

Optimierung der User Experience: Untersuchung und Vergleich verschiedener Vorgehensweisen

Cristina Hermosa Perrino
Forschung & Transfer WS 12/13
Informationsdesign
ch095@hdm-stuttgart.de

Kristin Haasler
Forschung & Transfer WS 12/13
Informationsdesign
kh067@hdm-stuttgart.de

Roland Mangold (Betreuer)
Forschung & Transfer WS 12/13
Informationsdesign
mangold@hdm-stuttgart.de

Michael Burmester (Betreuer)
Forschung & Transfer WS 12/13
Informationsdesign
burmester@hdm-stuttgart.de

Abstract

Der erste Teil dieses Papers beschäftigt sich mit der Planung, Durchführung und Auswertung einer Forschungsstudie, die im Rahmen des Moduls Forschung & Transfer im WS 12/13 durchgeführt wurde. Dabei ging es um die optimale Darstellung von Evaluationsergebnissen aus einem Usability-Test und der Valenzmethode. Auffällig war, dass die Teilnehmer Schwierigkeiten hatten, die User Experience auf Grundlage des Valenzmethoden-Ergebnisberichts zu verbessern. Es wurden häufig, entgegen der Aufgabe, Usability-Probleme gelöst oder nur kleine Verbesserungen festgehalten.

Im zweiten Teil des Papers wird, auf Grundlage der Ergebnisse der ersten Studie, eine weitere Forschungsstu-

die geplant. Diese beschäftigt sich ausschließlich damit, eine Strategie für die Generierung von User Experience Ideen zu erforschen. Dafür werden drei verschiedene Teilnehmergruppen definiert, die mit drei unterschiedlichen Treatments Ideen zur Verbesserung des Nutzungserlebnisses einer App generieren sollen. Die Ideen sollen danach durch Experten mithilfe einer Intervallskala bewertet werden, damit die Ergebnisse vergleichbar sind. Somit kann herausgefunden werden, welche Vorgehensweise eine gute User Experience hervorbringen kann.

Keywords: Usability, User Experience, Valenzmethode, Forschungsstudie

1. Einleitung (Fragestellung)

Das Forschungsthema des Wahlmoduls Forschung & Transfer, im Wintersemesters 2012/2013, beschäftigte sich mit der Frage, wie Evaluationsergebnisse aufbereitet werden können, damit Designer, also die Personen, die auf der Basis der Ergebnisse die Gestaltung des evaluierten Produkts verbessern sollen, damit optimal arbeiten können. Herkömmlicherweise werden die Ergebnisse meist in Form eines Berichts weitergegeben (z.B. nach dem Common Industry Format for Usability Tests Reports (CIF)) und sind stark faktenbasiert.

2. Erste Studie

Aus den Ergebnissen der Bachelorarbeit von Wieser (2011) zur iPad-App „Our Choice“ wurden zu einem Usability-Problem und einem Nutzungserlebnis jeweils zwei unterschiedliche Darstellungen von Ergebnisberichten erstellt. Die erste Darstellung war eine herkömmliche, faktenbasierte Darstellung, wie sie Experten vom CIF kennen. Bei der zweiten Darstellung wurden die Ergebnisse als Geschichte aufbereitet.

Wenn Inhalte in eine Geschichte eingebettet werden, können diese anwendungsorientiert in konkreten Situationen wahrgenommen und angewandt werden (Thissen, o. J.). Außerdem kann durch den narrativen Charak-

ter Interesse geweckt und die Motivation gesteigert werden, die Inhalte aufzunehmen und weiterzuverarbeiten. Zusätzlich bietet eine geschichtenbasierte Darstellung laut Thissen (o. J.) die Möglichkeit Hemmschwellen abzubauen, da ein Thema durch eine Geschichte seine Fremdheit und Komplexität verliert.

Im Rahmen des World Usability Days am 8.11.12 in Stuttgart wurden mithilfe der vorbereiteten Materialien Daten erhoben. Jedem Teilnehmer wurde dazu eine Variante der Darstellung des Usability-Problems oder des Nutzungserlebnisses vorgelegt. Sie sollten die Rolle eines Designers einnehmen und aus diesem Blickwinkel heraus Gestaltungslösungen zur Optimierung der Usability oder der User Experience entwickeln. Dadurch sollte untersucht werden, ob und inwieweit die unterschiedlichen Darstellungen die Teilnehmer bei der Generierung von Ideen beeinflussen. Es wurde offen gelassen, in welcher Form die Teilnehmer ihre Ergebnisse festhalten sollen, um auch herausfinden zu können, ob die Ideen eher schriftlich oder in Form von Skizzen festgehalten werden.

Die Teilnehmer hatten die Möglichkeit während der Entwicklung der Ideen mit der iPad-App „Our Choice“ zu interagieren, um auch die vorgelegten beschriebenen Usability-Probleme oder Nutzungserlebnisse besser nachvollziehen zu können.

Anschließend mussten die Teilnehmer einen Fragebogen ausfüllen. In diesem Fragebogen wurden neben soziodemografischen Daten auch Informationen über die Vorerfahrungen im Bereich Usability abgefragt. Zusätzlich sollten die Teilnehmer eine kurze Definition von Usability und User Experience aufschreiben, damit das Verständnis der beiden Thematiken bei der Auswertung der generierten Ideen beachtet werden konnte.

Im Anschluss an die Datenerhebung wurden die Daten auf die Frage hin untersucht, wie die Teilnehmer mit den ihnen vorgelegten Berichten umgegangen sind und mit welcher Darstellung bessere Ergebnisse erzielt wurden.

3. Ergebnisse der ersten Studie

Unter den 31 Teilnehmern waren 9 Designer (z.B. Informationsdesigner). Nur insgesamt 8 Teilnehmer haben ihre Ideen als Skizze visualisiert oder ihre schriftlich festgehaltenen Ideen damit ergänzt. Ein Grund könnte dafür sein, dass die Teilnehmer gehemmt waren, Skizzen anzufertigen, da sie vielleicht nicht darin geübt sind. Möglicherweise waren die Ideen noch nicht konkret genug, dass die Teilnehmer sie skizzieren konnten. Dafür spricht, dass auch die meisten der schriftlich festgehaltenen Ideen nicht sehr konkret waren. Nur spezielle Interaktionen wurden von den Teilnehmern im Detail beschrieben.

3.1 Ergebnisse zu den Usability-Problemen

7 Teilnehmer haben eine faktenbasierte und 8 Teilnehmer eine geschichtenbasierte Darstellung des Usability-Problems bekommen.

Alle Teilnehmer beider Darstellungen haben konkrete Ideen gefunden, mit denen die Usability-Probleme gelöst werden könnten. Somit haben alle Teilnehmer die Aufgabe erfüllt. Die Lösungen ähnelten sich sehr und keine der Ideen war besonders neuartig oder kreativ. Daraus lässt sich schließen, dass Berichte zu Usability-Problemen zu bewährtem, konservativem Problemlösen verleiten und somit zu naheliegenden Lösungen führen.

3.2 Ergebnisse zu den Nutzungserlebnissen

7 Teilnehmer haben eine faktenbasierte und 8 Teilnehmer eine geschichtenbasierte Darstellung des Nutzungserlebnisses bekommen.

4 der 7 Teilnehmer, die die faktenbasierte Darstellung vorgelegt bekamen, suchten im vorgestellten, positiven Nutzungserlebnis nach Usability-Problemen. 4 Teilnehmer haben nur Usability-Probleme festgestellt und somit die Aufgabe verfehlt. Es wurden auch einige Usability-Probleme genannt, die nichts mit dem beschriebenen Nutzungserlebnis zu tun hatten und bezogen sich teilweise auch auf andere Bereiche der App. Zu den selbst genannten Problemen wurden allerdings keine Lösungsvorschläge abgegeben.

3 von 7 Teilnehmern haben Verbesserungsvorschläge zur User Experience erzeugt. Davon waren 2 der Teilnehmer

Laien im Bereich Usability und User Experience. Daher kann angenommen werden, dass Laien sich mit User Experience-Ergebnissen leichter tun. Im menschenzentrierten Gestaltungsprozess (DIN EN ISO 9241-210, 2011) ist das Evaluieren von Gestaltungslösungen anhand der Nutzungsanforderungen ein fester Bestandteil. Daher könnte es sein, dass Personen mit Erfahrung im Bereich Usability vielleicht immer mit der Einstellung an Ergebnisse herantreten, mögliche Probleme finden und lösen zu müssen, damit die letztendlichen Gestaltungslösungen den Nutzungsanforderungen bestmöglich entsprechen. Bei der gestellten Aufgabe ging es jedoch um die User Experience, also darum, positive Erlebnisse zu verstärken oder Erlebnisse neu zu kreieren.

6 der 8 Teilnehmer, die die geschichtenbasierte Darstellung bekamen, haben Ideen generiert, die die User Experience verbessern könnten. Die Ideen waren zumeist Darstellungserweiterungen, wie z.B. das Hinzufügen weiterer Fotos und Videos, verschiebbare Bilder oder zusätzlicher Ton und folglich sehr nah am beschriebenen Erlebnis. Jedoch waren viele Ideen nur kleinere lokale Erweiterungen, die das Erlebnis vielleicht verstärken oder komplettieren würden, jedoch keinen komplett neuen Ansatz bieten. Nur ein Teilnehmer hat eine Idee generiert, die sich wahrscheinlich auf das Gesamterlebnis der App auswirken würde und sich damit stark von den anderen Ideen abgehoben hat. 5 der 8 Teilnehmer sind auch auf Usability-Probleme eingegangen und haben Ideen generiert, um diese zu lösen, obwohl dies nicht Teil der Aufgabe war.

4. Schlussfolgerung

Aus den ausgewerteten Fragebögen und den Testergebnissen lässt sich schließen, dass zu wenig Wissen über User Experience vorhanden ist. Selbst Teilnehmer aus dem Bereich Usability und sogar Teilnehmer, die angeben hatten im Bereich User Experience tätig zu sein, konnten teilweise die Aufgabe nicht lösen. Gründe dafür könnten sein, dass die offizielle User Experience Definition zu allgemein und zu wenig greifbar ist. Zudem gibt es noch keine Strategien, um User Experience zu erzeugen.

Vermutlich herrscht auch die Einstellung vor, dass man positive Erlebnisse dadurch positiver machen kann, indem zuerst alle negativen Probleme beseitigt werden. Dies könnte ein Grund dafür sein, dass so viele Teilnehmer die App auf Usability-Probleme untersucht und teilweise dafür auch Lösungen genannt haben.

Aus den Ergebnissen dieser Studie lässt sich zusammenfassen, dass das Wissen über Usability und die Nützlichkeit von Usability-Testergebnissen sehr hoch ist. Bei den verschiedenen Darstellungsformen gibt es keinen großen Unterschied in der Qualität der generierten Problemlösungen. Spannend erschienen jedoch die Ergebnisse über das Wissen zu User Experience und der Umgang mit Valenzmethoden-Ergebnisberichten.

Im zweiten Teil dieses Berichts wird daher eine weitere Studie geplant. Auf Grundlage der vorher beschriebenen Ergebnisse und aufgestellten Hypothesen soll die optimale Herangehensweise für die Generierung von positiven Nutzungserlebnissen untersucht werden.

5. Fragestellung der zweiten Studie

Die Ergebnisse der ersten Studie zeigen auf, dass viele Teilnehmer Probleme hatten, die Valenzmethoden-Ergebnisberichte zu verstehen und daraus Rückschlüsse für die eigene Arbeit zu ziehen. Die Bachelorarbeit von Schimpf (2012) beschäftigt sich mit der Nützlichkeit von Testergebnissen der Valenzmethode für Designer zur Optimierung der User Experience. Diese Arbeit bestätigt die Ergebnisse, dass Designer durch die Ergebnisse zwar wissen, welche Gestaltungsaspekte bei den Nutzern Gefühle auslösten, es ihnen jedoch an konkreten Informationen fehlt, wie sie das Produkt umgestalten sollten, um eine bessere User Experience zu erreichen oder negative Erlebnisse zu verhindern. Zudem fiel auf, dass sich die Designer fast ausschließlich auf die negativen Erlebnisse konzentriert haben.

Aus diesen Erkenntnissen wurde die Hypothese entwickelt, dass Ergebnisse eines Valenzmethoden-Ergebnisberichts die Designer beeinflussen. Sie fokussieren sich zu sehr auf die negativen Erlebnisse und könnten somit in der Ideenentwicklung von neuen innovativen Gestaltungsaspekten gehemmt werden.

Durch eine neue Versuchsplanung soll die folgende Hypothese verifiziert werden, die aus den Ergebnissen der ersten Studie abgeleitet wurde:

Die gesamte User Experience eines Produkts kann stärker durch den Einsatz von User Experience-Workshops verbunden mit Kreativitätstechniken verbessert werden, als durch Weiterentwicklung auf Grundlage eines Valenzmethoden-Ergebnisberichts eines vorherigen Produkts.

6. Auswahl der Testpersonen

Es gibt 3 spezifizierte Hauptgruppen und für diese sollen jeweils zwischen 15-18 Teilnehmer rekrutiert werden. Da es drei unterschiedliche Treatments geben wird, werden die Hauptgruppen unterteilt. Folglich bekommen jeweils ein Drittel der Teilnehmer jeder Hauptgruppe, also jeweils 5-6 Teilnehmer, ein anderes Treatment, damit die Ergebnisse untereinander verglichen werden können.

Eine Gruppe soll aus Personen ohne Kenntnisse über User Experience und Usability bestehen. Aus den Ergebnissen der Datenerhebung am World Usability Day konnte die Hypothese entwickelt werden, dass Laien vielleicht besser mit Valenzmethoden-Ergebnisberichten umgehen können, weil sie nicht mit dem Blick eines Usability-Experten an die Ergebnisse herantreten. Zudem könnte die Effektivität des Workshops (siehe 9.3 Inhalt des User Experience-Workshops) untersucht werden.

Die zweite Gruppe der Testpersonen soll keine User Experience-Kenntnisse aufweisen, jedoch Kenntnisse über Usability haben. Dies bedeutet, dass sie über mindestens drei Jahre Berufserfahrung im Bereich Usability verfügen sollten. Dadurch könnte die Hypothese überprüft werden, dass Usability-Experten durch ihre Arbeitserfahrung in ihrer Vorgehensweise festgefahren sind und daher versuchen Probleme zu finden und zu lösen, anstatt sich auf die Aufgabe, die User Experience zu verbessern, zu konzentrieren (siehe 3. Ergebnisse der ersten Studie).

