



Universität Stuttgart

Institut für Arbeitswissenschaft und
Technologiemanagement IAT



Jetzt
anmelden!

Natacha Dagneaud

04. Mai **So fern und doch so nah:
Ethnographie im digitalen Zeitalter**
Seissmo – Markt und Forschung

Ringvorlesung
Technikfolgenabschätzung

Transformation@Work
Die Zukunft der Innovation
im New Normal



SÉISSMO

Agenda

Nutzung von Technik in der Marktforschung und ihre Folgen

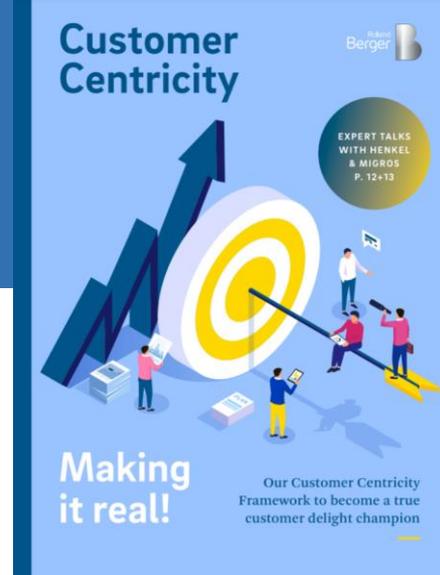


1

Welche Technik nutzen wir für unsere Arbeit?

Wozu braucht die Welt Marktforschung?

- ▶ **Betriebsblindheit** auf der einen Seite
- ▶ **Customer Centricity** so früh wie möglich im Konzeptions- und Entwicklungsprozess auf der anderen Seite



Zwei große Bereiche in der „Insights“-Industrie (bisher)

Quantitative Forschung: Messungen mit großen Stichproben. Es geht um das Wieviel, wie oft, wo, wann... und statistische Auswertungen/Modelling.

Bisher mehr Männer in diesen Berufen (aus den Fächern Mathematik/ Statistik/ VWL/ BWL...)

Qualitative Forschung: Exploration von Einstellungen und Verhaltensweisen mit kleinen Stichproben. Es geht um das Warum. Hier „zählt“ die Analyse von **unstrukturierten Texten und non-verbaler Kommunikation.**

Bisher mehr Frauen in diesen Berufen (vorwiegend Sozial- und Geisteswissenschaften...)

Séissmo ist ein Spezialist für qualitative Marktforschung und exploriert!

Beispiele von aktuellen Fragestellungen:

- ▶ Unsere Marke von Reinigern funktioniert in Deutschland aber nicht in Frankreich, warum? Was tun?
- ▶ Was verstehen die Menschen unter Mikrobiom und sind sie bereit für Cremes, die von „Bakterien auf der Haut“ sprechen?
- ▶ Wir müssen die Produktformel unserer Haarcoloration anpassen: Liefert unsere neue Formel das gleiche sensorische Erlebnis und die gleiche Leistung wie bisher?
- ▶ Wir lancieren eine neue Marke im OTC-Bereich: Wie wird das Produkt von älteren Menschen angenommen?



Wie läuft ein „Mafo“ Projekt bei uns eigentlich ab?



**Von Face-to-Face
zu Screen-to-Screen**

Das Einzelinterview: von Face-to-Face zu Screen-to-Screen

am Point-of-Sale



im Studio



zu Hause



meistens zu Hause (im Biotop des Verbrauchers)



Die Gruppendiskussion: von Face-to-Face zu Screen-to-Screen



im Studio



meistens zu Hause (im Biotop des Verbrauchers)



