Desk Research

Desk Research bezeichnet die Recherche auf Basis bereits vorhandener Informationen und Quellen. Im Gegensatz zu Beobachtungen, Interviews oder Tests mit Nutzer*innen werden dabei keine neuen Daten im direkten Kontakt mit Personen oder Situationen erhoben. Stattdessen werden bestehende Materialien ausgewertet, um ein Themenfeld besser zu verstehen, relevante Zusammenhänge zu erkennen und vorhandenes Wissen für den weiteren Designprozess nutzbar zu machen.

Desk Research ist häufig ein früher Bestandteil der *Discover!*-Phase. Sie hilft dabei, sich einen Überblick über ein Thema zu verschaffen, bestehende Produkte und Lösungen kennenzulernen, technologische Entwicklungen zu verstehen und erste Fragen für die weitere Recherche zu formulieren. Gleichzeitig kann sie dabei helfen zu erkennen, welche Aspekte eines Themas bereits gut untersucht sind und an welchen Stellen noch offene Fragen oder mögliche Design Opportunities bestehen.

Was wird recherchiert?

Abhängig vom Projekt können sehr unterschiedliche Informationen relevant sein. Dazu gehören beispielsweise bestehende Produkte, vergleichbare Projekte, wissenschaftliche Veröffentlichungen, Marktberichte, technische Dokumentationen, Patente, Herstellerinformationen, Videos, Presseartikel, historische Beispiele oder Beiträge aus Fachmedien. Auch Online-Shops, Foren, Nutzerbewertungen und soziale Medien können interessante Hinweise darauf geben, wie Produkte tatsächlich wahrgenommen und verwendet werden.

Wichtig ist, nicht ausschließlich nach direkten Wettbewerbern oder bereits bekannten Lösungen zu suchen. Oft entstehen interessante Erkenntnisse gerade durch den Blick in benachbarte Themenfelder. Wer beispielsweise an einem neuen Audioobjekt arbeitet, kann nicht nur Lautsprecher und Kopfhörer untersuchen, sondern auch Interfaces, Musikinstrumente, Möbel, Wearables, Assistive Technologies oder andere Produkte, bei denen physische Interaktion eine wichtige Rolle spielt.

Recherche ist mehr als eine Bildersammlung

Desk Research bedeutet nicht, möglichst viele Bilder oder Links zu sammeln. Entscheidend ist, die gefundenen Informationen zu vergleichen, zu bewerten und in Beziehung zueinander zu setzen. Bei einem bestehenden Produkt kann beispielsweise untersucht werden, für welche Zielgruppe es entwickelt wurde, welches Problem es adressiert, welche Funktionen es bietet, wie die Interaktion gestaltet ist und welche Stärken oder Schwächen erkennbar sind.

Aus einzelnen Fundstücken sollte deshalb schrittweise ein Verständnis des Themenfeldes entstehen. Referenzen können gruppiert, verglichen und nach bestimmten Kriterien geordnet werden. So lassen sich wiederkehrende Muster, etablierte Lösungen, Unterschiede oder bislang wenig untersuchte Bereiche erkennen.

Quellen kritisch bewerten

Nicht jede gefundene Information ist gleichermaßen verlässlich. Herstellerseiten verfolgen andere Ziele als wissenschaftliche Veröffentlichungen, journalistische Beiträge oder unabhängige Produkttests. Auch Nutzerbewertungen können wertvolle Hinweise enthalten, stellen jedoch individuelle Erfahrungen dar und sollten entsprechend eingeordnet werden.

Deshalb sollte immer nachvollziehbar bleiben, woher eine Information stammt. Quellen sollten während der Recherche direkt dokumentiert werden. Bilder, Texte oder Diagramme sollten nicht ohne Herkunftsnachweis auf

einem Projektboard gesammelt werden. Eine saubere Dokumentation erleichtert später außerdem die Bewertung und erneute Nutzung der Recherche.

Desk Research und Field Research

Desk Research und Field Research ergänzen sich. Desk Research zeigt häufig, was bereits bekannt ist, welche Lösungen existieren und wie ein Themenfeld bisher beschrieben wird. Beobachtungen oder Gespräche mit Nutzer*innen “im Feld” (Field Research) können dagegen zeigen, wie Situationen tatsächlich im Alltag stattfinden.

Zwischen beiden Perspektiven können interessante Unterschiede entstehen. Ein Produkt kann beispielsweise laut Hersteller besonders einfach zu bedienen sein, während Beobachtungen zeigen, dass Nutzer*innen regelmäßig Schwierigkeiten damit haben. Solche Unterschiede können wichtige Ausgangspunkte für einen Designprozess sein.

Vom Fundstück zum Insight

Die Ergebnisse der Desk Research sollten im weiteren Verlauf verdichtet werden. Dabei geht es darum, aus einzelnen Informationen relevante Erkenntnisse abzuleiten. Eine Beobachtung wie

Viele aktuelle Audioprodukte werden hauptsächlich über Smartphones und Touchscreens gesteuert.

kann beispielsweise zu der Frage führen:

In welchen Nutzungssituationen ist ein Touchscreen möglicherweise nicht die geeignete Form der Interaktion?

Daraus können weitere Recherche, eine Hypothese oder eine Forschungsfrage entstehen.

Dokumentation

Desk Research sollte kontinuierlich dokumentiert und strukturiert werden. Dazu gehören Quellenangaben, kurze Beschreibungen der Fundstücke sowie eine Erklärung, warum eine Referenz für das eigene Projekt relevant ist. Besonders hilfreich ist es, nicht nur zu dokumentieren, *was gefunden wurde*, sondern auch, *was daraus gelernt wurde*.

Eine gute Desk Research liefert deshalb nicht einfach eine Sammlung vorhandener Lösungen. Sie schafft ein Verständnis für das Themenfeld und bildet eine Grundlage dafür, anschließend gezielter beobachten, fragen, experimentieren und gestalten zu können.

From:
https://wiki.ct-lab.info/ - **Creative Technologies Lab | dokuWiki**

Permanent link:
https://wiki.ct-lab.info/doku.php/extras:wissikon:research-methods:desk-research?rev=1789393778

Last update: **2026/09/14 13:49**