

UX-METHODENKOMPENDIUM

User Experience mit Durchblick

Design4Xperience

Mittelstand-
Digital 

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

ENTWURF

UX Concept Exploration



NORA FRONEMANN
ANNE KRÜGER

MATTHIAS PEISSNER

UX Concept Exploration



LEITFADEN:

Empfohlen. Sehr hilfreich für den Moderator.



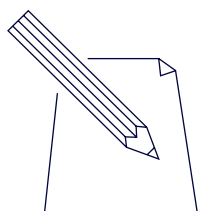
EINVERSTÄNDNIS-ERKLÄRUNG:

Erforderlich



TEILNEHMER:

5 - 8



KURZBESCHREIBUNG / ZIEL

Die Methode User Experience Concept Exploration ermöglicht es, gemeinsam mit Nutzern neue Ideen für ein Produktkonzept oder Produkt zu entwickeln. Die entwickelten Ideen lassen sich in Produktfeatures überführen, die einen Beitrag zu einem positiven Nutzungserleben liefern.

BENÖTIGTE EXPERTISE

Hoch



Es wird ein erfahrener Moderator benötigt, da ein relativ großes Methodenrepertoire beherrscht werden muss. Für die Expertenevaluation werden ca. 3-5 UX Experten benötigt.

AUFWAND

Hoch



ca. **1** Stunde pro TN pro Tag

Die Durchführung erfordert insgesamt 2-3 Wochen Zeit.

MATERIAL



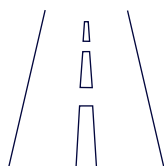
- Einverständniserklärung
- Material zur Präsentation der Szenarien
- Tagebuch für die Ideen der Teilnehmer

QUELLEN



Fronemann & Peissner (2014); Sproll, Peissner & Sturm (2010)

DURCHFÜHRUNG



Die Methode besteht aus drei Phasen. Das Concept Briefing dient dazu, die Teilnehmer mit dem Produkt vertraut zu machen und ihren ersten Eindruck des Produkts festzuhalten. In der Feldphase stellen sich die Teilnehmer die tägliche Nutzung des Produkts vor und ergänzen die für sie wünschenswerten Features. Diese Phase wird mit einem Laddering-Interview abgeschlossen. Anschließend folgt eine Analyse und die Aufbereitung der Daten für eine Expertenevaluation. Auf Basis dieser Bewertung kann ein optimiertes Produktkonzept entwickelt werden.

1. Konzeptphase

In der Konzeptphase wird in einem Workshop mit den Teilnehmern eine kurze Einführung in das Thema User Experience gegeben und das Produkt(-konzept) vorgestellt. Für die Einführung in das UX Mindset kann als Hilfsmittel der Bedürfnisfächer verwendet werden. So haben die Teilnehmer die Möglichkeit, die Bedürfnisse auch während der Feldphase nachzuvollziehen und diese im Erlebnistagebuch zu notieren. Das Konzept wird als Szenario, in dem die Produktnutzung beschrieben wird, präsentiert. Die Teilnehmer sollen ein Verständnis davon erlangen, welchen Funktionsumfang das Produkt hat und in welchen Situationen das Produkt eingesetzt werden kann. Zur Veranschaulichung des Szenarios sind Skizzen und Wireframes sehr hilfreich. Es können aber auch andere Methoden wie beispielsweise ein Rollenspiel verwendet werden.

Nach einem ersten Kennenlernen des Produkts sollen die Teilnehmer den UNeeQ ausfüllen, um die aktuelle Bedürfnisansprache durch das Produkt zu ermitteln.

Abschließend wird der Ablauf der Feldphase besprochen und die Dokumentation mit Hilfe des Erlebnistagebuchs erläutert. Die Teilnehmer erhalten außerdem ihre Erinnerungsgegenstände, die sie während der Woche bei sich tragen sollen.

2. Erinnerungsgegenstand

Der Erinnerungsgegenstand sollte so gestaltet sein, dass er mit dem Produkt assoziiert werden. Außerdem sollte es leicht sein ihn mitzunehmen oder ihn an einem alltäglichen Gegenstand anzubringen. Bsp: Sticker auf dem Smartphone, Wallpaper für PC, etc.

3. Feldphase

Während der Feldphase integrieren die Teilnehmer das fiktive Produkt in ihren Alltag und dokumentieren, wie sie das Produkt nutzen würden. Wichtig ist dabei vor allem zu identifizieren in welchen Situationen das Produkt zusätzlich genutzt werden könnte und um welche Funktionen es dazu erweitert werden müsste. Für die Dokumentation wird das Erlebnistagebuch genutzt.

4. Interview

Das Abschlussinterview gibt noch einmal Aufschluss über die einzelnen Erlebnisse der Teilnehmer und den angesprochenen Bedürfnissen. Ziel ist es die einzelnen Bedürfnisse der Nutzer, die durch das Produkt oder die Erweiterung neuer Funktionen angesprochen wurden zu identifizieren.

