

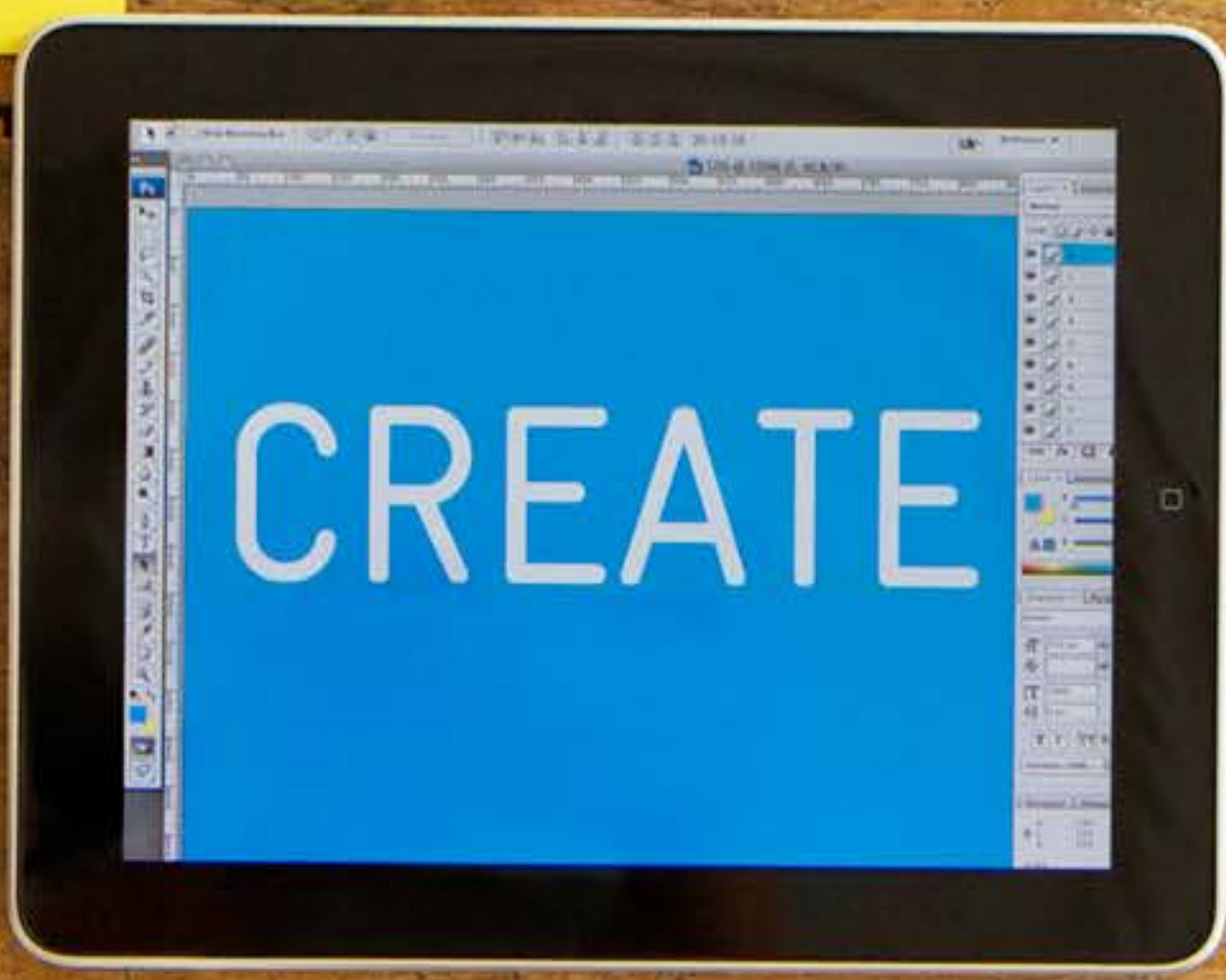
GUTEN MORGEN!



IDEATE IDEATE
ideate



Research
UNDERSTAND
A?K
OBSERVE



EVALUATE

FIELD
NOTES



*FAIL
EARLY*






MACHEN!

HERZLICH WILLKOMMEN

Skizziere ein Interface, das Du auf dem Weg zu uns benutzt hast, das besonders gut oder besonders schlecht funktioniert.

Stelle Dich kurz vor.



