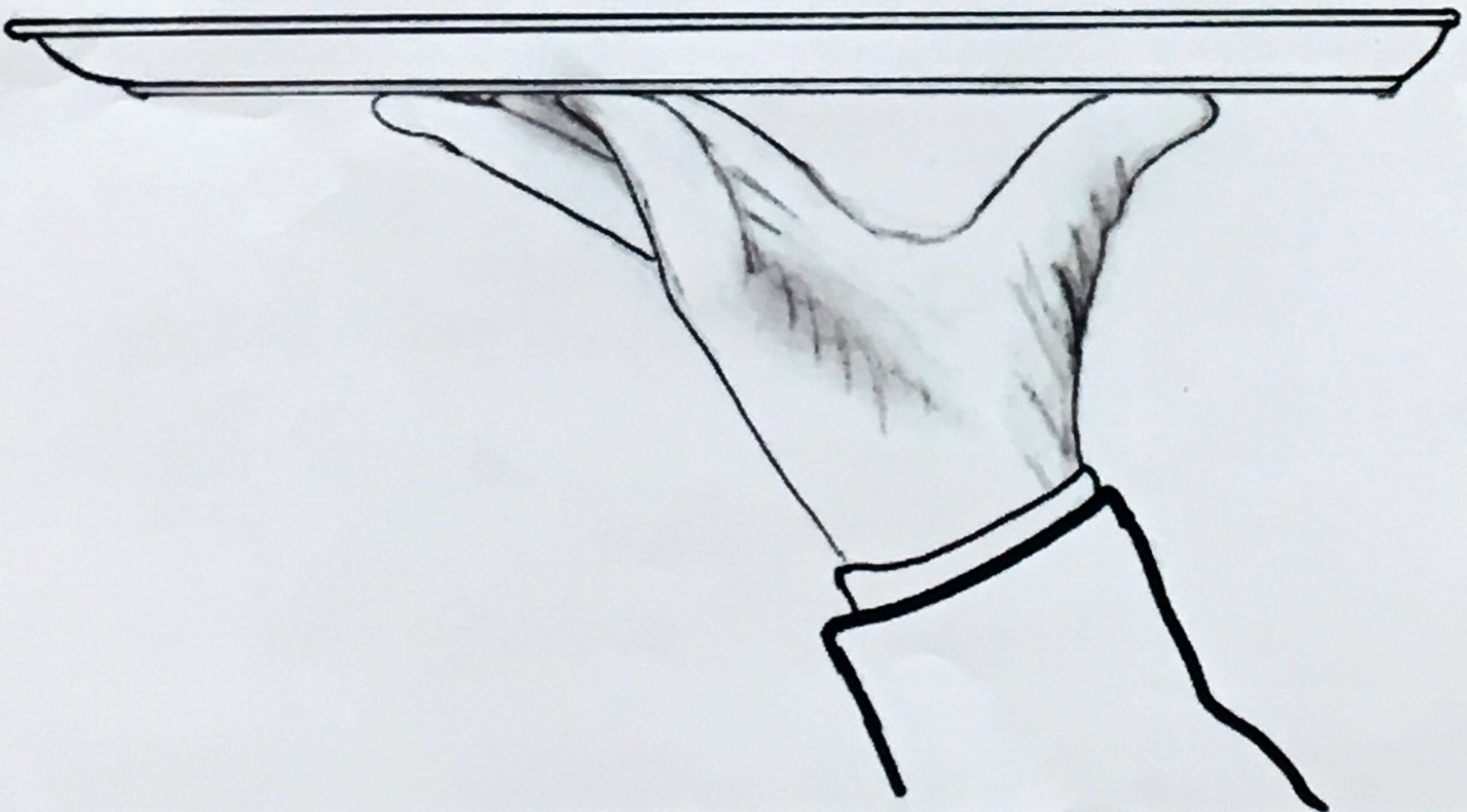


Wirtschaft aus erster Hand

WIRTSCHAFT

manager

magazin



IDEEN RUNDE



20 - 45 Minuten



3 - 5 Personen



Voraussetzung sind gute
Wie-können-wir-Fragen.

Wofür & Was

Ideenrunden dienen zur Erzeugung vieler aufeinander aufbauenden Ideen in relativ kurzer Zeit.

