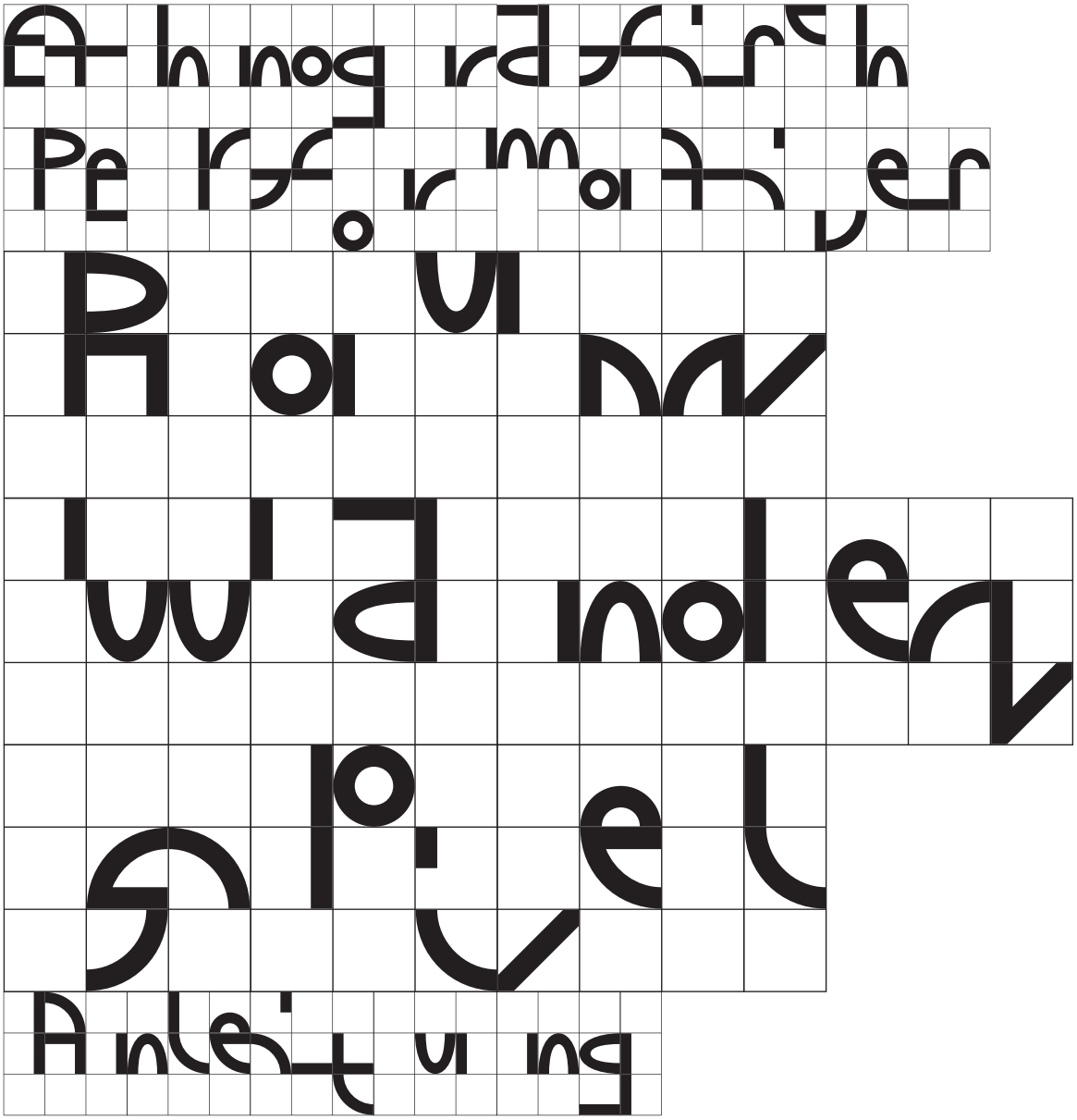

Ethnografisch-
Performatives
Raum-
Wandel-
Spiel
Anleitung

Raumwandel

Willkommen zum Ethnografisch-Performativen Raumwandelspiel – einem innovativen Ansatz zur partizipativen Verhandlung und Gestaltung von Lernräumen! In diesem Spiel verwandeln wir den Raum in ein dynamisches Spielfeld, auf dem alle Teilnehmenden aktiv mitgestalten und ihre Perspektiven einbringen können. Unser Ziel ist es, die komplexen Anforderungen an die Lernraumarchitektur in einem strukturierten, spielerischen Prozess zu erforschen und zu diskutieren. Das Raumwandelspiel fördert ein tiefes Bewusstsein für die Vielfalt der Ansprüche und Bedürfnisse, die an moderne Lernräume gestellt werden. Durch die aktive Teilnahme erkennen die Mitspieler*innen die Bedeutung ihrer eigenen Rollen sowie die Ressourcen, die sie in den Verhandlungsprozess einbringen. Dabei wird die Rolle der Moderation gestärkt, um einen konstruktiven Austausch zu gewährleisten und alle Stimmen in die Gestaltung einzubeziehen.

Ein zentraler Aspekt des Spiels ist die Erarbeitung eines kollaborativen Bedarfsszenarios, das die verschiedenen Perspektiven und Bedürfnisse aller Akteur*innen zusammenführt. Wir laden dich ein, sich der Frage zu widmen: Wer oder was spielt eine Rolle bei der Entwicklung eines Lernraumes und welche Ressourcen bringt jeder Einzelne mit? Sei bereit, deine eigene Rolle zu reflektieren und neue Möglichkeiten für eine zukunftsorientierte Lernraumgestaltung zu entdecken!In diesem Raumwandelspiel erlernt ihr als Raumwandler*innen essentielle Methoden und Techniken, die für die Moderation und Entwicklung von Lernräumen entscheidend sind. Durch die Anwendung verschiedener Moderationstechniken, das Vertiefen der Methodenkompetenz in der Lernraumentwicklung und die praktische Raumaneignung werdet ihr befähigt, effektiv an der Gestaltung zukunftsorientierter Lernumgebungen mitzuwirken.

Dieses Spiel entstand in der Community of Practice „Zukunftsorientierte Lernräume” des Stifterverbandes und der Dieter Schwarz Stiftung als Transferprodukt. Es nimmt die Learnings und Challenges zur Lernraumgestaltung an Universitäten und Hochschulen auf. Das Spiel als aktive Methodenbox ist eines von mehreren Transferprodukten zur Entwicklung von Lernarchitektur. https://www.stifterverband.org/zukunftsorientierte-lernraeume

EXPERTIN:
Diana Lucas-Drogan ist studierte Architektin und arbeitete im öffentlichen Dienst, in Architekturbüros und in der Lehre an Universitäten. An der HNE Eberswalde leitet sie das Digital Innovation and Learning Lab zum Aufbau von adaptiven Lernumgebungen.

EXPERTIN:
Christine Gläser ist Bibliothekswissenschaftlerin und Professorin an der HAW Hamburg, sie beschäftigt sich in Forschung und Lehre mit Lernraumentwicklungen an Hochschulen; ein Schwerpunkt liegt dabei auf ethnografischen Methoden.

CHALLENGERIN:
Dorit Günther ist wissenschaftliche Mitarbeiterin im Zentrum für Innovation und Digitalisierung in Studium und Lehre (ZIDiS) der Rheinland-Pfälzischen Technischen Universität Kaiserslautern-Landau (RPTU) und entwickelt bedarfsgerechte Pilotflächen für informelles studentisches Lernen innerhalb des Arbeitsbereichs „Lernarchitekturen”.

Unterstützt wurde die Entwicklung darüber hinaus von Janna Hickethier (HAW Hamburg) als studentische Mitarbeiterin. Miriam Green (Staats- und Universitätsbibliothek Hamburg), Katja Reuter (Staats- und Universitätsbibliothek Hamburg) und Lidia Gasperoni (Bartlett School of Architecture) erprobten das Spiel als Testerinnen.

Vielen Dank!

GRAFIK:
Mainusch Randerath

2024

Methoden Box

Das Raumwandelspiel stellt eine Methodenbox dar, um komplexen Anforderungen an die Lernraumarchitektur in einem strukturierten, spielerischen Prozess zu erforschen und zu diskutieren.

■ SPIELANLEITUNG
Anleitung für das ethnografisch-performative Raumwandelspiel: Diese Anleitung führt Euch durch das Spiel und beschreibt die Rolle der Aktanten sowie die angewandten Moderationstechniken.

■ METHODENÜBERSICHT
Eine Übersicht über alle verfügbaren ethnografischen Methodenkarten, die euch helfen, die geeigneten Zugänge für verschiedene Aktanten auszuwählen.

■ Methodenkarten-Set
In diesem Set findet ihr alle Methoden für die Miniforschung zu den Aktanten in einer Kurzbeschreibung.

■ Musterblatt Vorbereitung Moderation
Eine strukturierte Vorlage, die Euch hilft, sich optimal auf Eure Moderationsrolle vorzubereiten.

■ Musterblatt Methodenblatt
Eine strukturierte Anleitung für den Workshop Tag 1, damit sich die Akteur*innen auf ihre Miniforschung vorbereiten können.

■ Checkliste Material
Eine praktische Liste, die sicherstellt, dass du alle notwendigen Materialien für das Spiel dabei hast.

Spielablauf

V VORBEREITUNG

Um das Raumwandelspiel erfolgreich durchzuführen, sind einige Vorarbeiten notwendig:

- Raumwandler*in übernimmt Moderation und gerne eine Co-Moderation zur Unterstützung
- Zugang zum Lernraum organisieren
- Materialien vorbereiten
- Bedingungen des Lernraumes formulieren
- Akteure und Aktanten identifizieren (es empfiehlt sich eine Stakeholder-Map anzufertigen - ein Beispiel gibt es auf der Seite des Stifterverbandes)

M METHODEN MATERIAL

Die Methodenkarten bieten methodische Vorschläge für die Miniforschung:

- METHODEN: Übersicht und Beschreibung von 11 Methoden
- METHODENKARTEN
- MUSTERBLÄTTER: METHODE/MODERATION

T1 TAG 1

- LET´S GET STARTED (50 MINUTEN)
- DAS FELD AUFNEHMEN (80 MINUTEN)
- METHODEN ZU AKTANTEN (80 MINUTEN)
- VERABSCHIEDUNG TAG 1 (15 MINUTEN)

MF VORBEREITUNG MINIFORSCHUNG

MINIFORSCHUNG IM RAUMWANDELSPIEL (14 TAGE)

T2 TAG 2

- BEGRÜSSUNG (15 MINUTEN)
- DIAMOND RANKING (10 MINUTEN)
- DIE VERHANDLUNG (120 MINUTEN)
- MEMO MODERATION
- FAZIT

Vorbereitung

VORARBEIT FÜR DAS SPIEL
Um das Raumwandelspiel erfolgreich durchzuführen, sind einige Vorarbeiten notwendig:

1. Stakeholder Map: Erstellt Euch vor dem Spiel eine Stakeholder Map (https://www.stifterverband.org/zukunftsorientierte-lernraeume), um zu identifizieren, wer für die Verhandlungen wichtig ist. Klärt, wer eingeladen werden muss oder wer gegebenenfalls eine Stellvertretung übernehmen kann.
2. Zugang zum Lernraum: Stellt sicher, dass ihr Zugang zu dem vorgesehenen Lernraum habt und die Nutzung zugesichert ist.
3. Co-Moderation: Findet, wenn möglich, eine Co-Moderation, die Euch bei der Leitung des Spiels unterstützt.
4. Materialien: Bereitet Post-Its, Stifte, Tape und Blätter zum Schreiben vor. Diese Materialien werden für die aktive Gestaltung des Spiels benötigt und fördern die kreative Zusammenarbeit.
5. Szenario-Einleitungstext: Beschreibt die Bedingungen des zukünftigen Lernraumes und welche Ideen damit bisher verbunden sind. Das nimmt eure Gäst*innen mit und rahmt den Prozess.

Durch diese vorbereitenden Schritte und die Nutzung der Methodenbox seid Ihr bestens gerüstet, um in das Spiel einzutauchen und gemeinsam innovative Lernräume zu entwickeln. Viel Erfolg und Freude beim Raumwandel!

MATERIALLISTE:
Folgendes Material wird für das Raumwandelspiel benötigt

- LERNRAUM
- STAKEHOLDERMAP
- STIFTE
- BLÄTTER ZUM BESCHREIBEN
- KLEBEZETTEL
- TAPE (nehmt einfach Malerkrepp, damit keine Spuren bleiben)
- AUSGEDRUCKTES MUSTERBLATT METHODENBLATT
- METHODENKARTENSET BEREIT STELLEN (online oder ausgedruckt)

1 SPIELANLEITUNG SCHRITT 1

Es ist wichtig sich auf das Spiel gut vorzubereiten. Folgende Schritte werden empfohlen.

1.1 INTRO ZUM SPIEL

Beginnt mit einer kurzen Einführung in die Ziele des Spiels. Überlegt, ob ein Video zur Anmoderation sinnvoll ist, um die Teilnehmenden in das Thema einzuführen und sendet dieses in der Einladung mit. Es ist auch machbar einen kleinen Einleitungstext zu den Herausforderungen, Zielen und Zeitumfang des Raumwandelspiels zu schreiben. Es ist hilfreich hierfür ein Szenario aufzuschreiben, was mit dem zukünftigen Lernraum geplant ist und welche Bedingungen aktuell vorherrschend sind.

1.2 AUSSTATTUNG DES SPIELS

Stellt sicher, dass alle notwendigen Materialien bereit liegen: Musterblätter, Methodenkarten, Anleitung, Post-Its, Stifte, Ausdrucke und Tape. Überprüft die Vollständigkeit der Ausstattung.

1.3 ROLLE DER MODERATION

Definiert die Rollen klar: Die Hauptmoderation bereitet sich vor und wird von einer Co-Moderation unterstützt, die auf den zeitlichen Rahmen achtet und während des Spiels die Struktur festhält. Es ist wichtig, dass die Moderation alle Mitspielenden aktiv einbindet und den Raum für deren Beiträge öffnet. Eine wichtige Aufgabe ist das Sichern der Ergebnisse während des Spieles. Legt für euch fest, wer diese Rolle übernimmt und wie die Ergebnisse als Daten und Zwischenschritte festgehalten werden.

1.4 GÄST*INNEN EINLADEN

Identifiziert die relevanten Stakeholder für den Verhandlungsprozess mit Hilfe einer Stakeholder Map: www.stifterverband.org/zukunftsorientierte-lernraeume. Klärt, wer eingeladen werden muss und welche Aktanten in das Spiel eingebunden werden sollten. Es ist wichtig, auch unbesetzte Rollen zu berücksichtigen und zu überlegen, wie diese im Prozess sichtbar gemacht werden können. Bitte schreibt die eingeladenen Gäst*innen und dessen Rolle innerhalb der Lernraumgestaltung auf eigene Post-Its oder A4 Papier, damit diese sichtbar in den Raum im zweiten Teil am ersten Spieltag legen könnt.

1.5 VORARBEIT

Erstellt eine Forschungsfrage (Beispiel hierfür unter 1.7) für das Diamond Ranking (Methode für die Verhandlung), eine Raumbeschreibung und die Stakeholder Map. Stellt sicher, dass Ihr auch eine Aktantenliste anfertigt und geeignete Methoden auswählt, die Ihr zum ersten Treffen mitbringt. Die Moderatorin sollte sich ihrer Verantwortung bewusst sein, alle Teilnehmenden einzubinden und Raum für ihre Bedürfnisse zu schaffen.