HEUTE

09:00 Coffee & Croissants

09:20 Hello, my name is ...

09:40 Einführung in die Design Studio Methode

11:00 Coffee & Conversation

11:20 Insight: „Just enough research“

12:00 Q&A

12:30 Lunch Break

13:30 Design Studio Praxis: Skizzieren, präsentieren, kritisieren

16:00 Coffee & Conversation

16:30 Q&A

17:30 Wrap-up & Reflection

18:00 Drinks

09:00 Coffee & Croissants

09:20 Hello, my name is ...

09:40 Einführung in die Design Studio Methode

11:00 Coffee & Conversation

11:20 Insight: „Just enough research“

12:00 Q&A

12:30 Lunch Break

13:30 Design Studio Praxis: Skizzieren, präsentieren, kritisieren

16:00 Coffee & Conversation

16:30 Q&A

17:30 Wrap-up & Reflection

18:00 Drinks



INTRO



MAKE & ITERATE

A black and white illustration of a busy, cluttered room. In the foreground, a large, spoked wheel is prominent. To the left, a person is running towards the right. In the center, a person is standing near a large, ornate table or desk. To the right, a person is sitting at a desk, looking towards the left. The room is filled with various objects, including books, papers, and furniture, creating a sense of chaos and haste. The text "TIME PRESSURE" is overlaid in the center of the image.