Für die dritte Gruppe sollen ausschließlich Personen mit guten Kenntnissen über User Experience rekrutiert werden. Dies bedeutet, dass sie über mindestens drei Jahre Berufserfahrung im Bereich User Experience verfügen sollten. Zusätzlich sollten die Teilnehmer geringe bis keine Kenntnisse über Usability haben. Laut Hassenzahl et al. (2008) wird von vielen Personen und Unternehmen User Experience gleichbedeutend zu Usability verstanden, obwohl es große Unterschiede gibt. Daher soll überprüft werden, ob immer noch dieses Verständnis über User Experience vorherrscht und wie gut das Verständnis von User Experience heutzutage ist.

7. Ablauf des Tests

Die Teilnehmer bearbeiten individuell die Aufgabe eine App weiterzuentwickeln.

Das individuelle Bearbeiten der Aufgabenstellung ist wichtig, damit sich die Teilnehmer nicht gegenseitig beeinflussen. Damit wird auch einer Gruppendynamik entgegengewirkt, bei der einzelne Teilnehmer in einer Gruppe nicht genügend zu Wort kommen oder vielleicht gehemmt sind ihre Ideen zu äußern und somit keine ausreichende Beachtung für ihre Ideen finden. Es ist jedoch sehr wichtig, jede einzelne Idee festzuhalten und jedem Teilnehmer die Möglichkeit zu geben, alle seine Einfälle mitzuteilen.

Bei der Aufgabenstellung ist es wichtig, dass den Teilnehmern deutlich wird, dass eine neue Version der vorhandenen App mit großen Veränderungen entwickelt werden soll. Dies ist bedeutsam, da überprüft werden soll, wie der Valenzmethoden-Ergebnisbericht (siehe 8.1 Inhalte des Valenzmethoden-Ergebnisberichts) bei der Generierung neuer Ideen hilft. Eine komplette Neuentwicklung eines Produkts findet in diesem Prozess nicht statt.

8. Aufgabenstellung

Die Teilnehmer bekommen folgende Aufgabenstellung:

„Die AI Gore iPad-App "Our Choice" ist ein interaktives Magazin, das über die globale Erwärmung informiert. Es werden Lösungsansätze präsentiert, die die globale Erwärmung stoppen könnten.

Es soll eine neue Version der iPad-App „Our Choice“ veröffentlicht werden. Dazu soll die vorherige Version stark überarbeitet werden. Die Nutzung soll besonders viel

Spaß machen, also insbesondere erlebnisorientiert sein und bei den Nutzern Emotionen hervorrufen.“

Für die Bearbeitung dieser Aufgabenstellung ist eine Zeitspanne von ungefähr sechs Stunden vorgesehen. Der Grund dafür ist, dass für die Generierung innovativer Ideen weitläufiger gedacht werden muss. Daher brauchen Ideen Zeit. Wenn mehr Zeit zur Verfügung steht, kann das Produkt besser analysiert, aus allen Perspektiven betrachtet und mit vielen verschiedenen Gedanken gespielt werden. Dadurch fällt die Generierung von Ideen leichter (Pricken, 2002). Außerdem blockiert Stress die Bereiche des Gehirns, die für kreatives Denken notwendig sind. Daraus folgt laut Backerra, Malorny & Schwarz (2007), dass ein gestresster Mensch kaum kreative und innovative Ideen generieren kann und Kreativität nur dann erwartet werden kann, wenn sich der Designer in einem entspannten Zustand befindet. Es muss zudem genügend Zeit sein, um an verrückten Ideen arbeiten zu können. Oft werden Ideen verworfen, da die Zeit fehlt, diese auszuarbeiten und/oder sie unmöglich erscheinen. Laut Pricken (2002) liefert der erste Zyklus der Ideenfindung zumeist nur bekannte, oberflächliche oder angepasste Ideenansätze. Es besteht im zweiten Zyklus bereits eine höhere Chance, bessere Ideen zu entwickeln. Es sind mehrere Zyklen möglich und daher sollten die Teilnehmer die Möglichkeit erhalten, an den Ideen weiterzuarbeiten. Pricken (2002) sagt, dass nach 90 Minuten oder länger Lösungen hervorgebracht werden können, die innovativ und einzigartig sind.

Innerhalb der sechsständigen Arbeitszeit ist eine Pause von einer Stunde vorgesehen, die dazu dienen soll in die Phase der Inkubation überzugehen.

Im kreativen Prozess wird dieser Phase eine wichtige Rolle zugeschrieben. In dieser Phase soll laut Backerra et al. (2007) das zu lösende Problem zur Seite gelegt und sich mit etwas völlig anderem beschäftigt werden. In dieser Zeit, in der nicht mehr bewusst an das Problem gedacht wird, kann dieses im Unterbewusstsein weiterverarbeitet und mit bisherigem Wissen kombiniert werden. Auch eine durch Stress bedingte Denkblockade kann dann überwunden werden, damit anschließend neue Denkansätze wieder möglich sind.

Die Teilnehmer können sich ihre Zeit selbst einteilen und den Zeitpunkt ihrer Pause selbst bestimmen. Dadurch wird vermieden, dass die Teilnehmer aus einer besonders kreativen Phase gerissen werden und außerdem wird dadurch die individuelle Arbeitsweise jedes Teilnehmers beachtet und unterstützt.

Eine Pause ist außerdem wichtig, damit die Teilnehmer mit etwas Abstand zur Aufgabenstellung ihre entworfenen Ideen kritisch betrachten können (Pricken, 2002). Eine Reflexion der eigenen Ideen sollte auch erst nach der ersten Arbeitsphase stattfinden, da es laut Backerra et al. (2007) wichtig ist, dass jeder Gedanke nicht sofort bewertet wird. Wenn unmittelbar nach der Generierung der Idee diese reflektiert wird, werden viele Lösungsan-

sätze von Anfang an verhindert, da sie direkt als nicht möglich verworfen werden (Backerra et al., 2007).

Die einzelnen Gruppen der Hauptgruppen bekommen unterschiedliche Treatments. Die Aufteilung ist in der folgenden Tabelle zu sehen:

Legende:

UX = User Experience

VM-EB = Valenzmethoden-Ergebnisbericht

Tabelle 1 zu Teilnehmergruppen und Treatments

	VM-EB einer früheren App-Version	UX-Workshop & VM-EB einer früheren App-Version	UX-Workshop & Kreativitätstechnik Reizwort-Methode
1. Gruppe (je 5-6 Teilnehmer)	Laien	Laien	Laien
2. Gruppe (je 5-6 Teilnehmer)	Usability-Experten, keine UX-Erfahrung	Usability-Experten, keine UX-Erfahrung	Usability-Experten, keine UX-Erfahrung
3. Gruppe (je 5-6 Teilnehmer)	UX-Experten	UX-Experten	UX-Experten

Beim ersten Treatment bekommen die Teilnehmer einen Valenzmethoden-Ergebnisbericht einer früheren App-Version, auf dessen Grundlage neue Ideen entwickelt werden sollen. Dadurch soll untersucht werden, ob und inwieweit ein Valenzmethoden-Ergebnisbericht den Teilnehmern hilft, negative Erlebnisse zu verhindern, positive Erlebnisse weiter auszubauen und neue Erlebnisse zu generieren.

Beim zweiten Treatment nehmen die Teilnehmer an einem Workshop über User Experience (siehe 8.3. Inhalt des User Experience-Workshops) teil und erhalten zusätzlich ebenfalls einen Valenzmethoden-Ergebnisbericht einer früheren App-Version. Es soll geprüft werden, ob ein Workshop den Teilnehmern dabei hilft, mehr Erkenntnisse aus einem Valenzmethoden-Ergebnisbericht zu ziehen und damit dann bessere Lösungen zu erzielen.

Beim dritten Treatment nehmen die Teilnehmer ebenfalls an dem Workshop über User Experience teil und sollen anschließend mithilfe der Reizwort-Methode (siehe 8.2 Kreativitätstechnik - Reizwort-Methode) neue Ideen entwickeln.

Durch den Vergleich der verschiedenen Treatments soll ersichtlich werden, welche Vorgehensweise sinnvoller und wirksamer bei der Generierung einer guten User Experience ist.

8.1 Inhalte des Valenzmethoden-Ergebnisberichts

Für den Valenzmethoden-Ergebnisbericht, den zwei der drei Teilnehmergruppen erhalten, könnten die Ergebnisse aus der Bachelorarbeit von Wieser (2011) als Grundlage dienen. Dieser enthält folgende Inhalte:

Zuerst wird kurz die Durchführung und Auswertung der Valenzmethode beschrieben, damit die Teilnehmer wissen, wie die Daten erhoben wurden. Außerdem bekommt jeder Teilnehmer die Auswertung aller Designelemente mit Aussagen der Teilnehmer und den herausgefundenen Bedürfnissen. Zusätzlich wird die Anzahl der Teilnehmer und die Anzahl der positiven und negativen Marker angegeben.

Diese Auswertung aller Designelemente wird den Teilnehmern wie im folgenden Beispiel vorgelegt:



Abbildung 1: Darstellung eines Designaspekts des Valenzmethoden-Ergebnisberichts (Wieser, 2011)

8.2 Kreativitätstechnik - Reizwort-Methode

Die linke Hirnhälfte ist laut Backerra et al. (2007) eher für das analytische Denken zuständig und die rechte Hirnhälfte, in der eher visuelle Bilder verarbeitet werden, unterstützt die Fähigkeit kreativ zu denken. Somit ist besonders die rechte Gehirnhälfte wichtig, wenn neue innovative Ideen entwickelt werden sollen. Im Berufsleben wird jedoch die linke Gehirnhälfte überbetont und daher wird auch mit dieser Gehirnhälfte rational und logisch nach Lösungen für ein Problem gesucht (Backerra et al., 2007).

Berichte, wie zum Beispiel der CIF, werden oft routiniert abgearbeitet. Wenn nun den Designern Berichte der Valenzmethode vorgelegt werden, werden diese zu sehr mit den bekannten Berichten assoziiert und folglich sofort das logische Denken aktiviert.

Es ist daher wichtig, dass kreative Aufgaben nicht in der gleichen Arbeitsweise bearbeitet werden wie Routineaufgaben, für die nur das logische, analytische Denken eingesetzt wird (Backerra et al., 2007).

Daher soll eine Teilnehmergruppe eine Kreativitätstechnik anwenden, die sich stark von den üblichen Arbeitsweisen unterscheidet und damit nicht das logische Denken anspricht.

Ausgewählt wurde dafür die Reizwort-Methode, die laut Backerra et al. (2007) die Intuition unterstützt. Bei dieser Technik wird als erstes das Problem schriftlich definiert. Anschließend werden Wörter ausgesucht, die keinen direkten Bezug zu dem definierten Problem haben. Dies kann auch durch zufälliges auswählen aus einem Lexikon geschehen (Kolb & Miltner, 1998). Diese Wörter sind die sogenannten Reizwörter und werden anschließend im Hinblick auf ihren Prinzipien, Merkmale, Strukturen

und Gestaltausprägungen von den Teilnehmern analysiert. Daraufhin werden die gefundenen Eigenschaften des Reizworts auf das vorher definierte Problem übertragen und eine Verbindung zwischen beidem hergestellt. So können neue, innovative Ideen entstehen, da aus einer ganz neuen Perspektive auf ein Problem geblickt wird und neue Verbindungen hergestellt werden (Backerra et al., 2007).

Um die Ergebnisse besser vergleichen zu können, werden für alle Teilnehmer, die mit der Reizwort-Methode arbeiten, die gleichen Wörter vorgegeben.

8.3 Inhalt des User Experience-Workshops (Dauer: 1-2 Stunden)

Es fällt Designern anscheinend schwer, auf Grundlage eines Valenzmethoden-Ergebnisberichts zu wissen, wie sie negative Erlebnisse verhindern und positive Erlebnisse erzeugen können (Schimpf, 2012). Ein Grund dafür könnte sein, dass die psychologischen Hintergründe in den Ergebnisberichten meist nicht genau genug erläutert werden. Es werden zwar die Ergebnisse präsentiert, aber es fehlen die daraus gezogenen Erkenntnisse, wie die Erlebnisse verbessert werden können. Somit bleibt die Interpretation und Lösungssuche beim Leser, der aber mit der Thematik vielleicht nicht ausreichend vertraut ist. Daher ist es sinnvoll, sie vorher durch einen Workshop in die Thematik zur User Experience einzuführen.

Der Inhalt des Workshops enthält die Definitionen von Usability und User Experience und wie sie sich unterscheiden. Es werden die Bedürfnisse nach Sheldon, Elliot, Kim & Kasser (2001) vorgestellt, sowie das User Experience-Modell von Hassenzahl (2008, 2010). Folgend werden die Inhalte ausführlich vorgestellt, die im Workshop den Teilnehmern präsentiert werden sollen, damit die Teilnehmer ein gutes Verständnis der Materie bekommen.

8.4 Definition Usability

Bei Usability (Gebrauchstauglichkeit) geht es um das „Ausmaß, in dem ein Produkt durch bestimmte Benutzer in einem bestimmten Nutzungskontext genutzt werden kann, um bestimmte Ziele effektiv, effizient und zufriedenstellend zu erreichen“ (DIN EN ISO 9241-11, 1998). Usability handelt von der Qualität der Nutzbarkeit eines Produkts und konzentriert sich folglich auf die Aufgaben der Nutzer, versucht Nutzungsprobleme und Negatives zu beseitigen, damit die Nutzer ihre Ziele ohne Schwierigkeiten erreichen können und legt dabei Wert auf Objektivität.