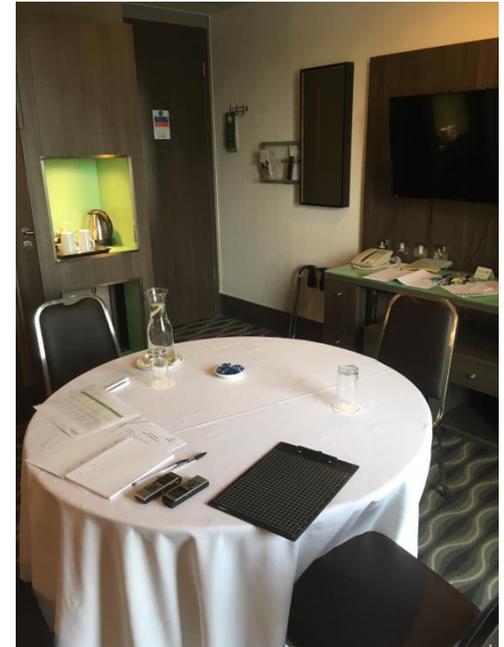
Für das kontrollierte Experiment spricht die Neutralität des Befragungsorts und die ungestörte Beobachtungsmöglichkeit... oder nicht?

im Studio
(Befragungsraum/ Beobachtungsraum mit Einwegspiegel)

im Tagungsraum

foerster&thelen
Teststudio GmbH

Studio Mannheim



Die Welten verschmelzen: „in person or remote“, physisch und digital, mit oder ohne Moderator vor Ort

How Moderate Anywhere™ Works



<https://vimeo.com/518196921>

Online Blogs/Tagebücher: Beispiel einer Software (Liveminds)

Projects » Ziegenkäse » Blog: Q2.

Michaela x said 3 months ago via mobile



Die anderen Ziegenkäse-Produkte (sieh

Michaela x said 3 months ago via mobile



Weiterer Ziegenkäse den ich ab und zu

Michaela x said 3 months ago via mobile



Und der Ziegenkäse mit Blauschimmel.

Projects » Disinfection - UK » Perception

Steph O said 6 months ago via mobile



Bleach and toilet gel

Steph O said 6 months ago via mobile



Toilet gels and rim blocks

Projects » Vertrauen im Alltag » Vertrauen im Bereich Kosmetik/ Pflege: Q8.

Kim X said about 24 hours ago



Eine so lange Liste an Inhaltsstoffen, die ich nicht kenne und die zu chemisch klingen, finde ich eher misstrauensweckend, weil die dann definitiv nicht natürlich sind, was besser für Umwelt und auch den Körper wäre.

Reply

Kim X said about 24 hours ago



Versprechungen, wie weißere Zähne in 10 Tagen finde ich immer unglaubwürdig und daher regt sich bei mir dann auch eher das Misstrauen. Außerdem habe ich gehört, dass es gar nicht so gut für die Zähne sein soll, wenn sie durch die Zahnpasta so extrem aufgehell werden.

Reply

Jutta X said about 24 hours ago via mobile



Anbei eine Sammlung meiner Produkte, die ich sehr vertrauenswürdig finde. Ich habe diese Marken schon seit Jahren. Ich wurde nie enttäuscht, meine Haut reagierte nie allergisch. Sie sind für mich sehr angenehm im Duft, überhaup nicht aufdringlich. Das andere Bild zeigt ein paar Fahr, ist für mich aber kein Parfum, ich benutze es als Raumduft. Orange in Kombination mit Lemmon mag ich persönlich als Parfum überhaupt nicht, diese frische benutze ich immer im Badezimmer.

Reply

Jutta X said about 24 hours ago



Dies Bild zeigt ein Parfum, ist für mich aber kein Parfum, ich benutze es als Raumduft. Orange in Kombination mit Lemmon mag ich persönlich als Parfum überhaupt nicht, diese frische benutze ich immer im Badezimmer.

Reply

Julia X said about 23 hours ago via mobile



Das Produkt ist vertrauensbildend für mich, aufgrund des Spruches "Dein Kauf tut Gutes". Zudem sieht man auf den ersten Blick dass es ein veganes und recyclebares ohne Mikroplastik Produkt ist. Man hilft mit dem Kauf und hilft damit der Umwelt.

