



Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages



User Experience Forschung – Ein Pilotprojekt

Patrick Stern, Fraunhofer IAO

Coburg, 09.02.2021

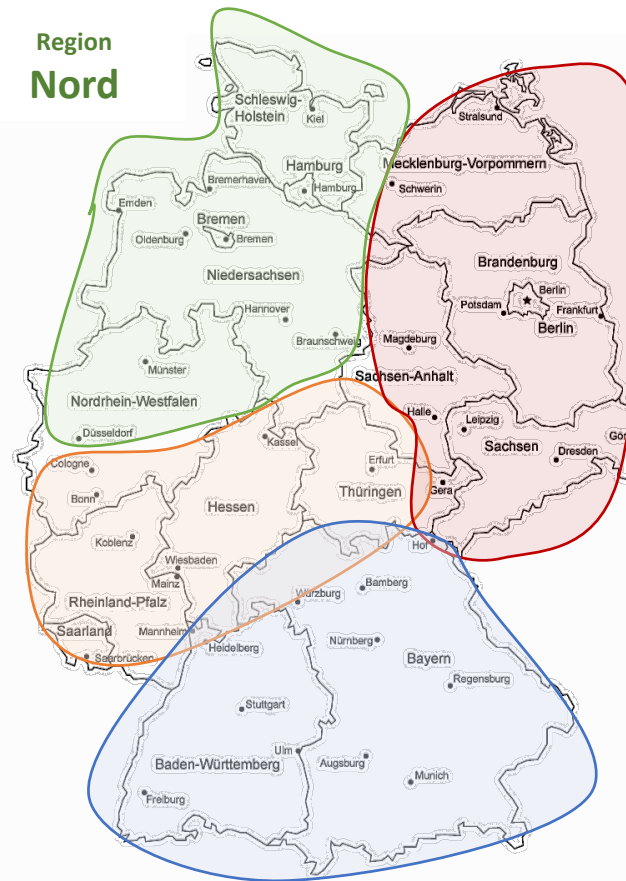
UUX - Innovationen für und mit Nutzern gestalten

Hochschule Bonn-Rhein-Sieg
eresult GmbH
ergosign GmbH
Nordakademie gAG

UUX in Kooperationslösungen für Unternehmensnetzwerke

Usability in Germany (UIG) e.V.
ifm Universität Mannheim
Karlsruher Institut für Technologie (KIT)
Hochschule Kaiserslautern

Region Nord



Region Ost

UUX und Agilität

Technische Universität Berlin
Hochschule für Technik und Wirtschaft Berlin
Berlin Partner GmbH
UseTree GmbH

Region Süd

UUX - Erfolgsfaktor für Innovation und Zukunft der Arbeit

Hochschule der Medien
Fraunhofer IAO
bwcon GmbH
Bayern innovativ GmbH

- Unterstützung von kleinen und mittelständischen Unternehmen sowie Startups
- Unterstützung für gute **Usability** und **positive User Experience (UUX)**
- Zielgruppen:
 - Entwicklungsunternehmen
 - Anwendungsunternehmen
 - UUX-Berater
 - Start-Ups
 - KMU bis 250 MA

