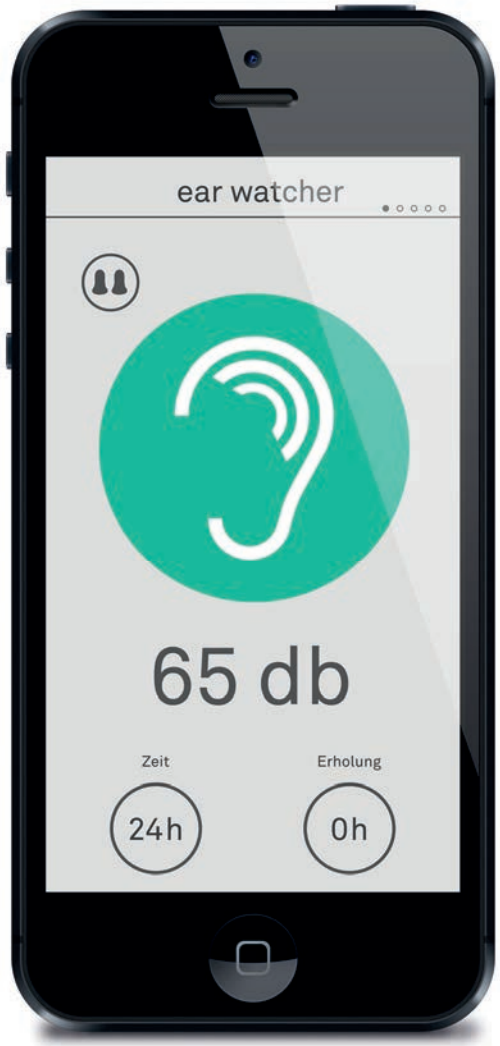
ear watcher



Miriam Brack | Soyeon Kim | Alun Meyerhans | Sarah Stängl | Sarard Widmaier

Problem

Schätzungsweise 1/10 der Schweizer Bevölkerung leidet an Tinnitus und fast alle von uns haben den nervigen Phantomton schon einmal selbst erlebt. Tinnitus kann ein irreversiblen Defekt der Haarsinneszellen verursachen und zieht für die Betroffenen schwere psychische Folgen mit sich. Umso unglaublicher also, dass nicht mehr Präventionsarbeit geleistet wird.

Umfrage

Um mehr über die konkreten Vorkenntnisse und Bedürfnisse unserer Zielgruppe zu erfahren, begann dieses Projekt mit einer Umfrage.

Hauptaussagen:
Nur 2 von 30 Befragten tragen regelmässig Ohrapax.
Die Gründe wieso sie nicht getragenwerden:
sieht nicht gut aus, Muskik tönt nicht gleich
Vielen ist das Problem garn nicht bewusst

1. Age?
2. Describe Tinnitus?
3. Have you ever had a ringing in your ears?
    - yes
    - no
    - I have Tinnitus
4. What do you think, how can you get Tinnitus?
5. Do you often go to clubs or concerts?
    - rarely
    - once per week
    - several times per week
6. How many hours per week?
7. Do you wear earplugs at clubs or concerts?
8. Why do (don‘t) you wear earplugs?
9. Did you ever think about that loud sounds over a longer period of time can damage your hearing?
10. What would be necessary for you to start earing earplugs?

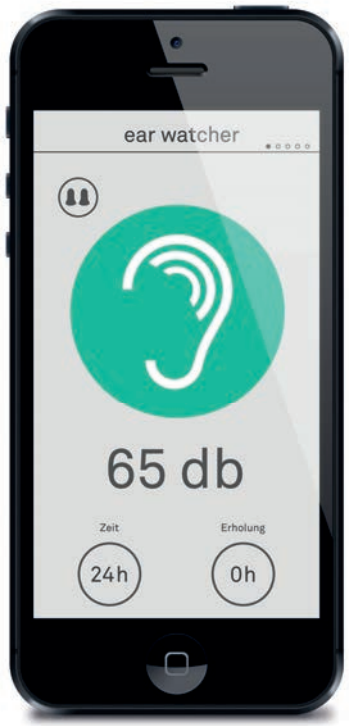
Lösung

Unsere App «ear watcher» spricht die Zielgruppe 16–30 jähriger Konzert- und Klubbesucher an, macht auf die Gefahr von Tinnitus aufmerksam und animiert die Benutzer dazu, Gehörschutz zu tragen.
Einzigartig ist die dargestellte Korrelation der Lärmhöhe in Dezibel und der Zeitspanne, nach welcher man sein Gehör unbeding schützen sollte. Ausserdem beinhaltet die App wichtige Hintergrundinformationen, einen integrierten Hörtest und Beispiele, welche das Hören mit Tinnitus simulieren.

