

Ein ethnographischer Ansatz zur Zukunftsforschung

Gabriela Ríos Landa | Juli 2015

1. ETHNOGRAPHIE
2. FALLBEISPIEL
3. REFLEXION

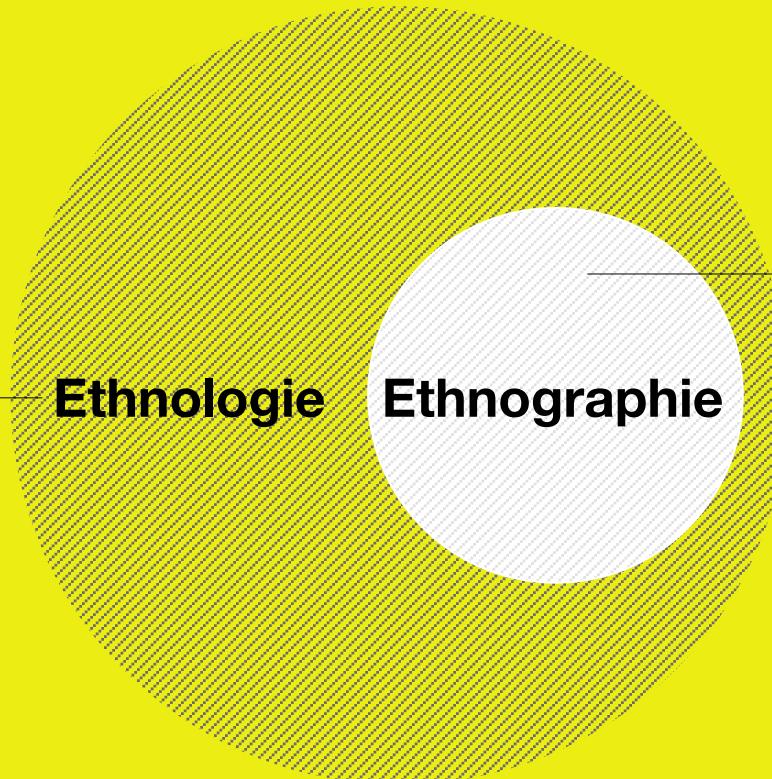
1. ETHNOGRAPHIE

2. FALLBEISPIEL

3. REFLEXION

1. ETHNOGRAPHIE

**Forschung und
Vergleich der
Kulturen**



**Methode der
Ethnologie**

[teilnehmende
Beobachtung,
face-to-face
Interviews]

1. ETHNOGRAPHIE

Feldforschung:

Vorstellungen
Rituale
Interaktionen
Bedürfnisse
Wünsche
Motivationen

der Menschen



1. ETHNOGRAPHIE

Eine Ethnographie ist:

1 Beschreibend

Detail ist wesentlich

2 Interpretativ

Forscher stellen die Bedeutung der betrachteten Phänomene fest

Außenperspektive
(Forscher)



