenno, HOLIS csapattag)

A Be My Shadow tehát egy olyan közösség, ahol mindenki lehet árnyék és példakép akár egyszerre is, azaz mindenki megoszthatja addigi tapasztalatait, mások által pedig további terveihez szerezhetsz inspirációt. A közösség tagjait a rendszerbe beépített pénzkereseti lehetőség, elismerés, az információszerzés motiválja a platform hosszú távú használatára.

Be My Shadow is an online platform and accompanying service which provides support to both younger and older generations in situations of professional or lifestyle reorientation. The service focuses on life situations where the user feels the need to change an aspect of their lives (career, hobby, lifestyle), but doesn't yet have adequate information about the options available to them. The platform uses information submitted detailing needs, interests and goals – in a manner similar to that used by dating sites – to connect us with other users, who could potentially offer us a relevant glimpse into their own professional lives or leisure activities in the form and duration they prefer. The fundamental concept is for users to virtually shadow those who could, for any reason, prove to be inspirational to them.



The possible ways this shadowing could happen are defined by the shadowed user. This could mean a continuous, uncut and unedited livestream of their entire work week, offering the shadow a chance to get to know the typical workdays of someone in that particular line of work, including the most mundane and most exciting details. In a less extreme example, the shadowed user shares edited videos, texts and visual content about various details of their profession or hobby they consider potentially useful to their shadows.

'What we need is inspiration, not a complete how-to list.' (Jeremiasz Rzenno, HOLIS Team member)

In this sense, *By My Shadow* is a community where everyone can become a shadow and a role model, at the same time even – a place where everyone can share experiences and derive inspiration for future endeavors from others. Members of the community are motivated to use the platform long-term by opportunities to earn money, gain acknowledgement and gather information.

Mérföldkövek, Tervezési folyamat **Milestones, Design Process**

Munkánkat egy vízió felvázolásával kezdtük, mely szerint ötven év múlva már megszűnik az életszakaszoknak az a fajta tagolása, melyben ma élünk. Utópiánk szerint a tanulás-munka-nyugdíj/pihenés szakaszai nem három nagyobb, évtizedekig tartó szakaszként váltja egymást, hanem sok rövid szakasz, gyakori, dinamikus változása jellemzi. Ennek következményeként a munka kitolódik az életút utolsó szakaszára is ("élethosszig tartó munka"), míg pihenésből és tanulásból több jut a most jellemzően munkával töltött életszakaszokra. Ez a ritmus több változtatást, állandó reorientációt tesz lehetővé a gyakorlott szakmákat tekintve, illetve a különböző életmódok teljes megújítása is egyszerűbbé válik. Tervezési folyamatunk következő szakaszában körvonalaztuk a módszert, ami segíti ennek az új életvitelnek a gördülékeny megélésében. Miután körvonalazódott az online shadowing platform és szolgáltatás gondolata, prototipizálási folyamat során pontosítottuk az elképzelést. A tesztelési folyamat során képet kaptunk a felhasználók motivációiról, és felmerült a mentorálás, mint a rendszer lehetséges kiterjesztése.



In the very beginning, we set out with a vision: in the next fifty years, the current manner of identifying and separating the phases of life will become defunct. In our Utopia, the education-work-retirement/leisure phases will no longer come one after another as distinct phases, each decades long, but instead, it will be defined by the frequently changing, dynamic succession of many shorter phases. As a consequence, work itself will still appear in the final phase of life ('lifelong work'), meanwhile leisure and education will become more dominant in the phases currently characterized by work alone. This new rhythm creates new opportunities for change and constant reorientation in terms of one's profession, and will also make the complete reinvention of one's lifestyle much more straightforward.

In the next phase of our design process, we drafted a method to support users in the seamless adoption of this new way of life. Once the idea for the online shadowing platform and service emerged, we continued by ironing out concept details during the prototyping phase. The testing phase offered us a broader overview of users motivations and mentoring came up as a potential future extension to the system.

Kihívások Challenges

Tervezési folyamatunk során legfőbb kihívásnak azt tekintettük, hogy a jövő nyugdíjas generációinak élhetőbb, tudatos karriert teremtsünk folyamatos reorientáció és életpálya követés segítségével. Ehhez kerestük a megfelelő eszközöket.

During the design process, we considered using constant reorientation and lifestyle shadowing to create more flexible and conscious career paths for future retirees to be our most important challenge. What we were searching for were the most appropriate tools.

Válaszok Answers

A megoldást egy olyan platformban találtuk meg, amely képes inspirálni a felhasználót az új tevékenységek kipróbálására, integrálására, új karrierirányok megteremtésére – online vagy személyes követés útján.

We found the solution in a platform that has the power to inspire users to experiment with new activities, integrate those into their lives and to discover potential new directions to reinvigorate their professional lives – in the form of online or in-person shadowing.

Költségterv Business plan

A fenntartási költséget jutalékrendszer fedezné. Az árnyékok által a követetteknek fizetett díj jutalékából befolyt összeget kiegészíthetnék csoportos előfizetések. Ebben legfőképp oktatási és szociális intézmények lennének érdekeltek, hogy leendő diákjaikat, alkalmazottaikat inspirálják az általuk kínált szakmákra. Emellett számítanánk fejtárgysz cégek potenciális befektetéseire is.

A megvalósítás lépései:

- Próbautazás (pl. co-working irodákban)
- Többgenerációs tesztelés
- Közösségi finanszírozás (crowdfunding)
- Platform implementálása
- Potenciális befektetők megkeresése
- Csoportos előfizetések reklámozása
- Bővítés – mentorálás és tanítás
- Offline infrastruktúra kiépítése

Overhead would be covered by a commission system. Income from commissions on the fees the shadows pay shadowed users could also be complemented by group subscriptions. These would mainly target educational and social institutions, who have an interest in inspiring potential students and employees to explore the professions they offer. We would also expect potential investment from headhunting firms.

Implementation steps:

- Test phase (for example, in co-working offices)
- Multi-generational testing
- Crowdfunding
- Implementation of the platform
- Search for investors
- Promoting group subscriptions
- Expansion: mentoring and education
- Building offline infrastructure

Tanulságok Lessons learned

A reorientáció és az ezzel járó tanulás üdítő jelleggel hat bármely életszakaszban, és határozottan igény van rá idős korban is. Megelőzi a kiégést, elősegíti a motiváltságot, az adott életkornak megfelelő tevékenységek végzését, új szerepek felfedezését. Ezekre a változásokra való felkészülés fontos, és segítése sokféle eszközzel lehetséges.

Miután hamar felismertük, hogy a változó élethelyzetekre való felkészülés elengedhetetlen és a megfelelő hozzáállást már korábban kell elsajátítani, projektünkkel nem kizárólag az idősebbeket akarjuk megszólítani, hanem a fiatalabb generációkat is segíteni kívánjuk.

Reorientation and the learning it requires is refreshing in all phases of life, and there is certainly demand for it in old age as well. It can prevent burnout, drive motivation and help the individual participate in age-appropriate activities and discover potential new roles. Preparing for these changes is vital, and can be supported with a number of different tools.

Since we realized early on that preparing for changing life situations is indispensable and learning the appropriate approach to this should happen as early as possible, our project does not exclusively target seniors: we want to help younger generations as well.

Jövő Future

A kezdeti online/személyes követést a platform használatának elterjedésekor kiegészítheti mentorprogram, ahol a követett további, tanítói feladatkörben mélyítheti a követő megszerzett tudását. Ez olyan irányt nyitna, melyben infrastruktúra megteremtését és közösségszervezési feladatokat is ellátna a *Be My Shadow*.

The initial online/in-person shadowing could be complemented by a mentor program once the platform becomes widely used, with the shadowed user acting as an educator to further deepen the shadow's new experience. This would open up a direction for expansion requiring *Be My Shadow* to create physical infrastructure and commit to community building activities.

VINTAGE LOVING PEOPLE THAT LOVE OBJECTS THAT TELL STORIES



A *Vintage* célja, hogy olyan felületet hozzon létre, amely részvételre ösztönzi az összes generációt. Lehetőséget teremtünk, hogy 60 fölötti emberek a hozzájuk tartozó egyedi történetekkel együtt értékesíthessenek vintage termékeket. A minden generációból érkező potenciális vevőt a valódi vintage és az autentikus történetek iránti érdeklődés köti össze.

Vintage aims to create a platform where all generations can participate. We provide the opportunity for people above the age of 60 to sell vintage products with their unique stories. The interest in authentic vintage and storytelling unites the potential buyers from all generations.

Tervezők Designers

Diósy Anna, Karolina Styczen, Kendernay Márk, Stefanik András

Csapatvezető Team Leader

Inés Peláez

Témakör Topic

Társas kapcsolatok, Kommunikáció
Social ties, Communications

Célközönség Target Group

60+ korosztály és mindenki, aki számára kiemelten fontos a minőség, a történelem és a tradíció

60+ generation and people who value quality, history and heritage

Leírás Description

A P2P modellen alapuló Vintage.com lehetővé teszi a 60+ korosztály számára, hogy klasszikus darabjaikat azok történeteinek keresztül hirdessék és értékesítsék olyanoknak, akik épp az ilyen gazdag múltú tárgyak iránt érdeklődnek.



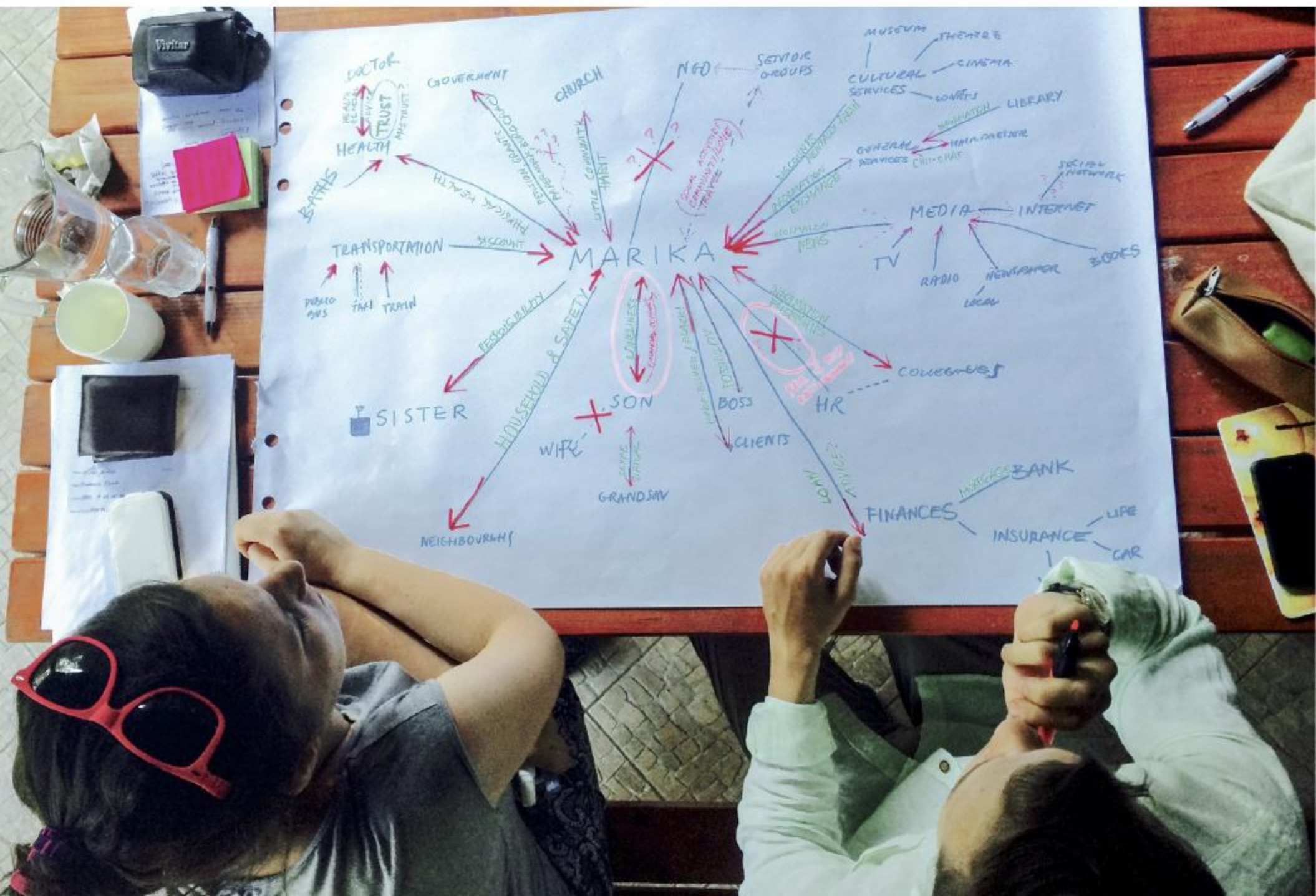
A történetek és tárgyak minőségére építő Vintage.com minden eladó számára konzultációs szolgáltatást biztosít: profi fotóst és szövegíró, akik segítenek a termékek megfelelő hirdetésében. További szolgáltatások is elérhetőek lehetnek majd, például olyan szakértők, akik segítenek az egyes darabok értékbecslésében, vagy javaslatok olyan helyi találkozási pontokra, ahol a tranzakció nyugodtan lebonyolítható. A felület az eladók és vásárlók számára a vételi ár és az átadás egyeztetésére szolgáló üzenetküldési lehetőséget is biztosít. A felület helyi alapon szerveződik, a termékek nem kerülnek szállításra. A Vintage.com működése a történetekre és a történetekhez kapcsolódó emberekre épül. Ebben pedig fontos szerepet játszik, hogy a két felhasználó személyesen találkozzon és tapasztalatot cseréljen.

Based on a P2P model, Vintage.com will allow people with more than 60 years old to sell and promote their vintage products through their stories and find people interested on purchasing them. Always based on the quality of the stories and the objects, vintage.com will provide a "consulting" service to each seller, providing a professional photographer and a copy professional to help users promote their product. Also, other services may be available, like an expert in vintage products to help determine the value of the products or local spaces among the city to meet in order to facilitate the interchange. The platform will provide a message service for both the seller and the buyer in order to discuss price and meeting place. The platform will act locally, without any transportation of the products. Vintage.com focuses its business in the stories and the people related to those stories. For that, it is important that the two users meet and exchange their knowledge.

Mérföldkövek, Tervezési folyamat **Milestones, Design Process**

- interjúk és terepkutatás
- válaszok és benyomások rendszerezése
- személyiségváz, egy képzeletbeli szereplő létrehozása, akin keresztül elemezhető a nyugdíjba vonulás folyamata
- a szereplő kapcsolatainak feltérképezése, vizualizálása
- a lehetőségekre fókuszálva a mi lenne, ha kérdés ismételése
- legkompetensebb megoldás: online platform, ahol vintage termékek és hozzájuk kapcsolódó tapasztalatok átadásra kerülhetnek egyik generációból a másikba
- tervezés, prototipizálás, tesztelés (bevonva mindkét célközönséget – az időseket és fiatalokat is)
- a koncepció alapértékeinek és a projekt üzeneteinek megfogalmazása
- üzleti terv létrehozása
- akcióterv létrehozása

- interviews and field research
- clustering the answers and impressions
- establishing a persona, a fictitious actor to reconstruct the process of retirement
- mapping the stakeholders who were supposedly in contact with her, visualising the complex network
- asking what if we could treat them as opportunities
- most competent solution: online platform where vintage products and experience with them could be shared and passed on between generations
- designing, collecting feedbacks from the rough prototypes (include both target groups into the testing)
- drawing up the key values of the proposal and creating simple messages of the project
- establish a clear, sustainable business model
- designing action plan



Kihívások Challenges

A kutatás és a szereplők feltérképezését követően 6 kulcs területet azonosítottunk, melyeken kis változtatásokkal jelentős javulást érhetnénk el: közösség, nyugdíj, a tapasztalat és szakértelem cseréje, pénzügyek, munka és társadalom.

(1) Ahogy kutatásunk során is láttuk, a nyugdíjas közösségek meglepően jól működnek. Mivel azonban a magyarországi nyugdíjasok csupán 9%-a tagja valamilyen klubnak, 1.8 millióan egyáltalán nem vesznek részt szervezett foglalkozásokon. Felmerül a kérdés: a többieket mi akadályozza meg abban, hogy részt vegyenek, és hogyan tehetnénk ezeket a közösségeket befogadóbbakká?

(2) Az interjúk és a terepkutatás alapján a nyugdíjba vonulás az egyik legnagyobb kihívás. A sok évtizedes karriert lezáró búcsú a munkahelyi környezettől, kollégáktól jelentősen felforgatja az egyén szociális kapcsolatait, mindennapi rutinját és anyagi helyzetét.

(3) Bár az időseket általában a társadalom bölcs, tapasztalt tagjainak látjuk, ők mégis gyakran küzdenek azzal, hogy elismertessék kompetenciáikat.

(4-5-6) A munkahely biztonságát otthagyni pénzügyi nehézségeket is okozhat, emellett ahogy az európai nyugdíjrendszerek megrendülnek, így az idős korosztálynak szüksége lesz alternatívákra, melyekkel kiegészíthetik nyugdíjaikat. Alapvető fontosságú tehát mind a társadalom, mind az egyén szintjén, hogy az idősek pénzügyi értelemben aktívak maradjanak.

Összefoglalásképpen, a legnagyobb kihívás az, hogy elérjük, hogy a társadalom értékelje és tisztelje az időseket. Fontos szembeszállni a korhoz kapcsolódó előítéletekkel, de ugyanennyire fontos az érintettek önbizalmának növelése is.

After the research and stakeholder mapping, we have identified 6 key areas where changes could lead to significant improvements: community, retirement, sharing expertise and experience, finances, job activity and society.

(1) As we have seen it during the research, pensioner communities function surprisingly well. However, as only 9% of the retired in Hungary belong to some form of clubs, approximately 1.8 million do not participate in organised activities.

Considering these numbers, there is a question what is it that prevents the rest to engage, as well as how could the communities be reformed to be more inviting.

(2) Based on the interviews and field research, retirement proves to be one of the major challenges. Leaving the work environment and colleagues after a long career can cause significant disruptions in social ties, daily routines and finances.

(3) Although seniors are generally seen as wise, experienced members of the society, they struggle to have their competence valued.



(4-5-6) Leaving the security of the workplace after a relatively foreseeable career can come with financial difficulties. As the European retirement schemes lose stability, seniors will need alternatives that can supplement their pensions. Therefore, it is essential for both the society and the individuals to keep seniors financially active.

To summarise, the biggest challenge is to have the seniors valued and honoured in the society. It is important to counteract ageism, but it is equally crucial to raise their own confidence.

Kihívások Challenges

A *Vintage* platformmal az a célunk, hogy létrehozzunk egy olyan környezetet, amiben a fiatalok akarnak beszélgetést kezdeményezni az idősebbekkel. Célunk, hogy az embereket összekapcsoljuk, és segítsünk a közös örökség átadásában, biztosítva, hogy az továbbélhessen. Az örökség ebben a kontextusban természetesen nem korlátozódik a tárgyakra, ide értjük a történeteket és emberi szálakat is. Végezetül: a legfontosabb válasz, amit a koncepciónk talán meg tud adni, valójában egy kérdés. Egy kérdés a társadalom felé, hogy az idősek életére, beszédére, gondolkodására és közösségi életére vonatkozó sztereotípiák vajon a valóságot takarják-e. A projekten dolgozva az volt a benyomásunk, hogy az idős korosztály sokkal érdekesebb, mint amilyennek eredetileg gondoltuk őket. Sőt talán sokkal inkább rocksztárok, vadmotorosok, művészek vagy hősök, mint a mi korosztályunkból bárki.

With *Vintage*, our aim is to create an environment in which the youth would become interested to initiate the discussion with older generations. It is part of our mission to connect and help people transmit heritage, not only of objects but of stories and people, ensuring that it can live on.

Finally, the most important answer perhaps our proposal could give would actually be a question. A question asking the public, whether the long-established stereotypes of the ways seniors live, talk, think and socialise fit the actual image. While working on the project, we developed the impression that seniors were way more interesting than we thought originally. In fact, they might be bigger rockstars, bikers, petrolheads, artists and heroes than anyone from our generation.



Költségterv Business plan

A *Vintage* arra az elvre épül, miszerint egy vintage tárgy értéke arányosan növekszik történetének egyediségével. A minőség és a személyes kötődés mellett ez a legfontosabb motiváció arra, hogy az emberek vintage terméket vásároljanak az új helyett. A bevételfolyam túlnyomó részét a tárgyak árába épített szolgáltatási díj adja. Minden tranzakció után az ÁFA-mentes ár 12%-át kitevő kezelési költséget számítunk fel, melyet a szolgáltatás és weboldal működtetésére fordítunk. Versenyképességi elemzésünk során olyan felületeket vizsgáltunk és elemeztünk, mint például az eBay, az Amazon és az etsy.com, de ugyanúgy foglalkoztunk helyi használt üzletekkel és aukciós weboldallalakkal is. Mivel a *Vintage* egy felhasználóközpontú szolgáltatást kínál, a megfelelő marketing megköveteli az ügyfeleinkkel való személyes találkozást. Az idősebb korosztály elérése szenior klubokon, piacokon keresztül történhet vagy a fiatalokon, unokákon keresztül, akik meghívhatják őket a felületre. Emellett jelen kell lennünk vintage üzletekben, bolhapiacokon és közösségi médián, illetve szóba jöhetnek az online hirdetések és a keresőoptimalizáció (SEO) is.

Vintage is based on the principle that the value of a vintage object is increased by the uniqueness of its history. Along with the high quality and personal touch they possess, this is the main driving factor for choosing vintage instead of brand new. The revenue stream stands mainly on the service fee included in the price of the vintage products. We take a commission of 12% from every transaction (VAT not included) which helps us run the service and website.

In our competitive analysis, we looked at and evaluated platforms such as ebay, amazon and etsy.com, as well as local second hand stores and auction websites. Due to the fact that *Vintage* offers a highly user-centric service, advertisement demands meeting our customers personally. The various ways to reach seniors include specific senior clubs, markets and the youth, also known as grandchildren, who can invite them to the platform. Vintage.com also should be presented in vintage shops, at flea markets, social media and potentially online advertising, as well as an effective search engine optimisation (SEO).



Tanulságok Lessons learned

A *Vintage*-en dolgozva megtanultuk, mennyire fontos inkluzívan tervezni. Ennek következtében a generációk közötti kapcsolatok építése vált a küldetésünké. Az adás- vétel és a találkozás minden fázisa a történetmesélést helyezi középpontba. Ez új életet adhat ezeknek a történeteknek: a vásárló nem csupán egy terméket és egy történetet kap, hanem felelősséget is vállal, hogy azt a történetet továbbsszöje. Csapatként nagyon sokat tanultunk a tervezési folyamat minden lépéséből, ahogy haladtunk a kutatástól az ötletig. Különösen fontosnak bizonyult az idős korosztály valódi motivációinak, érzéseinek és álmainak megértése. Ehhez azonban előbb arra volt szükség, hogy elengedjük saját prekonceptióinkat, és átlépünk a kliséket a valóságtól elválasztó szakadékon.

While working on *Vintage*, we learned how important it is to design inclusively. Consequently, our mission has become building bridges between generations. As a result, this can give stories a new life – the buyer, not only gets a product and a story, also accepts the responsibility to continue the story. As a group, we learned from the design process step by step as we advanced from the research to iteration. It proved to be important to understand the real motivations, feelings and dreams of the older generation. This meant that we had to overcome our own preconceptions and bridge the gap between the clichés and the reality.

Jövő Future

A legrövidebb távon, ha kidolgozásra kerül a prototípus és a koncepció, a *Vintage*-t el lehetne indítani offline találkozási pontként bolhapiacokon és pop-up rendezvényeken. Első lépésként ez segíthetne felépíteni a felhasználói bázist és az érdeklődést, mialatt a weboldal és a háttériroda fejlesztése lezajlik.

Hosszabb távú stratégiánk két pilléren nyugszik. Az első: amikor a *Vintage*-t terveztük, mindvégig egy globálisan skálázható szolgáltatást képzeltünk el. Ez azt jelenti, hogy a modellt helyi szabadúszók gyakorlatilag bármely olyan városban reprodukálhatják, ahol jelen van a két célcsoport.

Másodsorban pedig tisztában vagyunk azzal, hogy mindkét célcsoportban sokkal több potenciál rejlik, mint amennyit egy használt tárgyak adás-vételére szakosodott weboldal ki tud aknázni. A *Vintage*-hez egy idősek által vezetett kézműves piac és egy idősek által tartott workshopok elérése is hozzátartozhat.

In the shortest term, having an MVP and the concept worked out, *Vintage* could be launched as an offline platform present at flea markets and pop up events. In the first steps, this would help to grow the user base and reach out, while the website and the back office could be developed.

Our strategy in the longer term rests on mainly two pillars. Firstly, when we designed *Vintage*, having a globally scalable service has always been a principle worth following. This means that the model could be reproduced with local free-lancers in most cities where the two target groups are present.

Secondly, we are aware that both target groups possess further potentials which go beyond the capacities of a second hand website. The long-term vision for *Vintage* includes a makers' market for handmade products made by the seniors and a platform to participate in workshops run by the seniors.

GAME CENTER



A fiatal felnőttek és szeniorok számára tervezett játék generációk között hoz létre kapcsolatokat, szokásokat fejleszt ki és bizalmi hálózatokat, közösségeket teremt. A játék aktívan és motiváltan tartja a visszavonulókat, és felkészíti az aktív dolgozókat az időskorra.

The game was created for young adults and seniors that generates intergenerational communication, develops habits and creates trusted networks. Playing keeps retired people engaged, and prepares active workers for their senior years.

Tervezők Designers

Petra Debnárová, Robi Raimann, Szatmári-Margitai Zsófia, Varga Lili

Csapatvezető Team Leader

Szemerey Samu

Témakör Topic

Társas kapcsolatok, Szabadidő, Kommunikáció
Social ties, Recreation, Communications

Célközönség Target Group

Motivált fiatalok és szeniorok, akik nyitottak az új találkozásokra és új hobbik kipróbálására

Motivated youngsters and seniors who are open to meet new people and try out new habits

Leírás Description

Az első szabály: válassz egy 60 feletti párt magadnak, és vele közösen kezd el a játékot. Ezután válasszatok egy témát, például a kertészkedés, főzés, sport, tudomány, pénzügyek, vagy az irodalom területéről. A választott területen számos



feladatot oldhattok meg a pároddal vagy más párokkal közös csapatban. Az egyes megoldott feladatok után lehetőség van témát vagy partnert váltani. A feladatkeves ciklusokba rendeződnek, és olyan tevékenységekre épülnek, amelyek új hobbik megismerését teszik lehetővé. A játék fő eszköze egy bögre. A játék során ezek közvetítik a kommunikációt és a visszajelzéseket. A játékon kívül hétköznapi tárgyként működnek, emlékeztetve a lejátszott aktivitásokra és a kialakult kapcsolatokra. Minden játékos kap egy bögrét a játékközpontban a játék kezdetekor. Az egyébként egyszerű és hétköznapi bögrében néhány high tech eszköz található. Színes LED fényeket tartalmaz, illetve szenzorokat, amelyek közelséget, mozgást, érintést és hőt érzékelnek, az alján mini rezgő motor található, Bluetooth kapcsolattal egy felhő hálózatba kapcsolódik. Ezek segítségével négy személyes és játék interakcióra képes:

- Összekapcsolódás: a játékba belépéshez és a bögrék aktiválásához össze kell őket koccintani. Két bögre összekoccintása összekapcsolja őket a felhőn keresztül egy párrá.
- Üzenetek: a párnak személyes jelzés küldhető, a bögre kétszeri asztalhoz koccintásával, ekkor a másik bögre rezgéssel jelez.
- Csoport: a bögrék érzékelik egymás közelségét, így lehet alkalmi csoportot létrehozni egy tevékenységre.
- Státuszjelzés: a bögrék villogással jelzik a teljesített feladatokat, illetve a játékbeli státuszt és az elért szintet a színük fokozatos megváltozásával mutatják.

A találkozások, események és munka egy helyszínen zajlanak, ami kávézóként, játékközpontként és projektterként működik. A kávézó közösségi eseményeknek ad helyet, a játékközpont összeköti a játékosokat, feladatokat ad ki, és vizualizálja a játék állását, a projektter pedig co-working helyként működik, illetve itt találhatóak eszközök is a játékhoz.

A játékközpont fontos eleme a közösségi fal. Ezen minden téma és minden játékos profilja látható egy-egy színes ponttal jelezve. Minden téma saját színnel bír, így követhetők az egyes játékosok és tevékenységeik, valamint a teljesített feladatok száma is. A pontok csoportjai mozognak és méretet váltanak, ahogy a játék vizualizálódik, ami barátságos versenyt is teremt a résztvevők között, és aktivitásra sarkall.

The first rule: you have to choose a 60+ person and start the game with your senior pair. After that, you choose a topic, for instance: gardening, cooking, sports, sciences, finance, literature, etc. You can solve several tasks within your chosen topic with your pair or group (with more pairs). After one solved task, you have a chance to switch to another topic or find another pair. Tasks have an annual cycle and are based on activities that help to get to know new hobbies. The main tool of the game is a mug. During the game, mugs are used for communication and feedback.



Outside the game, they function as ordinary objects, invoking memories of the activities and personal connections. Each player starts the game by getting their mug at the game center. The otherwise simple and ordinary mug contains certain high-tech elements. It has RGB LED lights, it can sense proximity, movement, touch and heat. At the bottom, it has a buzzer. It communicates through Bluetooth and a cloud network. It's able to do four personal and game interactions:

- Connection: to enter the game and activate your mugs, you need to clink them together. Later, clinking two mugs pairs them up through the cloud.
- Message: to send a personal message to your pair, you hit the mug to the table twice, and the other mug will buzz.
- Group: the mugs recognize the proximity of other mugs. This is the way to group with other gamers for an activity.
- Status action: mugs use flashing lights on completing tasks, and can also show current status and accumulated activities by gradually changing color.

Events, meetings, and work take place at a venue that functions as a café, a game center, and a project space. The café offers space for social events, the game center connects players, distributes tasks and visualizes the game status, and the project space works as a co-working space where you can also find task tools.

One of the important elements of the game center is an interactive community wall. It shows every topic and each gamer's profile with colored dots. Each topic has a color code, so you can follow the gamers and their activities, as well as the number of completed tasks on the wall. The groups of dots move and change size to visualize the game, which generates a friendly competition between gamers, and facilitates more active participation.

