

# UX-METHODENKOMPENDIUM

User Experience mit Durchblick

Design4Xperience

Mittelstand-  
Digital 

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses  
des Deutschen Bundestages

ENTWURF

Erlebnisraum



# Erlebnisraum



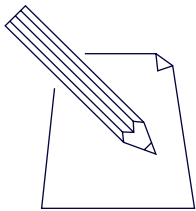
**LEITFADEN:**  
Empfohlen. Sehr hilfreich  
für den Moderator



**EINVERSTÄNDNIS-  
ERKLÄRUNG:**  
Nicht erforderlich



**TEILNEHMER**  
min. **4**



## KURZBESCHREIBUNG / ZIEL

Es entstehen in kurzer Zeit viele Ideen und konkrete Ansätze, wie das Produkt mit UX angereichert werden kann, die im Anschluss bewertet werden.

## BENÖTIGTE EXPERTISE

Mittel



Es wird Moderationserfahrung benötigt

## AUFWAND

Mittel



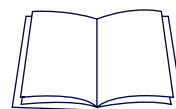
**1,5 - 2** Stunden

## MATERIAL

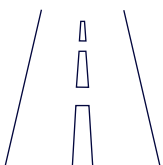


- Themenfelder der positiven Erlebniskategorien
- Hinweisschilder
- Beschriftete Funktions-Karten
- Flipchart/Papier, Post-Its, Stifte
- Kreppband/Klebeband
- Klebepunkte

## QUELLEN



Basierend auf: Zeiner, K.M., Laib, M., Schippert K. & Burmester, M. (2016) Identifying Experience Categories to Design for Positive Experiences with Technology at Work. In: Proc. of CHI16



## DURCHFÜHRUNG

Die Teilnehmer werden in 2–4 Gruppen mit jeweils 2–4 Personen eingeteilt. Jede Gruppe erhält eine Funktion des Produktes, mit der sie vier Stationen im Raum durchläuft. An jeder dieser Stationen befindet sich ein Themenfeld der positiven Erlebniskategorien. Pro Station haben die Teilnehmer zehn Minuten Zeit für das Brainstorming.

## 1. Hintergrund

Im "Erlebnisraum" werden Teilfunktionen des künftigen Produktes mit den positiven Erlebniskategorien in Verbindung gebracht. So entstehen in kurzer Zeit konkrete Ansätze und Ideen, wie das Produkt mit UX angereichert werden kann. Am Ende der Methode werden aus einer Vielzahl an Ideen, die besten ausgewählt.

Die Methode umfasst vier verschiedene Stationen innerhalb eines Raumes. An diesen Stationen werden unterschiedliche positive Erlebnisse behandelt. Die Basis dafür bilden die vier Themenfelder der positiven Erlebniskategorien: Resonanz & Unterstützung, Herausforderung & Kompetenz, Organisation, Kommunikation & Erfahrungsaustausch (Zeiner et al., 2016). Durch Erfüllung dieser Kategorien werden positive Erlebnisse beim Nutzer geschaffen.

Um neue Ideen zu generieren, wird die Methode des Brainstormings verwendet. Das Brainstormen erfolgt im Stehen vor jeder Station. Durch diese aktive Körperhaltung wird die Wachsamkeit und Aufmerksamkeit erhöht (Knight & Baer, 2014). Schon ein Spaziergang kann die Gehirndurchblutung um 14 Prozent erhöhen (Seidl, o. J.). Außerdem fanden Knight und Baer (2014) in einer Studie heraus, dass es Teilnehmern im Stehen leichter fällt, sich auf die Einfälle der anderen einzulassen. Vor allem letzteres gilt als die Grundvoraussetzung für ein gelungenes Brainstorming. Außerdem wird durch den räumlichen Wechsel zwischen den einzelnen Stationen gewährleistet, dass sich die Teilnehmer jeweils besser auf die neuen

Erlebniskategorien einlassen und fokussieren können.

Bei Tests hat sich herausgestellt, dass der Erlebnisraum das gewünschte Ergebnis erzielt. In den jeweiligen Testdurchläufen wurde eine Vielzahl an neuen und innovativen Ideen generiert, welche zudem ein hohes UX-Potential aufweisen. Die Methode wurde von den Teilnehmern als kurzweilig und kreativitätsfördernd beschrieben.