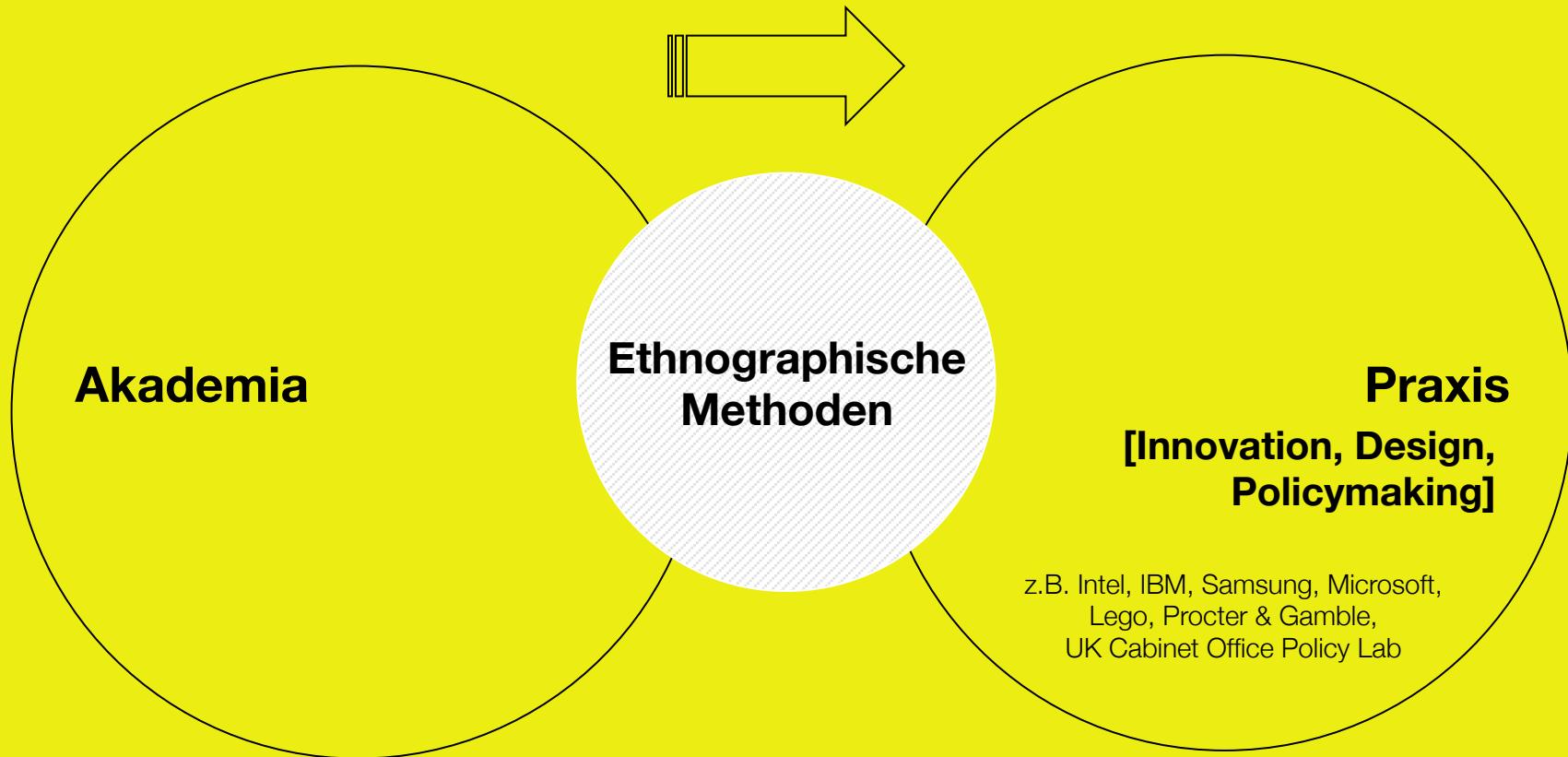
Innenperspektive
(Menschen, Community)

1. ETHNOGRAPHIE

**Was treibt
Menschen
an etwas
zu tun?**



1. ETHNOGRAPHIE



1. ETHNOGRAPHIE
- 2. FALLBEISPIEL**
3. REFLEXION

2. FALLBEISPIEL | Unternehmen

Coloplast



<http://www.coloplast.de/care/>

Dänisches Medizintechnik-Unternehmen

Gründung: 1954

Erfinder der **Stomabeutel** (für Stomapatienten)

Marktführer in Europa

Was ist ein Stoma?

Ein Stoma erhalten Sie bei einer **Operation**. Diese ist notwendig, um eine **Erkrankung zu behandeln** oder Symptome zu lindern. Ein Stoma ist eine **künstliche Öffnung**, durch die Stuhl oder Urin aus dem Darm bzw. aus den Harnwegen austreten kann.

http://www.coloplast.de/Stomaversorgung/Stomatraeger/Vor-der-Stoma-Operation/#section=Was-ist-ein-Stoma_132767

2. FALLBEISPIEL | Problem

Das **größte Problem** der
Stomabeutel: sie waren
undicht

Neue Technologien wurden entwickelt, um
dieses Problem lösen zu können
(e.g. better locking mechanisms for attaching bags, new adhesives,
new filters, new materials)

2008 **stagnierte**
die **Stoma-Abteilung**

Nutzerforschung wurde durchgeführt um die
Ursachen der Stagnation zu bestimmen.
Ergebnis: keine große Beschwerden