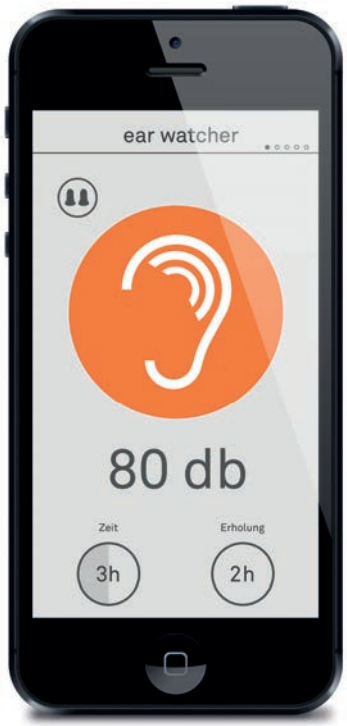
ear
watcher

ear watcher

Auf der Frontpage erkennt der Benutzer anhand der verschiedenfarbigen Ohren auf einen Blick ob sein Gehör in diesem Moment gefärdet ist oder nicht.
Der grüne Bereich geht von 0-80 Dezibel
Der orange Bereich von 80-100 Dezibel
Der rote Bereich 100+
Bei Anwählen des Ohropax Knopf werden die Schwellenwerte der Farbcodierung entsprechend gesenkt.



Im grünen Bereich kann ich mich auf unbegrenzte Zeit aufhalten. Mein Gehör braucht keine Erholung.

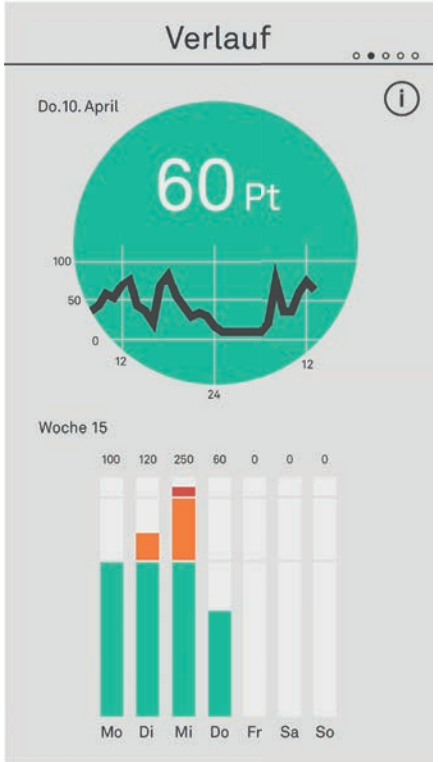


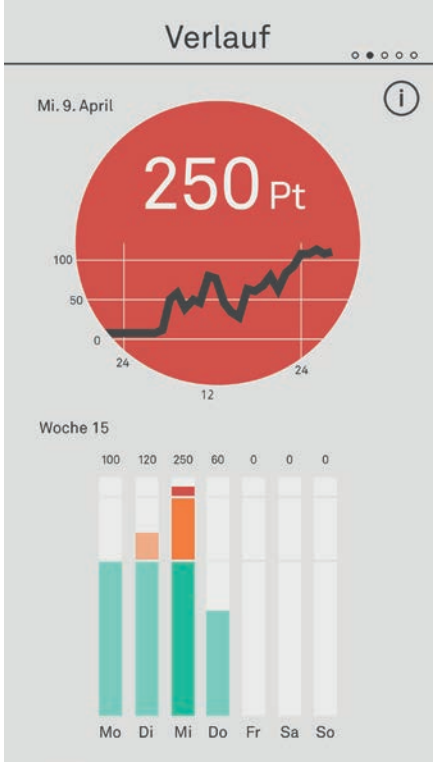
Im orangen Bereich bei 80 db kann ich mich maximal 6 Stunden aufhalten. Mein Gehör muss sich nach 3 Stunden bereits mindestens 2 Stunden erholen können.