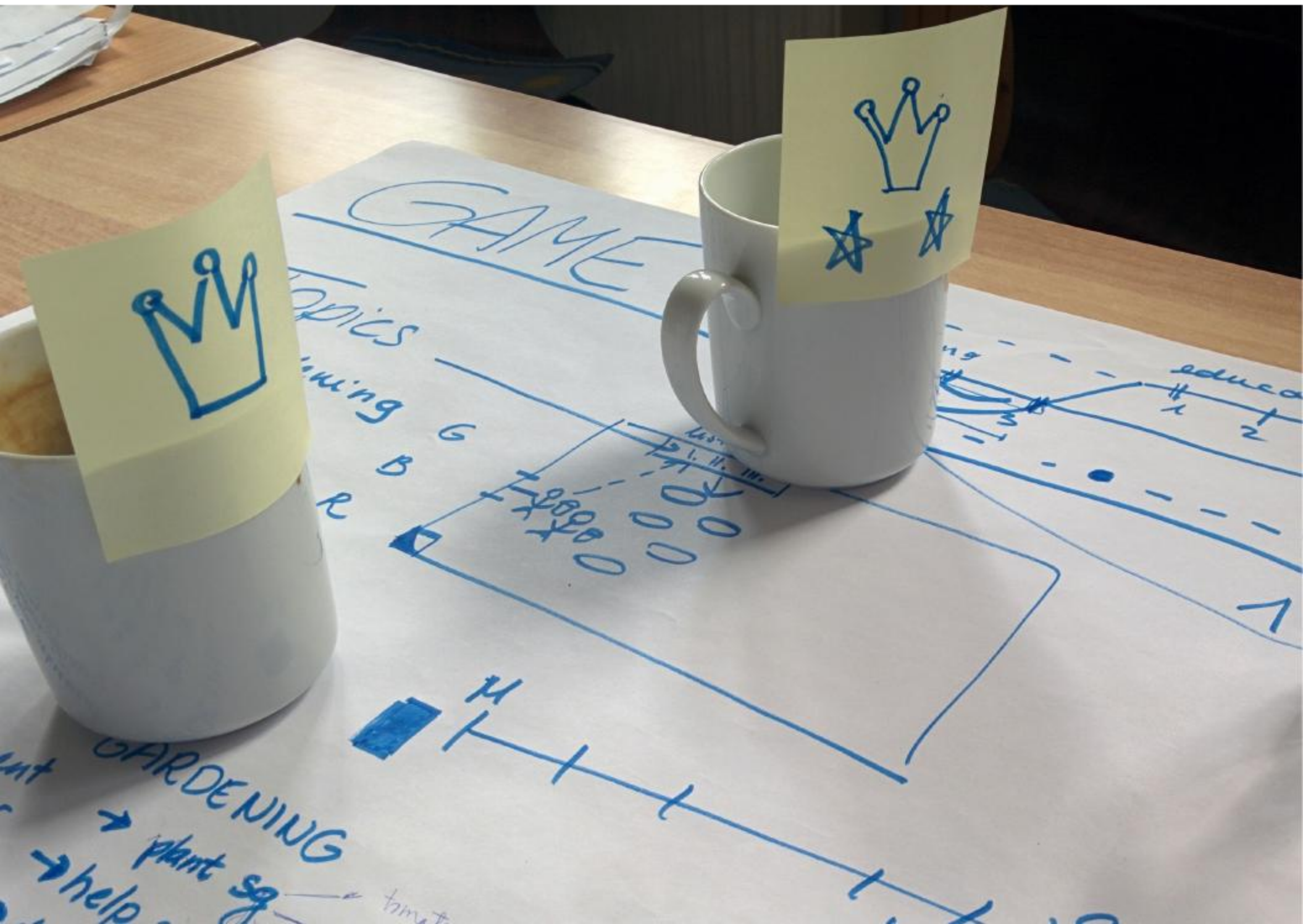
Mérföldkövek, Tervezési folyamat

Milestones, Design Process

Interjúkkal kezdtük a munkát, először csoportokban, majd személyes, mélyebb találkozókra, majd ezeket témák és életutak szerint bontottuk fel, és helyeztük térképre. Az elemzésből származó következtetéseket két generáció személyes életút-tervére vittük át. Ezek fő kérdései, kontextusai és egymáshoz kapcsolódó elemei együtt teremtették meg a projekt alapját. Az interjúk során felfedeztük, hogy a nyugdíjas kor első napjai szinte mindenki számára boldogak. Úgy tekintettek rájuk, mint egy jól megérdemelt szünetre. Néhány nap után azonban mindig megjelenik a szomorúság. Ennek oka először is a megszokott aktivitások hiányában keresendő. Eleinte a legtöbben a többiek, a kollégák megszokott társaságát hiányolják. Közös célok híján hirtelen kevesebb okuk van a találkozásra. Félnék a beszélgetési témák kiüresedésétől. Erre egy megoldás már létezik, a klubokba tömörülés.

Úgy találtuk azonban, hogy az embereknek legalább ennyire hiányzik a környezet, a munkahely tudása és közege, az irodák szaga, vagy akár az íróasztal felületének érintése. A hiányzó dolgok lehetnek egyértelműek, de egészen rejtettek is. Olyan dolgokat kezdtünk el keresni, amelyek mindenkit körülvesznek, és amiket mindenki magával vihet a nyugdíjas korba.

We started the work with interviews, first in groups and then continuing with in-depth personal meetings. Interviews were mapped and clustered according to themes and timelines. Insights based on these dissections were mapped on personal journeys for two generations. The interlinked elements and key issues of these journeys were then connected to form the basis of the project. During the interviews we discovered that on their first days of retirement people were happy. They thought about it as a deserved break. But after a few days a feeling of sadness always appears.



The first reason could be the lack of routine activities. People miss the company of colleagues and other people. It can become hard to find reasons to meet without shared goals. They are afraid of conversation topics deficiency. They already have a solution for this – meetings in committees.

We found out however that people yearn at least as much for the environment, the company knowledge base, smells in the office and even the touch of surfaces at their desk. The things missed could be obvious but they also could be hidden. We started to look for something that everyone had, and everyone could take to retirement.

Kihívások Challenges

Olyan megoldást kerestünk, ami hidat teremt a munka és a nyugdij időszakai között, hogy a szomorúság és veszteség érzését minimalizálhassuk.

A technológiai megoldásokat kifejezetten nem feltűnően és nem technológiai módon akartuk alkalmazni, hogy ne különüljenek el más tevékenységektől és ne legyenek elidegenítőek. Úgy akartunk motivációkat és szokásokat létrehozni, hogy ne legyenek egyértelműen "nyugdij-orientáltak".

We wanted to find something that could create a bridge between days at work with retirement time to minimize feelings of sadness and loss.

We wanted to involve high technology in a non-obtrusive and non-technological way, so that it doesn't become alienating and separate from other activities. We wanted to create motivations and habits in a way that is not obvious and "retirement-oriented".

Válaszok Answers

Mivel úgy találtuk, hogy a nyugdíjba vonulás egy egyik napról a másikra lezajló váláshoz hasonlatos, ezért úgy döntöttünk, hogy erre az átmenetre fókuszálunk, hogy a drasztikus váltást simábbá és tervezhetőbbé tegyük.

Emellett érdekes párhuzamokat fedeztünk fel a szenior és szabadúszó generációk életmódjai között, a napi rutinoktól az időmenedzsmentig. Ezek alapján azzal foglalkoztunk, hogy összekössük a visszavonuló és aktív generációk erőforrásait, kérdéseit és motivációit. Erre a mindennapi élet környezetének elemeit használtuk fel, mivel az egyén számára ezek jelképezik a folyamatosságot, illetve így tudtuk elkerülni, hogy új kütyüket vagy elkülönülő szolgáltatásokat kelljen bevezetni.



„Meglepő felfedezés volt, hogy az időskor gyakran sokkal dinamikusabb, mint a korai karrier.” (Szemerey Samu, HOLIS csapatvezető)

We wanted to find something that could create a bridge between days at work with retirement time to minimize feelings of sadness and loss. We wanted to involve high technology in a non-obtrusive and non-technological way, so that it doesn't become alienating and separate from other activities. We wanted to create motivations and habits in a way that is not obvious and “retirement-oriented”.

As we found that retirement is like a divorce that happens from one day to another, we decided to focus on the transition between work and retirement, trying to make this drastic change smoother and more plannable. We also discovered interesting correlations between the lifestyles of seniors and freelancers, in their daily routines and their time management. Based on these we wanted to connect the resources, questions and motivations of retiring and active generations. For this we worked with the elements of everyday life/work environment, as these provide continuity for the individual and also help avoid new gadgets or additional platforms.

‘It was surprising to see that senior life can be much more dynamic than early careers.’ (Samu Szemerey, HOLIS Team Leader)

Költségterv Business plan

Három alapvető folyamatot tartunk lehetséges kiindulásnak: (1) egy kávézó kezdi el a játékot, mint kiegészítő üzleti tevékenységet, (2) egy játékfejlesztő keres helyszíneket és üzleti partnereket, (3) egy nyugdíjbiztosító fejleszti ki a játékot plusz szolgáltatásként a kliensei számára. A kávézó működtethető, mint egy hagyományos kávézó, bevételekkel, kiadásokkal és elvárt minimális hozammal. A játék központ külön üzletként is funkcionálhat és szponzorokat vagy üzleti partnereket szerezhet, akik kedvezményes vagy elérhető árú szolgáltatásokat ajánlanak a játékosoknak az általuk választott témákban, például sport – edzőterem; pénzügyek – üzleti tanácsadó; kertészkedés – barkácsboltok, közösségi kertek.

There are three basic roadmaps we considered: (1) the café starting the game as a spinoff business, (2) the game developer finding venues as business partners, (3) a retirement savings program establishing the game as an additional service for its clients. The café can work as an usual café place with its revenues, expenses, and expected minimal profit. The game center can work separately and get sponsors and/or different business partners who provide discount and low-cost services for gamers if they choose their specific topic during the game, for instance sports – gym; finance – business consulting; gardening – DIY shops, community gardens.

Tanulságok Lessons learned

A korai felkészülés (új hobbik, új szokások) a fiatalabb generációk számára elengedhetetlen a nyugdíjas kor előtt. A több generációt is magába foglaló közösségekhez tartozás nagy segítséget jelenthet a nyugdíjba vonulók aktívan tartásában és a korosztályi elkülönülések megakadályozásában.

Early preparation (finding new hobbies, developing new habits) is needed from the side of younger generations to face retirement. Belonging to a community (communities) whose members are from different generations could help to keep people on retirement active and to decrease ageism.

Jövő Future

Célunk a generációk közötti kommunikáció létrehozása, szokások fejlesztése és bizalmi hálózatok megteremtése. Hosszabb távon a cél egy független, profitábilis vállalkozás működtetése. Ez elképzelhető szponzorokkal, tagsági díjakkal, kiterjesztett szolgáltatásokkal, illetve egy erős közösségre támaszkodva. Az üzlet hálózattá is növelhető kiterjeszkedő, helyi közösségek megteremtésével Magyarország számos pontján, a sajátos lokális igények feltárásával és ezekre szabott megoldások kifejlesztésével.

Our aim is to generate intergenerational communication, develop habits, and create trusted networks. In a longer term, the aim is to have an independent strong business with profit. It can be created by sponsors, membership fees, expanded services and reliance on a strong community. Business can be improved by creating a chain, and developing local communities, being present at several points in Hungary, listening for their particular community needs, and providing solutions for them.

LECSÓ- LET'S SHOW



A *Lecsó* elnevezésű projektötlet fókuszában az áll, hogy a kevésbé aktív nyugdíjasok, időskorúak valós igényeit, szükségleteit, vágyait felmérje és dokumentálja. Az így keletkező adatok egy olyan jövőbeni termék- vagy szolgáltatásfejlesztés alapjait képezhetik, amely adekvát válaszlehetőségeket rejt létező problémákra.

By the Lecsó – Let's show, the team aims to get more information about true wishes and needs of people, especially elderly people, to see how a program can be developed that adequately delivers answers and solutions.

Video

youtu.be/0wwTIHe2aLo

Tervezők Designers

Molnár Szabolcs, Juhász Szvetlana, Livia Pemcáková, Szerencsés Rita, Szilágyi Andrea

Csapatvezető Team Leader

Ingrid van der Wacht

Témakör Topic

Társas kapcsolatok, Kommunikáció
Social ties, Communications

Célközönség Target Group

A *Lecsó* olyan különböző közösségekre, településekre koncentrál, ahol viszonylag magas számban élnek idős, nyugdíjas korú emberek

Lecsó will visit communities where relatively more senior people live

Leírás Description

Az ember szociális lény. Mint ahogy azt már kutatások ezrei alátámasztották az emberek boldogabbak, pozitívabban gondolkodnak és egészségesebb életet élnek, ha működő és vitális emberi kapcsolatokkal rendelkeznek, aktív részei egy szociális hálózatnak, és ha látják az életük értelmét. Ezek az állítások igazak az élet minden állomására, korszakára. Azok a nyugdíjasok, akik aktív klubéletet folytatnak, csupán 8 százalékát teszik ki a magyarországi nyugdíjas társadalomnak. Felvetődik tehát a kérdés: Mit csinálnak, és mit akarhatnak azok az idős emberek, akik nem klubtagok?

A *Lecsó-Let's show* az átlagos kutatási módszertanok helyett, mint például a kérdőív, vagy az interjúztatás, egy sokkal interaktívabb utat választott. A játék adottságait felhasználva szórakoztató, közösségi formában nyerhetők ki adatok, válaszok, előre meghatározott kérdések, módszertan alapján. Ennek mentén a projekt legfontosabb részét egy virtuális játék teszi ki, amely során a résztvevők megoszthatják egymással vagy családtagjaikkal egy napjuk menetét és az ideális napjuk ismérveit.



A *Lecsó* viszont nem csak egy játék, hanem egy olyan konténer is, amely Magyarország különböző pontjain bukkan fel, hogy meginvitálja a helyieket egy kávéra, beszélgetésre, sőt közös lecsófőzésre is. A látogatók által hozott alapanyagokból egy közös bográcsozás során elkészített lecsó jó alkalmat ad történetek elmesélésére, élmények megosztására.

A *Lecsó* távlati célja tehát nem más, mint egy a valós adatokra és élményekre támaszkodó nyitott, pop-up jellegű szocializációs rendszer kifejlesztése és megvalósítása.

„Ne az embert változtasd meg, hanem a kontextust!” (Ingrid van der Wacht, HOLIS csapatvezető)

People are social 'creatures'. Research demonstrates that we all live more positively and healthier when we are well connected, see a purpose in life. This holds for every stage at life. Seniors that go to clubs tend to have a very active social life, but only about 8% of the seniors in Hungary participate in such clubs. What do others do and want?

Instead of the usual research through interviews or questionnaires, an interactive game will be developed that invites people to share their normal day, and a wished day. The game will be one of the main attractions in the *Lecsó* caravan that pop-ups in neighborhoods and communities all over Hungary and invites people for a cup of coffee and a chat. Also people are invited to bring some ingredients with them for a good lecsó, as during the day the lecsó of the night will be prepared. The lecsó will be eaten together while telling each other stories about most appreciated places, people, events.

The plan is to elaborate on basis of the data outcomes a more open, pop-up, socializing system.

'Change the context, not the person.' (Ingrid van der Wacht, HOLIS Team Leader)

Mérföldkövek, Tervezési folyamat **Milestones, Design Process**

2015 szeptemberétől 2016 tavaszáig:

- megalakul az az interdiszciplináris kutatócsapat, amely PHD-sokból és különböző szakterületekről érkező hallgatókból áll (szociológia, pszichológia, közgazdaság, design)
- kutatási kérdések megfogalmazása
- demográfiai adatok alapján a lokációk kiválasztása



- interaktív kutatási eszköz fejlesztése
- interaktív kutatási eszköz prototípusának elkészítése, tesztelése
- konténer megtervezése, kivitelezése
- a csapat felkészítésének megtervezése
- a tagok kiképzése

2017 tavasz: kampánynyitás (heti 2 helyszín, 14 héten keresztül = 28 helyszín)

2017 nyár: kampányzárás

2017 ősz: adatok, eredmények, módszertanok kiértékelése, elemzése

September 2015 till Spring 2016:

- Interdisciplinary team of researchers is formed: phd's and students from faculties of sociology, psychology, geography, etc. plus staff and students of design schools, business schools, etc.
- Formulation of research questions
- Inventory of visiting locations depending of demographic data
- Design of the interactive tool
- Prototype of tool and user testing
- Design of the environment/container
- Container building int./ext
- Development of the training
- Training staff

Spring 2017: Start campaign (2 per week, 14 weeks = 28 locations)

Summer 2017: End campaign

Autumn 2017: Data processing

Lecsó napi program Lecsó day program

0. nap:

- a konténer megérkezik az adott helyszínre
- a konténer installálása a csapattagok, esetleg helyi együttműködők segítségével
- 1. nap (városi helyszínen több nap, vidéki helyszínen egy nap):
- 12.00 nyit a konténer
- napközben a résztvevők kávézhatnak, hozzájárulhatnak alapanyagokkal a lecsó főzéshez
- résztvevők játszhatnak az interaktív játékkal egyedül vagy barátaikkal, családtagjaikkal: Mutasd meg egy napod / Mutasd meg az álomnapod (az eredmények megoszthatók bárkivel)
- lecsókészítés együtt: Hozd és mutasd meg a tudásod (a legjobb receptek megosztásra kerülnek a program honlapján)
- közös vacsora történetmeséléssel
- 20.00 zár a konténer

Day 0:

- Container comes to community
 - Staff and community/neighborhood install together
- Day 1 (number of days depends of urban/rural location):
- 12.00 am Container opens
 - Participants have coffee, bring vegetables for Lecsó
 - Participants play with tools: e.g. ShowYourDay/ShowYourWish interactive tool with friend/family member (Result – a kind of invitation – peek into life it can be sent/shared with family/friends)
 - Making the Lecsó together, people bring their knowledge (Best recipes shared on the Lecsó website)
 - dinner with storytelling
 - 20.00 am closure



Kihívások Challenges

Az időskor behatóbb ismeretéhez, a valós igények felméréséhez, egy probléma- és szükséglettérkép felállítása nélkülözhetetlen, amely egy mélyebb, részletesebb és reprezentatívabb kutatás által érhető el. Az idősekhez kapcsolódó problémák legnagyobb hányada a szociális kapcsolataikból, azokon belül a családi kötelékekből eredeztethető. Vélhetően a családon belüli információcsere, kiváltképpen a különböző generációk közötti kommunikáció nem elég hatékony, avagy véletlenszerű. A projekt alapvetése, hogy hosszú távon a családtagok közötti nyitott és jól működő kommunikáció segíthet olyan tabunak számító témák előzetes, fesztelen megbeszélésében, mint a nyugdíjazás, az azt követő tervek, valamint az élethelyzet változásával járó érzelmi nehézségek. Az ilyen jellegű tudatos, családi szintű tervezés pedig vélhetőleg elősegíti az aktív, tevékeny és boldog nyugdíjas évek megteremtését.

The lack of information due to the elderlies and their needs called a necessity of a representative research process. The core problem in the elderlies' life is related to their social ties, more specifically their family connections. The information transfer between the different generations in the family can be rare and ineffective. In a long run that can be an obstacle of an open communication within the family members when they can talk about plans after retirement without barriers and they can help each other to get over the emotional difficulties.

Válaszok Answers

A Lecsó projekt reményeink szerint egy válasz a fentiekben felsorolt kihívásokra. Ugyanis a pop-up konténer egy kommunikációs eszköz és egy kutatási módszer is egyben, vagyis úgy hozza össze az embereket, hogy mindeközben megvilágítja a szociális kapcsolatok fontosságának kérdését, játékos formában adatgyűjtést végez. A road show forma miatt a fel-feltűnő karaván beszédtemát generál, ami előmozdítja a projekt küldetéséhez kapcsolódó gondolkodást, az élmények megosztásának fontosságát és a szociális kapcsolatok szükségességét, főként az idős emberek körében.

Lecsó might be an answer for the challenges, because this pop-up container is a communication tool and a research method in the same time. The container brings the people together: they can show and share their days/wishdays by a fun game, also they can cook lecsó together and tell stories to each other. Meanwhile the container is a communication tool also, because the show visits different kind of communities everywhere in Hungary. By this act the people may start to think and speak about the purpose of the caravan's visit which is a research and a field work about sharing life experiences, connecting people, in particular elderly.

Költségterv Business plan

A konténernek van egy egyszeri építése díja és többszöri fenntartási, valamint szállítási költsége. A konténer utaztatására érdemes a legköltséghatékonyabb és leginkább környezetbarát, energiatakarékos megoldást választani. Ezeken felül a csapat, az étkezés, a vendéglátás, a program és a kommunikációs csatornák, vizuális megjelenések teszik ki a legnagyobb hányadát a költségvetésnek.

Feltételezésünk szerint egy ilyen erős és közvetlen kommunikációs eszköz felhasználása és egy ennyire specifikus adatbázis létrejötte olyan közös érdek, amellyel a potenciális szponzorok is tisztában vannak. Az adatbázis felépítése egyetemek, kutatóintézetek szakmai érdeke lehet, így a kutatás támogatását a tudományos szcéna irányából várhatjuk. Az interaktív játék fejlesztése más tudományterületek, telekommunikációs cégek érdeklődését is felkeltheti, akik szoros együttműködésben dolgoznak designerekkel és informatikusokkal. A pop-up szerűen felbukkanó karaván utazása során több ezer embert érhet el Magyarország különböző területeiről, így egy támogató felajánlásáért cserébe hatalmas nyilvánosságot kaphat minden célcsoportban, de főként az idősödő emberek között. Legfőképpen állami befektetőkre lehet alapozni a finanszírozást, hiszen állami Tv csatornáknak, intézeteknek érdekében állhat népszerűségük és ismertségük növelése. Speciális területről érkező szponzorokban is fontos gondolkodni, úgy, mint biztosítási cégek, konténer szolgáltatók, országos nyugdíjasklubok. A helyi támogatók bevonása is fontos eleme a karaván lokális beágyazottságának. A kisebb helyi cégek dologi támogatással (kávé, élelmiszerek) járulhatnak hozzá a kutatás és a road show sikeréhez, megfelelő megjelenésért cserébe.

A pénzügyi kérdésekre adott válaszok jelenleg még csak ötletek, így a tudatában vagyunk annak, hogy a megvalósításhoz pontosabb költségtervezet és árkalkuláció szükséges.

The container has one-time construction cost and continuous maintenance and transportation cost. Costs related to the staff, catering and program as well as communication means (the website, banners, leaflets) also belong to the expenses. Sponsorship can be a suitable solution for the financial issues. The caravan reaches thousands of people from different part of Hungary, so a potential sponsor could benefit out of this deal. Most probably national sponsors like tv stations, national club institutes, container service, life insurance companies might be interesting in support. Besides the national level also the local sponsors can be activated to take care of the catering like the coffee or bring e.g. ingredients for the Lecsó. The lecsó could also be made out of 'food waste', meaning vegetables that cannot be sold anymore in shops.

The development of a true Lecsó program based upon the Lecsó research data needs further planning and calculation.

Tanulságok Lessons learned

Szociálisan felelős design nem hozható létre a célközönség és igényeinek beható ismerete nélkül. Az a jó design, ami az idős emberek életminőségének javítását célozza, nem alapulhat feltételezésekre és megérzésekre, hanem találkoznia kell a valódi elvárásokkal, és ki kell elégítenie valós szükségleteket. Ha nem birtokoljuk ezt a tudást, akkor meg kell kérdezni azt, aki birtokában van az információnak, vagyis magát a célközönséget.

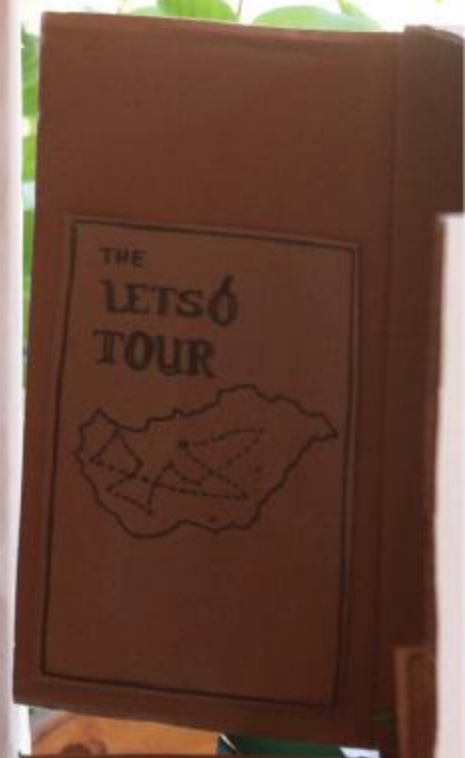
The most important recognition was that socially responsible design can be created only by accurate knowledge about the target group and their needs. Good design, which aims to help and make the elderlies' life better cannot be based on presumptions and intuition. It has to meet the real requirements and fulfill real needs and if we do not own this knowledge we have to ask directly the target group.

Jövő Future

A projektötlet jelenleg olyan fikció, amely nagyon könnyen realizálható. A megvalósítás első fázisaként mindenképpen érdemes kollaborálni olyan intézetekkel, önkormányzatokkal, budapesti nyugdíjas klubokkal, akikkel az ötlet továbbfejleszthető, fókuszálható. Valószínűnek tekinthető ugyanis, hogy a „jövő idős generációja” már nem feltétlenül a klubok iránt érdeklődik majd, hanem a szociális interakció új, alternatív formáit fogja keresni. A *Lecsó* egy jó kezdet lehet ehhez a későbbi innovációhoz, sőt lehetőségeket rejt magában a nemzetközi szintén való diskurzus elkezdéséhez olyan külföldi intézetek bevonásával, akik szintén az idősek aktivizálásán dolgoznak.

It would be great to bring the program to live by starting up a collaboration with interested knowledge institutes and governmental institutions and of course the club headquarters in Budapest. Clear is that the elderly of the future will no longer take part in the traditional clubs but are more interested in new forms of social interactions: *Lecso* might bring insights for innovation. Also it might be an idea to team up with other international institutions working on connecting and activating elderly.

INVENTORY



99

UNCOVERED BEAUTY



Az időskori párkapcsolati problémák és szexualitás gyakran nem kapnak elegendő figyelmet, ritka vagy különleges dologként tekintenek rájuk. Az *Uncovered Beauty* olyan platform, mely újabb ötletek és projektek létrejöttét segíti. A koncepció célja, hogy a művészet eszközével széles körben felhívjuk a figyelmet a kérdéskör fontosságára, és összekössünk generációkat.

Relationship issues and sexuality in the third age are commonly under-considered and also perceived as something rare and special. Uncovered Beauty forms a platform for new projects and ideas to emerge. The goal of the concept is to use art as a tool to gain awareness about the topic and to help connect generations.

Tervezők Designers

Bereczki Nóra, Veszprémi Lili, Wereszczyńska Karolina

Csapatvezető Team Leader

Tibor Antony

Témakör Topic

Kommunikáció, Társas kapcsolatok, Szexualitás
Communications, Social ties, Sex

Célközönség Target Group

50+ / Elvált párok / Özvegyek / Nyugdíjas párok
50+ / Divorced couples / Widowed men or women / Retired couples



Leírás Description

50 fölött az embereknek számos párkapcsolati problémájuk merülhet fel, sokan küzdenek azzal is, hogy elfogadják megváltozott kinézetüket, testképüket. A helyzet a nyugdíjba vonulás után tovább éleződik, amikor a párok rádöbbennek, mennyi szabadidőt kell együtt eltölteniük. Egyes párok tagjai elválnak, mások megözvegyülnek. Az *Uncovered Beauty* elnevezésű projekt célja, hogy a művészet eszközével széles körben felhívjuk a figyelmet a kérdéskör fontosságára, és összekössünk generációkat. „Az időskori párkapcsolati problémák és szexualitás gyakran nem kapnak elegendő figyelmet, ritka vagy különleges dologként tekintenek rájuk. Bár ebben a korban a gyermeknemzés időszaka már lezárult, ezek a kérdések mégis kiemelt fontossággal bírnak a megnövekedett szabadidő és a főmunkaidős foglalkoztatottság hiánya miatt. Egy egészséges, intim párkapcsolat a depresszió, a szorongás és az unalom kifejezetten hatásos ellenszere lehet.” (Tibor Antony, HOLIS csapatvezető)

„Mark Twain mondta, hogy a kor kérdésében az eszünk győz a lényünk fölött. Ha ugyanis nem jut eszünkbe, nem lényeges. Projektünkkel arra szeretnénk felhívni az emberek figyelmét, hogy az idősebb korosztály a társadalom szerves része, mely jelentős piaci potenciállal bír. Az idősödő társadalom következményeképpen az idősek egyre fontosabb szerepet játszanak majd a gazdaság működésében – és erre fel kell őket készítenünk. Az első lépés, hogy önbizalmuk erősítésével magabiztosabbá tegyük őket. Projektünkkel az idősek szellemi és testi egyensúlyát szeretnénk megalapozni, hogy felkészülten léphessenek életük ezen új szakaszába.” (Bereczki Nóra, HOLIS csapattag)

People over 50 deal with partnership problems and some of them struggle to accept changes in their appearance. Situation is getting harder after retirement when couples realize they suddenly have a plenty of free time to spend with each other. Other couples are getting divorced or they are left alone widowed. The goal of the concept is to use art as a tool to gain awareness about the topic and to help connect generations.

'Relationship issues and sexuality in the third age are commonly under-considered and also perceived as something rare and special. Although reproductive cycles are over at this age, these concerns become even more important due to increased free time and lack of serious full-time job. A healthy and intimate relationship becomes a strong medicine against depression, anxiety and boredom.' (Tibor Antony, HOLIS Team Leader)

'Mark Twain said "age is an issue of mind over matter. If you don't mind, it doesn't matter". In our project we would like to make people aware that senior people are a strong part of the society with significant market potential.



As a result of aging society seniors will have an important role in the economical mechanisms so we have to make seniors prepared for this. The first step is to make them confident by rising their self-esteem. With our project we would like to reach senior people's mental and physical balance so they can start this new period of their life well-prepared.' (Nóra Bereczki, HOLIS Team member)

Mérföldkövek **Milestones**

- Kapcsolatfelvétel szenior klubokkal
 - Weboldal elindítása
 - Az időseknek feltett kérdések és válaszok elemzése
 - Kapcsolatfelvétel művészeti képzések hallgatóival – segíteni, hogy inspirálódjanak a kérdésekben
 - A hallgatók művészeti munkáinak véglegesítése
 - A kiállítások felvezető kampánya
 - Kiállítások
 - Egész évben: időseknek szóló előadások
-
- Contacting senior clubs
 - Launch of the website
 - Analysis of the questions asked by seniors
 - Contacting university art students and getting them inspired by the questions
 - Finalizing artworks by students
 - Teaser campaign for the exhibitions
 - Exhibitions
 - Holding lectures for seniors through the whole year

Kihívások **Challenges**

A párkapcsolati problémákat, a test változásait, a magányt, a szerelmet és a szexet tabu témaként kezelik – ennek ellenére kiemelten foglalkoztatják az időseket is ezek a kérdések. A kihívást az jelenti, hogy elérjük, hogy az idősebbek felismerjék: 50 fölött új korszak kezdődik. Továbbra is köthetnek barátságokat, eshetnek szerelembe és élhetnek egészséges szexuális életet. Szeretnénk felhívni a nyilvánosság figyelmét arra, hogy ezek a kérdéskörök jelen vannak időskorban is, és szeretnénk segíteni az idősebbeknek, hogy új kapcsolatokat alakíthassanak ki egymással.

Relationship problems, acceptance of body changes, solitude, love and sex are tabu topics amongst them. However they are interested in these topics. The challenge is to make senior people aware that life after 50 is a beginning of a new period.

They still can make friends, love and they can have a healthy sexual life. Our intention is to increase awareness of these topics in senior age for the public and help seniors to connect to each other.

Válaszok Answers

Helyi klubok idős tagjaival készített interjúkat kínálunk művészeti képzések hallgatóinak inspiráció gyanánt. Ezek során az idősebb résztvevők névtelenül kérdezhetnek különböző tabunak tekintett témákkal kapcsolatban – a gyűjtéstől függetlenül pedig azt is lehetővé tesszük, hogy ezekre egy pszichológustól szakszerű választ kaphassanak. Egy városról-városra járó kiállítás mutatja be a teljes koncepciót, melyet felvezető kampány is megelőz, hogy felkeltse a közönség és a média érdeklődését a téma iránt.

A projekt teljes időtartama alatt előadásokat szervezünk szenior klubokban, hogy minél inkább bevonjuk az idősebb korosztályt, és lehetővé tegyük, hogy egymás között is beszélgessenek a felmerülő kérdésekről. Ebben egy weboldal is segítségükre lesz, ahol különleges fórum áll majd rendelkezésükre, hogy névtelenségüket megőrizve beszélhessenek nyíltan egymással a témáról.

Facilitated interviews with seniors in local clubs will be used as a source of inspiration for art university students. In an anonymous way, seniors have the opportunity to ask their questions about different tabu topics. Consequently, students will create art pieces inspired by these questions. At the same time, psychologist will also answer these questions to give seniors an expert answer. A town-to-town moving exhibition will present the whole concept and a teaser campaign will help to make people and media curious about the topic.

Through-out the whole project, lectures will be hold in senior clubs to help seniors to get involved in the topic and let them talk to each other personally. Also a website will provide answers to the questions. On the website, a special forum gives seniors opportunity to talk to each other about the topic in an anonymous way.