2. FALLBEISPIEL | Umdenken der Frage

Fehlende Information über die Welt der Nutzer:

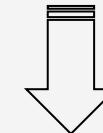
„Wie ist es, ein ‚Stomapatient‘ zu sein?“

„Wie sieht ein guter Tag aus?
Und ein schlechter Tag?“

„Welche Wirkung hat ein Stoma auf das Selbstbild? Auf das Sozialleben?“

Alte Forschungsfrage:

„Wie können wir neue Wachstumsquellen erschließen?“



Neue Forschungsfrage:

„Wie fühlt es sich an, mit Stoma zu leben?“

2. FALLBEISPIEL | Neue Forschung

Was wurde gemacht?

Ethnographische Forschung in

verschiedenen Ländern

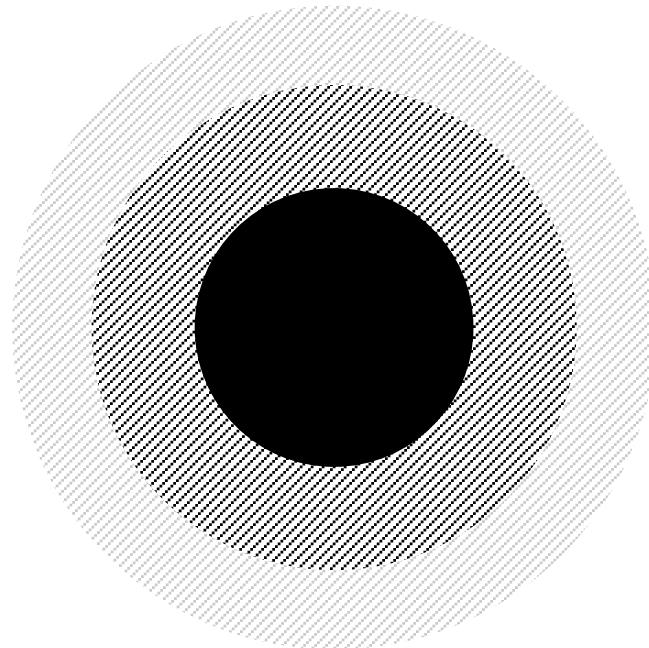
- **Teilnehmende Beobachtung** +
Interviews: Forscher verbrachten **2 Tage**
mit **Stomaträgern**
- Interviews mit **Krankenschwestern**

Ohne Hypothese, ohne Vorurteile



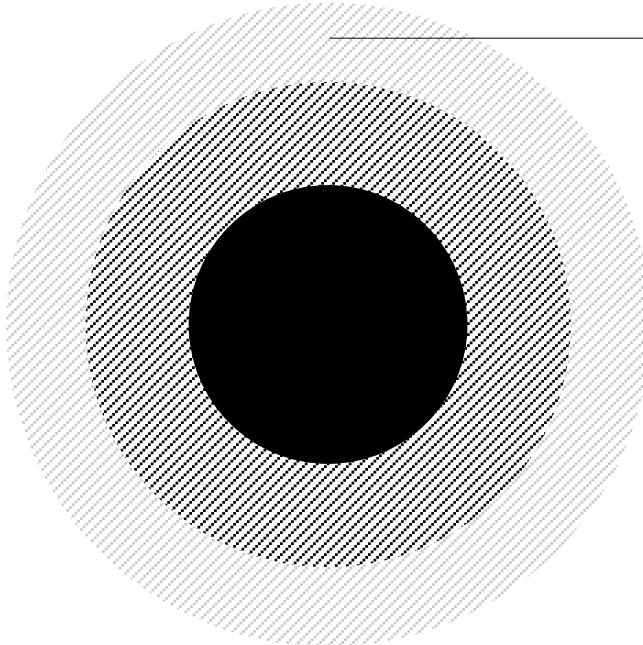
2. FALLBEISPIEL | Analyse + Interpretation

Muster-Findungsprozess (wie eine ‚Zwiebel zu schälen‘):



2. FALLBEISPIEL | Analyse + Interpretation

Muster-Findungsprozess (wie eine ‚Zwiebel zu schälen‘):