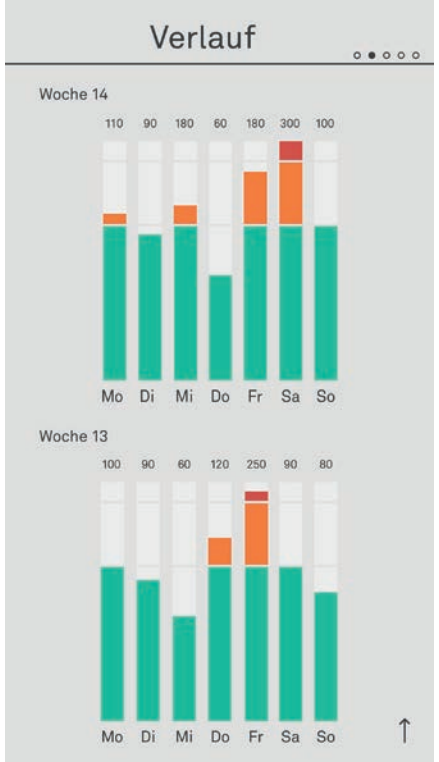
Im roten Bereich hier bei 100 db kann ich mich maximal 2 Stunde aufhalten. Mein Gehör muss sich nach 1 Stunde mindestens 10 Stunden erholen können.

Verlauf

Die Seite «Verlauf» gibt dem Benutzer einen Rückblick über seine Lärmbilanz des Tages und der Woche.





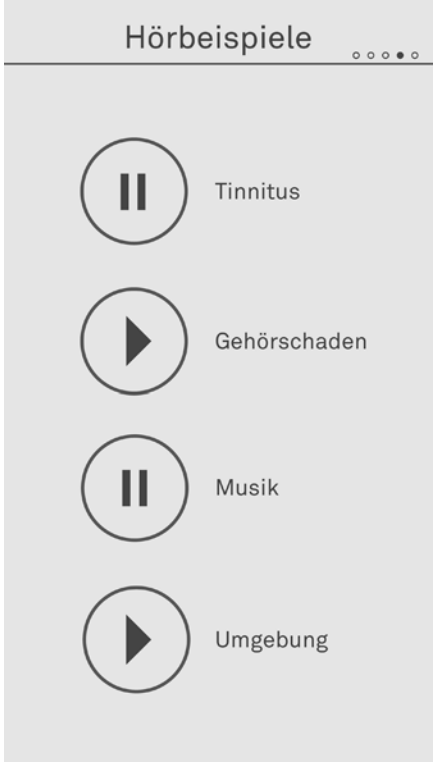


Hörtest

Auf der «Hörtest» Seite kann der Benutzer testen, wie gut er hört. Dabei wird ein Ton in verschiedenen Frequenzen abgespielt, der stetig lauter wird. Sobald der Ton gehört wird, klickt man auf den Kreis und durch dieser Zeitdauer wird das Resultat ermittelt.