TIME PRESSURE



PARTICIPATION

NEURATE

CONCEIVE

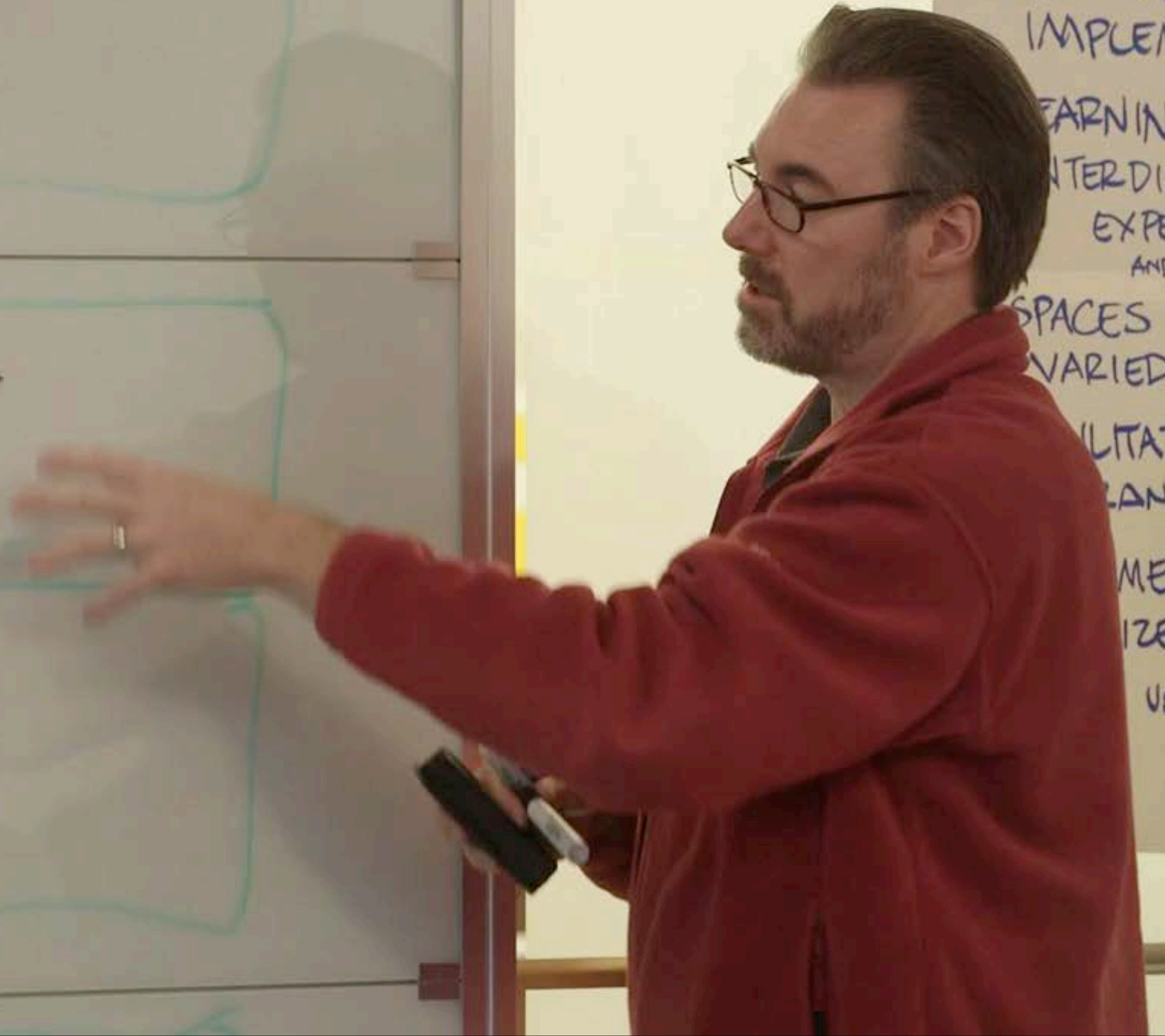
EXPERIMENT

FABRICATE

MAKE

SERVICES

- BE RISK-TO
IMPLEMENT
LEARNING SH
INTERDISCIPL
EXPERIENT
AND INTER
SPACES SHO
VARIED AND
ILITATE TR
TRANSPAR
ME A C
IZE COM
USE OF



A blurred photograph of a hospital ward. In the foreground, a person in blue scrubs is walking towards the camera, their figure out of focus. In the background, another person in blue scrubs stands near a window with red frames. The ward contains several hospital beds with white frames and blue accents, some with red and blue privacy screens. Medical equipment, including monitors and IV stands, is visible. The ceiling has a grid of fluorescent lights. The word "EMPATHY" is overlaid in the center in a large, black, sans-serif font.

EMPATHY



BENEFITS

Interdisciplinary.

Level playing field.

Idea exploration.

Team buy-in.

Ownership/Investment.



DESIGN
STUDIO



INSIGHT

GOAL

- Understand the people you're designing for
- understand their needs, fears, problems, motivation, behavior
- feel their delight, feel their pain
- observe HOW they behave and understand WHY they do things

Research is formalized curiosity.



Sarah Parmenter, @sazzy

WARUM FÜHRT MAN DESIGN RESEARCH DURCH?

- Um die Bedürfnisse, Motivationen und Ängste der Zielgruppe genau zu verstehen
- Um das eigentliche Problem zu definieren
“Framing the problem right is 90% of the work” Einstein
- Um relevante, nachhaltige und erfolgreiche Lösungen zu gestalten

WIE MAN DESIGN RESEARCH DURCHFÜHRT

Was wollen wir mit dieser
Recherche herausfinden?

WIE MAN DESIGN RESEARCH DURCHFÜHRT – DIE SAY-DO-MAKE METHODE

What people SAY

What people DO



What people MAKE

WHAT PEOPLE SAY



WHAT PEOPLE SAY?

- Einzelinterviews oder Fokusgruppen:
Face-to-Face, Telefon, Skype, Chat, usw.
- Literatur Recherche:
Blogs, Foren, Google-Recherche, Nachrichten, Magazine,
wissenschaftliche Veröffentlichungen, usw.