Die Interviews werden mit jedem Teilnehmenden einzeln durchgeführt, um ein möglichst genaues Verständnis der einzelnen Aspekte

zu erhalten. Das Interview wird mit der Laddering Technik durchgeführt, die es ermöglicht mit der Frage „Warum?“ immer tiefer zu dem Bedürfnis vorzudringen, dass durch das Produktmerkmal angesprochen wurde. Nach dem alle Erlebnisse besprochen wurden füllen die Teilnehmenden noch einmal den UNeeQ aus. So kann verglichen werden, wie sich die Bedürfniserfüllung durch die neuen Funktionen des Produkts verändert haben.

5. Datenanalyse

Die erhobenen Daten werden analysiert und die Bedürfnisse und Ideen zur Erweiterung des Produkts extrahiert. Die Datenanalyse setzt sich aus den Daten der UNeeQ Fragebögen, den einzelnen Erlebnissen der Probanden und den dazugehörigen Ergebnissen des Laddering zusammen.

Der Vergleich der Ergebnisse der UNeeQ Fragebögen ermöglicht es, gegenüberzustellen, welche Bedürfnisse durch die neuen Produktmerkmale angesprochen wurden.

Den zweiten Teil der Datenanalyse bildet die Ermittlung der Produktmerkmale und der entsprechenden Bedürfnisse anhand der Erlebnisse der Probanden. Jedes einzelne Erlebnis eines Probanden wird in UX Situation, Thema und Bedürfnis gegliedert und daraus das gewünschte Produktmerkmal abgeleitet. Die Vielzahl der einzelnen Erlebnisse lässt sich auf diese Art und Weise zu größeren Clustern nach Themen und Situationen zusammenfassen.

Zur Vorbereitung der Expertenevaluation werden die Ergebnisse zusammengefasst und Doppelungen gestrichen. Anschließend werden die einzelnen Ideen auf ihre Nähe zum ursprünglichen Konzept bewerte. Diese Einstufung erfolgt in vier Kategorien:

- **Kernkonzept**
Das Produktmerkmal ist genauso im Kernkonzept enthalten.
- **Dem Kernkonzept ähnlich**
Das Produktmerkmal hat Ähnlichkeiten mit dem Kernkonzept.
- **Unabhängig, aber integrierbar**
Das Produktmerkmal ist eigenständig vom Kernkonzept, aber integrierbar.
- **Außergewöhnlich, nicht integrierbar**
Das Produktmerkmal ist außergewöhnlich und nicht im Kernkonzept integrierbar.

Die Ideen aus Kategorie zwei und drei werden in einem Fragebogen für die Expertenevaluation zusammengefasst.

6. Expertenevaluation

Eine Gruppe von 3-5 Experten bewerten die neu entwickelten Funktionen auf ihren Beitrag zu einer positiven UX des Produkts. Die Experten sollten alle ein gutes Verständnis von User Experience haben und die gleiche Definition zu Grunde legen, damit die Bewertung der einzelnen Produktmerkmale auf einer einheitlichen Basis stattfindet.

Ein Moderator sollte den Experten das Produktkonzept und anschließend den Fragebogen mit den einzelnen Ideen vorstellen. Nach jeder Beschreibung einer Idee bewerten die Experten anhand des Fragebogens auf einer fünfstufigen Likert-Skala welchen Beitrag das Produktmerkmal zu einer positiven UX des Produktes leistet. Nach diesem Schema werden alle ausgewählten Produktmerkmale bewertet.

Im Anschluss an die Bewertung durch die Experten werden die Fragebögen ausgewertet und die Merkmale, die am besten bewertet wurden ausgewählt. Anhand der ausgewählten Merkmale können dann neue Szenarien entwickelt werden, wie die Produktnutzung für das überarbeitete Produkt aussähe.

Optional:

Nach der Auswertung der Daten kann ein weiterer Workshop mit allen Teilnehmern durchgeführt werden, bei dem die Ergebnisse präsentiert werden. Dieser Workshop eignet sich, um die entwickelten Ideen gemeinsam mit den Teilnehmern weiterzuentwickeln.

7. Quellen

- Fronemann, N., & Peissner, M. (2014). User Experience Concept Exploration: User Needs as a Source for Innovation. In *Proceedings of the 8th Nordic Conference on Human-Computer Interaction: Fun, Fast, Foundational* (S. 727-736). New York: ACM.
- Sproll, S., Peissner, M. & Sturm, C. (2010). From product concept to user experience: exploring UX potentials at early product stages. In *Proceedings of the 6th Nordic Conference on Human-Computer Interaction. Extending Boundaries* (S. 473-482). New York: ACM.



IMPRESSUM

UX-METHODENKOMPENDIUM

Das Projekt Design4Xperience war von Januar 2014 bis Dezember 2016 Teil der Förderinitiative "Einfach intuitiv - Usability für den Mittelstand" die im Rahmen des Fördererschwerpunkts "Mittelstand-Digital - IKT-Anwendungen für die Wirtschaft" vom Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) gefördert wird. Im Kompetenzzentrum Design4Xperience wird diese Arbeit nun fortgesetzt.

KONTAKT

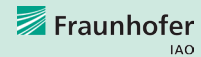
www.design4xperience.de
kontakt@design4xperience.de

LAYOUT

Maximilian Georgi
Benedikt Hilscher
Manuel Kulzer

AUTOREN

Nora Fronemann
Matthias Peissner
Anne Krüger



baden
württemberg:
connected