1.6. AKTANTENLISTE

Für die Verhandlung sollen die Akteur*innen sich innerhalb einer Aktantenliste aussuchen, welchen Aktant sie bearbeiten werden. Es ist auch hilfreich als Moderation Aktanten den Akteur*innen vorher zuzuschreiben und dann empfehlend zu übergeben. Das lindert Überforderung. Aktanten sind Dinge, die im Handlungszusammenhang mit der neuen Lernraumgestaltung stehen (siehe Bruno Latour Akteur-Netzwerk-Theorie). Diese Dinge können Regelungen, Gegenstände, soziale Bedürfnisse oder Einschränkungen sein, die es in der Gestaltung zu beachten gilt. Hier ein paar Beispiele: Brandschutz, Mobiliar, Zeitmanagement, Budget, Veränderungswille, Praxisbeispiele. Macht euch als Moderation Gedanken, welche Aktanten für die Umsetzung des Lernraumes von wichtiger Bedeutung sind und fertigt eine Liste hierfür an. Diese Aktanten werden dann von den Akteur*innen anhand des Methodenkarten-Sets für einen kurzen Zeitraum beforscht und fließen in die Verhandlung (Miniforschung von 14 Tagen) mit ein. Überlegt euch im Voraus, welcher Aktant mit welcher Methode beforscht werden kann. Dies gibt den forschenden Akteur*innen einen Rahmen am Ende des ersten Spieltages.

1.7 MINIFORSCHUNG

Im Raumwandelspiel habt ihr die Möglichkeit, kreative Methoden anzuwenden und gleichzeitig die Anforderungen und Bedürfnisse der Akteur*innen (Lehrende, Lernende, Verwaltung) sowie der Aktanten (Räume, Technologien, Materialien) an den neuen Lernraum zu erforschen. Um diesen spannenden Prozess erfolgreich zu gestalten, ist es wichtig, eine klare Forschungsfrage zu formulieren, die den Fokus eurer Erkundungen bestimmt. Die zentralen Fragen könnten beispielsweise lauten:

1. Welche Anforderungen haben die Akteur*innen und Aktanten an den neuen Lernraum?
2. Welche Bedeutung haben diese Anforderungen für den Entwicklungsprozess?

Indem ihr euch aktiv mit diesen Aspekten auseinandersetzt, leistet ihr einen wertvollen Beitrag zur Gestaltung eines Lernraumes, der sowohl die pädagogischen Ziele fördert als auch den individuellen Bedürfnissen aller Beteiligten gerecht wird. Seid bereit, kreativ zu denken und innovative Lösungen zu entwickeln! Wenn alles vorbereitet ist und der Spieltag verabredet, wir einen spannenden ersten Spieltag.

Erster Spieltag

SPIELTAG EINS: TAG 1: GESAMTDAUER
210 MINUTEN

Herzlich willkommen zu unserem ersten Spieltag im Raumwandelspiel! Heute beginnt eure spannende Reise, auf der ihr nicht nur die Akteur*innen des Spiels kennenlernen werdet, sondern auch die unbesetzten Rollen identifizieren könnt, die für euren gemeinsamen Lernraum von Bedeutung sind.

In einer kreativen und inspirierenden Atmosphäre werdet ihr die verschiedenen Perspektiven zusammenbringen und herausfinden, wie jede Rolle zum Gesamtbild beiträgt. Zudem wendet ihr das Methodenkarten-Set an, das euch in den kommenden zwei Wochen bei der Miniforschung unterstützen wird. Dort findet ihr praktische Werkzeuge und Ansätze, um die Anforderungen und Bedürfnisse an eurem Lernraum zu erkunden.

Seid bereit, euch aktiv einzubringen, Ideen auszutauschen und neue Methoden zu erproben! Lasst gemeinsam den Grundstein für einen Lernraum legen, der alle Anforderungen erfüllt und die Vielfalt unserer Akteur*innen widerspiegelt!

2 LET´S GET STARTED!

50 MINUTEN

2.1 INTRO TEXT MODERATION

15 MINUTEN

Die Moderation beginnt mit der Vorstellungsrunde und alle stellen sich vor: „Ich bin hier... meine Rolle ist... und mein Bedarf an dem Lernraum ist...“ Dabei werden die Bedürfnisse und Bedarfe der Akteur*innen auf Post-Its von der Moderation festgehalten und auf separate Blätter (freies Blatt mit Post-It´s für Akteur*innen) geklebt.

2.2 ARBEITSMATERIALIEN VERTEILEN

5 MINUTEN

Die Co-Moderatorin verteilt während des Intros an alle Mitspielenden Post-Its und Stifte als Arbeitswerkzeuge für den Tag.

2.3 RAUM ANEIGNEN - BALLSAAL HERSTELLEN

15 MINUTEN

Die Teilnehmenden gestalten den Raum um, indem sie alle Objekte beiseite räumen und die Mitte für eine „Ballsaal“-Atmosphäre freimachen. Dies aktiviert und fördert die kreative Entfaltung.

2.4 LIEBLINGSECKE BENENNEN

15 MINUTEN

Jeder Teilnehmende schreibt auf Post-Its, warum sie gerne an diesem Ort sind und was daran geschätzt wird. Diese Werte werden im Raum sichtbar gemacht und zeigen damit Potenziale des Lernraumes auf, die in der Gestaltung beachtet werden können.

2.5 SZENARIO VORLESEN

5 MINUTEN

Die Moderatorin präsentiert das Szenario und erklärt die Rahmenbedingungen sowie die Bedarfe und Mängel des Lernraumes.

3 TEIL 2: DAS FELD AUFNEHMEN

80 MINUTEN

3.1 FELD ERÖFFNEN

15 MINUTEN

Die Moderator*in platziert die Namen und deren Rolle der anwesenden Akteur*innen auf dem Boden und erläutert, warum diese für den Prozess wichtig sind.

> Hier ein Sprachbeispiel:
> “Wir haben die Studierendenvertretung (Name nennen) eingeladen, damit sie als Stimme der NutzerInnen mit eingebunden ist.”

Der Boden des Lernraumes wird nun zu eurem Display. Gerne können sich hierbei die eingeladenen Akteur*innen einbringen und auch ihre Position und Bedarfe ergänzen.

3.2 GESPRÄCH ÜBER UNBESETZTE ROLLEN

20 MINUTEN

Die Teilnehmenden kommentieren auf eigenen Post-Its, welche unbesetzten Rollen sie sehen und warum. Hierbei werden auch „Geisterrollen“ thematisiert, die im Prozess eine Rolle spielen könnten.

> Was sind Geisterrollen? Das sind Rollen, die immer wieder erwähnt werden, aber nicht mitspielen. Wenn ihr merkt, dass eine der Geisterrollen sehr wichtig ist, so sollte diese zum zweiten Treffen mit eingeladen werden oder zumindest eingebunden werden. Klärt dabei immer wieder die Wichtigkeit der Rolle und welche Aufgaben oder welchen Hebel diese Rolle für die Lernraumgestaltung übernimmt.

3.3 MODERATION STELLT AKTANTEN VOR

15 MINUTEN

Die Moderator*in stellt die verschiedenen Aktanten vor und legt diese mit auf den Boden. Alle Teilnehmenden sind eingeladen, Ergänzungen auf Post-Its festzuhalten.

> Hier ein paar Beispiele für mögliche Aktanten:
> - Lernerfahrungen
> - Budget
> - Brandschutz
> - Gesundheit
> - Raumatmosphäre
> - Future Skills
> - Hybrides Lernen
> - Technik
> - Zeit
> - Bibliotheksbestand

3.4 UNBESETZTE AKTANTEN BENENNEN

30 MINUTEN

Die Teilnehmenden diskutieren unbesetzte Aktanten und deren Relevanz. Hierbei wird auch nach „Zauberworten“ gefragt, die im Prozess eine besondere Bedeutung haben könnten.

> Was sind Zauberworte? Das sind situierte Begrifflichkeiten, die je nach Kontext Türen öffnen können, weil sie eine besondere Relevanz haben, wenn diese in der Umsetzung berücksichtigt werden.

Beispiele hierfür aus anderen Lernraumprojekten sind:

- Gesundheit
- Nachhaltigkeit
- Kollaboration
- Digitalisierung
- Sichtbarkeit von bestimmten Stakeholdern
- Innovationsfläche
- Räume als Visitenkarte oder Good Practice

4 METHODEN ZU AKTANTEN

80 MINUTEN

4.1 METHODENÜBERSICHT KURZ ERKLÄREN

10 MINUTEN

Einführung in die verfügbaren Methoden und deren Anwendung. Hierzu werden die Methodenkarten ausgeteilt und auf die weiteren Informationen der Langfassung hingewiesen.

4.2 AKTANT WAHL

15 MINUTEN

Die Teilnehmenden wählen einen Aktanten und die dazu empfohlene Methode (siehe Vorarbeit).

4.3 METHODENBLATT AUSGEBEN

10 MINUTEN

Die Moderator*in verteilt die Methodenblätter, damit sich die Akteure mit diesen vertraut machen können.

Als Unterstützung hier ein paar Beispiele von möglichen Aktanten in Zusammenhang mit einer Methode:
- Aktant Lernerfahrungen: Beobachtung oder „Walk" zum Kennenlernen der z.B. studentischer Lernerfahrungen
- Aktant Hybrides Lernen: Diamond-Ranking mit z.B. Studierenden mit Angeboten für hybride Raum-Settings und hybride Technik
- Aktant Raumatmosphäre: Moodboard für Gefühle und Bedürfnisse im Raum (Farben, Formen, Stil)
- Aktant Bibliotheksbestand: Interviews mit Studierenden über die Bedeutung von Büchern und Zeitschriften – print / digital
- Aktant Gesundheit: Fotoumfrage mit Studierenden zur Bedeutung von Studierendengesundheit

4.4 METHODENBLATT AUSFÜLLEN

20 MINUTEN

Die Teilnehmenden füllen ihr Methodenblatt aus und formulieren auf den Aktanten abgestimmte Forschungsfrage.

4.5 AUSTAUSCH ÜBER METHODE

20 MINUTEN

Diskussion der Forschungsfragen und Anforderungen an den neuen Lernraum.

4.6 ERKLÄRUNG DER MINIFORSCHUNG

SIEHE PUNKT 6

Die Miniforschung wird dann von der Moderation in der Dauer festgelegt. Für die Kürze werden 14 Tage empfohlen.

5 VERABSCHIEDUNG TAG 1

15 MINUTEN

5.1 NEUEN TERMIN ANKÜNDIGEN

5 MINUTEN

Die Moderator*in gibt einen Ausblick auf das nächste Treffen und dessen Ziele.

5.2 EINLADUNG UNBESETZTE ROLLEN

5 MINUTEN

Überlegt gemeinsam, ob weitere unbesetzte Rollen zur nächsten Sitzung eingeladen werden sollten.

Mit dieser Struktur seid ihr bestens auf das ethnografisch-performative Raumwandelspiel vorbereitet. Viel Erfolg und kreative Inspiration!

6 MINIFORSCHUNG IM RAUMWANDELSPIEL

14 TAGE

Bedeutung der Miniforschung: Die Miniforschung dient dazu, die Bedürfnisse und Anforderungen der Akteur*innen (Lehrende, Lernende, Verwaltung, etc.) sowie der Aktanten (Räume, Technologien, Materialien, etc.) an den neuen Lernraum zu identifizieren. Das Verständnis dieser Anforderungen ist entscheidend, um den Entwicklungsprozess zielgerichtet zu gestalten und einen Lernraum zu schaffen, der die pädagogischen Ziele unterstützt und den individuellen Bedürfnissen aller Beteiligten gerecht wird.

FORSCHUNGSFRAGE:

1. Welche Anforderungen haben die Aktanten an den neuen Lernraum?
2. Welche Bedeutung haben die Anforderungen der Aktanten für den Entwicklungsprozess?

Nutzt nun folgende Anleitung für die Durchführung einer Miniforschung, damit die Akteur*innen einen Rahmen haben, wie sie in den nächsten 14 Tagen vorgehen können:

DURCHFÜHRUNG DER MINIFORSCHUNG

1. AKTANTEN BEFORSCHEN:

Anhand der ausgewählten Methode (Schritt 4) werden die Aktanten beforscht.

1.1 Den Vorgang der Datenerhebung entnehmt ihr aus dem Methodenblatt, das euch in der Durchführung unterstützt.

1.2 Analyse der Daten:

- Identifikation von Mustern: Überprüfe die gesammelten Informationen auf häufige Themen und Anforderungen.
- Priorisierung: Bestimme, welche Anforderungen am wichtigsten sind und warum.

2. ERSTELLUNG DER KEY POINTS:
   - Visualisierung der Ergebnisse: Fasse die wichtigsten (3–5) Findings in prägnanten Sätzen oder Zeichnungen (Mappings zusammen)
   - Kategorisierung: Nutze Post-Its und organisiere die Post-Its nach Themenbereichen (z.B. Raumgestaltung, technische Ausstattung, pädagogische Ansprüche) oder Mustern, die sich erkennen lassen
3. PRÄSENTATION DER ERGEBNISSE:
   - Verhandlung: Präsentiere die Key Points in einer gemeinsamen Runde mit den Akteuren und Aktanten am zweiten Tags des Zusammenkommens

ZIEL DER MINIFORSCHUNG

Am Ende der 14 Tage sollen die gesammelten Daten und die daraus resultierenden Key Points eine solide Grundlage für die Weiterentwicklung des neuen Lernraums bilden. Sie sollen sowohl die Ansprüche der Akteur*innen als auch die Möglichkeiten der Aktanten widerspiegeln und als Leitfaden für den Entwicklungsprozess dienen.

Zweiter Spieltag

SPIELTAG ZWEI: TAG 2
GESAMTDAUER: 200 MINUTEN

Herzlich Willkommen zum zweiten Spieltag des Raumwandelspiels! Heute wird es spannend, denn ihr macht die Ergebnisse der Miniforschung sichtbar. Gemeinsam mit euch, den Akteur*innen identifiziert ihr die Anforderungen an den neuen Lernraum und diskutiert diese.

Ihr repräsentiert nicht nur eure Perspektiven, sondern auch die der Aktanten – die Räume, Technologien und Materialien, die eure Lernumgebung prägen. In einem kreativen und offenen Austausch werdet ihr die Bedürfnisse und Ideen zusammenbringen, um eine Lernlandschaft zu gestalten, die multiple Ansprüche erfüllt. Seid bereit, eure Stimmen einzubringen, zu verhandeln und gemeinsam Lösungen zu entwickeln!

7 BEGRÜSSUNG

15 MINUTEN

AKTIVITÄTEN:
- Begrüßung aller Teilnehmenden.
- Vorstellung: Jede*r Akteur*in plus Aktant stellt sich kurz vor.
- Moderation: Stellt die Frage: „Was ist in den letzten Tagen bei euch passiert?" und lädt alle zur kurzen Reflexion ihrer Prozesserfahrungen ein.

8 DIAMOND RANKING

10 MINUTEN

Die Moderation erklärt den Teilnehmenden die Methode des Diamond Rankings anhand dessen die spätere Verhandlung stattfinden wird.