8.5 Definition User Experience

User Experience (UX, Nutzungserlebnis) ist in der ISO-Norm 9241-210 (2011) definiert als: „a person's perception and responses resulting from the use and/or anticipated use of a product, system or service“ und beschreibt somit die Wahrnehmungen und Reaktionen ei-

ner Person, die aus der tatsächlichen oder erwarteten Nutzung eines Produkts, Systems oder einer Dienstleistung hervorgehen. Dabei kann es sich um positive, sowie negative Gefühle handeln. Die Valenzdimension bezeichnet dabei die Spannweite der Gefühle von negativ über neutral bis hin zu positiv. Hassenzahl, Burmester & Koller (2008) sagen, dass User Experience als eine Art „Usability plus“ (Hassenzahl, Burmester & Koller, 2008, S.78) zu verstehen ist, da nach Herzberg und Kollegen (1959); zitiert nach Hassenzahl et al. (2008), eine schlechte Usability zu Unzufriedenheit, eine gute Usability aber im Umkehrschluss nicht zur Zufriedenheit führt, sondern nur zu einem neutralen Zustand. Das liegt daran, dass eine schlechte Usability direkte Auswirkungen auf den Nutzer hat und ihn z.B. frustriert, hingegen eine gute Usability als Selbstverständlichkeit und daher nicht explizit wahrgenommen wird. Laut Hassenzahl et al. (2008) ist es ein Bestreben der User Experience, die „Motivatoren“ (Hassenzahl et al., 2008, S.79) zu benennen, die zur Zufriedenheit der Nutzer führen. Ein erlebnisreiches Produkt bleibt länger in Erinnerung der Nutzer, da es Emotionen hervorruft und dadurch eine Bindung erzeugt. Somit geht es bei der User Experience um die umfassende Betrachtung der subjektiv erlebten Produktqualität.

Folglich sind Usability sowie User Experience wichtige Qualitätsmerkmale für interaktive Produkte. Laut Igbaria, Schiffmann & Wieckowski (1994) haben Nutzer zudem eine zufriedene und eher akzeptierende Einstellung gegenüber einem Produkt, wenn dessen Nutzung Spaß macht.

8.6 User Experience-Model von Hassenzahl (2012) und Bedürfnisse nach Sheldon et al. (2001)

Laut Hassenzahl (2012) besteht das User Experience-Model aus drei verschiedenen Ebenen. Die erste Ebene ist die „Warum-Ebene“. Bei dieser Ebene geht es um die Motivation, warum ein Mensch etwas macht und welche Bedürfnisse dem Handeln zugrunde liegen, die Be-Goals. Sheldon et al. (2001) untersuchten in drei Studien zehn verschiedene psychologische Bedürfnisse, die aus verschiedenen Listen von Motivationsforschern stammen, um die wichtigsten Bedürfnisse herauszufinden. Es wurde festgestellt, dass die Bedürfnisse Selbstwert, Autonomie, Kompetenz und Verbundenheit zu den wichtigsten Bedürfnissen gehören. Die Bedürfnisse Sicherheit, Selbstverwirklichung und Körperlichkeit waren weniger wichtig und Popularität, Einfluss, sowie Geld und Luxus wurden als wenig wichtig eingestuft.

Folgend wird eine Übersicht über die Bedürfnisse und deren Bedeutung nach Sheldon et al. (2001) aufgestellt:

01. Selbstwert (Self-esteem): Die Bewertung, die ein Mensch von sich selber hat.
02. Autonomie (Autonomy): Das Bedürfnis nach selbstbestimmtem und selbstgewähltem Vorgehen.
03. Kompetenz (Competence): Das Bedürfnis eine schwierige Aufgabe erfolgreich zu meistern.

04. Verbundenheit (Relateness): Das Bedürfnis sich einem persönlich wichtigen Menschen nahe zu fühlen.
05. Stimulation (Pleasure): Das Bedürfnis neue Gefühle zu empfinden, neue Aktivitäten zu erleben und intensive physische Freude.
06. Gesundheit und Fitness (Physical thriving): Das Bedürfnis genug Sport zu treiben, fit zu sein, dass der Körper bekommt was er braucht und ein gutes Verständnis über das eigene Wohlbefinden zu haben.
07. Selbstverwirklichung (Self-actualization-meaning): Das Bedürfnis einen Sinn im Leben zu haben, geworden zu sein, wer man wirklich ist und ein tiefes Verständnis über sich selbst und seinen Platz im Universum zu haben.
08. Sicherheit (Security): Das Bedürfnis Routinen und Gewohnheiten im Leben zu haben und nicht einer Gefahr ausgesetzt zu sein.
09. Popularität und Einfluss (Popularity-influence): Das Bedürfnis Freunde zu haben, beliebt zu sein und einflussreich zu sein.
10. Geld und Luxus (Money-luxury): Das Bedürfnis genug Geld und schöne Dinge zu besitzen und sich Dinge kaufen zu können.

Auf der Grundlage eines Bedürfnisses werden Handlungsziele gebildet, die Do-Goals, um das Bedürfnis zu befriedigen. Somit ist die zweite Ebene die „Was-Ebene“. Sie beschreibt mit welchem Mittel (z.B. ein Produkt) der Mensch das Bedürfnis befriedigt. Zum Beispiel könnte das frustrierte Bedürfnis Verbundenheit durch ein Telefongespräch befriedigt werden. Das Do-Goal wird dann in der dritten Ebene, der „Wie-Ebene“ in Motor-Goals, also motorische Ziele umgesetzt und ausgeführt. So könnte also das Bedürfnis Verbundenheit mit der Handlung befriedigt werden, dass die Person das Telefon nimmt, um damit eine ihr nahestehende Person anruft (Burmester, Jäger, Mast, Peissner, & Sproll, 2010).

8.7 Die Valenzmethode

Zur Evaluation der User Experience kann die Valenzmethode eingesetzt werden. Mit dieser Methode kann untersucht werden, welche Designaspekte eines Produkts positive oder negative Gefühle auslösen und welche menschlichen Grundbedürfnisse diesen zugrunde liegen. Die Valenzmethode basiert auf den Bedürfnissen von Sheldon et al. (2001).

Es gibt verschiedene Phasen bei der Durchführung (Burmester et al., 2010). In der Explorationsphase erkunden die Teilnehmer frei nach ihrem Interesse das Produkt. Es werden keine Aufgaben vorgegeben, da diese die Teilnehmer dazu verleiten, sich in einen Zielmodus zu versetzen, um das Ziel zu erreichen. Laut Burmester et al. (2010) können die Nutzer daher folglich ihre eigenen Bedürfnisse nicht entfalten und befriedigen. Ohne Aufgaben stehen die Aktivitäten im Vordergrund und die Teilnehmer können ihre eigenen Ziele verfolgen. Die

Teilnehmer sollen während der Nutzung kontinuierlich mit dem Setzen der Valenzmarker („Plus“ oder „Minus“) angeben, ob sie sich „gut“ oder „schlecht“ fühlen. Die gesamte Explorationsphase wird auf Video aufgezeichnet. In der zweiten Phase, der retrospektiven Befragungsphase, werden die von den Teilnehmern gesetzten Valenzmarker analysiert. Dies geschieht indem den Teilnehmern das vorher aufgezeichnete Video vorgeführt wird und diese dazu befragt werden, warum sie den jeweiligen Marker an der jeweiligen Stelle gesetzt haben. Dadurch kann herausgefunden werden, welcher Gestaltungsaspekt Emotionen hervorgerufen hat. Mithilfe der Laddering-Befragungstechnik werden anschließend die dahinter verborgenen Grundbedürfnisse ermittelt und zugeordnet. Bei der Laddering-Befragungstechnik werden so lange „Warum...?“-Fragen gestellt, bis sich die persönliche Bedeutung des gesetzten Valenzmarkers enthüllt und somit das tieferliegende Bedürfnis des Teilnehmers offen liegt.

9. Überprüfung der entstandenen Ergebnisse

Die von den Teilnehmern generierten Ergebnisse werden anschließend von Experten evaluiert. Die Bewertung der entstandenen Lösungen durch die Experten geschieht unabhängig voneinander.

Dadurch, dass die Experten von ihrem Vorwissen in ihrer Bewertung beeinflusst werden können und auch die jeweilige Persönlichkeit Einfluss bei der Bewertung hat, sollten mindestens zehn Experten eingesetzt werden. Durch die Anzahl der Bewertungen sollen sich die Ergebnisse stabilisieren. Die Experten sollten sehr gute Kenntnisse über User Experience und mindestens drei Jahre Berufserfahrung in diesem Bereich haben. Damit die Experten alle den gleichen Wissenstand vorweisen, sollten sie ebenfalls am User Experience-Workshop teilnehmen.

Zuerst soll von den Experten eingeschätzt werden, ob die abgegebene Lösung der Aufgabenstellung entspricht. Es soll also bewertet werden ob eine User Experience Lösung generiert wurde oder ob die Aufgabe verfehlt worden ist, beispielsweise wenn Ideen entwickelt wurden, um eine gute Usability zu erreichen.

Falls Ideen für eine bessere User Experience generiert wurden, bewerten die Experten anschließend jede Lösung aller Teilnehmer mit mehreren Methoden.

Die Ergebnisse können dahingehend beurteilt werden, ob die Ideen lokale oder globale Auswirkungen auf das Produkt haben. Ideen, die sich global auswirken, werden intensiver auf den Nutzer wirken, da er mit diesen Ideen stärker und öfters in Kontakt gerät.

Mithilfe einer siebenstelligen Intervallskala mit gegensätzlichen Wortpaaren soll eingeschätzt werden, welche Ausprägungen auf die generierte Idee zutreffen. Die Wortpaare, die den Experten zur Bewertung vorgelegt werden, entstammen einer reduzierten Variante des AttrakDiff™, einem ganzheitlichen Evaluationsinstrument,

das zur Messung der Attraktivität interaktiver Produkte dient (Hassenzahl, Burmester & Koller, 2003). Damit können die Produktdimensionen pragmatische Qualität, hedonische Qualität (Stimulation und Identität), sowie Attraktivität gemessen werden (Hassenzahl et al., 2003). Bei der pragmatischen Qualität wird die Benutzbarkeit beurteilt. Die hedonische Qualität Identität beschreibt, inwieweit sich der Nutzer mit dem Produkt identifizieren kann und seine Persönlichkeit somit in seiner Umwelt nach außen unterstreichen kann. Die hedonische Qualität Stimulation bildet ab, inwieweit das Produkt das Bedürfnis der eigenen Weiterentwicklung (Kenntnisse und Persönlichkeit) unterstützt. Die Attraktivität wird zu etwa gleichen Teilen durch die pragmatische, sowie hedonische Qualität bestimmt und ist somit die globale Bewertung des Produkts durch die Nutzer.

Da die Experten Nutzungserlebnisse bewerten sollen, werden ihnen die folgenden Wortpaare vorgelegt, die aus den Produktdimensionen hedonische Qualität Identität und hedonische Qualität Stimulation hervorgehen.

Tabelle 2 Wortpaare aus dem AttrakDiff™ zur hedonischen Qualität: Identität (HQ-I) und Stimulation (HQ-S)

HQ-I	<ul style="list-style-type: none"> • isolierend - verbindend • laienhaft - fachmännisch • stilllos - stilvoll • minderwertig - wertvoll • ausgrenzend - einbeziehend • trennt mich von Leuten - bringt näher • nicht vorzeigbar - vorzeigbar
HQ-S	<ul style="list-style-type: none"> • konventionell - originell • phantasielos - kreativ • vorsichtig - mutig • konservativ - innovativ • lahm - fesselnd • harmlos - herausfordernd • herkömmlich - neuartig

Aus den abgegebenen Wertungen lässt sich ein Diagramm der Wortpaare erstellen mit dem die Qualität und Ausprägungen der Ideen verglichen werden kann.

Zusätzlich könnten die entstandenen Ergebnisse mit der Valenzmethode überprüft werden. Dies erfordert jedoch, dass vorher ein relativ ausgereifter Prototyp erstellt werden müsste. Denn nur dann sind die Ergebnisse der Valenzmethode aussagekräftig genug, um einen Rückschluss auf die Qualität der Idee schließen zu können.

Durch den Einsatz der verschiedenen Methoden kann herausgefunden werden, welche Ideen die höchste Qualität haben. Folglich können aus den Ergebnissen Rückschlüsse gezogen werden, welches Treatment zur Generierung der kreativsten Ideen am nützlichsten für die Teilnehmer war und welche Vorgehensweise somit am sinnvollsten und nützlichsten ist, um die User Experience eines Produkts zu optimieren.

10. Fazit

Abschließend lässt sich sagen, dass die entwickelte Studie nur ein Anfang sein kann, um die optimale Darstellungsweise von Evaluationsberichten zu erforschen, um

so den nutzerzentrierten Gestaltungsprozess zu verbessern. Es sollte außerdem zunächst eine andere Studie durchgeführt werden, die die optimale Darstellung eines Valenzmethoden-Ergebnisberichts nochmals untersucht (siehe 2. Erste Studie).

Mit diesen Ergebnissen könnte die hier geplante Studie durchgeführt werden, um so zu verlässlichen Ergebnissen zu führen. Es könnte außerdem sinnvoll sein, allgemeine Gestaltungsregeln zu erarbeiten, die die menschlichen Bedürfnisse ansprechen. Laut Schimpf (2012) wünschte sich einer der teilnehmenden Designer ein Nachschlagewerk, wie eine bestimmte Gestaltung auf den Nutzer wirkt, um konkrete Hinweise und Beispiele zu erhalten. Dieses Wissen könnte dann vermutlich bei der Erarbeitung neuer Gestaltungsaspekte hilfreich sein.

Generell ist es wichtig, in diesem Gebiet weiter zu forschen, da Produkte mit guter User Experience sehr wichtig sind und in der Zukunft sehr wahrscheinlich noch bedeutender werden.