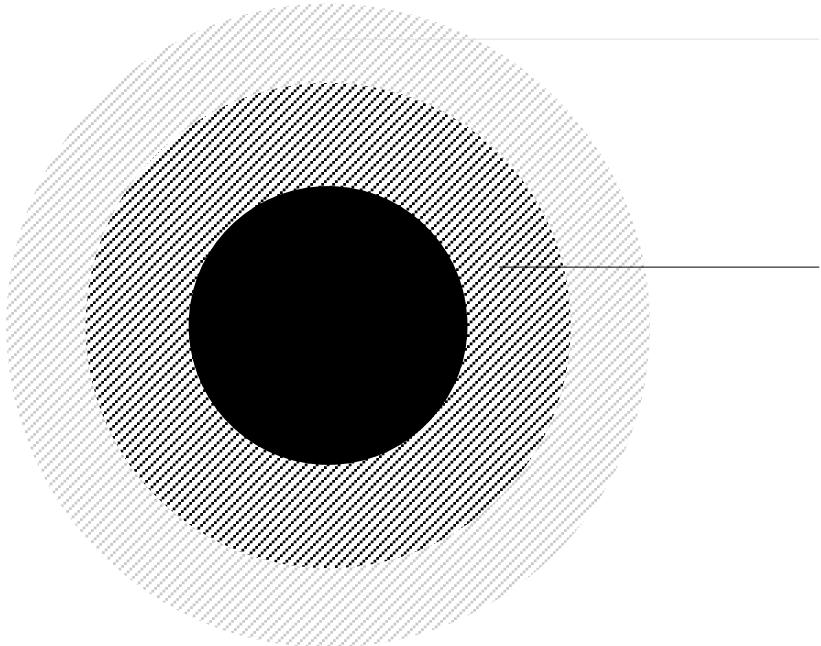
1° ‘Außenschicht’

Direkt beobachtbare Tatsachen

z.B. Wie oft wechseln Patienten die ‘Stomabeutel’? Die Unbequemlichkeiten davon.

2. FALLBEISPIEL | Analyse + Interpretation

Muster-Findungsprozess (wie eine ‚Zwiebel zu schälen‘):



1° ‘Außenschicht’

Direkt beobachtbaren Tatsachen

z.B. Wie oft wechseln Patienten die ‘Stomabeutel’? Die Unbequemlichkeiten davon.

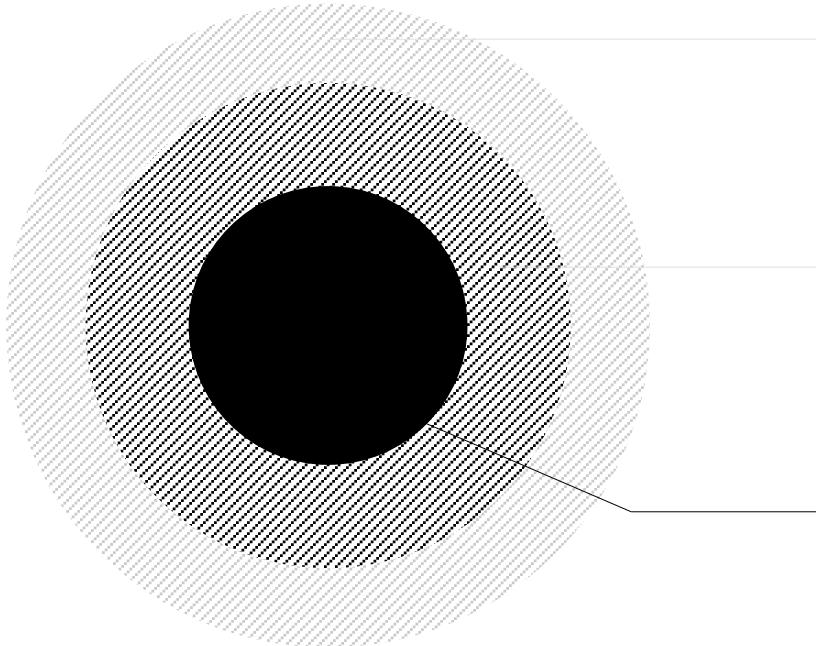
2° ‘Zweite Schicht’

Gewohnheiten und Praktiken

z.B. Haben sie eine aktive Routine oder bleiben sie zu Hause?