Költségterv Business plan

- Az elkészült műtárgyak aukciók keretében a magánszektor részére történő értékesítése
- Hirdetések a weboldalon
- Szponzoráció a kapcsolódó iparágak vállalatainak bevonásával
- Nyilvános online gyűjtés
- Anyagi támogatás és pályázati lehetőségek civil szervezeteken, állami intézményeken keresztül

- Art pieces sold to the private sector through auctions
- Advertisement on the website
- Sponsorship by industry relevant companies
- Online fundraising by involving the public
- Funding and application opportunities by non-profit and governmental organizations

Tanulságok Lessons learned

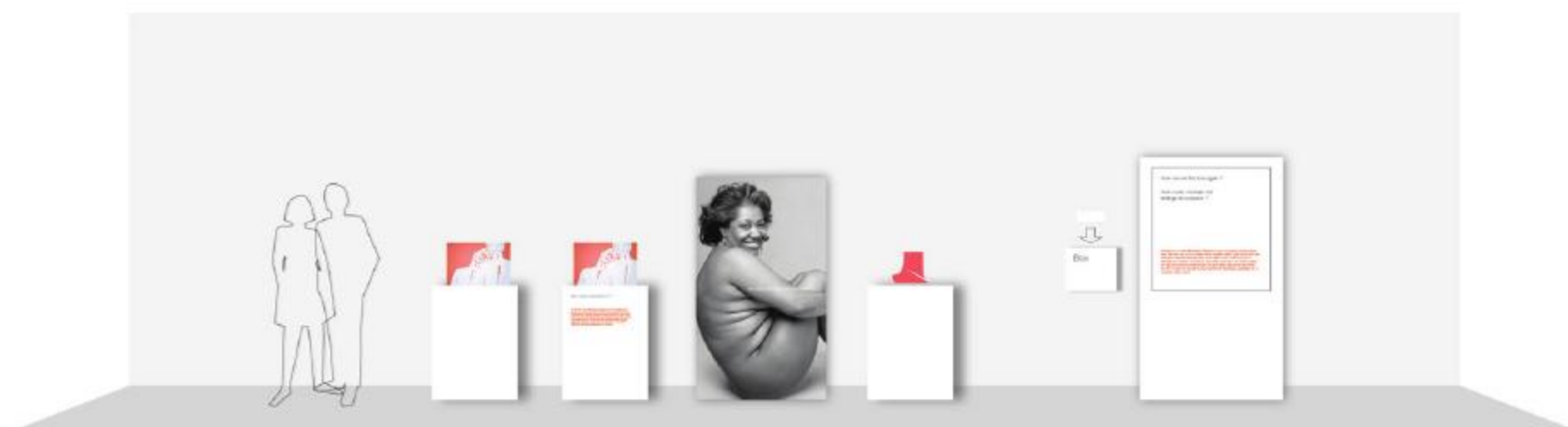
A témakör magánjellegű, intim természete közvetett, diszkrét megoldást igényel. A résztvevőket nem kényszeríthetjük arra, hogy nézzenek szembe saját félelmeikkel, megérdemlik viszont, hogy rendelkezésükre álljon azok feloldására egy önkéntes, biztonságos felület.

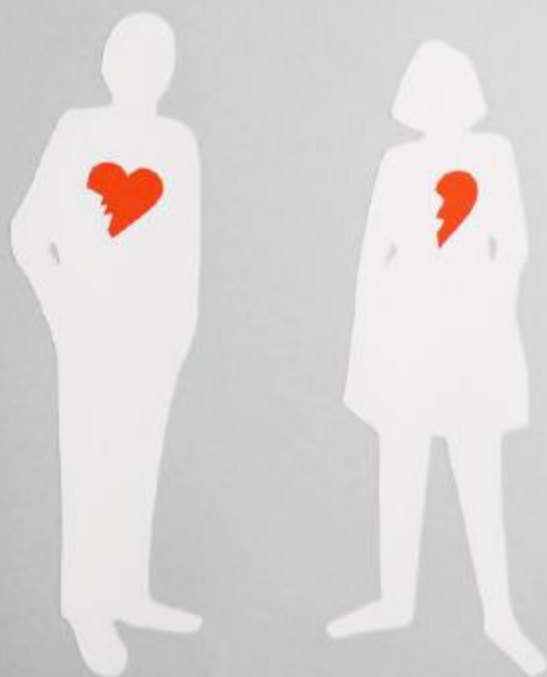
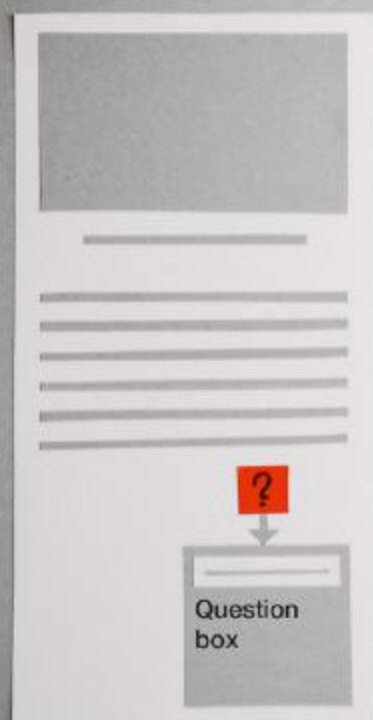
Intimate and personal attributes of the topic requires less direct and discrete solutions. These people should not be forced to deal with their own sticking points, but they deserve to have a voluntary and safe platform for their resolution.

Jövő Future

Az *Uncovered Beauty* olyan platform, mely újabb ötletek és projektek létrejöttét segíti. Egy válaszokból, közös tudásból felépülő, folyamatosan bővülő adatbázis természeténél fogva táptalaja lehet újabb ötleteknek, a közös ismeretekre épülő új projektnek. A koncepció az idősek érzéseinek, érzelmeinek felszínre jutását is elősegíti, biztonságos és közvetett keretet adva azok kifejezésének.

Uncovered Beauty forms a platform for other projects and ideas to emerge. An ongoing database of answers and knowledge sharing has a potential to inspire other ideas and more focused projects to built upon. The concept also contributes to touch on senior's emotions and feelings and it forms a safe and indirect frame for them to navigate in.







TÁRSAS KAPCSOLATOK

SOCIAL TIES

PLENO



A *Pleno* egy részvételi tervezés során kifejlesztett online közösségi platform a frankfurti Cronstetten-ház idős lakói számára. Az egyszerűen kezelhető felületen a használok hatékonyan kommunikálhatnak egymással, találkozókat, eseményeket, közösségi programokat szervezhetnek meg, vagy épp opera jegyeket ajándékozhatnak egymásnak.

Pleno is an online social platform for the elderly residents of the Frankfurt Cronstetten-house developed through participatory design. Users communicate effectively with each other on the easy to use website; they organize meetings, events and community programs or donate opera tickets to each other.

Web

www.dreimorgen.com

Tervezők Designers

Dreimorgen (Manutchehr Ghassemlou, Felix Feierabend)

Város City

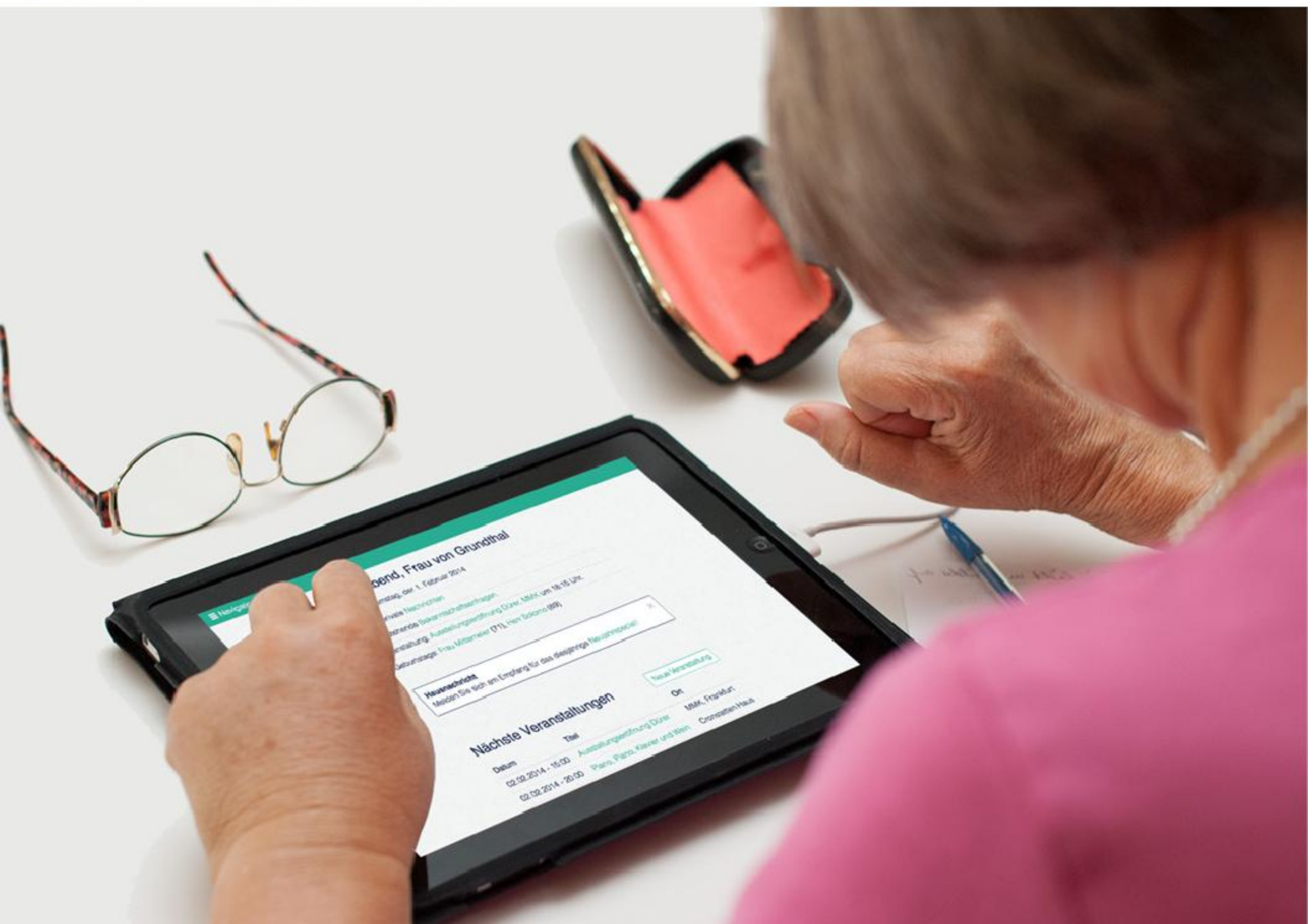
Frankfurt am Main (GER)

Témakör Topic

Társas kapcsolatok, Kommunikáció
Social ties, Communications

Célközönség Target Group

65+, a frankfurti Cronstetten-ház lakói
65+, residents of the Frankfurt Cronstetten-house



Mérföldkövek Milestones

2010: megkezdődik a frankfurti Cronstetten-házzal való együttműködés. Az épületet kifejezetten idősek számára alakították ki, akik magánlakásokban élnek és gondozók segítik mindennapjaikat.

2011 tavasz: a *Pleno* közösségi platform és brand közösségi tervezésének kezdete

2012: első prototípus

2012-től: a *Pleno* fejlesztése, újabb házakra való terjesztés

2010: cooperation with the Frankfurt Cronstetten-house begins. The building constructed specifically for seniors, living in private apartments and being cared for, in their everyday life.

2011 spring: beginning of *Pleno* social platform and brand design

2012: first prototype

From 2012: development of *Pleno*, extension to other buildings

Kihívások Challenges

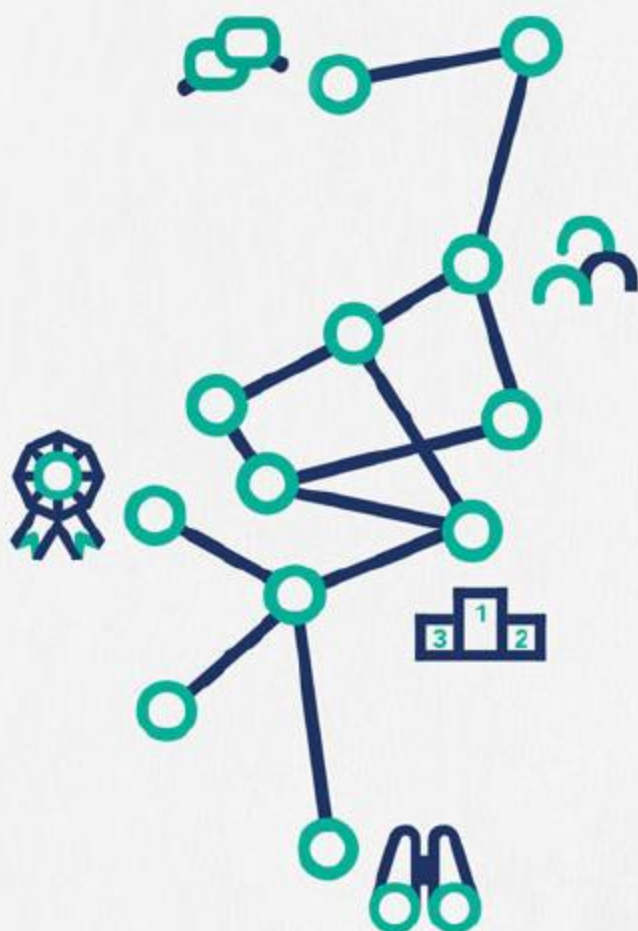
A vizuális kommunikációval foglalkozó design stúdió eredetileg arculatot tervezett a Cronstetten-ház számára, aminek része volt egy új honlap elkészítése is. A lakókkal való beszélgetésekből azonban hamar kiderült, hogy mennyire vonakodnak mindentől, aminek köze van a digitális világhoz. Az ott élők közti kommunikáció egy hagyományos, a bejáratnál elhelyezett hirdetőtáblán folyt, amit azok, akik nehezen közlekedtek, nem olvashattak rendszeresen.

The design studio involved mainly in visual communications designed a corporate identity for the Cronstetten-house including a new website. However, after discussions with the residents they found out how reluctant they are to use the digital world. The communication among residents was carried out on a traditional bulletin board located at the entrance. Those with limited walking were not able to read it regularly.

Válaszok Answers

A tervezők semmiképp sem akartak olyan honlapot készíteni a háznak, amit maguk az idősek nem tudnak használni. Azzal sem elégedtek meg, hogy pusztán számítástechnikai órákkal ismertessék és szerettesék meg az új felületet. A Dreimorgen ezért úgy döntött, hogy létrehoz egy belső közösségi platformot, kifejezetten a Cronstetten-ház lakói számára és lakóival közösen.

Navigation		Kalender - Mai 2014				
+ Neue Veranstaltung		Kalender durchsuchen			Q	Heute
Mo	Di	Mi	Do	Fr	Sa	So
27	28	29	30	31	1	2
		18:30 Vernissage 20:00 Buchenberger Quartett		18:30 »Europäische Nachbarn« Blick nach Polen 25 Jahre freie Wahlen 10 Jahre EU-Mitglied		
3	4	5	6	7	8	9
19:30 »Rapa Nui - Die Osterinsel« Vortrag von Horst Liebelt			20:00 Buchenberger Quartett		18:30 Kino & Vino 19:30 »Wer ist Martha« Lesung der Autorin Marjana Gaponek	
10	11	12	13	14	15	16
	18:30 Yoga				19:00 Emil Nolde (1867-1956) Ausstellung	
17	18	19	20	21	22	23
			19:30 »Wer ist Martha« Lesung der Autorin Marjana Gaponek			
24	25	26	27	28	1	2
	19:00 Emil Nolde (1867-1956) Ausstellung					18:30 Yoga 19:00 Emil Nolde (1867-1956) Ausstellung



»BEVOR ICH DAS INTERNET NUTZTE, WAR ICH EINE ALTE FRAU«, SAGT EINE 83-JÄHRIGE DAME. EINEM 93-JÄHRIGEN, FAST TAUBEN HERRN, ERÖFFNET SICH DURCH PLENO DIE MÖGLICHKEIT IN KOMMUNIKATION MIT DER HAUSGEMEINSCHAFT ZU TRETEN.

Nach Überwinden der anfänglichen Unsicherheiten gegenüber den neuen Medien, wollen ältere Menschen das gleiche, das Jüngere zu sozialen Netzwerken bringt: sich vernetzen und austauschen, Kontakte pflegen, spielen, forschen und entdecken.

A tudat, hogy csak olyanoknak van hozzáférése a hálózathoz, akik ismerik egymást a való életben, bizalmat ébresztett és eloszlatta a félelmeket. A tervezők kéthetente tartott workshopon a lakókkal együtt fejlesztették ki a platformot. Eközben az idősek az alapvető informatikai tudnivalókat is elsajátították, egészen onnan, hogy az egér felfele mozgatásához nem szükséges elemelni azt az asztalról, odáig, hogy mi is pontosan az internet.

The designers did not want to create a website that the residents of the house would not be able to use. They were not satisfied with simply providing computer classes to make them like the new tool. Dreimorgen therefore decided to create an inside social platform specifically for and together with the residents of the Cronstetten-Houdse. Knowing that only those were allowed in the network who knew each other in real life created trust and dissolve fears. The designers developed the platform together with the residents through two weekly workshops. Meanwhile the seniors acquired basic computer knowledge from how not to lift the mouse to move it upwards to what the internet is, as such.

Műhelytitkok Trade secrets

Miután a stúdió elhatározta, hogy az idősekkel együtt szeretnék kidolgozni a platformot, hamar világossá vált, hogy ez az eredeti ütemezést felborítja. Szerencsére a ház vezetői ezt elfogadták és támogatták, ami kivételes lehetőséget jelentett a tervezőknek.

When the studio decided to develop the platform in collaboration with the seniors, they soon found out that this would alter the original timeline. Luckily, the management of the house accepted and supported that, providing an extraordinary opportunity for the designers.

Tanulságok Lessons learned

Az idősekkel való részvételi tervezés sikerét a tervezők a preconcepciók lebontásában és a használói szokások valós idejű megfigyelésében látják.

„[...] számunkra az volt a legfontosabb tanulság, hogy nagyon komolyan kell venni az embereket, és nem abból kell kiindulni, hogy úgysem fogják megérteni. Meg kell érteni, hogy az idősek teljesen másképpen bánnak a dolgokkal és ezért nem elég kérdéseket feltenni, hanem látni kell, hogyan használják őket. Ez azt jelenti, hogy ott kell ülni, miközben használják az egeret, és akkor kiderül például, hogy sokan nem képesek duplán kattintani, mert remeg a kezük.”

The designers feel that the success of the participatory design lies in dismantling presumptions and in the real time observation of user patterns.

'[...] the biggest lesson we learned was that we must take people very seriously and not start thinking they will not understand it anyway. We have to understand that seniors deal with things completely differently therefore it is not enough to ask questions but we have to see how they use these things. This means we have to sit with them while they use the mouse to find out that many of them are unable to double click because their hands are shaking.'

Hatás Effect

A kezdeti bizonytalanságok ellenére a tervezőknek végül sikerült megszólítani és bevonni a részvételre képes összes lakót. A *Pleno*-n jelenleg igen magas az aktivitás, a használók fotókat, híreket töltenek fel, like-olják egymás bejegyzéseit a Facebook-on. Sokuk túllépett a *Pleno*-n és mára teljesen szabadon mozognak Tumblr-en és Twitter-en.

„Néha olyan dolgokról kérdeznek, amikről mi sem tudunk igazán, de mivel sok a szabadidejük, teljesen bele tudnak mélyedni egy-egy ilyen témába. Az elején nem is gondoltuk volna, hogy ilyen fejlődést ösztönözhet a projekt.”

In spite of the initial uncertainties, the designers managed to relate to and involve all the residents who were able to cooperate. Activity is very high on *Pleno* at the moment, the users upload photos and news, they like each other's posts on Facebook. Many of them have surpassed *Pleno* and use Tumblr or Twitter independently.

'Sometimes they ask us about things we do not know either but since they have a lot of free time they can immerse themselves in any of these topics. At the beginning of the project we never thought how much development it might encourage.'

/Az interjúrészletek Szilágyi Andrea Manutchehr Ghassemlou-val 2015 tavaszán készített beszélgetéséből származnak Segments of an interview conducted by Andrea Szilágyi with Manutchehr Ghassemlou, spring of 2015/

DAS GENERATIONEN PROJEKT



Web

www.generationenprojekt.de

Projektgazda Project Owner

Jan Ulrich Hasecke

Témakör Topic

Társas kapcsolatok, Oktatás
Social ties, Education

Célközönség Target Group

Idősek és fiatalok egyaránt
Young people and senior citizens

Leírás Description

A *GenerationenProjekt* egy olyan honlap, melyen bizonyos történelmi eseményekhez kapcsolódó személyes történetek, emlékek és irodalmi szövegek jelennek meg. Így idős emberek lehetőséget kapnak élményeik és anekdotáik megosztására, a fiatalabbak számára pedig szemléletesebbé válik a történelem, amivel sokszor csak száraz olvasmányok formájában találkozhatnak a tankönyvekben.

Das GenerationenProjekt is a website that collects personal stories, memories and literary texts relating to specific historical events. It gives senior citizens a platform to share their experiences and anecdotes, while offering the younger generation a more intuitive way to explore history instead of reading dry passages in textbooks, as they most often do.

OVERDELIVERY



Web

www.designs-on.com

Projektgazda Project Owner

Dave Russell, James Moed

Témakör Topic

Társas kapcsolatok, Mobilitás
Social ties, Mobility

Célközönség Target Group

Idősek, akik adott esetben elszigetelten élnek
Senior citizens who live in isolation

Leírás Description

A mai világban a házhozszállítás dinamikus hálózaként működik, ahol a logisztikai cégek számára az idő a legfontosabb tényező. A futároknak nincs idejük segíteni az időseknek egy nehéz csomag kibontásakor, vagy beszélgetni egy jót. Az *Overdelivery* egy olyan futárcég-kezdeményezés, amely az idősekre specializálódik. Nincsenek szűkös határidők, csak kényelmes, segítőkész kézbesítés, amely jó közérzetet nyújt az idős emberek számára.

These days, home delivery operates as a dynamic system, where time is the most important factor for logistics companies. Delivery people don't have the time to help senior citizens open a heavy package or to just have a nice conversation. *Overdelivery* is a delivery service initiative focusing on the elderly. There are no tight deadlines, only comfortable, courteous deliveries, which contribute to brightening up senior citizens' days.



LEAGUE OF MEALS



Web

www.sidekickstudios.net

Projektgazda Project Owner

Sidekick Studios

Témakör Topic

Táplálkozás, Egészség, Társas kapcsolatok
Nutrition, Health, Social ties

Célközönség Target Group

Alultáplált, egészségtelenül étkező, adott esetben elszigetelten élő idős emberek
Undernourished seniors, who eat unhealthy and live in isolation

Leírás Description

Az Egyesült Királyságban körülbelül 1 millió idős ember alultáplált. A helytelen, hiányos étkezés folytán kórházban töltött idő növelheti társadalmi elszigetelődésüket, depresszióhoz és további betegségekhez vezethet. A *League of Meals* vállalkozás célja, hogy az egészséges táplálkozást népszerűsítse az idős emberek tudásának elérhetővé tételével, érvényre juttatásával. A projekt hosszú távon olyan virtuális közösséget kíván létrehozni, ahol idős emberek tanulhatják meg egymástól, és taníthatják meg a fiatalabb generációknak, hogyan főzhetnek jobbat és jobban, egészségesebben, kevesebb pazarlással.

A *League of Meals* közösségi főzőeseményein részt vevő idősek egy-egy kidobásra ítélt alapanyagból készítenek fogásokat. A főzőkurzusokhoz ételdoboz-szállítási szolgáltatás is párosul, mellyel a fejlesztők célja az elköteleződés és fenntarthatóság

növelése: a dobozok friss zöldséget, gyümölcsöt, fűszereket, gyógynövényeket tartalmazznak.

Approximately 1 million elderly are undernourished in the United Kingdom. The time spent in hospitals due to unhealthy and deficient nutrition may increase their social isolation and lead to depression and other ailments. The goal of *League of Meals* is to promote healthy nutrition with making the knowledge of the elderly accessible and recognized. The project wishes to create a virtual community where seniors can learn from each other and can teach the younger generations how to cook better and healthier, with less waste.

The elderly who participate at the community cooking at the *League of Meals* prepare meals from ingredients that would go to waste. The cooking courses are completed with a delivery service to increase commitment and sustainability, according to the developers. The boxes contain fresh vegetables, fruit, spices and herbs.



MEET2EAT



Web

www.rodd.uk.com/meet-2-eat-2

Tervezők Designers

Rodd Design (Tim Rodd, Ben Davies), Vision Culture

Témakör Topic

Táplálkozás, Egészség, Társas kapcsolatok
Nutrition, Health, Social ties

Célközönség Target Group

Idős emberek, főként az egyedül élő és helytelenül táplálkozó idősök
Senior citizens, particularly those living alone and not eating healthy

Leírás Description

A brit Rodd Design stúdió által kezdeményezett, 12 hónapig tartó kísérleti program-sorozat az idős, gyakran egyedül élő idős emberek életminőségét és magabiztos-ságát kívánta erősíteni a közös főzés, étkezés és a tudásmegosztás eszközeivel. Az Anglia különböző területeiről érkezett résztvevők egy új társas helyzetben, kooperatív módon készítettek el fogásokat, a bevásárlástól, a receptek megosz-tásán és elkészítésén át, azok elfogyasztásáig. A szervezők tapasztalata szerint minden résztvevő más és más munkafázisban érezte magát otthonosan és maga-biztosan, így az ehhez hasonló kezdeményezések hatékonyan javíthatják az idősök táplálkozási szokásait.

The experimental program series initiated by the British Rodd Design Studio set out to enhance elderly senior citizens' quality of life and self-confidence through knowledge-sharing, cooking and eating together. Participants from all over England work together in a new social situation to cook meals from shopping for ingredients through sharing recipes and preparing dishes to eating the fruits of their labor. Organizers have noted that each participant feels comfortable and confident in a different part of the work process - initiatives like this can effectively improve senior citizens' eating habits and open their eyes to new experiences.



CASSEROLE CLUB



Web

www.casseroleclub.com

Projektgazda Project Owner

FutureGov Ltd.

Témakör Topic

Társas kapcsolatok, Táplálkozás
Social ties, Nutrition

Célközönség Target Group

Egyedül élő, segítségre szoruló idősök, és főzni, illetve másokon segíteni szerető emberek.

Senior citizens living alone, dependent on assistance and people who enjoying helping others.

Leírás Description

A *Casserole Club* egy Angliában és Ausztráliában működő ételmegosztó közösség, amely az egy környéken lakó, főzni szerető embereket és az egyedül élő, társas kapcsolatokat és segítséget igénylő időseket köti össze. Sok időskorú ember érzi magát magányosan és a változatos, egészséges, de olcsó ételekhez való hozzáférés is gyakran nehéz számukra. Sokaknak azonban, akik otthon főznek, nem okoz problémát egy adaggal többet készíteni. A *Casserole Club* nekik segít földrajzi alapon, egy online platform segítségével egymásra találni. A párra lelt klubtagok több mint fele az ételmegosztáson túl is fenntartja a kapcsolatot. Tagnak lenni rugalmas, önkéntes alapú elköteleződést jelent: a feliratkozó szakácsoknak nem kötelességük rendszeresen ételt készíteni idős szomszédjuknak. Amikor igény merül fel arra, hogy egy város csatlakozzon a kezdeményezéshez, a projektgazdák felveszik a kapcsolatot a helyi önkormányzattal, lakásszövetkezettel

és jótékonyági szervezetekkel. Ők felelnek azért is, hogy minden jelentkező szakács információt kapjon az étel-higiéniai alapvetésekről és egy teszt kitöltésével igazolja, hogy tisztában van a feltételekkel. mellett forródrótot tartanak fenn egy esetleges vacsoralemondás vagy más váratlan történés esetére, és telefonos szolgáltatást nyújtanak az internet nélkül csatlakozni kívánók számára is.

Casserole Club is a food sharing community active in England and Australia, which connects people from a given neighborhood who love of cooking with senior citizens who live alone and need social ties and assistance. The elderly often feel lonely and don't typically have easy access to varied, healthy and affordable meals. On the other hand, many people who cook at home would have no problem making an additional serving. *Casserole Club* helps these people connect via an online platform, on a geographic basis. More than half the club's members keep up ongoing relationship outside food sharing. Being a member means a flexible, voluntary commitment: cooks who apply are not obliged to fix meals for their elderly neighbors on a regular basis. When the need for adding a new city to the initiative arises, project owners get into contact with the given municipal government, tenant associations and philanthropic organizations. They are also responsible for ensuring that each aspiring cook receives adequate information on food hygiene basics and fills out a test to prove awareness of these guidelines. Additionally, they operate a hotline to handle cancelled dinners and other unexpected events and provide a phone-based service for those who wish to join without using the internet.



T-PHONE E PHONE



A T-Phone és E Phone telefonkészülékek komplex választ adnak a telekommunikáció időskori akadályaira. A tervezők nem a gombok és a kijelző méretének megnövelésében látták a megoldást, hanem a tárcsázás elvetésével a telefonás módját gondolták újra.

The *T-Phone* and *E Phone* provide a complex answer to the handicaps the elderly face in telecommunications. Their designers saw the solution not in enlarging the buttons and the size of the screen but by dismissing dialing, they re-thought the way we phone.

Web

www.yankodesign.com

Tervezők Designers

Jeong-Kyun Nam (T-Phone)

Prof. Dai Yunting, Lu Junshi, Liu Fei, Jiang Ying & Zhu Yunpeng (E Phone)

Város City

Sanghaj (CHN)

Témakör Topic

Kommunikáció, Társas kapcsolatok
Communications, Social ties

Célközönség Target Group

Olyan idős emberek, akik koruknál fogva memóriazavarokkal és/vagy látásproblémákkal, ízületi betegségekkel küzdenek, gondot okoz nekik a tárcsázás.

Seniors who face memory and/or impaired vision or joint problems due to their age and dialing presents a problem

Mérföldkövek Milestones

2007: a *T-Phone* koncepciója megszületik

2012: az *E Phone* koncepciója megszületik

2013: az *E Phone* elnyeri a Red Dot díjat Third Age kategóriában

2007: *T-Phone* concept is born

2012: *E Phone* concept is born

2013: *E Phone* wins the Red Dot award in category Third Age

Kihívások Challenges

A világon számos idős ember él egyedül. A családok különböző generációi a legtöbb esetben külön, akár nagy távolságokra élnek egymástól, miközben az időseknek nagy igénye van a családi kapcsolatok erősítésére, hiszen ez az egyetlen ellenszere a magánynak. A távolságok leküzdése az idős emberek számára fizikailag megterhelő, így a legkézenfekvőbb megoldás a telekommunikációs kapcsolattartás. Az internet és a hozzá kapcsolódó lehetőségek – Skype, Facebook – sok idős ember számára már túlságosan modern.



Viszont a telefonkészülékek rohamos fejlődésével ez a célcsoport egyre inkább kiszorul a lehetséges felhasználók közül. Az egyik legnagyobb problémát a tárcsázás jelentheti: a memóriazavarral küzdő idősök könnyen összekeverik a számokat, a kezelőfelület pedig gyakran túl kicsi, így a gombok megnyomása fizikai nehézséget is jelenthet. Léteznek ugyan készülékek megnövelt kijelző- és gomb mérettel, ám ez nem ad választ a mentális betegségek okozta nehézségekre.

Many seniors live alone all over the world. Different generations of a family live separately or far away from each other though the elderly do have a need for strong family ties since this is the only antidote to loneliness. Overcoming distances is physically demanding for seniors therefore the most obvious method is connecting via telecommunications. The internet and all its possibilities – Skype, Facebook – are too modern for many elderly people. But this target group seems to be losing ground with the rapid development of the phones as potential users. One of the biggest problems might be dialing: old people struggling with memory loss mix numbers and the buttons are often too small and pose physical problems when dialing. There are phones with larger displays and buttons, but these still do not provide a solution for difficulties caused by mental illnesses.

Válaszok Answers

Egy fiatal dél-koreai tervező, Jeong-Kyun Nam 2007-ben úgy döntött, hogy nem a piacon lévő, aktív korúaknak tervezett készülékeket alakítja az idősök számára is használhatóvá, hanem egy önálló koncepción alapuló, kifejezetten idősöknek kialakított telefont tervez. A *T-Phone* szakít a hagyományos tárcsázós telefonokkal. A készülékhez tartozó előre programozott memóriakorongokra az idős ember családtagja, segítője elmenthet egy-egy fontos telefonszámot és a könnyű beazonosítás érdekében fotó- vagy névmatricákkal láthatja el azokat. A korongokat a telefon lenyitható aljában lehet tárolni. Az idős embernek nincs más dolga, mint kiválasztani a felhívni kívánt ember arcképével felcímkézett korongot, és egy egyszerű mozdulattal ráilleszteni a készülékre. Ezután a készülék egyetlen gomb megnyomásával automatikusan tárcsázza a korongra mentett számot. A *T-phone* hátránya, hogy a korongok cserélgetése nehézkes, finom mozdulatokat igényel, apró méretük miatt könnyen elkeveredhetnek.