11. Literaturverzeichnis

- Backerra, H., Malorny, C. & Schwarz, W. (Hrsg.) (2007). Kreativitätstechniken. Kreative Prozesse anstoßen, Innovationen fördern. 3. Aufl. München: Hanser Verlag.
- Burmester, M., Jäger, K., Mast, M., Peissner, M. & Sproll, S. (2010). Design verstehen – Formative Evaluation der User Experience. In: H. Brau, S. Diefenbach, K. Göring, M. Peissner & K. Petrovic (Hrsg.), Usability Professionals 2010 (S. 206-214). Stuttgart: Fraunhofer.
- DIN EN ISO 9241-11 (1998). Ergonomische Anforderungen für Bürotätigkeiten mit Bildschirmgeräten - Teil 11: Anforderungen an die Gebrauchstauglichkeit. Beuth.
- DIN EN ISO 9241-210 (2011). Ergonomie der Mensch-System-Interaktion- Teil 210: Prozess zur Gestaltung gebrauchstauglicher Systeme. Beuth.
- Hassenzahl, M., Burmester, M., & Koller, F. (2003). AttrakDiff: Ein Fragebogen zur Messung wahrgenommener hedonischer und pragmatischer Qualität. In: J. Ziegler & G. Szwillus (Hrsg.), Mensch & Computer 2003. Interaktion in Bewegung, 187-196, Stuttgart, Leipzig: B.G. Teubner.
- Hassenzahl, M., Burmester, M. & Koller, F. (2008). Der User Experience auf der Spur: Zum Einsatz von www.attrakdiff.de, in H. Brau, S. Diefenbach, M. Hassenzahl, F. Koller, M. Peissner & K. Röse (eds.), Usability Professionals 2008, IRB, 78-82.
- Hassenzahl, M. (2012). Vortrag "Erlebnisse statt Produkte". Abruf am 26.02.2013 von <http://www.youtube.com/watch?v=pAfee75FQeE&list=FLUbZljDQ9Nj8AiHlvfzdiig&index=2>
- Igbaria, M., Schiffman, S.J. & Wieckowski, T.J. (1994). The respective roles of perceived usefulness and perceived fun in the acceptance of microcomputer technology. Behaviour & Information Technology 13(6), 349-361.
- Kaminske, G. (2007). Kreativitätswerkzeuge. Kreative Prozesse anstoßen. Innovationen fördern. 3. Aufl. München: Carl Hanser.
- Kolb, K. & Miltner, F. (Hrsg.) (1998). Kreativität - Frei für neue Ideen und Lösungen. 1. Aufl. München: Gräfe und Unzer.
- Pricken, Mario (2002). Kribbeln im Kopf. Kreativitätstechniken & Brain-Tools für Werbung & Design. 2. Aufl. Mainz: Schmidt.
- Schimpf, K. (2012). Untersuchung der Nützlichkeit von Testergebnissen aus dem formativen Evaluationsverfahren Valenzmethode für Designer zur Optimierung der User Experience. Unveröff. Bachelorarbeit, Studiengang Informationsdesign, Hochschule der Medien, Stuttgart.
- Sheldon, K. M., Elliot, A. J., Kim, Y & Kasser, T. (2001). What is satisfying about satisfying events? Testing 10 candidate psychological needs, Journal of Personality and Social Psychology 80(2), 325-339.
- Thissen, F. (o.J.). Warum Geschichten? Abruf am 26.02.2013 von <http://www.multimedia-didaktik.de/storydesign/warum-geschichten>
- Wieser, S. (2011). Vergleichende Evaluation der iPad-App „Our Choice“ mit den formativen Evaluationsverfahren Usability-Test und Valenzmethode. Unveröff. Bachelor-Arbeit, Studiengang Informationsdesign, Hochschule der Medien, Stuttgart.

12. Anhang

1.	Leitfaden.....	2
2.	Aufgaben für die Tests.....	3
3.	Ausgefüllte Fragebögen und Lösungen der Teilnehmer.....	7
	ausgefüllter Fragebogen und Lösungen zur faktenbasierten Darstellung: Usability-Problem.....	7-20
	ausgefüllter Fragebogen und Lösungen zur faktenbasierten Darstellung: Benutzererlebnis.....	21-33
	ausgefüllter Fragebogen und Lösungen zur geschichtenbasierten Darstellung: Usability-Problem.....	34-47
	ausgefüllter Fragebogen und Lösungen zur geschichtenbasierten Darstellung: Benutzererlebnis.....	48-63
4.	Auswertung.....	64
	Auswertung von Herrn Mangold.....	64
	Auswertung von Kathrin Buess, Kristin Haasler, Cristina Hermosa Perrino und Sandra Leber.....	65-66
	Auswertung: Definitionen der Beschriftungen.....	67
	Zusammenfassung der Auswertungen von Kathrin Buess, Kristin Haasler, Cristina Hermosa Perrino und Sandra Leber in der Vorlesung mit Herrn Burmester.....	68-69

1. Leitfaden

Folgend befindet sich der Leitfaden, der für die Tests auf dem World Usability Day am 8.11.12, genutzt worden ist.

Leitfaden

1. Der Teilnehmer tritt an den Stand.

Ein IDB'ler begrüßt den Teilnehmer und lädt ihn ein die AI Gore App zu benutzen.

Der Teilnehmer benutzt die App.

Dabei erzählt der IDB'ler in ein paar Sätzen worum es in der App geht.

„Our Choice ist ein interaktives Magazin zur globalen Erwärmung. Der ehemalige Vizepräsident der USA und Umweltaktivist geht auf die Ursachen ein, präsentiert Insiderwissen und Studien, wie man die globale Erwärmung aufhalten kann.“

Nachdem der Teilnehmer die App ausprobiert hat, wird er zu dem Erlebnis der App befragt.

-
2. Danach fragt der IDB'ler den Teilnehmer, ob er Zeit für einen Test hat.
 3. Wenn der Teilnehmer zustimmt bekommt er eine Problembeschreibung und liest diese.
➔ Stapel Papier und Stifte liegen bereit.

Wenn der Teilnehmer seine Ergebnisse abgibt, werden diese markiert.

Abkürzungen Beispiele:

UX-F_01

UX-G_02

UP-F_03

UP-G_04

Erklärungen:

UX = User Experience

UP = Usability Problem

F = Fakten

G = Geschichte

01 = Nummer der Testperson

-
4. Zum Schluss wird der Teilnehmer Fragebogen noch ausgefüllt.
-

2. Aufgaben für die Tests

Folgend befinden sich die zwei verschiedenen Darstellungsweisen von Ergebnisberichten eines Usability-Problems und eines Benutzererlebnisses, die für die Tests auf dem World Usability Day am 8.11.12, genutzt worden sind.



Projektauftrag

Stellen Sie sich vor Sie sind Designer in der Firma, die die AI Gore App entworfen hat. Die App wurde vor kurzem getestet und nun hat die Entwicklungsabteilung Ihnen diesen Bericht zukommen lassen.

Aufgaben:

1. Lesen Sie sich den Bericht aufmerksam durch.
2. Entwickeln Sie konkrete Ideen, um das Benutzererlebnis der App aufgrund des beschriebenen Erlebnisses noch positiver zu gestalten.
3. Halten Sie Ihre Ergebnisse auf Papier fest.

Positives Erlebnis bei der Interaktionsmöglichkeit „Klappbilder“

Orte:	Interaktive Bilder
Anzahl der positiven Marker:	7
Anzahl der Testpersonen:	5 von 10 (50%)
Elemente:	Fotos als Klappbilder
Beschreibung:	Bei den aufklappbaren Bildern haben 5 Leute insgesamt 7 Mal von einem positiven Erlebnis berichtet. Die aufklappbaren Bilder können mittels einer bestimmten Geste auseinandergefallen werden, sodass die gesamte Abbildung sichtbar wird. Den Gefühlen können die Bedürfnisse Stimulation (4 positive Erlebnisse) und Kompetenz (3 positive Erlebnisse) zugeordnet werden. Die Testpersonen beschreiben die aufklappbaren Bilder als neuartig und zugleich einfach in der Bedienung.
Mögliche Hintergründe:	Die Nutzer kennen diese Interaktionsmöglichkeit noch nicht. Sie ist ihnen neu. Sie finden die Interaktion interessant, da Sie den physischen Gesetzen der Umwelt entspricht.
Erlebnisnummer:	80, 85, 102, 200, 243, 341, 387, 454, 512
Testpersonen:	T02, T06, T07, T09, T10



Projektauftrag

Stellen Sie sich vor Sie sind Designer in der Firma, die die AI Gore App entworfen hat. Die App wurde vor kurzem getestet und nun hat die Entwicklungsabteilung Ihnen diesen Bericht zukommen lassen.

Aufgaben:

1. Lesen Sie sich den Bericht aufmerksam durch.
2. Entwickeln Sie konkrete Lösungsvorschläge, um das beschriebene Problem zu beheben.
3. Halten Sie Ihre Ergebnisse auf Papier fest.

Problem bei der Interaktionsmöglichkeit „Hold-Geste“

Ort:	Interaktive Infografiken
Schwere des Problems:	3
Anzahl der Testpersonen:	6 von 10 (60%)
Elemente:	Interaktive Infografik: „Albedo: The Earth’s Reflectivity“ Infografik: „A Proposed European and North African Supergrid“ Infografik: „The Top 10 Deforesting Nations“
Beschreibung:	Die Testpersonen empfinden es als unangenehm und störend, dass sie mit dem Finger auf der Grafik bleiben müssen, um sich die Informationen anzeigen zu lassen. Auch werden durch das Halten mit dem Finger wichtige Informationen verdeckt und Texte können nicht verglichen werden. Weiterhin finden zwei Testpersonen von zehn diese Aktion verwirrend und verstehen diese nicht ganz.
Mögliche Ursache:	Nutzer können sich Informationen in interaktiven Infografiken nur über die Hold-Geste anzeigen lassen. d.h. sie müssen so lange mit dem Finger auf dem interaktiven Element bleiben, solange sie die Information haben möchten.
Nr. des kritischen Ereignisses	70, 223, 224, 274, 296, 336, 357, 444, 460, 469, 502, 515
Testpersonen:	T02, T05, T06, T07, T09, T10



Projektauftrag

Stellen Sie sich vor Sie sind Designer in der Firma, die die AI Gore App entworfen hat. Die App wurde vor kurzem getestet und nun hat die Entwicklungsabteilung Ihnen diesen Bericht zukommen lassen.

Aufgaben:

1. Lesen Sie sich den Bericht aufmerksam durch.
2. Entwickeln Sie konkrete Ideen, um das Benutzererlebnis der App aufgrund des beschriebenen Erlebnisses noch positiver zu gestalten.
3. Halten Sie Ihre Ergebnisse auf Papier fest.

Klappbilder: „Es war einfach ein Überraschungseffekt.“

Beim ersten Ausprobieren der App ist Marc begeistert von den möglichen Interaktionen. Nachdem er sich durch ein paar Artikel geklickt hat und ein paar Texte gelesen hat, sieht Marc nun ein Foto von Windrädern und zieht es mit seinen Fingern größer, weil er es sich genauer anschauen möchte. Das Foto vergrößert sich und gleichzeitig klappen von den Seiten weitere Teile des Bildes auf. Erst jetzt erkennt er, dass das Windrad nur ein Teil des Fotos war und dieses eigentlich Teil einer riesigen Landschaft ist. Unten tauchen noch ein paar Schafe auf und Marc ist wirklich fasziniert von diesem Effekt. Er hätte einfach nicht erwartet, dass hinter diesem erst eher normalen Bild ein großes beeindruckendes Foto steckt. „Solche Bilder sind ja wie eine Entdeckungsreise. Nach und nach entdeckt man mehr und mehr spannende Details und Einzelheiten. Unglaublich.“ Marc kann sich außerdem nicht daran erinnern so eine Funktion schon einmal bei einer anderen App auf dem iPad gesehen zu haben: „Das macht Lust auf mehr! Man fühlt sich selbst wie ein Entdecker auf einer Forschungsreise“.



Projektauftrag

Stellen Sie sich vor Sie sind Designer in der Firma, die die AI Gore App entworfen hat. Die App wurde vor kurzem getestet und nun hat die Entwicklungsabteilung Ihnen diesen Bericht zukommen lassen.

Aufgaben:

1. Lesen Sie sich den Bericht aufmerksam durch.
2. Entwickeln Sie konkrete Lösungsvorschläge, um das beschriebene Problem zu beheben.
3. Halten Sie Ihre Ergebnisse auf Papier fest.

Hold-Geste: „Das ist unnötiger Aufwand“

Marc blättert durch die App und entdeckt die Infografik: „Albedo: The Earth’s Reflectivity“. Als er mit dem Finger auf den Balken drückt, merkt er, dass weitere Informationen eingeblendet werden. „Was soll das denn?“ Er schaut sich die Informationen an und nimmt dabei seinen Finger vom iPad. Dabei sieht er, dass die Informationen verschwinden, sobald er aufhört zu drücken. Er drückt also wieder auf den Balken und verweilt diesmal die ganze Zeit mit seinen Finger darauf, damit die Informationen nicht verschwinden. „Das lenkt mich ab. Jetzt muss ich mich darauf konzentrieren, den Finger darauf zu halten und soll gleichzeitig noch die Infos lesen. Lästig“. Dadurch hat er das Gefühl, die Informationen gar nicht richtig wahrnehmen zu können. Außerdem findet er die Bedienung unhandlich, da er teilweise die Informationen mit seiner Hand überdeckt. Er versucht seine Hand so zu drehen, dass er die Informationen noch lesen kann. Seine Hand verkrampft dabei und er findet die Bedienung etwas unangenehm. „Es ist unangenehm den Finger die ganze Zeit auf dem Screen zu lassen.“

3. Ausgefüllte Fragebögen und Lösungen der Teilnehmer

Folgend befinden sich die ausgefüllten Fragebögen und zugehörigen Lösungen der Teilnehmer, die auf dem World Usability Day am 8.11.12, entstanden sind.

UP-F
03

Lesen, verstehen,
verbessern!

Fragebogen

HOCHSCHULE DER MEDIEN

Alter: 36

Geschlecht:

weiblich männlich

Definieren Sie kurz die beiden folgenden Begriffe:

Usability: Bedienbarkeit einer Oberfläche (Web, mobile, Automaten...)

User Experience: Erfahrung, ob die Bedienung / Interaktion positiv oder negativ war.

Haben Sie Erfahrung im Bereich Usability, Design oder Ähnlichem?

Nein Ja

Welche Ausbildung haben Sie abgeschlossen? / Was haben Sie studiert?

Mediengestaltung / Interaktion Design

Welchen Beruf üben Sie momentan aus?

dito ↑

Welche Inhalte haben Sie in Ihrem Berufsleben behandelt?
Wie lange / wie viele Jahre haben Sie sich mit den jeweiligen Inhalten beschäftigt?

Inhalte	Dauer
<u>Usability</u>	<u>3-4 J.</u>
<u>Mobile Gestaltung / Interaktion</u>	<u>1 J.</u>

Vielen Dank für Ihre Mithilfe!