Die Ideenrunde ist eine teilweise stille Übung; sie fördert die Teilnahme eines jeden Teammitglieds.

So wird's gemacht

1. Jeder Teilnehmer wählt eine Wie-können-wir-Frage aus und schreibt sie oben auf ein Din-A3 Blatt.
2. Drei Ideen machen den Anfang: Jeder Teilnehmer schreibt seine ersten drei Ideen auf je ein Post-it und klebt diese in eine Reihe unter die Wie-können-wir-Frage.
3. Alle drei bis fünf Minuten werden die Blätter im Uhrzeigersinn weitergegeben und jeder überlegt sich weitere drei Ideen, die auf den vorherigen Zeilen aufbauen.
4. Schritt 3 wird so lange wiederholt, bis die Blätter einmal umhergewandert sind.
5. Nun können die Ideen geteilt und zu Themen-Bündeln auf einem Whiteboard zusammengefasst werden.





DESIGNAUFGABE
WIE KÖNNEN WIR ANNA & IHRE FREUNDE
BEI KAFFEEPAUSEN ZUSAMMENBRINGEN?

EINE
KAFFEE
CHAT-APP

KAFFEE
ZUM AB-
HOLEN
VORSTELLEN

DURCH WER-
CHAT IM KAF-
FEELÄDEN,
DIE SCHLAFSTU-
GE SEHEN

PUSH NOTI-
KATION WENN
EINER IHRER
FREUNDE IN
DER SCHLAFSTU-
GE STEHT

VIRTUELLE
GRUPPENBE-
STELLUNG, DA-
SIE KAFFEE-
LÄDEN GIE-
SCHENKT

KAFFEE-SERVICE

KAFFEE FÜR
FRIENDS &
FAMILY

GESICHTSER-
KENNUNG UM
ZU SEHEN OB
IHRE FREUNDE
IN DER SCHLAF-
STU-GE STEHEN

BESTER PREIS-
LEISTUNGS-
VERHÄLTNISS
VIA APP /
ETAIL

BEWERTUNG
PREISE
VORTEIL-
HAFT

DORT KANN
MAN SEINEN
LIEBLINGST-
ORT ANGE-
BEN

KAFFEE
SHOP MIT
RÄDERN

DESIGNAUFGABE
WIE KÖNNEN WIR ANNA ZU EINEM GUTEN
PREIS, EINE SCHNELLE & EINFACHE MÖGLICHKEIT
ANBIETEN IHREN KAFFEE ZU BESTELLEN?

VIA APP
VORBESTEL-
LEN

APP
ZEIGT
JEDER
100% SICH

DESIGNAUFGABE
WIE KÖNNEN WIR ANNA'S KAFFEEZEIT
VERLÄNGERN & DAS GEHT BEI IHR
IHREN FREIZEIT ZEIT VERLÄNGERN?

FÜR TOTAL-
CORRESPOND
KOFFEIN

REZEPT-
KARTEN
FÜR KAFFEE

REZEPT-
KARTEN
FÜR KAFFEE

WIE-KÖNNEN-WIR- FRAGEN



15 - 30 Minuten



3 - 5 Personen



Voraussetzung ist, dass das Team im Vorfeld ein gemeinsames und umfassendes Verständnis des Nutzers entwickelt hat (vgl. Nutzerinterviews).

Wofür & Was

Wie-können-wir-Fragen helfen dabei, sich bei der Ideensuche auf das Wesentliche zu fokussieren.

Der Austausch innerhalb des Teams steht dabei im Vordergrund.

Wie-können-wir-Fragen zu stellen ist eine Vorgehensweise bei der konkrete Fragen formuliert werden, die sich damit befassen wie man bestimmten Nutzerbedürfnissen gerecht werden kann.

So wird's gemacht

1. Diskussion im Team:
 - Was wissen wir über den Nutzer und dessen derzeitiges Nutzererlebnis?
 - Was war besonders interessant, inspirierend und überraschend? Warum?
 - Was sind unsere wichtigsten Erkenntnisse?
 - Wo sehen wir maßgebliche Limitationen und Erfolgskonditionen?
2. Formulieren der Wie-können-wir-Fragen:

An dieser Stelle werden die unter „1.“ zusammengefassten Erkenntnisse in konkrete Fragen übersetzt. Diese bilden wiederum die Grundlage für das Generieren erster Ideen bzw. Lösungsansätze.