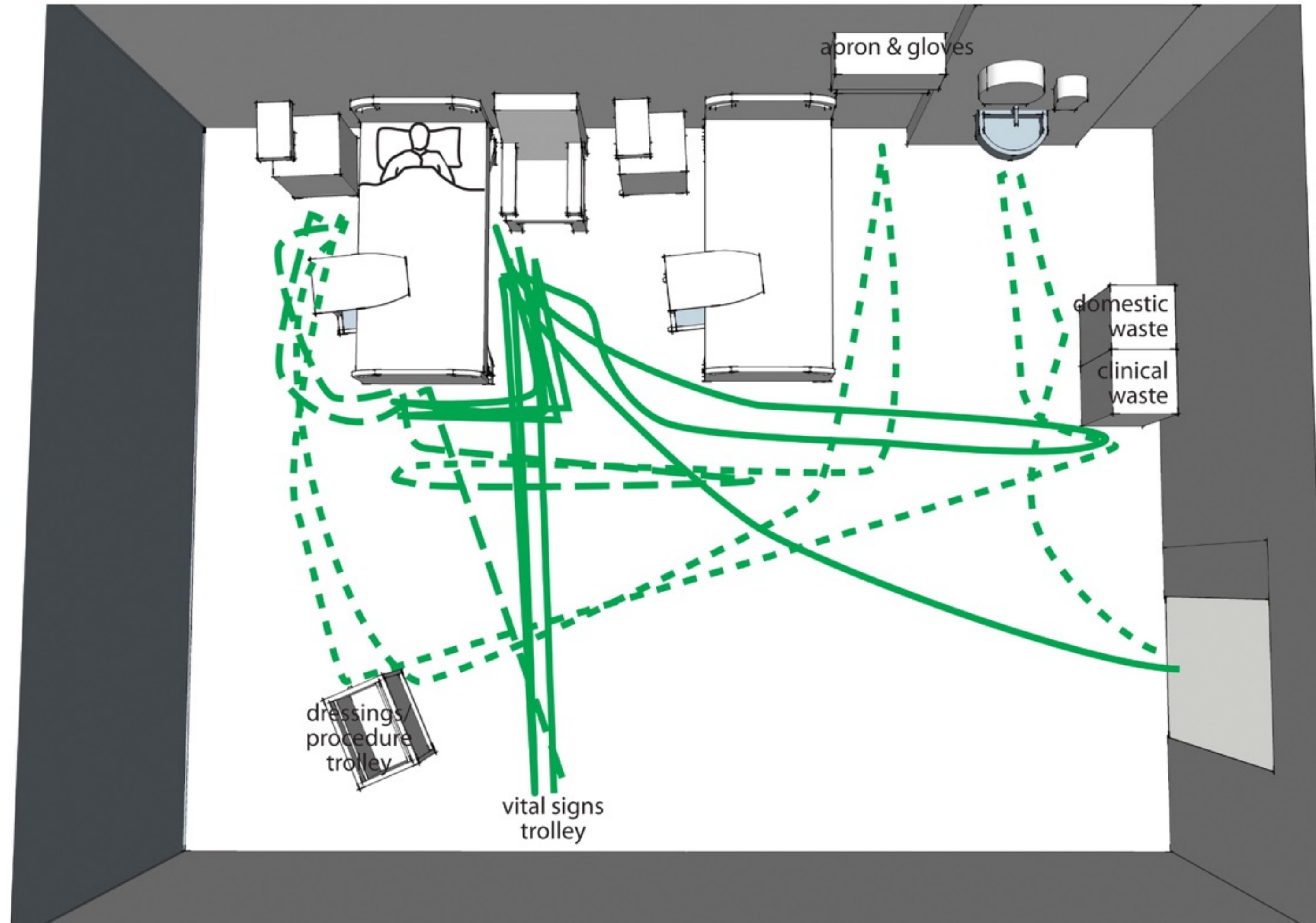
WHAT PEOPLE DO






WHAT PEOPLE DO

- Beobachtung in Immersion
 - › der Person ist bewusst, dass man sie beobachtet
- Blinde Beobachtung
 - › der Person ist nicht bewusst, dass man sie beobachtet
- Selbst-Beobachtung
 - › die Person beobachtet sich selbst (z.B. Tagebuch)

Illustration of nursing footfall - control



Key

-  vital signs / observations footfall
-  medication footfall
-  sharps procedure footfall



WHAT PEOPLE MAKE



WHAT PEOPLE MAKE

- Zeichnungen
- Collagen
- Modelle
- Lego
- etc.





120 sqm.

WIE WÄHLT MAN DIE RICHTIGE METHODE?

What people SAY

in einem offenen Gespräch

What people DO

Unreflektiertes Verhalten

Situationsbezogene Ergebnisse



What people MAKE

Freie Kreation

Fördert die Einbindung in das Interview

Visuell

Detailreich

WIE WÄHLT MAN DIE RICHTIGE METHODE?

What people SAY

Spontane Antworten
Rationale Antworten
Erwartungen erfüllen

What people DO

Experte interpretiert
Situative Einflüsse



What people MAKE

Bereit gestelltes Material kann einschränken
Blockade, kreativ zu werden

WEN SOLLEN WIR INTERVIEWEN?

