

Ortsgespräch  
GENDERORIENTIERTE  
ALLTAGSPRODUKTE

# Einziger Studengang

Design- und  
Produktmanagement

SOEST • Der Studiengang „Design- und Projektmanagement“ wurde vor zehn Jahren an der Fachhochschule in Soest eingerichtet. Er ist in Deutschland einzigartig und verbindet die Bereiche Design, Technik, Betriebswirtschaft und Management. In sieben Semestern erwerben die Studenten betriebswirtschaftliches und gestalterisches Wissen und bekommen Einblicke in technische Abläufe.

Ein Schwerpunkt liegt auf der planerischen Qualifikation. „Studierende werden auf ihre Rolle als kreative Generalisten vorbereitet, welche die Regie dort übernehmen, wo kreative Prozesse und Projekte in innovative Produkte münden“, heißt es in der Beschreibung dieses Studiengangs, der im Fachbereich Maschinenbau-Automatisierungstechnik angesiedelt ist. Von den zurzeit rund 160 Studenten sind 80 Prozent weiblich. Etwa 40 junge Leute nehmen jedes Jahr dieses Studium auf.



In einer Abschlusspräsentation zeigten die Studenten, welche Ideen und Produkte sie im vergangenen Semester entwickelt haben. Einige dieser ungewöhnlichen Alltagsgegenstände könnten sicherlich erfolgreich in Serie gehen. • Foto: Dahm

## Markantes für Männer, Feines für Frauen

Studenten zeigen genderorientierte Alltagsprodukte / Abschlusspräsentation

Von Bettina Boronowsky

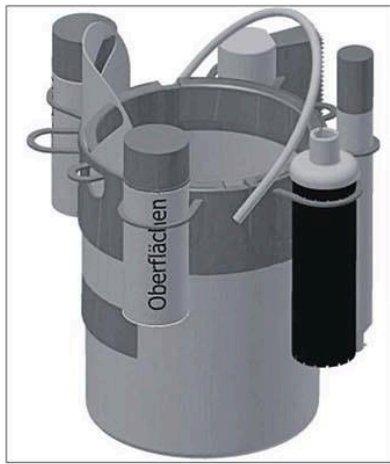
SOEST • Männer mögen Markantes, Frauen favorisieren Feines – an diesen Klischees haben offensichtlich auch Jahrzehnte von Frauenbewegung, Aufklärung und Genderforschung nichts geändert. Das stellten jetzt die Drittmester im Seminar Produktgestaltung des Studiengangs Design- und Projektmanagement bei Prof. Dr. Ulrich Kern fest.

An Kundenwünschen kann aber kein Gestalter vorbeigehen, und unprofessionelles Designmanagement ist ebenfalls ein „No-go“. „Experimentelle Gestaltung von technischen Alltagsprodukten für eine genderorientierte Nutzertypologie“ lautete darum die Aufgabe für die jungen Leute. Zum Abschluss des Seminars stellten sie jetzt ihre Ideen vor.

Hinter der Überschrift, die so schwer auszusprechen ist, verbirgt sich der Auftrag, Gebrauchsgegenstände, die gewöhnlich Männern oder Frauen zugeordnet werden, so zu gestalten, dass sie auch vom anderen Geschlecht gekauft würden. Zudem sollten sich die Studenten ihre Zielgruppe möglichst genau vorstellen und sie beschreiben.

### Geräte werben die Arbeit auf

In der Konsumwelt gibt es genügend Beispiele für „genderübergreifende“ Nutzung:



Dunkle schlichte Farben, eine einfach zylindrische Form und funktionales Design – das schafft Vertrauen, sagten Max Lüling und Maximilian Lichtenheld, als sie das „Putzset als komprimierbares Stecksystem für den genügsamen Mann“ konstruierten.

„Nicht zufällig begeistert der Akkusauger Bosch Ixo gerade Frauen – obwohl er ein typisch männlich konnotiertes Produkt ist. Und der Dyson-Staubsauger hat Hausarbeit auch für Männer salonfähig gemacht“, sagt Prof. Kern. Der Akkusauger ist leicht und hat ein ergonomisches Design, der Staubsauger wirkt fast futuristisch, und man sieht ihn arbeiten. „Schauen Sie sich typische Arbeitsgeräte für Frauen an“, fordert der Professor auf. Üblicherweise seien die Formen indifferent, belanglos. „Frauen erwarten, dass die Geräte ihnen bei der Arbeit dienen, wie sie aussehen, spielt dabei eine untergeordnete Rolle“, sagt Kern. Anders die Männer: Sie er-

warten, dass die Geräte repräsentativ sind nach dem Motto: Dies ist ein wichtiges Teil für einen wichtigen Vorgang. „Die Aufgabe, wird durch das Produkt aufgewertet.“

### Wo fühlen sich Mann und Frau zuhause?

An diesen Erkenntnissen orientierten sich auch die Studenten bei ihren Planungen. Sie erfanden Nutzertypen, stellten deren Bedürfnisse fest, setzten sich mit Funktionsweisen von Geräten auseinander, machten Verbesserungsvorschläge und überlegten, wie sie am besten mit „ihrem“ Kunden kommunizieren könnten. „In welchen Produktwelten fühlen sich Mann und Frau zuhause?“, war die Frage.