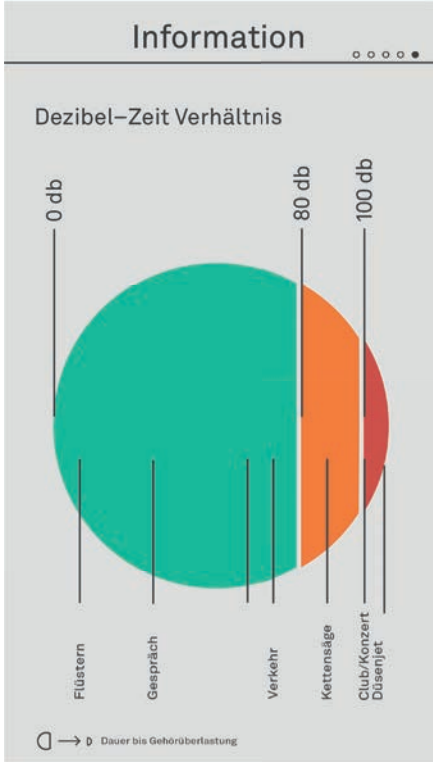
Hörbeispiele

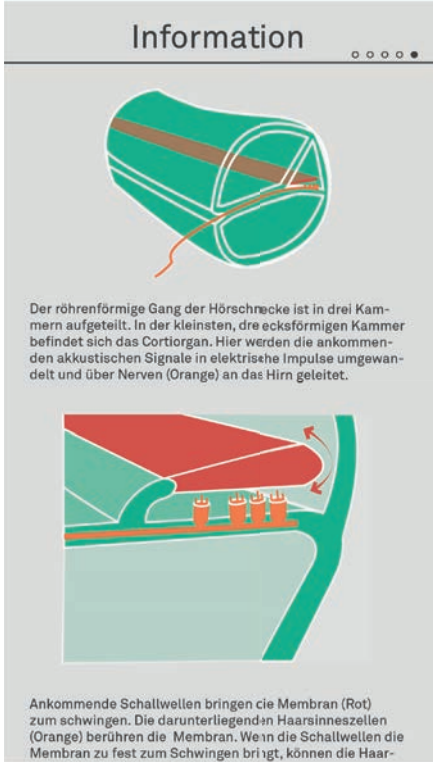
Auf der Seite «Hörbeispiele» kann sich der Benutzer Musik und Umgebungsgeräusche mit einem Tinnitus Geräusch oder anderem Gehörschaden anhören und diese beliebig kombinieren.



Information

Wie entsteht Tinnitus? Was passiert mit meinem Gehör?
Unter der Seite «Informationen» gibt es eine Illustrationsreihe zur Erklärung des organischen Defekts der Haarsinneszellen im Innenohr.
Der Abstraktionsgrad ist so gewähl, dass die komplexen wissenschaftlichen Sachverhalte auf die wesentlichen Hauptaussagen heruntergebrochen werden. Ziel ist es, dass alle Benutzer der Zielgruppe 16-30 Jähriger mit verschiedenen Vorkentnissen den Inhalt verstehen können. Dementsprechend auch die einfache wortwahl im Begleittext, der möglichst knapp gehalten wurde.
Der betrachter wird durch einen „Zoom-In“ an die kleinen zellstruckturen herangeführt. Auf diese Weise ist eine präzise Lokalisation möglich.





The Business Model Canvas

Designed for: EARWATCHER

Designed by: ALUN MIRIAM SARAH SUE SARARD

APRIL 2015

Key Partners

SUVA

INSURANCES

SCHOOLS

PUBLIC INSTITUTIONS

GOVERNEMENT

Key Activities

What Key Activities do our Value Propositions require? Our Distribution Channels? Customer Relationships? Revenue streams?

DESIGN, PROGRAMM APP

ADVERTISE VIA SOCIAL MEDIA

Key Resources

What Key Resources do our Value Propositions require? Our Distribution Channels? Customer Relationships? Revenue Streams?

US AAAAA

Value Propositions

What value do we deliver to the customer? Which one of our customer's problems are we helping to solve? What bundles of products and services are we offering to each Cust Which customer needs are we satisfying?

HEALTH

SAFETY

AWARENESS

APP - all relevant information on one glance

Customer Relationship

What type of relationship does each of our Customer

NO DIRECT CUSTOMER RELATIONSHIP

Channels

Through which Channels do our Customer Segments want to be reached? How are we reaching them now? How are our Channels integrated? Which ones work best? Which ones are most cost-efficient? How are we integrating them with customer routines?

SOCIAL MEDIA

CAMPAIGN

Customer Segments

For whom are we creating value? Who are our most important customers?

YOUNG PEOPLE 16 - 30 YEARS

CLUB / CONCERT GOERS

MUSICIANS / DJ'S

EVERYONE DEALING WITH LOUD ENVIRONEMENT

Cost Structure

What are the most important costs inherent in our business model? Which Key Resources are most expensive? Which Key Activities are most expensive?

ADVERTISING

SALARIES

Revenue Streams

For what value are our customers really willing to pay? For what do they currently pay? How are they currently paying? How would they prefer to pay? How much does each Revenue Stream contribute to overall revenues?