A kínai East China Normal University projektcsoportja által 2012-ben tervezett, hasonló elven, de digitális alapon működő *E Phone* már kiküszöböli ezeket a hibákat. A telefonszámok programozása és tárcsázása egy arcfelismerő szkennel segítségével történik. A telefonszámok az arcképpel együtt menthetők el a telefon memóriájába, ami ezután felismeri és automatikusan tárcsázza a hívni kívánt számot. Az arcfelismerő programok napról-napra fejlődnek, így az *E Phone* koncepciója egy olyan technológiára épít, amelyben folyamatosan bővülnek a lehetőségek. Az *E Phone* 2013-ban elnyerte a *Red Dot* koncepció díját a speciálisan idősökre fókuszáló *Third Age* kategóriában.

In 2007, a young south-Korean designer, Jeong-Kyun Nam decided not to modify the phones on the market that were designed for active people to suit seniors, just to enable them to use these but developed his own concept, specifically for the elderly. The *T-Phone* breaks away from traditional dial phones.

A family member or helper may save an important phone number on the pre-programmed memory badges and mark them with photo or a nametag for easy identification. The badges may be stored in the bottom opening of the phone. All the senior has to do is to pick the badge with the picture of the person they want to call, and place it on the phone. By pushing one single button, the phone calls the person's number saved on the badge automatically. The only disadvantage of *T-phone* is that it is tricky to change the badges, requiring fine-tuned movements and might be lost due to their small size.

The *E Phone*, designed by the project group of the Chinese East China Normal University in 2012, is based on a similar idea but operates digitally to eliminate these faults. The programming and dialing of the phone numbers is done by a facial recognition scanner. The phone numbers can be saved with the photo in the phone's memory that recognize and automatically dial the number to be called. Face recognition programs develop daily so the concept of the *E phone* is based on a technology where possibilities broaden continually. *E Phone* has won the *Red Dot* concept award in 2013 in the *Third Age* category focusing specifically on seniors.





Web

www.ownfone.com

Projektgazda Project Owner

OwnFone Ltd.

Témakör Topic

Kommunikáció, Társas kapcsolatok
Communications, Social ties

Célközönség Target Group

Idősek, gyermekek, látássérültek
Senior citizens, children, the vision-impaired

Leírás Description

Az *OwnFone* a telekommunikációban fizikai vagy mentális okokból akadályozott társadalmi csoportoknak segít a számukra legfontosabb emberekkel kapcsolatba lépni. A készülék kulcsa a funkciók minimalizálása és a személyre szabhatóság. A telefon hitelkártya méretű, könnyű és nincsenek rajta tárcsázógombok. A termék honlapján a vásárló maga állíthatja össze a saját készülékét, amelyet a cég 3D technológiával kinyomtat és postáz. A telefon megtervezése során kiválasztható, hogy 2, 4, 8 vagy 12 nevet tároljon, illetve hogy az ezekhez rendelt nyomógombokon név, kép vagy braille felirat legyen. Az előlap grafikájával a telefon megjelenése is személyessé tehető. A legdrágább összeállításban egy *OwnFone* költsége körülbelül 70£.

OwnFone helps those physically or mentally impaired in the use of telecommunications to connect with those most important to them. Minimizing the range of functions and customization are the key features of the device. The phone is the size of a credit card, it's light and has no dialing buttons. The buyer can use the product's website to design their own phone, which will then be printed by the company using 3D technology and mailed. During this configuration process, there is an option to select whether the phone should store 2, 4, 8 or 12 names, and whether the touchscreen buttons corresponding to each of these should feature a name, a picture or braille text. The phone's appearance can also be customized by personalizing the phone's skin. The most expensive *OwnFone* configuration costs around 70 GBP.



INSTAGRAN



Web

www.designs-on.com

Projektgazda Project Owner

Yuni Lee, Karoline Kirchhübel Andersen

Témakör Topic

Kommunikáció, Társas kapcsolatok
Communications, Social ties

Célközönség Target Group

Családos idősek
Senior citizens with families

Leírás Description

Az *Instagran* összeköti a különböző generációkat. Az egyszerű eszköz hagyományos tévécsatornaként funkcionál, amelyre a fiatalok képeket, videókat tölthetnek fel így az otthoni, offline televíziókészüléket bekapcsolva az idős nagyszülők sem maradnak le az unokáikkal történt eseményekről.

Instagran connects generations. The simple device functions as a traditional TV channel that allows younger family members to upload images and videos. Simply tuning in to the offline TV set at home, elderly grandparents never miss a single event from their grandchildren's lives.





PÉNZÜGYEK ÉS MUNKAVÁLLALÁS

FINANCES AND
EMPLOYMENT

SENIOR DESIGN FACTORY



A *Senior Design Factory* tereket, szolgáltatásokat és termékeket fejleszt az idős emberek életminőségének és önértékelésének javítására. Projektjeiknél elsődleges szempont a 65 év felettiek integrációja. Az idősekkel közösen tervezett és készített termékeket piacképessé téve nem csak jövedelmet biztosítanak nekik, de a fiatalok számára is láthatóvá és vonzóvá teszik több évtizedes, értékes tudásukat. A *SDF* felfogásában a design híd az egymástól eltávolodott generációk között.

The *Senior Design Factory* develops spaces, services and products to improve the life quality and self-esteem of seniors. The main focus of their projects is the integration of the 60+ generation. Making the products - designed and realized together with the seniors - marketable the designers not only provide them with an income but they make the seniors' valuable and long-established knowledge visible and attractive for young people, as well. According to *SDF*, design is a bridge between the generations far removed.

Web

www.senior-design.ch

Tervezők Designers

Debora Biffi, Benjamin Moser

Város City

Zurich (SUI)

Témakör Topic

Társas kapcsolatok, Oktatás, Pénzügyek
Social ties, Education, Finances



Célközönség Target Group

65+ és edukáció minden korosztálynak, generációk közti kapcsolatteremtés

65+ and education for all ages, connecting generations

Mérföldkövek Milestones

2008: diploma megszerzése a zürichi művészeti egyetemen (Zürcher Hochschule der Künste), Style & Design szakon

2008-2011: generációkat átfogó design projektek

2011: az első két bázis – üzlet és műhely, illetve étterem – megnyitása

2011-2013: étterem működtetése, termékek fejlesztése, workshopok és különböző generációs design projektek szervezése, előadások tartása Los Angelesben, Szöulban, Tokióban és Berlinben

2013: a SDF átköltözése aktuális székhelyére (design stúdió és concept store), az első két bázis bezárása, a termékkínálat szűkítése

2013-től: középpontban az edukációs tevékenység – a generációkat átfogó, univerzális design, az akadálymentes lakóterek népszerűsítése áll

2008: graduation from the Zürcher Hochschule der Künste, Style & Design faculty

2008-2011: design projects incorporating generations

2011: opening the first two bases – shop and workshop and restaurant

2011-2013: operating a restaurant, development of products, and organizing workshops and different generations' design projects, lectures in Los Angeles, Seoul, Tokyo and Berlin

2013: moving SDF to its current headquarters (design studio and concept store), closing the first two bases, decreasing the range of products

From 2013: educational activity with the focus on: universal design, bridging the generations, promoting accessible living spaces

Kihívások Challenges

A tervezők nem találtak a piacon olyan esztétikus és minőségi design termékeket, amelyek az 50 év feletti, idősebb generációnak szóltak volna – környezetükben a fiatal tervezők nem foglalkoztak ezzel a korosztállyal. A designban olyan közös nevezőt kerestek, mely a fiatalok és idősek közti együttműködést ösztönzi.

„Fontosnak tartjuk, hogy a társadalom tisztában legyen a demográfiai változásokkal járó lehetőségekkel és kockázatokkal. Ezeket szeretnénk megmutatni.”

The designers did not find any esthetic and quality design products on the market that related to the 50+ generation. Young designers around them did not take this generation into consideration. They were looking for a common denominator in design that would encourage the cooperation of young and old.

'We think it is important that the society is aware of the opportunities and risks caused by demographic changes. We would like to present these.'

Válaszok Answers

Debora és Benjamin diplomamunkájuk során 27 idősek otthonába látogatott el, ahol a nyugdíjasokkal közösen terveztek és kötöttek ruhakollekciót. Stúdiójuk megalapításával az volt a céljuk, hogy a design segítségével hidat teremtsenek az idős és fiatalabb korosztályok közt. Kezdetben főként a kortárs designt ötvözték a régi, akár 60 év tudását felölelő technikákkal. A termékek közt volt például szakácskönyv idősek receptjeivel és fiatal grafikusok illusztrációival, vagy divatos felsők nyugdíjasok által készített nyomatokkal. Az eladásokból befolyó profitot az alapítók a projektekben résztvevő időseknek ajánlották fel, ám ők ezt többnyire nem fogadták el, és inkább felajánlották egy közös egyesületbe, ezzel támogatva az SDF további projektjeit és oktatási tevékenységét. Később megnyitották, az időseket és fiatalokat egyaránt foglalkoztató éttermüket és el kezdték a tudáscserét és társas kapcsolatokat ösztönző workshopjaikat.



While working on their thesis, Debora and Benjamin visited 27 homes for seniors, where they designed and knitted a collection of clothes together with retired people. By establishing their studio, they wanted to build a bridge between older and younger generations through design. In the beginning, they blended contemporary design with older technologies encompassing 60 years. One of their products was a cookbook with recipes by the elderly and illustrations by young graphic artists or trendy tops with prints made by seniors. The founders offered the participating seniors the profit from the sales but most of the time they did not accept it but set it aside for a joint association, supporting further projects and educational activities of *SDF*. They opened a restaurant with both old and young employees and started their workshops facilitating an exchange of knowledge and social relations.

Tanulságok Lessons learned

„Egyenlő partnerekként kezdtük el a közös munkát, életkortól, esetleges gyengeségektől, betegségektől függetlenül. Ebből azt tanultuk, hogy az idős emberekben hatalmas lehetőség rejlik, amit nem szabad veszni hagyni.”

‘We started working together as equal partners, regardless of age, weaknesses and illnesses. We have learned the elderly represent a huge opportunity that must not be wasted.’

Jövő Future

„Mindig az volt a tervünk, hogy a diplomamunkánkat vállalkozássá fejlesszük. Ez szerencsére sikerült is. Célunk az, hogy a *Senior Design Factory*-t addig fejlesszük, hogy saját időskorunkat is épp olyan színesen és örömtelin élhessük meg, mint ahogy azt elképzeljük.”

‘We always wanted to develop our diploma study into a business. Luckily, we did it. Our goal is to further develop the *Senior Design Factory* to a point where we can live our own old age as colorful and happy as we imagined.’

/Az interjúrészletek Szilágyi Andrea a Senior Design Factory tagjaival 2015 tavaszán készített beszélgetéséből származnak

Segments of an interview by Andrea Szilágyi with members of Senior Design Factory, spring of 2015/

ROOM FOR TEA



Web

www.roomfortea.com

Projektgazda Project Owner

Room for Tea

Témakör Topic

Társas kapcsolatok, Pénzügyek, Munkavállalás
Social ties, Finances, Employment

Célközönség Target Group

Nagyobb lakásban vagy házban élő idős emberek és megfizethető szobát kereső fiatalok

Elderly living in bigger apartments and young people looking for affordable rooms

Leírás Description

2012-ben a Design Council *Independence Matters* címet viselő pályázatán a fizikai és mentális hanyatlás, illetve társas elszigetelődés következtében elvesztett függetlenségünk megőrzésére kerestek megoldásokat. A kihívásra adott hét koncepció egyike a *Room for Tea* "otthon megosztó" hálózat. A *Room for Tea* online platform megfizethető szálláslehetőséget biztosít a Londonban rövid időszakra lakhatást kereső fiatalok számára, ezzel párhuzamosan pedig költség-hatékony módon csökkenti az egyedül élő idősek társas elszigetelődését és kiszolgáltatottságát. Megfizethető árú lakást találni Londonban nagyon nehéz, holott sok fiatal kezdi ott tanulmányait vagy karrierjét – egy olcsóbb lakhatási lehetőség számukra fontos kezdőlépést jelenthet. Eközben számos idős él számára nagy és ezért nehezen fenntartható lakásban, eseti segítséggel vagy anélkül.

A szolgáltatás ezt a két célcsoportot köti össze: a fiatalok az olcsó lakhatásért cserébe társaságot nyújtanak az időseknek, segítenek a mindennapok apró kihívásaiban (leviszik a szemetet, bevásárolnak) és jelen tudnak lenni bármilyen gond esetén. Az idősek számára a *Room for Tea* hálózatához való csatlakozás bevételi forrást, megbízható segítséget és üdítő társaságot jelent, amely mind fontos tényezője függetlenségük és aktivitásuk megőrzésének. A szolgáltatás regisztrációhoz kötött, a vendégek és a szállásadók Skype-on keresztül is kapcsolatba léphetnek, illetve megoszthatják egymással kedvenc szabadidős tevékenységeiket, érdeklődési körüket. Ma a hálózat több mint 80 aktív szállásadóval és több mint 3200 vendéggel üzemel. A visszajelzések rendszeres monitorozásával a fejlesztők a rendszer tökéletesítésén dolgoznak.

In 2012, applicants to the Design Council's call for submissions titled *Independence Matters* set out to find solutions for reclaiming independence lost due to fading physical and mental abilities and social isolation. One of the seven concepts submitted to the challenge was the *Room for Tea* "home sharing" network. *The Room for Tea* online platform offers young people looking for temporary accommodations in London an affordable solution, and, at the same time, represents a cost-effective way to relieve the isolation and vulnerability seniors living alone may experience. It is extremely difficult to find an affordable apartment in London, yet it is nonetheless where many young people head to pursue their studies or launch their careers - access to cheaper accommodations could mean a very important first step to help them get off the ground. At the same time, many elderly people live in apartments that are large and, thus, hard to maintain, with only occasional assistance or entirely on their own. The service connects these two target groups: young people keep seniors company in exchange for cheap lodgings, assisting them with the small challenges of everyday life (taking down the trash, grocery shopping) and lending a helping hand in case of any problems. Joining the *Room for Tea* network offers the elderly a source of income, reliable assistance and pleasant company – all important factors in preserving their independence and helping them remain active. The service requires registration, guests and hosts can contact each other on Skype and can also share interests and favorite leisure activities. Today the network has over 80 active hosts and over 3200 guests. Developers regularly monitor feedback to perfect the system.

TRADING TIMES



A Trading Times egy online szolgáltatás, amely segít az 50 év feletti aktív idősöknek megtalálni a szakmájuknak megfelelő munkalehetőségeket egy adott földrajzi térségben.

Trading Times is an online service helping the active 50+ generation to find jobs with the skills they have, in a given geographic area.

Web

www.tradingtimes.org.uk

Tervezők Designers

Dr. Jonathan Collie (AMBT Ltd.)

Témakör Topic

Pénzügyek, Munkavállalás
Finances, Employment

Célközönség Target Group

50 év feletti, aktív, munkavégzésre alkalmas emberek
50+ active people, fit to work



TRADING TIMES

jobs for those who care



After 30 years in finance and local government, Mary has a lot to offer local employers, without the need for them to commit to full time employment. 'I've learned a great deal about life and business,' she says, 'and I've no intention of wasting that!'

Trading Times
Connecting employers with the people they need

Mérföldkövek Milestones

2011: az ötlet bekerül a Design Council *Living Well with Dementia* programjába

2011-2013: a vállalkozási modell és a honlap fejlesztése

2013: 6 hónapos észak-londoni tesztelés

2014: hivatalos indulás, Londonra koncentrálva

2015: terjeszkedés több angliai nagyvárosra

2011: the idea is selected for the Design Council's *Living Well with Dementia* program

2011-2013: development of the business model and the website

2013: 6 months pilot in North London

2014: official launch, focusing on London

2015: expansion in other cities in England

Kihívások Challenges

Egy angliai felmérés szerint az 50 év felettiek 27%-a szeretné folytatni az aktív munkát, de nem talál alkalmas munkahelyet. Az idős emberek fizikai állapotuk miatt kiszorulnak a munkaerőpiacról: már nem biztos, hogy nyolc órában tudnak dolgozni és nehezen tesznek meg nagy távolságokat otthonuk és munkahelyük között. Sokan emiatt nyugdíjas éveikbe lépve feladják karrierjüket, szakmájukat, holott értékes képességeik, sokéves munkatapasztalatuk lehet egy adott szakterületen. Pedig az aktív munkavállalás egyértelműen fontos szerepet játszik a társas kapcsolatokban, így az idősödő emberek számára hatásos eszköz lenne az elmagányosodás, a haszontalanság érzése ellen. A kis és közepes cégek állandóan keresnek tapasztalt, képzett munkaerőt rövid és rugalmas munkaidőre, de nehezen találják meg őket.

According to a survey conducted in England, 27 % of people over 50 would like to take up paid work but cannot find a matching job. Elderly people are pushed out of the job market due to their physical condition: they might not be able to work eight hours, and have difficulties covering long distances between their homes and their workplaces. Many people give up their careers and their profession when entering retirement years, although they might have valuable skills and years of experience in a given field. Active employment clearly plays an important part in social relations; hence, it could be an effective tool against social isolation and feeling worthless among elderly people. Small- and medium sized companies are in constant search for experienced and trained employees for short and flexible periods but have difficulty finding them.

Válaszok Answers

A Design Council 2011-ben *Living Well with Dementia* (Teljes élet demenciával) címmel design kihívást írt ki, melynek keretében innovatív és fenntartható ötleteket kerestek a demenciával élők függetlenségének és önértékelésének növelésére. A *Trading Times* egyike volt az öt inkubált projektnek. A *Trading Times* egy online szolgáltatás, ami segít az 50 év feletti aktív idősöknek megtalálni a szaktudásuknak megfelelő, otthonukhoz közeli munkalehetőségeket. A honlapra az 50 év feletti munkakeresők regisztrálhatnak, pontosan körülírva, hogy milyen típusú munkát, milyen óraszámban végeznének el. A felületre cégek is feltölthetnek pozíciókat a felkínált munkalehetőségek pontos megjelölésével. A munkavállalók számára a szolgáltatás ingyenes, míg a munkaadó cégek egyszeri 35 £ befizetésével regisztrálhatnak. Ha a munkavállaló által körülírt munka leírása egyezik egy munkaadó által felkínált álláslehetőséggel, akkor a rendszer automatikusan összeköti a feleket.

The Design Council launched a design challenge titled *Living Well with Dementia* in 2011 to find innovative and sustainable ideas to improve the independence and the self-esteem of people living with dementia. *Trading Times* was one of the five incubated projects. *Trading Times* is an online service that helps the active 50+ generation to find job opportunities matching their professional skills in their vicinity. 50+ job seekers may register on the website describing the type of job they want to take and the number of hours. Companies may also upload positions with exact details of the jobs they offer. The service is free for job seekers, and employers pay a registration fee of 35£. Once a job described by the job seeker matches that of a job provided by an employer, the system connects the partners automatically.

Tanulságok Lessons learned

A megkérdezett idősök számára a két legfontosabb kritérium a flexibilis munkaidő, illetve az otthonról való munkavégzés lehetősége volt, így ezen szempontok beépítése kiemelt jelentőséget kapott.

According to the seniors surveyed, the two most important criteria are flexible working hours and the ability to work from the home; therefore, these aspects were treated as most significant.

Hatás Effect

A projekt blogján a leghasznosabb információk és tapasztalatok folyamatosan frissülő tárháza segíti az újonnan érkezők első lépéseit. Ezenkívül számos sikertörténet részletes beszámolóját is elolvashatják itt a látogatók. A rendszer fejlesztését követően hat hónapos tesztelést hajtottak végre London északi térségében. 2014 óta London környékén több mint ezer időskorú munkavállaló regisztrált, és számuk folyamatosan növekszik. Átlagosan minden száz új látogatóból tizenkettő regisztrál is. Egy év elteltével már nemcsak a fővárosban, de más angol nagyvárosokban (Edinburgh, Newcastle, Birmingham, Exeter, Norwich) is elkezdődött a rendszer aktív használata.

The project website helps newcomers to take their first steps with a continuously renewed set of information and experiences. Several success stories are also online for visitors to read. After completion, the system was tested for a six months period in North London. Since 2014, more than a thousand senior job seekers have registered from around London and their number is growing. Generally, every twelve out of one hundred new visitors register. A year later the active use of the system has begun in not just London but in other cities in England, as well (Edinburgh, Newcastle, Birmingham, Exeter, Norwich).



THE AFTER WORK CLUB



Web

www.theafterworkclub.co.uk

Projektgazda Project Owner

Thinkpublic Ltd.

Témakör Topic

Pénzügyek, Munkavállalás, Társas kapcsolatok
Finances, Employment, Social ties

Célközönség Target Group

Idős, nyugdíjazott férfiak
Older retired men

Leírás Description

Az *After Work Club* mozgalom és hálózat tagjai olyan idős férfiak, akik bár már elérték a nyugdíjkorhatárt, nem szeretnék abbahagyni a munkát, szükségük van az alkalmazotti lét biztosította strukturált életre, és továbbra is szeretnének egy csapat, egy közösség hasznos tagja lenni. A kezdeményezés online és offline felületet biztosít ahhoz, hogy a vállalkozó szellemű, aktív életet élni kívánó idős férfiak közös érdeklődésük mentén megtalálják és inspirálják egymást, új kapcsolatokat építsenek és hasznosan töltsék mindennapjaikat. Ha a klub tagjai célokat tűznek ki – például utazás, tanulás vagy vállalkozás formájában – akkor a közösség segít nekik megadni a kezdő lökést és mérföldkövekkel, eseményekkel elérni ezeket a célokat. A projekt egyike a Design Council *Independence Matters* (2012) pályázatán megvalósult ötletek egyikének.

The After Work Club movement and network is comprised of elderly men who, while already having reached retirement age, do not wish to stop working, who need the structure afforded by the employee lifestyle, and who wish to remain useful members of a team or community.

The initiative provides both online and offline platforms for these enterprising older men still wishing to live an active life to find and inspire each other along common interests, to make new connections and spend their days productively. If members of the club define specific goals – in the form of travel, education or entrepreneurship, for example – the community helps them take the first step and supports reaching these goals with milestones and events. The project is one of the ideas realized in the framework of Design Council's *Independence Matters* (2012) competition.



ENCORE



Web

www.encore.org

Projektgazda Project Owner

Marc Freedman

Témakör Topic

Pénzügyek, Oktatás, Társas kapcsolatok
Finances, Education, Social ties

Célközönség Target Group

Nyugdíjba lépő amerikai idősek
Retiring or recently retired senior citizens in the US

Leírás Description

Az 1997 óta működő *Encore* szervezetéhez nyugdíjazás előtt álló, illetve nyugdíjazott férfiak és nők csatlakozhatnak, hogy felszabadult tudásukat, tapasztalataikat és idejüket a világ társadalmi problémáinak szenteljék. Marc Freedman alapító megfogalmazásában ez a társadalmi csoport az Egyesült Államok kevés növekvő erőforrásának egyike. A szervezetnek jelenleg 465 regisztrált tagja van, akik közül sokan már az *Encore*-ban végzett tevékenységüket tekintik életük legfontosabb hagyatékának. Az *Encore* 2006-ban megalapította a *The Purpose Prize* díjat, melyet évente hat társadalmi vállalkozónak osztanak ki.

In the words of founder Marc Freedman, this demographic is one of the few expanding pools of resources in the United States. The organization currently has 465 registered members, many of whom now consider their work done in *Encore* to be their lives most important legacy. *Encore* founded *The Purpose Prize* in 2006,

which is awarded to six social entrepreneurs each year. The *Encore* organization, founded in 1997, welcomes men and women who have recently retired or are currently in the process of retiring, offering them a chance to dedicate their now underutilized capacities - knowledge, experience and time - to solving the world's most urgent social issues.





Web

www.animate-aal.eu

Projektgazda Project Owner

ANIMATE Konzorcium
ANIMATE Consortium

Témakör Topic

Pénzügyek, Oktatás
Finances, Education

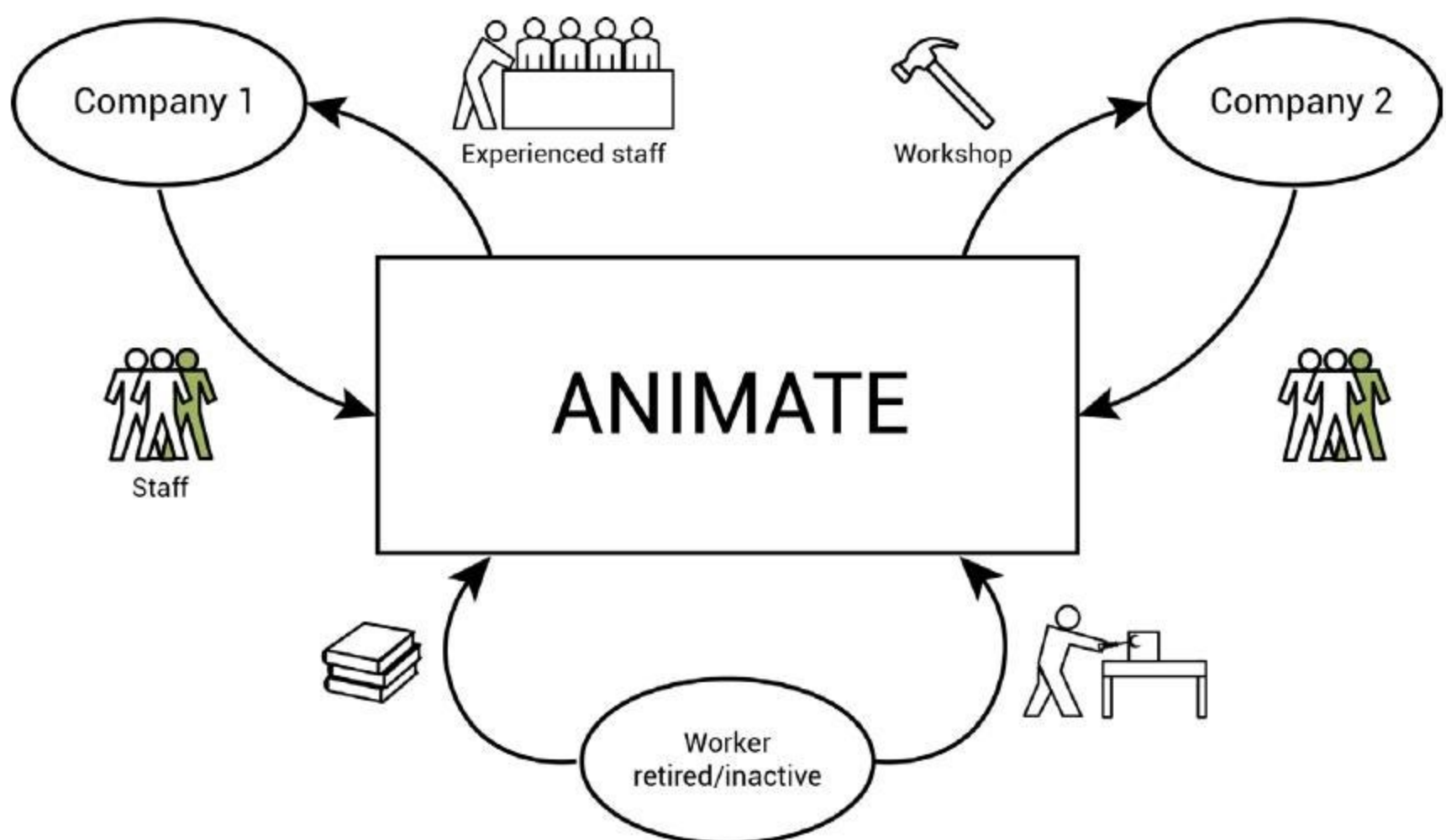
Célközönség Target Group

Idős dolgozók és nyugdíjasok, kezdő munkavállalók és munkanélküliek, cégek
Working and retired senior citizens, new additions to the labor force, the unemployed and corporations

Leírás Description

Az *Animate* egy generációk közötti kommunikációt segítő szolgáltatás rendszer, amely különböző profilú cégek hatékonyságát javítja a szakképzett idős dolgozók tudásának elérhetővé tételével. A program keretében a nyugdíjkorhatárt elérő vagy már nyugdíjas emberek mentorálnak kezdő munkavállalókat. A mentoráció cégen belül, de cégek közt is megvalósulhat, ha például egy kezdő vállalkozás tapasztalt szakmabeli tréneret keres fiatal dolgozói számára. Az *Animate* lehetőséget ad a cégek, mentorok és fiatal munkavállalók egymásra találására, emellett segít szakképzett nyugdíjasok és munkanélküliek összekapcsolásában is. A programot európai szervezetek működtetik konzorcium formában.

Animate is service network assisting communication across generations, which increases the efficiency of corporations from a variety of different fields by allowing them access to the knowledge of highly trained older employees and professionals. In the program, senior citizens nearing or at retirement age mentor new additions to the workforce. Mentoring can take place within a single corporation or across companies, if, for example, a startup is looking for experienced trainers for their young employees. *Animate* offers companies, mentors and young employees a platform to connect, and also helps link highly trained senior citizens with the unemployed. The program is operated by European organizations in the form of a consortium.



SENIOR MENTOR PROGRAM



Web

www.civilvallalkozasok.hu

Projektgazda Project Owner

Civil Vállalkozások NGOs

Témakör Topic

Oktatás, Társas kapcsolatok
Education, Social ties

Célközönség Target Group

55 év feletti idős felnőttek és tanulási nehézségekkel küzdő általános iskolások
Senior citizens over the age of 55 and elementary school students with learning difficulties

Leírás Description

A *Senior Mentor Program* keretében 55 év felettiek segítenek oktatóként, mentorként azoknak az általános iskolás diákoknak, akiknek gondot jelent az olvasás elsajátítása. A program célja, hogy az iskolai oktatást kiegészítő alkalmakkal segítse a diákok fejlődését, illetve, hogy a hasznos tevékenység és társas kapcsolatok által javítsa a programban résztvevő idősebb felnőttek életminőségét, önbecsülését. A sikeres mentor és oktató kvalitásait könnyű megtalálni az idősebb felnőttekben, akik türelmesek, gyors megoldások erőltetése nélkül hajlandóak időt szánni a gyerekekre, és rendszeresen tudnak tanítványaikkal foglalkozni. Kimutatások szerint a tanítás utáni programokban részt vevő diákok jobb jegyeket szereznek, nagyobb arányban készítik el a házi feladatot és kevesebbet hiányoznak az iskolából. Jelenleg 30 szolgálati helyszínen több mint 120 tag vesz részt a programban.

In the *Senior Mentor Program*, adults over the age of 55 teach and mentor elementary school students with difficulties learning to read. The aim of the program is to assist students' development with extracurricular sessions and to enhance the quality of life of the participating older adults through useful activities and social relationships. The qualities necessary to be a successful mentor or teacher are easily found in older adults, who are patient, willing to focus on children without forcing quick solutions on them and who have the opportunity to spend time with their students regularly. Studies show that students participating in after-school activities get better grades, are more likely to do their homework and miss less school. Currently, over 120 members are participating in the program at 30 service locations.



REVERSE SUMMER SCHOOL



Web

www.openideo.com/challenge/youth-mentor

Projektgazda Project Owner

Mathieu Chevalier

Témakör Topic

Oktatás, Társas kapcsolatok
Education, Social ties

Célközönség Target Group

Fiatal, kiegészítő jövedelmet kereső felnőttek és tanulni kívánó idősek
Young adults looking for side income and senior citizens who want to learn

Leírás Description

Az *OpenIDEO* ötletpályázatának egyik nyertes koncepciója egy fordított oktatási rendszer, amelyben fiatalok tanítanak időseket nyáron, kihasználatlan iskolaépületekben. Az *OpenIDEO* design kihívása arra kereste a választ, hogy miként ösztönözhetünk fiatalokat az idősek mentorálására. Mathieu Chevalier felvetése a kiegészítő jövedelmet kereső fiatal felnőtteket és a tanulni kívánó időseket célozza meg, mindezt összekapcsolva az iskolák épületének és infrastruktúrájának átmeneti hasznosításával. A szereplők egymásra találását webes alkalmazás segíti. Itt a jelentkező fiatal tanárok megadhatják kurzusaik tárgyát, legyen szó a közösségi média, az okostelefon, a digitális kamera használatáról, vagy épp az interneten keresztül történő vásárlásról. A tanulóvá váló idős emberek órabérért vesznek órákat, de párhuzamosan egy kreditalapú bartel rendszer is működne: a fiatal oktatók a tanítással gyűjtött pontokat beválthatják, és maguk is tanulhatnak az idősektől – főzést, művészeteket, szakmákat.