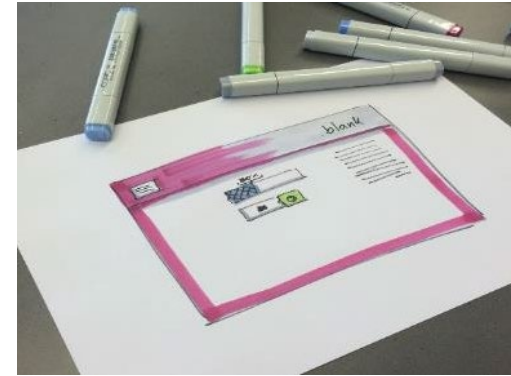
Fraunhofer IAO – Team User Experience



User Research



User-Driven Innovation mit Building Ideas



Konzeption & Gestaltung



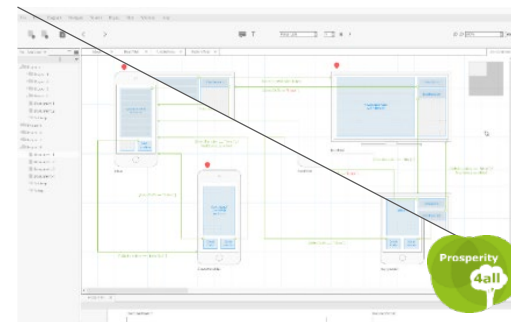
User Testing & Expertenevaluation



Usability & UX Engineering für den Mittelstand



Soziale Mensch-Roboter-Interaktion

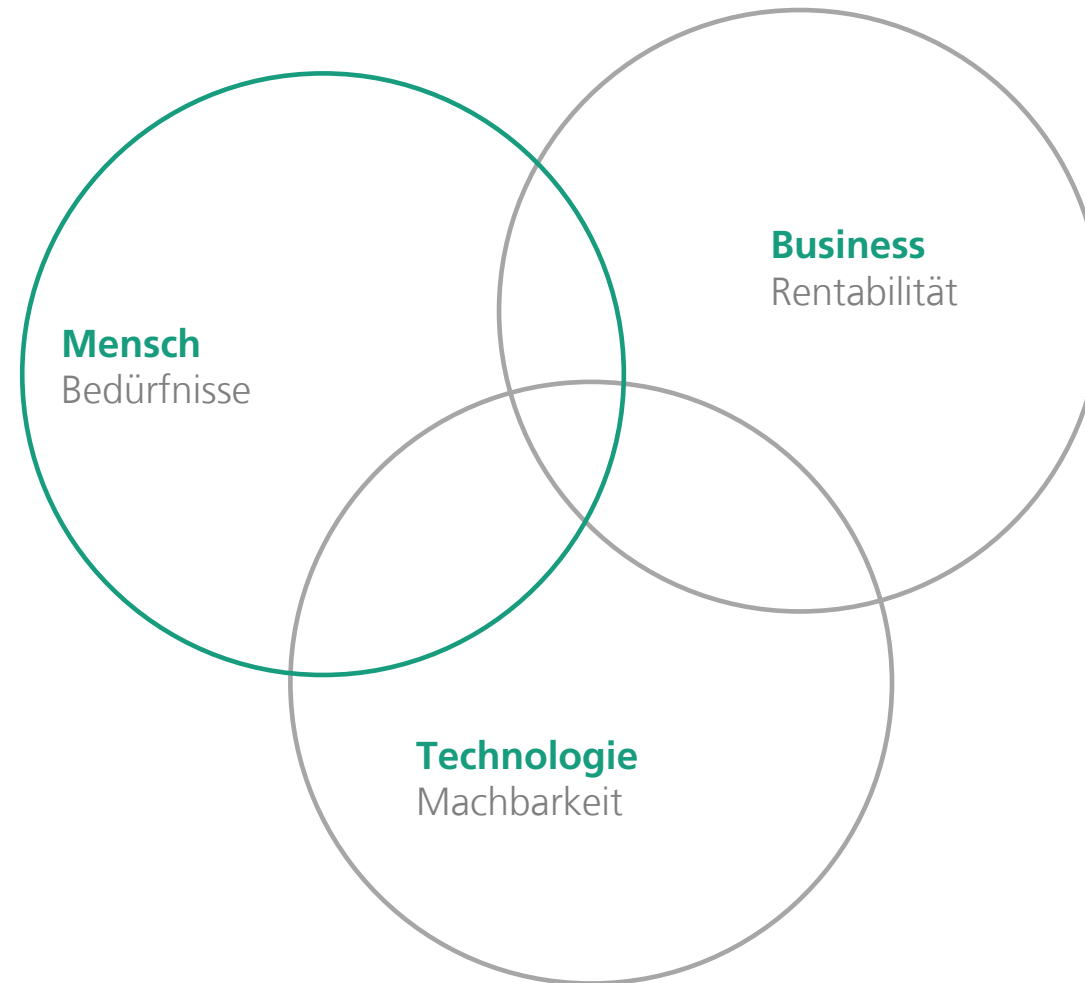


Personalisierte UI & Accessibility



Neuroarbeitswissenschaft

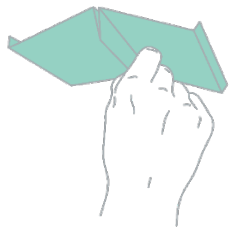
INNOVATION - ja, aber wie?



Viele Methoden für UX Forschung



Design Thinking - Mindset



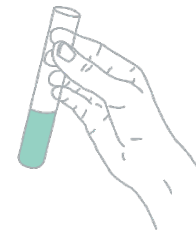
Spielerischer Ansatz
„Kreatives Selbstvertrauen“



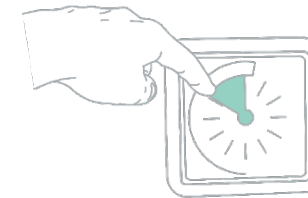
Visuelles Denken
„Kommunikation vereinfachen“



Menschzentriert
„Nutzer & Design Team im Fokus“



Experimenteller Prozess
„Aus Fehlern (früh) lernen“



Zeitbegrenzungen
„Aktiv Integrieren“



Interdisziplinär
„Silos abbauen“

Vielfalt der Nutzenden

Unterschiedliche Bedarfe und Bedürfnisse



Quelle: <http://www.yagopartal.com/>

Positive User Experience

Nutzererleben ist ein wertendes Gefühl – Erlebnis – während der Interaktion mit einem Produkt. Diese Wertung entsteht durch das Erfüllen oder nicht-Erfüllen von grundlegenden menschlichen Bedürfnissen.

(Hassenzahl 2008)



UXellence®

