



Plant2Go



Interviews



Lydia Reiter, Yaminia Pagoada ,

Julia Kiss, Lena Wurmsdobler & Wenxi Yang

Präsentation 4 - 17.01.2025



Introduction



How might we
Prototyp
Interviews
Erkenntnisse



How might we

METHODEN-TEMPLATE

STEFFEN VV^o
SOMMERLAD

"Wie können wir"-Frage

1. Eine gute Frage nennt eine präzise Zielgruppe. Mit Hilfe der Frage möchten wir uns eine Nutzerin so detailliert wie möglich vorstellen, das unterstützt die fokussierte Ideenentwicklung. Deshalb definieren wir die adressierte Zielgruppe präzise. Negativbeispiel: Wir können wir die ideale Lösung für alle Kunden entwickeln?

2. Eine gute Frage beschreibt ein nutzerzentriertes Problem und nicht dessen Lösung. Die Frage bietet eine größtmögliche Offenheit bei der Ideenentwicklung. Um die Ideenvielfalt zu fördern, vermeiden wir es bereits Lösungsansätze zu nennen oder suggestiv in eine bestimmte Richtung zu leiten. Negativbeispiel: Wie können wir das Problem mit Hilfe einer Smartphone-App lösen?

3. Eine gute nutzerzentrierte Frage verweist auf den entstehenden Mehrwert, der durch die Lösung für die Zielgruppe entsteht, und nicht für das Unternehmen. Oft basiert dieser Mehrwert auf einer echten Erkenntnis aus der Nutzerrecherche. Negativbeispiel: Wie können wir mehr Produkte an unsere Zielgruppe verkaufen, so dass der Umsatz steigt?

Wie können wir

1. Ergänze hier die adressierte Zielgruppe bzw. den/die Nutzer*in der Lösung.

Grundschullehrer*innen dabei unterstützen, ihren Schülern den Umgang mit Pflanzen und die Bedeutung von Natur näherzubringen?

Menschen in städtischen Gebieten dabei unterstützen, mehr Pflanzen in ihrem Umfeld zu haben

dabei unterstützen / sensibilisieren / helfen

2. Wähle oder ergänze ein passendes Verb und die Herausforderung. Gehe auch auf die Situation ein, in der diese Herausforderung auftritt.

das Interesse der Schüler für Natur und Pflanzen zu wecken, indem sie sie selbstständig Projekte durchführen lassen

durch clevere Raumlösungen für kleine Balkone oder begrenzte Flächen

, so dass

3. Ergänze den Mehrwert, der durch die Lösung für die Zielgruppe entsteht. Baue auf einer Erkenntnis aus der Nutzerrecherche auf.

Kinder ein tieferes Verständnis für die Umwelt entwickeln und Freude am Lernen über die Natur haben, wodurch auch ihr Umweltbewusstsein gestärkt wird.

die Lebensqualität verbessert wird und das Interesse an der Natur wächst.

