

Small Data Mining für Design Thinking PLUS

„Manchmal genügt die Beobachtung und Feldforschung über 10 Menschen, um eine wirtschaftliche Position (Geschäft, Marke) zu transformieren.“

Martin Lindstrom "Small Data – wie man aus winzigen Hinweisen geniale Schlüsse zieht", Plassen 2016

7 C Feldforschung nach Martin Lindstrom

- 1. Erfassung (Collecting): Die Dinge so wahrnehmen, wie sie wirklich sind** und Sichtweisen aus vertrauenswürdigen Quellen sammeln.

Reflexionsfragen:

Wie sieht es aus?

Wie fühlt es sich an?

Wie ist es?

Wie wirken die Menschen auf mich, die damit zu tun haben?

Was ist gut, was ist schlecht, was ist interessant?

Werkzeug: PMI (nach Edward de Bono)

PLUS	MINUS	Interessant

- 2. Anhaltspunkte (Clues): Das Unsichtbare, nicht Offensichtliche herausfiltern**

Reflexionsfragen:

Was fehlt?

Welche Spannungen und Unstimmigkeiten sind im Raum?

Was ist den Menschen wichtig?

Worüber machen sie sich Sorgen?

- 3. Zusammenhänge (Connecting) herstellen: Small-Data Mining**

Reflexionsfragen:

Welche Gemeinsamkeiten ergeben die bisher gesammelten Informationen?

Weisen die Anhaltspunkte in eine gemeinsame Richtung?

Was sollte/kann/muss weiter erforscht werden?

Warum?

Wo und wie kann ich zu den gesuchten Beobachtungen/Informationen kommen?

4. Kausalität (Causation): Was sind die Triggerpunkte für Change?

Reflexionsfragen:

Nach welchen Veränderungen in den Lebensbedingungen hat sich das Verhalten von Menschen verändert?

Woran wurde das sichtbar?

Was haben Menschen aus dem nahen Umfeld dazu ergänzend festgestellt oder beobachtet?

Werkzeuge: Fotodokumentation und strukturierte Interviews

5. Korrelation (Correlation): Kausale Zusammenhänge sichtbar machen

Werkzeug: Moodboard mit „emotionaler DNA“ aus Fotos und eigenen Notizen

Reflexionsfragen:

Welche Verbindungen oder Gemeinsamkeiten zeigt das Moodboard?

Welche Emotionen werden hervorgerufen?

Wie würden Sie sich in der Haut des Anderen fühlen?

Was würden Sie sich wünschen?

Werkzeuge: Empathy Thinking & Bodystorming (siehe Anhang)

6. Ausgleich (Compensation): Welche Sehnsucht ist unerfüllt?

„Keine Kultur auf der Welt befindet sich im Gleichgewicht, überall gibt es Verzerrungen und dahinter steckt eine Sehnsucht: Die Menschen vermissen etwas in ihrem Leben und haben unterbewusst einen tiefen Wunsch. Gelingt es, diese unerfüllte Sehnsucht zu benennen, lässt sich diese Lücke schließen.“

Werkzeug: Max-Neef Matrix für menschliche Bedürfnisse

Reflexionsfragen:

Wie lässt sich die Sehnsucht erfüllen?

Wann waren die Menschen glücklich?

Was ergeben kulturelle oder regionale Beobachtungen dazu?

7. Konzept (Concept): Kreative Antworten finden und ein Konzept entwickeln

In entspannter Umgebung und bei leichter körperlicher Aktivität nachdenken.

Reflexionsfrage:

Was lässt sich neu kombinieren?

Werkzeuge: Diagonal Thinking, Chindogu (siehe Anhang)

Bodystorming

ist eine haptische Brainstorming Methode, die Empathie Thinking, Ideation und Prototyping miteinander verbindet. Das Ziel besteht darin, sich ganzheitlich, mit allen Sinnen, in die Problematik der Zielgruppe hineinzusetzen. Dafür sucht man eine bewusst gewählte Umgebung aus, um körperliche Erfahrungen zu machen, die die untersuchte Person auch machen muss:

- Bewegen
- Laufen
- Sitzen
- Wahrnehmen

Das Ergebnis der eigenen Wahrnehmung wird anschließend reflektiert.

Bodystorming hilft bei Entscheidungen, die mit Emotionen oder einer räumlichen Umgebung verbunden sind und ist besonders hilfreich, wenn die spätere Lösung in einem physikalischen Raum stattfinden soll.