A társadalmi vállalkozás lényegi eleme az iskolákkal, önkormányzatokkal való szoros együttműködés.

One of the winning proposals at the *OpenIDEO* idea competition describes an education system where the roles are reversed, that has young adults teaching senior citizens in underutilized school buildings during the summer months. The *OpenIDEO* design challenge was searching for the answer to how we can incentivize the younger generation to mentor the elderly. This concept by Mathieu Chevalier targets young adults looking for a source of side income and senior citizens who want to learn, adding the temporary utilization of school buildings and infrastructure to the potential benefits. A web-based application helps participants connect with each other. Young teachers applying to the program can upload the subjects of their courses here - be that an intro to social media, smartphones or digital cameras, or even online shopping. The senior citizens returning to school take their classes on a pay per hour basis – but the concept also details a credit-based barter system: young teachers can redeem points collected through teaching and learn something from the participating elderly themselves – cooking, arts, professions. Collaboration with schools and municipal governments is a core element of this social enterprise.





Web

www.designs-on.com

Projektgazda Project Owner

Karoline Kirchhübel Andersen, Nadine Stares

Témakör Topic

Társas kapcsolatok, Szabadidő
Social ties, Recreation

Célközönség Target Group

Kertes házban élő idősek és cserkészek
Senior citizens and scouts

Leírás Description

A *Sprouts* egy olyan közösségi projekt, amely a cserkészeknek lehetőséget ad jelvények megszerzésére azáltal, hogy idős emberek kertjét gondozhatják. A fiatalok tevékenységük során közelebb kerülnek a természethez, kertészkedéshez, míg az idős embereknek nagy segítséget jelent a kerti tennivalók elvégzése.

Sprouts is a community project that offers scouts a chance to earn badges for taking care of senior citizens' gardens. This activity brings the younger generation closer to nature, to gardening, while taking a load off senior citizens, who'd have a hard time tending their own gardens.





VÁROSI KÖRNYEZET ÉS MOBILITÁS

URBAN ENVIROMENT
AND MOBILITY

DESIGN FOR AGEING



Web

www.wsadesignforageing.wix.com/exhibition

Projektgazda Project Owner

WSA - Winchester School of Art University of Southampton
(Projektvezető / Project leader: Dr. Yuanyuan Yin)

Témakör Topic

Városi környezet, Mobilitás
Urban environment, Mobility

Célközönség Target Group

A bevásárlást egyedül végző idősök
Senior citizens shopping alone

Leírás Description

Az idősebb korosztály számára egy egyszerű bevásárlás során számos probléma merül fel, úgymint a bevásárlókocsi mérete, magassága, irányíthatósága és mélysége, a polcok magassága, a szűk folyosók és pénztárkialakítások, a termék címkéinek mérete, a megpihenésre alkalmas ülőhelyek hiánya, vagy a bolti eladók számának elégtelensége. A WSA kezdeményezésében egy két éves előkutatási program tárta fel és hasonlította össze a brit és kínai nyugdíjasok fogyasztói viselkedésmintáit és vásárlási szokásait. A kutatást követően a felmerülő problémák megoldására összesen hét "okos" koncepció született, amit 2013-ban egy kiállítás keretében mutattak be:

- *Lifting Trolley*: kosaras bevásárlókocsi, melyből a kosár könnyedén kiemelhető
- *Smart Trolley*: magasított, okos bevásárlókocsi, melynek kosarát ráakasztható szatyor helyettesíti, a kosárba rakott termékek egy szkennel segítségével azonnal beazonosíthatók
- *Smart Electronic Shelves*: okos polcok, nagyobb, jól látható árcímkékkel, melyek dőlési szöge a polc magasságához igazodik, a polcok végén termékleolvasó modul található
- *Vending Freezer*: ételautomataként működő hűtőpult, amely alá betolható a bevásárlókocsi, a kiválasztott termék pedig egyszerűen beleesik
- *Wait Without Weariness*: a sorban állási procedúrát sorszámokkal megkönnyítő megoldás, ahol ülve várakozhatunk sorunkra
- *Conveyor Self-Checkout Service*: automatizált kassa, ahol a kocsit csak át kell tolni a beolvasó eszközön
- *Mini Market*: rövid, gyors vásárlásokra kifejlesztett megoldás, ahol a polcokon csak egy, leolvasó készülékkel kiválasztható minta termék van, amit a vásárló a kasszá-nál kap meg, így nem kell cipelnie az árukat

Senior citizens face a number of obstacles during routine grocery shopping, such as the size, height, maneuverability and depth of shopping carts, the height of shelves, narrow aisles and checkout lanes, the size of product labels, the lack of seating to rest or the limited number of store personnel.



A two-year pre-study launched by WSA explored and compared consumer behavior patterns and shopping habits of British and Chinese pensioners. Following the study, a total of seven "smart" concept ideas were proposed to counter the arising issues, which were showcased at an exhibition in 2013:

- *Lifting Trolley*: a shopping cart with basket, with an easy-to-remove basket
- *Smart Trolley*: an extended smart shopping cart, with a bag attached instead of a basket, which allows for products in the cart to be identified with a scanner
- *Smart Electronic Shelves*: smart shelves with bigger, more visible price tags, angled to match the height of the given shelf and including a barcode reading module
- *Vending Freezer*: a display freezer that works like a vending machine, which drops the selected product into the shopping cart which can be pushed directly underneath
- *Wait Without Weariness*: a solution simplifying the queuing procedure with waiting numbers, offering elderly consumers a chance to sit or rest while waiting
- *Conveyor Self-Checkout Service*: an automated cash register where the cart is pushed through a scanning device on a conveyor
- *Mini Market*: a solution for short, quick shopping trips, with only a sample of each product displayed on the shelves which can be selected using a scanner
- the customer subsequently receives their purchases at the cash register, making carrying products across the store unnecessary



PIT STOP POSTS



Web

www.designs-on.com

Projektgazda Project Owner

IDEO Singapore

Témakör Topic

Városi környezet, Mobilitás
Urban environment, Mobility

Célközönség Target Group

Mozgáskorlátozott, de még közlekedni vágyó idősök
Senior citizens with disabilities, who still want to get around independently

Leírás Description

A *Pit Stop Post* a közlekedési megállóban kihelyezett botok, amelyekre az idős emberek támaszkodhatnak és így megpihenhetnek a tömegközlekedési járművekre való várakozás közben.

Pit Stop Posts are posts placed in public transport stops for senior citizens to lean on and rest while waiting for the appropriate public transport vehicle to arrive.



MITFAHRERBANK



Web

www.caritas-westefel.de

Projektgazda Project Owner

Caritasverband Westefel e.V.

Témakör Topic

Városi környezet, Mobilitás, Társas kapcsolatok
Urban environment, Mobility, Social ties

Célközönség Target Group

Vidéken élő idősek, akik autó nélkül élnek és ezért a közlekedésben kiszolgáltatottak
Senior citizens living in rural areas, who don't own a car and have limited transport options

Leírás Description

A *Mitfahrerbank* egy Speicher nevű község (Németország) számára fejlesztett közlekedési koncepcióterv része. A *Mitfahrerbank* egy türkizkék színre festett pad, mely a városháza előtt kap helyet. A gépkocsivezetőkkel a fejlesztők megismertették ezeket a pontokat. Az autóval nem rendelkező emberek a padot használva útitárs keresésére kapnak lehetőséget, így az utazás különösebb technikai eszközök nélkül létrejöhet, ami különösen az idős emberek számára hasznos. Az utazni kívánók egy táblán jelezhetik úti céljukat, így a sofőrök egyből tudják, érdemes-e megállni. Az utazás során az utasok és vezetők közt könnyen kialakulnak beszélgetések, ezáltal a *Mitfahrerbank* egyben a találkozás és eszmecsere helye is.

The *Mitfahrerbank* is part of a transport concept proposal for a *Speicher community* (Germany). The *Mitfahrerbank* is a turquoise bench placed in front of the town hall. Developers make sure drivers are aware of this location. People who don't have their own car can use the bench to find travel companions, allowing journeys to take place without the use of any special technical devices - something particularly useful for senior citizens. The would-be travelers can indicate their destination on a sign, so that drivers immediately know whether there's any point in stopping. Conversations easily come about during travel, so the *Mitfahrerbank* is also a meeting point and a platform for sharing thoughts and ideas.



PROMENADE BAGROLLATOR



Web

www.inclusion-by-akpdesign.dk

Projektgazda Project Owner

AKP Design

Témakör Topic

Mobilitás

Mobility

Célközönség Target Group

Bevásárolni járó, gyalog közlekedő idős emberek

Seniors who walk to do shopping

Leírás Description

A *PROMENADE BagRollator* a klasszikus troli (vagy közismert és udvariatlan nevén "banyatank") újraértelmezéseként egyszerre használható bevásárlókocsiként, járókeretként és ideiglenes ülőalkalmatossággként. A hagyományos guruló bevásárlókocsival szemben a *BagRollator*t nem húzni kell, hanem magunk előtt tolni, így az a sétát is kényelmesebbé teszi idős emberek számára. A könnyített alumíniumváznak köszönhetően mindössze 8,5 kg súlyú kocsit a négy nagyméretű kerék könnyen irányíthatóvá teszi mind egy, mind két kézzel. A tervezők a táskában kényelmes ülőpárnát helyeztek el, mely a tető felhajtásával válik használhatóvá. Az ülőfelület a felszíntől 62 cm magasságban van, így a lábak ülőhelyzetben is a földön maradnak és a felállás sem megerőltető. A praktikus útitárs kiegészíthető sétabottartóval is.

The *PROMENADE BagRollator* is a reinterpretation of the classic trolley (or "granny cart" as it is popularly and impolitely called) and can be used as a shopping cart, a walker or temporary seating. As opposed to the traditional rolling shopping trolley, the *BagRollator* is not pulled but pushed in front of the user, making walking more comfortable for the elderly. Thanks to the lightweight aluminum frame, the four wheels make the 8,5 kg cart easily drivable with either one or two hands. The designers placed a comfortable pillow in the bag to be used upon opening the cover. The seating height is 62 cm above ground so that feet stay on the ground even in a seated position and standing up is not strenuous either. The practical travel companion can be fitted with a cane holder, too.





Web

www.designs-on.com

Tervezők Designers

Martin Meier, Franziska Mayer, David Mallard, Joel Derksen, Karl Jönsson

Témakör Topic

Mobilitás

Mobility

Célközönség Target Group

Mozgáskorlátozott, de még közlekedni vágyó idősek

Senior citizens with disabilities who still want to get around independently

Leírás Description

A *Trikka* járókeret és bicikli egyben: az idős ember maga döntheti el, hogy kényelmesen sétál, vagy pedig felül a Trikkára, és teker egyet.

Trikka is a walker and bicycle in one: senior citizens can decide themselves whether they want to walk comfortably or hop onto *Trikka* and take a ride.



CHANGING GEARs



Web

www.designs-on.com

Tervezők Designers

Kuen Chang, Florian Gerlach

Témakör Topic

Mobilitás, Biztonság

Mobility, Security

Célközönség Target Group

Mozgáskorlátozott, de még közlekedni vágyó idősek

Senior citizens with disabilities, who still want to get around independently

Leírás Description

A *Changing Gears* egy két első kerékkel felszerelt stílusos járókeret, amely egyedi megjelenése mellett segélyhívó és helymeghatározó szerkezettel is ellátott.

Changing Gears is a stylish walking aid with two front wheels, which not only offers a unique look, but is also equipped with emergency signaling and location devices.



GRAND SLAM



Web

www.designs-on.com

Tervezők Designers

Kuen Chang, Florian Gerlach

Témakör Topic

Mobilitás, Biztonság
Mobility, Security

Célközönség Target Group

Mozgáskorlátozott, de még közlekedni vágyó idősök
Senior citizens with disabilities, who still want to get around independently

Leírás Description

Sok idős ember otthon, házilag próbálja meg biztonságosabbá tenni járókeretét, úgy, hogy félbevágott teniszlabdát rögzítenek a járókeret földdel érintkező végére. Ezt a hétköznapi beavatkozást a designerek integrálták termékükbe. A *Grand Slam* az elegánsan elmetszett teniszlabda darabokat stílusosan foglalja a teniszütőre emlékeztető, fa járókeretbe. A járókeret segélyhívó és helymeghatározó szerkezettel is ellátott.

Many senior citizens try to make their walking aids safer themselves at home, attaching half a tennis ball to the end of the walking aid that touches the ground. Designers have integrated this everyday hack into their product. In *Grand Slam*, the elegantly sliced tennis ball pieces form a stylish part of the wooden walker which itself resembles a tennis racket. The walking aid is equipped with emergency signaling and location devices.



GOOFY FOOT



Web

www.designs-on.com

Tervezők Designers

Dirk Ahlgrim

Témakör Topic

Mobilitás, Szabadidő
Mobility, Recreation

Célközönség Target Group

Mozgáskorlátozott, de még közlekedni vágyó idősök
Senior citizens with disabilities, who still want to get around independently

Leírás Description

Csak azért, mert az ember megöregedett, még nem kell feladni a fiatalságára emlékeztető dolgokat. A *Goofy Foot* egy olyan járókeret, amelynek egyik oldala egy gördeszka. Ha az idős ember kedvet érez, akkor a deszkára feltéve egyik lábát óvatosan suhanhat egy kicsit – a járókeret szerkezete továbbra is gondoskodik használója biztonságáról.

Just because someone is older doesn't mean they have to give up the things that remind them of their youth. The *Goofy Foot* is a walking aid with a skateboard attached on one side. If the user feels like it, they can put one foot on the board and take a careful skate – the walking aid is built to ensure their safety the entire time.



**HÁZTARTÁS ÉS
LAKÓKÖRNYEZET**

**HOUSEHOLD AND
LIVING CIRCUMSTANCES**

OXO GOOD GRIPS



Az OXO háztartási termékei az univerzális design egyik legtöbbször hivatkozott példája. Hétköznapi használati tárgyaik fejlesztésénél a legkülönbébb igényeket szolgáló, legegyszerűbb megoldásokat keresték. Hámozóik, kerti ollóik, cumis üvegeik formatervezésükkel és megfizethető árakkal úttörőnek számítottak a piacon.

OXO household products are among the most often referenced examples of universal design. Designing their everyday household objects, its creators were constantly in search of the simplest solutions to meet a variety of needs. Creative design solutions and affordability rendered their peelers, garden shears and baby bottles pioneers on the market.

Web

www.oxo.com

www.smartdesignworldwide.com

Projektgazda Project owner

OXO Good Grips / Smart Design

Város City

New York (USA)

Témakör Topic

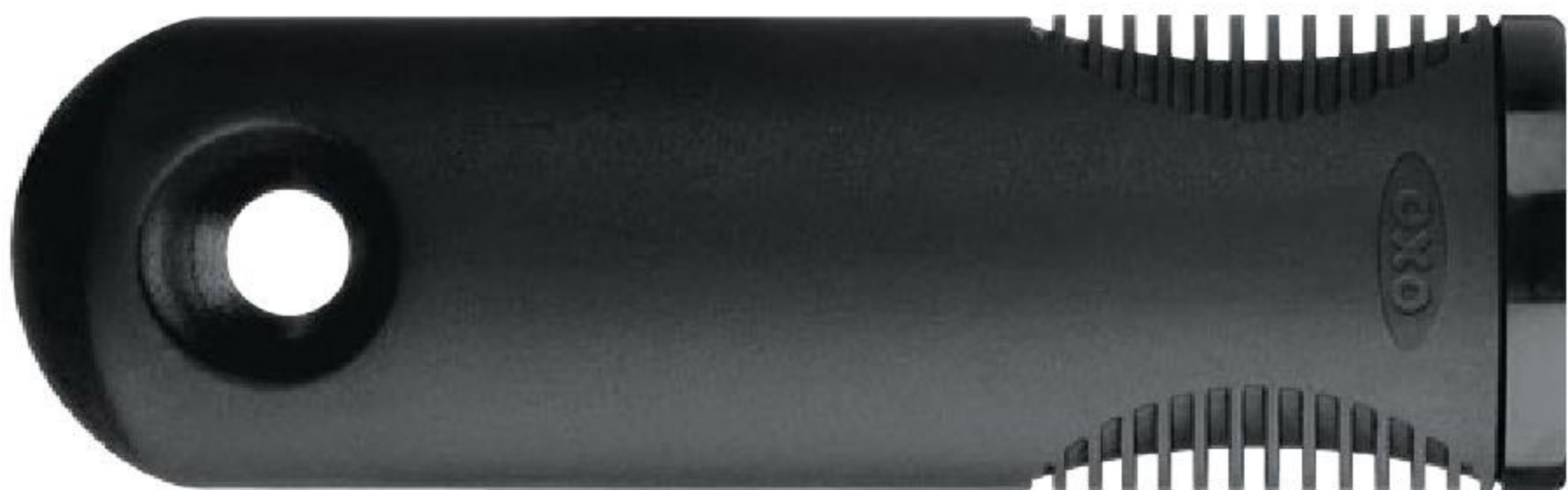
Háztartás és Lakókörnyezet

Household and Living Circumstances

Célközönség Target Group

Univerzális

Universal



Költségek Costs

Egy klasszikus hámozó 8,99\$

A classic Y-peeler 8,99\$

Mérföldkövek Milestones

1990: Sam Farber felkeresi a Smart Designt, és ugyanabban az évben piacra kerülnek első közös termékeik, tizenöt konyhai eszköz; az OXO brand megújul

1990-2004: a Smart Design több mint 500 használati tárgyat tervez az OXO-nak, köztük konyhai főző és tárolóedényeket, háztartási és kerti szerszámokat, irodai eszközöket, csecsemő és kisgyermek termékeket

1990: Sam Farber approaches Smart Design and their first products created together – 15 kitchen utensils appear on the market that same year; the OXO brand is reborn

1990-2004: Smart Design designs over 500 everyday objects for OXO, including cooking and storage dishes and containers, household and garden tools, office appliances and products for infants and children



Kihívások Challenges

Sam Farber, az OXO alapítója 1990-ben kereste meg a *Smart Design*-t, mikor felesége almahámozás közben panaszkodni kezdett az akkor minden boltban 2 dollárért beszerezhető fémhámozó okozta ízületi fájdalmakra. Farber ekkor ébredt rá, hogy a konyhai eszközök piacán nem létezik olyan termék, amely alkalmas lenne férfiak, nők, gyerekek, idősek, egészségesek és fizikai betegségben szenvedők számára egyaránt. Ezután a Smart Design-nal közösen 1 éven belül kifejlesztették első konyhai termékcsaládjukat. Az OXO innentől kezdve minden termékénél nagy hangsúlyt fektetett arra, hogy a kényelem és hatékonyság növelésével megkönnyítse a lehető legkülönbözőbb igényekkel rendelkező használók mindennapjait.

Sam Farmer, founder of OXO, approached Smart Design in 1990, after his wife began complaining about the pain in her joints caused by the then most common metal peeler, sold in every store for 2 dollars. This made Farmer realize that there was no kitchen utensil available on the market that was equally suitable for men, women, children, the elderly, the healthy and the disabled. Within one year of this excited phone call, they developed their first kitchen product line. From this point on, OXO has always focused on increasing comfort and efficiency to make the everyday lives of each and every one of their wide range of customers easier.



Válaszok Answers

A tervezők az azóta ikonikussá vált hámozó esetében számtalan markolat-méret, forma és felület kipróbálása, ergonómiai tesztek elvégzése után egy egyszerű, kerékpármarkolatra emlékeztető, nagy és széles guminyél mellett döntöttek. A következő 20 évben az OXO számára tervezett termékeknél következesek maradtak az univerzális design elveihez, ami az OXO brand védjegyévé vált és nélkülözhetetlen szerepet játszott a cég növekedésében. Bár az évek során a termékfejlesztés technológiai háttere sokat változott, a módszerek állandóak maradtak: több száz háztartásban több ezer használót figyeltek meg, törekedve a különböző fizikai adottsággal rendelkező emberek bevonására, keresve az állandó és egyetemes igényeket, hogy a legszélesebb célcsoport számára a legidőállóbb megoldást találják meg.

After experimenting with countless handle sizes, shapes and surfaces and running numerous ergonomic tests, the designers of the now-iconic peeler chose a simple, large, and wide rubber handle reminiscent of the handles of bicycles. In the next 20 years of designing products for OXO, they remained consistent in applying the principles of universal design, which has become a trademark of the OXO brand and played an indispensable role in the company's progress. Although the technological background of product development has changed a lot throughout the years, the methods have remained the same: the designers observe thousands of users in hundreds of households, making an effort to include people with a wide range of physical abilities, in search of ever-present and universal needs to create timeless solutions for the largest target group possible.

Tanulságok Lessons Learned

Az univerzális design egyik alappillére, hogy ne az átlagos használónak tervezzünk, hanem az attól eltérőnek. A legegyszerűbbnek tűnő megoldás mögött pedig számtalan megfigyelés, kísérlet, újratervezés áll. A jó termék használata annyira magától értetődő, kényelmes és hatékony, hogy a vásárlónak eszébe sem jut, mennyi tesztfázis előzte meg annak létrejöttét. Az OXO időről időre saját korábbi termékeit is újraterveztette, tökéletesítette.

„Az ügyfeleink általában leírják, milyen az átlagos vásárlójuk – például 34 éves nő 2-3 gyerekkel – mi pedig udvariasan végighallgatjuk, és azt mondjuk, hogy nagyszerű, de minket nem érdekel az átlagos vásárló. Amire igazán szükség van a tervezésnél, hogy a szélsőségekkel foglalkozzunk [...] mert, ha megértjük, hogy mik a szélsőségek, akkor az átlagos már jön magától.”

/Dan Formosa tervező, Smart Design társalapító, részlet az Objectified c. filmből, 2009/

One of the pillars of universal design is not designing for the average user, rather for the unusual one. The seemingly simplest solution is usually the result of countless observations, experiments and redesigns. Use of a good product is so obvious, comfortable and effective that the customer doesn't even consider the vast extent of testing phases preceding its creation. Over the years, OXO has also had its own earlier products redesigned and perfected.

'We have clients come to us and say, here is our average customer – for instance female, 34 years old, with 2-3 kids – and we'd listen politely and say that's great but we don't care about that person. What we really need to do to design is look at the extremes, [...] 'cause if we understand what the extremes are, the middle takes care of itself.'

/Designer Dan Formosa, Smart Design co-founder, from the film "Objectified", 2009/



HAND HEALTHY



A *Hand Healthy* egy részvételi tervezéssel kifejlesztett konyhai eszközkészlet, mely az ízületi betegségben szenvedő idősök számára könnyíti meg az alapanyagok feldolgozását. A tervezési folyamatba bevont idősökkel, a közös főzésekből multikulturális „kéztorna” szakácskönyv is készült.

Hand Healthy is a kitchen tool set developed through participatory design aiming to facilitate processing foods by the elderly suffering from osteoarthritis. A multi-cultural “hand healthy” cookbook was developed from the joint cooking with the elderly involved in the design process.

Web

www.simonkinneir.co.uk

Tervezők Designers

Simon Kinneir

Város City

London (ENG)

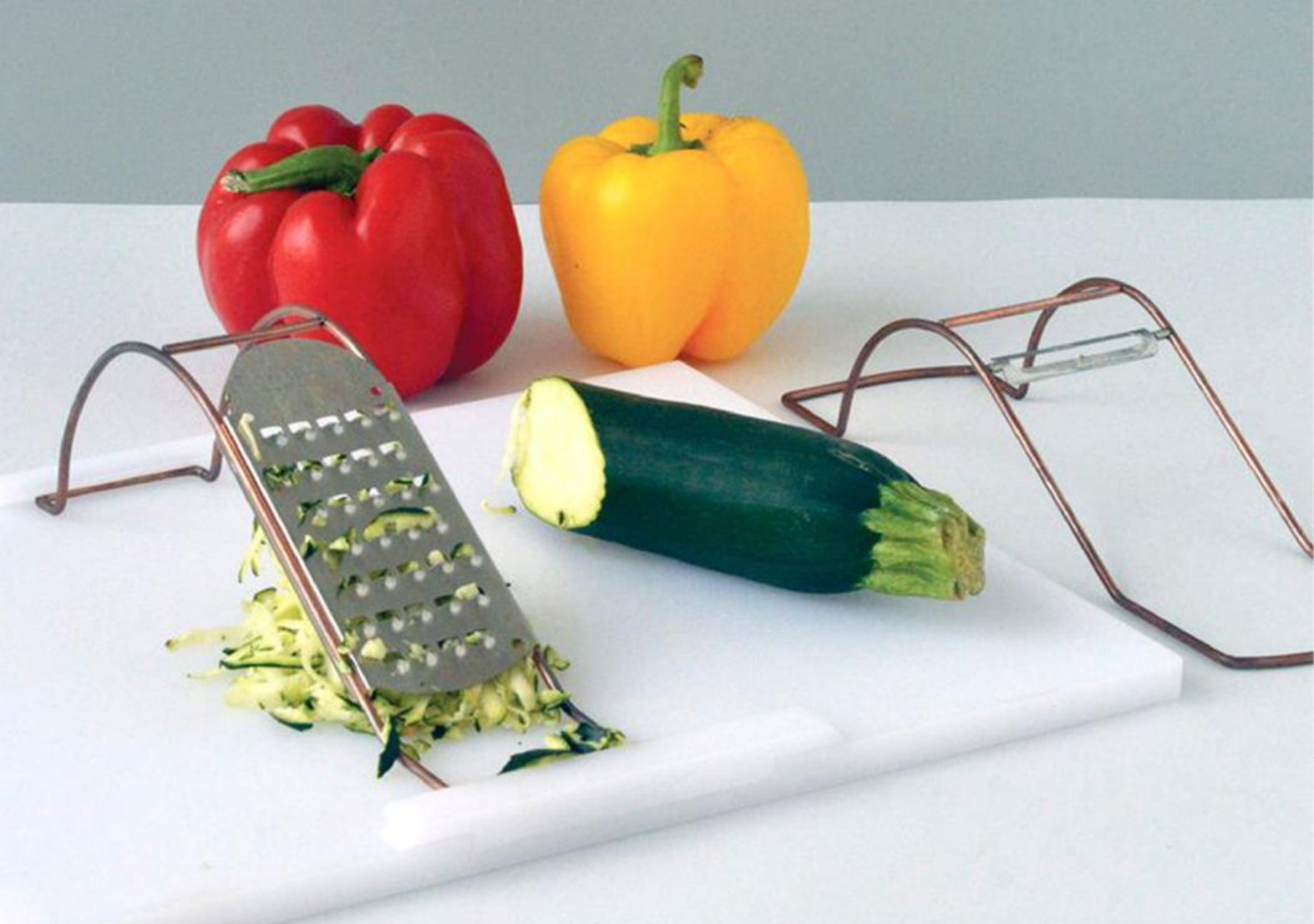
Témakör Topic

Egészség, Háztartás és Lakókörnyezet
Health, Household and Living Circumstances

Célközönség Target Group

55 és 70 év közötti ízületi betegségekben (rheumatoid arthritis) szenvedő emberek, döntően nők

People suffering from osteoarthritis between the ages of 55 and 70 years, mostly women



Mérföldkövek Milestones

2013: a The Helen Hamlyn Centre for Design (Royal College of Art) kutatóasszisztenseként Kinneir elkezdte kutatását és 35 résztvevővel kifejleszti az első szettet, illetve szakácskönyvet

2013-tól máig: a termék fejlesztése, bővítése

2015: a *Hand Healthy* a Design Council (UK) 'One to Watch' szelekciójába kerül

2013: Kinnair begins his research as a research assistant at The Helen Hamlyn Centre for Design (Royal College of Art) and develops the first set and the recipe book

2013-now: development and improvement

2015: *Hand Healthy* is part of the Design Council (UK) 'One to Watch' selection

Kihívások Challenges

Simon Kinneir arra kereste a választ, hogy milyen termékkel lehetne megkönnyíteni az idős emberek mindennapi konyhai feladatait. A választott konyhai feladatkör a főzés első lépése, az alapanyagok előkészítése volt. A tervező ezt a folyamatot vizsgálta meg 35 különböző főzőskultúrájú, súlyos reumás, ízületi betegségben szenvedő idős ember bevonásával. Megfigyelései szerint az arthritisben szenvedő betegeknek a támasztás, markolás és az ezekhez szükséges optimális erő kifejtése okozza a legnagyobb problémát, melyek nélkül a legegyszerűbbnek tűnő konyhai feladatok is küzdelemmé válnak.

Simon Kinneir was looking for an answer as to what products would make the everyday kitchen tasks easier for the elderly. They chose the kitchen task that is the first step in cooking, the preparation of ingredients. The designer analyzed the process with the involvement of 35 elderly people from different cooking traditions but all suffering from severe cases of osteoarthritis. As per his research, the biggest problem for osteoarthritis suffers is to support, to grip and exert the necessary optimal strength. Without it, even the seemingly easy kitchen tasks turn into struggles.

Válaszok Answers

A *Hand Healthy* készlet alapja egy műanyag, téglalap formájú vágódeszka. A deszka két hosszabbik oldalán egy-egy hosszúkas támasztófelület található, melyek közé a tervezett vágó-, illetve reszelő eszközök könnyedén beilleszthetők, cserélhetők. A vágódeszka szorításában az eszközök stabilan és biztonságosan helyezkednek el, így az csökkenti a műveletek elvégzéséhez szükséges kifejtendő erőt.

A *Hand Healthy* kialakításának köszönhetően az alapanyagok előkészítése csak egyfajta kéztartást és mozdulatsort igényel, legyen szó hámozásról, szeletelésről vagy reszelésről. Ez a kézmozgás kíméli a kézfejen található ízületeket, csökkenti az ujjak mozgását és terhelését. A különböző pengéknek köszönhetően a sárgarépa meghámozása éppoly kényelmes munka, mint az uborka vagy a cukkini szeletelése. A fájó ízületek kímélése fontos, de hangsúlyt kell fektetni azok óvatos, irányított és rendszeres edzésére is. Simon Kinneir a projektben résztvevőkkel a közös főzések során egy "kéztorna" szakácskönyvet is készített. A könyv egyszerű, finom és egészséges recepteket mutat be (például házi készítésű kókusztej), amelyek elkészítésével használóik kíméletesen átmozgatják a kézben található ízületeket. A könyv elkészítése egyszersmind motiválta a projektben résztvevőket, segítette elköteleződésüket.

The base of the *Hand Healthy* set is a rectangular plastic chopping board. There are supporting surfaces on both longer sides of the board where the cutting and grating devices can be placed or replaced. The utensils are stable and safe in the hold of the chopping board thereby decrease the strength required for the tasks. Thanks to *Hand Healthy*, the preparation of the ingredients requires only one type of hand gesture and series of movements, whether it is peeling, slicing or grating. This hand movement saves the joints of the hand, decreases the movement of the fingers and their strain. Thanks to the different blades, peeling a carrot is as comfortable as chopping a cucumber or a zucchini. It is important to protect painful joints but their careful, controlled and regular exercise is also vital. Simon Kinneir created a "hand exercise" recipe book with the participants of the project through their joint cooking. The recipes are all simple, tasty and healthy (e.g. home-made coconut milk) and help the user gently exercise their hand joints. The making of the book motivated the participants of the project and helped strengthen their commitment.

Műhelytitkok Trade secrets

A *Hand Healthy* mellett Simon Kinneir számos egyéb konyhai kiegészítőt is tervezett megváltozott állapotú emberek számára. Példaként hozható a *Leaven Range of Cutlery And Kitchen Tools* termékcsalád, amely az evést és az ivást teszi könnyebbé gyengénlátó, vagy teljesen vak emberek számára.

Simon Kinneir has designed a whole range of other kitchen utensils besides *Hand Healthy* for people with altered sensory perception. One of the examples is the *Leaven Range of Cutlery And Kitchen Tools* product line making eating and drinking easier for people with limited eyesight or completely blind.



Web

www.dirkbiotto.com/WORK

Tervezők Designers

Dirk Biotto

Témakör Topic

Háztartás és Lakókörnyezet
Household and Living Circumstances

Célközönség Target Group

A bútor olyan speciális felhasználókat szólít meg, akiket a hagyományos konyhabútorok kialakítása akadályoz abban, hogy önállóan készítsék el ételeiket. Elsősorban a kerekesszékes, az izomerő csökkenése miatt kisebb erőfeszítésre képes, valamint reumás felhasználók számára nyújt segítséget a mindennapokban.