UXellence® is a registered trademark of Fraunhofer IAO.

cf. Reiss & Haverkamp, 1998; Ryan & Deci, 2000; Sheldon et al., 2001; Hassenzahl, 2003

Pilotprojekt XVESTOR.APP

Start-Up aus Finanzbranche will App optimieren.

→ Durch **UX Concept Exploration** Methode zum perfekten digitalen Finanzberater.



Quelle: <https://www.kompetenzzentrum-usability.digital/kos/WNetz?art=News.show&id=777>

Projektstart im Corona Lockdown

Video-Konferenz.

Session 3

XVESTOR.APP
HOME OF
#NEWFINANCE

Christian Doppstadt – Moderation: Doris Janssen,
Patrick Stern

Session 3

XVESTOR.APP
HOME OF
#NEWFINANCE

Christian Doppstadt – Moderation: Doris Janssen,
Patrick Stern

UX Concept Exploration



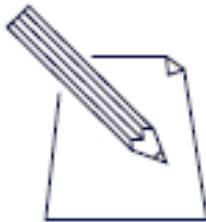
LEITFADEN:
Empfohlen. Sehr hilfreich
für den Moderator



**EINVERSTÄNDNIS-
ERKLÄRUNG:**
Erforderlich



TEILNEHMER
5 - 8



KURZBESCHREIBUNG / ZIEL

Die Methode User Experience Concept Exploration ermöglicht es, gemeinsam mit Nutzern neue Ideen für ein Produktkonzept oder Produkt zu entwickeln. Die entwickelten Ideen lassen sich in Produktfeatures überführen, die einen Beitrag zu einem positiven Nutzungserleben liefern.

BENÖTIGTE EXPERTISE

Hoch



Es wird ein erfahrener Moderator benötigt, da ein relativ großes Methodenrepertoire beherrscht werden muss. Für die Expertenevaluation werden ca. 3-5 UX Experten benötigt.