- Das Diamond Ranking ist eine visuelle, partizipative Forschungsmethode, bei der Elemente in eine Ordnung gebracht werden, um Einstellungen, Positionen und Gedanken zu einem bestimmten Thema zu verdeutlichen. Durch die diamantartige Form wird die Komplexität der Positionierung reduziert und das Ergebnis bietet einen schnellen Überblick.
- Was an der Spitze des Diamond Rankings platziert wird, hat die oberste Priorität. Durch diese dialogische Planung hat die Moderation ein Instrument für die Förderung des Denkens und Verhandelns im Raum in der Hand, um mit den Teilnehmenden gemeinsam zu bewerten, welche Stellung Akteur*innen und Aktanten in der Lernraumgestaltung einnehmen. Dabei soll klar werden, auf welche Grundlage Entscheidungen für die Gestaltung eines Lernraumes getroffen werden sollen und machen somit das Ziel des neuen Raumes klarer.

- Erkläre die Struktur des Diamond Rankings und wie es aussieht. Mit dem Diamond Ranking entsteht ein Bedarfsszenario für die Lernraumgestaltung innerhalb kürzester Zeit. Ziel ist es, einen klaren Diamanten zu schaffen.
- Stelle die zentrale Forschungsfrage: „Was können die Rollen dazu beitragen, um das Ziel eines Lernraumes umzusetzen?"
- Fordere die Teilnehmenden auf, zuerst die Anforderungen des Aktanten einzubringen, bevor sie über ihre Rolle sprechen.
- Erinnere alle daran, dass sie zunächst als Akteur*in agieren, um ein offenes und ehrliches Feedback zu ermöglichen.

Die Co-Moderation taped währenddessen das Diamond Ranking auf dem Boden (mindestens 1,5 m Länge pro Seite). Es ist gut dabei, die Forschungsfrage noch mal zu wiederholen: „Welche Anforderungen haben die Akteur*innen und Aktanten an den neuen Lernraum?" oder „Welche Bedeutung haben die Anforderungen der Akteur*innen und Aktanten für den Entwicklungsprozess?"

9 DIE VERHANDLUNG

120 MINUTEN

Das Ziel der Verhandlung ist das gemeinsame Erarbeiten, welche Ressourcen, Aktanten und Akteur*innen benötigt werden, um den Lernraum zu gestalten. Seid bereit, offen und kreativ in den Austausch zu gehen, denn heute geht es darum, gemeinsam einen Lernraum zu gestalten, der viele Bedürfnisse erfüllt!

9.1 VORBEREITUNG DER VERHANDLUNG

10 MINUTEN

Die Moderation gibt den Teilnehmer*innen 10 Minuten Zeit, um die Forschungsergebnisse der Miniforschung auf Post-its zu übertragen oder die Zettel für sich zu sortieren. Bitte sichert das zusammen getragene Material, um später den Prozess der Verhandlung nachzuvollziehen und einen Verlust von Daten zu vermeiden.

9.2 GEMEINSAMES VERHANDELN

60 MINUTEN

Gemeinsames Verhandeln mit den Miniforschungsergebnissen und der Akteurs-Perspektive. Die Akteur*innen stellen ihre Key Points/Findings vor und legen diese im Diamond Ranking ab. Dabei könnt ihr gleichzeitig euch selbst als Akteur*in auf einen Post-It in das Diamond Ranking verankern. Für die Moderation gilt: Es wird darauf geachtet, dass die Diskussion strukturiert bleibt und alle Beteiligten die Möglichkeit haben, sich zu positionieren.

EINSCHUB MEMO MODERATION

Die Moderation bleibt wertfrei und ermutigt alle, sich aktiv einzubringen. WICHTIG: Unbesetzte Rollen und Aktant*innen sollen thematisiert werden, um die Verhandlung zu vertiefen.

1. HERAUSFORDERUNGEN DER VERANTWORTLICHEN
- Kläre die bestehenden Hierarchien im Raum und die damit verbundenen Machtpositionen. Wer hat Einfluss auf Entscheidungen?
- Reflektiere, wie partizipativ der Prozess wirklich ist. Sind alle Stimmen gleichwertig? Wenn die Moderation merkt, dass Akteur*innen viel mehr sprechen als andere nutzt gerne die Regel: alle haben 3 Sätze oder 30 Sekunden zum sprechen. Das hilft euch eine Gleichberechtigung herzustellen.
- Überlege, wie strategische Unterstützung organisiert ist und ob diese Unterstützung tatsächlich in den Entscheidungsprozess einfließt?
- Erwäge, ob hochrangige Personen wie die Präsident*in oder Dekan*in in die Dokumentation und den Prozess eingebunden werden sollten. Welche Rolle spielen sie?

2. STELLVERTRETENDE ROLLEN

ROLLENKLÄRUNG
- Wenn jemand die Rolle der Präsident*in oder Dekan*in stellvertretend übernimmt, finde heraus, wie diese Darstellung von ihrer/seiner Perspektive erfahren werden kann.
- Identifiziere die Ressourcen und Privilegien, die im Aushandlungsprozess vorhanden sind.

ZEITLICHE KONTINGENZEN:
- Achte darauf, dass sich die Abwesenheit einer Akteur*in aufgrund von Zeitmangel auf den Prozess auswirken kann, besonders wenn sie/er später Entscheidungsbefugnis hat.

3. SENSIBILITÄT IN DER SPRACHE

WORTWAHL
- Sei achtsam in der Verwendung von Worten, die Trigger auslösen oder emotionale Reaktionen hervorrufen können. Notiere, welche Wörter in der Gruppe positive oder negative Reaktionen hervorrufen. Schreibe diese auch gerne auf eine Tafel / Board, um darüber sprechen zu können und was das mit dem Lernraum macht.
- Vermeide nicht-neutrale Worte, um eine konstruktive Atmosphäre zu fördern.
- Suche nach „Zauberwörtern", die den Prozess bereichern und eine zweite Ebene des Spiels eröffnen können. Zauberwörter sind Begriffe, die es ermöglichen Türen und Gespräche zu eröffnen und sind sehr Kontext abhängig.

VERANTWORTUNG IM RAUM:
- Beobachte, wer über wen spricht und wer sich traut, Verantwortung zu übernehmen.
- Nutze die Spitze des Diamonds, um das Ziel klar zu definieren und die Forschungsfrage zu etablieren.

FAZIT

Die Moderation hat die Aufgabe, den Prozess sensibel zu steuern, die Teilnehmenden zu ermutigen, ihre Perspektiven zu teilen und eine respektvolle und inklusive Diskussion zu fördern. Achte darauf, dass alle Stimmen gehört werden und dass die Realität der Machtverhältnisse im Raum reflektiert wird.

WEITER BEI 9.2 GEMEINSAMES VERHANDELN MIT DEN MINIFORSCHUNGSERGEBNISSEN UND DER AKTEURS-PERSPEKTIVE

- Verhandlungsstart: Alle Teilnehmenden treten aktiv in die Verhandlung ein und bringen ihre Perspektive und die Ergebnisse der Miniforschung ein.
- Clustern: Wenn alle Teilnehmenden ihre Post-Its abgelegt haben und auch sich selbst in dem Spiel verankert haben, arbeitet ihr gemeinsam daran, ähnliche Themen und Anforderungen zu clustern. Überschneidungen werden dabei identifiziert und in Gruppen zusammengelegt. Dies geschieht visuell auf dem Diamanten.
- Leitfragen für diese gemeinsame Diskussion und Verhandlung können sein:
  - Welche Ressourcen stehen zur Verfügung, um die Anforderungen zu erfüllen?
  - Was hat Priorität für den neuen Lernraum?
  - Wer könnte wem dabei helfen, die identifizierten Bedürfnisse zu realisieren?

9.3 DIE SPITZE DES DIAMONDS VERHANDELN

- Fokussierung: Die Spitze des Diamanten wird im Verhandlungsprozess kristallisiert. Hier wird entschieden, welche Themen und Ressourcen als besonders wichtig erachtet werden.
- Ressourcen und Einfluss: Die Moderation nutzt das Ranking für eine Diskussion über die Personen und Gruppen, die entscheidend sind und welche Ressourcen sie einbringen können.
- Fragen, die während dieses Schrittes diskutiert werden sollten:
  - Wer hat die nötigen Ressourcen, um die Prioritäten zu unterstützen?
  - Wie wird die Wichtigkeit der Akteure und Aktanten innerhalb des Diamonds dargestellt?

9.4 VERABSCHIEDUNG

- Zusammenfassung: Die Moderation fasst die wichtigsten Ergebnisse der Verhandlungen zusammen und hebt die zentralen Punkte hervor.
- Kommunikation der Entscheidungen: Aufgabe an die Moderation: Wie werden die getroffenen Entscheidungen und Positionen im Diamond Ranking kommuniziert? Überlege, wie die Ergebnisse dokumentiert und an welche relevanten Personen und Gruppen diese übergeben werden vermittelt werden.
- Textbaustein für die Kommunikation: „Die Positionen im Diamond Ranking spiegeln die Prioritäten und Ressourcen wider, die für die Entwicklung des neuen Lernraums entscheidend sind."
- Dokumentiert das Ergebnis und beglückwünscht euch zu eurem heute erzielen Ergebnis.
- Nächste Schritte:
  - Klärt, welche konkreten Schritte nach der Sitzung unternommen werden, um die Ergebnisse umzusetzen.
  - Setzt einen Zeitrahmen für die nächsten Treffen oder weitere Diskussionen fest, um sicherzustellen, dass die Arbeit fortgeführt wird.

FAZIT

In diesem letzten Teil des Spiels wird nicht nur die Bedeutung der Ressourcen und Prioritäten klar, sondern es wird auch eine klare Kommunikationsstrategie entwickelt. Damit legt ihr den Grundstein für eine erfolgreiche Umsetzung der Erkenntnisse aus dem Raumwandelspiel und habt mit dem Diamond Ranking eine klare Zielstellung und Anforderung partizipativ erarbeitet. Das Diamond Ranking kann auch als Leistungsbeschreibung für eine Gestaltungsvergabe genutzt werden, in dem das entwickelte Bedarfsszenario als Grundlage verwendet wird.

ABSCHLUSS

Liebe Teilnehmende, herzlichen Dank, dass ihr am Raumwandelspiel teilgenommen habt! Euer Engagement und eure aktiven Beiträge bereichern diesen gemeinsamen Prozess und führen zu einem erfolgreichen Austausch.

Gemeinsam schafft ihr es, wichtige Anforderungen und Bedürfnisse an euren neuen Lernraum zu identifizieren und zu verhandeln. Durch eure Zusammenarbeit im Clustern und die Diskussion der Ressourcen habt ihr einen klaren Fokus auf die Prioritäten gelegt, die für die Gestaltung eines inspirierenden Lernumfelds elementar sind.

Eure Bereitschaft, Perspektiven zu teilen und kreative Lösungen zu entwickeln, trägt nicht nur zur Klärung der Rollen und Verantwortlichkeiten bei, sondern schafft auch eine vertrauensvolle Atmosphäre, die die Grundlage für zukünftige Schritte bildet.

In dieser kurzen Zeit habt ihr die Chance Kompliz*innenschaft entstehen zu lassen und zahlreiche Perspektiven wertschätzend in die Entwicklung des Lernraumes einfließen zu lassen.

Methoden Karten Set

Intro Kartenset

WORUM GEHT ES BEI DEM METHODEN-KARTENSET?

Das ethnografische Methoden-Kartenset unterstützt die verantwortlichen Personen im Gestaltungsprozess bei der Entwicklung eines Lernraumkonzepts – die Raumwandler*innen. Konkret bietet das Kartenset methodische Vorschläge für die Erforschung von Zielgruppen und potenziellen Nutzenden von Räumen und Serviceangeboten sowie damit einhergehenden thematischen Anforderungen.

WARUM ETHNOGRAFISCHE METHODEN?

Ethnografische Methoden ermöglichen Forschenden, durch direkte Teilnahme und Beobachtung das Verhalten und die sozialen Praktiken von Individuen und Gruppen im jeweiligen natürlichen Kontext zu verstehen. Diese Herangehensweise liefert differenzierte und kontextbezogene Daten, die sich durch herkömmliche Methoden oft nicht erfassen lassen. Ethnografische Methoden zeichnen sich durch ihre Flexibilität aus, da Forschende ihre Ansätze während der Feldarbeit an unerwartete Beobachtungen und Entwicklungen anpassen können. Diese Offenheit führt häufig zu tiefergehenden Einsichten.

Ethnografische Methoden sind häufig partizipativ angelegt und beziehen Perspektiven und das Wissen der untersuchten/teilnehmenden Personen mit ein. Dadurch erhöht sich die Relevanz und Authentizität der Forschungsergebnisse.

HINWEIS ZUR ANWENDUNG IM RAUMWANDELSPIEL:

Im Raumwandelspiel werden zusätzlich zu den Personen Aktanten - also Dinge, Themen, Konzepte - beforscht. Die Hinweise zu den beforschten Personen in den Methodenbeschreibungen müsst Ihr daher immer auf Aktanten übertragen bzw. erweitern.

WELCHEN NUTZEN SCHAFFT DAS KARTENSET?

Das Kartenset bietet eine Auswahl an relevanten ethnografischen Methoden, die in Lernraumgestaltungsprozessen bereits zum Einsatz gekommen sind und für diese Zwecke erprobt sind. Die Methoden werden in die verschiedenen Phasen des Forschungsprozesses eingeordnet – von Einstieg in ein Feld bis zur Auswertung der Forschungsergebnisse. Bei der Vorstellung der Methoden werden die Besonderheiten ethnografischer Forschung deutlich gemacht. Das Methodenset gibt Impulse für relevante Fragestellungen für die Forschung und illustriert den jeweiligen Nutzen der Methoden. Durch die an der Lernraumpraxis orientierte Beschreibung der Methoden werden für die Lernraumwandler*innen Entscheidungen zum Vorgehen und zur Gestaltung des Prozesses unterstützt.

WIE SIND DIE METHODENKARTEN STRUKTURIERT?

- Kurze Vorstellung der Methode
- Hinweise zu Fragestellungen
- Eine Liste von Vorteilen und Nachteilen zum Einsatz der Methoden
- Einordnung in die Phasen im Forschungsprozess

In der Langfassung der Methodenbeschreibung sind noch weitere Kategorien enthalten:

- Hinweise zu Zielen der Forschung mit den entsprechenden Methoden
- Beschreibung der Bedingungen und Vorgehensweise bei der Umsetzung der Methoden
- Erläuterungen zu bereits erfolgten Umsetzungen in der Praxis und Hinweise auf die Quellen zur weiteren Lektüre und Vertiefung

Methoden Übersicht

01 AFFINITY DIAGRAM
Das Affinity Diagram ist eine visuelle Methode der Datenanalyse und hilft bei der Strukturierung und Organisation großer Mengen an Informationen, Daten oder Ideen, um Muster, Zusammenhänge und Themen zu erkennen.

02 BEOBACHTUNG
Die Methode der Beobachtung ermöglicht die Forschung in der natürlichen Umgebung der Untersuchungspersonen und Aktanten. Das Verhalten zum Zeitpunkt seines Geschehens wird systematisch erfasst, dokumentiert und interpretiert.

03 CULTURAL PROBES
Die Methode Cultural Probes regt die Teilnehmenden zu einer Selbstbeobachtung an, in dem sie ihre Lebenswelt und Aktivitäten über einen festgelegten Zeitraum mithilfe von Tagebüchern, Fotos, Karten oder kreativen Materialien dokumentieren.