Pluspunkte von Bodystorming:

- Generiert unerwartete Ideen und Einsichten, die nicht durch Reden oder Zeichnen entstehen
- Erleichtert die Einfühlung in spätere Nutzer, wenn sich erste Ideen für eine Lösung abzeichnen
- Hilft, wenn man alternative Ideen sucht oder in der Konzeptphase feststeckt
- Unterstützt bei der Entwicklung von sinnvollen und gut anwendbaren Prototypen
- Fördert die Evaluierung von wertschöpfenden Ansätzen im Prototyping

Nachteile von Bodystorming:

- Braucht Engagement der TN und Raum

Diagonal Thinking

Quelle: <http://slingshotpdg.com/2013/04/ideation-methods-3-diagonal-thinking/>

Gepostet von Noah McNeely, 22. April 2013

„Diagonal Thinking“ wird zur **Generation von Varianten und neuen Kombinationen** eingesetzt. Diese Methode fordert zudem zu **ungewohnten Assoziationen und Denkrichtungen** auf und fördert **mentale Disziplin**. Durchführen lässt sich diese Technik lässt sich allein auf einem Stück Papier oder in einer Gruppe, dann idealerweise auf einem Copyboard mit Vervielfältigungsmöglichkeit für alle Teilnehmenden.

Ausgangspunkt ist ein Raster von 3x3 Rechtecken:

Schritt 1:

In die Mitte des Rasters kommt das zentrale Thema, die Aufgabe oder der Begriff, um den es gehen soll.

	Kopfbedeckung	

Schritt 2: Alle vier Felder, die an das mittlere Feld angrenzen, werden mit verwandten Themen, Begriffen oder Gegenständen gefüllt. Das soll spontan und ohne zu viel Nachdenken geschehen, deshalb kann es hilfreich sein, ein Zeitlimit vorzugeben.

	Hut	
Topf (Meine Kinder sind im Kleinkindalter auf solche Ideen gekommen.)	Kopfbedeckung	Mütze
	Schal	

Schritt 3: Anschließend wird in die vier diagonalen Felder jeweils eine Idee eingetragen, die eine Kombination aus den beiden Begriffen aus den direkt angrenzenden Feldern darstellt.

Ein Hut aus feuerfestem Material, der in Outdoorkontexten auch als Topf verwendet werden kann	Hut	Eine Kopfbedeckung, die eine steife Seite (Zylinderähnlich) und eine weiche Seite hat
Topf	Kopfbedeckung	Mütze
Ein Schal, z.B. mit Kapuze, mit dem man einen Topf oder auch den Kopf warm halten kann	Schal	Eine Mütze, die sich aus einem Schal kneten lässt

Schritt 4:

Die Idee, die die meiste Begeisterung weckt, ausspinnen und weiterführen. In diesem Beispiel würde ich die Idee mit dem feuerfesten Hut, der auch als Topf verwendet werden kann, weiterverfolgen. Ein solcher Topf würde die Gepäckmenge beim Trecking verringern. Vielleicht lassen sich auch noch mehr Einsatzmöglichkeiten für den Hut finden (zum Beispiel als Notfallkissen?).

„Diagonal Thinking“ eignet sich besonders, wenn das zentrale Thema ausreichend konkret und greifbar ist. Weite Oberbegriffe sind als Arbeitsvorgabe und damit als Mittelpunkt des Rasters ungeeignet.

Chindogu

Quelle: „Outstanding Creativity“ von Gareth Lewis, Hodder Education 2012

Der Begriff Chindogu kommt aus dem Japanischen und setzt sich aus den Wörtern „chin“ (= ungewöhnlich) und „dogu“ (=Werkzeug) zusammen.

Chidogu ist eine Methode, die vor allem Spaß bringt und ungewöhnliche, „spinnerte“ Ideen fördert. Deshalb ist Chindogu ein gutes Startwerkzeug für den Ideationsprozess, weil es hier darum geht, den kreativen Fluss auf lustige und humorvolle Weise anzuregen und zudem ungewohnte Denkbahnen zu benutzen.

Die Regeln für Chindogu:

Ziel ist das Erfinden von neuen Gegenständen, die im weitesten Sinne Werkzeugen und Alltagsgegenstände darstellen sollen. Diese ausgedachten Gegenstände sollen praktisch hergestellt werden können, aber keinen echten Nutzwert haben.

Wichtig ist, dass Sie Spaß bringen!!

Ein Chindogu sollte folgende Merkmale erfüllen:

- Der Gegenstand muss im echten Leben hergestellt werden können.
- Der Gegenstand darf keinen echten Nutzwert haben.
- Der Gegenstand ist etwas für den Alltagsgebrauch.
- Der Gegenstand ist auf eine spezielle Art lustig.
- Der Gegenstand ist gleichzeitig für eine spezielle Zielgruppe scheinbar nützlich, nüchtern betrachtet aber unnütz.
- Den Gegenstand umweht ein Hauch von Anarchie.

Beispiel für einen Chindogu:

Ein Badeschaumrichtungsquir, mit dem in der Badewanne die Richtung des Schaums verändert und gelenkt werden kann. Lustig, praktisch umsetzbar, aber völlig ohne echten Nutzwert.