

## Gender-Know-how as an Innovation Potential within Research and Development

„Wir ermöglichen die Umwandlung von AnwenderInnen- und ExpertInnenwissen in inspirierende Interaktion und Produktdesign und produzieren damit wertvolle AnwenderInnen-Erfahrung,“ so eröffnete Klaus Schroeder seine Präsentation. Der steigende Einfluss von Frauen auf die Kaufentscheidung bei unterschiedlichsten Produkten veranlasste die Firma „design People“, ein Consulting Unternehmen in Dänemark, das vorgestellte Forschungsprojekt aufzusetzen. Für ca. 3 Jahre wurden ExpertInnen aus dem Bereich Markt- und Designforschung wie auch aus verschiedenen Firmen mit einem Budget von 1 Million Euro um einen Tisch versammelt, um im Rahmen des Forschungsprojekts „Female Interaction“, subventioniert von der dänischen Regierung, den weiblichen Blick auf Technologien und den Bedarf von Frauen in diesem Zusammenhang zu untersuchen.

Ausgangspunkt waren schon bestehende Forschungsergebnisse, die deutlich zeigten, dass sich Frauen und Männer auf unterschiedliche Art und Weise an Technologie annähern. Zusätzlich unterscheiden sie sich in ihrem NutzerInnenverhalten und artikulieren unterschiedliche Erwartungen an technische Produkte. Das heißt, für die Technologie-ExpertInnen liegt die Herausforderung in der Übersetzungsleistung, um die Vorteile der Technologie und den Nutzen vor allem für Frauen deutlich sichtbar zu machen.

Eine von mehreren Fallstudien zu einem neu konzipierten Headset verknüpft mit einem webbasierten Survey in den verschiedensten Ländern wurde als Beispiel vorgestellt. Diese Fallstudie versuchte die unterschiedlichen Bedürfnisse von Frauen zu verdeutlichen und erläuterte damit den möglichen Einblick der Produkt-DesignerInnen in die Bedürfnisse der Zielgruppe. Damit wurde im Rahmen dieses Projekts die spezielle Erfahrung von Frauen als Anwenderinnen als Ausgangspunkt für das Produktdesign verwendet.

Anhand dieses Beispiels wurde letztendlich deutlich, wie wichtig es ist, den Fokus im Rahmen der Technologieentwicklung zu verändern. Der Übergang von einem allgemeinen, geschlechtsunspezifischen Ausgangspunkt zu einem von weiblicher Anwenderinnen-Erfahrung getriebenen Entwicklungskonzept ermöglicht eine starke Annäherung der Technologie an die Bedürfnisse von Frauen und erlaubt damit eine deutlich verbesserte Präsentation und eine mit den Anforderungen abgestimmte Konzeption des jeweiligen Produkts.

Damit wurde deutlich, dass die Integration spezifischer Genderaspekte im Produktdesign das innovative Potential von Technologieprodukten erhöhen kann und damit einhergehend die Attraktivität der Produkte.

### Dipl. Des. Klaus Schroeder

Klaus Schroeder is strategy director, CEO and partner at design-people, a Danish based international design consultancy. Klaus has headed the "Female Interaction" research program which has brought together scientists, market analysts, designers and major tech companies. In relation to this program Klaus has served as expert and advisor for the UN and the European Union within gender and technology design. Today Klaus and his colleagues are consultants for international tech companies within gendered user experience innovation and design strategies.

**Kontakt:** [ks@design-people.dk](mailto:ks@design-people.dk)