AUFWAND

Hoch



ca. **1** Stunde pro TN pro Tag
Die Durchführung erfordert insgesamt 2 - 3 Wochen Zeit.

MATERIAL



- Einverständniserklärung
- Material zur Präsentation der Szenarien
- Tagebuch für die Ideen der Teilnehmer

QUELLEN



- Fronemann, Peissner (2014)
- Sproll, Peissner, Sturm (2010)

Quelle:

https://www.kompetenzzentrum-usability.digital/angebote/materialien/werkzeugkasten?pageNr=31#compilationObject_2036

Durchführung in der Theorie

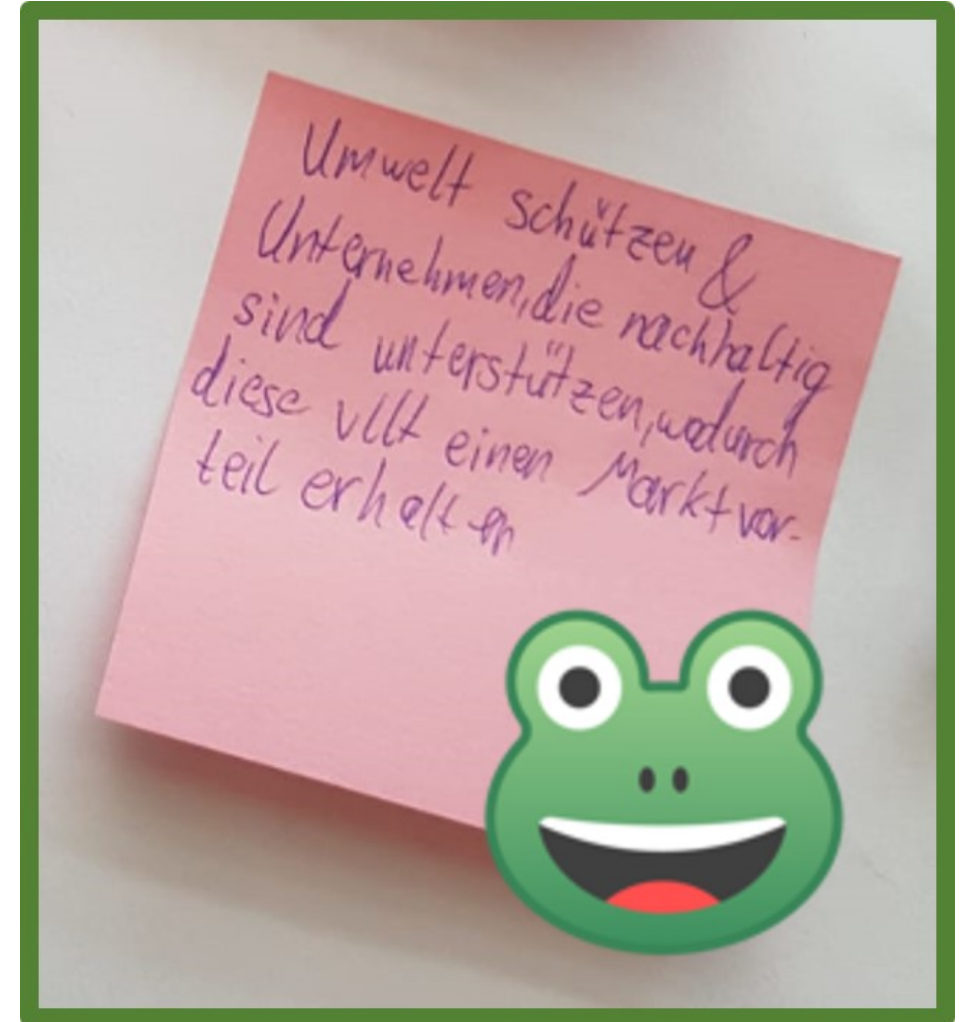
Die Methode besteht aus drei Phasen. Das Concept Briefing dient dazu, die Teilnehmer mit dem Produkt vertraut zu machen und ihren ersten Eindruck des Produktes festzuhalten. In der Feldphase stellen sich die Teilnehmer die tägliche Nutzung des Produktes vor und ergänzen, die für sie wünschenswerten Features. Diese Phase wird mit einem Laddering-Interview abgeschlossen. Anschließend folgt eine Analyse und die Aufbereitung der Daten für eine Experten-Evaluation. Die Experten, welche Ideen einen positiven Beitrag zur User Experience des Produktes haben. Auf Basis dieser Bewertung kann ein optimiertes Produkt-Konzept entwickelt werden.