Reply

Der jüngste Mitarbeiter im Team? Natural Language Processing basierte KI für die Auswertung (Beispiel der SaaS von Synomia)

synomia

Keywords

CONSIDERED VERBATIMS = 581
CODIFIED VERBATIMS = 99%

14.795 keywords on 4 US websites analyzed
1 web page = 1 verbatimim

KEYWORDS FOUND 14,795

Select All (14,795 keywords)

| Keyword | Theme > Sub-theme | #Verbatims | A | B | C | D | Semantic Score |
|-----------------|---|------------|----|-----|-----|----|----------------|
| tool | | 392 | 53 | 101 | 161 | 77 | 10,000 |
| impact driver | Rotary and CSG > My default sub-theme | 71 | 7 | 18 | 39 | 7 | 10,000 |
| power tools | power tools > My default sub-theme | 91 | 7 | 65 | 9 | 10 | 7,978.63 |
| milwaukee tool | mentioning the own brand > My default sub-theme | 60 | - | - | - | 60 | 7,827.72 |
| brushless motor | motor (type, power, specs) > My default sub-theme | 126 | 7 | 4 | 92 | 23 | 6,665.06 |
| cordless tools | cordless > My default sub-theme | 48 | 24 | 5 | 14 | 5 | 6,444.43 |
| hammer drill | Rotary and CSG > My default sub-theme | 53 | 5 | 20 | 25 | 3 | 5,562.46 |
| impact wrench | Rotary and CSG > My default sub-theme | 52 | 3 | 15 | 14 | 20 | 4,986.10 |
| circular saw | Rotary and CSG > My default sub-theme | 30 | 8 | 1 | 20 | 1 | 4,902.06 |
| tight spaces | workspace (confined, tight, narrow, dark...) > My default sub-theme | 36 | - | 8 | 13 | 15 | 4,853.81 |

2

Welche Folgen im Umgang mit den Verbrauchern?

Beispiele von Erhebungsmodi „vorher“

Wie erhält man diese Outputs im distanzierten Corona-Alltag?