- Durch Tabs wird der aktive Zustand aktiviert, kann ohne Finger halten betrachtet werden und durch ein Schließen-Icon wieder geschlossen werden.
- Eine eigene Schaltfläche für die Aktivierung von Animationen / weiteren Infos, wäre hilfreich.

UP-F-08



Fragebogen

HOCHSCHULE DER MEDIEN

Alter: 21

Geschlecht:

weiblich männlich

Definieren Sie kurz die beiden folgenden Begriffe:

Usability Gebrauchstauglichkeit

User Experience Benutzerfreundlichkeit; Spaß und Emotionen bei der Benutzung

Haben Sie Erfahrung im Bereich Usability, Design oder Ähnlichem?

Nein Ja

Welche Ausbildung haben Sie abgeschlossen? / Was haben Sie studiert?

DB

Welchen Beruf üben Sie momentan aus?

Student

Welche Inhalte haben Sie in Ihrem Berufsleben behandelt?

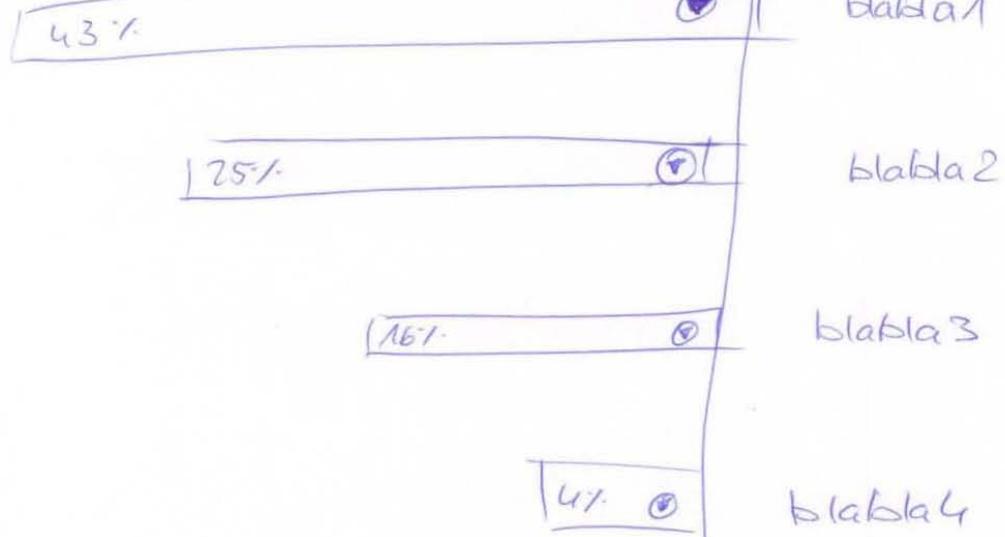
Wie lange / wie viele Jahre haben Sie sich mit den jeweiligen Inhalten beschäftigt?

Inhalte	Dauer
<u>HCI, UCD, verschiedene Methoden des Usability Engineering</u>	<u>1.-3. Semester</u>
_____	_____
_____	_____
_____	_____

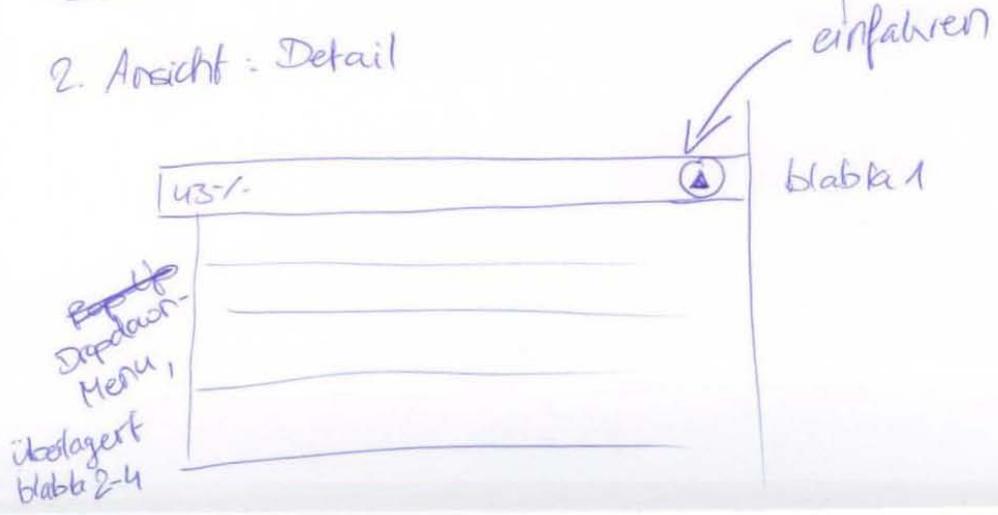
Vielen Dank für Ihre Mithilfe!



1. Ansicht: Überblick



2. Ansicht: Detail



UP-F_07



Fragebogen

HOCHSCHULE DER MEDIEN

Alter: 24

Geschlecht:

weiblich männlich

Definieren Sie kurz die beiden folgenden Begriffe:

Usability Gebrauchstauglichkeit

User Experience Benutzererfahrung / -erlebnis

Haben Sie Erfahrung im Bereich Usability, Design oder Ähnlichem?

Nein Ja

Welche Ausbildung haben Sie abgeschlossen? / Was haben Sie studiert?

Bürokauffrau
mom. Informationsdesign

Welchen Beruf üben Sie momentan aus?

Student

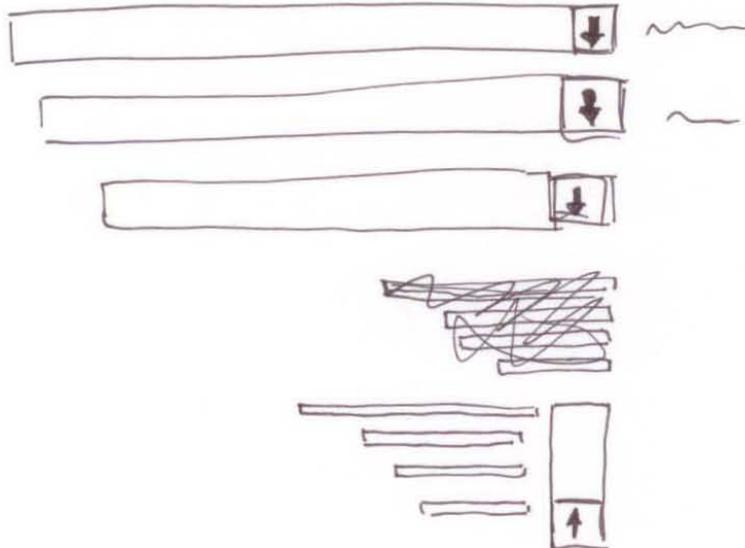
Welche Inhalte haben Sie in Ihrem Berufsleben behandelt?

Wie lange / wie viele Jahre haben Sie sich mit den jeweiligen Inhalten beschäftigt?

Inhalte	Dauer
<u>HCI</u>	_____
<u>MUE</u>	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____

Vielen Dank für Ihre Mithilfe!

UP-F_07



UP-F_12



Fragebogen

HOCHSCHULE DER MEDIEN

Alter: 24

Geschlecht:

weiblich männlich

Definieren Sie kurz die beiden folgenden Begriffe:

Usability
Wie benutzerfreundlich eine APP/ Programm/ Webseite ist.

User Experience
Können die Benutzer gut damit umgehen.

Haben Sie Erfahrung im Bereich Usability, Design oder Ähnlichem?

Nein Ja

Welche Ausbildung haben Sie abgeschlossen? / Was haben Sie studiert?

Softwaretechnik und Medieninformatik mit dem Schwerpunkt Medientechnik

Welchen Beruf üben Sie momentan aus?

Studentin

Welche Inhalte haben Sie in Ihrem Berufsleben behandelt?

Wie lange / wie viele Jahre haben Sie sich mit den jeweiligen Inhalten beschäftigt?

Inhalte	Dauer
Studienfach: Interaktive Systeme	1 Jahr
_____	_____
_____	_____
_____	_____

Vielen Dank für Ihre Mithilfe!



- 1) Ich würde einen PopUp-Fenster als Infofenster machen.
- 2) Wenn auf das entsprechende Element geklickt wird, soll ein neues Fenster geöffnet werden

UP-F_ 11



Fragebogen

HOCHSCHULE DER MEDIEN

Alter: 26

Geschlecht:

weiblich männlich

Definieren Sie kurz die beiden folgenden Begriffe:

Usability : Benutzerfreundlichkeit

User Experience : wie viel Erfahrung hat ein Nutzer mit den gegebenen / gewünschten Funktionen

Haben Sie Erfahrung im Bereich Usability, Design oder Ähnlichem?

Nein Ja

Welche Ausbildung haben Sie abgeschlossen? / Was haben Sie studiert?

Softwaretechnik mit Schwerpunkt Medieninformatik

Welchen Beruf üben Sie momentan aus?

Studentin

Welche Inhalte haben Sie in Ihrem Berufsleben behandelt?

Wie lange / wie viele Jahre haben Sie sich mit den jeweiligen Inhalten beschäftigt?

Inhalte	Dauer
Studienfach: Interaktive Systeme	1 Semester
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____

Vielen Dank für Ihre Mithilfe!

UP-F-11



HOCHSCHULE DER MEDIEN

- 1) Statt mit dem Finger drauf bleiben zu müssen, Element einmal antippen → Info wird angezeigt
- 2.tes mal Antippen → Info verschwindet wieder



Fragebogen

UP-F-17



HOCHSCHULE DER MEDIEN

Alter: 26

Geschlecht:

weiblich männlich

Definieren Sie kurz die beiden folgenden Begriffe:

Usability :

- Bedienkomfort
- Es gibt keinen User Error, sondern nur Systemfehler oder mangelnde Bedienmöglichkeiten

User Experience = Usability + Ästhetik mit WOW Effekt

Haben Sie Erfahrung im Bereich Usability, Design oder Ähnlichem?

Nein Ja

Welche Ausbildung haben Sie abgeschlossen? / Was haben Sie studiert?

Psychologie

Welchen Beruf üben Sie momentan aus?

HMI Spezialist (IT-Background)
(Weiterbildung → Gamedesigner)

Welche Inhalte haben Sie in Ihrem Berufsleben behandelt?

Wie lange / wie viele Jahre haben Sie sich mit den jeweiligen Inhalten beschäftigt?

Inhalte	Dauer
<u>Spezifikation von Apps im Auto</u>	<u>1 Jahr</u>
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____

Vielen Dank für Ihre Mithilfe!



Lösung:

Click auf eine Position öffnet das Fenster
 Klick auf gleiche Position schließt diese wieder.

Vergleich möglich:

Klick auf zwei unterschiedliche Positionen.

zusätzlich zur Schließung aller Positionen gleichzeitig:

- a) Close Button
 - b) Doppelklick auf Grafik
 - c) schließe die Grafik
 - d) Slide gesteuert
- } entweder oder

22

UP-F-22



Fragebogen

HOCHSCHULE DER MEDIEN

Alter: 22

Geschlecht:

weiblich männlich

Definieren Sie kurz die beiden folgenden Begriffe:

Usability

Benutzerfreundlichkeit, wie einfach ist es für den Benutzer das Produkt zu verwenden.

User Experience

Erfahrung, die der Benutzer zum Verwenden des Produkts aufweisen muss. Umso geringer, so besser für die Usability.

Haben Sie Erfahrung im Bereich Usability, Design oder Ähnlichem?

Nein Ja

Welche Ausbildung haben Sie abgeschlossen? / Was haben Sie studiert?

Medientechnik

Welchen Beruf üben Sie momentan aus?

Student

Welche Inhalte haben Sie in Ihrem Berufsleben behandelt?

Wie lange / wie viele Jahre haben Sie sich mit den jeweiligen Inhalten beschäftigt?

Inhalte	Dauer
Usability als Teil von Interaktive Systeme	6 Monate
_____	_____
_____	_____
_____	_____

Vielen Dank für Ihre Mithilfe!



Hold-Geste - Problem

Statt auf die Qualität drauf bleiben zu müssen,
über Tippen jeweils an-/ausschalten.



Fragebogen

UX-F 02
HOCHSCHULE DER MEDIEN

Alter: 35

Geschlecht:

weiblich männlich

Definieren Sie kurz die beiden folgenden Begriffe:

Usability Benutzerfreundlichkeit

User Experience

Benutzererfahrung

Haben Sie Erfahrung im Bereich Usability, Design oder Ähnlichem?

Nein Ja

Welche Ausbildung haben Sie abgeschlossen? / Was haben Sie studiert?

Welchen Beruf üben Sie momentan aus?

Welche Inhalte haben Sie in Ihrem Berufsleben behandelt?

Wie lange / wie viele Jahre haben Sie sich mit den jeweiligen Inhalten beschäftigt?

Inhalte	Dauer
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____

Vielen Dank für Ihre Mithilfe!



- Icon „Kloppen“ entwickeln \Rightarrow auf Bild (siehe Icon „Filme“)
- ↳ Icon muß Richtung der Bewegung (=Klopprichtung) aufweisen

UX-F-06



Fragebogen

HOCHSCHULE DER MEDIEN

Alter: 41

Geschlecht:

weiblich männlich

Definieren Sie kurz die beiden folgenden Begriffe:

Usability

Benutzer(-)ungshandlichkeit

User Experience

Nutzer(-)ungserlebnis

Haben Sie Erfahrung im Bereich Usability, Design oder Ähnlichem?

Nein

Ja

Welche Ausbildung haben Sie abgeschlossen? / Was haben Sie studiert?

Angewandte Sprachwissenschaften

Welchen Beruf üben Sie momentan aus?

Presse Referent/in

Welche Inhalte haben Sie in Ihrem Berufsleben behandelt?

Wie lange / wie viele Jahre haben Sie sich mit den jeweiligen Inhalten beschäftigt?