**WIE
KÖNNEN
WIR...**

... Anna zu einem
guten Preis, eine
Schnelle & einfache
Möglichkeit anbieten
ihren Kaffee zu
bestellen?

... Anna & ihre
Freunde bei
Kaffee pausen
zusammenbringen?

... Anna's Warte-
zeit verkürzen, so
dass sie mehr Zeit
hat ihren Kaffee
zu genießen?

NUTZER INTERVIEWS



30 - 60 Minuten



2 Personen



Offene Fragestellungen fördern
das Erzählen von Geschichten.
Was? Warum? Wie? Wann? Wo?
Wer? z.B. Wie fühlen Sie sich in
Ihrer Situation?

Wofür & Was

Interviews geben Einblick in Perspektive, Expertise, Erfahrung und Verhalten des Nutzers.

Durch Interviews lassen sich der Designaufgabe zugrundeliegende Probleme erkennen und Bedürfnisse besser verstehen.

Idealerweise werden mehrere Nutzer im Rahmen von Einzelinterviews befragt. Interviews sind immer zu zweit durchzuführen (ein Interviewer, ein Protokollant).

So wird's gemacht

1. Vorbereitung:
Was möchten wir herausfinden? Was möchten wir dem Nutzer zeigen?
2. Durchführung:
 - Sich gegenseitig vorstellen
 - Offene Fragen stellen
 - Zuhören, nicht korrigieren, nicht urteilen
 - Neugierig bleiben – besonders unerwartete Erkenntnisse können Ideen inspirieren!
 - Nach dem ‚warum‘ fragen, kontinuierlich nachhaken
 - Das Verhalten der Nutzer beobachten und, wenn möglich, Fotos von dem Nutzerumfeld machen (vorher nach Erlaubnis fragen)
 - Sich beim Nutzer für das Interview und seine Zeit bedanken





PERSONA

Wofür & Was

Die Orientierung an Personas hilft bei späteren Design-Entscheidungen. Personas verleihen abstrakten Daten ein menschliches Gesicht.

„Wir erstellen Personas, damit unsere Entwickler nicht für sich selbst, sondern für unsere Nutzer programmieren.“

SAP User Researcher

Personas bezeichnen fiktive Charaktere, die auf realen Daten basieren und Nutzerprofile und -rollen widerspiegeln. Sie beinhalten Ziele, Wünsche und Aufgaben der Nutzer.



15 - 30 Minuten



3 - 5 Personen



„Wenn eine sogenannte Persona nicht detailliert beschrieben werden kann ist nicht ausreichend Nutzerrecherche betrieben worden.“

Frei nach Alan Cooper

Voraussetzung um eine Persona zu erstellen ist das Wissen über die Nutzer, die diese Persona repräsentiert.

So wird's gemacht

1. Definition typischer Nutzer-Charakteristika:
Gesicht, Name, Alter, Bildung, etc.

Im Kontext der Designaufgabe

2. Beschreiben:
 - Welche Rolle erfüllt die Persona?
 - Welche Ziele möchte die Persona erreichen?
 - Welche Aufgaben/Tätigkeiten führt die Persona aus?
 - Wodurch werden diese in Gang gesetzt?
 - Wie häufig werden die Aufgaben/Tätigkeiten ausgeführt?
3. Herausarbeiten der Vorlieben und Abneigungen der Persona:
 - Was mag die Persona?
 - Was frustriert die Persona?
4. Visualisierung:
Beschreiben oder Zeichnen der Umgebung der Persona.





SCREEN-SKIZZEN



30 - 90 Minuten



2 - 3 Personen



Nutzer-Storyboards des zukünftigen Szenarios helfen dabei mit den Screenskizzen zu beginnen.

Wofür & Was

Das Visualisieren der zukünftigen Lösung hilft dabei ihre Funktionalitäten zu kommunizieren.

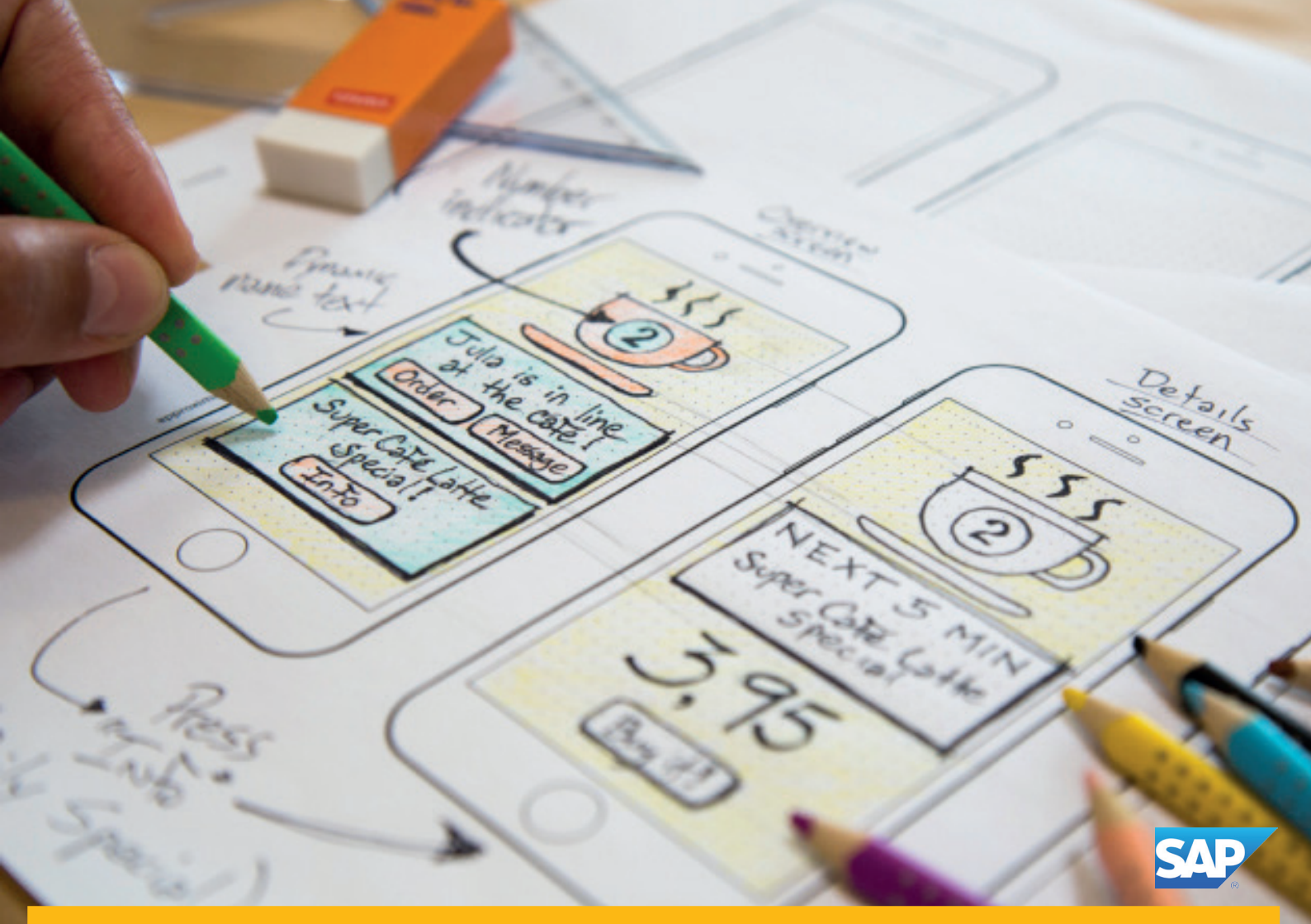
Die einfachen Entwürfe zeichnen sich durch ihre schnelle und günstige Erstellung aus. Screenskizzen helfen dabei, früh Nutzerfeedback einzuholen, sowie Abläufe und Ideen zu prüfen.

Screenskizzen sind ein Modell eines Produktes oder Services. Sie haben einen niedrigen Detailgrad und visualisieren die Funktionalität der zukünftigen Lösung. Sie werden auf Papier gezeichnet und können gemeinsam mit Nutzern und Stakeholdern erstellt werden.

So wird's gemacht

1. Zu identifizieren:
 - Wo ergeben sich im vorgesehenen Szenario zukünftig Schnittstellen bzw. Berührungspunkte zwischen Nutzer und Technologie?
 - Welche Informationen muss das System dem Nutzer bereitstellen?
 - Welche Informationen muss der Nutzer dem System bereitstellen?
2. Erarbeitung eines sinnvollen Interaktionsablaufs mit den hierfür benötigten „Screens“.
3. Skizzieren der „Screens“.





STORY-BOARDING



30 - 90 Minuten



3 - 5 Personen



Voraussetzung für das Storyboarding sind detailliert beschriebene und priorisierte Ideen einer zukünftigen Lösung.

Ein typisches Storyboard besteht aus 6 Szenen.

„Geschichten sind Datenpunkte mit einer Seele.“

Brene Brown

Wofür & Was

Storyboards sind die Visualisierung von Lösungskonzepten in Form einer skizzenhaften Bilderfolge. Sie erzählen das zukünftige Nutzererlebnis mithilfe einer Geschichte.

Storyboards sind schnell und einfach gemacht und helfen dabei Konzepte an andere zu vermitteln, sowie Feedback einzuholen. Die Storyboarding Übung kann unter Mitwirkung von Nutzern und anderen Stakeholdern durchgeführt werden.

So wird's gemacht

1. Bestimmen elementarer Komponenten
 - Charaktere (Nutzer als Hauptdarsteller und Nebendarsteller, die in der Geschichte vorkommen)
 - Ziel des Hauptdarstellers
 - Kontext
2. Entwurf einer Handlung
 - Wer? Was? Wo?
 - Aktivitäten, Dialoge und Interaktionen
3. Ausgestaltung und Fertigstellung der Storyboards





NUTZER ERLEBNIS KARTE



60 - 120 Minuten



3 - 5 Personen



Kritische Momente

Situationen, in denen etwas schief gehen könnte, oder in denen wichtige Entscheidungen getroffen werden.

Schmerzpunkte

Situationen, die für den Nutzer besonders schwierig, frustrierend oder lästig sind.

Wofür & Was

Eine Nutzererlebnis-Karte ermöglicht dem Team ein gemeinsames Verständnis der derzeitigen Situation aus Sicht des Nutzers zu erlangen.

Herausforderungen, Motivationen und Bedürfnisse der Nutzer, sowie weitere für die Designaufgabe relevante Umstände werden auf diesem Wege sichtbar bzw. verdeutlicht: die Übung stellt Schritt für Schritt, an einem Whiteboard oder auf einem großen Poster, den chronologischen Ablauf des Nutzererlebnisses dar.

So wird's gemacht

1. Welche Aktivitäten führt der Nutzer während seines Nutzererlebnisses durch, um seine Aufgaben zu erfüllen und seine Ziele zu erreichen?
2. Woran denkt der Nutzer beim Ausführen der Aktivitäten?
3. Wo gibt es entsprechende Berührungspunkte (Werkzeuge, Geräte, Unterhaltungen, andere Personen, etc.)
4. Markieren der kritischen Momente und Schmerzpunkte.



NUTZERERLEBNISKARTE

DAUER: 60min.

SZENARIO: Anna's Café Latte

GEDANKEN & EMOTIONEN

AHH, ES IST GUT
AUS DEM OFFICE
ZU KOMMEN

GRRR,
WARTE-
SCHLANGE!

ICH SCHREIBE
JENNY EINE
SMS

NEHME ICH
HEUTE EINEN
ZEN-TEE?

5 EURO IST
ZIEMLICH
TEUER!

EINEN CAFÉ
LATTE, WIE
INNER...

TOLL, EIN
CAFÉ LATTE!!!

AKTIVITÄTEN

GEHT ZUM
COFFEE-SHOP

STELLT SICH
HINTEN AN

... WÄRTET

SCHREIBT
EINE SMS

BESTELLT EINEN
CAFÉ LATTE

BEZAHLT

HOLT
KAFFEE
AB

BERÜHRUNGS- PUNKTE

COFFEE-
SHOP

ANDERE
KUNDEN

MENÜ-
TAFEL

KASSIERER

KAFFEE-
TASSE

SMART-
PHONE

BARISTA

GELDBÖRSE