1.- / DOWNLOAD

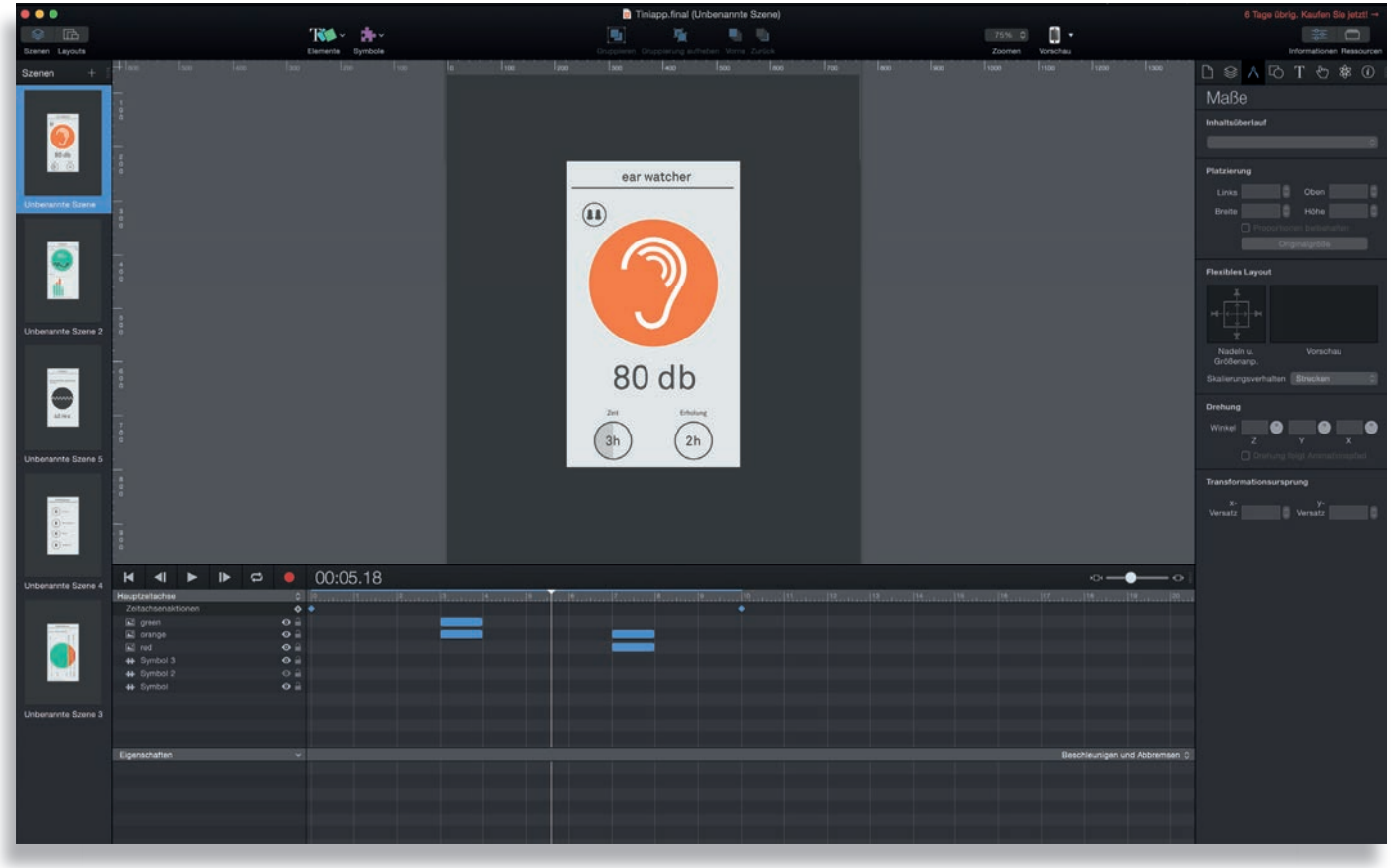
W.....

GESCHÄFTS FÖRDERER.CH

This work is licensed under the Creative Commons Attribution-Share Alike 3.0 Unported License. To view a copy of this license, visit http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/ or send a letter to Creative Commons, 171 Second Street, Suite 300, San Francisco, California, 94105, USA.

Videoclip

Der Videoclip arbeitet mit einer schnellen Abfolge von lauten Geräuschen, welche zusammen einen Beat ergeben. Die Tonspur endet in einem hohen Sinuston.
2/3 des Clips stellen das „Problem“ laute Geräusche dar. Der letzte Drittel zeigt unsere Lösung: die App, kurz vor. Der Filmclip wurde mit Adobe Premiere CS6 erstellt.

Interaktiver Prototyp

Die App wurde als interaktiver Prototyp mit Hype 3 programmiert. Eine Webseite simuliert ihr Aussehen und kann somit auf dem Smartphone ausprobiert werden.