

Das Kundenfeedback zu unserem Workshop war durchweg positiv und das gemeinsame Erarbeiten der Anforderungen und deren Bewertung hat dem Kunden die Relevanz der Nutzungsfälle aufgezeigt und ihn entsprechend sensibilisiert.

Marina Shinkarenko
points GmbH



points GmbH

Die Internetagentur aus Stuttgart und Jena stellt seit der Gründung im Jahr 1994 den Anwender in den Mittelpunkt der Entwicklung. Erfolgreich ist, was die Anwender als nützlich, freundlich, anregend und faszinierend erfahren.

Vorgehen

points hat sich für den VVS mit dem Forschungsprojekt Persona- und Szenario-basierte Anforderungsanalyse für Infostelen beschäftigt. Im Vordergrund stand dabei ein Perspektivenwechsel, um das Projekt aus Nutzersicht mit D4X-Methoden zu analysieren.

Ziel der Zusammenarbeit

Mithilfe der D4X-Methoden wollen wir das Leistungsangebot unserer Agentur erweitern, um noch enger und nutzerorientierter mit dem Kunden zusammenzuarbeiten, und gleichzeitig die eigene Arbeitsweise professionalisieren.

Warum Design4Xperience? Was hat Sie an diesem Projekt interessiert?

Wir sind auf persönliche Einladung zum Projekt gestoßen und erhoffen uns dadurch noch mehr Kunden und Projekte, die zu uns passen. Kunden, die ein echtes Interesse daran haben innovative Lösungen für nutzerzentrierte Angebote zu realisieren. Kunden, die erkennen, dass ein rundum gutes Nutzungserlebnis auch für die eigene Arbeit einen Fortschritt bedeutet, der sich nicht nur in Geld bemessen lässt, sondern auch in Zufriedenheit, Vertrauen oder Vertrautheit – im besten Falle auch Begeisterung oder Glück. Mithilfe der Workshops wollten wir wissenschaftliche Methoden und Erkenntnisse in unseren Arbeitsalltag integrieren und für uns und unsere Kunden nutzbar ma-

chen. So können wir gemeinsam mit dem Kunden bestmögliche Lösungen entwickeln.

Wie groß war der Zeitaufwand für Sie?

Der Aufwand für einen Workshop zur Anforderungsanalyse ohne D4X-Methoden unterscheidet sich eigentlich kaum von einem Workshop mit Methoden. Allerdings haben wir festgestellt, dass die Ergebnisse nach einem Methoden-Workshop qualitativ deutlich besser sind und nachfolgende Diskussionsrunden weitestgehend entfallen. Die Reduzierung auf das Wesentliche ist der entscheidende Faktor. Ein Grund für uns, die Methode weiter anzuwenden.

Wie ist Ihr Fazit?

Mit wissenschaftlichen Methoden zu arbeiten, klingt zunächst sehr trocken, anspruchsvoll und langweilig. Dass es das jedoch nicht sein muss, hat uns das D4X-Projekt gezeigt. Hier haben wir gelernt, Methoden in unseren Arbeitsablauf zu integrieren und diese an die Bedürfnisse unserer Kunden anzupassen.

Die User Experience macht unsere Arbeit besser und ist ein wichtiger Erfolgsfaktor. Sie macht schon in der Entwicklung Spaß. Die Methoden steigern die interdisziplinäre Kommunikation im gesamten Projektteam, fördern ein angenehmes Arbeiten und lassen bereits während der Entwicklung erkennen, dass sich der Einsatz lohnt und etwas Gutes dabei herauskommt.

Design4Xperience

Seit Anfang Januar 2014 arbeitet das Team um Design4Xperience daran, wie man kleine und mittlere Softwareunternehmen gezielt unterstützen kann, positive Nutzungsergebnisse in ihre Prozesse und Produkte zu integrieren. www.design4xperience.de



Das Kundenfeedback zu unserem Workshop beim VVS war durchweg positiv. Vor allem die Tatsache, dass der Kunde selbst am Ergebnis mitgearbeitet und von der Agentur nicht einfach nur eines präsentiert bekommen hat, kam sehr gut an.

Solch ein Workshop eignet sich zwar nicht unbedingt für alle Anwendungsfälle – für Kleinere scheint er etwas überdimensioniert –, aber für die Anforderungsanalyse zu den Infostellen war er genau richtig.



Das gemeinsame Erarbeiten der Anforderungen und deren Bewertung hat dem Kunden die Relevanz der Nutzungsfälle aufgezeigt und ihn entsprechend sensibilisiert. Am Ende des Workshops stand ein gutes und vor allem verlässliches Ergebnis.