04 DESIGN CHARRETTE
Die Design Charrette-Methode beinhaltet einen kollaborativen, interdisziplinären Raumplanungsprozess, bei dem die relevanten Akteur*innen an der Lösung eines Gestaltungsproblems zum Beispiel in Form von Workshops aktiv mitarbeiten.

05 DIAMOND-RANKING
Die Methode Diamond-Ranking ist eine visuelle, partizipative Forschungsmethode, die Einstellungen, Positionen, Gefühle und Gedanken der Teilnehmenden zu einem bestimmten Thema visualisiert. Elemente/Abbildungen/Konzepte werden in Form eines Diamanten positioniert und in eine bewertende Ordnung gebracht.

06 EINZELINTERVIEWMETHODE
Das ero-epische Gespräch wird in der ethnografischen Forschung als Einzelinterview-Methode genutzt, wobei der Fokus mehr auf einem Erzählimpuls liegt als auf einem Fragenkatalog. Die Methode lässt sich gut mit teilnehmenden Beobachtungssituationen verbinden.

07 FOKUSGRUPPEN-INTERVIEWS
Das Fokusgruppeninterview ist eine Form des Leitfaden-Interviews, bei der eine Gruppe von Teilnehmenden zu einem bestimmten Thema befragt wird. Dabei geht es darum, die Reaktionen der Interviewten auf dieses fokussierte Thema detailliert und qualitativ zu erfassen.

08 FOTO-UMFRAGE/FOTOTAGEBUCH
Die Methode der Foto-Umfrage bzw. des Fototagebuchs ist eine visuelle Form der Selbstbeobachtung, die Einblicke in die Lebenswelt der Teilnehmenden und Aktanten bringt, in dem diese ihre Umwelt und Aktivitäten, die direkt oder mittelbar mit Lernprozessen in Verbindung stehen, selbst dokumentieren.

09 MAPPING STUDIE
Die Methode der Mapping Studie schafft einen Überblick über die Aktivitäten und Bewegungen der Teilnehmenden in festgelegten Räumen. Durch die Aufzeichnung von Nutzungsmustern in Räumen/Gebieten lassen sich Routinen und die Wahrnehmung von Raummerkmalen erkennen.

10 MOODBOARD
Ein Moodboard ist eine visuelle Collage, die Emotionen, Stimmungen und Ideen darstellt. Elemente und Materialien lassen sich identifizieren, die geeignet sind, das Thema zu repräsentieren.

11 WALKING IN YOUR CUSTOMERS SHOES
Die Methode „Walking in your customers shoes“ ermöglicht es, einen physischen Ort und mit ihm verbundener Aktivitäten aus der Perspektive der Nutzenden und Aktanten zu erfahren.

01 AFFINITY DIAGRAM

METHODE

Ein Affinity Diagram ist eine visuelle Methode der Datenanalyse, die sich besonders für qualitative Daten eignet[1]. Ähnliche Ergebnisse oder Konzepte werden gruppiert, um Themen oder Trends in den Daten zu identifizieren.

PROZESSPHASE

Auswertung

ZIELE

Ziel ist es, große Mengen an Informationen, Daten oder Ideen zu strukturieren und zu organisieren, um Muster, Zusammenhänge und Themen zu erkennen. Durch die Bildung von thematischen Clustern entsteht eine visuelle Übersicht, so dass wiederkehrende Themen oder Probleme besser erkannt und komplexe Probleme und Informationen besser verstanden werden können[2].

FRAGESTELLUNGEN

- Welche wiederkehrenden Themen oder Probleme lassen sich erkennen?
- Welche Themenschwerpunkte entstehen aus den Forschungsergebnissen?
- Welche Zusammenhänge werden sichtbar?

BESCHREIBUNG ZUR UMSETZUNG

Das Affinity Diagram wird zur Auswertung von qualitativen Forschungsdaten zum Beispiel aus Interviews, Workshops und Beobachtungen genutzt. In einer ersten Phase werten die Akteur*innen ihre Forschungsergebnisse im Hinblick auf sogenannte Key Points aus und schreiben diese auf Karten. Key Points können Themen, Beispiele oder Zitate aus den Forschungsdaten sein oder aber auch Fragen und Ideen zur Forschung. Die Karten mit den Key Points werden von den Akteur*innen auf einem gemeinsamen Board gesammelt, um ähnliche Ideen und verwandte Konzepte zu Clustern gruppieren zu können. Für jedes Cluster wird eine Überschrift formuliert. Im Rahmen eines „Walks" durch die Cluster werden die Titel und Verbindungen diskutiert und Änderungen und Ergänzungen vorgenommen. Die Ergebnisse helfen weitere Entscheidungen und Entwicklungen im Hinblick auf die zugrundeliegende Fragestellung zu formulieren. Die Methode funktioniert digital als auch analog .

VORTEILE

- Strukturiert große Datenmengen.
- Muster lassen sich einfacher erkennen.
- Kreatives Denken wird gefördert.
- Entscheidungsfindung basiert auf Ergebnissen.

NACHTEILE

- Das Clustern ist zeitlich aufwändig.
- Sehr großen Datenmengen können unübersichtlich werden.
- Die Clusterung der Ideen ist oft subjektiv.
- Die Moderation ist wichtig, damit alle Beteiligten eingebunden werden und die Diskussion produktiv bleibt[3].

PRACTICES

Im Rahmen eines Projekts zu digitalen Anwendungen in Bibliotheken wurden qualitative Daten mittels unterschiedlicher Methoden erhoben. Die wichtigsten Informationen aus den gesammelten Daten (Tagebuch, Screenshots, Interviews) wurden in kurzen Sätzen zusammengefasst, um sie in einem vergleichbaren Format präsentieren zu können. Auf diese Weise ließen sich die Informationen der Daten mit Hilfe von Affinitätsdiagrammen für die weitere Analyse verdichten. Die Akteur*innen diskutierten die Informationen, identifizierten mögliche Cluster und begannen damit, diese Themen durch Aufhängen der verdichteten Aussagen an einer Wand zu visualisieren. Den verschiedenen Clustern wurde mit Hilfe von farbigen Post-it-Zetteln Titel zugeordnet. In dieser Phase wurden einige Informationen in andere Cluster verschoben oder es wurden ganz neue Cluster gebildet. Die Akteur*innen ergänzten die Informationen in Textform um die von den Nutzer*innen zur Verfügung gestellten Screenshots und andere visuelle Materialien. Diese wurden ebenfalls den Clustern an der Wand zugeordnet. Die Affinitätsanalyse ergab eine Reihe von Themen, die für die Nutzer*innen bei der Arbeit mit digitalen Anwendungen von Bedeutung sind[4].

QUELLEN

- MIRO, 2019. What Is An Affinity Diagram And How Do You Use It? MiroBlog [online]. 19 September 2019. [Zugriff am: 11 August 2024]. Verfügbar unter: https://miro.com/blog/create-affinity-diagrams/
- SNOW, Kellie et al., 2008. Considering the User Perspective. Research into Usage and Communication of Digital Information. D-Lib Magazine 14 (5/6). ISSN 1082-9873 Verfügbar unter: https://www.dlib.org/dlib/may08/ross/05ross.html
- COURAGE, Catherine and BAXTER, Kathy, 2005. Understanding your users : a practical guide to user requirements ; methods, tools, and techniques. Amsterdam [u.a.]: Elsevier/Morgan Kaufmann

1 Courage, Baxter 2005, S. 714
2 Miro 2019
3 Miro 2019
4 Snow et al. 2008

02 BEOBACHTUNG

METHODE

Die Methode der Beobachtung ermöglicht die Forschung in der natürlichen Umgebung der Untersuchungspersonen und des Aktanten. Verhalten zum Zeitpunkt seines Geschehens wird systematisch erfasst, dokumentiert und interpretiert[1]. Diese Methode gilt als Standardmethode der Feldforschung.

PROZESSPHASE

Einstieg: Erschließung des Felds

ZIELE

Bei der Beobachtung geht es um das Kennenlernen der Alltagswirklichkeiten, im Kontext Lernraum - der Lernenden, der Lernaktivitäten sowie der Lernumgebungen und Lerninfrastrukturen.

FRAGESTELLUNGEN

- Wie werden die Lern- und Aufenthaltsflächen genutzt?
- Welche Aufenthaltsorte werden von den Studierenden bevorzugt?
- Welchen Tätigkeiten gehen die Studierendenkonkret nach?
- Wie wird der Aktant genutzt und eingesetzt?
- Was fehlt? Was ist überflüssig?"[2]

BESCHREIBUNG ZUR UMSETZUNG

Für eine Beobachtungsstudie müssen Untersuchungsdesign und Umsetzung sorgfältig geplant sein. Bei der Auswahl sind – neben der Rolle der Beobachtenden (z. B. teilnehmend, nichtteilnehmend) – folgende Aspekte zu beachten:

- Beobachtungsorte und Beobachtungszeiten: Wo, wann und unter welchen Rahmenbedingungen wird beobachtet? Wann und wie lange soll beobachten werden?
- Beobachtungsobjekte: Welche Personen, welche Gruppen, Ereignisse oder Gegenstände sollen beobachtet werden?
- Beobachtungseinheiten: Welche konkreten Aspekte der Beobachtungsobjekte (z. B. welche Eigenschaften, Verhaltensweisen) sollen hinsichtlich ihrer Qualität, Häufigkeit oder Intensität beobachtet werden? Umgekehrt: Was ist für die Studie unwesentlich und kann ignoriert werden?[3]

Die Beobachtung kann qualitativ oder quantitativ ausgerichtet sein.

- Bei der teilnehmenden Beobachtung werden die Nutzenden in einem definierten Bereich des Raums gezählt, während eine Reihe von Verhaltensvariablen der Nutzenden (z. B. vorhandene Technologie, genutzte Möbel usw.) in zeitlichen Intervallen über eine festgelegte Anzahl von Tagen, Wochen oder mehr erfasst werden[4].
- Es können sowohl qualitative Beobachtungsdaten [z.B. visuelle Daten (Fotos), verbale Daten (Feldnotizen)] erhoben werden, als auch quantitative bzw. numerische Beobachtungsdaten (Messwerte) (z.B. Häufigkeiten und Intensitäten von bestimmten Verhaltensmustern)[5].

Die Datenerhebung erfolgt durch Feldnotizen oder Beobachtungprotokolle. Die Beobachtung kann durch informelle Interviews (spontan und offen) ergänzt werden[6].

VORTEILE

- unaufwändig in der Umsetzung (Material)
- Eignet sich für den Einstieg in das zu untersuchende „Feld" oder als explorative Vorstudie.
- anonym/keine identifizierbaren Informationen über die Teilnehmenden, daher ethisch unproblematisch.
- „Eine Beobachtung kann non-reaktiv (d. h. nichtteilnehmend und verdeckt) stattfinden, so dass nicht in die natürlichen Abläufe eingegriffen wird."[7]

NACHTEILE

- relativ hoher Zeitaufwand in der Umsetzung
- Herausforderung in der Auswertung der Datenfülle aus der Erhebung (Feldnotizen, Protokolle, Fotos, Interviewtranskripte)
- Setzt empathisches Verhalten und Selbstreflexion der forschenden Person voraus.
- „Viele subjektive Erlebensphänomene sind einer Fremdbeobachtung nicht zugänglich (Grenzen der Beobachtbarkeit) und müssen erfragt werden."[8]

QUELLEN

- ATTESLANDER, Peter, 2008. Methoden der empirischen Sozialforschung. 12., durchges. Aufl. Berlin: Erich Schmidt. ISBN 978-3-503-10690-5
- DÖRING, Nicola, 2023. Datenerhebung. In: Nicola DÖRING (Hrsg.), Forschungsmethoden und Evaluation in den Sozial- und Humanwissenschaften [online]. Berlin, Heidelberg: Springer. S. 321–570. [Zugriff am: 27 Mai 2024]. ISBN 978-3-662-64762-2. Verfügbar unter: https://doi.org/10.1007/978-3-662-64762-2_10
- GIRTLER, Roland, 2001. Methoden der Feldforschung [online]. 4. neu bearb. Aufl. Böhlau Verlag Wien. ISBN 978-3-8385-2257-9. Verfügbar unter: https://www.utb.de/doi/book/10.36198/9783838522579
- POTH, Daniela, 2018. Der „Digital Creative Space" der SUB Göttingen – eine Experimentierfläche. [online]. Präsentationsfolien. Göttingen. 24 Oktober 2018. [Zugriff am: 27 März 2024]. Verfügbar unter: https://dini.de/fileadmin/ag/lernraeume/DigitalCreative-Space_SUB_Goettingen_Poth.pdf
- REGALADO, Mariana und Maura SMALE, 2018. Academic Libraries for Commuter Students: Research-Based Strategies [online]. Ala Editions. ISBN 978-0-8389-1736-7. Verfügbar unter: https://academicworks.cuny.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1283&context=bc_pubs

1 Atteslander 2008, S. 67
2 Poth 2018
3 Döring und Bortz 2016, S. 326
4 Regalado und Smale 2018, S. 21
5 Döring und Bortz 2016, S. 324
6 Girtler 2001, S. 146
7 Döring und Bortz 2016, S. 325
8 Döring und Bortz 2016, S. 325

03 CULTURAL PROBES

METHODE

Die Methode Cultural Probes regt die Teilnehmenden zu einer Selbstbeobachtung an, in dem sie ihre Lebenswelt und Aktivitäten über einen festgelegten Zeitraum mithilfe von Tagebüchern, Fotos, Karten oder kreativen Materialien dokumentieren.

PROZESSPHASE

Einstieg: Erschließung des Felds

ZIELE

Das Hauptziel der Methode Cultural Probes ist es, inspirierende und unerwartete Einblicke in das Leben und die Bedürfnisse der Teilnehmenden zu erhalten. Mithilfe des vertieften Verständnisses für die Kontexte und Kulturen können Produkte oder Dienstleistungen gestaltet werden. Die Teilnehmenden übernehmen dabei eine aktive Rolle. Anstatt direkt nach funktionalen Anforderungen zu fragen, geht es darum, eine empathische Verbindung zu den Teilnehmenden herzustellen.

FRAGESTELLUNGEN

- Welche unerwarteten Ergebnisse werden zu den Aufgaben angefertigt?
- Was kann aus den Cultural Probes im Hinblick auf Werte und Wünsche der Menschen abgeleitet werden?
- Welche Emotionen werden über die Cultural Probes deutlich?
- Welche neuen und kreativen Ideen lassen sich aus den Erkenntnissen ableiten?

BESCHREIBUNG ZUR UMSETZUNG

Die Teilnehmenden werden angeregt, ihren Alltag zu beobachten, zu dokumentieren und zu reflektieren. Dabei werden unterschiedliche Aufgaben an die Teilnehmenden gegeben, um mithilfe von Tagebüchern, Fotos, Karten oder kreativen Materialien die Lebenswelt und Aktivitäten zu dokumentieren[1]. Interviews werden oft ergänzend eingesetzt, um das Verständnis der gesammelten Materialien und Antworten zu vertiefen und zu kontextualisieren.

VORTEILE

- Die Teilnehmenden können ihre Bedürfnisse, Perspektiven und Prioritäten sichtbar machen[2].
- Vielfältige Inspirationsquelle für Designer*innen, die auf authentischen Daten basiert[3].
- Designer*innen können die Bedürfnisse und Wünsche der Teilnehmenden besser nachvollziehen.