Inhalte

Dauer

Technik, Wirtschaft

12 Jahre

Sprachen, "Allgemeines"

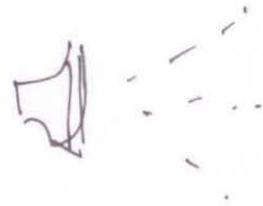
3

Vielen Dank für Ihre Mithilfe!

ux-F_06



Bildmotiv
Bildqualität
Bildgröße





UX-FO - 14

Fragebogen

HOCHSCHULE DER MEDIEN

Alter: 37

Geschlecht:

weiblich männlich

Definieren Sie kurz die beiden folgenden Begriffe:

Usability → Gebrauchstauglichkeit

User Experience → Erfahrungen und Erleben des Nutzers

Haben Sie Erfahrung im Bereich Usability, Design oder Ähnlichem?

Nein Ja

Welche Ausbildung haben Sie abgeschlossen? / Was haben Sie studiert?

Informatik-Studium

Welchen Beruf üben Sie momentan aus?

IT-Consultant (PLM-Bereich)

Welche Inhalte haben Sie in Ihrem Berufsleben behandelt?

Wie lange / wie viele Jahre haben Sie sich mit den jeweiligen Inhalten beschäftigt?

Inhalte	Dauer
<u>Testmanagement</u>	<u>2 Jahre</u>
<u>Requirements Engineering</u>	<u>6 Jahre</u>
<u>IT-Projektmanagement</u>	<u>4</u>
<u>Usability & Barrierefreiheit</u>	<u>4 Jahre</u>

Vielen Dank für Ihre Mithilfe!



In Fotos und Texten kann nicht hinein gezoomt werden. Dies ist nicht nur aus Usability-Sicht unschön, sondern widerspricht auch den evtl. Bemühungen um Barrierefreiheit.

Rote/orange Überschriften werden verwendet. Rot sollte bei Überschriften aus Rücksicht auf Barrierefreiheit (Stichwort Rot-Grün-Blindheit) nicht verwendet werden.

Dem User wird im Innerern der App kein „Home-Button“ angeboten um direkt an den Anfang zurückspringen zu können.

UX-7-18



Fragebogen

HOCHSCHULE DER MEDIEN

Alter: 21

Geschlecht:

weiblich

männlich

Definieren Sie kurz die beiden folgenden Begriffe:

Usability

Benutzerfreundlich

User Experience

Haben Sie Erfahrung im Bereich Usability, Design oder Ähnlichem?

Nein

Ja

Welche Ausbildung haben Sie abgeschlossen? / Was haben Sie studiert?

Wirtschaftsinformatik → Vorlesung

Welchen Beruf üben Sie momentan aus?

—

Welche Inhalte haben Sie in Ihrem Berufsleben behandelt?

Wie lange / wie viele Jahre haben Sie sich mit den jeweiligen Inhalten beschäftigt?

Inhalte

Dauer

Vorlesung im 6. Semester

Vielen Dank für Ihre Mithilfe!

ux-7-18



HOCHSCHULE DER MEDIEN

- Text vergrößerung fehlt!
- Anzeichen dafür, dass man Bilder ausklappen kann.



Fragebogen

UX-F-19



HOCHSCHULE DER MEDIEN

Alter: 19

Geschlecht:

weiblich männlich

Definieren Sie kurz die beiden folgenden Begriffe:

Usability Effizienz
Effektivität
Zufriedenheit des Benutzers

User Experience Benutzerfreundlich &
leicht verständlich
Erfahrung des Nutzers bei der Interaktion

Haben Sie Erfahrung im Bereich Usability, Design oder Ähnlichem?

Nein Ja

Welche Ausbildung haben Sie abgeschlossen? / Was haben Sie studiert?

Assistent für technisches Produktdesign / I. 2

Welchen Beruf üben Sie momentan aus?

Schüler

Welche Inhalte haben Sie in Ihrem Berufsleben behandelt?

Wie lange / wie viele Jahre haben Sie sich mit den jeweiligen Inhalten beschäftigt?

Inhalte	Dauer
<u>Usability bei der Produktentwicklung</u>	<u>2 Jahre</u>
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____

Vielen Dank für Ihre Mithilfe!



Mehr Bildmaterial aus einer Gestik
um den Text visuell klar verständlich
zu machen. Das Bild in seiner Funktion
ist leicht verständlich, nimmt dem gesamten
Layout sehr viel Platz. Ein Symbol zur
Hilfe der Funktion würde dem Verbraucher
in der Usability mehr Zufriedenheit gewährleisten.



Fragebogen

UX-T-26

HOCHSCHULE DER MEDIEN

Alter: 31

Geschlecht:

weiblich männlich

Definieren Sie kurz die beiden folgenden Begriffe:

Usability

Benutzbarkeit, effektiv, effizient, zufriedenstellend

User Experience

rein subjektiv

Haben Sie Erfahrung im Bereich Usability, Design oder Ähnlichem?

Nein

Ja

Welche Ausbildung haben Sie abgeschlossen? / Was haben Sie studiert?

Dipl. Geologie (Umweltwissenschaften)

Welchen Beruf üben Sie momentan aus?

/

Welche Inhalte haben Sie in Ihrem Berufsleben behandelt?

Wie lange / wie viele Jahre haben Sie sich mit den jeweiligen Inhalten beschäftigt?

Inhalte

Dauer

<i>/</i>	

Vielen Dank für Ihre Mithilfe!



Verbesserung Clippbild Erlebens

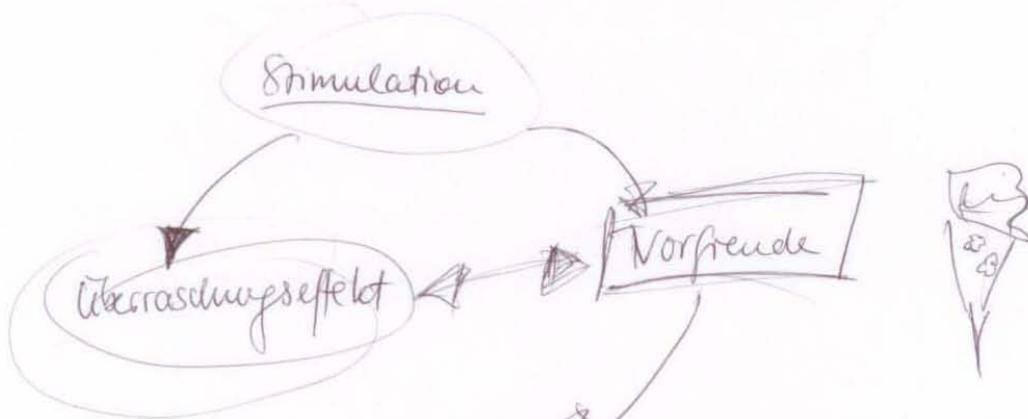
- Visuelle Darstellung:

a.) Änderung des 2D-Bildes in ein 3D Bild, wie
z.B. ein Buch, so daß man keine
arten. Margen enthält.

b.) oder ein Symbol einblendet



Kompetenz



Falte im Bild andeuten

↳ Zusammenzufalten

+ Wegstecken

Beeinflussung durch den Tester da die Person selbst verstanden hat das sie kein Usability Problem lösen soll, sondern das Erlebnis noch besser machen



Fragebogen

HOCHSCHULE DER MEDIEN

Alter: 24

Geschlecht:

weiblich männlich

Definieren Sie kurz die beiden folgenden Begriffe:

Usability Nutzungsfreundlichkeit, gute, intuitive Bedienbarkeit

User Experience

es geht darum ein ~~so~~ möglichst positives Nutzungserlebnis zu gestalten. D.h. z.B. mit positiven Inhalten, Emotionen (natürlich auch mit U.)

Haben Sie Erfahrung im Bereich Usability, Design oder Ähnlichem?

Nein Ja

Welche Ausbildung haben Sie abgeschlossen? / Was haben Sie studiert?

Infodesign

Welchen Beruf üben Sie momentan aus?

Abstr. Grafik.

Welche Inhalte haben Sie in Ihrem Berufsleben behandelt?

Wie lange / wie viele Jahre haben Sie sich mit den jeweiligen Inhalten beschäftigt?

Inhalte	Dauer
<u>lange, viel</u>	

Vielen Dank für Ihre Mithilfe!



- keine Holdgeste

↳ einfacher „tap“ um in den erweiterten Modus zu schalten

↳ auch wieder mit einem einfachen „Tap“ zurück

- kennzeichnen, dass bei Klick auf den Balken eine weitere Information eingebunden wird (z.B. deutlicher als Button darstellen)

UP-Gr-05



Fragebogen

HOCHSCHULE DER MEDIEN

Alter: 21

Geschlecht:

weiblich männlich

Definieren Sie kurz die beiden folgenden Begriffe:

Usability: Gebrauchstauglichkeit.
wie effizient und effektiv lassen sich
Produkte in einem bestimmten
Nutzungsrahmen bedienen??

User Experience:

Erfahrung, Erlebnisse
bei der Bedienung von Produkten

Haben Sie Erfahrung im Bereich Usability, Design oder Ähnlichem?

Nein Ja

Welche Ausbildung haben Sie ~~abgeschlossen~~? / Was haben Sie studiert?

Fachfrau für Markt- und Sozialforschung

Welchen Beruf üben Sie momentan aus?

Welche Inhalte haben Sie in Ihrem Berufsleben behandelt?

Wie lange / wie viele Jahre haben Sie sich mit den jeweiligen Inhalten beschäftigt?

Inhalte	Dauer
Usability Tests, Forschung	seit Sept 2012
Valent Methode ect ect.	

Vielen Dank für Ihre Mithilfe!



(• Fingerprint-Icon bei dem ersten Balken).

- Bei Klick öffnet sich weitere Info bei 2ten Klick schließt sie wieder.

↓ mit Hinweis
zum zurückkehren.



Fragebogen

UP-G-15

HOCHSCHULE DER MEDIEN

Alter: 22

Geschlecht:

weiblich männlich

Definieren Sie kurz die beiden folgenden Begriffe:

Usability

Gebrauchstauglichkeit, das Ausmaß in dem etwas möglichst effizient und effektiv genutzt werden kann, zur Zufriedenstellung der User Experience ^{Nutzers}

Benutzungserfahrung, wie ein Nutzer sein Ziel möglichst in kurzer Zeit, mit geringem Aufwand erreicht und sich so auf seine Gefühlslage ^{Auswirkung}

Haben Sie Erfahrung im Bereich Usability, Design oder Ähnlichem?

Nein Ja

Welche Ausbildung haben Sie abgeschlossen? / Was haben Sie studiert?

Ich studiere Informationsdesign

Welchen Beruf üben Sie momentan aus?

Student

Welche Inhalte haben Sie in Ihrem Berufsleben behandelt?

Wie lange / wie viele Jahre haben Sie sich mit den jeweiligen Inhalten beschäftigt?

Inhalte	Dauer
3 Semester Usability, HCI, Engineering Methods	1 Jahr + 1/2 Jahr

Vielen Dank für Ihre Mithilfe!



- Nach einmaligem klicken bzw. drücken erscheint die Information und verschwindet erst dann wieder, wenn nochmals darauf geklickt wurde
- Die Information wird für eine ausreichende Zeitspanne angelegt, um sie zu lesen, nachdem darauf geklickt wurde
- Wenn darauf geklickt wurde öffnet sich ein großer neuer Screen, wo sich die Informationen nochmals größer zeigen.
- Auf jedem Screen wird eine Infofläche freigehalten, wo nach dem jeweiligen klicken Zusatzinfos angezeigt werden, diese bleiben stehen, bis auf etwas neues geklickt wurde oder der Screen wechselt.



Fragebogen

Alter: 28

Geschlecht:

weiblich männlich

Definieren Sie kurz die beiden folgenden Begriffe:

Usability

Gebrauchstauglichkeit

User Experience

~~Person~~ Benutzungserlebnis

Haben Sie Erfahrung im Bereich Usability, Design oder Ähnlichem?

Nein Ja

Welche Ausbildung haben Sie abgeschlossen? / Was haben Sie studiert?

abgeschlossene Ausbildung zur Mediengestalterin für Digital- und Printmedien, derzeit Studentin an der HdM 3. Semester, Informationsdesign

Welchen Beruf üben Sie momentan aus?

Studentin

Welche Inhalte haben Sie in Ihrem Berufsleben behandelt?

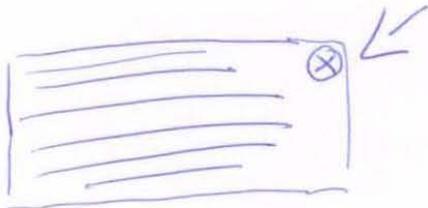
Wie lange / wie viele Jahre haben Sie sich mit den jeweiligen Inhalten beschäftigt?

Inhalte	Dauer
<u>UCD</u>	<u>1 Sem</u>
<u>HCI</u>	<u>1 Sem</u>
<u>Kommunikationsdesign</u>	<u>1 Sem</u>
_____	_____
_____	_____

Vielen Dank für Ihre Mithilfe!



- Durch Berührung erscheint Zusatzinfo, diese bleibt aber auch ohne "gedrückten Finger" so lange stehen, bis sie durch z. B. ein "x" oben in der Ecke wieder entfernt wird.



- Randkarte schiebt sich zur Seite (oder nach oben/unten)
=> Info erscheint dann unter der Grafik.
Bleibt aber trotzdem dauerhaft stehen.

UP - G - 20

Fragebogen

HOCHSCHULE DER MEDIEN



Alter: 17

Geschlecht:

weiblich männlich

Definieren Sie kurz die beiden folgenden Begriffe:

Usability Die Gebrauchbarkeit von Produkten
 - Anpassung an den Menschen
 -> durch Ergonomie / Effizienz / Effektivität / Zufriedenheit

User Experience Erfahrung anderer Benutzer miteinbeziehen
 -> dadurch können Verbesserungen entstehen

Haben Sie Erfahrung im Bereich Usability, Design oder Ähnlichem?

Nein Ja

Welche Ausbildung haben Sie abgeschlossen? / Was haben Sie studiert?

2. Jahr zum technischen Assistenten für Produktdesign

Welchen Beruf üben Sie momentan aus?

— " —

Welche Inhalte haben Sie in Ihrem Berufsleben behandelt?

Wie lange / wie viele Jahre haben Sie sich mit den jeweiligen Inhalten beschäftigt?