The furniture is geared toward special users who are impaired by the design of traditional kitchen furniture in the independent preparation of their meals. It is particularly useful for users in wheelchairs, suffering from rheumatoid arthritis or impeded by muscular dystrophy in exerting as much force as before.



Leírás Description

A konyhai folyamatok (pl.: aprítás, konzervnyitás, mosogatás) első ránézésre egyszerűnek tűnnek, de ha közelebbről megnézzük őket, komplex mozdulatsorokról van szó, amelyek nehézséget jelenthetnek az idősebb korosztály, illetve más speciális felhasználók számára. A *ChopChop* konyhabútor célja, hogy fizikai kondíciótól függetlenül mindenki számára elérhetővé tegye a főzés és sütés élményét, valamint az önálló ételkészítés lehetőségét. Bár a konyhabútor elsősorban a speciális felhasználók számára készült, praktikus kialakításából és ötletes részleteiből adó-dóan sokak számára vonzó alternatíva lehet. A tervezést megelőzően Dirk Biotto annak érdekében, hogy megfelelő képet kapjon a különböző speciális felhasználók igényeit illetően, egy speciális öltözetekben készített ételeket. Többek között nyakmerevítő, csukló- és könyökszorítók, csuklósúlyok, kesztyűk és fejhallgató segítségével tapasztalhatta meg, hogy a főzés során bizonyos érzékek tompítása, hogyan befolyásolja a műveletek nehézségét.

Kitchen tasks (such as chopping, opening cans and washing dishes) may seem simple, but, taking a closer look, are in fact complex series of moves which could prove difficult for the elderly and others. *ChopChop* kitchen furniture aims to place the joys of cooking and baking and the opportunity to prepare meals independently within reach for everyone, physical condition not withstanding. Although *ChopChop* is intended mainly for special needs users, it could become an attractive alternative for others as well, thanks to its practical design and creative features. Prior to designing *ChopChop*, in order to gain insight into the needs of its special needs users, Dirk Biotto prepared his meals in a special suit. This was equipped with a neck brace, wrist and elbow ties, wrist weights, gloves and headphones, allowing the designer to experience exactly how dimming certain senses impacted the difficulty of kitchen tasks.





Web

www.designs-on.com

Projektgazda Project Owner

IDEO Singapore

Témakör Topic

Háztartás és Lakókörnyezet
Household and Living Circumstances

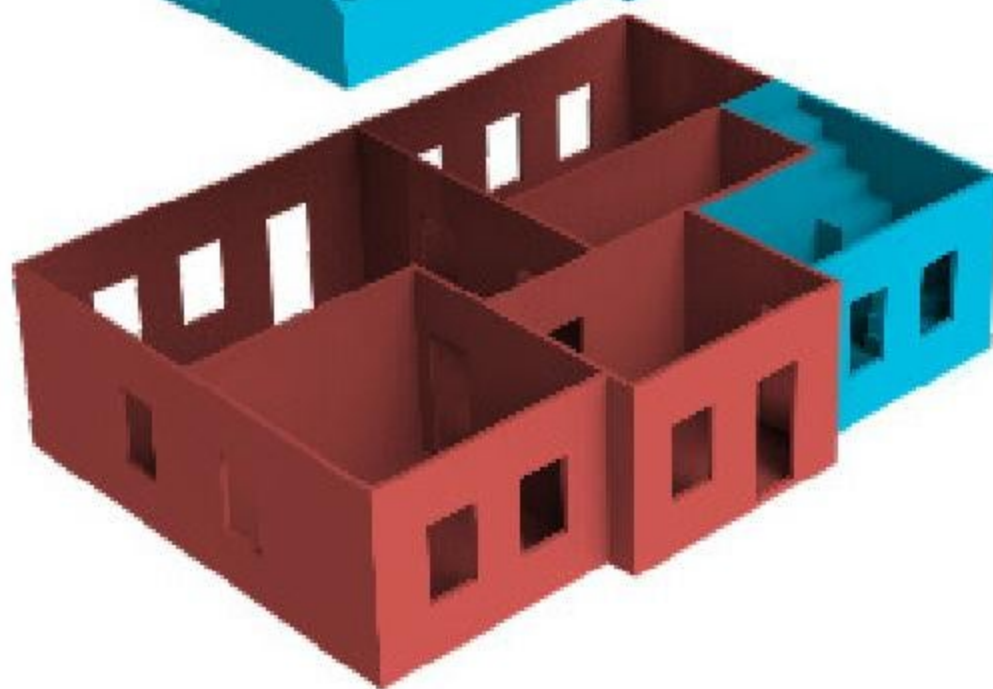
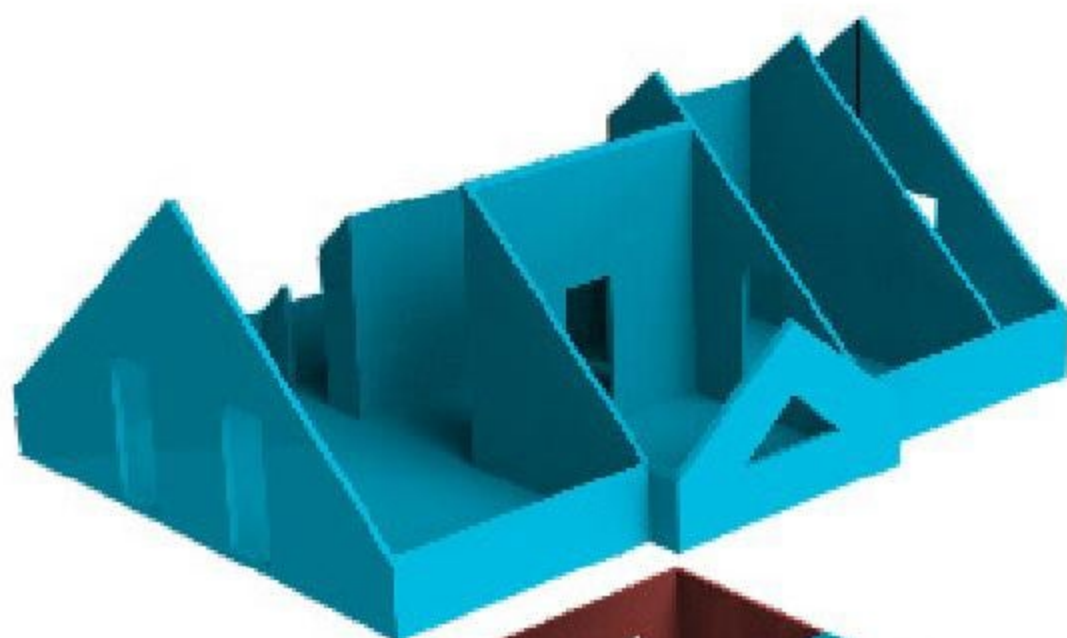
Célközönség Target Group

Saját otthonukban élő idős emberek
Senior citizens living in their own house

Leírás Description

A *Care BnB* egy építészeti terv és menedzsment-szolgáltatás, amely segít megoldani az idős emberek otthoni gondjait, amelyek általában abból fakadnak, hogy a ház, amelyben aktív éveiket élték sok esetben már nem praktikus időskorban.

Care BnB is an architectural planning and management service which helps solve senior citizens' home issues stemming from the fact that the house they spent their active years in is often no longer practical in old age.



SABI

SPACE / THRIVE / ROAM



Web

www.sabi.com

Projektgazda Project Owner

SABI

Tervezők Designers

MAP Project Office - Edward Barber, Jay Osgerby (Space),
Yves Behar (Thrive), Rie Nørregaard (Roam)

Témakör Topic

Háztartás és Lakókörnyezet, Mobilitás
Household and Living Circumstances, Mobility

Célközönség Target Group

Idősek
Senior citizens

Leírás Description

A 2009-ben, Kaliforniában alakult Sabi az idősek által használt hétköznapi tárgyakat tervezi újra. Céljuk alternatívát kínálni a piacon többségében jelenlévő, esztétikailag igénytelen és nehezen használható termékekre. Munkáikat az egyszerűség, minőség és elegancia jellemzi. Anyag és színhasználatuk, formaviláguk tüntetően elüt az idősek által használt hagyományos tárgyakétól.

A *Space* egy fürdőszobai tároló és rendszerező kollekció, amelynél a tervezők modern anyagokat és merész színeket használtak. Darabjai egyszerűen felszerelhetők és sokféle térhez alkalmazkodnak. A *Thrive* pirulatartót eredetileg a Sabi vezérigazgatójának édesanyja számára tervezték. A legfőbb szempont az volt, hogy a tárgy könnyen kezelhető és esztétikus legyen, amelyet nyilvános helyzetben sem szégyen elővenni. A *Roam* egy járóbotból és az ahhoz tartozó kiegészítőkből álló szett. Elemeinél a tervezők a kerékpárokhoz, gördeszkákhoz és túrabakancsokhoz használt anyagokat alkalmazták.

Sabi, founded in 2009 in California, redesigns everyday objects senior citizens use. Their goal is to provide an alternative to the aesthetically inadequate and difficult to use products dominating the market. Their pieces are defined by simplicity, quality and elegance. Their use of materials, shapes and color sets them apart from the objects traditionally made for use by the elderly.

Space is a bathroom storage and organization collection, which designers created using modern materials and daring colors. The items are easy to install and find their place in a variety of spaces. The *Thrive* pill organizer was originally designed for the mother of Sabi's CEO. The main point was for the object to be easy to handle and aesthetic, something one wouldn't hesitate to show off in public. *Roam* is a set including a cane and related accessories. Its designers chose materials commonly used in the making of bicycles, skateboards and hiking boots.



NO COUNTRY FOR OLD MEN



Web

www.lanzavecchia-wai.com

Tervezők Designers

Lanzavecchia + Wai (Francesca Lanzavecchia, Hunn Wai)

Témakör Topic

Háztartás és Lakókörnyezet, Mobilitás
Household and Living Circumstances, Mobility

Célközönség Target Group

Idős, mozgásukban korlátozott emberek
Senior citizens with limited mobility

Leírás Description

A *No Country For Old Men* (Nem vénnek való vidék) Francesca Lanzavecchia és Hunn Wai olasz-szingapúri tervezőpáros idősek számára tervezett tárgykollekciója. A kollekció darabja például a saját testsúllyal, biztonságosan mozgatható karosszék, az *Assunta*. Az öregedés természetes velejárója az izomtónus, illetve a csontsűrűség csökkenése, aminek következtében csökken a mozgékonyság, izomerő és stabilitás. Ezért olyan egyszerű mozdulatok, mint például az ülőhelyzetből való felállás is nehezebbé válhat a kor előrehaladtával.

Az *Assunta* széknél az idős ember saját súlyát használhatja fel a bűtor előredöntéséhez, ami jelentősen megkönnyíti a felállást. A lábtámaszra lépve az ülőfelület és a kartámasz előre billen, mely utóbbi biztosítja a megfelelő támaszt és stabilitást.

A bűtor anyaghasználatát és színvilágát tekintve is fiatalos megjelenésű. A kollekcióhoz tartoznak a *Together Cane* hibrid járóbotok is, amelynél a tervezők a gurulós sétabotot tálca, iPad tartó, illetve újságtartó funkcióval ötvözték.

No Country For Old Men is a collection of objects designed specifically for senior citizens by the Italian-Singaporean designer duo, Francesca Lanzavecchia and Hunn Wai. One of the items in this collection is the *Assunta*, an armchair that can be moved safely with one's own weight. Decreasing muscle tone and bone density are among the natural consequences of aging, and can result in diminished mobility, strength and stability. These, in turn, can render simple actions like getting up from the sitting position harder and harder as one gets along in age. With *Assunta*, seniors can use their own weight to tip the chair forward, making getting up much easier. Stepping on the foot bar, the sitting surface and armrest tilt forward, the latter providing necessary support and stability. At the same time, the use of materials and colors give the chair a decidedly youthful look. Another item from the collection is the *Together Cane* hybrid cane, in which designers combined a walking aid, an iPad stand and a newspaper holder.





EGÉSZSÉG ÉS TEST

HEALTH AND BODY

PILLPACK



A *PillPack* egy gyógyszerértékesítési szolgáltatásrendszer, amely leegyszerűsíti a krónikus betegek és idősek gyógyszeres kezeléssel járó hétköznapi gondjait a megrendeléstől kezdve a szedésen át az utánpótlás beszerzéséig.

PillPack is a pharmacy service system which helps with everyday issues related to medicinal care those suffering from chronic illness and the elderly face, from placing orders through taking medication to procuring refills.

Web

www.pillpack.com

Tervezők Designers

PillPack / IDEO

Város City

New Hampshire (USA)

Témakör Topic

Egészség
Health

Célközönség Target Group

Rendszeresen gyógyszert szedő krónikus betegek és idősek
Those suffering from chronic illness who are undergoing regular medicinal care and the elderly



Költségek Costs

Biztosítótól és egyéb paraméterektől függően egyénre szabott, de ára nem haladja meg az általános 30 napos egészségügyi hozzájárulást

Those suffering from chronic illness who are undergoing regular medicinal care and the elderly

Mérföldkövek Milestones

2013: Elliot Cohen és TJ Parker felkeresi az IDEO-t, ahol egy startup rezidencia program keretében elkezdik fejleszteni a *PillPack* szolgáltatást

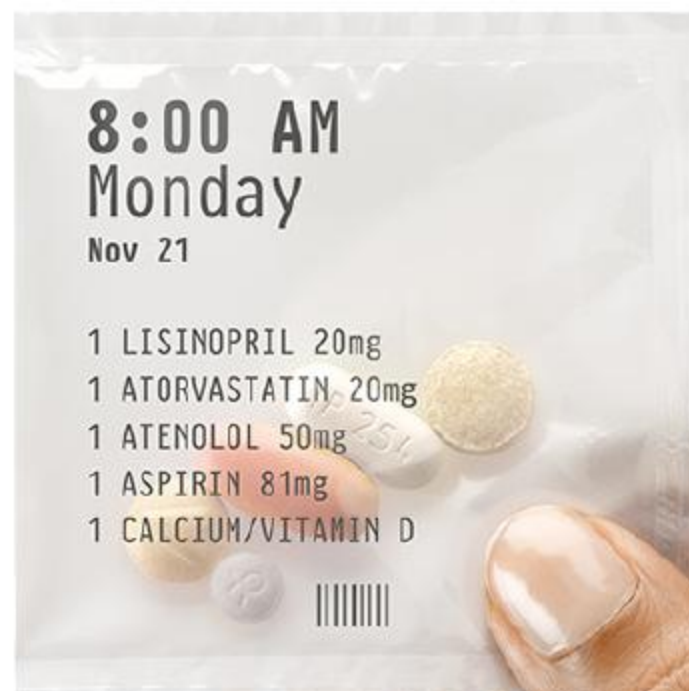
2014 február: hivatalosan is elindul a *PillPack*

2015 június: több mint egy millió kiszállított csomag 48 államban, tervek új, saját gyógyszertárak nyitására, illetve meglévők felvásárlására

2013: Elliot Cohen and TJ Parker approach IDEO and begin development of the *PillPack* service as part of a startup-in-residence program

2014 February: *PillPack* is officially launched

2015 June: more than one million packages delivered in 48 states, plans to open new, own pharmacies and acquire current ones



Kihívások Challenges

A *PillPack* arra a problémára kereste a választ, hogy miként lehetne a rendszeresen gyógyszert szedő krónikus betegek és idősek adagok kezelésével és a folyamatos utánpótlással kapcsolatos napi szintű nehézségeit csökkenteni, ezzel pedig az egyébként is nehéz élethelyzetet megkönnyíteni, méltóságosabbá tenni.

PillPack was created as a solution to the problem of how to alleviate the daily difficulties those taking regular medication – whether elderly or suffering from chronic illness – face managing their doses and procuring timely refills, to make a challenging life situation easier and more dignified.

Válaszok Answers

A *PillPack* a megoldást a teljes gyógyszertári szolgáltatásrendszer újragondolásában találta meg. A házhozszállítás önmagában nem számított egyedi és új megoldásnak, de a tulajdonosok a tervezőkkel közösen újragondolták és leegyszerűsítették a gyógyszeres kezeléshez kapcsolódó összes felhasználói interakciót. A *PillPack* személyre szabott csomagokat készít receptre és vény nélkül kapható gyógyszerekből és vitaminokból, mely csomagokat a beszedés ideje szerint rendezi. Az egyszerű átlátszó tasakokat könnyen magunknál is tarthatjuk, így nem csak otthon egyszerű a kezelésük. A két hétre elegendő gyógyszeradagok egy újrahasznosítható adagolódobozban kapnak helyet, melyhez egy címke tartozik minden egyes benne lévő gyógyszer fényképével. A dobozok kéthetente automatikusan házhoz érkeznek a szedéshez szükséges útmutatóval együtt. A *PillPack* minden egyes ügyfél esetében konzultál a gyógyszerésszel és az orvossal, így az esetleges változásokról is gondoskodnak.

PillPack has identified the solution in rethinking the entire pharmacy service system. Home delivery itself didn't count as a unique and new solution – the owners worked together with designers to rethink and simplify all user interactions related to medicinal care. *PillPack* creates customized packages based on prescription and over the counter drugs, and organizes the packages according to when they should be taken. The simple, transparent packets are easy to carry – handling them outside the home is not a problem either. Doses for a two-week period arrive in a recyclable dispenser box, which comes with a label with a photograph of each drug it contains. The boxes are delivered automatically, including dosage instructions. *PillPack* works together with each client's pharmacist and doctor to ensure any potential adjustments are reflected in the deliveries.

Műhelytitkok Trade secrets

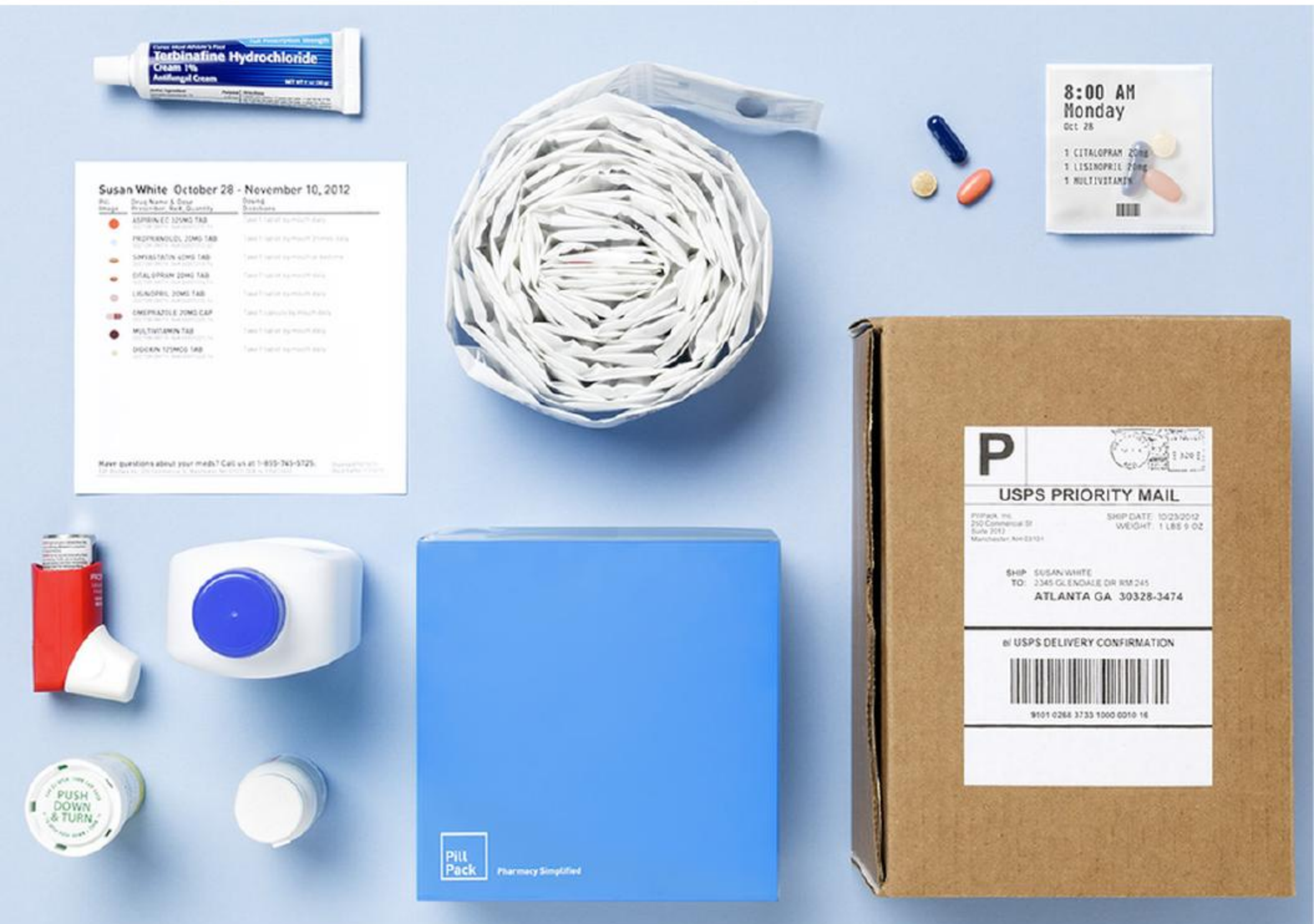
Az első kockázati tőkebefektetést követően Elliot Cohen és TJ Parker három hónapos rezidencia programot kezdett az IDEO bostoni stúdiójában, ahol a vásárlói élmény legkritikusabb pontjait tökéletesítették, és finomították a *PillPack* brand üzleti és szakmai céljait, arculatát és kommunikációs felületeit, a honlaptól a bejelentkezett felhasználók személyes kezelőfelületéig.

Following the first venture capital investment, Elliot Cohen and TJ Parker began a three-month startup-in-residence program at IDEO's Boston studio, where they perfected the most critical points of the *PillPack* customer experience and fine-tuned the brand's business and professional goals, image and communications platforms, from the website to the user interface serving customers after login.

Jövő Future

Az első évben keletkezett bevétel nagy részét a cég új gyógyszertárak alapítására fordítja majd, főként nagy metróállomásokon, elsőként valószínűleg New Yorkban és San Franciscóban. A gyógyszertárakkal szeretnék megadni a lehetőséget vásárlóiknak, hogy a házhozszállításnál gyorsabban hozzájuthassanak gyógyszereikhez, illetve, hogy személyesen konzultálhassanak a gyógyszerészekkel.

The company will invest the majority of the first year's revenue in founding new pharmacies, in particular at main subway stations, most probably starting with New York City and San Francisco. Their goal with the pharmacies is to provide their customers with an option to get their medication faster than with home delivery, and to allow them to consult with pharmacists.





Web

www.quentindecoster.com

Tervezők Designers

Quentin de Coster

Témakör Topic

Egészség
Health

Célközönség Target Group

Gyógyszeres kezelést kapó idősök
Senior citizens taking medication

Leírás Description

Idős korban mindennapi rutin a gyógyszeres kezelés. Az orvosságok szedésének kényyszerű és bonyolult cselekvését szerette volna megkönnyíteni és játékosá tenni a belga Quentin de Coster. A matrjoska baba elvén működő *DOLL* gyógyszeradagoló három különböző méretű, egymásba rakható műanyag pohárból és egy félgömb alakú fatalpból áll – mely utóbbi által a *DOLL* egy másik klasszikus játékra, a Keljfeljancsira is emlékeztethet. A pirulák a poharak talpán található apró mélyedésbe rejtve választhatók külön napszak szerint. A poharak így egyszerre használhatók a tabletták leöblítésére és azok tárolására, védelmére.

Taking medication becomes an everyday routine in old age. The Belgian Quentin de Coster set out to make the necessary and often complicated act of taking medicine easier and more fun. The *DOLL* pill container, based on the matryoshka doll concept, is made up of three tumblers of different sizes that cover one another and a round beechwood base – the latter also reminiscent of another childhood favorite, the Roly-Poly Toy. Pills can be organized according to times of day by placing them into the tiny hollows on the underside of the tumblers. This way, the tumblers may be used for both swallowing and storing the pills.



PILL NECKLACE



Web

www.designs-on.com

Projektgazda Project Owner

Stina Jonsson, Ross Lockwood

Témakör Topic

Egészség
Health

Célközönség Target Group

Gyógyszereket szedő idősök
Senior citizens reliant on medications

Leírás Description

A *Pill Necklace* egy olyan nyaklánc, amelyre az idős ember – a napszakokat jelölő, határoló gyöngyök használatával – a szedés idejének megfelelően fűzheti fel gyógyszereit. A viselhető nyaklánc láthatóságának köszönhetően az idős embert környezete is figyelmeztetheti a napszaknak megfelelő gyógyszer bevételére.

The *Pill Necklace* is a necklace on which senior citizens can string their medications, indicating when each pill should be taken – with the help of separating beads signifying the times of day. As the necklace is wearable and thus visible, anyone can remind the wearer to take the medication set out for the given time of day.



VIGI'FALL



A Vigi'Fall egy nagy hatékonysággal működő bioszenzoros esésérzékelő, mellyel az Európai Unióban évente mintegy 500 ezer kórházi kezelés és 40 ezer haláleset előzhető meg.

Vigi'Fall is a highly effective biosensor-equipped fall sensor through which 500 thousand hospitalizations and 40 thousand deaths can be prevented in the European Union.

Web

www.vigilio.fr

Tervezők Designers

Vigillio TeleMedical S.A.

Város City

Grenoble (FRA)

Témakör Topic

Egészség, Biztonság
Health, Safety

Célközönség Target Group

Egyedül élő idős emberek, akiknél – fizikai állapotuk miatt – fennáll az elesés veszélye

Elderly people living alone who are prone to falling due to their physical condition

Költségek Costs

A Vigi'Fall® piaci ára 390 € és 1990 € között mozog

The market price of Vigi'Fall® is between 390 € and 1990 €



Mérföldkövek Milestones

2006: a koncepció megalkotása

2006-2012: a koncepció fejlesztése, befektetők, partnerek felkutatása

2012: a termék debütálása az európai piacon

2014: megjelenés az USA-ban

2014: Európai Bizottság által nyújtott támogatás elnyerése a második generációs rendszer kifejlesztésére

2006: creation of the concept

2006-2012: development of the concept, search for investors and partners

2012: the product's debut on the European market

2014: debut in the USA

2014: acquiring support provided by the European Commission for the development of the second generation system

Kihívások Challenges

Az egyedül élő idős emberek számára komoly problémát jelent, hogy ha elesnek otthonukban, akkor nincs aki segítsen nekik, egészségügyi állapotuk miatt pedig gyakran képtelenek önállóan felállni. „Ezért rendkívül fontos a késedelem nélküli orvosi ellátás, ami gyakran életet menthet” – mondja dr. Jean-Eric Lundy, a Vigilio S.A. alapítója. „Gyakran kiderül, hogy a mentők által beszállított idős ember az elesést követően még órákig feküdt a padlón, mert nem tudott segítséget hívni. A baleset testi és lelki következményei gyakran helyrehozhatatlanok. Csak gyors orvosi beavatkozással biztosítható, hogy a balesetet szenvedett idős ember életminősége ne romoljon véglegesen.” Európában a becslések szerint évente több mint 20 millió 65 évnél idősebb személy szenved balesetet elesés következtében. Ebben a korcsoportban ezek a leggyakoribb baleseti halálok. Magyarországon 2011-ben a férfiak 13, a nők 20 százaléka volt 65 évnél idősebb. Százezer 65 éven felüli férfiből 103, ugyanennyi nőből 66 veszítette életét esés következtében, és emiatt csaknem hétszázezer napot töltöttek kórházakban. A *FallWatch* konzorcium számára a legnagyobb kihívás a rendszer miniaturizálása volt, valamint annak megoldása, hogy az eszköz viselése ne járjon semmilyen kényelmetlenséggel. Ezért a konzorcium számos európai partnert kért fel a közreműködésre, akik jártasak a személyvédelemben, a mikroelektronikában, a bioanyagok és nanotechnológiai alkatrészek, orvosi ragasztók, nagyteljesítményű, katonai és légi járművekben történő felhasználásra tervezett akkumulátorok fejlesztésében.

Falling in their home poses a serious problem for seniors who live alone since there is nobody there to help them and they are often unable to stand up on their own due to their health condition. 'This is why immediate medical help is of utmost importance that can save lives', says Dr. Jean-Eric Lundy, founder of Vigilio S.A. 'We often find out that the elderly person taken to the hospital by the ambulance had been laying on the floor for hours because they were unable to call for help. The physical and mental consequences of a fall are often incorrigible. It is only through quick medical intervention that we can safeguard the life quality of the senior who suffered an accident and does not deteriorate to be permanent.' It is estimated that more than 20 million people over 65 suffer accidents yearly in Europe, caused by a fall. This is the most common cause of death in this age group. In Hungary, 13% of men and 20% of women were older than 65 in 2011. 103 out of one hundred thousand men and 66 out of the same number of women lost their life due to falls and they spent almost seven hundred thousand days in hospital. The biggest challenge for the *FallWatch* consortium was to miniaturize the system and to resolve that wearing the device does not cause any discomfort. Therefore, the consortium invited several European partners to cooperate who were experienced in personal safety, microelectronics, bio materials and nanotechnology parts, medical glues and the development batteries developed for use in high-performance, military vehicles and aircrafts.

Válaszok Answers

A megoldást az érzékelőkből álló rendszer jelentette. A használó egy bioszenzort visel, lakóterében pedig a riasztórendszerekben használt vezeték nélküli érzékelőkhöz hasonlókat helyeznek el. Ha *Vigi'Fall* használója elesik, a bioszenzor jelet bocsát ki, a falakon elhelyezett érzékelők vezeték nélküli kapcsolaton keresztül jelet küldenek a szintén a lakótérben lévő központi egységnek, amely a telefonvonalon keresztül automatikusan jelzést küld a rendszert figyelő személynek. A *Vigi'Fall* szoftvere képes elemezni az esés jellegét (botlás vagy esés) és az idős ember helyzetét az esés után, így megelőzve meg a téves riasztásokat. A nővér azonnal reagál a rendszertől érkező jelzésre. Egyedül élő idősek esetében a megfigyelőközpont munkatársa megpróbálja telefonon elérni a bajba jutott személyt. Ha a hívás sikertelen, azonnal tájékoztatja a családtagokat vagy a vészhelyzeti egészségügyi személyzetet. A zuhanyzás közben is viselhető, nagyteljesítményű akkumulátorral működtetett tapasz egy idő után fel sem tűnik használójának, ugyanakkor azzal a megnyugtató érzéssel ajándékozza meg, hogy ha elesik, hamarosan érkezik a segítség.

The solution was a system of sensors. Users wear a biosensor, and a wireless sensor similar to those of the alarm systems placed in their homes. If the user of a *Vigi'Fall* falls, the biosensor forwards a signal, and the activity detectors attached to the wall forward the wireless signal further to the expert box, also located in the home. That automatically sets off an alarm through the phone line to a person overseeing the system. The *Vigi'Fall* software can analyze the type of the fall (falling or tripping) and the position of the elderly person after the fall thereby preventing false alarms. A nurse can immediately react to the signal coming from the system. If the elderly lives alone, the staff of the central station tries to call the person in distress. If there is no answer, they inform family members or the emergency medical team. The sensor can be worn in the shower and the users will not even notice the patch operated by a high-performance battery, providing the comfort of quick help in the case of a fall.

Műhelytitkok Trade secrets

A kisméretű *Vigi'Fall* tapaszt próbáját laboratóriumokban, klinikai környezetben, idősök otthonában és lakásokban végezték. A laboratóriumi vizsgálatokban a rendszer az adatfúziós szoftver alkalmazása nélkül az esetek több mint 90%-ában sikeresen érzékelte az esést. A valós környezetben, adatfúziós szoftverrel együtt alkalmazott rendszer még ennél is jobb eredményt produkált, és a téves riasztások száma gyakorlatilag nullára csökkent.

The tests of the small *Vigi'Fall* patch were carried out in labs, clinical environments, nursing homes and apartments. During lab tests, the system sensed the fall successfully without the use of the data fusion software in more than 90% of the cases.

The system, deployed with the data fusion software in a real home environment showed an even better success rate and the number of false alarms was practically nul.

Tanulságok Lessons learned

Az európai konzorciumban folyó együttműködés jó példa arra, hogy az információs és kommunikációs technológiák ötvözése miként teheti jobbá és könnyebbé az idősebb generáció életét.