NACHTEILE

- Die Aufgaben müssen abgestimmt auf die Forschungsfragen und die spezifischen Bedingungen der Teilnehmenden erstellt werden.
- Die Komplexität der gesammelten Daten kann die Analyse und Interpretation erschweren.
- Die Methode erfordert einen hohen Einsatz der Teilnehmenden, was zu Ermüdung oder unvollständigen Antworten führen kann.
- Die gesammelten Daten sind stark subjektiv und spiegeln individuelle Perspektiven wider, was zu einer eingeschränkten Verallgemeinerbarkeit führen kann[4].

PRACTICES

Studiendesign der New Design University in St. Pölten: Studierende erstellten für die Studie ein Probekit, bestehend aus einer Ringmappe mit Leitfaden, sieben Heftchen für Tagesaufgaben, einem Abschlussheft, einer Einwegkamera, einem Wochenkalender, Stiften und einem frankierten Rücksendepäckchen. Das Kit wurde in einem Stoffbeutel verpackt. Die Aufgaben umfassten Fotografieren, Führen eines Medientagebuchs, Selbstreflexion und Dokumentation von Szenarios in einer Bibliothek.

Die Studie untersuchte das Medien- und Kommunikationsverhalten während des Lockdowns und zielte darauf ab, Erkenntnisse für eine zukünftige, möglicherweise veränderte Medien- und Kommunikationslandschaft zu gewinnen[5].

QUELLEN

- DOPPLER, Achim, 2023. Strategieentwicklung mittels „Cultural Probes". Bibliothek Forschung und Praxis. 30 September 2023. Bd. 47, Nr. 2, S. 286–296. DOI 10.1515/bfp-2023-0009
- REISAS, Sabine, Regina SCHALLER, Heidrun ALLERT, Friedrich-Wilhelm LEHMHAUS und Christoph RICHTER, 2011. Exploration der Lernsituation von Studierenden mit Cultural Probes. Zeitschrift für Hochschulentwicklung. 29 Juli 2011. Bd. 6, Nr. 2, S. 78–92. DOI 10.3217/zfhe-6-02/07

1 Doppler 2023, S. 287ff
2 Reisas 2011, S. 80
3 Doppler 2023, S. 287ff
4 Doppler 2023, S. 287ff
5 Doppler 2023, S. 287ff

04 DESIGN CHARRETTE

METHODE

Die Design Charrette-Methode unterstützt einen kollaborativen, interdisziplinären Planungsprozess, bei dem die relevanten Akteur*innen an der Lösungen eines Gestaltungsproblems aktiv mitarbeiten[1].

PROZESSPHASE

Produktion und Kreation

ZIELE

„Das Ziel des Charrette-Prozesses ist es, die Vision, die Werte und die Ideen der Gemeinschaft zu erfassen."[2] Durch die Beteiligung der relevanten Akteur*innen fließen verschiedene Perspektiven und Bedürfnisse in den Entwurfsprozess ein, wodurch ein hohes Maß an Transparenz geschaffen wird und das Verständnis und die Akzeptanz des Projekts steigt. Die entwickelten Lösungen zeichnen sich durch Innovation aus.

FRAGESTELLUNGEN

- Welche Idee haben die Teilnehmenden zur Gestaltung?
- Welche Visionen, Werte und Ideen teilen die Teilnehmenden?
- Welche unterschiedlichen Perspektiven und Bedürfnisse gibt es?

BESCHREIBUNG ZUR UMSETZUNG

Als erstes müssen die relevanten Akteur*innen/Stakeholder*innen identifiziert werden. Diese werden zu einem Gestaltungsworkshop eingeladen, wobei der Einsatz von Incentives die Motivation zur Teilnahme steigern kann. Der zeitliche Rahmen des Workshops sollte klar definiert und die Workshop-Gruppen nicht zu groß sein. Vorformulierte Aufgabenstellung (z.B. ein Szenario) und die Materialen (physische Umsetzung: Papier, Pappe, Stifte, Fotos; digitale Umsetzung: Whiteboard-Tool) werden den Teilnehmenden zur Verfügung gestellt. Die Ergebnisse der Workshops sollten dokumentiert werden. Ergänzend kann ein Gespräch mit den Teilnehmenden die Auswertung unterstützen.

VORTEILE

- Fördert den Austausch zwischen den Stakeholder*innen.
- Ideen beinhalten multiperspektivische Ansätze.
- Produziert innovativere und originellere Lösungen als traditionelle Planungsprozesse.
- Durch die Beteiligung der Stakeholder*innen hat der Prozess ein hohes Maß an Transparenz und die Akzeptanz der Ergebnisse wird erhöht[3].
- Die entwickelten Entwürfe liefern konkrete Gestaltungsvorschläge.

NACHTEILE

- Die Umsetzung ist sehr ressourcenintensiv was Zeit und auch Material betrifft.
- Die Auswertung der Workshop-Ergebnisse ist herausfordernd, da nicht nur konkrete Ideen, sondern auch Metaphern entstehen.
- Da viele Akteure beteiligt sind, könnten die Erwartungen an die Ergebnisse sehr hoch sein[4].

PRACTICES

Die Design Charrette-Methode wurde in der Studie „Studying students" genutzt, um mit Studierenden kreative Entwürfe für Bibliotheksräume zu entwickeln, die auf ihre Bedarfe abgestimmt sind. In einem Workshop sollten die Studierenden konkrete Gestaltungsideen für einen großen leeren Raum in der Bibliothek entwerfen und diese auf einer Plakatwand mit Marker, Stiften und Haftnotizen festhalten. Sie konnten frei über die Aufteilung des Raumes, die Möbel, Personal und andere für sie interessante Aspekte entscheiden[5]. Viele Studierende beteiligten sich, da es für die Teilnahme Incentives in Form von Geld gab und während der Workshops ein Catering zur Verfügung gestellt wurde.

QUELLEN

- GIBBONS, Susan, Nancy Fried FOSTER, Suzanne BELL, Katie CLARK, Ann MARSHALL, Nora DIMMOCK, Barbara ALVAREZ, Alan UNSWORTH, Jane MCCLENEGHAN SMITH, Judi BRIDEN, Helen ANDERSON und Sarada GEORGE, 2007. Studying Students: The Undergraduate Research Project at the University of Rochester [online]. Association of College & Research Libraries. ISBN 978-0-8389-8437-6. Verfügbar unter: http://hdl.handle.net/1802/7520
- AALTO UNIVERSITY, 2022. Design Charrette – Participatory.Tools. [online]. 2022. [Zugriff am: 20 Juni 2024]. Verfügbar unter: https://participatory.tools/tools/design-charrette/
- INVOLVE FOUNDATION, 2024. Design Charrettes – Involve. [online]. 2024. [Zugriff am: 12 August 2024]. Verfügbar unter: https://www.involve.org.uk/resource/design-charrettes
- NEUMAN, Michael, Camilla PERRONE und Alessandra MOSSA, 2022. Applied research by design: an experimental collaborative and interdisciplinary design charrette. European Planning Studies. 3 Juni 2022. Bd. 30, Nr. 6, S. 1013–1033. DOI 10.1080/09654313.2021.1911956

1 Neuman et al. 2022, S. 1013
2 Involve Foundation 2024
3 Neuman et al. 2022
4 Aalto University 2022
5 Gibbons et al. 2007, S. 22

05 DIAMOND-RANKING

METHODE

Bei der Methode Diamond-Ranking handelt es sich um eine visuelle, partizipative Forschungsmethode. Dabei werden Elemente/Abbildungen/Konzepte, die an ein Thema/eine Fragestellung geknüpft sind, positioniert und in eine bewertende Ordnung gebracht.

PROZESSPHASE

Einordnung und Vertiefung

ZIELE

Ziel der Methode ist die Untersuchung der Einstellungen, Positionen, Gefühle und Gedanken der Teilnehmenden zu einem bestimmten Thema[1]. Die Darstellungsform eines Diamanten bietet einen schnellen Überblick und die Komplexität wird durch die Positionierung zum Thema bewusst reduziert.

FRAGESTELLUNGEN

- Welche Aspekte/Ideen/Themen sind für die Forschen-den/Teilnehmenden relevant?
- Welche Prioritäten in der Bewertung der gewählten Aspekte werden deutlich?
- Wie erfolgt die Aushandlung der Reihenfolge der Aspekte in der Diamantenform?

BESCHREIBUNG ZUR UMSETZUNG

Die Teilnehmenden erhalten neun unterschiedliche Elemente/Abbildungen/Konzepte zu einem bestimmten Thema, die eine Vielzahl von Meinungen und Perspektiven repräsentieren. Die gewählten Elemente/Abbildungen/Konzepte können Fotografien, Bilder, Aussagen oder Anekdoten sein. Paarweise oder in einer Gruppe von drei bis vier Personen ordnen die Teilnehmenden diese Elemente in Form eines Diamanten an. Die Rangfolge der Ordnung wird durch bestimmte Kriterien festgelegt. Diese können flexibel festgelegt werden, stehen aber in Abhängigkeit zum Ziel der Untersuchung. Die bevorzugte Abbildung/Konzept steht oben und das am wenigsten relevante unten. Die Teilnehmenden beschriften und kommentieren den Diamanten mit ihren Gedanken/Ideen und Erklärungen[2].

VORTEILE

- Ermöglicht es die Forschenden/Teilnehmenden, aktiv am Forschungsprozess zu beteiligen, was zu tieferen Einblicken führen kann.
- Fördert die Diskussion, den Austausch, die Interaktion zwischen den Forschungsteilnehmenden.
- Forschende/Teilnehmende können übergeordnete Beziehungen zwischen Abbildungen/Konzepten deutlich machen[3].

NACHTEILE

- Analyse kann zeitaufwändig und komplex sein.
- Auswahl der Abbildungen/Konzepte kann die Diskussion beeinflussen[4].
- Die Form des Diamanten kann auf die Forschenden/Teilnehmenden einschränkend wirken.

PRACTICES

In der Vorbereitungsphase eines Bauprojekts für zukunftsorientierte Schulen untersuchten Forschende wie bestimmte Bereiche von Schulgeländen auf die Nutzer*innen wirkten. 50 Teilnehmende (gleichmäßig aufgeteilt zwischen Lehrer*innen und Schüler*innen) führten die Diamond-Rankings durch, wobei insgesamt 17 Diamanten entstanden. Für das Diamond-Ranking wurden neun Fotos von Bereichen innerhalb und außerhalb der Schule verwendet, darunter Toiletten, Fachräume, der Speisesaal, Flure und Gehwege, Gärten und der Schuleingang. Die Teilnehmenden wurden in Gruppen der gleichen Klassenstufe von sechs bis zehn Personen eingeteilt. Innerhalb der Gruppen wurden das Diamond-Ranking paarweise durchgeführt. Jede Gruppe wurde von einem Mitglied des Forschungsteams geleitet, das bei Bedarf auch als Protokollant*in fungierte. Die Teilnehmenden wurden ermutigt, ihre Diamanten mit Kommentaren und Erklärungen zu versehen, um schriftliche Daten zu den Entscheidungsprozessen während des Sortierens zu erhalten. Die ermittelten Informationen sollten den Architekt*innen und Designer*innen helfen, den Neubau der Schule zu entwickeln[5].

QUELLEN

- CLARK, Jill, 2012. Using diamond ranking as visual c ues to engage young people in the research process. Qualitative Research Journal. 1 Januar 2012. Bd. 12, Nr. 2, S. 222-237. DOI 10.1108/14439881211248365
- CLARK, Jill, Karen LAING, Lucy TIPLADY und Palmer WOOLNER, 2013. Making Connections: Theory and Practice of Using Visual Methods to Aid Participation in Research [online]. 2013. Re-search Centre for Learning and Teaching, Newcastle University. Verfügbar unter: https://www.ncl.ac.uk/media/wwwnclacuk/cflat/files/making-connections.pdf
- NEWCASTLE UNIVERSITY, 2022. Tool: Diamond ranking of images. Cross case synthesis: Diamond Ranking [online]. 2022. Ver-fügbar unter: https://www.ncl.ac.uk/mediav8/cored/guides/overviews/Tool%20Overview%20-%20Diamond%20Ranking.pdf
- NIEMI, Reetta, Kristiina KUMPULAINEN und Lasse LIPPONEN, 2015. Pupils as active participants: Diamond ranking as a tool to investigate pupils' experiences of classroom practices. European Educational Research Journal. 1 März 2015. Bd. 14, Nr. 2, S. 138-150. DOI 10.1177/1474904115571797

1 Niemi et al. 2015, S. 140
2 Clark et al. 2013, S. 6
3 Niemi et al. 2015. S. 140
4 Newcastle University 2022. S. 3
5 Clark 2012, S. 227

06 EINZELINTERVIEWMETHODE

METHODE

Das ero-epische Gespräch wird in der ethnografischen Forschung als Einzelinterview-Methode genutzt. Es lässt sich gut mit teilnehmenden Beobachtungssituationen verbinden.

PROZESSPHASE

Bewertung und Kontextualisierung

ZIELE

Das ero-epische Gespräch nutzt den Kontext der Beobachtung, um über das Beobachtete hinaus weitere Einsicht in tiefere soziale und kulturelle Zusammenhänge zu erlangen. Diese Methode bietet eine große Offenheit, da alle Aspekte eines Themas im Zusammenhang mit einer Kultur oder Gruppe, besprochen werden können[1].

FRAGESTELLUNGEN

- Wie ist der Kontext für das beobachtete Handeln?
- Wie ist beobachtete Verhalten zu verstehen?
- Welche Aspekte des Themas stehen im Zusammenhang mit einer Kultur oder Gruppe?

BESCHREIBUNG ZUR UMSETZUNG

Durch eine erzählende Einführung, in der die/der Forschende von sich, über ihre/seine Arbeitsweise und ihre/seine Interessen spricht, sollen die Teilnehmenden einen Erzählimpuls bekommen, der sie selbst zum Erzählen inspiriert[2]. Dadurch entsteht eine Gesprächssituation auf Augenhöhe und die/der Forschende stellt nicht nur vorbereitete Fragen. Die lockere, vertraute und persönliche Gesprächsebene[3] kann die/den Teilnehmende*n auch dazu anregen, die/den Forschende*n zu befragen. Da es keinen festgelegten Fragenkatalog gibt, können Fragen aus der Situation heraus entstehen.

VORTEILE

- hohe Flexibilität
- keine großen Vorbereitungen und kein zusätzliches Material notwendig
- weniger Druck, da kein festformuliertes definiertes Erkenntnisinteresse[4]
- Es können Aspekte erforscht werden, die sonst schwer oder gar nicht zugänglich wären.

NACHTEILE

- Anspruchsvolle Aufgabe für die/den Forschenden, um die gewünschte Gesprächssituation und Gesprächsebene zu erreichen.

PRACTICES

An der Universitätsbibliothek Erfurt wurde in der Nutzerstudie mit der ethnographischen Methode der Beobachtungen gearbeitet. Im Zuge der Durchführung wurde bewusst auf leitfadengestützte Interviews verzichtet, um keine Störungen in der Beobachtungssituation zu erzeugen. Die sogenannten Mini-Interviews im Stile der ero-epischen Gespräche unterstützten die Forschung zu Eindrücken der Geräuschwahrnehmung der Studierenden[6].