Inhalte	Dauer
<u>Usability bei -> Weihnachts-/Grüßkarte</u>	<u>1 Monat</u>
<u>-> USB-Stich Entwicklung</u>	<u>3 Monate</u>
<u>-> Pfeffermühlen-Entwicklung</u>	<u>6 Monat</u>
_____	_____
_____	_____

Vielen Dank für Ihre Mithilfe!



- > durch berühren/auswählen ^{des Bereiches} ~~der~~ Information die Information öffnen und geöffnet halten
- > durch wieder berühren des Bildschirms erfolgt, dass diese Information sich wieder schließt. Dadurch kann man ~~sich + die nächste Inf~~ die Informationen besser aufnehmen und wird nicht von halten des Bildschirms abgelenkt. zugleich kann man jede Info einzeln bearbeiten

UP - 6 = 23



Fragebogen

HOCHSCHULE DER MEDIEN

Alter: _____

Geschlecht:

weiblich männlich

Definieren Sie kurz die beiden folgenden Begriffe:

Usability
wie benutzerfreundlich eine Software ist. Dies beinhaltet auch Rücksichtnahme auf z.B. behinderte Menschen.

User Experience
Wie der User die Software wahrnimmt und bewertet.

Haben Sie Erfahrung im Bereich Usability, Design oder Ähnlichem?

Nein Ja

Welche Ausbildung haben Sie abgeschlossen? / Was haben Sie studiert?

Softwaretechnik

Welchen Beruf üben Sie momentan aus?

Student

Welche Inhalte haben Sie in Ihrem Berufsleben behandelt?

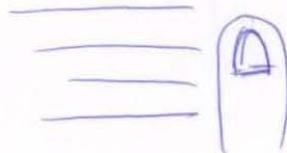
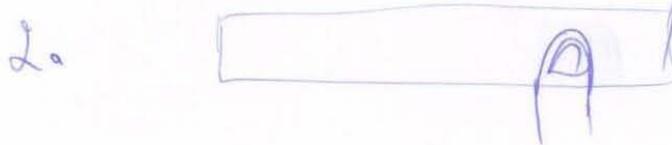
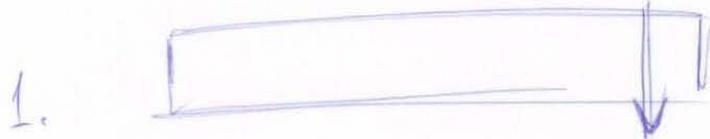
Wie lange / wie viele Jahre haben Sie sich mit den jeweiligen Inhalten beschäftigt?

Inhalte	Dauer
<i>Usability als Teil der Vorlesung Interaktive Systeme</i>	

Vielen Dank für Ihre Mithilfe!



Mein Lösungsvorschlag wäre die Ansicht darauf zu ändern
dass es ausreicht ein einziges Mal zu drücken, um die Balken
anzureigen. Beim nächsten Druck sollen sie wieder verschwinden.





- durch Doppelklick fixieren
- ~~Gar~~ Maus / Icon in Fenster einblenden, die Stellung behält, auch wenn man loslässt



Fragebogen

UX-G
04
HOCHSCHULE DER MEDIEN

Alter: 21

Geschlecht:

weiblich männlich

Definieren Sie kurz die beiden folgenden Begriffe:

Usability - Benutzerfreundlichkeit einer Anwendung

User Experience - kann der User das die Anwendung gut bedienen, findet er sich zurecht, Bedienerlebnis

Haben Sie Erfahrung im Bereich Usability, Design oder Ähnlichem?

Nein Ja

Welche Ausbildung haben Sie abgeschlossen? / Was haben Sie studiert?
im Moment in Ausbildung zur Mediengestalterin

Welchen Beruf üben Sie momentan aus?

Welche Inhalte haben Sie in Ihrem Berufsleben behandelt?
Wie lange / wie viele Jahre haben Sie sich mit den jeweiligen Inhalten beschäftigt?

Inhalte	Dauer
Multiscreen Experience Design	

Vielen Dank für Ihre Mithilfe!



- Klappeneffekt auf alle verwendeten Bilder anwenden und zu Beginn der App evtl. an einem Bild eine kurze Beschreibung zeigen dass Bilder zum Ausklappen sind.
- Evtl. auch einen Text nach dem Aufklappen dazu zeigen

UX-G-05

Fragebogen

HOCHSCHULE DER MEDIEN



Alter: /

Geschlecht:

weiblich männlich

Definieren Sie kurz die beiden folgenden Begriffe:

Usability

/

User Experience

/

Haben Sie Erfahrung im Bereich Usability, Design oder Ähnlichem?

Nein

Ja

Welche Ausbildung haben Sie abgeschlossen? / Was haben Sie studiert?

Welchen Beruf üben Sie momentan aus?

Welche Inhalte haben Sie in Ihrem Berufsleben behandelt?

Wie lange / wie viele Jahre haben Sie sich mit den jeweiligen Inhalten beschäftigt?

Inhalte

Dauer

_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____

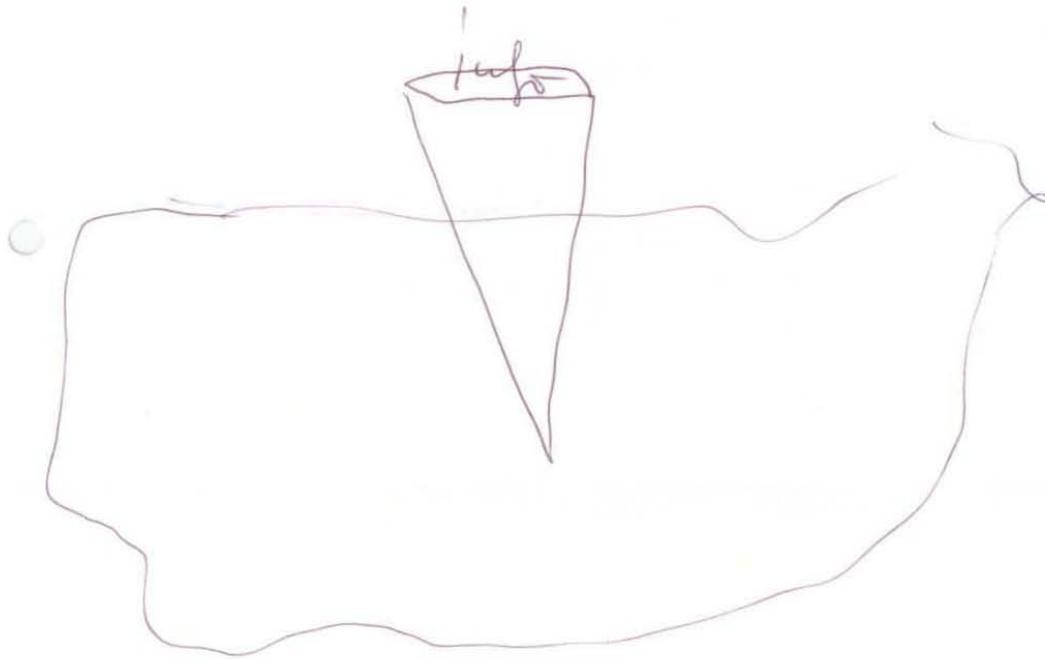
Vielen Dank für Ihre Mithilfe!



UX-G_05



HOCHSCHULE DER MEDIEN



ux-G_10



Fragebogen

HOCHSCHULE DER MEDIEN

Alter: 31

Geschlecht:

weiblich männlich

Definieren Sie kurz die beiden folgenden Begriffe:

Usability *einfache, intuitive Bedienung, erwartungsgemäß, leicht erlernbar*

User Experience *Bedienung ist nicht nur zweckmäßig, sondern macht auch Spaß, ist optisch ansprechend*

Haben Sie Erfahrung im Bereich Usability, Design oder Ähnlichem?

Nein Ja

Welche Ausbildung haben Sie abgeschlossen? / Was haben Sie studiert?

Psychologie

Welchen Beruf üben Sie momentan aus?

User Experience Consultant

Welche Inhalte haben Sie in Ihrem Berufsleben behandelt?

Wie lange / wie viele Jahre haben Sie sich mit den jeweiligen Inhalten beschäftigt?

Inhalte	Dauer
<i>Usability - Testing</i>	<i>0,5 Jahre</i>
<i>HMI - Spezifikation und Test</i>	<i>3,5 Jahre</i>
_____	_____
_____	_____
_____	_____

Vielen Dank für Ihre Mithilfe!



- Überwankungseffekte einbauen;
z. B. nur den Teil eines Bilds zeigen,
ohne dass erkennbar ist, was mit
dahinter verbunden
- schöne Bilder aussuchen, die Emotionen
auslösen, z. B. tolle Landschaften,
Tiere, Kinder
- generell zu jedem Text ein Bild anbieten,
hat größere Wirkung und lockert
den Text auf

UX-G_ 13

Fragebogen



HOCHSCHULE DER MEDIEN



Alter: 21

Geschlecht:

weiblich männlich

Definieren Sie kurz die beiden folgenden Begriffe:

Usability *ist die Benutzbarkeit bzw. Benutzerfreundlichkeit eines Produkts.*

User Experience *ist die Erfahrung die ein Benutzer anhand seiner unterschiedlichen Sinne macht. haptisch, visuell, audio...*

Haben Sie Erfahrung im Bereich Usability, Design oder Ähnlichem?

Nein Ja

Welche Ausbildung haben Sie abgeschlossen? / Was haben Sie studiert?

Fachinformatiker Anwendungsentwicklung.

Welchen ^{Stadum} Beruf üben Sie momentan aus?

IT-Systeminformatiker

Welche Inhalte haben Sie in Ihrem Berufsleben behandelt?
Wie lange / wie viele Jahre haben Sie sich mit den jeweiligen Inhalten beschäftigt?

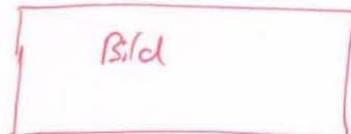
Inhalte	Dauer
<i>Softwareentwicklung (Sap, Excel VBA)</i>	<i>3 Jahre.</i>
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____

Vielen Dank für Ihre Mithilfe!



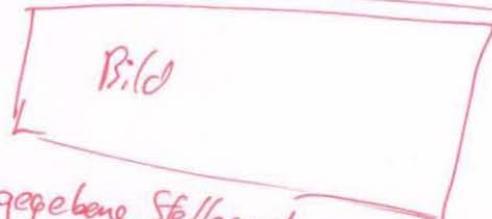
- Verschlagwortung vom Textinhalt als Wolke neben dem Bild.
 - Die Größe gibt die Priorität des Schlagwortes wieder.
 - Erst bei Berührung der Wolke öffnet sich der eigentliche Text
 - > Dabei fliegen die Wörter an ihre vorgegebene Stelle im Text anstatt zu verschwinden und, der komplette Text erscheint.

①



②

- Just ...
 (Text ~~reist~~ in den sich die Wörter
 eingliedern, d.h. sie fliegen an ihre vorgegebene Stelle und zoomen sich
 größer/kleiner auf die festgelegte Schriftgröße.)





Fragebogen

UX-G-27
HOCHSCHULE DER MEDIEN

Alter: 45

Geschlecht:

weiblich männlich

Definieren Sie kurz die beiden folgenden Begriffe:

Usability Benutzerfreundlichkeit = Effektivität, Effizienz, Ben. Zufriedenheit

User Experience Gesamteindruck eines Systems auf den Benutzer. Unfassendes, da mehr emotionsbasiert.

Haben Sie Erfahrung im Bereich Usability, Design oder Ähnlichem?

Nein Ja

Welche Ausbildung haben Sie abgeschlossen? / Was haben Sie studiert?

Informatik

Welchen Beruf üben Sie momentan aus?

Professor

Welche Inhalte haben Sie in Ihrem Berufsleben behandelt?

Wie lange / wie viele Jahre haben Sie sich mit den jeweiligen Inhalten beschäftigt?

Inhalte	Dauer
Programmierung	6
Forschung Accessibility	12
Beratung Usability & Ally	9

Vielen Dank für Ihre Mithilfe!



UX-G-21

- „Eselohr“, um auf das Hintergrundbild zu kommen (evtl. weiß der Benutzer sonst gar nicht, dass ~~sich~~ ein Hintergrundbild besteht)
- Videos einbetten
- Zoombares Hintergrundbild. Einzelheiten erscheinen nach und nach.

UX-G-25



Fragebogen

HOCHSCHULE DER MEDIEN

Alter: 23

Geschlecht:

weiblich männlich

Definieren Sie kurz die beiden folgenden Begriffe:

Usability

- Benutzerfreundlichkeit

User Experience

Haben Sie Erfahrung im Bereich Usability, Design oder Ähnlichem?

Nein Ja

Welche Ausbildung haben Sie abgeschlossen? / Was haben Sie studiert?

~~FA~~ Fachinformatikerin (FI) f. Anwendungsentw.

Welchen Beruf üben Sie momentan aus?

FI f. Anwendungsentwicklung

Welche Inhalte haben Sie in Ihrem Berufsleben behandelt?

Wie lange / wie viele Jahre haben Sie sich mit den jeweiligen Inhalten beschäftigt?

Inhalte	Dauer
DMS	1 Jahr
Automatisierte Test	3-4 Jahre
Webprogrammierung	1 Jahr

Vielen Dank für Ihre Mithilfe!



UX-G-25



HOCHSCHULE DER MEDIEN

- Foto nach links & rechts verschiebbar, um noch mehr zu sehen
- - Zoomeffekt



- 23
- Gebrauchstauglich: Wie ein Produkt ^{gut} effektiv, effizient und Zufriedenheit ~~stellt~~ stellt, benutzt werden.
- UX: Die ~~erwartungen~~, Gefühle die bei einer vorgestellten Nutzung, bei der Nutzung und nach der Nutzung auftreten
- Informatik, 7. Semester
 - 1 Vorlesung MMK
 - Seminararbeit zum Thema UE vs UX



- weitere Bilder einbauen, die je nach Bildausschnitt verschiedene Aussagen treffen
- unklarheit, wenn bei manchen Bildern nichts passiert, es ist unklar warum man auf das Bild klicken soll, weder 'video' Zeichen (▶) vorhanden noch die Hand
- beim Umblättern eine ~~kurze~~ kleine und kurze Animation, dass das Bild ausgefaltet werden kann.