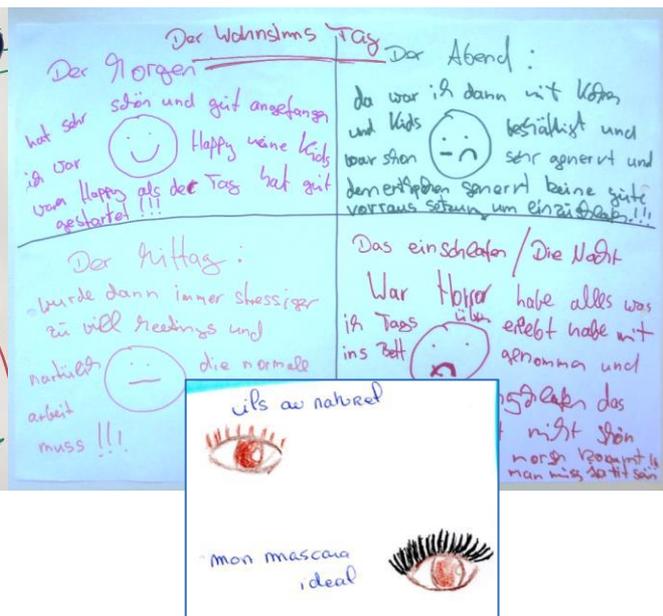
(Marken)Collage



Free Sorting/ Clustering

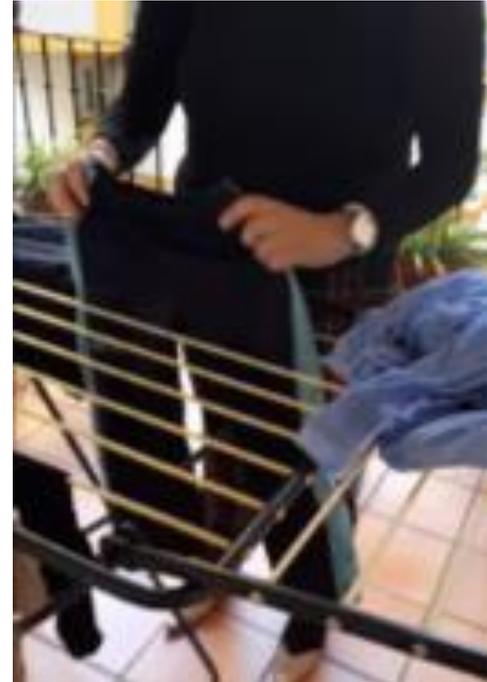


Freie Zeichnungen



Sensorik-Studie in Spanien, Thema: Duft der frisch gewaschenen Wäsche

Besuch bei den Teilnehmerinnen zu Hause (in Begleitung eines Parfümeurs)



Macht es einen Unterschied, ob wir die Menschen physisch erleben oder nicht? Die Challenge!

- ▶ Finden Sie nun in Untergruppen heraus, wie die Interviews, die in Transkriptform vorliegen, abliefen: **physisch oder digital... bzw. welche Nähe/ Ferne empfinden Sie dabei?**
- ▶ 3 break-out rooms mit jeweils unterschiedlichen Themen. Sie werden zufällig zugeordnet und haben dort 15 Minuten Zeit. Rufen Sie hierfür die Unterlagen passend zu Ihrem Gruppenthema auf.
 1. **Bäcker in Deutschland**
 2. **Wasserboiler in Vietnam**
 3. **Haarcoloration in England**
- ▶ Halten Sie die Ergebnisse fest und schreiben Sie diese anschließend im Chat, wenn Ihre Gruppe aufgerufen wird.
- ▶ Viel Glück! (nein, es gibt keine Extra-Punkte für die **Scheinklausur...**)

Ergebnisse der Challenge: Die Bäcker



Transkript #1

Transkript #2

via Teams

per Telefon!



Ergebnisse der Challenge: Die Boiler



Transkript #1

via Teams

Transkript #2

Face-to-Face/in-home



Interviews in Vietnam, Thema: elektrische Warmwasserbereiter

Durchführung vor Ort

im Privathaushalt



Hai Phong - Male, 59 years old

Ladenbesuch mit Probanden



Interviews in Vietnam, Thema: elektrische Warmwasserbereiter

Durchführung per Teams

im Privathaushalt



The water heater



The switch

Ergebnisse der Challenge: Die Coloration



Transkript #1

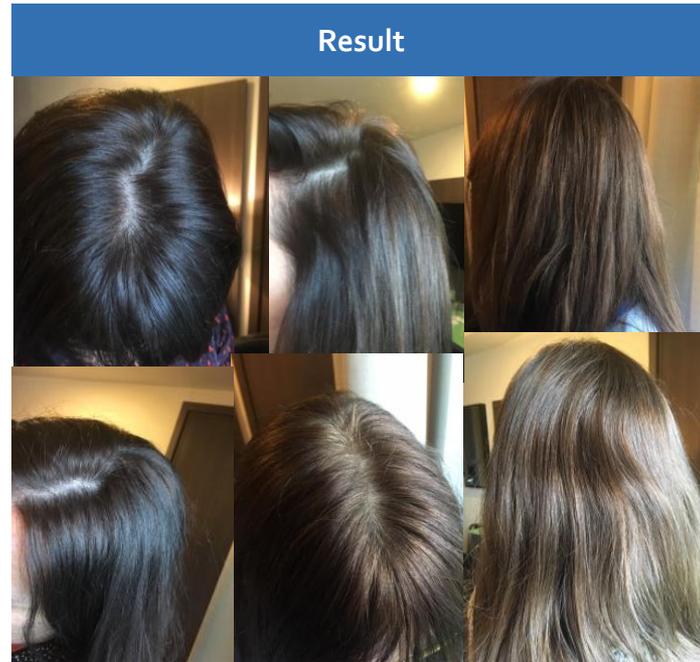
Transkript #2

**Face-to-Face,
Tagungsraum Hotel**

via Teams

Interviews in England, Thema: Haarcoloration

Durchführung face-to-face



Interviews in Frankreich, Thema: Haarcoloration

Durchführung über Teams



Fazit der Challenge:
And the winner is...