QUELLEN

- AMSTUTZ, Dani, 2011. Roland Girtlers „ero-episches Gespräch“ auf dem Prüfstand. [online]. 2011. [Zugriff am: 20 Juni 2024]. DOI 10.5169/SEALS-1003897. Verfügbar unter: https://www.e-periodica.ch/digbib/view?pid=sgv-003:2011:101::184
- GIRTLER, Roland, 2001. Methoden der Feldforschung [online]. 4. neu bearb. Aufl. Böhlau Verlag Wien. ISBN 978-3-8385-2257-9. Verfügbar unter: https://www.utb.de/doi/book/10.36198/9783838522579
- HALBMAYER, Ernst und Jana SALAT, 2020. Qualitative Methoden der Kultur- und Sozialanthropologie. Methodenausbildung [online]. 24 September 2020. Verfügbar unter: https://maas.phaidra.org/eksa/index.php/Qualitative_Methoden_der_Kultur-_und_Sozialanthropologie
- HACKER, Lucia, 2011. „Lärmort“ Bibliothek? [online]. 14 November 2011. [Zugriff am: 16 Oktober 2024]. DOI 10.18452/2052. Verfügbar unter: http://edoc.hu-berlin.de/18452/2704

1 Girtler 2020. S. 147
2 Girtler 2020. S. 152
3 Halbmayer und Salat 2020
4 Amstutz 2011. S. 110
5 Girtler 2020. S. 152
6 Hacker 2011, S. 63

07 FOKUSGRUPPEN-INTERVIEWS

METHODE

Das fokussierte Interview ist eine Form des Leitfaden-Interviews, bei der eine Gruppe von Teilnehmenden zu einem bestimmten Thema befragt werden. Dabei geht es darum, die Reaktionen der Interviewten auf dieses fokussierte Thema detailliert und qualitativ zu erfassen[1].

PROZESSPHASE

Bewertung und Kontextualisierung

ZIELE

Durch die Kommunikationsdynamik der Gruppe soll das Fokusgruppen-Interview die Bandbreite und Intensität verschiedener Meinungen und Einstellungen zu einem Forschungsthema hervorbringen. In Einzelinterviews lässt sich diese Gesprächssituation nicht erzeugen.

FRAGESTELLUNGEN

- Welche Meinungen und Einstellungen haben die Teilnehmenden zum Forschungsthema?
- Gibt es Aspekte, die in der Gruppe zu stärkeren Reaktionen führen?
- Welche Fragen/Aspekte stoßen auf weniger Interesse?

BESCHREIBUNG ZUR UMSETZUNG

Für das Interview wird eine Gruppe von Teilnehmenden (Anzahl zwischen fünf und zwölf) eingeladen. Das zu diskutierende Thema wird in einem Interviewleitfaden entwickelt und vorbereitet. Je nach Fragestellung wird eine im Hinblick auf die Fragestellung homogene oder heterogene Gruppe zusammengestellt. Alle Gruppenmitglieder äußern ihre Meinungen. Die Gruppenmitglieder hören die Äußerungen der anderen, ordnen diese mit Zustimmung oder Ablehnung ein und reagieren darauf[2]. Das Interview wird in der Regel aufgenommen und transkribiert für die sich anschließende Inhaltsanalyse.

VORTEILE

- ermöglicht tiefere Einblicke in die subjektiven Interpretationen und emotionalen Reaktionen der Befragten
- Der Interview-Leitfaden kann während des Interviews flexibel angepasst werden, um neue und unerwartete Reaktionen zu erfassen.
- Durch die Gruppensituation entstehen Impulse für die Diskussion, die in Einzelinterviews nicht möglich sind.

NACHTEILE

- Die Durchführung und Auswertung fokussierter Interviews sind ressourcenintensiv.
- In der Gruppendynamik können sich dominierende Personen und Meinungen durchsetzen.

PRACTICES

In der Studie zum Projekt Lernraum Hochschule[3] wurden verschiedene Gruppen Studierender aus unterschiedlichen Hochschulen zu ihren Erfahrungen im Bereich Lernen und Lernumgebungen befragt. Neben der Einladung zum Interview erhielten die Studierenden auch den Auftrag Fotos zu Lernaktivitäten und Lernräumen ihrer Hochschule mitzubringen bzw. vorab einzusenden. Das Gespräch über die Fotos wurde als Einstieg in das Interview genutzt. Ein Leitfragen-Katalog unterstützte die weitere Strukturierung des Interviews. Durch die Dynamik in der Diskussion und gegenseitige Bezugnahmen, ergaben sich neue inhaltliche Aspekte, die flexibel in das Interview integriert werden konnten. Die Auswertung erfolgte mittels einer Inhaltsanalyse basierend auf dem Interviewtranskript.

QUELLEN

- DÖRING, Nicola, 2023. Datenerhebung. In: Nicola DÖRING (Hrsg.), Forschungsmethoden und Evaluation in den Sozial- und Humanwissenschaften [online]. Berlin, Heidelberg: Springer. S. 321–570. [Zugriff am: 27 Mai 2024]. ISBN 978-3-662-64762-2. Verfügbar unter: https://doi.org/10.1007/978-3-662-64762-2_10
- DÖRING, Nicola und Jürgen BORTZ, 2016. Datenerhebung. In: Nicola DÖRING und Jürgen BORTZ (Hrsg.), Forschungsmethoden und Evaluation in den Sozial- und Humanwissenschaften [online]. Berlin, Heidelberg: Springer. S. 321–577. [Zugriff am: 27 März 2024]. ISBN 978-3-642-41089-5. Verfügbar unter: https://doi.org/10.1007/978-3-642-41089-5_10
- GLÄSER, Christine und Laura KOBSCH, 2020. Student Experience in der Lernwelt Hochschule. In: Alexandra BECKER und Richard STANG (Hrsg.), Lernwelt Hochschule: Dimensionen eines Bildungsbereichs im Umbruch [online]. Berlin, Boston: De Gruyter Saur. S. 150–169. Lernwelten. ISBN 978-3-11-059102-6. Verfügbar unter: https://doi.org/10.1515/9783110591026-008

1 Döring 2023. S. 373
2 Döring und Bortz, 2016. S. 356
3 Gläser und Kobsch 2020, S. 150 ff

08 FOTO-UMFRAGE/FOTOTAGEBUCH

METHODE

Eine Foto-Umfrage bzw. ein Fototagebuch ist eine partizipative Forschungsmethode, bei der die Teilnehmenden ihre Umwelt und Aktivitäten, die direkt oder mittelbar mit Lernprozessen in Verbindung stehen, dokumentieren. Auf diese Weise können visuelle Eindrücke aus der Lebenswelt der Untersuchungspersonen gesammelt werden.

PROZESSPHASE

Einstieg: Erschließung des Felds

ZIELE

Bei der Foto-Umfrage/dem Fototagebuch geht es um eine visuelle Form der Selbstbeobachtung, die erweiterte Einblicke in den Lebens- und Lernalltag der Teilnehmenden bringt.

FRAGESTELLUNGEN

- Welche Fotomotive wählen die Teilnehmenden aus?
- Für welche Aussagen und Gefühle stehen die Fotomotive?
- Wie sieht die Lebenswirklichkeit der Teilnehmenden im Detail aus?
- Wie werden Räume wahrgenommen?
- Welche Elemente des Raumes werden durch die Teilnehmenden dargestellt und beschrieben? Welche Bedeutung haben sie für sie?[1]

BESCHREIBUNG ZUR UMSETZUNG

Für Foto-Umfragen/Fototagebücher können Themen oder Fragen vorgegeben werden, wie zum Beispiel die Frage nach Lieblingsplätzen in der Hochschule, nach Materialien, die mitgenommen werden oder nach Orten, die negative Gefühle hervorrufen, dadurch kann die Vorgehensweise sehr strukturiert oder sehr offen angelegt werden. Den Teilnehmenden wird entweder eine Kamera geliehen, mit der sie in einem festgelegten Zeitraum Fotos machen[2] oder sie nutzen ihr eigenes Smartphone/ihre Kamera, um ihr Umfeld zu fotografieren. Die aufgenommenen Fotos können in einem anschließenden Interview kommentiert und bewertet werden.

VORTEILE

- Bilder ermöglichen ein besseres Verständnis der Lebenswirklichkeit der Befragten.
- Neben der konkreten Bild-Ebene wird auch die Bedeutungs- und Kontextebene des fotografierten Gegenstands eingezogen[3].
- Die visuelle Methoden kann die Wahrnehmung und die Aufmerksamkeit der Befragten schulen/verbessern[4].

NACHTEILE

- Es werden teilweise sehr persönliche, Datenschutz relevante Daten erhoben.
- Die Methode erfordert mehrfache Kontakte mit den Befragten.
- Es wird zusätzliche Ausrüstung benötigt (z.B. die Kameras).
- Zu große zeitliche Abstände zwischen dem Aufnehmen der Fotos und dem retrospektiven Interview können bei den Befragten zu Erinnerungslücken in Bezug auf den Gegenstand/Kontext der Aufnahme führen[5].

PRACTICES

Die Foto-Umfrage wurde beim Undergraduate Research Project an der River Campus Libraries, Universität von Rochester genutzt, um Einblick in die Lebenswelt der Untersuchungsgruppe (= Studierende) zu gewinnen und so leichter mit ihnen ins Gespräch zu kommen.[6] Auch im ERIAL-Project[7] und im „Undergraduate Scholarly Habits Ethnography Project" der City University New York CUNY wurde intensiv mit der Methode des Photo Diaries gearbeitet[8].

QUELLEN

- ASHER, Andrew und Susan MILLER, 2011. So You Want to Do Anthropology in Your Library? or A Practical Guide to Ethnographic Research in Academic Libraries [online]. März 2011. Verfügbar unter: https://www.erialproject.org/wp-content/uploads/2011/03/Toolkit-3.22.11.pdf
- BRIDEN, Judi, 2007. Photo Surveys: Eliciting More Than You Knew to Ask For. In: Susan GIBBONS und Nancy Fried FOSTER (Hrsg.), Studying Students: The Undergraduate Research Project at the University of Rochester [online]. Association of College & Research Libraries. ISBN 978-0-8389-8437-6. Verfügbar unter: http://hdl.handle.net/1802/7520
- CITY UNIVERSITY OF NEW YORK, 2018. Project Design. Undergraduate Scholarly Habits Ethnography Project [online]. 2018. Verfügbar unter: https://ushep.commons.gc.cuny.edu/project-design/
- NEUROHR, Karen A. und Lucy E. BAILEY, 2016. Using Photo-Elicitation with Native American Students to Explore Perceptions of the Physical Library. Evidence Based Library and Information Practice. 20 Juni 2016. Bd. 11, Nr. 2, S. 56–73. DOI 10.18438/B8D629

1 Neurohr und Bailey 2016. S. 58
2 Asher und Miller 2011. S. 13ff
3 Briden 2007. S. 40
4 Neurohr und Bailey 2016. S. 57
5 Briden 2007, S. 45
6 Briden 2007, S. 40 ff
7 Asher und Miller 2011
8 City University of New York 2021

09 MAPPING STUDIE

METHODE

Die Mapping Studie schafft einen Überblick über die Aktivitäten und Bewegungen der Nutzer*innen in festgelegten Räumen. Karten und Raumpläne helfen dabei, die Nutzungsmuster in bestimmten Räumen und Gebieten aufzuzeichnen.

PROZESSPHASE

Einordnung und Vertiefung

ZIELE

Durch die Methode können räumliche Routinen (tägliche Wege, Strecken und Entfernungen) und die Wahrnehmung und Relevanz von Raummerkmalen erkannt werden. Besonders hilfreich sind Mappings, die aus der individuellen Erinnerung der Teilnehmenden erstellt wurden.

FRAGESTELLUNGEN

- Welche Wege legen die Teilnehmenden zurück?
- Welche Räume suchen die Teilnehmenden auf (z.B. auf einem Uni-Campus)?
- Welche Aufgaben und Tätigkeiten werden zu welchen Zeiten in welchen Räumen ausgeführt?

BESCHREIBUNG ZUR UMSETZUNG

MAPPING DIARIES (KARTOGRAFISCHE TAGEBÜCHER)

Jede*r Teilnehmende erhält eine Karte bzw. einen Plan des für die Forschungsfrage relevanten Raums oder Geländes und wird gebeten, Bewegungen und Wegstrecken über einen festgelegten Zeitraum (z. B. einen Tag) aufzuzeichnen. Anschließend können die Aufzeichnungen in einem Interview besprochen werden.

KOGNITIVES MAPPING

Jede*r Teilnehmende erhält ein leeres Blatt Papier, sowie unterschiedlich farbige Stifte. Sie/er wird gebeten, eine Karte des zu untersuchenden Raums zu zeichnen. Die/der Teilnehmende haben einen festgelegten Zeitraum, z.B. sechs Minuten Zeit, eine Karte aus dem Gedächtnis zu zeichnen. Während des Zeichnens soll alle zwei Minuten die Farbe des Markers gewechselt werden. Auf diese Weise soll untersucht werden, welche Elemente die/der Teilnehmende als erstes, zweites und drittes zeichnete. Es entstehen sowohl räumliche als auch zeitliche Daten darüber, wie die/der Teilnehmende den Raum konzeptualisieren[1].

VORTEILE

- Einblick in Lebensbereiche, Tätigkeiten, die sonst nicht zugänglich wären (z.B. häusliche Umgebung[2].
- Gut geeignet, um schnell zu erfahren, wie und wo Teilnehmenden ihre Zeit verbringen[3].

NACHTEILE

- Erfordert die Bereitschaft der Teilnehmenden über ihre Bewegungen genau zu berichten.
- Erfordert mehrere Kontakte mit den Teilnehmenden.
- Die Ergebnisse können manchmal mehrdeutig oder schwer zu interpretieren sein.
- Häufig stehen nur wenig Teilnehmende zur Verfügung, daher ergeben sich kleinen Stichprobengrößen, aus denen sich keine statistisch signifikanten Schlussfolgerungen ziehen lassen)[4].

PRACTICES

In der Mapping Studie der Indiana University – Purdue University Indianapolis (IUPUI) wurden die Tagesabläufe von 27 Studierenden untersucht. An einem festgelegten Tag wurden in einem definierten zeitlichen Abstand insgesamt 12 SMS-Umfragen an die teilnehmenden Studierenden versandt. Die SMS-Umfrage bestand aus drei Frageaspekten: dem aktuellen Standort, den zu dem Zeitpunkt durchgeführten Tätigkeiten und den momentanen Gefühlen der Teilnehmenden. Nachdem die Umfrage beendet war, wurde aus den Antworten eine Karte für jede*n der Teilnehmenden erstellt[5]. Diese bildete die Grundlage für die persönliche Nachbesprechung, die mit den Teilnehmenden in Form eines teilstrukturierten Interviews durchgeführt wurde. Auf diese Weise ließen sich noch mehr Details über die täglichen Routinen erfahren, z.B. welche akademischen Tätigkeiten mit welchen Orten verknüpft sind. Auf Basis der konkreten Ortsdaten wurde eine Google Map erstellt.

