

| | |
|---------------------|--|
| Zeitschrift: | Hochparterre : Zeitschrift für Architektur und Design |
| Herausgeber: | Hochparterre |
| Band: | 26 (2013) |
| Heft: | [5]: Luzerner Schule : die Auseinandersetzung mit dem Material und der Handwerkstradition prägt die Designausbildung an der Hochschule Luzern (HSLU) |
| Artikel: | Ganz unten |
| Autor: | Glanzmann, Lilia |
| DOI: | https://doi.org/10.5169/seals-392375 |

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 25.02.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Ganz unten

Der Designmanager Quentin Crausaz entwickelte für seine Bachelorarbeit eine Checkliste. Sie hilft künftig dabei, geeignete Produkte für Entwicklungsländer zu entwerfen.

Text:
Lilia Glanzmann

Von den rund sieben Milliarden Menschen auf der Welt haben neunzig Prozent wenig oder gar keinen Zugang zu Produkten und Dienstleistungen, die für viele von uns selbstverständlich sind. Die Hälfte hat nicht einmal regelmässigen Zugang zu Essen, sauberem Wasser oder einem Dach über den Kopf. Diese Tatsache hat Quentin Crausaz zum Anlass für seine Bachelorarbeit über die Entwicklung von Produkten für Schwellenländer genommen.

Dabei entwickelte der Design-Management-Absolvent eine Checkliste, die Designerinnen, Unternehmern und Hilfswerken dazu dienen soll, Produkte zu gestalten, die für Entwicklungsländer geeignet sind: «Die Arbeit eines Entwerfers für die anderen neunzig Prozent unterscheidet sich nicht grundlegend von der Arbeit für den reichen Teil der Welt: Hier wie dort hat er die Aufgabe, dem Verbraucher einen Mehrwert zu liefern.»

Am Fuss der sozialen Pyramide

Welche Art von Produkten brauchen die Armen der Welt am dringendsten? «Solche, die das Leben konkret und im Kleinen verbessern», sagt Quentin Crausaz. Produkte also, die reale Probleme lösen. Die zentralen Themen sind bessere Gesundheitsversorgung, zuverlässige Energieversorgung – oft aus erneuerbaren Quellen –, Bildung, Wasser, Ernährung, Sanitäranlagen und Obdach. Ein konkretes Beispiel für solch einfaches Design mit frappierender Wirkung ist die Wasserpumpe von «Kickstart». Das einfache Gerät ist auf die Bedürfnisse afrikanischer Bauern zugeschnitten: Mit wenigen Handgriffen ist die Pumpe an das Bohrloch zum Grundwasser angeschlossen und gewährt selbst armen Landwirten während der Trockenperiode Zugang zum Grundwasser. Oder das tragbare Wasserreinigungssystem «LifeStraw» der dänischen Vestergaard-Frandsen-Gruppe, mit dem sich Schmutzwasser in Trinkwasser umwandeln lässt.

Wie bringt man Designerinnen und Designer dazu, solche Produkte für den «Bottom-of-the-Pyramid»-Markt zu entwerfen? Worauf müssen sie achten, damit die Produkte eine Kundschaft finden, dass sie ökonomisch sinnvoll zu produzieren sind und so auch längerfristig einen Markt finden? Quentin Crausaz hat den Designprozess analysiert, zwei Best-Practice-Produkte verglichen, Handbücher gelesen, mit Fachleuten gesprochen und diese Recherche in Form einer Checkliste operationalisiert. Dabei legte er ein ausgereiftes Rollenverständnis als Designmanager an den Tag: Er antizipiert Markttrends, versteht Kundenbedürfnisse und konzipiert so Prozesse, die zu verbesserten Angeboten führen. ●



Quentin Crausaz
Der Designmanager schloss 2010 sein Studium mit der Bachelorarbeit «Design At the Bottom of the Pyramid – Product development for the developing world» ab, die mit dem Förderpreis Design 2010 / Bachelor ausgezeichnet wurde. Heute ist Crausaz beim Uhrenhersteller Vacheron Constantin tätig.

The "BOP-FIT" CHECK-LIST
A TOOL TO FACILITATE THE PRODUCT DEVELOPMENT PROCESS AT THE BOP

yes/no **USER DATA > UNDERSTANDING**
Have you done everything you need to know your target group?
People in the BOP are customers of a low kind. They are poor, often rural and illiterate.
They carry out field research?
Data and ideas from people
Is the target market
is losing, and I
will see facing
of its specific
going to bring
with a strong
strength.
In the develop
the people of the
production com
the PDP you h
for that last in
going to the
conditions and
not the BOP.
With their BOP
water quality is
your produc
pk with them
we targeting
it has to be co
plan for BOP
in terms of
...
yes/no **GENERAL MANNER**
01 [] Are you "geographically" close enough to your customers? Such port cost is number of countries which have to be crossed by "yes" or "no". The more "yes" you have the more "no" the system means what you will have to review on that specific point in order to obtain a "yes". The **⚠** indicates critical question which have to be carefully considered.
The "BOP-FIT" checklist is a "working document", anyone willing to add more questions which might be relevant for the development of a specific product should do it.

yes/no **IN A GENERAL MANNER**
01 [] Are you "geographically" close enough to your customers?
Such port cost is number of countries which have to be crossed by "yes" or "no". The more "yes" you have the more "no" the system means what you will have to review on that specific point in order to obtain a "yes". The **⚠** indicates critical question which have to be carefully considered.
The "BOP-FIT" checklist is a "working document", anyone willing to add more questions which might be relevant for the development of a specific product should do it.

yes/no **BUSINESS PLAN - PLANNING**
02 [] Are you considering making a sustainable approach to develop your products?
It is a good reference if the BOP has the 30% of the global market potential, but this factor alone should not be forgotten. Pay particular attention to the wholeness, robustness and durability of your products.
03 [] How you considered how many people around the world could benefit from your products?
It is a good reference to look at the global market potential. You have to think big and not big in here at sub-national imports.
04 [] Is your product entirely focused, developed and targeted for the BOP?
To simply adapt top of the world products for the BOP.

Ist das Produkt fit für ein Schwellenland? Die Checkliste sagt es.