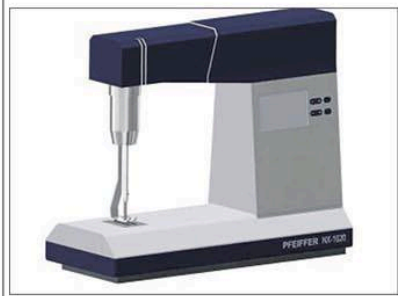
Herausgekommen sind unter anderem ein Maniküreset für den modeenthusiastischen Mann, das wie ein stylischer Kugelschreiber aussieht, ein Ortungsgerät für die souveräne Mainstreamerin und ein Multi-Tool für die pragmatische Frau, die an Handschmeichler erinnert. „Wir haben uns ständig mit dem Thema beschäftigt und einen besonderen Blick für „männliche“ oder „weibliche“ Produkte entwickelt“, schildert die Studentin Anika Vogt. Prof. Kern hat das „Klassenziel erreicht“, denn genau das war es, was er wollte: Seine Studenten für das Thema sensibilisieren.



Schwarz, schwer und schlagkräftig: Wie eine Kampfwanne aus „Star Wars“ wirkt das „Bügeleisen“, das Nicole Lezak, Jennifer Ponce und Corinna Renner dem „preisbewussten Mann“ vorschlagen. Mit dem „Batmobil fürs Bügelbrett“ macht es garantiert alles platt.



Wenn die „kreative Individualistin“ diese Stichsäge in die Hände bekommt, dürfen die Gestaltungsideen nur so sprudeln, hoffen Anika Vogt und Maren Kanbach. Mit glatter Oberfläche, fließenden Formen, schlicht-elegantem Design und durchdachter Funktionsweise soll das Modell „Retro“ vor allem Frauen ansprechen.



Alles, was eine Nähmaschine braucht, hat dieses Modell, das Maren Engländer und Nicol Kersting für den „konformistischen Mann“ erfanden. Sie meinen: Der männliche Konformist kauft es, wenn es auch seine Bekannten tun, denn er folgt dem Massengeschmack.

### Gender oder Sex

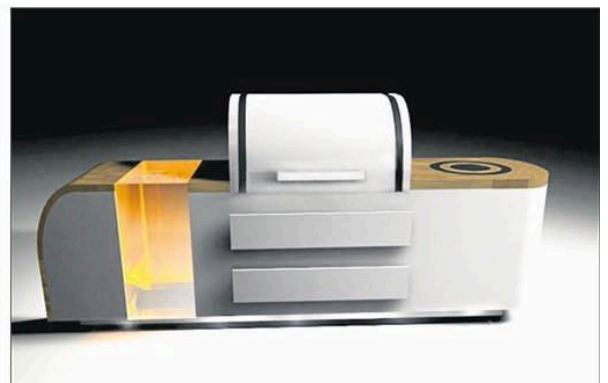
SOEST • Die Weisheit „Der Mensch wird durch Vererbung und Umwelt geprägt“ meint auch: Biologische und soziokulturelle Einflussfaktoren prägen das jeweilige Bild von Mann und Frau mit. In diesem Zusammenhang ist die Unterscheidung von „sex“ als biologischem Geschlecht und „gender“ als soziale Rollenverstellung der Geschlechter von großer Bedeutung, macht sie doch klar, dass es einen fließenden Übergang von biologisch bedingten und sozial konstruierten Unterschieden gibt.

### Von Kreativen

- Sascha Gasterstedt, Leon Verspoh: Multi-Tool für die pragmatisch-nachhaltige Frau
- Maren Engländer, Nicole Kersting: Nähmaschine für den konformistischen Mann
- Anastasia Brühne, Kira Wittenborn: Gasgrill-Station für die anspruchsvoll-exklusive Frau
- Carina Görmann, Claudia Wotzka: Manikür-Set für den modeenthusiastischen Mann
- Lisa Löher, Jacqueline Ottofrickenstein: Bodenreinigungs-Set für den anspruchsvoll-souveränen Mann
- Maren Kanbach, Anika Vogt: Stichsäge für die kreative Individualistin
- Carolin Bannitzer, Lorena Görtler: Handmixer für den anspruchsvoll-souveränen Mann
- Vanessa Herbers, Franziska Jarsch: Maßband für die preisorientierte Frau
- Juliana Kleffner, Verena Overbeck: Kontaktgrill für die konformistische modebegeisterte Frau
- Nicole Lezak, Jennifer Ponce, Corinna Renner: Ortungs- und Messgerät für die souveräne Mainstreamerin
- Anna Mescheryakova, Laura Quaiser: Bügeleisen für den preisbewussten Mann
- Max Lichtenheld, Moritz Lüling: Putzset für den genügsamen Mann



Der „Handmixer für den anspruchsvoll-souveränen Mann“, den Lorena Görtler und Carolin Bannitzer entworfen haben, tut nicht nur in der Rührschüssel seinen Dienst. Mit seinen kantigen, wuchtigen Formen und den klar strukturierten Geometrien macht er auch in seiner Halterung auf jeder Anrichte oder im Regal ordentlich was her.



An dieser schicken und durchdachten Grillstation ist das Grillen nicht mehr länger nur Männer Sache, hoffen Kira Wittenborn und Anastasia Brühne, die das Produkt gestalteten. Beleuchtbare Glasleuchte, Bedienung auf Fingerdruck auf dem GFG-Touchfeld und eine Form, die an eine Bartheke erinnert, lassen nicht den Hauch von raubeiniger Wild-West-Romantik aufkommen, die dem Grill oft anhaftet.