QUELLEN

- ASHER, Andrew und Susan MILLER, 2011. So You Want to Do Anthropology in Your Library? or A Practical Guide to Ethnographic Research in Academic Libraries [online]. März 2011. Verfügbar unter: https://www.erialproject.org/wp-content/uploads/2011/03/Toolkit-3.22.11.pdf
- CLARK, Katie, 2007. Mapping Diaries, or Where Do They Go All Day? In: Susan GIBBONS und Nancy Fried FOSTER (Hrsg.), Studying Students: The Undergraduate Research Project at the University of Rochester [online]. Association of College & Research Libraries. ISBN 978-0-8389-8437-6. Verfügbar unter: http://hdl.handle.net/1802/7520
- REGALADO, Mariana und Maura SMALE, 2018. Academic Libraries for Commuter Students: Research-Based Strategies [online]. Ala Editions. ISBN 978-0-8389-1736-7. Verfügbar unter: https://academicworks.cuny.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1283&context=bc_pubs

1 Asher und Miller 2007, S. 14
2 Clark 2007, S. 48
3 Asher und Miller, 2007, S. 14
4 Regalado und Smale, 2018, S. 30
5 Vgl. ebd., S. 18ff

10 MOODBOARD

METHODE

Ein Moodboard ist eine visuelle Collage, die Emotionen, Stimmungen und Ideen darstellt. Dazu können unterschiedliche visuelle Elemente oder Materialien genutzt werden.

PROZESSPHASE

Produktion und Kreation

ZIELE

Mithilfe der Methode gelingt es, Ideen, Emotionen und Stimmungen visuell darzustellen, die schwer in Worte zu fassen sind[1]. Dabei geht es darum Elementen und Materialien zu identifizieren und anzubieten, die das Thema repräsentieren[2].

FRAGESTELLUNGEN

- Wie ist die Wirkung von Farben und Materialien auf die Nutzenden eines Raums?
- Welchen Stil bevorzugen Nutzende eines Raumes?
- Welche Stimmung ist mit Farben, Formen und Materialien verknüpft?

BESCHREIBUNG ZUR UMSETZUNG

Die Methode kann sowohl analog wie auch digital durchgeführt werden.

- Für die analoge Form werden unterschiedlichste Materialien gesammelt. Das können Bilder aus Zeitschriften, Stoffproben, Farbmuster und Textbausteine sein. Die gesammelten Elemente auf einer Leinwand oder Pinnwand positioniert und arrangiert.
- In der digitalen Variante wird eine Whiteboard-Software (z.B. Miro oder Conceptboard) genutzt, um digitale Moodboards zu erstellen. Es können digitale Elemente wie digitale Bilder, Gifs, Videos und Textbausteine eingefügt werden. Dieser Prozess kann im Team kollaborativ erfolgen.

VORTEILE

- Abstrakte Ideen visualisieren und Zusammenführung verschiedener Ideen zu einer gemeinsamen Vision.
- Anregung für neue Designs und Ästhetiken[3].

NACHTEILE

- Das Erstellen eines Moodboards kann zeitintensiv sein.
- Zu viele Ideen und Materialien können das Moodboard unübersichtlich machen.
- Die Interpretation der visuellen Elemente kann variieren und Missverständnisse hervorrufen.

PRACTICES

Die Stadtbibliothek Hannover hat Mood Boards im Rahmen von Zukunftswerkstätten genutzt, um in einem partizipativen Prozess ein neues Raumkonzept für den zukünftigen Co-Learning-Space Zentralbibliothek zu entwickeln[4].

QUELLEN

- KOWALSKI, Stephanie, 2021. Moodboard erstellen: Definition, Anleitung und Tools zum Durchstarten. Stephanie A. Kowalski: Content nach Maß – erstellt mit Herz & Pixel [online]. 3 Februar 2021. Verfügbar unter: https://stephanieakowalski.de/moodboard-erstellen/
- MIRO, 2024. Was ist ein Moodboard? – Miro. https://miro.com/ [online]. 2024. [Zugriff am: 26 Mai 2024]. Verfügbar unter: https://miro.com/de/moodboard/was-ist-ein-moodboard/
- STADTBIBLIOTHEK HANNOVER, 2022. Zukunftswerkstatt Stadtbibliothek: Co-Learning-Space Zentralbibliothek. www.hannover.de [online]. 2022. [Zugriff am: 16 Oktober 2024]. Verfügbar unter: https://www.hannover.de/Leben-in-der-Region-Hannover/Bildung/Bibliotheken-Archive/Stadtbibliothek-Hannover/Veranstaltungen/Co-Learning-Space-Zentralbibliothek2

1 Kowalski 2021
2 Miro 2024
3 Miro 2024
4 Stadtbibliothek Hannover 2022

11 WALKING IN YOUR CUSTOMERS SHOES

METHODE

Die Methode „Walking in your customer shoes" ermöglicht die Wahrnehmung des physischen Orts und mit ihm verbundener Aktivitäten aus der Perspektive der Nutzer*innen.

PROZESSPHASE

Einstieg: Erschließung des Felds

ZIELE

Bei der Methode geht es primär um den Perspektivwechsel hin zur Erfahrung der Nutzenden. Der „Walk" im physischen Raum verändert die Wahrnehmung der angebotenen Räume, es gilt damit den „Tunnelblick" der Anbieterperspektive aufzubrechen[1].

FRAGESTELLUNGEN

- Wie nehmen die Nutzenden die angebotenen Räume wahr?
- Auf welche Probleme und Fragen stoßen die Teilnehmenden im Prozess der Nutzung?
- Welche Veränderungsbedarfe leiten sich aus den Erfahrungen der Nutzenden ab?

BESCHREIBUNG ZUR UMSETZUNG

Idealerweise erkunden die Teilnehmenden bei der Umsetzung der Methode den Raum zum ersten Mal und folgen dabei einem typischen Nutzungsszenario[2]. Die Auffälligkeiten und Beobachtungen werden durch die Teilnehmenden dokumentiert, das kann schriftlich oder auch visuell erfolgen. Abschließend werden die Beobachtungen und Wahrnehmung besprochen.

VORTEILE

- Unvoreingenommenheit der Teilnehmenden, frischer/wacher Blick
- überprüfen der Abläufe aus der Perspektive der Nutzenden
- Hinweise auf Nutzungsproblem

NACHTEILE

- Teilnehmende, die den Raum nicht kennen, müssen gefunden und instruiert werden
- einige Dokumentationsformen benötigen zusätzliches Equipment (Audio, Videoaufnahmen, Fotos)

PRACTICES

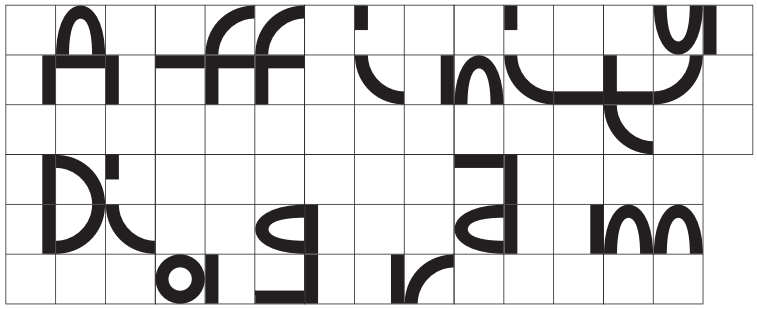
Das Methodenvideo „Walking in the customer's shoes" einer praktischen Anwendung im Kontext der HAW Hamburg findet sich unter: https://www.youtube.com/watch?v=uhSBTwF5aZU

QUELLEN

- ILG, Jens, 2016. Mehr Spielräume: Methoden der partizipativen Lernraumgestaltung. Bibliothek Forschung und Praxis [online]. 1 Januar 2016. Bd. 40, Nr. 3. [Zugriff am: 14 März 2024]. DOI 10.1515/bfp-2016-0064. Verfügbar unter: https://www.degruyter.com/document/doi/10.1515/bfp-2016-0064/html
- ILG, Jens, 2017. Lernraum Hochschulbibliothek als Managementaufgabe. In: Petra HAUKE, Andrea KAUFMANN und Vivien PETRAS (Hrsg.), Bibliothek – Forschung für die Praxis [online]. De Gruyter. S. 479–502. [Zugriff am: 2 Mai 2024]. ISBN 978-3-11-052233-4. Verfügbar unter: https://www.degruyter.com/document/doi/10.1515/9783110522334-041/html

1 Ilg, 2016. S. 349
2 Ilg, 2017. S. 498

01 AFFINITY DIAGRAM



NUTZENDE	GRUPPE
ZEITAUFWAND	HOCH
RESSOURCEN	MITTEL
PROZESSPHASE	AUSWERTUNG

01 AFFINITY DIAGRAM

METHODE / DEFINITION

Das Affinity Diagram ist eine visuelle Methode der Datenanalyse und hilft bei der Strukturierung und Organisation großer Mengen an Informationen, Daten oder Ideen, um Muster, Zusammenhänge und Themen zu erkennen.

FRAGEN

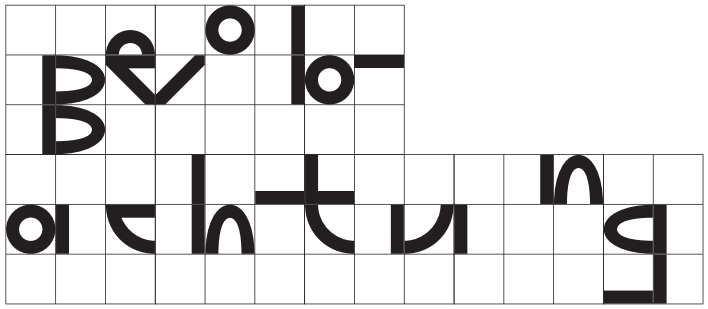
- Welche wiederkehrenden Themen oder Probleme lassen sich erkennen?
- Welche Themenschwerpunkte entstehen aus den Forschungsergebnissen?
- Welche Zusammenhänge werden sichtbar?

VORTEILE

- strukturiert große Datenmengen
- Muster lassen sich einfacher erkennen
- kreatives Denken wird gefördert

NACHTEILE

- das Clustern ist zeitlich aufwändig
- sehr großen Datenmengen können unübersichtlich werden



NUTZENDE	EINZEL / GRUPPE
ZEITAUFWAND	HOCH
RESSOURCEN	WENIG
PROZESSPHASE	EINSTIEG: ERSCHLIESSUNG DES FELDS

02 BEOBACHTUNG

METHODE / DEFINITION

Die Methode der Beobachtung ermöglicht die Forschung in der natürlichen Umgebung der Untersuchungspersonen. Das Verhalten zum Zeitpunkt seines Geschehens wird systematisch erfasst, dokumentiert und interpretiert.

FRAGEN

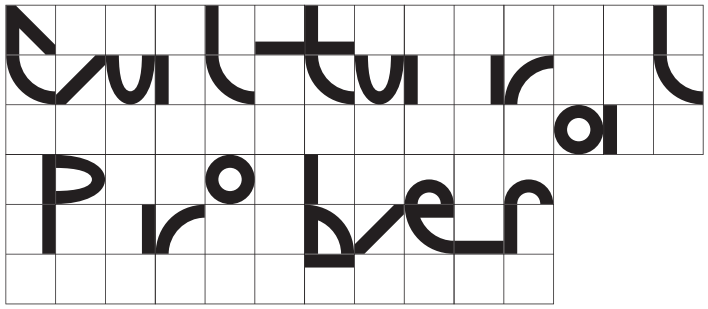
- Wie werden die Lern- und Aufenthaltsflächen genutzt?
- Welche Aufenthaltsorte werden von den Studierenden bevorzugt?
- Welchen Tätigkeiten gehen die Studierenden konkret nach?

VORTEILE

- unaufwändig in der Umsetzung (Material)
- eignet sich für den Einstieg in das zu untersuchende „Feld" oder als explorative Vorstudie
- anonym/keine identifizierbaren Informationen über die Teilnehmenden, daher ethisch unproblematisch

NACHTEILE

- relativ hoher Zeitaufwand in der Umsetzung
- herausforderung in der Auswertung der Datenfülle aus der Erhebung (Feldnotizen, Protokolle, Fotos, Interviewtranskripte)
- setzt empathisches Verhalten und Selbstreflektion der forschenden Person voraus



NUTZENDE	EINZELN
ZEITAUFWAND	HOCH
RESSOURCEN	HOCH
PROZESSPHASE	EINORDNUNG UND VERTIEFUNG

03 CULTURAL PROBES

METHODE / DEFINITION

Die Methode Cultural Probes regt die Teilnehmenden zu einer Selbstbeobachtung an, in dem sie ihre Lebenswelt und Aktivitäten über einen festgelegten Zeitraum mithilfe von Tagebüchern, Fotos, Karten oder kreativen Materialien dokumentieren.

FRAGEN

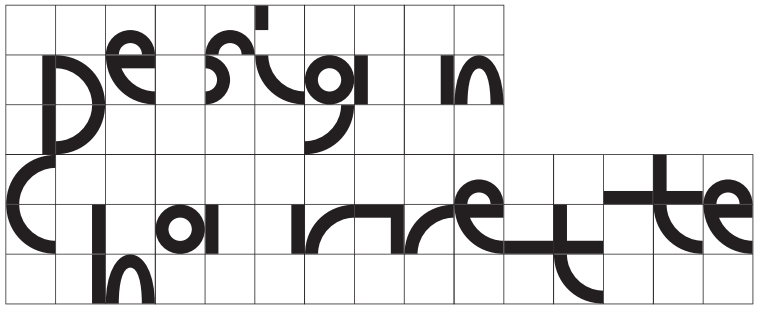
- Welche unerwarteten Ergebnisse werden zu den Aufgaben angefertigt?
- Was kann aus den Cultural Probes im Hinblick auf Werte und Wünsche der Menschen abgeleitet werden?
- Welche Emotionen werden über die Cultural Probes deutlich?
- Welche neuen und kreativen Ideen lassen sich aus den Erkenntnissen ableiten?

VORTEILE

- Die Teilnehmenden können ihre Bedürfnisse, Perspektiven und Prioritäten sichtbar machen.
- Vielfältige Inspirationsquelle für Designer*innen, die auf authentischen Daten basiert.
- Designer*innen können die Bedürfnisse und Wünsche der Teilnehmenden besser nachvollziehen.

NACHTEILE

- Die Aufgaben müssen abgestimmt auf die Forschungsfragen und die spezifischen Bedingungen der Teilnehmenden erstellt werden.
- Die Komplexität der gesammelten Daten kann die Analyse und Interpretation erschweren.



NUTZENDE	GRUPPE
ZEITAUFWAND	HOCH
RESSOURCEN	HOCH
PROZESSPHASE	PRODUKTION UND KREATION

04 DESIGN CHARRETTE

METHODE / DEFINITION

Die Design Charrette-Methode beinhaltet einen kollaborativen, interdisziplinären Raumplanungsprozess, bei dem die relevanten Akteur*innen an der Lösung eines Gestaltungsproblems zum Beispiel in Form von Workshops aktiv mitarbeiten.

FRAGEN

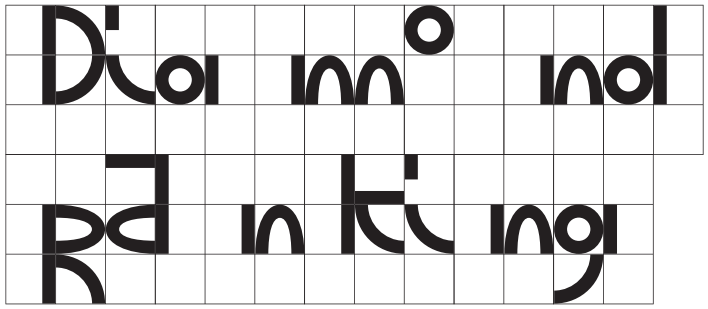
- Welche Idee haben die Teilnehmenden zur Gestaltung?
- Welche Visionen, Werte und Ideen teilen die Teilnehmenden?
- Welche unterschiedlichen Perspektiven und Bedürfnisse gibt es?