**Empathie – denn sie kann technische Hürden
überwinden!**

Interviews in Deutschland, Thema: Glätteisen

Durchführung über Zoom



Tagebuch & Forum in Deutschland & Frankreich zum Thema Schmelzkäse

Durchführung: Online, asynchron, über 7 Tage



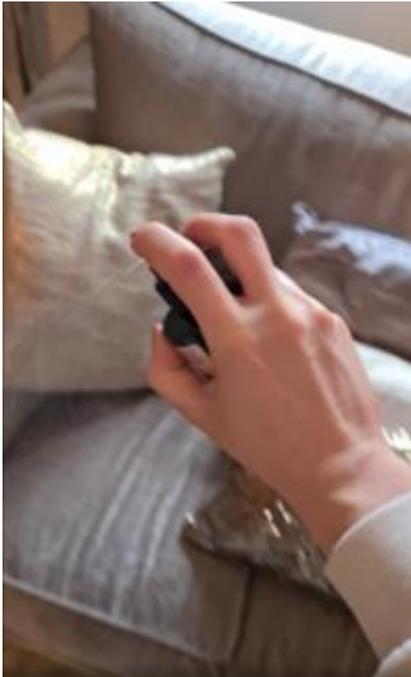
Tagebuch & Forum in Deutschland zum Thema Ziegenkäse

Durchführung: Online, asynchron, über 7 Tage



Tagebuch & Forum in Frankreich und UK zum Thema Desinfektion

Durchführung: Online, asynchron, über 7 Tage



2 Gruppendiskussionen in Deutschland zum Thema Allgäuer Bier Durchführung über Teams



Digitale Ethnographie: Chancen im Umgang mit den Verbrauchern

- ▶ **Bessere Streuung der Zielgruppen und dadurch Repräsentativität der Ergebnisse:**
 - ▶ **Ländliche und peri-urbane Areale** endlich berücksichtigt!
(bisher Studios überwiegend in A-Zone im Zentrum der Großstädte)
 - ▶ **Sehr beschäftigte Zielgruppen** besser digital erreichbar (bisher Anfahrt in Großstädten sehr aufwändig und abschreckend) => Es gilt nun die Netto-Zeit des Interviews, was eine Terminierung „zwischendurch“ erlaubt.
 - ▶ Generell **mehr Menschen für Marktforschung offen**, weil niemand mehr „ins Haus“ kommen muss.
Gefühl der Kontrolle bei Videokonferenz höher.
- ▶ **Teilweise erhöhte Validität der Ergebnisse bzw. tieferes Verständnis der Verbraucherbrille:**
 - ▶ Im Biotop der Menschen und dadurch **wahre Einblicke in ihren Alltag** (Amazon klingelt an der Tür, der Hund bellt, das Kind schreit, die Waschmaschine schleudert, die Zigarette wird angezündet...)

Digitale Ethnographie: Risiken und Nebenwirkungen

- ▶ **Stichwort „digital divide“:** Vernachlässigung der digital-fernen Zielgruppen
- ▶ **Sensorik-Forschung** nur eingeschränkt möglich
- ▶ Umgang mit **vertraulichen Prototypen** erschwert
- ▶ **Gruppendynamische Prozesse** online schwierig
(online: linearer/ geordneter/ langsamer vs. physisch: zirkulärer/ spontaner/ schneller)

3

Welche Folgen auf unsere Arbeitsprozesse
und interne Organisation?

