

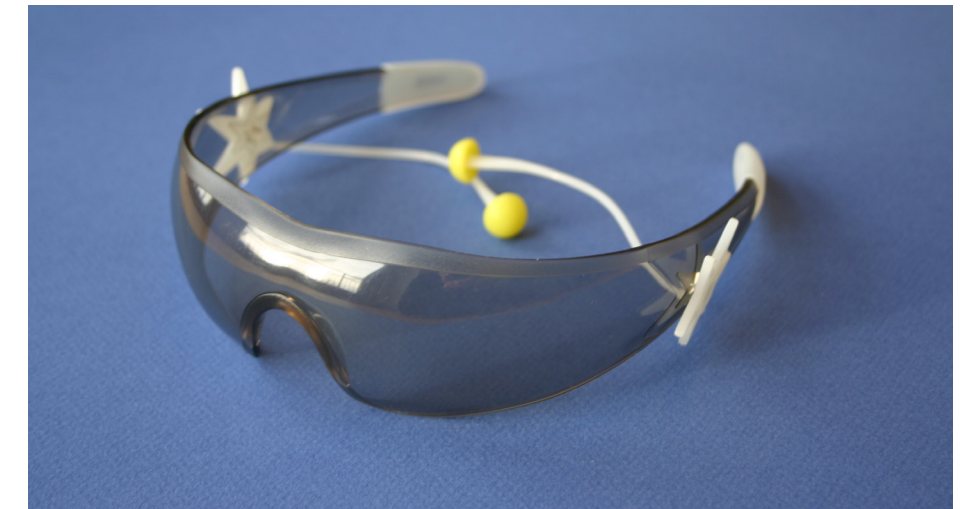
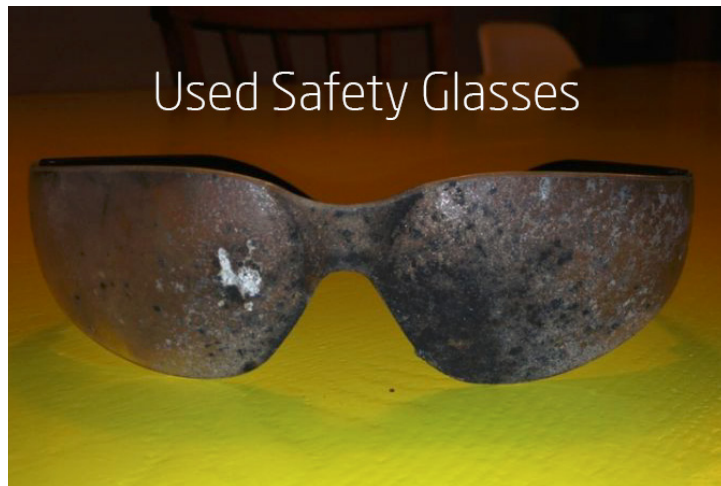
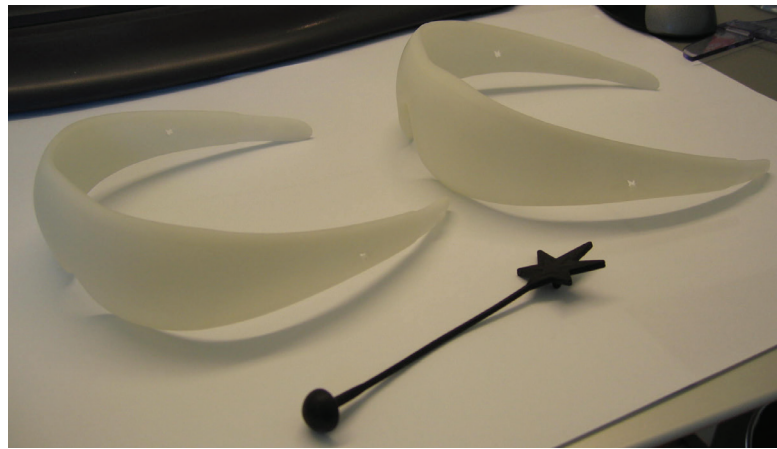


Dansk Fyrværkeriforening

Sikkerhedsbrille - brugerinvolvering og produktdesign

9 ud af 10 tilskadekomne bruger ikke sikkerhedsbriller og i 1998 måtte mere end 100 personer på skadestuen med øjenlæsioner p.g.a. fyrværkeri. Dette var bla. medvirkende til, at Fyrværkeriforeningen bad 3PART designe en ny sikkerhedsbrille til børn og voksne. I udviklingen af brillen var der ikke kun fokus på øjnene og i samarbejde med førende eksperter blev der også taget højde for problemet med høreskader forårsaget af fyrværkeri.

Ved lanceringen blev der solgt 750.000 eksemplarer på 14 dage, og antallet af øjenskader blev det laveste i en lang årrække i Danmark.



Sikkerhedsbrille

750.000 solgte eksemplarer på 14 dage

3PART leverede:

- Research
- Brugerinddragelse
- Markedsanalyse
- Behovsanalyse
- 4 Design retninger
- Overdragelse til kinesisk producent

Opgaven: Fyrværkeriforeningen kom til 3PART med et ønske om en ny sikkerhedsbrille til brug ved anvendelse af foreningens produkter. Designet skulle være effektivt og indbydende samtidig med, at det skulle give foreningens image et løft.

Proces: I tæt samarbejde med forbrugerne, og landets førende eksperter indenfor øjen- og høreskader, identificerede 3PART forbedringspotentialerne ved de traditionelle sikkerhedsbriller ved at inddrage børn og forældre i en simulering af nytårsaften.

Efterfølgende blev der udformet et designkatalog med 4 forskellige forskellige designretninger med tilhørende prototyper i SLA. Disse blev testet og efterfølgende yderligere raffineret, indtil det endelige design var opnået.

Løsning: Da der i udviklingen både skulle tages højde for øjen- og høreskader, blev løsningen en helstøbt brille med ørepropper monteret på siden.

Brillen er udformet således, at den ikke dugger og derfor ikke giver anledning til at blive fjernet. Løsningen med et helstøbt stel blev valgt, netop for at den ikke skulle kunne pakkes sammen og g(l)emmes i lommen.

De nye sikkerhedsbriller endte med at ligne skibriller uden den generende elastik, som ødelagde nytårsfrisuren for testpersonerne.

Fyrværkeriforeningen havde det udgangspunkt, at kunderne max. ville betale 15 kr. for sikkerhedsbriller i det gamle design. Det viste sig dog, at folk ville betale op til 49,95 kr. for det nye brille.

Resultat:

- Brugervenligt og moderne design
- Sikkerhedstestet materiale
- Helstøbt og dugfri stel
- 2 størrelser - til børn og voksne
- Ørepropper i friske farver monteret i siden

Ved lanceringen blev der solgt 750.000 eksemplarer på kun 14 dage, og antallet af øjenskader blev det laveste i en lang årrække i Danmark.

3PART har siden lanceringen løbende lavet opdateringer af designet.