2. FALLBEISPIEL | Analyse + Interpretation

Muster-Findungsprozess (wie eine ‚Zwiebel zu schälen‘):



1° ‘Außenschicht’

Direkt beobachtbaren Tatsachen

z.B. Wie oft wechseln Patienten die ‚Stomabeutel‘? Die Unbequemlichkeiten davon.

2° ‘Zweite Schicht’

Gewohnheiten und Praktiken

z.B. Haben sie eine aktive Routine oder bleiben sie zu Hause?

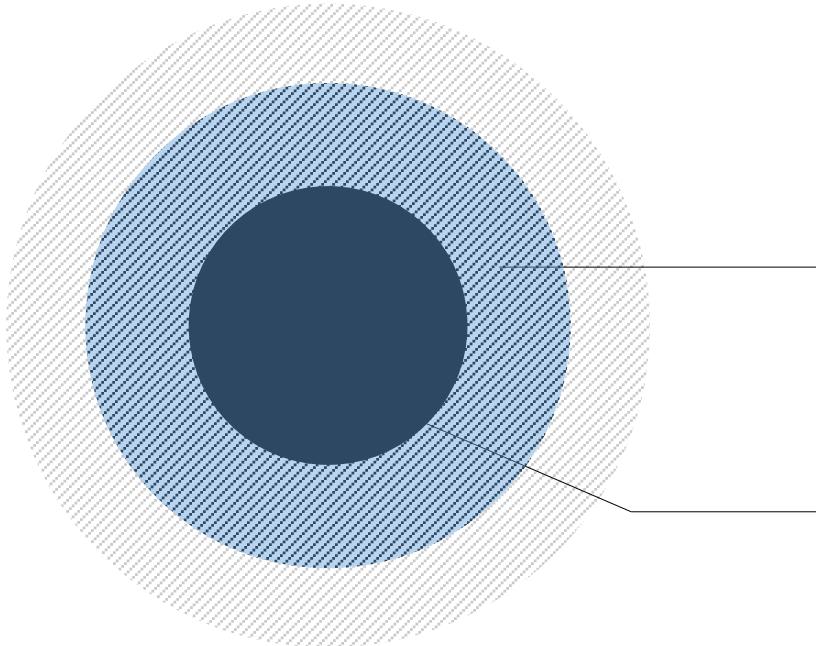
3° ‘Zentrum’

Darunterliegende Ursachen

z.B. Warum bleiben sie zu Hause?

2. FALLBEISPIEL | Analyse + Interpretation

Muster-Findungsprozess (wie eine ‚Zwiebel zu schälen‘):



Innere Schichten:
**Entstehen aus der Auswertung
und Interpretation**

2^o ‘Zweite Schicht’
Gewohnheiten und Praktiken

z.B. Haben sie eine aktive Routine oder bleiben sie zu Hause?

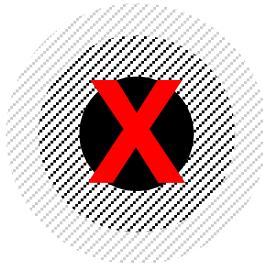
3^o ‘Zentrum’
Darunterliegenden Ursachen

z.B. Warum bleiben sie zu Hause?

2. FALLBEISPIEL | Neue Interpretation

Neues Ergebnis:

Das Problem der undichten Stomabeutel existiert noch.



Falsche Interpretation der Ergebnisse
traditioneller Forschung.



Nutzer **hörten auf**, sich darüber zu **beschweren**, weil sie
sich **an ihr neues Leben gewöhnt hatten. Nicht weil**
das Problem weg war.

2. FALLBEISPIEL | Game-Changing Insight

Insight:

**„Körper sind so verschieden,
dass es keine einzelne Lösung gibt.“**

Bis dahin...

Fokus auf Technologie
Nutzer wurden **nicht**
berücksichtigt.

2. FALLBEISPIEL | Lösung

2010 **Markteinführung** einer **neuen** Linie von Produkten

Basiert auf den Ergebnissen der **ethnographischen Forschung**

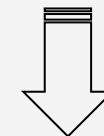


Körper sind verschieden – genauso verschieden sind Stomaversorgungen

Verwenden Sie eine Stomaversorgung, die zu Ihrem Körpertyp passt.