The cooperation within a European consortium proves how the fusion of the information and communication technologies can make the lives of the older generation better and easier.

Hatás Effect

Az Európai Unió finanszírozásában kifejlesztett új eszközzel, a *Vigi'Fall* esésérzékelővel évente mintegy 500 ezer kórházi kezelés és 40 ezer haláleset előzhető meg a 27-ek Európájában. Becslések szerint a *FallWatch* projektben részt vevő országokban a megoldás mintegy száz, képzett munkaerőt igénylő munkahelyet teremtet majd a következő három évben.

The new tool, the fall detector *Vigi'Fall*, developed through financing by the European Union prevents a yearly 500 thousand hospitalizations and 40 thousand deaths in the Europe of the 27s. It is estimated that in countries participating in the *FallWatch* project the solution will create one hundred jobs requiring skilled laborers, in the next three years.

Jövő Future

Az Egyesült Államok rádiófrekvenciás szabványait is kielégítő *Vigi'Fall* klinikai vizsgálatai 2014 szeptemberében kezdődtek el. Európa és az Egyesült Államok mellett ázsiai országok is érdeklődnek a technológia iránt. A terjeszkedés mellett a termék további fejlesztése a fő célkitűzés. A projekt következő fázisa a *FallWatch Demo*, a tervek szerint a szívritmus folyamatos figyelésével javítja a rendszer funkcionalitását és pontosságát. Ezenkívül új telemedikai alkalmazásokat is lehetővé tesz, például szívbetegek és epilepsziában szenvedők esetén olyankor, ha a beteg nem reagál a gyógyszeres kezelésre. A *FallWatch Demo* projekt megvalósítását közel 2 millió Euróval támogatja az Európai Bizottság. A *Vigi'Fall*-t a következő három évben akár hárommillió idős ember használhatja majd.

The clinical tests of the *Vigi'Fall* complying with the USA radio frequency standards began in September 2014. Asian countries are also interested in the technology besides Europe and the USA. The other main goal in addition to expansion is the further development of the product. The next phase of the project, the *FallWatch Demo* will improve the functionality and the accuracy of the system through continuous heart rate monitoring. It will also enable new tele-medical applications, e.g. in the case of heart disease and epilepsy sufferers, when the patient does not respond to drug treatment. The European Committee supports the creation of the *FallWatch Demo* project with 2 million Euros. Three million elderly people might use *Vigi'Fall* in the next three years.



Web

www.buddi.co.uk

Projektgazda Project Owner

Buddi Ltd.

Témakör Topic

Egészség, Biztonság
Health, Safety

Célközönség Target Group

Demenciával küzdő, többnyire idős, 65 év feletti emberek
Elderly people, 65+, struggling with dementia

Leírás Description

A *Buddi* egy GPS alapú biztonsági rendszer, mely egy kényelmesen viselhető karpántból, egy felcsíptethető külső egységből, illetve az ezek tárolását és töltését végző központi egységből áll. Mind a karpánt, mind a külső egység képes a helymeghatározásra, ez utóbbi pedig alapvető egészségügyi és személyes adatokat tárol. Riasztás esetén ezek eljutnak egy 0-24 órás segélyszolgálatához, amely automatikusan továbbítja őket a legközelebbi kórházhoz. A *Buddi* előnye, hogy a legtöbb hordozható segélykérővel szemben stílusos kiegészítőként viselhető.

Buddi is a GPS based safety system consisting of a comfortably wearable wristband, a separate outer unit that can be worn and a central dock that charges these units. Both the wristband and the separate unit are capable of locating the user and the unit stores basic health and personal data. In the case of an alert, these reach the 0-24 hour monitoring service that forwards them automatically to the nearest hospital. *Buddi* can be worn as a trendy accessory as opposed to most mobile emergency devices.



HEALTH BUDDY



Web

www.ideo.com

Projektgazda Project Owner

IDEO

Témakör Topic

Egészség, Kommunikáció
Health, Communications

Célközönség Target Group

Idősek és krónikus betegek
Senior citizens and the chronically ill

Leírás Description

Az 1998-ban tervezett egészségügyi segédeszköz célja az orvos és beteg közti kommunikáció és a betegellátás javítása az otthonról is lehetővé tett, rendszeres kapcsolattartás által. A *Health Buddy* egy egyszerű LCD kijelzős szerkezet, amelyen a beteg négy nagyméretű gombbal válaszolhat a gép által napi rendszerességgel feltett kérdésekre: „Hogy érzi ma magát?”, „Mennyit aludt előző este?”, „Hány órát pihent?”. A válaszokat a gép elmenti, illetve az interneten keresztül azonnal továbbítja a beteg kezelőorvosának. Így amikor a beteg legközelebb kivizsgálásra megy, az orvos visszakeresheti az elmúlt időszak teljes történetét.

This healthcare device, created in 1998, aims to improve doctor-patient communications and medical care by making regular checkins from the home possible. The *Health Buddy* is simple device with a LCD screen, which lets the patient use four large buttons to respond to questions asked daily by the device: 'How are you feeling today?', 'How much did you sleep last night?', 'How many hours of rest did you get?'. The device saves the answers given and immediately transmits them online to the attending physician. This way, the next time the patient goes for a checkup, the doctor will be able to access the past period's full history.



Web

www.wellbeing-project.eu

Projektgazda Project Owner

Wellbeing Konzorcium
Wellbeing Consortium

Témakör Topic

Egészség, Életmód
Health, Lifestyle

Célközönség Target Group

50 év feletti munkavállalók
Members of the labor force over the age of 50

Leírás Description

A *Wellbeing* internetes platformot egy orvosokból, sportkutatókból, szociológusokból, smart home és informatikai szakértőkből álló nemzetközi konzorcium alapította. Célja, hogy az idősebb munkavállalók tudatosan javítsanak egészségükön, teherbírásukon és általános életminőségükön. A rendszer 3D szenzorok, RGB kamerák és speciális alkalmazások segítségével figyeli a munkakörnyezetet, étkezést, mozgásmennyiséget, stresszkezelési módokat és javaslatokat tesz ezek javítására.

The *Wellbeing* online platform was founded by an international consortium of doctors, sports researchers, sociologists, smart home and IT experts. Its goal is for older members of the work force to consciously improve their health, physical fitness and general life quality. The system uses 3D sensors, RGB cameras and special applications to monitor users' work environment, eating habits, physical activities and stress management methods and offers suggestions for improvement.



Web

www.myode.org

Projektgazda Project Owner

Rodd Design (Tim Rodd, Ben Davies)

Témakör Topic

Táplálkozás, Egészség
Nutrition, Health

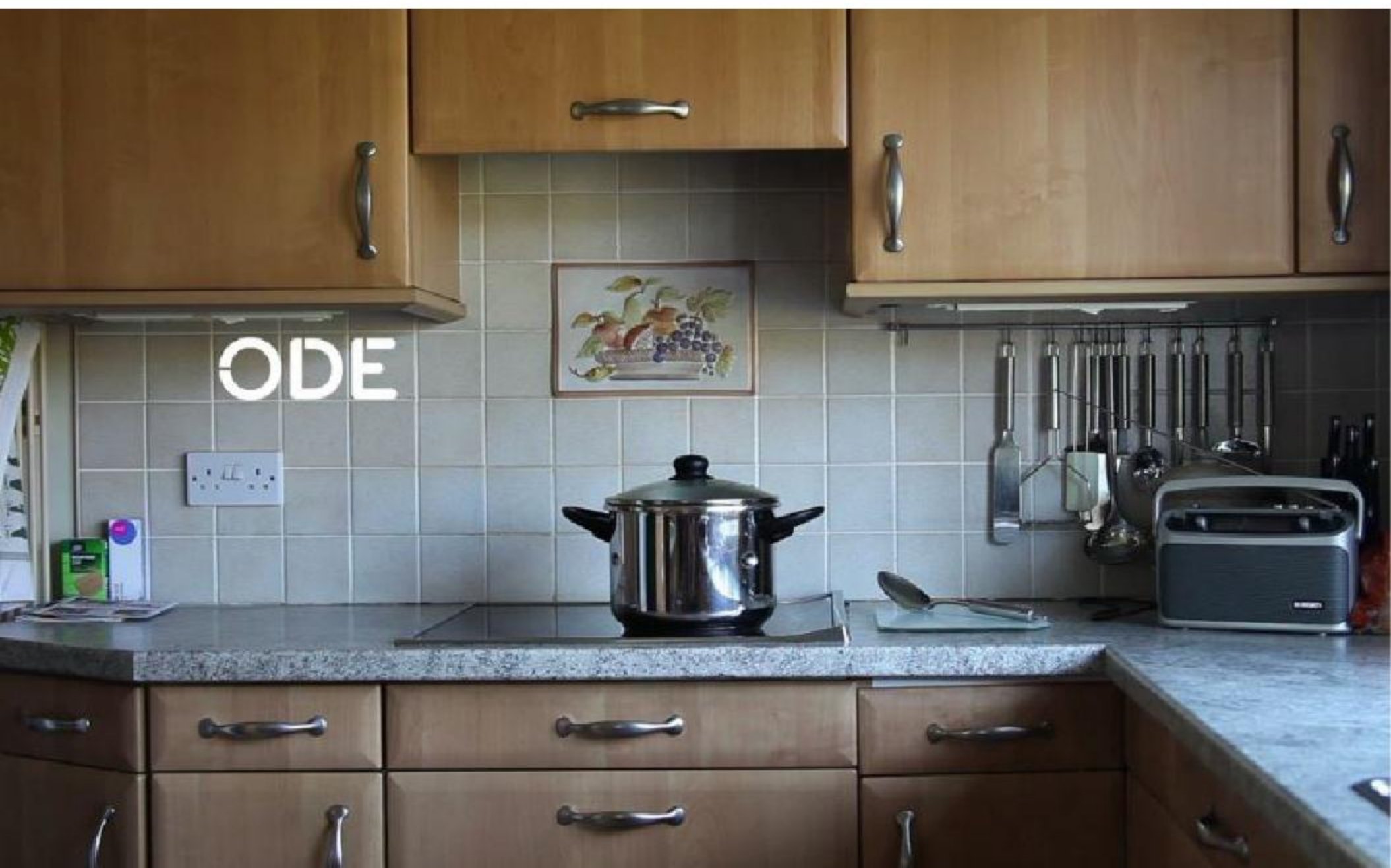
Célközönség Target Group

Demenciában és ebből fakadó étvágytalanságban szenvedők
Those suffering from dementia and consequent loss of appetite

Leírás Description

A demencia egyik figyelmeztető jele és következménye a radikális súlyvesztés, amely a betegség kialakulása után mind az étvágytalansággal, mind az étkezésekről való megfélekezéssel összefüggésbe hozható. Az *Ode* naponta háromszor illatanyagot bocsát ki, amivel fokozza az étvágyat. Ez jóval visszafogottabb és kellemesebb megoldás, mint a szokásos hangriasztós emlékeztetők. A termékfejlesztési időszakban a tervezők egyfajta hólabda hatást figyeltek meg a résztvevő időseknél: pár nap elteltével többet kezdtek enni, később már az étkezés előtt kérdezgetni kezdték, mikor érkezik az étel, egy idő után pedig már repetát kértek. A megfelelő étkezés segíthet a demencia más tüneteinek enyhítésében is, így például a hangulatingadozások csökkentésében, vagy a koncentráció képesség javításában.

Radical weight loss is one of the warning signs and consequences of dementia, connected to both loss of appetite and forgetting meals following the onset of the disease. *Ode* discharges an appetite-increasing fragrance three times a day. This represents a much more subtle and pleasant solution compared to the traditional noisy alarms. Designers noticed a kind of snowball effect in participating elderly during the project development phase: after a few days, they began to eat more, then started asking about when food would be served prior to meals and finally began requesting seconds. A proper diet can also help alleviate other symptoms of dementia, including alleviating mood swings and improving concentration.



FUTURE ACTIVEWEAR FOR OLDER



Web

www.hyunkyunglee.com/portfolio/future-activewear-for-older-adults

Projektgazda Project Owner

Hyun Lee

Témakör Topic

Divat, Egészség
Fashion, Health

Célközönség Target Group

Idősebb korosztály, akik az öltözékek segítségével kisebb gyakorlatok végzését szervesen beilleszthetik a mindennapokba

The older generation, who can make certain small exercises an integral part of their everyday lives with the help of these garments

Leírás Description

Hyun Lee (dél-koreai születésű, jelenleg londoni bázisú) textiltervező célja az volt, hogy olyan viseleteket hozzon létre, amelyek segítségével egy egészségesebb életstílus biztosítható. Kutatásának középpontjában az időskori fizikai állapot, illetve testedzési lehetőségek álltak. Ezeket szem előtt tartva dolgozta ki a jövőbeli aktív viseletek koncepcióját. Olyan ruhadarabokat hozott létre, amelyekkel növelhető az izomerő, illetve a kézügyesség, amelyek a mindennapi tevékenységek elvégzésében is segítséget nyújthat.

Azáltal, hogy ezek az apró gyakorlatok a mindennapi viselet részévé válnak, arra ösztönzik a viselőt, hogy naponta akár többször is elvégezze azokat.

A kollekció darabjai:

- *Lower Body Exercise Trousers*
- *Social Activity Coat*
- *Hand and Finger Massage Jumper*

Textile designer Hyun Lee (born in South Korea, currently based in London) set out to create garments that offer users a healthier lifestyle. His research centered around the physical state of being old and opportunities for physical activities available to the elderly – he developed his concept for the activewear of the future taking these factors into account. He created garments that help improve muscle tone and manual dexterity that help the wearer with everyday tasks. As these tiny exercises become an integral part of everyday life, they drive the wearer to do them perhaps even multiple times each day.

The collection comprises:

- *Lower Body Exercise Trousers*
- *Social Activity Coat*
- *Hand and Finger Massage Jumper*



She does a gentle lower body exercise while reading a book in her living room.



She fiddles with the massage jumper, exercising her fingers while waiting for the bus.



Web

www.designs-on.com

Projektgazda Project Owner

Martin Meier, Franziska Mayer, David Mallard, Joel Derksen, Karl Jönsson

Témakör Topic

Szabadidő, Egészség, Biztonság
Recreation, Health, Safety

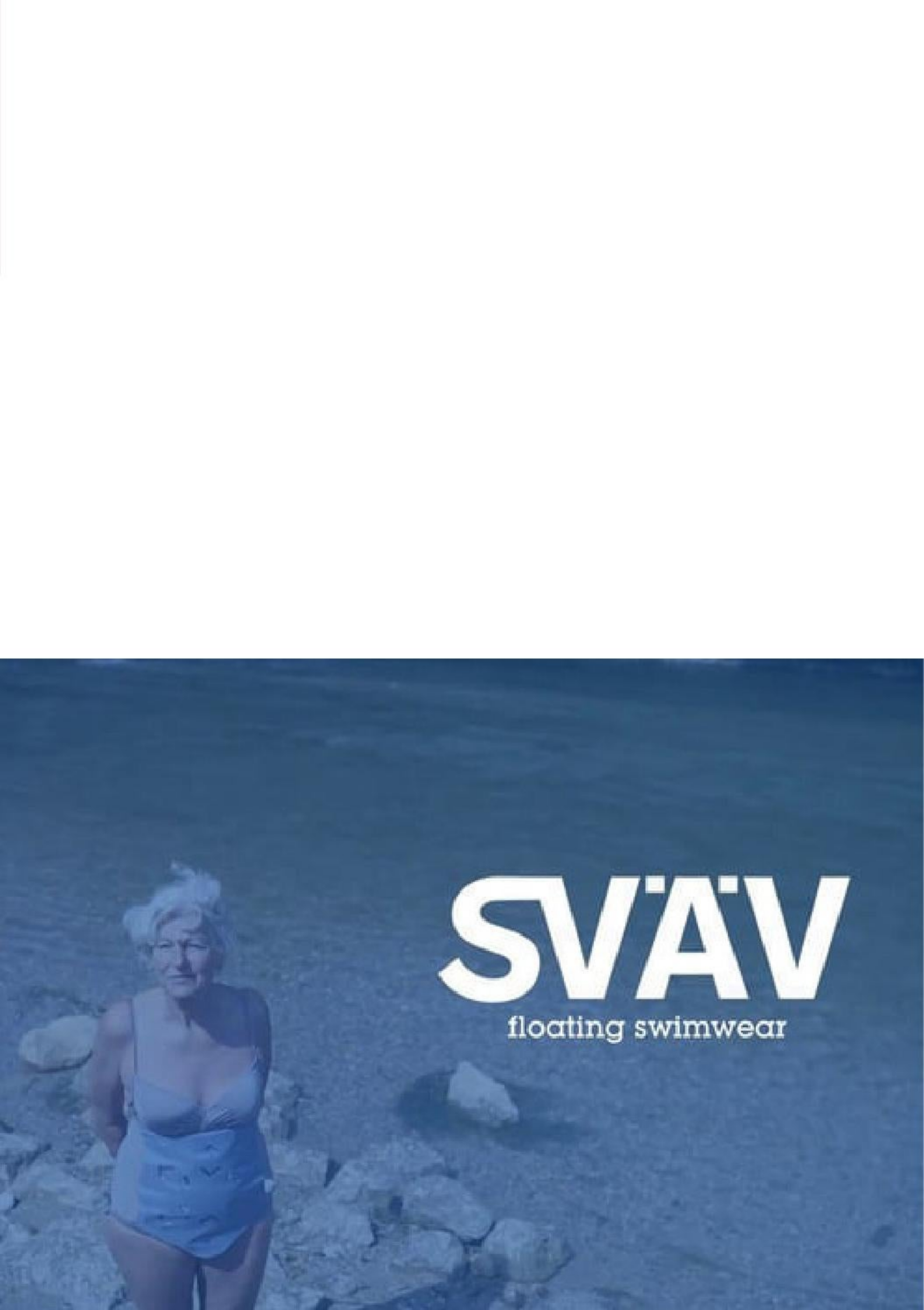
Célközönség Target Group

Sportolni kívánó idősök
Senior citizens who want to stay physically active

Leírás Description

A Sväv egy olyan fürdőruha, amely anélkül, hogy nehézkessé tenné a vízben való úszást, képes megakadályozni, hogy viselője elsüllyedjen a vízben.

Sväv is a swimsuit that prevents the wearer from sinking in water without making swimming cumbersome.



SVÄV

floating swimwear



Web

www.nordicwalking.co.uk

Projektgazda Project Owner

Mike Rollason

Témakör Topic

Szabadidő, Egészség, Társas kapcsolatok
Recreation, Health, Social ties

Célközönség Target Group

Aktív, mozgásra vágyó felnőttek és idősek
Active adults and senior citizens who crave sports

Leírás Description

Az idősek körében kedvelt *Nordic Walking* Norvégiából származik, a sífutás nyári változata. A sportág akkor született meg, amikor a téli olimpiára készülő síelőknél a változó időjárás miatt nem volt megfelelő a terep az edzésekhez. A *Nordic Walking*nál a mozgást hivatalosan sík talajon kell végezni. Szükséges eszköze egy speciális bot, amivel a sétálás gyorsaságának ütemét lehet megadni. A sportág egyszerre edzi a felső- és alsótestet. Világszerte számos szervezet népszerűsíti a *Nordic Walking* mozgáskultúráját tanfolyamokkal, rendezvényekkel, helyi és külföldi túrák szervezésével. Az így kialakuló helyi közösségekben az idősek kapcsolatokat építenek, miközben a mozgás által egészségüket is megőrzik. Magyarországon még nincs elterjedt kultúrája ennek a sportágnak. Egyetlen hazai szervezete a *Nordic Walking Sport*, ahol tanfolyamokon és szervezett túrákon lehet részt venni.

Nordic Walking, so popular with senior citizens, is the summer version of cross-country skiing and originates from Norway. The sport was born when skiers preparing for the Winter Olympics found themselves without appropriate terrain for training due to unpredictable weather. In *Nordic Walking*, officially, movement happens on flat terrain. It requires a special stick to regulate walking speed. The sport is an equally effective workout for both the upper and lower body. Numerous organizations exist around the world to promote the *Nordic Walking* movement through courses, events, local international walking tours. This fosters local communities, where senior citizens can build relationships while also preserving their health with sports. The sport does not yet have a significant following in Hungary: the only local organization is *Nordic Walking Sport*, offering courses and organized tours.



VIAGRA



Web

www.viagra.com

Projektgazda Project Owner

Pfizer Inc.

Témakör Topic

Szexualitás

Sex

Célközönség Target Group

Potenciazavarokkal küzdő férfiak

Men suffering from impotence or related sexual disorders

Leírás Description

A szildenafil-citrátot eredetileg a magas vérnyomás és szívbetegségek kezelésére kísérletezte ki egy kémikusokból álló gyógyszeripari fejlesztőcsoport a Pfizer cég megbízásából. A klinikai tesztek során különös hatásokat tapasztaltak a kísérleti alanyok: a hatóanyag szívgyógyszerként ugyan nem vált be, ellenben a merevedési zavar kezelésére alkalmasnak bizonyult. Az Egyesült Államokban a Szövetségi Élelmiszer- és Gyógyszerügyi Hivatal 1998-ban engedélyezte az első szildenafil-citrát tartalmú készítmény forgalmazását. Az első hatásos, a potenciazavar kezelésére szolgáló, szájon át szedhető gyógyszerre az amerikai piacon óriási kereslet alakult ki, ami a készítmény jelentős drágulásához vezetett. Az Egyesült Államokban 1999 és 2001 között a *Viagra* eladási forgalma meghaladta az egymilliárd USA dollárt.

Sildenafil citrate was originally created by a Pfizer-funded research group made up of chemists to treat high blood pressure and heart disease. The participants of the clinical trials, however, experienced a number of strange effects: the drug was not successful in treating heart disease, however, it proved useful in the treatment of erectile dysfunction. The Food and Drug Administration approved the distribution of the first product containing sildenafil citrate in 1998. There was massive demand on the US market for this very first effective oral therapy for erectile dysfunction, leading to a drastic rise in the price of the drug. US Sales of *Viagra* amounted to over 1 billion dollars between 1999 and 2001.



UP IN YEARS



Web

www.designs-on.com

Projektgazda Project Owner

José Colucci, Richard Herstek, Alexey Ivanov

Témakör Topic

Egészség, Szexualitás
Health, Sex

Célközönség Target Group

Szexuálisan aktív idősek
Sexual active senior citizens

Leírás Description

Az *Up in years* egy kampány, amely segít megelőzni a nemi betegségeket az idősek körében. A BabyBoom generáció az idős korba lépett, és a felmérések szerint a közhiedelemmel ellentétben az időseknél nagy a szexuális aktivitás. Mivel az idősebb nőknél már nincs szükség fogamzásgátlásra, így hajlamosak elfeledkezni a megfelelő védekezésről, ez viszont a nemi betegségek drasztikus terjedését vonja maga után.

Up in years is a campaign to prevent the spread of sexually transmitted diseases among senior citizens. Babyboomers are now entering old age and studies suggest that, opposed to popular belief, senior citizens are very sexually active. As older women no longer need contraception, they often neglect to use proper protection – which may, in turn, bring about a drastic spread of STDs.



YOU NEVER OUTGROW A CONDOM



For people 55 and over, happy days are here again. They're partying a lot more than they used to. Just keep in mind that good sex is safe sex. And nothing protects like a condom. So if you can get it up, get it on. Learn more at: www.upinyears.com

IT'S TIME TO GET
YOUR LIFE BACK ON
AIDS CHECKED



For people 55 and over, happy days are here again. They're partying a lot more than they used to. Just keep in mind that good sex is safe sex. And nothing protects like a condom. So if you can get it up, get it on. Learn more at: www.upinyears.com



**FELKÉSZÜLÉS
ÉS EMLÉKEZÉS**

**PREPARATION
AND REMEMBRANCE**

GREY MIRROR



Web

www.designs-on.com

Projektgazda Project Owner

José Colucci

Témakör Topic

Életmód
Lifestyle

Célközönség Target Group

Fiatalok
The younger generation

Leírás Description

Nehéz meggyőzni a fiatalokat, hogy tegyenek már most lépéseket, amelyek segítik a időskori életüket. Kutatások kimutatták, hogy amikor egy ember szembesül saját időskori önmagáról mesterségesen generált fényképével, akkor ez ösztönzően hathat az egészségesebb életvitelre. A *Grey Mirror* ezt a hatást hivatott kiváltani az időskori tükörkép előállításával.

It is hard to convince young people to start taking steps that could make their lives as senior citizens easier. Studies show that when someone is faced with an artificially produced image of themselves in old age, it promotes healthier living. The *Grey Mirror* aims to leverage this effect by producing an elderly mirror image of the user.



ÉLETVÉGI TERVEZÉS ALAPÍTVÁNY

END OF LIFE PLANNING FOUNDATION



Web

www.eletveg.hu

Projektgazda Project Owner

Életvégi Tervezés Alapítvány
End of Life Planning Foundation

Témakör Topic

Életmód
Lifestyle

Célközönség Target Group

Betegek, idős emberek és hozzátartozóik
The sick and the elderly and their friends and family

Leírás Description

Az *Életvégi Tervezés Alapítvány* célja, hogy a halál témájának társadalmi megítélését javítsa és segítse az alapvető emberi jogok élet végéig tartó érvényesülését. A szervezet tanácsadással segíti az adott személyt és hozzátartozóit, hogy jól megalapozott döntést hozhassanak nem csak az örökség és a temetés részleteiről, de az utolsó életszakasz egészségügyi ellátása, a pénzügyi gondoskodás, a spiritualitás vagy a digitálisan utánunk maradó nyomok, emlékek elrendezése kapcsán is. Az alapítvány jogi, egészségügyi, pénzügyi, pszichológiai és spirituális szakemberek bevonásával, ismeretterjesztő előadásokkal nyújt lehetőséget arra, hogy előre dönthessünk sorsunkról balesetek vagy betegségek esetén is, amikor már nem vagyunk döntéshozó állapotban.

The goal of the *End of Life Planning Foundation* is to improve society's perception of the topic of death and to help people exercise their basic human rights up until the very end of their lives. The organization assists each person and their friends and family with consulting services, to ensure they make informed decisions regarding not only the details of bequests and burial, but also end-of-life medical treatment, financial planning, spirituality and the management of their digital legacy. With the help of legal, medical, financial, psychological and spiritual professionals, the foundation offers us the chance to decide our own fate even in the face of illness or an accident that may render us unable to actively make decisions.

GRADUALLY



Web

www.designs-on.com

Projektgazda Project Owner

Barbara Franz, James Prince, Jens Wiemann, Moja Lees

Témakör Topic

Életmód
Lifestyle

Célközönség Target Group

Időskor vagy nyugdíj küszöbén állók
Those preparing for old age or retirement

Leírás Description

A *Gradually* egy tanácsadó szervezet, amely segítségnyújtást, és tanácsadást vállal a nyugdíjhoz közeli embereknek, hogy fokozatosan felkészülhessenek minden tekintetben az elkövetkező évekre, és tudatosan tehessenek az időskorban felmerülő problémák elkerülése érdekében.

Gradually is a counseling organization that provides assistance and advice for those planning on retiring, to help them prepare themselves gradually for everything the coming years may bring and consciously prevent certain issues arising in old age.



STORYBOX



Web

www.designs-on.com

Projektgazda Project Owner

Hei Cheng, Nancy Xu, Gregory A. Perez, Bosung Kim

Témakör Topic

Emlékezés
Remembrance

Célközönség Target Group

Emlékeket megőrizni és átadni kívánó fiatal és idős emberek
Young and old alike, who wish to preserve and share memories

Leírás Description

A *Storybox* a fizikai és virtuális emlékek közti akadályokat kívánja áthidalni. A fadoboz belsejében értékkel bíró fizikai emléktárgyak helyezhetők el, míg a doboz fedelébe rejtett érintőképernyős eszközön digitális fotók, videók tárolhatók és jeleníthetők meg. A *Storybox* egy összetett emlékhordozó, melynek felnyitásakor az emlékek évek múltán is újra átélhetők.

Storybox exists to bridge the gaps between physical and virtual memories. The inside of the wooden box holds physical objects, while the touchscreen device built into the box's lid allows the user to store and view digital photographs and videos. *Storybox* is a complex form of storing memories, which, when opened, offers the user a chance to relive memories, no matter how many years have passed.



BOOK OF BEQUESTS



Web

www.designs-on.com

Projektgazda Project Owner

Katja Battarbee

Témakör Topic

Emlékezés, Kommunikáció
Remembrance, Communications

Célközönség Target Group

Halálukra készülő idős emberek
Senior citizens nearing the end of their lives

Leírás Description

A *Book of Bequests* egy olyan végrendelkezést segítő program, melynek segítségével az örökségbe hagyott tárgyakhozhanganyagot csatolhatunk, így mesélhetünk az örökösnek a tárgy történetéről és az ahhoz kapcsolódó emlékeinkről.

The *Book of Bequests* is a software solution to assist the compilation of a last will and testament, which gives users the option to attach sound files to individual items, allowing them to relate personal stories and memories to accompany each bequest.





Web

www.designs-on.com

Projektgazda Project Owner

Elger Oberwelz, Yusuke Miyashita

Témakör Topic

Emlékezés

Remembrance

Célközönség Target Group

Emlékeket megőrizni és átadni kívánó fiatal és idős emberek

Young and old alike, who wish to preserve and share memories

Leírás Description

Az *Owl* egy falra szerelhető, hosszú, vízszintes tároló fából, mely az életutat jelképezi. A tetején található mélyedések egy-egy évnek felelnek meg, amelyekbe a használó egy-egy üvegcsövet helyezhet el. Az időkapszulákba az adott évről szóló rövid feljegyzések kerülnek. A kapszulák évről évre sokasodnak és mindig látható helyen vannak, hogy – felnyitva a kívánt évet – elmerülhessünk akkori életünkben.

The *Owl* is a long, horizontal wooden container fixed to a wall, representing an individual's life path. The hollows on the upper surface each represent one year of the owner's life and hold a glass vial. These tiny time capsules contain short notes on that specific year. As the years pass, the *Owl* holds more and more of these vials, visible and – if opened – ready to take the owner back to any earlier stage of their lives.

LIVE FOREVER



Web

www.designs-on.com

Projektgazda Project Owner

Scott Paterson, Reid Williams, Vinh Pho

Témakör Topic

Emlékezés, Kommunikáció
Remembrance, Communications

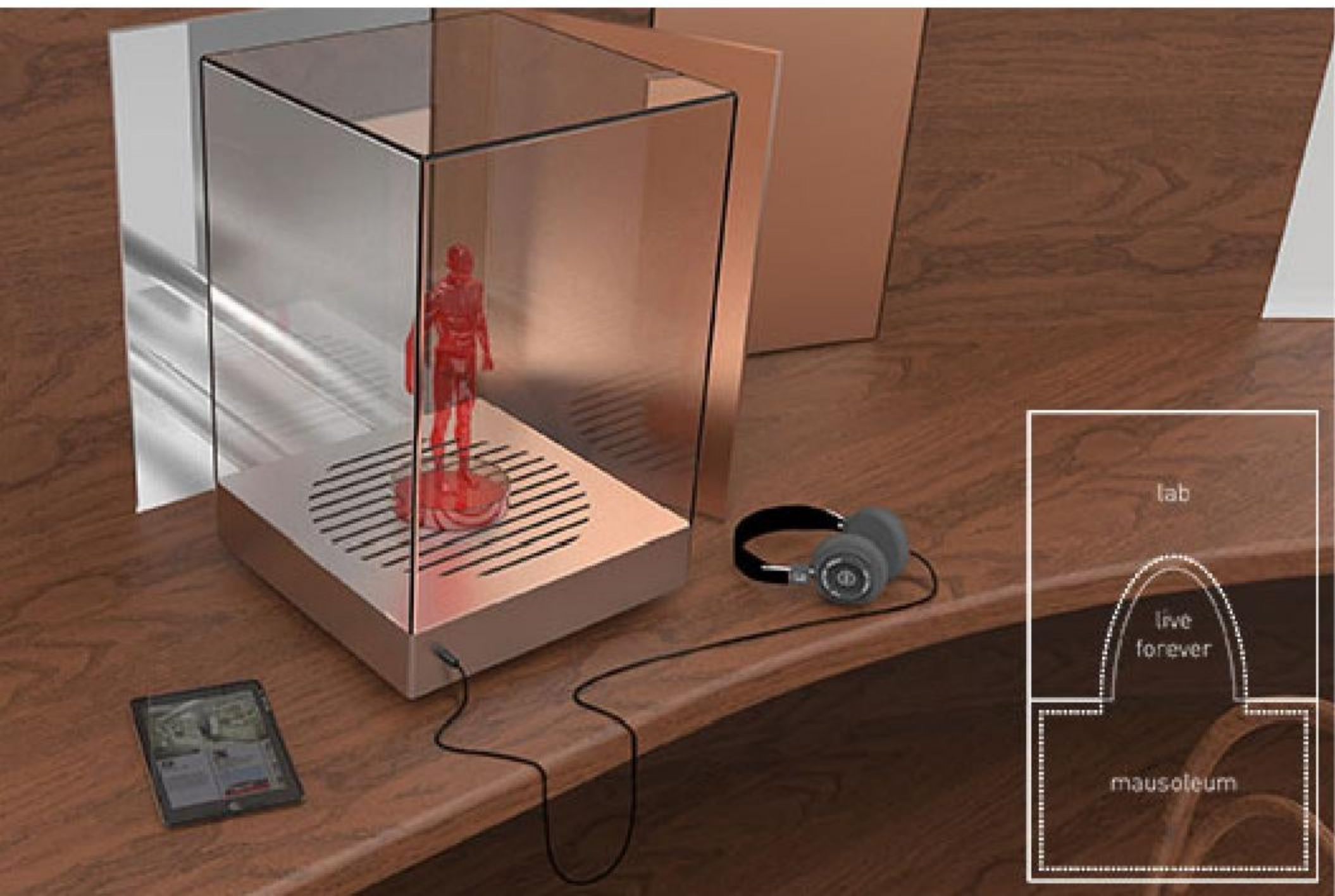
Célközönség Target Group

Halálukra készülők idősök és családjuk, szeretteik
Senior citizens nearing the end of their lives and their family and loved ones

Leírás Description

A *Live Forever* egy tudományos célra felajánlott szövetminták őrzését és kutatását elhunyt szeretteink tiszteletével összekapcsoló tér. A kutatólabor melletti látogatótérben személyre szabott, 3D nyomtatással készült edények őrzik a felajánlók genetikai hagyatékát. A hozzátartozók kontrollálhatják a minták felhasználását illető engedélyeket, miközben a kutatók digitális üzenetek formájában megoszthatják tudományos eredményeiket, melyeket a felajánlásnak köszönhetnek.