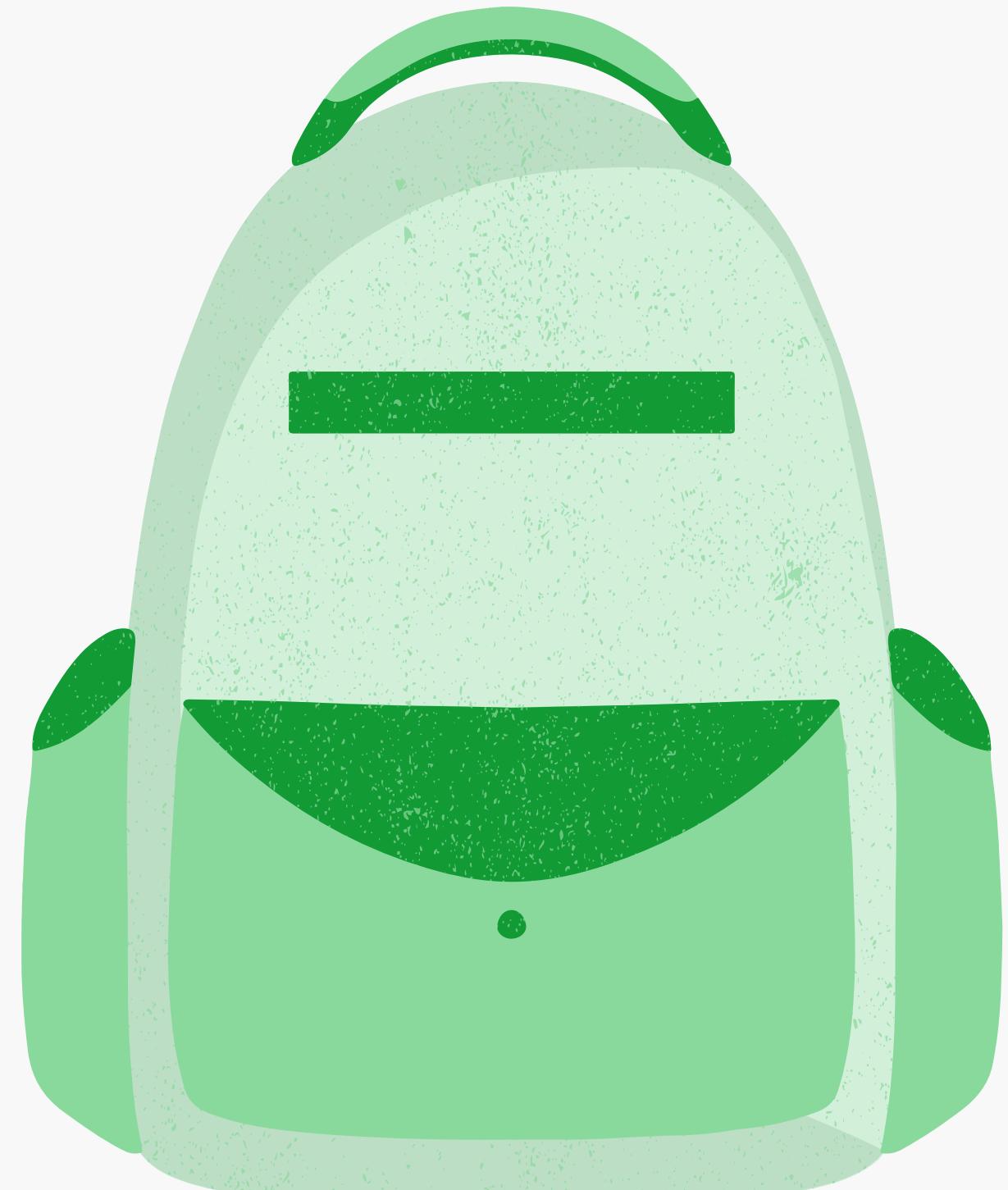
?

Beispiel:

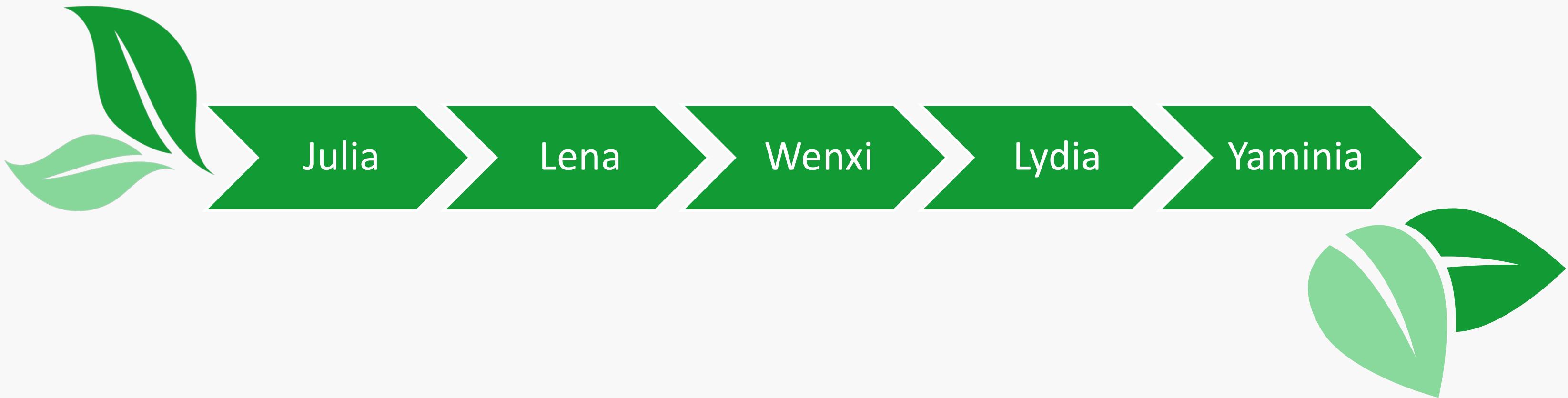
Wie können wir Touristen ohne Deutschkenntnisse dabei unterstützen beim Berlin-Besuch den Öffentlichen Nahverkehr zu nutzen, sodass sie die passende Fahrkarte für Ihren Aufenthalt auswählen, und so weniger Probleme bei der Nutzung (z.B. Fahrkartenkontrolle) auftreten?



Prototyp



Pictures, other extern things



Erkenntnisse

Nachhaltigkeit und Innovation überzeugen die Nutzer

Automatisierung und App -Integration sind zentrale
Mehrwerte

Flexibilität und Benutzerfreundlichkeit als Schlüssel

Bildungs - und Dekorationspotenzial als zusätzliche
Zielgruppenansprache