Quelle: https://www.kompetenzzentrum-usability.digital/angebote/materialien/werkzeugkasten?pagenr=31#compilationObject_2036

Durchführung in der Praxis



Quelle: <https://xvestor.app/blog-quo-vadis-anlageberatung>



Planspiel

- Wir haben Dir heute den aktuellen Wert Deines Investments per WhatsApp mitgeteilt.
- Was fühlst Du?



Eine Steigerung von 2.318 € fühlt sich natürlich gut an und macht einen für den ersten Moment stolz.

Quelle: <https://xvestor.app/blog-quo-vadis-anlageberatung>

Verständnis von Risiken 2/2

was ist ein Kontrahent?

Risiko- und Ertragsprofil

Niedrigeres Risiko
Typischerweise niedrigere Erträge

Hohe Risiken
Typischerweise höhere Erträge

1 2 3 4 5 6 7

- ▶ Dieser Indikator basiert auf historischen Daten und kann nicht als verlässlicher Hinweis auf das künftige Risikoprofil der Anteilklasse herangezogen werden.
- ▶ Die ausgewiesene Risikokategorie stellt keine Garantie dar und kann sich im Laufe der Zeit ändern.
- ▶ Die niedrigste Kategorie kann nicht mit einer risikofreien Anlage gleichgesetzt werden.
- ▶ Die Anteilklasse gehört zur Kategorie 2 wegen der Art ihrer Anlagen, welche die unten aufgeführten Risiken einschließen. Diese Faktoren können den Wert der Anlagen der Anteilklasse beeinflussen oder zu Verlusten für die Anteilklasse führen.

- Kreditrisiko, Zinsschwankungen und/oder der Ausfall eines Emittenten haben wesentliche Auswirkungen auf die Wertentwicklung von festverzinslichen Wertpapiere. Potenzielle oder tatsächliche Herabstufungen der Kreditwürdigkeit können zu einem Anstieg des Risikos führen.
- ▶ Besondere Risiken, die nicht auf angemessene Art und Weise vom Risikoindikator erfasst werden, umfassen:
 - Kontrahentenrisiko: Die Zahlungsunfähigkeit von Institutionen, die Dienste wie die Verwahrung von Vermögenswerten anbieten oder als Kontrahent bei Derivategeschäften oder Geschäften mit anderen Instrumenten auftreten, kann zu Verlusten für die Anteilklasse führen.
 - Kreditrisiko: Der Emittent eines vom Fonds gehaltenen Vermögensgegenstandes zahlt möglicherweise fällige Erträge nicht aus oder zahlt Kapital nicht zurück. Kann ein Finanzinstitut seinen finanziellen Verpflichtungen nicht nachkommen, werden seine Vermögenswerte von den entsprechenden Behörden gegebenenfalls einer Wertberichtigung unterzogen oder umgewandelt (so genannte „Bail-in-Verbindlichkeiten“), um das Institut zu retten.
 - Liquiditätsrisiko: Geringere Liquidität bedeutet, dass es nicht genügend Käufer oder Verkäufer gibt, um Anlagen leicht zu verkaufen oder zu kaufen.