Live Forever is a space that links the preservation and study of tissue samples donated for scientific purposes with honoring our loved ones. In the visitor's area adjacent to the research laboratory, 3D printed receptacles hold each donor's genetic legacy. Relatives can directly access and control permissions related to the specimens' use, while researchers can share scientific discoveries tied to each individual donation in the form of digital messages.





ÚJRAGONDOLT
IDŐSKOR

REBRANDING

DESIGNS ON AGING



*A **Designs on Aging** az IDEO nemzetközi sorozatának hatodik kiadása. Az IDEO felhívására világszerte designerek osztották meg megoldási javaslataikat az elöregedésből fakadó társadalmi problémákra. A kezdeményezés célja olyan kreatív közösséget kialakítani, amely ösztönzi a globális párbeszédet. A kultúrálisan sokszínű projektek közt termék, szolgáltatás és építészeti koncepció is található, így egy komplex portfólió képét alkotják, melyet az IDEO szemlélete tart össze.*

Designs on Aging is the sixth edition of IDEO's international series. Designers answered the call of IDEO and shared their proposals worldwide to solve the social problems related to aging. The goal of the initiative is to establish a creative community that encourages global dialogue. There are products, services and architectural concepts, as well, among the culturally colorful projects so that they constitute a complex portfolio that is united by the approach of IDEO.

Web

www.designs-on.com/issue/aging

Projektgazda Projekt Owner

IDEO

Témakör Topic

Oktatás, Társas kapcsolatok
Education, Social ties

Célközönség Target Group

Idős, aktív emberek és számukra tervező designerek
Active elderly people and designers catering to them

Mérföldkövek Milestones

2013: a projekt kezdete (kísérleti fázis, információgyűjtés)

2014: hivatalos megjelenés, publikáció

2013: the beginning of the project (experimental phase, info collection)

2014: official appearance, publication

Kihívások Challenges

Mint oly sok idős ember, az amerikai Barbara Beskind is szeretett volna idős korában a családjá mellett élni, így mikor rokonai a nyugati-partra költöztek, ő is követte őket. 89 évesen – addigi életét maga mögött hagyva – egy teljesen idegen környezetbe került, távol barátaitól, megszokott életétől. A társadalmi elszigetelődés veszélye fenyegette, így saját magának kellett ösztönző és támogató közösséget szerveznie maga köré, ami képes erőt adni számára a mindennapokhoz. A designra és kortársai problémáira fogékony idős hölgy megkereste David Rudmant, az IDEO human erőforrásokat kezelő vezetőjét, és felajánlotta önkéntes segítségét és tanácsait az IDEO időskori tervezéssel foglalkozó csapatának. Az IDEO örömmel, és tisztelettel kezelte a felajánlást, és végül az együttműködésnek hála Barbara minden csütörtökön az IDEO Palo Alto-i irodájába látogat, hogy segítse a designerek munkáját tanácsaival, tapasztalataival. Jelenleg egy új, biztonságosabb járókeret fejlesztésén dolgoznak, amely képes megtartani a természetes járás mozgását, és közben maximális biztonságot nyújt a véletlen balesetek ellen, mint amilyen az elesés, ami súlyos veszélyt jelent időskorban.

Like many seniors before her, Barbara Beskind had just left everything behind to live near her family when they moved to the West Coast. Isolated from her previous 89 years, Barbara arrived to a completely strange environment far from her friends and the life she got used to. She was threatened by social isolation; therefore, she had to organize an encouraging and supportive community around herself to give her strength for daily life. The elderly lady, sensitive to design and the problems of her contemporaries, reached out to David Rudman, human resources manager of IDEO and offered to volunteer and advise the group working on design for the elderly. IDEO handled the offer gladly and felt honored. Due to the collaboration Barbara visits IDEO's Palo Alto office every Thursday to assist the designers with her advices and experiences. Now they work on a newer and safer walker that allows a person to retain their natural gait, providing maximum safety to avoid accidents like falling, which poses a serious problem for seniors.

Válaszok Answers

Barbara Beskind története jelzi, hogy az idősöknek történő tervezésben a legfőbb inspirációt maguk az idősök adhatják. A bennük felhalmozódott tudás – ha kellő önreflexióval és globális látásmóddal párosul – akkor a tervezési folyamat kiindulópontja lehet: ki tudná jobban, mire van valójában szükségük az idősöknek, tmint maguk az idősök? Az IDEO hisz ebben a tudásban, és designer csapatai számára cél, hogy az idősökkel közösen találjanak megoldásokat az öregedő társadalom kihívásaira. Az IDEO munkatársai úgy döntöttek, hogy új kiadással bővítik a már többszörösen díjnyertes innovatív platformjukat, a *Designs on*-t. Így a „Packaging”, „Birth”, „Food”, „Time”, „Global warming” témakörök mellett 2013-ban elkezdtek dolgozni a *Designs on Aging* platform létrehozásán. Az első fázisban a világ 10 IDEO irodáinak (Palo Alto, San Francisco, Chicago, New York, Boston, London, München, Szingapúr, Sanghaj, Tokió) témában tervezett koncepcióit gyűjtötték össze, majd 2014-ben hivatalosan is elindították a platformot. Összesen 18 innovatív ötletet publikáltak a hozzájuk tartozó leírásokkal, audió és vizuális anyagokkal. Mind a 18 projekt az IDEO gondozásában került kifejlesztésre, mégis a világ különböző pontjain dolgozó designerek lokális és globális megfigyeléseit, eredményeit mutatják meg.

„A *Designs on Aging* egy prototípus, felmerülő ötletek és kérdések gyűjteménye, amelyek azokkal az emberekkel folytatott beszélgetésekből származnak, akiknek tervezünk. A honlapunkon mindenki talál perspektívákat az egész világból, Kínát is beleértve – amely épp szembeszáll a rohamosan előregedő társadalom kihívásaival, valamint Európából, ahol a gazdasági és a nyugdíj-krízis megváltoztatta a nyugdíjas korról alkotott képet.”

The story of Barbara Beskind proves that the best inspiration in designing for the elderly are the elderly themselves. Their accumulated knowledge – paired with the necessary self-reflection and global vision – might be the starting point of a design process. Who would know better what do the elderly really need than the elderly themselves? IDEO believes in that knowledge, and therefore the goal of its designer teams is to find solutions to the challenges of the aging society – together. IDEO's staff has decided that they extend their already multiple award winning innovative platform, *Designs on* – Besides he topics of “Packaging”, “Birth”, “Food”, “Time”, “Global warming” they started to work on creating the *Designs on Aging* platform in 2013.

In the first phase, they collected the concepts of the world's 10 IDEO offices on the topic (Palo Alto, San Francisco, Chicago, New York, Boston, London, Munich, Singapore, Shanghai, Tokyo) and in 2014 they launched the platform officially.

They published 18 innovative ideas altogether with their descriptions, audio and visual materials. All of the 18 projects were developed under the guardianship of IDEO but they portray the local and global observations and results of the designers working in different locations worldwide.

'Designs on Aging is a prototype, a collection of emergent ideas and questions that came out of conversations with the people we're designing for. On our site, anyone find perspectives from around the world, including China – a country facing an increased aging population head-on – and Europe, where the economic and pension crises have changed the face of retirement.'

Tanulságok Lessons learned

A bemutatott koncepciók mind önálló tervezési folyamat végpontjai. Mégis, ami összeköti ezeket a világ különböző pontjain megalkotott koncepciókat, az a *design thinking* módszerének integrálása a tervezés minden fázisába.

The concepts introduced are all end points of individual design processes. Still, what connects these concepts created throughout the world is the integration of the method of *design thinking* into all phases of design.

Jövő Future

Az IDEO központilag nem tervezi a bemutatott koncepciók piacra vitelét, hiszen nem szükséges, hogy ezek a koncepciók együtt és összehangoltan jelenjenek meg a mindennapi életben. Minden termékért a tervezői, illetve a regionális IDEO iroda felel, így az egyes termékek megvalósulásának lehetősége is tőlük függ. Ettől függetlenül az IDEO támogatja a *Designs on Aging* jövőbeli bővítését, új koncepciókkal való feltöltését.

IDEO does not plan to market the concepts centrally since it is not necessary that these concepts surface together and in a coordinated manner in everyday life. The designer and the regional IDEO office is responsible for every product and for the feasibility to realize them. In the meantime IDEO supports the future extension of *Designs on Aging* to fill it with new concepts.

/Az interjúrészlet Gorka-Focht Máté Katrin Klauseckerrel, az IDEO európai marketing igazgatójával 2015 tavaszán készített beszélgetéséből származik

Sections of an interview by Máté Gorka-Focht with Katrin Klausecker, IDEO's European marketing director, spring of 2015 /

LIVING WELL WITH DEMENTIA, INDEPENDENCE MATTERS



Web

www.designcouncil.org.uk

Projektgazda Project Owner

Design Council, Department of Health

Témakör Topic

Életmód, Társas kapcsolatok
Lifestyle, Social ties

Célközönség Target Group

Brit tervezők
British designers

Leírás Description

Az inkluzív design területén régóta jelentős szerepet vállaló brit Design Council 2010 óta szervez társadalmi fókuszú design pályázatokat. Ezek keretében az intézmény szakmai szervezetekkel együttműködésben fogalmaz meg specifikus kihívásokat. A kiválasztott termék és szolgáltatás koncepciók sikeres, hosszú távú megvalósulását fél-egy éves pénzügyi támogatással és szakmai mentorációval segíti. A 2011-ben, a brit Egészségügyi Minisztériummal közösen kiírt *Living Well with Dementia* pályázaton egy jellemzően időskori betegséggel, a demenciával küzdők életminőségének és öngondoskodási képességeinek javítása volt fókuszban.

A következő évben, *Independence Matters* címmel a fizikai és mentális anyatlás, illetve társas elszigetelődés következtében elvesztett függetlenségünk megőrzésére kerestek megoldásokat. A pályázat keretében 7 olyan projekt inkubációja kezdődött meg, melyek többsége a társas kapcsolatok élénkítésének új módjait, platformjait vetik fel.

The British Design Council, having played a significant role in the field of inclusive design for many years now, has been organizing design challenges centering around social issues since 2010. The institution works together with a number of professional organizations to define specific challenges and supports the long-term implementation of the selected product and service concepts with between 6-12 months of financial support and mentoring. The call for submissions titled *Living Well with Dementia*, published jointly with the British Ministry of Health, focused on improving the quality of life and self-care ability of those suffering in dementia, a disease typically associated with old age. The following year, with *Independence Matters*, they set out to find solutions for reclaiming independence lost due to fading physical and mental abilities and social isolation. The competition led to the launch of the incubation of 7 projects, most of which deal with the introduction of new methods and platforms to revitalize social relationships.

if trading times can
PROVIDE



DESIGN-LED INNOVATIONS FOR ACTIVE AGEING



Web

www.daaproject.eu

Projektgazda Project Owner

Pénzügyi támogató: Európai Regionális Fejlesztési Alap, INTERREG IVC program
Co-financed by: European Regional Development Fund, INTERREG IVC program

Témakör Topic

Városi környezet
Urban environment

Célközönség Target Group

Városi önkormányzatok, szolgáltatók, designerek
City governments, service providers, designers

Leírás Description

A DAA – *Design-led Innovations for Active Ageing* (Design vezérelt innovációk az aktív öregedésért) interregionális projekt keretében nyolc európai nagyváros szervezetei fogtak össze azzal a szándékkal, hogy fenntartható megoldásokat dolgozzanak ki az öregedő társadalmak kihívásaira. A nyolc város – Antwerpen, Barcelona, Berlin, Helsinki, Oslo, Szófia, Stockholm és Varsó – szakmai hálózata a holisztikus és integrált megközelítés mentén segítette szakértők, döntéshozók és designerek találkozását.

In the interregional *DAA – Design-led Innovations for Active Ageing* project, organizations from eight major European cities joined forces in an attempt to find sustainable solutions for the challenges faced by aging societies.

Professional networks from all eight cities – Antwerp, Barcelona, Berlin, Helsinki, Oslo, Sofia, Stockholm and Warsaw – employed a holistic and integrated approach to bring experts, policy makers and designers closer to one another.



HIDDEN HISTORIES



Web

www.openideo.com/challenge/youth-mentor

Projektgazda Project Owner

Kate Machtiger

Témakör Topic

Oktatás, Városi környezet
Education, Urban environment

Célközönség Target Group

Városban élő, tanulni vágyó idősek és fiatalok
Senior citizens and young people living in urban areas, who want to learn

Leírás Description

Az OpenIDEO ötletpályázatának egyik nyertes koncepciója az idős generáció városismeretét, személyes történeteit és a fiatalok folyamatosan fejlődő informatikai tudását köti össze. A *Hidden Histories* (rejtett történetek) egy mentorációs program, melynek során a résztvevők egy négydimenziós városi térképet fejlesztenek. A programhoz önkéntesen csatlakozó fiatalok jobban megismerhetik városukat. Az idősek megoszthatják szubjektív térképük emlékeztető helyeit, a hozzájuk kapcsolódó történeteket, miközben informatikai ismereteket szereznek és hozzájárulnak a városi emlékezet megőrzéséhez. A fejlesztés párokban történik, akik a *Hidden Histories* oldalán földrajzi közelség és érdeklődés alapján találhatnak egymásra.

One of the winning submissions to the OpenIDEO idea competition, *Hidden Histories* connects senior citizens' personal stories and in-depth knowledge of their cities and the younger generation's ever-developing IT skills. *Hidden Histories* is a mentoring program, in which participants develop a four dimensional urban map together. Young people volunteering to take part in the program are offered the chance to get to know their city better. The elderly, on the other hand, get the opportunity to share the memorable spots and corresponding stories that make up their own subjective map, while also gaining valuable computer skills and contributing to the preservation of their city's urban legacy. The development project is done in pairs, who are connected through the *Hidden Histories* webpage based on location and interests.

LATA 65



Web

www.woolfest.org

Projektgazda Project Owner

Cowork Lisboa, Wool – Covilhã Urban Art Festival

Témakör Topic

Művészet, Társas kapcsolatok, Városi környezet
Art, Social ties, Urban environment

Célközönség Target Group

Aktív életet élő idősek, fiatal utcai művészek
Senior citizens leading active lives, young street performers

Leírás Description

2012-ben, Lisszabonban indult, idősek számára szervezett városi művészeti workshop. Célja, hogy a street art műfaján keresztül közelebb hozza egymáshoz a különböző korosztályokat, támogassa az aktív idős kort, a generációk közötti összetartást, és demonstrálja, hogy a kor csak egy szám. A workshopok során az idősek elsajátíthatják a street art művészet különböző technikáit, kapcsolatot építhetnek egymással és a fiatalabbakkal, tevékenységükön keresztül pedig az utcai művészet is szélesebb körben elfogadottá és szeretetté válhat.

Urban art workshop geared towards senior citizens, launched in Lisbon in 2012. Its goals are to bring generations closer to each other using street art as a medium, to support active old age and solidarity across generations and to prove that age is just a number. During the course of the workshops, senior citizens learn various street art techniques, get to know one another and the younger generation – while their activities could also help street art become more widely accepted and appreciated.



BRIGHT OLD THINGS



Web

www.selfridges.com

Projektgazda Project Owner

Selfridges&Co., Todd Selby

Témakör Topic

Divat, Kommunikáció
Fashion, Communications

Célközönség Target Group

Kreatív szakmákban dolgozó idős emberek és potenciális vásárlóik
Senior citizens working in creative professions and their potential customers

Leírás Description

A Selfridges & Co angol áruház régóta támogatja a társadalmi innovációt és művészeteket. 2012-ben indult *Bright Young Things* („Okos fiatal dolgok”) programjuk keretében tehetséges pályakezdő képzőművészeknek és designereknek adnak lehetőséget a bemutatkozásra. A program nyomán 2015-ben kezdeményezett *Bright Old Things* („Okos öreg dolgok”) tizennégy olyan kreatív szakmákban működő idős embert mutat be, akik nyugdíjazásuk után új foglalkozást találtak, illetve régi hobbijukat űzik professzionális szinten. A résztvevőkről rövid portréfilm készült. Emellett kaptak egy-egy üzletkirakatot, melyet kedvük szerint rendezhettek be, termékeiket pedig az áruház concept store-jában értékesíthették.

The English department store Selfridges&Co has long supported social innovation and the arts. Their *Bright Young Things* program, launched in 2012, offers talented young artists and designers a chance to showcase their work. Its sister program, *Bright Old Things* – founded in 2015 on the coattails of its predecessor's success – features fourteen senior citizens from creative professions who found new careers after retirement or who are now professionals in a field that was previously their hobby. Short introductory films were made starring the participants, and they each received a shop window to decorate as they wished, offering their products for sale in the department store's concept store.



ADVANCED STYLE BLOG



Web

www.advancedstyle.blogspot.hu

Projektgazda Project Owner

Ari Seth Cohen

Témakör Topic

Divat, Művészet
Fashion, Art

Célközönség Target Group

Divat és divatfotózás iránt érdeklődők
Those interested in fashion and fashion shoots

Leírás Description

Az *Advanced Style* divatblog szerkesztője Ari Seth Cohen New York utcáit járva keresi modelljeit. Olyan idős nőkről és férfiakra készít fotókat, akik megjelenésükkel a divat kortalanságát hirdetik, öntudatosak és a maga teljességében élik és élvezik az életet – mindezt pedig egyedi öltözködésükkel is kifejezik. A modellekről azóta film is készült.

Ari Seth Cohen, editor of the fashion blog *Advanced Style* looks for his models walking around the streets of New York City. He takes pictures of elderly men and women whose looks represent the timelessness of fashion, who are self-assured, living and enjoying life in its entirety – and who project this with their unique sense of style. A film has also been made featuring his models.



EYES AS BIG AS PLATES



Web

www.eyesasbigasplates.com

Projektgazda Project Owner

Karoline Hjorth, Riitta Ikonen

Témakör Topic

Művészet, Kommunikáció
Art, Communications

Célközönség Target Group

Minden korosztály
All age groups

Leírás Description

Az *Eyes as Big as Plates* a finn Riitta Ikonen és a norvég Karoline Hjorth fotográfusok kezdeményezésében indult projekt. Fotósorozatukban a norvég folklór karaktereit, főhőseit, a helyi mítoszok és népi regék részleteit jelenítik meg, átítatva az adott területen élő idős lakosok személyes történetével. Az első sorozat 2011 májusában a norvég Sandnesben, helybéli nyugdíjasokkal – tengerészekkel, földművesekkel, ejtőernyősökkel – együttműködésben készült el. A képeken egy-egy magányos alak látható a természetben, amint az adott környezet elemeiből – gallyakból, levelekből, mohából – készült holmit visel. Azonban az elkapott pillanatok sem térhez, sem időhöz nem kötődnek, hasonlóan a népmesékhez, ahol az erdő bármelyik erdő, a tenger pedig bármelyik tenger lehetne. A cél az időtlenség és az egyetemesség megragadása volt. Ugyanakkor az olyan elemek, mint a szemüveg, a cipő vagy más ruhadarabok megtörik a mesebeli hatást és a szereplők

egyénisége is megmutatkozik, ezzel becsempészve a jelen kort és realitást a képzelet mesevilágába. Azóta a sorozat tovább bővült finn, francia és izlandi idős lakosokról készült portrékkal.

Eyes as Big as Plates is a project launched by photographers Riitta Ikonen (Finland) and Karoline Hjorth (Norway). Their photo series features the characters and heroes of Norwegian folklore, the details of local myths and folk legends – steeped in the personal tales of the given area's elderly inhabitants.

The first series was created in May of 2011 in the Norwegian Sandnes, in collaboration with local pensioners – sailors, agricultural workers and parachuters. The images each depict a single lonely figure in nature, wearing items made from surrounding materials – branches, leaves or moss. The captured moments aren't defined in space or time, similarly to folk tales, whose forests could be any forest and whose seas could be any sea. At the same time, elements such as glasses, shoes and other garments break the magic spell, the figure's personality shines through – this way, reality and the present find their way into the fairy tale world. Since the launch, the series has expanded to feature portraits of Finnish, French and Icelandic locals.



SZERELEMPATAK STREAM OF LOVE



Web

www.facebook.com/szerelempatak

Projektgazda Project Owner

Sós Ágnes (rendező director)

Témakör Topic

Művészet, Szexualitás
Art, Sex

Célközönség Target Group

Minden korosztály
All age groups

Leírás Description

Sós Ágnes *Szerelempatak* című dokumentumfilmje sajátos történet a szerelemről és a vágyakozásról. Szereplői egy kicsi erdélyi magyarlakta faluban élő idős emberek. Az érzelmekkel teli, esetenként megdöbbentő alkotás a javíthatatlan romantikus, a több mint nyolcvan éves Feri bácsi szerelmi kalandjait követi nyomon a falubéli asszonyokkal. Ők azok, akik a legbelsőbb gondolataikat és álmaikat is megosztják velünk. Olyan nőkről szól ez a különösen izgalmas korkép, akik számára az volt a szabály, hogy ha a férj úgy akarja, még a kenyérsütést is abba kell hagyni, kezet mosni, és megadni, ami jár a férfinak, hiszen „dagasztani utána is lehet”. Nőkről, akiknek elmondták, hogy a nászéjszakán, „mikor a leányt megkezdik, az olyan, mintha nyúznák” - hát ki is ugrottak az ágyból, amikor a férj ölelte volna őket. A film a 25. Trieszti Filmfesztivál legjobb dokumentumfilm díjának nyertese.

Stream of Love, a documentary by Ágnes Soós, is an unusual story about love and longing. Its protagonists are the elderly inhabitants of a tiny Hungarian-speaking village in Transylvania. The emotional, sometimes shocking film recounts the romantic exploits of the incurable romantic octogenarian, Feri bácsi, with the women of the village. They are the ones who share their innermost thoughts and dreams with us. This incredibly exciting period piece tells the story of women whose lives were governed by the rule that if your husband so desires, even baking bread should be set aside, it's time to wash your hands and give him what a man is due – 'kneading can wait'. The story of women who were told that when 'a girl is taken' on her wedding night, 'it as if she were being skinned' – and who consequently jumped right out of bed and their husbands' arms. The film was awarded Best Documentary at the 25th annual Trieste Film Festival.





**TOVÁBBI
INSPIRÁCIÓK**

**FURTHER
INSPIRATION**



Grouple

designcouncil.org.uk

Projektgazda / Project Owner:

Design Council

Témakör / Topic: Egészség, Kommunikáció / Health, Communications
UK



Liftware

liftware.com

Projektgazda / Project Owner:

Lift Labs

Témakör / Topic: Táplálkozás, Egészség / Nutrition, Health
USA



el:Dudy

yankodesign.com

Projektgazda / Project Owner:

Yanko Design / Chan Po Yee

Témakör / Topic: Egészség, Szabadidő / Health, Recreation
CN



Dementia Dog Project

dementiadog.org

Projektgazda / Project Owner:

Dogs for the Disabled

Témakör / Topic: Egészség, Szabadidő / Health, Recreation
SCO



Pets for the Elderly Foundation / Support Pets for the Elderly

petsfortheelderly.org

Projektgazda / Project Owner:

Pets for the Elderly Foundation

Témakör / Topic: Életmód / Lifestyle
USA



Rehabilitation clothing

ferranlajara.com

Projektgazda / Project Owner:

Ferran Lajara, fuelfor, Ollie Niemi

Témakör / Topic: Egészség, Szabadidő / Health, Recreation
ESP



Flourish Activity Monitor

yankodesign.com

Projektgazda / Project Owner:

Yanko Design, Brad Mitchell

Témakör / Topic: Egészség, Szabadidő / Health, Sport
USA



Sampark / Communication & Information sharing for Elderly

dsource.in

Projektgazda / Project Owner:

Ajay Mittal

Témakör / Topic: Oktatás, Kommunikáció, Biztonság / Education, Communications, Safety
IN



Safety and security for an elderly living alone

shaswath.carbonmade.com

Projektgazda / Project Owner:

Shaswath Vaidyanathan

Témakör / Topic: Biztonság / Safety
IN



Kanskje Kommer Kongen

facebook.com/kanskjekommerkongen

Projektgazda / Project Owner:

Paulus Sykehjem

Témakör / Topic: Társas kapcsolatok,

Életmód / Social ties, Lifestyle

NO



FabCab

fabcab.com

Projektgazda / Project Owner:

FabCab

Témakör / Topic: Oktatás, Háztartás és

Lakókörnyezet / Education, Household

and Living circumstances

USA



Stadtathleten

hfg-gmuend.de

Projektgazda / Project Owner:

Mirjam Strunk, Sven Lambrecht

Témakör / Topic: Városi környezet,

Mobilitás, Egészség / Urban environment,

Mobility, Health

GER



Talking Mats

talkingmats.com

Projektgazda / Project Owner:

Talking Mats Associate

Témakör / Topic: Kommunikáció,

Egészség / Communications, Health

SCO



22+ Tattooed Seniors Answer The Eternal Question: How will your ink look like when you're 60

Projektgazda / Project Owner:

Bored Panda, Lina D.

Témakör / Topic: Emlékezés

/ Remembrance

USA



Veryday - People Insight - Understanding Your Customers

veryday.com

Projektgazda / Project Owner:

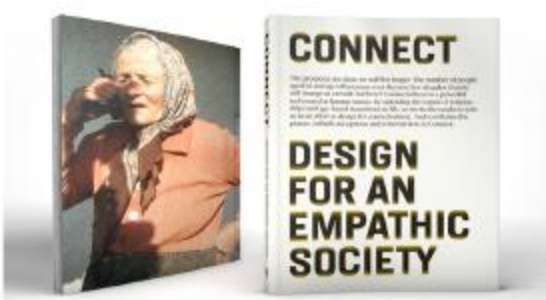
Veryday, Ergonomi Design Gruppen

Témakör / Topic: Egészség,

Háztartás és Lakókörnyezet / Health

Household and Living circumstances

SWE



Design for an Empathic Society

bispublishers.nl

Projektgazda / Project Owner:

BIS Publishers

Témakör / Topic: Társas kapcsolatok

/ Social ties

NED



What Ali Wore

alioutfit.tumblr.com

Projektgazda / Project Owner:

Zoe Spawton

Témakör / Topic: Divat / Fashion

GER



Nyolc Perc / Eight minutes

Projektgazda / Project Owner:

Péter Farkas, Magveto Publishing

Company

Témakör / Topic: Művészet, Irodalom,

Emlékezés / Art, Literature, Remembrance

HU



Három nagymamám volt / My three grandmas

Projektgazda / Project Owner:

Katalin Glaser, BPAnim Holding Kft.

Témakör / Topic: Művészet, Emlékezés
/ Art, Remembrance

HU



Hoppípolla / Hell's Grannies

sigur-ros.co.uk

Projektgazda / Project Owner:

Sigur Rós, Monty Python

Témakör / Topic: Művészet / Art
ISL/ENG



About Schmidt

Projektgazda / Project Owner:

Alexander Payne (director)

Témakör / Topic: Társas kapcsolatok,
Művészet / Social ties, Art
USA



UP

Projektgazda / Project Owner:

Pixar, Disney, Pete Docter, Bob Peterson

Témakör / Topic: Társas kapcsolatok,
Művészet / Social ties, Art

USA

IMPRESSZUM IMPRINT

Felelős kiadó Published by: Tornyánszki Éva (Kutatási és Képzési vezető Head of Research and Education – Design Terminal)

Főszerkesztő Editor-in-chief: Tornyánszki Éva

Társszerkesztők Co-Editors-in-chief: Oravecz Júlia, Szerencsés Rita

Szövegek Texts by: Gorka-Focht Máté, Oravecz Júlia, Szentpéteri Márton, Szilágyi Andrea, Tornyánszki Éva

A HOLIS Kutatás gyakornoki programjában részt vevő hallgatók Students participating in the HOLIS Research' internship program: Budai Márton, Eitler Tímea, Gorka-Focht Máté, Szilágyi Andrea, Tibori Dorottya, Vértési Borbála

A HOLIS Nyári Egyetemen részt vevő csapatvezetők Team Leaders of the HOLIS Summer University: Inés Peláez, Ingrid Van Der Wacht, Iria Lopez, Pais Panni, Szemerey Samu, Tibor Antony

A HOLIS Nyári Egyetemen részt vevő szeniorok Senior team of the HOLIS Summer University: Némethné Jankovics Györgyi, Oskovics György, Scholtzné Hibay Alíz, Vadászi Tiborné Krisztina

A HOLIS Nyári Egyetemen résztvevők Participants in the HOLIS Summer University: Bereczki Nóra, Czémán Zsófia, Debnárová Petra, Diósy Anna, Horváth Eszter, Juhász D. Szvetlana, Kendernay Márk, Láng Nóra, Livia Pemcakova, Molnár Szabolcs, Raimann Robert, Rzenno Jeremiasz, Schmalen Miriam, Stefanik András, Styczen Karolina, Szabó Beáta Tünde, Szabó Katalin Zsuzsanna, Szatmári-Margitai Zsófia, Szerencsés Rita, Szilágyi Andrea, Takács Zoltán, Varga Lili, Veszprémi Lili, Wereszczynska Karolina

További együttműködők Contributors: Fekete Tamás, Mester Balázs, Szemerey Samu

Kiadványterv Book design: Budai Márton

Illusztráció Illustration: Szilágyi Andrea

Fordítók Translators: Elek Anna, Körmendi Gabriella

Példányszám Copies: 50

Copyright @ HOLIS 2015
Minden jog fenntartva! / All rights reserved!



DESIGN®
TERMINAL

60+ DESIGN

HOLIS KUTATÁS RESEARCH

2015

A HOLIS – a Design Terminál nemzetközi nyári egyeteme – 2014-ben indult azzal a céllal, hogy a holisztikus designelméletét gyakorlatba ültesse. A HOLIS egy megközelítés: arról szól, hogy designer, mérnök, szociológus, pszichológus és közgazdász együtt, egy csapatban dolgozik olyan problémák megoldásán, melyek közvetlenül érintenek bennünket a mindennapokban.

HOLIS – Design Terminal's international summer university – was launched in 2014, aiming to put the theory of holistic design into practice. HOLIS is an approach: it requires designers, engineers, sociologists, psychologists and economists to work together as a team to solve problems that affect us in our everyday lives.



holis.designterminal.hu