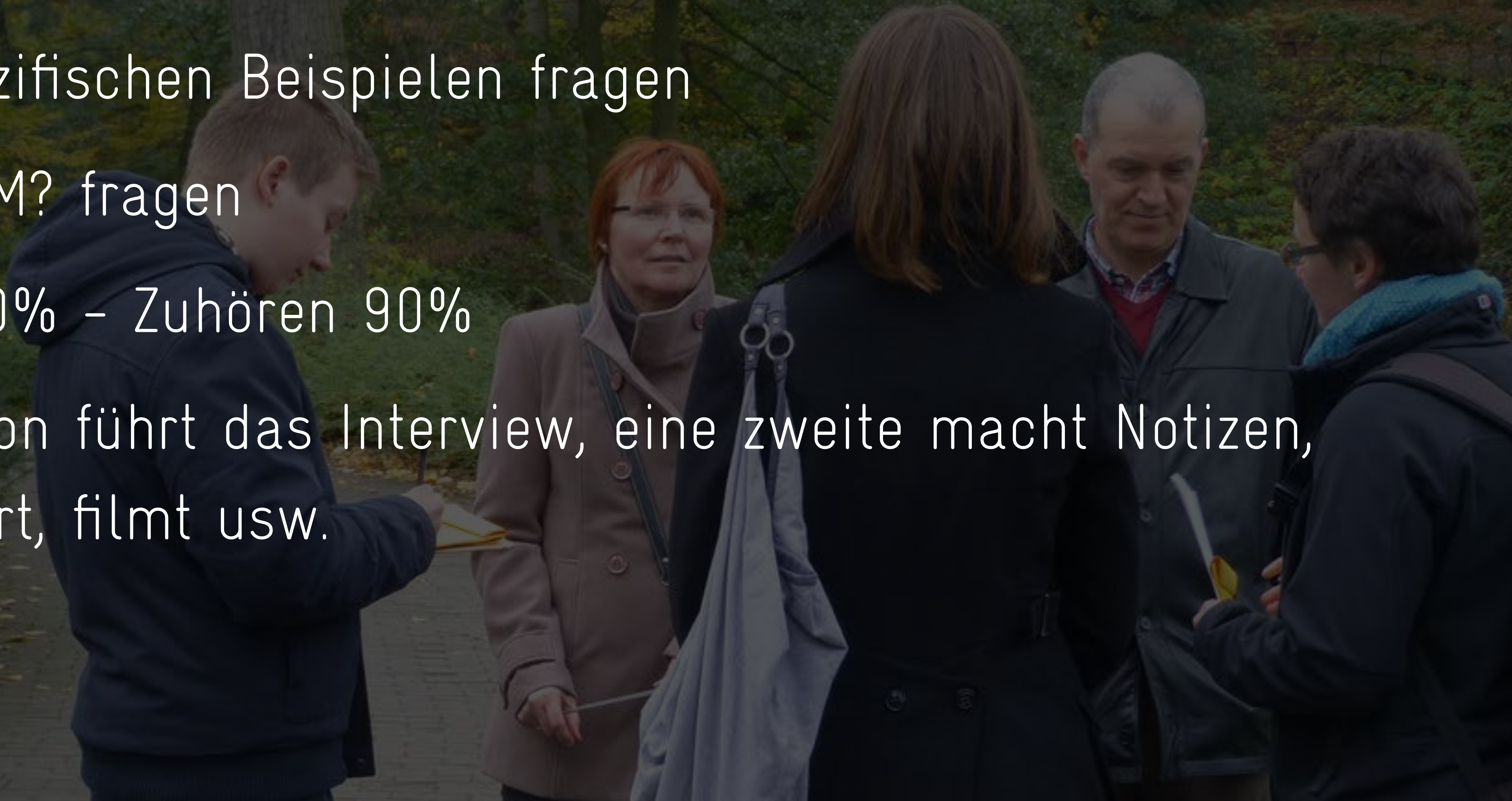
- Personen, die vor kurzem eine Geschäftsreise gemacht haben
- „Extreme Nutzer“ – z.B. Personen, die sehr oft verreisen
- Vielfältige Personen
- Freunde, Kollegen, Freunde von Freunden

TIPS FÜR INTERVIEWS



TIPS FÜR INTERVIEWS

- Kurze und offene Fragen stellen (keine Ja/Nein-Fragen)
- Nach spezifischen Beispielen fragen
- 5x WARUM? fragen
- Fragen 10% – Zuhören 90%
- Eine Person führt das Interview, eine zweite macht Notizen, fotografiert, filmt usw.