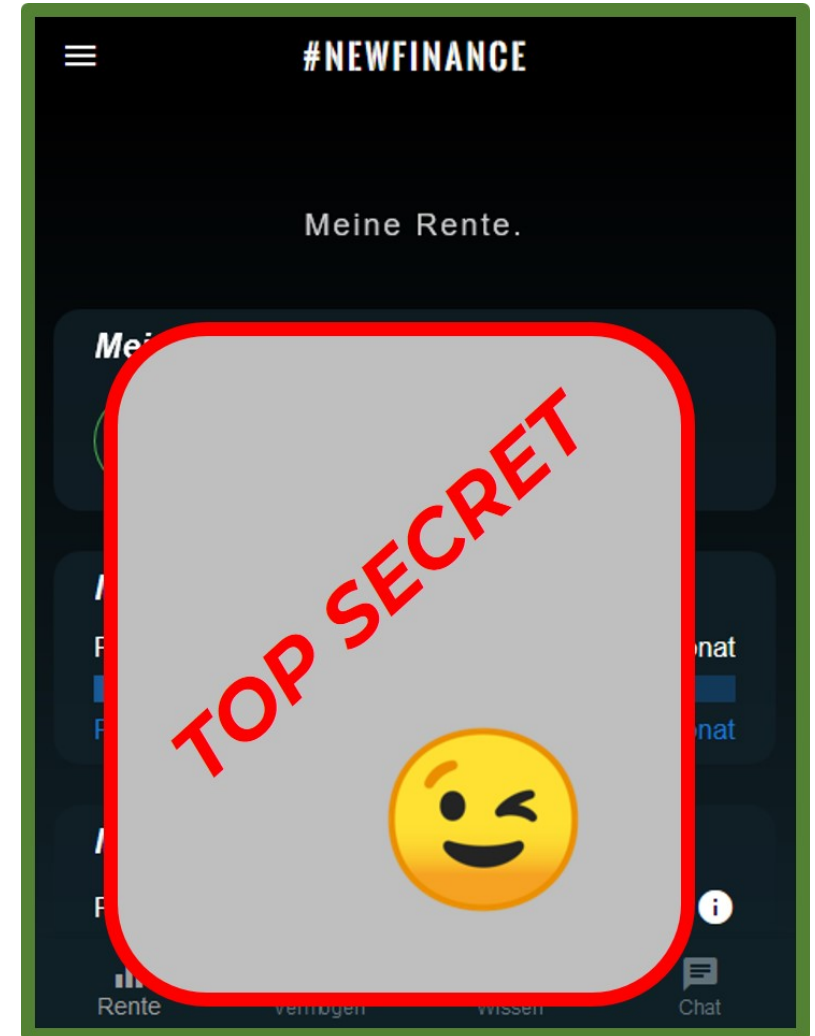
😊 😊 😱 😭 😡

Quelle: <https://xvestor.app/blog-quo-vadis-anlageberatung>

- Verbesserungsbedarf für Fonds und Sicherheiten
- Nachhaltige Altersvorsorge aber digital
- Individuelle Beratung und gerne digital



Quelle: <https://xvestor.app/blog-quo-vadis-anlageberatung>



Durch UX Research...



...mehr über
Nutzende
erfahren!

...Nutzende in
den Design-
Prozess aktiv
mit einbinden!

Unser Angebot:

- Veranstaltungen zum Thema: UUX Roadshows und UUX TransferSpace
- Einstündige Erstgespräche: „Kaffeeklatsch“
- Begleitung von UUX-Projekten „Pilotprojekte“
- Arbeitsmaterialien zum Download auf <https://www.kompetenzzentrum-usability.digital/angebote/materialien/werkzeugkasten>
- Erster Kontakt zu unseren Lotsen

Patrick Stern

Fraunhofer IAO

Nobelstraße 12

70569 Stuttgart

p.stern@kompetenzzentrum-usability.digital

