

UX-METHODENKOMPENDIUM

User Experience mit Durchblick

Design4Xperience

Mittelstand-
Digital 

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

ENTWURF

UX Concept Inspiration



UX Concept Inspiration



LEITFADEN:
Empfohlen. Sehr hilfreich
für den Moderator

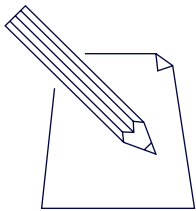


**EINVERSTÄNDNIS-
ERKLÄRUNG:**
Nicht erforderlich



TEILNEHMER

1 - 10



KURZBESCHREIBUNG / ZIEL

Die Methode User Experience Concept Inspiration ermöglicht es alleine oder innerhalb eines Entwicklungsteams innovative Konzepte für User Interfaces zu entwickeln.

BENÖTIGTE EXPERTISE

Mittel



Das Briefing benötigt einen erfahrenen Moderator mit Fachwissen, danach kann die Methode autark von den Teilnehmern durchgeführt werden.

AUFWAND

Hoch



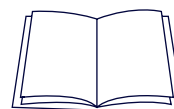
ca. **1** Stunde pro TN pro Tag
Die Durchführung erfordert insgesamt ca. 1-2 Wochen Zeit.
Dabei gibt es unterschiedlich zeintensive Phasen.

MATERIAL

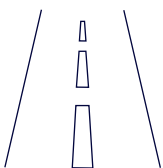


- Bedürfnisfächer
- EmpathyMap
- IdeaMap
- Haftnotizen
- Stifte

QUELLEN



Krüger, A. E. ; Fronemann, N.; Peissner, M.: Das kreative Potential der Ingenieure: Menschzentrierte Ingenieurskunst. Stuttgarter Symposium für Produktentwicklung, Stuttgart, 2015



DURCHFÜHRUNG

Die Methode besteht aus drei Phasen. Briefingphase: Nach Inputs zu UX und Design Thinking wird in einem gruppenspezifischen Prozess eine exemplarische Bedürfnispersona entwickelt. Anschließend werden Anwendungsszenario sowie relevante Bedürfnisse für das zu entwickelnde User Interface definiert. In der Feldphase versetzen sich die Teilnehmer jeweils einen Tag in ein relevantes Bedürfnis in einem geführten Empathieprozess und generieren basierend darauf Ideen mithilfe der IdeaMap. Anschließend erfolgt Zusammenführung und Evaluation der generierten Ideen im Team.

1. Tag Briefing

Zunächst erfolgt am ersten Tag ein Briefing der Teilnehmer bezüglich des Ablaufs der Methode, des Umgangs mit den Unterlagen sowie der Vermittlung allgemeiner Regeln zum kreativen Arbeiten. Darüber hinaus sollten an dieser Stelle der Nutzungskontext bzw. das Anwendungsszenario sowie die relevanten Bedürfnisse für die zu entwickelnde Schnittstelle definiert werden, wenn dies nicht schon im Vorfeld geschehen ist.

Anschließend erfolgt der erste Teil der Empathiephase mit der gemeinsamen Erstellung einer beispielhaften Bedürfnispersona mithilfe der EmpathyMap.

2.-4. Tag Feldphase

An darauffolgenden Tagen werden pro Tag mit je einem Bedürfnis im Fokus die folgenden Schritte durchlaufen: Kick-Off, Empathie, Reflektion und Ideenfindung.

Tipp: Die Reihenfolge der Schritte sollte beibehalten werden, jedoch können diese auf verschiedene Tage sowie Uhrzeiten verteilt werden. Je nachdem, wann es für dich in den Alltag passt bzw. wann du am kreativsten bist.

Kick-Off

- a) eine Achtsamkeitsübung (z.B. Wechselatmung)
- b) Bedürfnissteckbrief im Fächer lesen
- c) Arbeit mit der EmpathyMap - Brainstorming bzgl. der persönlichen Meinung über das Bedürfnis: Wie kann sich das Bedürfnis noch ausdrücken? In Verhaltensweisen? Sprache? Gesten? Handlungen? etc.

Tipp: Hier kann man als Inspiration z.B. an reale Personen denken, die deiner Meinung nach eine verstärkte Ausprägung des Bedürfnisses haben.

Empathie

Einlassen auf das Bedürfnis, hierbei einerseits Selbstbeobachtung (Wie drückt sich das Bedürfnis bei mir persönlich aus? Wo und wie tritt es besonders auf? Wann wird es mir bewusst, dass ich das Bedürfnis habe? usw.) und Nachahmung von Personen mit einer extremen Ausprägung dieses Bedürfnisses (Hierbei auf die Erkenntnisse aus dem Brainstorming vom Kick-Off des Tages zurückgreifen: Kontrolliert z.B. deiner Meinung nach eine Person mit einem hohen Sicherheitsbedürfnis immer ob die Herdplatten aus sind, dann probiere das ruhig einmal aus und schaue wie das auf dich wirkt).

Reflektion

Mithilfe der EmpathyMap wird jeden Tag reflektiert, was man über den Tag mit dem Bedürfnis erlebt und herausgefunden hat.

Tipp: Notiere bzw. ergänze die für dich wichtigen Erkenntnisse zu den Punkten Verhalten, Aussagen etc. Die Erläuterung der Punkte findest du auf der EmpathyMap.

Ideenfindung

Danach beginnt die Arbeit mit der Idea Map (s.unten). Es gilt Ideen z.B. hinsichtlich interaktiver Produkte zu entwickeln, die der Persona helfen, etwas Positives zu erleben. Hierdurch wird angestrebt Ideen zu generieren,

die ein positives Nutzererleben (User Experience) schaffen.

Evaluation

Am letzten Tag schließt sich eine Bewertungsphase an, die z.B. auf den Aspekten des magischen Dreiecks basieren kann. An dieser Stelle können wieder die anderen Teilnehmer oder Kollegen zur Diskussion der Ideen hinzugezogen werden.

Idea Map

Die Idea Map unterstützt Ideenfindungsprozesse, indem sie einen strukturierten Ablauf vorgibt. Sie kann z.B. für Brainstorming-Sitzungen oder im Rahmen des UX Concept Inspiration eingesetzt werden.

Zunächst werden einzelne Ideen in der »Ideengarage« gesammelt, um dann im »Workspace« zu größeren Ideenblöcken geclustert und erweitert. Hier gilt es zunächst eine hohe Quantität zu generieren und noch nicht zu bewerten. Es wird empfohlen, einzelne Ideen auf Haftnotizen anzubringen. Dadurch können z.B. nach der Dokumentation von Workspaceergebnissen einzelne Ideen wieder in die Ideengarage zurückwandern und stehen so für ein weiteres Clustering bereit. Der Workspace gibt bewusst keine weitere Struktur vor, um eine möglichst breite Anwendungsvielfalt zuzulassen. Hier kann aber z.B. auf Venn-Diagrammen oder Timeline-Abbildungen zurückgegriffen werden. Der Bereich Output ist für die Finalisierung und Aufbereitung von Ideen für die Kommunikation z.B. zum Management gedacht. Hier erst werden die Ideen und Konzepte bewertet.