AUSWERTUNG DER DATEN



AUSWERTUNG DER DATEN

- Schreibt eure Erkenntnisse auf Notizzettel (Zitate/Sätze, Fakten oder Verhaltensweisen, die ihr beobachtet habt. Fasst die Erkenntnisse zusammen: welche gleichen oder ähneln sich?
- Bildet Gruppen
- Nehmt insights aus jeder Gruppe
- Nutzt diese, um Bereiche zu definieren, auf die ihr euch konzentrieren wollt; um eure Personas zu erstellen und um pain points festzulegen

WIE KANN MAN DIE ERKENNTNISSE NUTZEN?

- Empathy Map
- Persona
- User Journey
- Szenario
- Jobs to be done



Q&A



MITTAG!

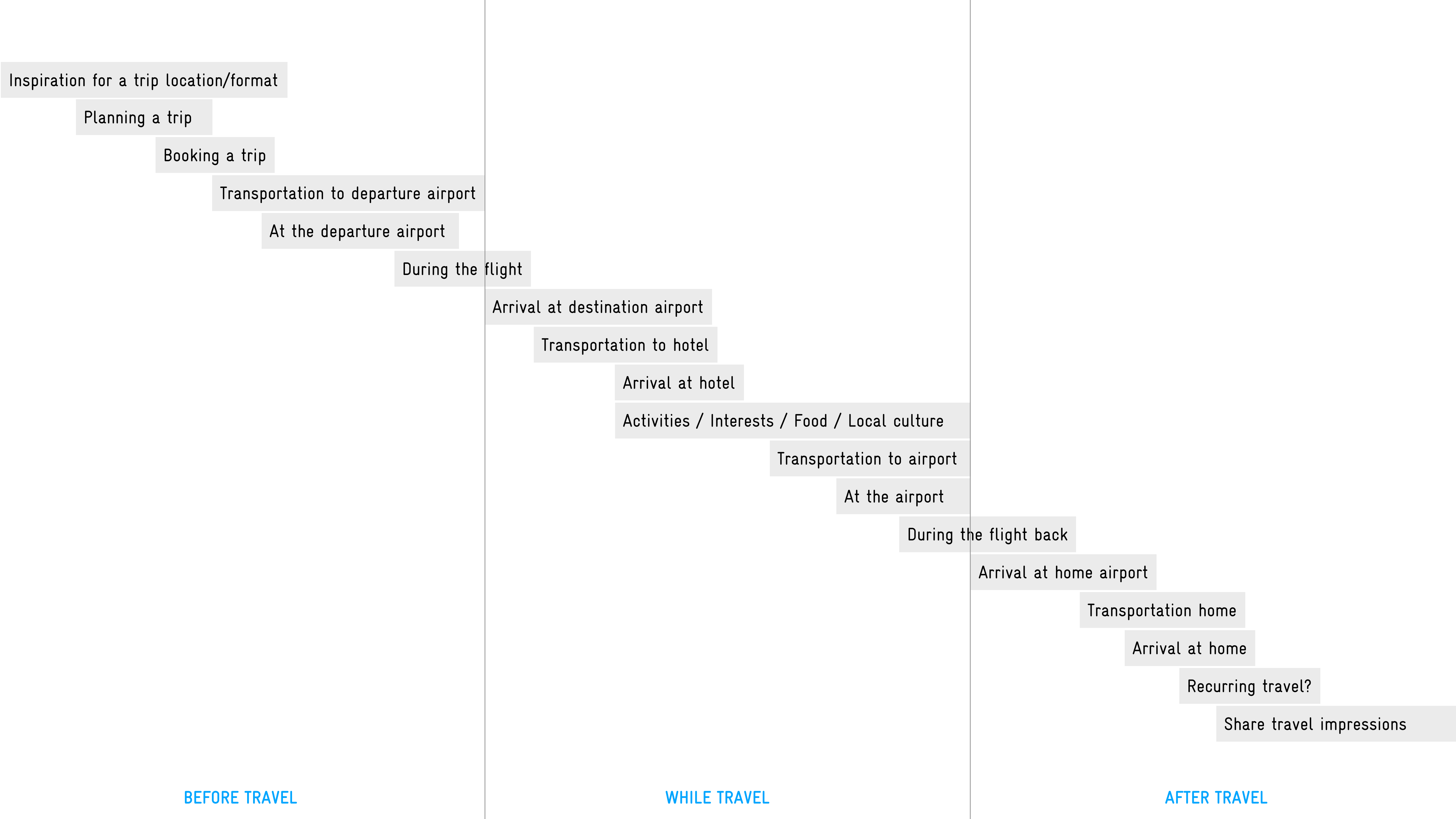


DESIGN
STUDIO



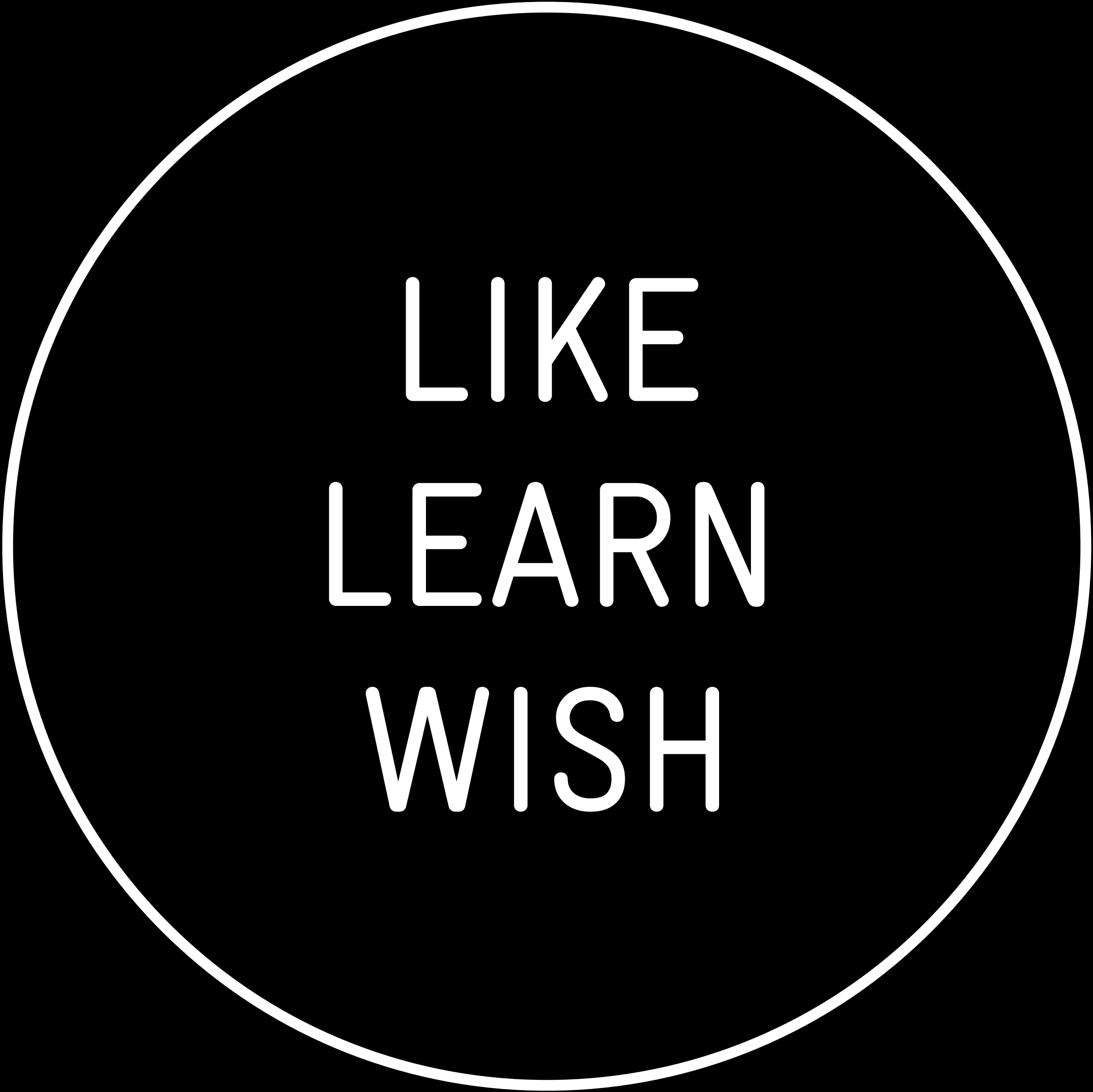
NACHMITTAG

Business Travel Experience





Q&A



LIKE
LEARN
WISH

DANKE & GUTE HEIMREISE!