<http://www.coloplast.de/stomaversorgung/stomatraeger/nach-der-stoma-operation/>

Alter Fokus des Unternehmens:
„Technology-driven“



Neuer Fokus des Unternehmens:
„User-driven“

1. ETHNOGRAPHIE
2. FALLBEISPIEL
- 3. REFLEXION**

3. REFLEXION

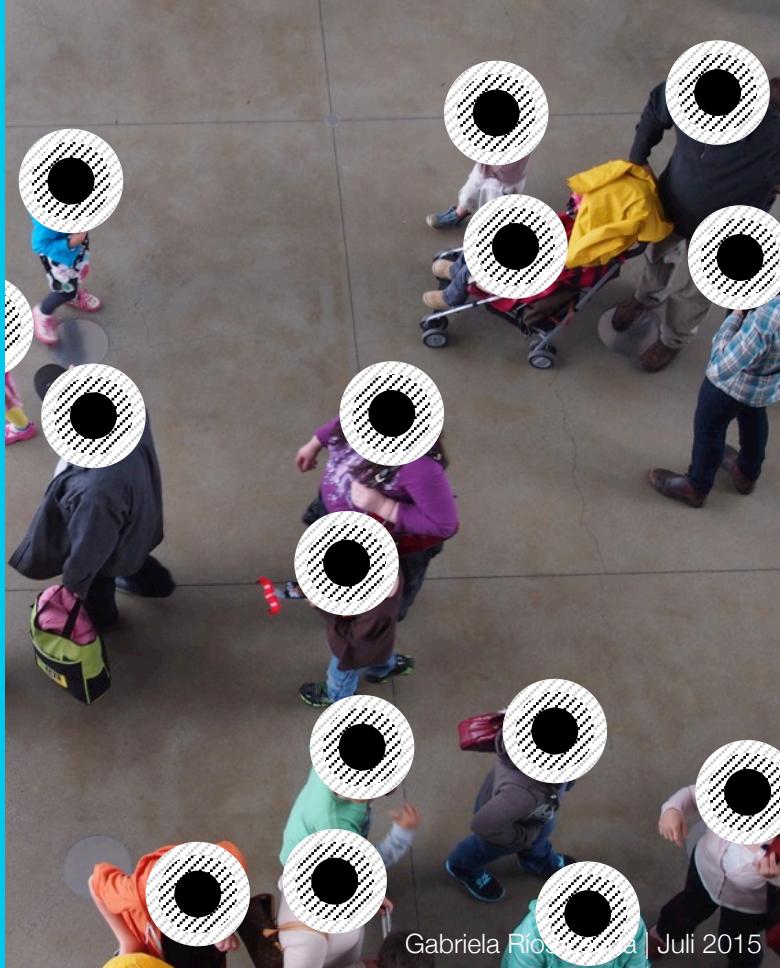
Ethnographie bietet:

Darunterliegende Ursachen
für das Verhalten der
Menschen

Damit können wir:

Zukunftsvorstellungen der Menschen
besser **nachvollziehen**

Zutreffende Strategien entwickeln, um
die **wünschbaren Zukünfte** zu erreichen



3. REFLEXION

Ethnographie bietet:

Lebensnahe Bilder von Menschen

Damit können wir:

Menschen in das Zentrum der Forschung stellen und die **Zukunft neu ausrichten**

Veraltete **Annahmen verwerfen**, den **Status Quo hinterfragen** und passende **Lösungen finden**



3. REFLEXION

Ethnographie mit
anderen Methoden
verknüpfen



A black and white photograph capturing a bustling urban scene, likely in Tokyo. In the foreground, several people are walking across a crosswalk. One man in a light-colored jacket and dark trousers is prominent on the left, carrying a bag. To his right, another man in a dark jacket and jeans walks away from the camera. The background is filled with city life; buildings on both sides have various signs and advertisements, including one with the text "金の蔵" (Kinko no Sakuraya) and "270". A large sign for "キリンビール" (Kirin Beer) is also visible. The overall atmosphere is one of a typical day in a crowded Japanese city.

Vielen Dank!

Gabriela Ríos Landa
gabyrl@gmail.com
Berlin, 17. Juli 2015