Alter: 16

Usability : Benutzerfreundlichkeit
Zugänglichkeit zu Infos

Users Experience:
"Frank" am Infos lese

(Web-Entwicklung) (IT-Schule Stuttgart TG)



- 1-Klick / Tip
- 2x Tippe
- "Schiebe"

4. Auswertung

Folgend befinden sich die ersten Auswertungen:

Nr	Pr	Da	Alt	Ge	Ausbildung/Beruf (Sparte)	Vorschlag1	Vorschlag2	Vorschlag3	Vorschlag4	Medium
1	UP	G	24	w	Informationsdesign	Bedienung singular Element	Darstellung singular Element			Text
3	UP	F	36	m	Medieng./Interaction Design	Bedienung singular Element	Bedienung singular Element			Text
8	UP	F	21	w	Informationsdesign	Darstellung mittlere Komplexität	Darstellung mittlere Komplexität			Bild
7	UP	F	24	w	Informationsdesign	Darstellung mittlere Komplexität	Bedienung singular Element			Bild
9	UP	G	21	w	Markt- & Sozialforschung	Darstellung singular Element	Bedienung singular Element			Text
12	UP	F	24	w	Informatik	singular-Darstellung-Popup-Fenster				Text
11	UP	F	26	w	Informatik	singular-Bedienung (Antippen)	elementar - Darstellung	elementar - Bedienung	elementar - Bedienung	Text
15	UP	G	22	w	Informationsdesign	elementar - Bedienung	elementar - Darstellung			Text
16	UP	G	28	w	Informationsdesign	elementar - Bedienung	elementar - Darstellung			Text&Bild
20	UP	G	17	m	Produktdesign	elementar - Bedienung				Text
22	UP	F	22	m	Medientechnik	elementar - Bedienung	elementar - Bedienung			Text
23	UP	G			Softwaretechnik	elementar - Bedienung				Text
17	UP	F	26	m	Psychologie	elementar - Bedienung				Text
2	UX	F	35	w		elementar - Bedienung				Text
4	UX	G	21	w	Mediengestalter	Darstellung singular Element	Darstellung singular Element			Text
5	UX	G		w		???				Bild
6	UX	F	41	w	Sprachwissenschaft	Umfassender Änderungsvorschl.				Wort & Bild
10	UX	G	31	w	Psychologie (UX Consultant)	Umfassender Änderungsvorschl.	Umfassender Änderungsvorschl.	Umfassender Änderungsvorschl.		Text
14	UX	F	37	w	Informatik	mittlere Komplexität (Zoomen)	mittlere Komplexität (Darstellung)	singular Bedienungselement - Home Button		Text
13	UX	G	21	m	Informatik	umfassende Komplexität-Wolke	umfassende Komplexität			Text&Bild
18	UX	F	21	m	Informatik	elementar - Anzeige	elementar - Bedienung			Text
19	UX	F	19	m	Produktdesign	mittel - Anzeige (Zufriedenheit)	mittel - Anzeige	mittel - Anzeige		Text
21	UX	G	45	m	Informatik	elementar - Bedienung	mittel - Anzeige			Text
25	UX	G	23	w	Informatik	mittel - Anzeige	mittel - Darstellung			Text
26	UX	F	31	m	Geökologie	mittel - Erlebnis	mittel - Darstellung			Text&Bild
30	UX	G	23		Informatik	mittel - Darstellung	elementar - Bedienung	elementar - Bedienung		Text
31	UX	G	16							

	UX-Geschichte	UX-Fakten	Usability-Geschichte	Usability-Fakten
Teilnehmer				
Anzahl Teilnehmer		8	7	8
männlich		2	3	5
weiblich		4	4	3
Geschlecht nicht bekannt		2	0	0
Anzahl Experten		4	3	4
Anzahl Erfahrene		2	2	2
Anzahl Laien		2	2	1
Erfahrung unbekannt				1
Anzahl Designer		0	2	1
Anzahl Usability Experte		2	3	1
Lösungen				
Anzahl Teilnehmer, die <u>Aufgabe verfehlt</u> haben		2	4	0
Anzahl Teilnehmer, die <u>nur noch mal das Problem analysiert</u> haben		2	4	0
Anzahl Teilnehmer, die <u>Aufgabe gelöst</u> haben		6	3	8
Anzahl Teilnehmer, mit seltenen, <u>besonders guten Ideen/Lösungen</u>		1	0-1	0

5 der 8 Teilnehmer sind auf Usability-Probleme eingegangen und haben Ideen generiert, um diese zu lösen, obwohl dies nicht Teil der Aufgabe war. Die generierten Ideen waren zumeist Darstellungserweiterungen und folglich sehr nah am beschriebenen Erlebnis. Viele Ideen waren nur kleinere lokale Erweiterungen, die das Erlebnis vielleicht verstärken oder komplettieren würden, jedoch keinen komplett neuen Ansatz bieten. Nur ein Teilnehmer hat eine Idee generiert, die sich auf das Gesamterlebnis der App auswirken würde und sich damit stark von den anderen Ideen abgehoben hat (UX-G-13).	Nahezu alle Testteilnehmer <u>suchten im vorgelegten, positiven Nutzererlebnis nach Usability Problemen</u> . Oft wurden die Usability-Probleme nur festgestellt, ohne dass ein Verbesserungsvorschlag angegeben wurde. Auch hatten bei einigen Testteilnehmern die Usability-Probleme nichts mit dem beschriebenen Erlebnis zu tun. Die Usability-Probleme bezogen sich also auf alle möglichen Probleme der Applikation.	Die Lösungsvorschläge gleichen sich und unterscheiden sich oft nur minimal. Anstatt der Hold-Geste wird ein einzelner „Tap“ vorgeschlagen (UP-G-01, UP-G-09, UP-G-15, UP-G-20, UP-G-23, UP-G-27), außerdem sollte Interaktionsmöglichkeit deutlicher angezeigt werden (UP-G-01). 1 Teilnehmer hat vorgeschlagen die Information für eine bestimmte Zeitspanne angezeigt werden soll und dass für die Information eine bestimmte Fläche freigehalten wird (UP-G-15). 1 Teilnehmer hat vorgeschlagen, dass durch ein x-Symbol das vorher durch einen Klick geöffnete Fenster wieder schließen geschlossen werden kann (UP-G-16). 1 Teilnehmer schlägt vor das Informationsfenster durch einen Doppelklick zu fixieren (UP-G-	Die Lösungsvorschläge der Teilnehmer gleichen sich sehr. 2 Teilnehmer haben vorgeschlagen, dass durch tippen die Informationen angezeigt werden, bis der Nutzer ein zweites Mal tippt, um diese wieder zu schließen. (UP-F-11, UP-F-22) 2 Teilnehmer haben vorgeschlagen, dass die Informationen durch tippen angezeigt werden und durch einen Close-Button geschlossen werden können. (UP-F-03, UP-F-17) 2 Teilnehmer haben eine Drop-Down Anzeige mit Pfeil Visualisierung vorgeschlagen. Die Informationen können durch tippen ein und ausgefahren werden. (UP-F-07, UP-F-08) 1 Teilnehmer hat ein Pop-Up vorgeschlagen. (UP-F-12 29).
--	--	--	---

Auffälligkeiten

unkonkrete, lokale Ideen	wenige oder unkonkrete Ideen	konkrete und naheliegende Ideen	konkrete und naheliegende Ideen
--------------------------	------------------------------	---------------------------------	---------------------------------

Art der Ideen

Darstellungsweise der Lösungen

schriftliche Ideen	7	7	7	5
skizzierte Ideen	2	2	2	2
Fließtext	5	2	4	2
Stichpunkte	3	5	4	5

Bewertung der Ergebnisse durch das Team

Im Vergleich zu der faktenbasierten Darstellung haben die Teilnehmer der geschichtenbasierten Darstellung mehr Lösungen generiert, aber auch bei dieser Darstellung haben einige Teilnehmer Usability-Probleme genannt, was nicht Teil der Aufgabe war.	Es kann angenommen werden, dass Laien sich mit User Experience Ergebnissen leichter tun, da sie nicht mit der Einstellung Probleme lösen zu wollen, an die Ergebnisse herantreten. Bei dieser These handelt es sich nur um eine Vermutung, welche aus unseren Ergebnissen geschlossen werden kann.	Die Usability-Probleme wurden durch übliche Ansätze gelöst. Die Inhalte der Ideen waren oft sehr ähnlich, nur minimale Variationen sind erkennbar.	Das Problem wurde durch übliche Ansätze gelöst. Keine der Lösungen war neuartig oder herausstechend.
---	--	--	--

Stichwortverzeichnis

Stichwort	Erklärung
Wissensstand	
Experte	Kennt die Definitionen von Usability und User Experience. Hat selbst angekreuzt das er Erfahrung im Bereich Usability, Design und ähnlichem hat.
Laie	Hat keine Definition richtig. Oder nur für eines der Fachwörter eine richtige Übersetzung oder Definition abgegeben. Hat selbst angekreuzt das er keine Erfahrung im Bereich Usability, Design und ähnlichem hat.
Erfahrener	Hat selbst angekreuzt das er Erfahrung im Bereich Usability, Design und ähnlichem hat. Die Definitionen von Usability und User Experience sind jedoch nicht ganz korrekt. Oder anderst herum (richtige Definitionen, aber nicht angekreuzt Erfahrung zu haben).
Designer	Ausbildung und Berufstätigkeit im Bereich Design
Usability Experte	Ausbildung und Berufstätigkeit im Bereich Usability oder User Experience
Ergebnisberichte	
faktenbasierten Ergebnisbericht	Test-Ergebnis-Bericht in Form einer Tabelle mit den aufgelisteten Fakten und Zahlen, des Ergebnisses.
geschichtenbasierten Ergebnisbericht	Test-Ergebnis-Bericht in Form einer Geschichte, eines Szenarios
Lösungen	
Lösung verfehlt	Es wurde aufgrund eines User Experience Erlebnisses ein Usability-Problem gelöst und nicht das Nutzererlebnis noch weiter verbessert. Richtig wäre es gewesen, das Wissen über das positive Erlebnis des Nutzers an anderer Stelle einzusetzen und neue Ideen daraus zu generieren, um das Erlebnis des Systems insgesamt noch positiver zu gestalten.
Nur Problemanalyse	Es wurde nur das Problem noch mal genannt, ohne eine Lösung dafür zu finden. Die Aufgabe gibt vor Lösungen für das Problem zu finden, deshalb wurde indirekt auch die Aufgabe verfehlt.
Aufgabe erfolgreich gelöst	Es wurde je nach Aufgabe ein Usability-Problem gelöst. Bei einem User Experience Ergebnisbericht wurden neue Ideen für ein positiveres Nutzererlebnis im Bezug auf das beschriebene Nutzererlebnis aus dem Bericht generiert.
Usability Problem wurde festgestellt.	Usability Problem wurde festgestellt, obwohl ein User Experience Bericht vorgelegt wurde. Dieses wurde jedoch nur festgestellt und nicht gelöst.
Darstellungsform der Ergebnisse	
Zeichnung	Antworten sind als Zeichnung oder Skizze aufbereitet.
Stichpunkte	Antworten sind als Stichpunkte aufgelistet.
Fließtext	Antworten sind im Form von Fließtext aufgeschrieben.

Usability

Die Teilnehmer haben die Probleme mit bewährten Ansätzen gelöst. Erwartungskonformität versus Überraschung. Usability verleitet zu bewährtes, konservatives Problemlösen.

Usability Probleme sind einfacher zu lösen, durch die Konkretheit des Problems und das Wissen über bekannte Problemlösungen.

Menschen sind gewohnt Probleme zu lösen im Alltag. Usability Probleme sind einfacher zu lösen, da sie durch logisches Denken lösbar sind. Erwartungskonforme Lösungen sind bekannte Lösungen und haben dadurch weniger mit der Persönlichkeit des Designers zu tun. Daher ist die Kritik an so einer Lösung weniger persönlich und angreifend, als bei einer selbstentwickelten Idee, die scheitern könnte.

UX

Es kann angenommen werden, dass Laien sich mit User Experience Ergebnissen leichter tun, da sie nicht an die Ergebnisse herantreten mit der Einstellung Probleme lösen zu wollen. Bei dieser These handelt es sich um eine Vermutung, welche aus unseren Ergebnissen geschlossen werden kann.

Es ist zu wenig Wissen über User Experience vorhanden. UX ist zu wenig greifbar. Die offizielle Definition ist zu allgemein. Es gibt keine Strategien um UX zu erzeugen.

Eine gute Stimmung und Freiraum ist nötig.

Ideen die sich nicht auf die Problemlösung eines bestimmten Problems beziehen, brauchen Freiraum bei der Entwicklung. Es muss weitläufiger gedacht werden und auch verrückte und aufwändige Ideen sollten nicht gleich verworfen werden. Da sich die Produktentwickler diesen Zeitaufwand nicht leisten können bleibt oft kein Freiraum für das Generieren von neuen Ideen aus User Experience Testberichten, weshalb viele Experten keine Verwendung oder kein Verständnis für diese Art von Ergebnissen haben.

Die Unterschiede zwischen dem fakten- und geschichtenbasierten Berichten sind nicht groß. Wichtiger sind explizite Hinweise auf UX-Komponenten wie Neugier. Eventuell würden Maßnahmen wie das hinterfragen und Fragen stellen zu weiteren Reflexionen zu diesem Problem / Erlebnis anregen.

Positives kann man nicht positiver machen. Wenn etwas positiver gemacht werden soll, muss erst das Schlechte behoben werden und das Schlechte zuvor gefunden werden. Daher haben viele

Teilnehmer einige Usability Probleme aufgezählt bei dem UX Test. Es herrscht die Einstellung, dass etwas besser wird, wenn schlechtes behoben wird. Wie beim Abschnitt Usability schon erwähnt, macht man sich durch neue, eigene Ideen angreifbar.

Generell:

Es wurden wenige Skizzen angefertigt. Mögliche Ursache ist, dass die Ideen noch nicht so konkret waren, dass der Teilnehmer sie aufmalen könnte. Vielleicht waren einige Teilnehmer auch gehemmt Skizzen anzufertigen, da sie wenig Übung haben. Dafür spricht, dass die Texte meist auch nicht konkret waren, bis auf die Texte, die Interaktionen im Detail beschrieben haben. Außerdem waren wenig Designer an dem Test beteiligt.