VORTEILE

- fördert den Austausch zwischen den Stakeholder*innen
- Ideen beinhalten multiperspektivische Ansätze
- produziert innovativere und originellere Lösungen als traditionelle Planungsprozesse

NACHTEILE

- Die Umsetzung ist sowohl zeitlich als vom Material aufwändig.



NUTZENDE	EINZEL / GRUPPE
ZEITAUFWAND	MITTEL
RESSOURCEN	MITTEL
PROZESSPHASE	EINORDNUNG UND VERTIEFUNG

05 DIAMOND-RANKING

METHODE / DEFINITION

Die Methode Diamond-Ranking ist eine visuelle, partizipative Forschungsmethode, die Einstellungen, Positionen, Gefühle und Gedanken der Teilnehmenden zu einem bestimmten Thema visualisiert. Elemente/ Abbildungen/Konzepte werden positioniert und in eine bewertende Ordnung gebracht.

FRAGEN

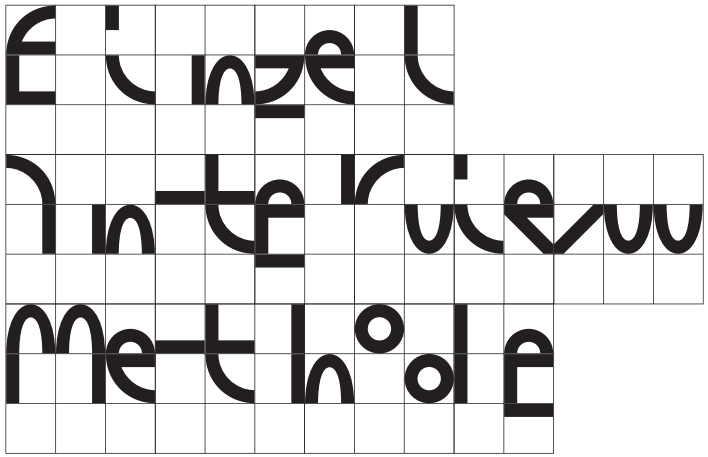
- Welche Aspekte/Ideen/Themen sind für die Forschenden/Teilnehmenden relevant?
- Welche Prioritäten in der Bewertung der gewählten Aspekte werden deutlich?
- Wie erfolgt die Aushandlung der Reihenfolge der Aspekte in der Diamantenform?

VORTEILE

- ermöglicht aktive Teilnahme am Forschungsprozess/ einzubringen von Perspektiven
- fördert die Diskussion, den Austausch, die Interaktion zwischen den Forschungsteilnehmenden
- Forschende/Teilnehmende können übergeordnete Beziehungen zwischen Abbildungen/Konzepten deutlich machen.

NACHTEILE

- Analyse kann zeitaufwändig und komplex sein, insbesondere wenn mehrere Themen untersucht werden.
- Auswahl der Abbildungen/Konzepte kann die Diskussion beeinflussen.
- Das Diamantenformat kann auf die Forschenden/ Teilnehmenden einschränkend wirken.



NUTZENDE	EINZEL
ZEITAUFWAND	WENIG
RESSOURCEN	WENIG
PROZESSPHASE	BEWERTUNG UND KONTEXTUALISIERUNG

06 EINZELINTERVIEWMETHODE

METHODE / DEFINITION

Das ero-epische Gespräch wird in der ethnografischen Forschung als Einzelinterview-Methode genutzt, wobei der Fokus mehr auf einem Erzählimpuls liegt als auf einem Fragenkatalog. Die Methode lässt sich gut mit teilnehmenden Beobachtungssituationen verbinden.

FRAGEN

- Wie ist der Kontext für das beobachtete Handeln?
- Wie ist beobachtete Verhalten zu verstehen?
- Welche Aspekte des Themas stehen im Zusammenhang mit einer Kultur oder Gruppe?

VORTEILE

- hohe Flexibilität
- keine großen Vorbereitungen und kein zusätzliches Material notwendig

NACHTEILE

- mögliche Überforderung der/des Forschenden durch die fehlende Struktur

Fokusgruppen-Interviews

NUTZENDE GRUPPE

ZEITAUFWAND

RESSOURCEN

PROZESSPHASE BEWERTUNG UND KONTEXTUALISIERUNG

07 FOKUSGRUPPEN-INTERVIEWS

METHODE / DEFINITION

Das Fokusgruppeninterview ist eine Form des Leitfaden-Interviews, bei der eine Gruppe von Teilnehmenden zu einem bestimmten Thema befragt wird. Dabei geht es darum, die Reaktionen der Interviewten auf dieses fokussierte Thema detailliert und qualitativ zu erfassen.

FRAGEN

- Welche Meinungen und Einstellungen haben die Teilnehmenden zum Forschungsthema?
- Gibt es Aspekte, die in der Gruppe zu stärkeren Reaktionen führen?
- Welche Fragen/Aspekte stoßen auf weniger Interesse?

VORTEILE

- ermöglicht tiefere Einblicke in die subjektiven Interpretationen und emotionalen Reaktionen der Befragten
- Der Interview-Leitfaden kann während des Interviews flexibel angepasst werden, um neue und unerwartete Reaktionen zu erfassen.
- Durch die Gruppensituation entstehen Impulse für die Diskussion, die in Einzelinterviews nicht möglich sind.

NACHTEILE

- Die Durchführung und Auswertung fokussierter Interviews sind ressourcenintensiv.
- In der Gruppendynamik können sich dominierende Personen und Meinungen durchsetzen.

Mapping Studie

NUTZENDE	EINZEL
ZEITAUFWAND	WENIG
RESSOURCEN	WENIG
PROZESSPHASE	BEWERTUNG UND KONTEXTUALISIERUNG

08 MAPPING STUDIE

METHODE / DEFINITION

Die Methode der Mapping Studie schafft einen Überblick über die Aktivitäten und Bewegungen der Teilnehmenden in festgelegten Räumen. Karten und Raumpläne helfen dabei, die Nutzungsmuster in bestimmten Räumen und Gebieten aufzuzeichnen.

FRAGEN

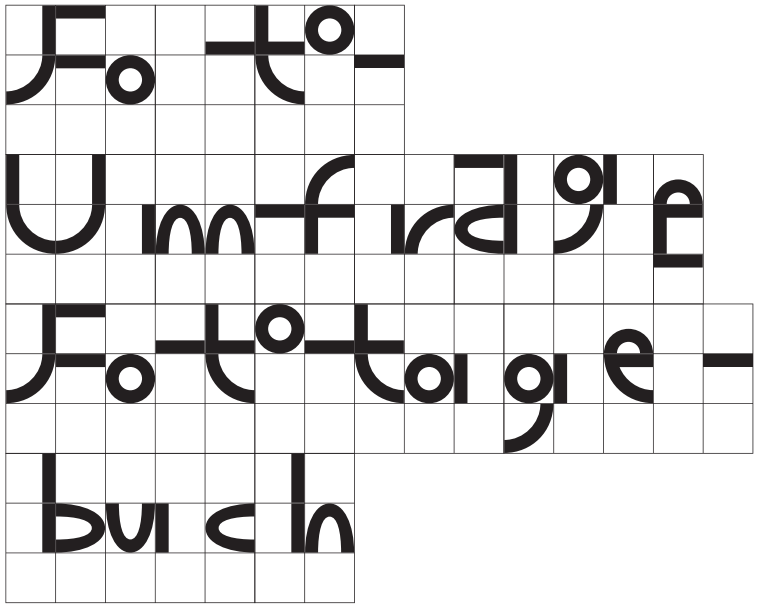
- Welche Wege legen die Teilnehmenden zurück?
- Welche Räume suchen die Teilnehmenden auf (z.B. auf einem Uni-Campus)?
- Welche Aufgaben und Tätigkeiten werden zu welchen Zeiten in welchen Räumen ausgeführt?

VORTEILE

- Einblick in Lebensbereiche, Tätigkeiten, die sonst nicht zugänglich wären (z.B. häusliche Umgebung).
- strukturelle Zusammenhänge des Inhaltsgebiets können erfasst werden.
- Gut geeignet, um schnell zu erfahren, wie und wo Teilnehmenden ihre Zeit verbringen.

NACHTEILE

- erfordert die Bereitschaft der Teilnehmenden über ihre Bewegungen genau zu berichten
- erfordert mehrere Kontakte mit den Teilnehmenden
- Häufig stehen nur wenig Teilnehmende zur Verfügung, daher ergeben sich kleinen Stichprobengrößen.



NUTZENDE	EINZEL
ZEITAUFWAND	MITTEL
RESSOURCEN	HOCH
PROZESSPHASE	EINSTIEG: ERSCHLIESSUNG DES FELDS

09 FOTO-UMFRAGE/FOTOTAGEBUCH

METHODE / DEFINITION

Die Methode der Foto-Umfrage bzw. des Fototagebuchs ist eine visuelle Form der Selbstbeobachtung, die Einblicke in die Lebenswelt der Teilnehmenden bringt, in dem diese ihre Umwelt und Aktivitäten, die direkt oder mittelbar mit Lernprozessen in Verbindung stehen, selbst dokumentieren.

FRAGEN

- Welche Fotomotive wählen die Teilnehmenden aus?
- Für welche Aussagen und Gefühle stehen die Fotomotive?
- Wie sieht die Lebenswirklichkeit der Teilnehmenden im Detail aus?
- Wie werden Räume wahrgenommen?

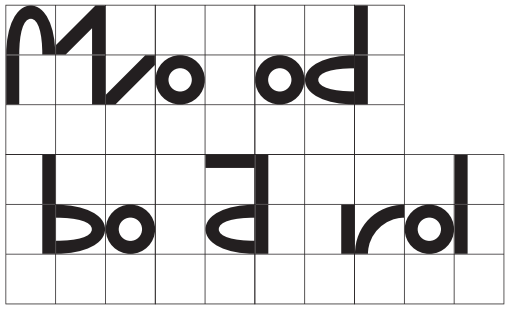
VORTEILE

- Bilder ermöglichen ein besseres Verständnis der Lebenswirklichkeit der Befragten.
- Neben der konkreten Bild-Ebene wird auch die Bedeutungs- und Kontextebene des fotografierten Gegenstands.

NACHTEILE

- Es werden teilweise sehr persönliche, Datenschutz relevante Daten erhoben.
- Die Methode erfordert mehrfache Kontakte mit den Befragten.
- Es wird zusätzliche Ausrüstung benötigt (z.B. die Kameras).

10 MOODBOARD



NUTZENDE	EINZEL / GRUPPE
ZEITAUFWAND	HOCH
RESSOURCEN	HOCH
PROZESSPHASE	PRODUKTION UND KREATION

10 MOODBOARD

METHODE / DEFINITION

Ein Moodboard ist eine visuelle Collage, die Emotionen, Stimmungen und Ideen darstellt. Elemente und Materialien lassen sich identifizieren, die geeignet sind, das Thema zu repräsentieren.

FRAGEN

- Wie ist die Wirkung von Farben und Materialien auf die Nutzenden eines Raums?
- Welchen Stil bevorzugen Nutzende eines Raumes?
- Welche Stimmung ist mit Farben, Formen und Materialien verknüpft?

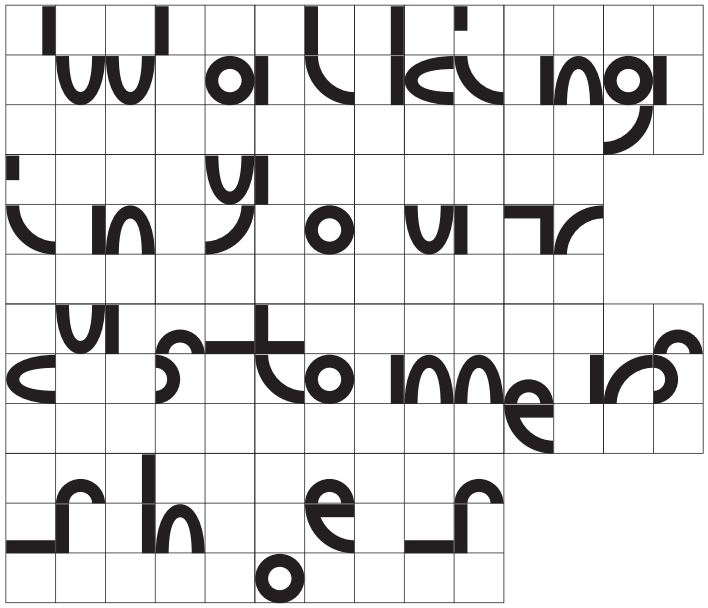
VORTEILE

- Abstrakte Ideen können visualisiert werden.
- Verschiedene Ideen können zu einer gemeinsamen Vision zusammengeführt werden.
- Anregung für neue Designs und Ästhetiken

NACHTEILE

- Das Erstellen eines Moodboards kann zeitintensiv sein.
- Zu viele Ideen und Materialien können das Moodboard unübersichtlich machen.
- Die Interpretation der visuellen Elemente kann variieren und Missverständnisse hervorrufen.

11 WALKING IN YOUR CUSTOMERS SHOES



NUTZENDE	EINZEL
ZEITAUFWAND	MITTEL
RESSOURCEN	HOCH
PROZESSPHASE	EINSTIEG: ERSCHLIESSUNG DES FELDS

11 WALKING IN YOUR CUSTOMERS SHOES

METHODE / DEFINITION

Die Methode “Walking in your customers shoes” ermöglicht es, einen physischen Ort und mit ihm verbundener Aktivitäten aus der Perspektive der Nutzenden zu erfahren.

FRAGEN

- Wie nehmen die Nutzenden die angebotenen Räume wahr?
- Auf welche Probleme und Fragen stoßen die Nutzenden im Prozess der Nutzung?
- Welche Veränderungsbedarfe leiten sich aus den Erfahrungen der Nutzenden ab?

VORTEILE

- Unvoreingenommenheit der Teilnehmenden, frischer/wacher Blick
- Überprüfen der Abläufe aus der Nutzerperspektive
- Hinweise auf Nutzungsproblem

NACHTEILE

- Teilnehmende, die den Raum nicht kennen, müssen gefunden und instruiert werden.
- Einige Dokumentationsformen benötigen zusätzliches Equipment (Audio, Videoaufnahmen, Fotos).

Methode

METHODE: AKTEUR*IN / AKTANT:

WELCHES MATERIAL WIRD FÜR DIE METHODE BENÖTIGT?:

VORGEHEN:

WEN SPRECHE ICH AN? / WAS WIRD BEOBACHTET?:

WIE WIRD DIE METHODE MATERIALISIERT?:

WELCHE MUSTER / CLUSTER KÖNNEN IDENTIZIERT WERDEN? PRIORISIERE DIESE:

WELCHE KEY POINTS ERGEBEN SICH?:

Moderation

NAME DES PROJEKTES:

RAUMBESCHREIBUNG / SZENARIO:

WICHTIGE AKTEUR*INNEN:

WICHTIGE AKTANTEN:

METHODENAUSWAHL ZU DEN AKTANTEN:

NOTIZEN: