

09.06.2020
MUZ UX-RESEARCH & DEVELOPMENT

USER EXPERIENCE (UX) FÜR DAS STELLENMARKT-FRONTEND

USERGROUP MEETING 09.06.2020

KONKRETE THEMEN

- › **UX Team**
- › **UX-Ansatz** (Denkmodell, Research, Methoden)
- › **UX-Konzept & Prototyping: Smartphone Only**
(Prozessoptimierung und Wireframe-Prototyping)
- › **Feedback & Diskussion**
(gern auch zwischendurch)

UX-RESEARCH & DEVELOPMENT
UX-TEAM

DAS MUZ UX-TEAM

HEUTE: PM, DOKUMENTATION, UX-DESIGN

UX-RESEARCH & DEVELOPMENT
UX-TEAM



TANIA TEETZ

BETREUUNG
USERGROUP &
DOKUMENTATION
(PRODUKTE)



OLE KERL

IT-PROJEKT-
MANAGEMENT
& KUNDENBETREUUNG
(PRODUKTE)



MICHAEL PALMEN

SENIOR UX-DESIGNER
(PRODUKTE)



MALTE TRÖGER

JUNIOR UX-DESIGNER
(SOLUTIONS
& PRODUKTE)



LOUISE GRABOW

UX-DESIGNERIN
(SOLUTIONS)

UX-RESEARCH & DEVELOPMENT
UX-ANSATZ

‘SORRY FOR THE
INCONVENIENCE,
BUT
WE ARE
TRYING
TO
CHANGE
THE
WORLD’

UX-ANSATZ

DENKMODELL, RESEARCH, METHODEN

Angepasst nach ersten Feedbacks

Denkmodell „FUTURE“ als Ideenquelle für die Weiterentwicklung (EVO)



heute

Eigentlich immer noch
eine schnittige Karre.

Einiges bemängeln die Fahrer zu
Recht, manches würde der Hersteller
On TheScratch auch anders machen



Nahe und ferne Zukunft

Kundenwünsche, Zukunftsprojektionen
und eigene Vision!

Wird selten in Serie gehen. Muss aber
sein, weil der Rückschritt in Serienreife
immer noch andere (bessere) Ergebnisse
bringt, als zu enges Neudenken am alten
Modell.



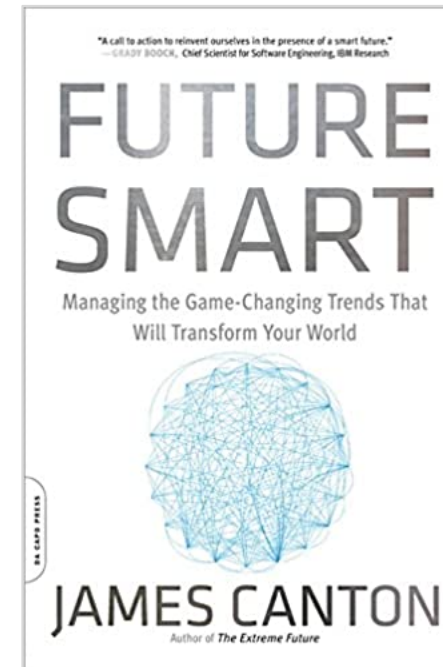
Ziel: aktueller Prototyp

morgen

EVolution

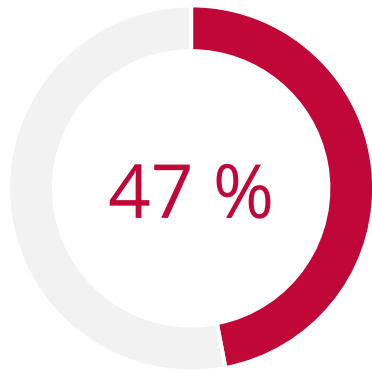
In der Nachschau kann man die
schrittweise Entwicklung immer gut
sehen und auf lange Sicht kommt
man so oft der Vision ziemlich nahe.

Fiktion/Projektion & Abgleich mit der Realität

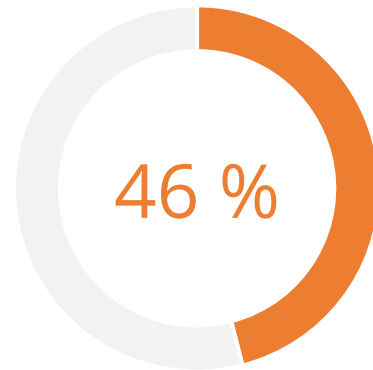


Fiktion/Projektion & Abgleich mit der Realität

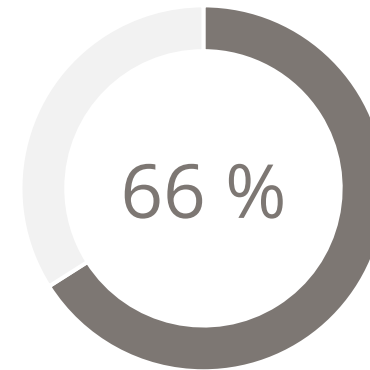




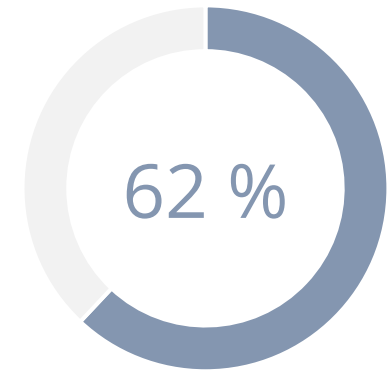
Wünschen sich, dass Produkte besser Ihren Vorstellungen und Bedürfnissen entsprechen.



Sind sich einig, dass ihr Zuhause ein Platz sein soll, vom den aus sie arbeiten, Freunde treffen oder sich anderweitig unterhalten können.

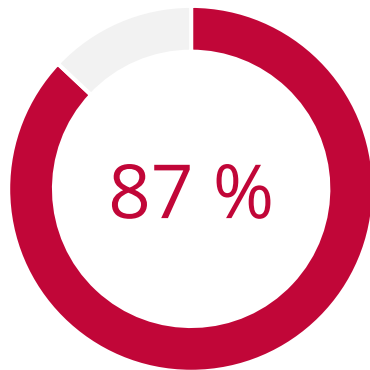


Finden Erlebnisse in der echten Welt umso wertvoller, je selbstverständlicher man in Zukunft zu Hause alles virtuell erleben kann. Von der Gen Z stimmen dem 76% zu, 66 % sind es bei der Gen Y und 64 % bei der Gen X.



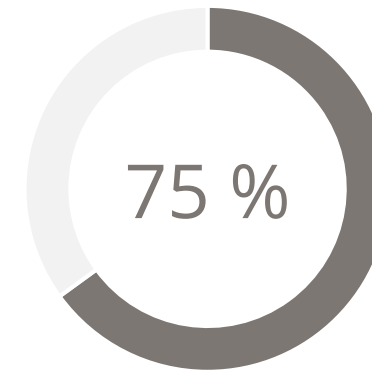
Der Gen Z, die ja noch zur Schule geht oder im Studium steht, wünschen sich, „dass ich in meinem späteren Beruf die Ergebnisse meiner Arbeit besser miterleben kann“. Diese Anforderung an ihre Arbeit, allerdings in deutlich geringerem Maße, stellen auch die Gen Y (39 %) und die Gen X (33 %).

„ROBO-“RECRUITING

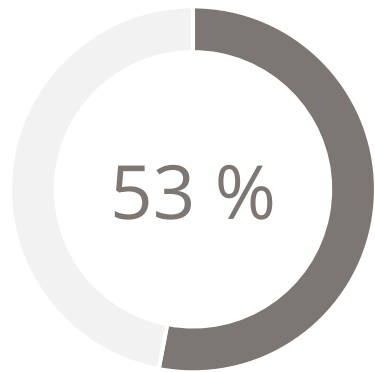


Die Xing-New Work-Studie vom Okt 2018 stellt fest, dass 87% der Personaler davon ausgehen, **dass KI in 15 Jahren einen wesentlichen Anteil** bei der Auswahl von Kandidaten haben wird. Nur 4% allerdings glauben, dass der gesamte Recruiting-Prozess ohne menschliches Zutun erledigt wird.

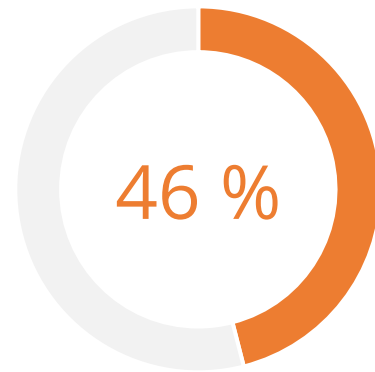
CO-WORKING PLACES / HOME OFFICE



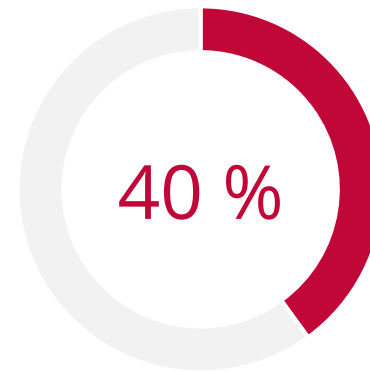
3/4 der Personaler sind überzeugt, dass die Unabhängigkeit vom Arbeitsplatz stark zunimmt, so dass Home Office und Coworking Places ebenso wie virtuelle Zusammenarbeit stark zunehmen.



GEN Y



GEN X



GEN Z



**CO-LIVING TRIFFT
CO-WORKING**

**GIG-WORKING STATT
NINE-TO-FIVE-ARBEIT**

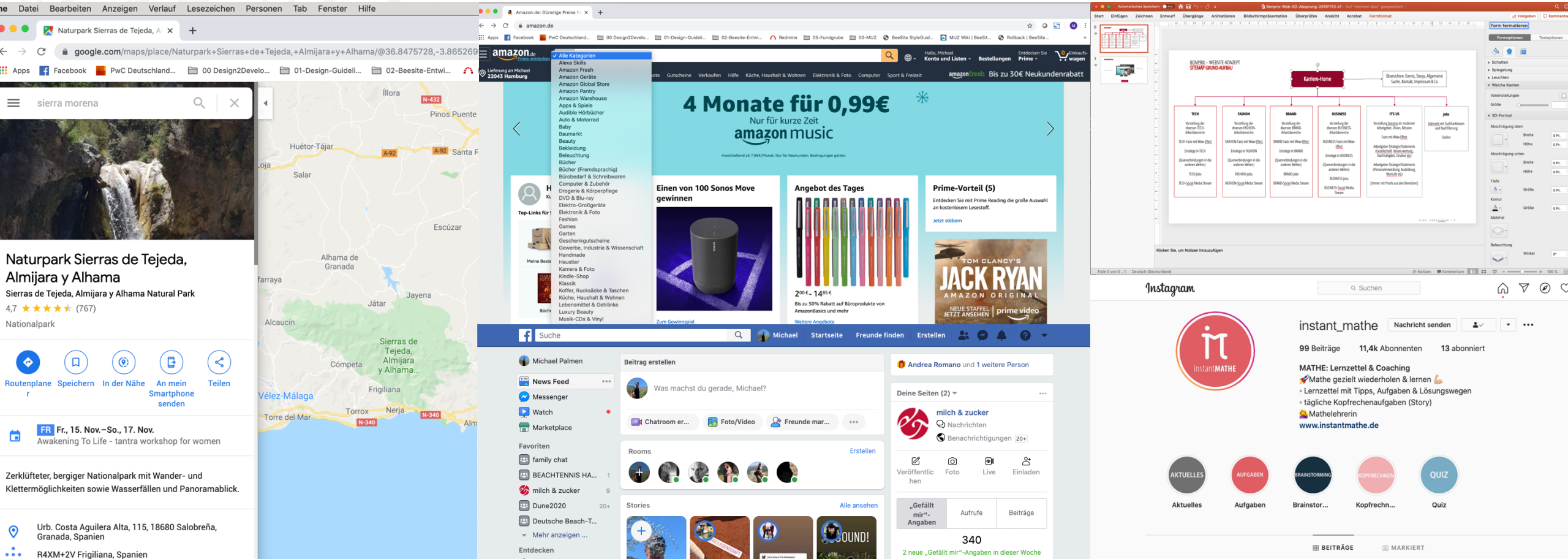
Wollen Jobbörsen, auf denen sie unkompliziert auch nur minutenweise arbeiten und Geld verdienen können.

19. MÄRZ 2019, POST IN DERSTANDARD.DE

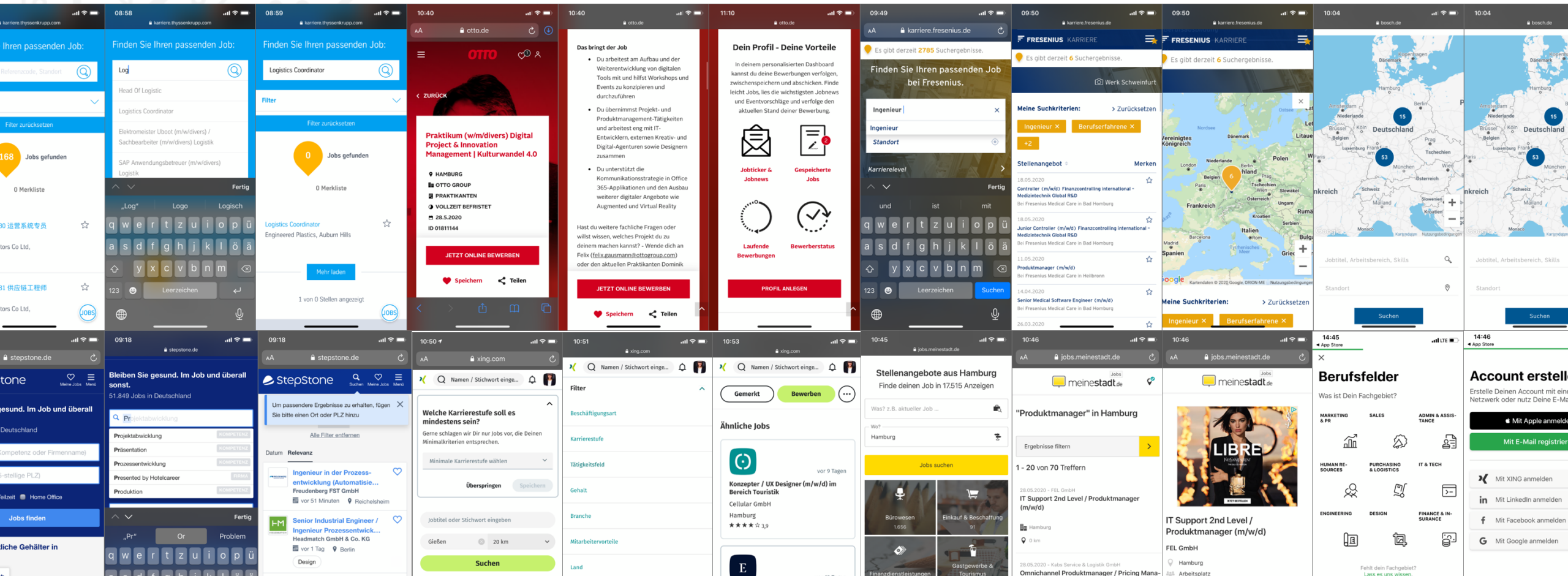
ERSTMALS SEIT ZEHN JAHREN NUTZEN
VERBRAUCHER FÜR IHRE EINKÄUFE IM
INTERNET DAS SMARTPHONE MEHR ALS PC,
LAPTOP ODER TABLET!

21.000 ONLINE-VERBRAUCHER IN 27 LÄNDERN

Research: Best Practices / aktuelle Studien



Research: Best Practices / aktuelle Studien



Methodik

USABILITY-METHODEN

Angela Krupp, Stefan Brandenburg, Kirsten Westphal, Ronny Reckin & Melanie Städe

Usability-Methoden sind das essentielle Werkzeug für jeden, der sich mit dem Thema Usability in Unternehmensszenarien auseinandersetzt. Für kleine und mittlere Unternehmen (KMU) ist der Sammelsatz Usability-Methoden zumeist schwer fassbar. Beim ersten Kontakt mit dem Thema erscheint bereits die Anzahl der existierenden Methoden unüberschaubar. Arbeitet man sich weiter in die einzelnen Methoden ein, wird deutlich, dass manchmal dieselben Methoden unterschiedliche Bezeichnungen bekommen unterschiedliche Methoden vergleichbar benannt sind. Abseits von den reinen Bezeichnungen da finden sich wiederum unterschiedliche inhaltliche Beschreibungen gleicher Methoden. Kurz gesagt: letzten Jahren ist eine Vielzahl von Methoden und Methodenbeschreibungen entstanden. Der eigentliche Kern und das Behalten der Übersicht über die verschiedenen Methoden ist dadurch deutlich erschwert.

Der vorliegende Themenschwerpunkt strebt an, eine Auswahl der (unserer Meinung nach) häufigsten Usability-Methoden zu geben und diese kurz und prägnant zu beschreiben. Dadurch kann schnell Überblick geschaffen werden, der bei weiterer Beschäftigung mit den Methoden helfen kann. In der Bezeichnung einiger Methoden und am Ende des Themenschwerpunkts werden Links aufgeführte Informationen zu einzelnen Methoden beinhaltet.

Gängige Usability-Methoden und deren Kurzbeschreibung

Bezeichnung der Methode	Kurzbeschreibung
A/B-Test	Messung von Unterschieden zweier Versionen einer Website, eines Webservices oder einer anderen Technologie, die sich nur in einer sehr wenigen Merkmalen unterscheiden.
Acceptance Test	Nutzer werden nach einer Interaktion mit einem Produkt interviewt festzustellen, wie ein Produkt angenommen wurde und warum es spezifischen Stellen Interaktionsschwierigkeiten gab. Nutzer füllen Fragebögen aus.
Benchmark-Tests	Untersuchung der Ausprägungsstärke von verschiedenen (Leistungsdimensionen wie Effektivität, Effizienz und Zufriedenheit, um ein Produkt mit anderen Systemen oder bestimmten Zielwerten vergleichbar zu machen.
Beobachtung mit Notizen	Ein Beobachter protokolliert Interaktionsverhalten, aber auch Mimik/Gestik und Körperhaltung des Nutzers während der Systemnutzung. Erfasst werden können u.a. Workflows, Workarounds und die

© UseTree, 04/2015

Personas

Anforderungen / Design / Evaluation / Software-Auswahl



Eine Persona repräsentiert die Nutzung Verhaltensweisen einer Nutzungsgruppe. Nutzer helfen, die wichtigsten Anforderungen zu bestimmen, können aber auch bei der Identifizierung und der Bewertung von Nutzungsszenarien zu berücksichtigen.

Typische Fragen:
- „Wie ist das Verhalten der Benutzer?“
- „Haben wir alle Anforderungen?“
- „Was machen wir unsere Zielgruppen?“

BEISPIEL FÜR EINE PERSONA EINES ONLINESHOPPINGKARTELLS

Sabine, Studentin, 25 Jahre
Sabine studiert Sozialwissenschaften. In ihrer Freizeit dreht sich alles um ihr Hobby: reisen in einer Agentur um sie gerne Essen, kocht sich aber auch in der Organisation regelmäßig Kochkurse. Sabine nutzt das Wochenende

Wünsche
- „Für ausgefallene Lebensmittel wie...“
- „Ich bin kein Wochenend-Einkäufer.“

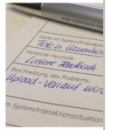
Einkaufsverhalten
- Kauft keine Fertiggerichte.
- Bestellt viele Dinge, wie Kleidung, und kauft Lebensmittel meist unter der Woche.
- Spart nicht beim Kauf von Lebensmitteln.

Internetnutzung
Sabine muss für ihr Studium viel im Web surfen und Shopping-Blogs. Ihr Tablet

www.usetree.de

Heuristik

Anforderungen / Design / Evaluation / Software-Auswahl



Bei der Anwendung von Heuristiken Prototypen oder eines fertigen Produkts anhand einer Liste von gestellten Systemen umfassen, identifiziert und die Schwächen von Nutzungsszenarien zu berücksichtigen.

Typische Fragen:
- „Wie ist das Verhalten der Benutzer?“
- „Haben wir alle Anforderungen?“
- „Was machen wir unsere Zielgruppen?“

HEURISTIKEN (nach Nielsen & Molich)
- „Liefere Feedback!“ – Das System sollte dem Nutzer helfen, die richtigen Entscheidungen zu treffen.
- „Sprich die Sprache des Nutzers.“ – Die Sprache des Nutzers sollte in der Kommunikation verwendet werden.
- „Stelle klar markierte Ausgänge bereit.“ – Die Ausgänge sollten klar markiert sein.
- „Sei konsistent!“ – In ähnlichen Situationen sollte das System dasselbe Verhalten zeigen.
- „Verhalte dich wie ein Experte.“ – Die Ausgänge sollten so sein, wie sie von einem Experten erwartet werden.
- „Mehrmals die Gedächtnisstütze.“ – Die Ausgänge sollten so sein, wie sie von einem Experten erwartet werden.
- „Stelle Abkürzungen zur Verfügung.“ – Die Ausgänge sollten so sein, wie sie von einem Experten erwartet werden.
- „Liefere gute Fehlermeldungen.“ – Die Fehlermeldungen sollten hilfreich sein.
- „Liefere Hilfe und Dokumentation.“ – Die Hilfe und Dokumentation sollten leicht zugänglich sein.

www.usetree.de

Interview

Anforderungen / Design / Evaluation / Software-Auswahl



Interviews können in der Anforderungsphase, in der Designphase oder in der Evaluationsphase eingesetzt werden. Sie sind eine wichtige Methode, um die Anforderungen der Nutzer zu ermitteln und die Usability des Systems zu verbessern.

Typische Fragen:
- „An welchen Stellen haben unsere Benutzer Schwierigkeiten?“
- „Wie erlebt der Kunde unsere neue App?“
- „Wie erlebt der Kunde die neue Startseite?“

SCHRITT 1: PLANUNG UND DURCHFÜHRUNG
Die Fragen des Interviews sollten so formuliert werden, dass sie die Benutzer dazu anregen, ihre Erfahrungen zu teilen. Die Fragen sollten offen sein, um eine detaillierte Beschreibung der Probleme zu erhalten. Die Fragen sollten auch so formuliert werden, dass sie die Benutzer dazu anregen, ihre Meinungen zu äußern. Die Fragen sollten auch so formuliert werden, dass sie die Benutzer dazu anregen, ihre Vorschläge zu äußern.

SCHRITT 2: DURCHFÜHRUNG
Das Interview sollte in einem ruhigen, störungsfreien Umfeld stattfinden. Der Interviewer sollte sich Zeit nehmen, um den Teilnehmer zu entspannen und ihm das Gefühl zu geben, dass er seine Meinungen äußern kann. Der Interviewer sollte auch darauf achten, dass der Teilnehmer alle Fragen beantwortet hat. Der Interviewer sollte auch darauf achten, dass der Teilnehmer alle Punkte, die er ansprechen möchte, angesprochen hat.

SCHRITT 3: AUSWERTUNG
Die Ergebnisse des Interviews sollten sorgfältig analysiert werden. Die Ergebnisse sollten in Kategorien unterteilt werden, die die wichtigsten Probleme und Vorschläge enthalten. Die Ergebnisse sollten auch mit den anderen Usability-Methoden verglichen werden, um ein umfassendes Bild der Usability des Systems zu erhalten.

www.usetree.de

ISONORM

Anforderungen / Design / Evaluation / Software-Auswahl



Die ISONORM 9241/11 ist eine Norm, die die Anforderungen an die Usability von Produkten festlegt. Sie ist eine wichtige Grundlage für die Entwicklung von Usability-Methoden.

Typische Fragen:
- „An welchen Stellen haben unsere Benutzer Schwierigkeiten?“
- „Wie erlebt der Kunde unsere neue App?“
- „Wie erlebt der Kunde die neue Startseite?“

SCHRITT 1: PLANUNG UND DURCHFÜHRUNG
Die Fragen des Interviews sollten so formuliert werden, dass sie die Benutzer dazu anregen, ihre Erfahrungen zu teilen. Die Fragen sollten offen sein, um eine detaillierte Beschreibung der Probleme zu erhalten. Die Fragen sollten auch so formuliert werden, dass sie die Benutzer dazu anregen, ihre Meinungen zu äußern. Die Fragen sollten auch so formuliert werden, dass sie die Benutzer dazu anregen, ihre Vorschläge zu äußern.

SCHRITT 2: DURCHFÜHRUNG
Das Interview sollte in einem ruhigen, störungsfreien Umfeld stattfinden. Der Interviewer sollte sich Zeit nehmen, um den Teilnehmer zu entspannen und ihm das Gefühl zu geben, dass er seine Meinungen äußern kann. Der Interviewer sollte auch darauf achten, dass der Teilnehmer alle Fragen beantwortet hat. Der Interviewer sollte auch darauf achten, dass der Teilnehmer alle Punkte, die er ansprechen möchte, angesprochen hat.

SCHRITT 3: AUSWERTUNG
Die Ergebnisse des Interviews sollten sorgfältig analysiert werden. Die Ergebnisse sollten in Kategorien unterteilt werden, die die wichtigsten Probleme und Vorschläge enthalten. Die Ergebnisse sollten auch mit den anderen Usability-Methoden verglichen werden, um ein umfassendes Bild der Usability des Systems zu erhalten.

www.usetree.de

Usability-Test

Anforderungen / Design / Evaluation / Software-Auswahl



Bei einem Usability-Test (auch Nutzertest) führen repräsentative Nutzer typische Aufgaben mit einem System aus, um Probleme, aber auch positive Aspekte des Systems aufzudecken. Die Interaktion des Nutzers wird dabei meist aufgezeichnet. Seine Wahrnehmungen und Meinungen werden im Interview mit Fragebögen oder mit der Methode des Lauten Denkens erfasst.

Typische Fragen:
- „An welchen Stellen haben unsere Benutzer Schwierigkeiten?“
- „Wie erlebt der Kunde unsere neue App?“
- „Wie erlebt der Kunde die neue Startseite?“

SCHRITT 1: VORBEREITUNG
Die Aufgaben, die im Usability-Test durchgeführt werden, sollten so formuliert werden, dass sie die Benutzer dazu anregen, ihre Erfahrungen zu teilen. Die Aufgaben sollten offen sein, um eine detaillierte Beschreibung der Probleme zu erhalten. Die Aufgaben sollten auch so formuliert werden, dass sie die Benutzer dazu anregen, ihre Meinungen zu äußern. Die Aufgaben sollten auch so formuliert werden, dass sie die Benutzer dazu anregen, ihre Vorschläge zu äußern.

SCHRITT 2: DURCHFÜHRUNG
Die Aufgaben sollten in einem ruhigen, störungsfreien Umfeld durchgeführt werden. Der Testleiter sollte sich Zeit nehmen, um den Teilnehmer zu entspannen und ihm das Gefühl zu geben, dass er seine Meinungen äußern kann. Der Testleiter sollte auch darauf achten, dass der Teilnehmer alle Aufgaben beantwortet hat. Der Testleiter sollte auch darauf achten, dass der Teilnehmer alle Punkte, die er ansprechen möchte, angesprochen hat.

SCHRITT 3: AUSWERTUNG
Die Ergebnisse des Usability-Tests sollten sorgfältig analysiert werden. Die Ergebnisse sollten in Kategorien unterteilt werden, die die wichtigsten Probleme und Vorschläge enthalten. Die Ergebnisse sollten auch mit den anderen Usability-Methoden verglichen werden, um ein umfassendes Bild der Usability des Systems zu erhalten.

www.usetree.de



WANN: Frühe Prototypen, Zwischenversionen, fertige Produkte
WER: Repräsentative Nutzer + Tester, optional Protokollant
DAUER: Ca. 1 Std. pro Nutzer plus Auswertung
WOS/IT: Optional Aufzeichnungsgaräte (Screen Capture-Software, Audiorekorder, Kamera)

VORTEILE DER METHODE

- Gründe für Probleme und Auffälligkeiten können schnell und kostengünstig identifiziert werden
- Äußerungen und Verhalten des Nutzers sind spontan und meist unverzerrt
- Auch beim Nutzer durchführbar, z.B. am Arbeitsplatz oder remote

CHECKLISTE

- Verifizieren Sie, dass nicht der Nutzer, sondern das System getestet wird.
- Betonen Sie: Zur Verbesserung des Systems tragen alle Änderungen bei – auch solche, die dem Nutzer als unwichtig erscheinen.
- Das tatsächliche Verhalten des Nutzers kann stark von seinen Äußerungen abweichen.
- Achten Sie auf ruhige Räumlichkeiten mit möglichst wenig Ablenkung – ein spezielles Usability-Labor ist aber i.d.R. nicht notwendig.
- Bei einem sog. „A/B-Test“ (auch Split-Test), werden zwei Systeme gegeneinander getestet, z.B. eine neue gegen eine alte Version. Werden dabei Bearbeitungszeiten und -fehler erhoben, so ist für die Auswertung ein Grundwissen über Statistik notwendig.
- Die Testpersonen sollten möglichst der Zielgruppe des Produktes entsprechen. Rufen Sie sieben Personen in der Regel aus um ca. 90% der Usability-Mängel festzustellen.
- Verwenden Sie ein Formular für die Audio- und Videoaufgabe.

Methodenhandbuch
Mittelstand Digital

Zusammengefasst:

- › Beobachtung auf Abgleich von Marktprojektionen
- › Marktbetrachtung – fachlich und fachübergreifend (Studien, Best Practices)
- › UX-Literatur/Links und Abfassungen zu entsprechenden Themen
- › Definition von UseCases und Personas
- › Prototyping mit Wireframes und technische Konzeption (Feedback Stakeholder)
- › Layout-Prototyping (Feedback Stakeholder intern)
- › Feedback Stakeholder (User) – Beispiel: UX-Testing „Pizza für UX“

UX-RESEARCH & DEVELOPMENT
UX-KONZEPT & PROTOTYPING

UX-KONZEPT & PROTOTYPING:

SMARTPHONE ONLY

© 2020 milch & zucker AG

Alle Urheber- und Schutzrechte sind vorbehalten.

Diese Präsentation ist nur für den internen Gebrauch bestimmt.

Für alle Verwendungen, insbesondere Vorführung, Versendung, Bearbeitung und Vervielfältigung bedarf es einer speziellen Bewilligung soweit keine gesetzliche Lizenz (durch vollständigen Erwerb) besteht.

Alle darin enthaltenen Ideen sind geistiges Eigentum der milch & zucker AG.