Chancen der Digitalisierung für unsere Arbeitsprozesse

- ▶ **Reiseaufwand der Moderator*innen extrem reduziert**
 - ▶ **Bessere Kompatibilität von Familie und Beruf** (sehr erfreulich für den überwiegend weiblich besetzten Berufszweig), weniger Müdigkeit/ Unfälle/ Krankheiten
 - ▶ **Schont Umwelt und Portemonnaie** (dadurch auch Senkung des Preises des Endprodukts „Marktforschung“, was es auch attraktiver macht)
 - ▶ **Produktivität erhöht:** Jede Arbeitsstunde liefert Mehrwert (vs. am Bahngleis auf einen verspäteten Zug wartend verbracht...); erhöhte Verfügbarkeit für die Kunden/ Auftraggeber, **bessere Serviceleistung**

Risiken und Nebenwirkungen der Digitalisierung

- ▶ Verschwinden der **Supplier in unserer Lieferkette**: die Feldstudios, die von Raummiete leben, sind die aktuellen Quellen für die Probandensuche
- ▶ **Abhängigkeit von EDV/ Software/** dramatische Erhöhung der Fixkosten
- ▶ Hohe **Anforderungen an digitale Affinität der Mitarbeitenden**
- ▶ **Abgrenzung beruflich-privat wird unscharf**, Risiko der Hyperkonnektivität
- ▶ **Kommunikationsverluste** bei einzelnen Teammitgliedern auf Distanz. Welches **Wir-Gefühl**?
- ▶ **Schwierigkeiten beim Anlernen** der Anfänger/ Neuzugänge allgemein, wenn nicht vor Ort und live
- ▶ Brainstorming-“Schübe“, **kreative und informelle Momente fehlen**
- ▶ **Es macht einfach Spaß, beisammen zu sein und zusammen zu arbeiten** (und auch das Büro zu verlassen)

Transformation at Work und Idealisierung des Home Office? England, Ende 19. Jhdt.: Heimarbeit als « Sweating system » bekannt

Die Spitzenklöpplerin



Die Schneiderinnen



Heimarbeit vs. Fabrik

- Was bietet mehr Schutz?

Zu Beginn des 19. Jahrhunderts wurde die Frau unverschämter ausgebeutet als die männlichen Arbeiter. Die Heimarbeit bedeutete das, was die Engländer *sweating system* nennen. Trotz ununterbrochenen Schuftens verdiente die Arbeiterin nicht genug, um ihre Bedürfnisse decken zu können. Fälle von schändlichem Mißbrauch werden von Jules Simon in *L'ouvrière* und sogar von dem konservativen Leroy-Beaulieu in seiner 1873 veröffentlichten Schrift *Le travail des femmes au XIX^e* angeprangert. Der Autor erklärt, daß mehr als zweihunderttausend französische Heimarbeiterinnen nicht einmal fünfzig Centimes pro Tag verdienen. Daher kann man verstehen, warum sie, so schnell es ging, in die Fabriken abwanderten, zumal es außerhalb der Werke bald nur noch Nähen, Waschen und Hausarbeit für sie gab – lauter Sklavenarbeit für einen Hungerlohn. Sogar die Fertigung von Spitzen, Wirkwaren etc. wird von der Fabrik übernommen, dafür gibt es aber massenhaft Stellenangebote in der Baumwoll-, Woll- und Seidenindustrie. Die Frauen werden hauptsächlich in den Spinnereien und Webereien eingesetzt. Den Unternehmern sind sie oft lieber als Männer. «Sie arbeiten besser und für weniger Lohn.» Diese zynische Formulierung wirft ein Schlaglicht auf das Drama der Frauenarbeit. Durch die Arbeit nämlich hat die Frau ihre Menschenwürde erkämpft, aber es war ein außerordentlich harter und langwieriger Kampf.

Simone de Beauvoir - „Das andere Geschlecht“

Danke für Ihre Aufmerksamkeit

Bitte nehmen Sie
mit uns Kontakt auf!



Spontanbewerbungen für Pflichtpraktika
werden aufmerksam gelesen – Feedback
versprochen



Natacha Dagneaud

Séissmo – Markt und Forschung

Mannheim (Germany)

dagneaud@seissmo.com