

# Das ReifeSiegel zeichnet seniorenfreundliche Webseiten aus



Das Marketing-Team des ReifeNetzwerks prüft Webseiten auf ihre Eignung für die stetig wachsende ältere Zielgruppe, die Generation 50+. Internetseiten, die die Anforderungen erfüllen, erhalten das **ReifeSiegel**.

Über drei Viertel der Deutschen nutzen das Internet als wichtigste Informationsquelle. Doch nicht alles, was sie dort vorfinden, ist gut und nützlich. Das gilt zum einen generell: viele Webseiten sind missverständlich oder verwirrend aufgebaut – sie funktionieren nicht oder zumindest nicht gut.

**Für die ältere Zielgruppe kommen jedoch weitere potentielle Erschwerungen hinzu.**

Da gibt es zum einen **körperliche Einschränkungen, u.a.:**

- Die Augen sind nicht mehr so trennscharf, was einige Farbkontraste angeht. Sie nehmen blinkende Signale anders wahr, Neon-Farben werden nur ungenau erkannt.
- Der Hörsinn lässt nach. Manches aus dem PC-Lautsprecher wird nicht mehr korrekt wahrgenommen, Anderes vom Hörgerät so verstärkt, dass das Trommelfell schmerzt.
- Ganz generell ist die Aufnahmefähigkeit und Informationsverarbeitung älterer Menschen anders als bei jungen Menschen. Sie schätzen einfache, klare, erwartbare Strukturen. Sie wollen nicht überrascht werden.

**Erfahrungs- und Kompetenz-Defizite** kommen hinzu, z.B.:

- Die meisten sind nicht mit einem PC groß geworden und mussten sich im höheren Alter erst damit beschäftigen. Sie verlieren sich mitunter in kompliziert gestaffelten Hilfe-Menüs und haben statt einer Lösung noch mehr Fragen.
- Das technische Umfeld zu Hause ist oft nicht ideal konfiguriert. Geht der Drucker zuverlässig? Kann er einen Reise-Voucher, ein Bahn-Ticket, eine Konzertkarte ausdrucken?

Und es gibt **psychologische Hürden wie diese:**

- Sind sie auf dieser Webseite wirklich willkommen? Ist das nicht nur etwas für junge Leute? Manche Web-Designer sind so stolz auf ihr mega-cooles Design und „Wording“, dass sie damit ihre größte Zielgruppe gleich bei der Ankunft wieder hinaus komplementieren.
- Hat man die speziellen Anforderungen und Wünsche der älteren Kunden verstanden und versucht sie abzubilden? Geht man auf sie ein? Holt man sie ab, wo sie sind?

**Es gibt bislang kaum praktikable Instrumente, mit denen die „Seniorenfreundlichkeit“ einer Webseite überprüft werden kann.**

**Das ReifeNetzwerk hat mit dem *ReifeSiegel* so ein Werkzeug entwickelt!**

**Einziges Thema für das ReifeSiegel ist die Analyse und Bewertung einer Webseite auf ihre Seniorenfreundlichkeit. Wird die Prüfung bestanden, wird das *ReifeSiegel* vergeben und kann auf der Webseite genutzt werden.**

**Die Analyse umfasst 35 Kriterien, die in 4 Gruppen gegliedert sind**

- Aufbau und Struktur der Webseite
- Sprache, Kommunikation und Hilfe
- Optik, Akustik und Haptik der Webseite
- Einkaufsprozesse. Dieser letzte Punkt ist nur für Online Shops und Einkaufsportale relevant.

**Alle 35 Kriterien haben besondere Relevanz für Senioren.** Erarbeitet wurden sie von den Marketing-Experten von Das ReifeNetzwerk (RNW). Sie wurden in der Praxis geprüft und erprobt – für unterschiedliche Branchen und Angebotskonzepte.

Und sie wurden in der Theorie evaluiert und methodisch abgesichert. Prof. Dr. Christa Seja von der Hochschule Hannover, Fachgebiet Marketing, hat Das ReifeNetzwerk auf dem Weg konzeptionell begleitet und unterstützt. Sie hält das *RNWSiegel* für eine fachlich korrekte, seriöse und belastbare Prüfung. Prof. Seja: „**Jede größere Webseite sollte die Prüfung für das *RNWSiegel* durchführen.** Auch Websites, die nicht speziell seniorenorientiert sind, sondern einen intergenerativen Ansatz verfolgen, bietet diese Form der Analyse beachtliche Optimierungspotenziale.“

**Die Kriterien für das *ReifeSiegel* sind nicht die „normalen“ Standard-Anforderungen an eine Webseite.** Im Gegenteil: Es wird davon ausgegangen, dass die meisten Webseiten-Betreiber sich um die allgemeinen Anforderungen bereits ausreichend gekümmert haben. Hierfür gibt es eine ganze Reihe von Werkzeugen, Gütesiegeln und Checklisten.

**Die Prüfung für das *ReifeSiegel* ergänzt diese Standard-Kriterien, es ist als Addition, nicht als Alternative zu anderen Prüfungen und Bewertungen entwickelt.** Die Kriterien des *ReifeSiegels* können und sollen zusätzlich verwendet werden – überall dort, wo die ältere Zielgruppe wichtig ist.

**Wie wird bewertet?**

Die Experten für Senioren-Marketing des ReifeNetzwerks untersuchen die Webseite „manuell“, lesen viel, klicken sich durch die Menüs, bestellen Produkte – ein **virtuelles Mystery-Shopping** also. **Die 35 Kriterien werden nach Punkten bewertet, maximal werden 5 Punkte vergeben.**

Die Bewertungs-Kriterien sind zwar grundsätzlich stets und überall gleich, trotzdem geht Das ReifeNetzwerk mit „**Branchenumsicht**“ vor. D.h. bei der Bewertung wird berücksichtigt, welche speziellen Anforderungen und Geschäftsbedingungen in der jeweiligen konkreten Branche gelten. So wird ein praxisnahes, **realistisches Urteil** sichergestellt. Zudem entsteht durch den Vergleich mehrerer Seiten einer Branche **eine differenzierte Marketing-Benchmark.**

**Die Prüfung mündet in die Entscheidung, ob das ReifeSiegel vergeben wird. Dies ist der Fall, wenn alle 4 Haupt-Kriterien mit der Note „befriedigend“ bestanden wurden.**

**Ansprechpartner für weitere Informationen zum *ReifeSiegel* ist Peter Apel.**

Das ReifeSiegel wird geschäftlich vertreten von Vianova-Company GmbH. Peter Apel ist hier Geschäftsführer und hat im ReifeNetzwerk das ReifeSiegel mit entwickelt.

- [peter.apel@vianova-company.de](mailto:peter.apel@vianova-company.de) oder [peter.apel@reifenetzwerk.de](mailto:peter.apel@reifenetzwerk.de)
- T +49 6172 850 9555