## 2. Vorbereitung/Setting

- Die Funktionen des Produktes werden festgelegt und auf Karten geschrieben. Eine Funktion ist ein Teilbereich der Software, der die Erfüllung notwendiger Aufgaben ermöglicht. Beispielsweise sind bei einer Pizzabestell-Website das Auswählen der Zutaten und das Bestellen jeweils eine eigenständige Funktion. Je allgemeiner die Funktion formuliert ist, desto breiter das Ideenspektrum. Jede Gruppe erhält eine Funktion.
- Es sind Wände oder Ständer zum Aufhängen der Flipcharts notwendig.
- Es werden vier Stationen im Raum verteilt.
- Pro Station vorbereiten:
  - Stifte, Post-Its und Klebepunkte bereitlegen.
  - Wenn möglich ein Beistelltisch zur Verfügung stellen, um das Beschreiben der Post-Its zu erleichtern.
  - Die Themenfelder der positiven Erlebniskategorien so oft ausdrucken, wie es Gruppen gibt und auf dem Flipchart-Papier anbringen. Jede Station deckt dabei ein Themenfeld der Erlebniskategorien ab. Je Station so viel Flipchart-Papier überei-

inander hängen, wie es Gruppen gibt.  
- Die Hinweisschilder “Jede Idee zählt!” und “Alles aufschreiben!” an jeder Station anbringen.

## 3. Anwendung

### 3.1 Einführung (5 Minuten)

Nach der Begrüßung der Teilnehmer folgt eine kurze Einleitung über das Ziel der Methode: der Generierung von Ideen mit positiven Erlebnissen für ein Produkt und dessen Funktionen.

### 3.2 Aufwärmspiel (5 Minuten)

Es wird ein Aufwärmspiel zur Aktivierung der Teilnehmer durchgeführt. Auch die KMU-Teilnehmer und der Moderator sollen mitmachen. Die Anleitung hierfür steht im Handbuch auf S. 13. Der Titel des Spiels lautet “Evolution Game”.

### 3.3 Aufgabenstellung und Ablauf (10 Minuten)

Der Moderator stellt den Teilnehmern die Aufgaben und den Ablauf vor:

- Er erläutert kurz die Erlebniskategorien und teilt jeder Gruppe eine Funktion des Produktes und eine Station zu.
- Er erklärt was bei der Durchführung zu tun ist: Die Teilnehmer müssen überlegen, wie eine Funktion umgesetzt werden kann, damit sie positive Erlebnisse entsprechend der Erlebniskategorien erzeugen. Alle Ideen werden auf Post-Its festgehalten und direkt zu den Kategorien auf das Flipchart-Papier geklebt.

- Er weist die Teilnehmer darauf hin, dass alle Antworten richtig sind, um den Teilnehmern dadurch ihre Unsicherheit zu nehmen.

### 3.4 Durchführung (40 Minuten)

#### Stationsdurchlauf (10 Minuten pro Station)

Der Moderator gibt die Zeit an und achtet darauf, dass diese eingehalten wird.

- 2 Minuten  
Jeder Teilnehmer schreibt für sich seine Ideen auf Post-Its.
- 5 Minuten  
Die Teilnehmer stellen ihre Ideen einander vor und kleben die Post-Its auf das Flipchart-Papier. Dabei diskutiert die Gruppe und entwickelt die Idee gemeinsam weiter.
- 2 Minuten  
Jeder Teilnehmer vergibt für sich drei Klebepunkte an die besten Ideen auf dem Flipchart.
- Nach jedem Durchlauf wird an der Station das bearbeitete Flipchart-Papier abgenommen, damit die nächste Gruppe nicht von den Ideen der vorherigen Gruppe beeinflusst wird. Das Flipchart-Papier wird zur späteren Identifikation mit der Funktion der Gruppe beschriftet.
- Jede Gruppe geht eine Station weiter und der nächste Durchlauf beginnt.

### 3.5 Vorstellung im Plenum (20 Minuten)

An jeder Station werden die jeweiligen Flipchart-Papiere aufgehängt. Anschließend stellt jede Gruppe kurz ihre Ideen vor. Die anderen Teilnehmer hören dabei aktiv zu und notieren weitere Ideen oder Anmerkungen auf Post-Its.

Diese können direkt ergänzt und weiterentwickelt werden. Wenn alle Ideen feststehen, vergibt noch einmal jeder Teilnehmer drei Klebepunkte für die besten Ideen.

## 4. Auswertung

---

Eine Priorisierung der Ideen erfolgt bereits während des Workshops durch die Dotting-Methode. Im Anschluss an die Methode „Erlebnisraum“ kann die Methode „Idea Filter“ (siehe S.55) angewendet werden, um die Ideen weiter zu clustern und das UX-Potenzial zu errechnen.

## 5. Tipps

---

- Die Gruppengröße kann flexibel gestaltet werden. Eine Gruppe kann zwischen zwei und vier Personen groß sein. Es sollten mindestens zwei und maximal vier Gruppen gebildet werden.
- Während der Vorstellungsrunde im Plenum soll der Hinweis gegeben werden, dass auch die Ideen der anderen Gruppen ergänzt werden können.
- Als Moderator ist es wichtig, die Zeit im Auge zu behalten. Die Teilnehmer sollen immer über die verbleibende Zeit informiert werden, ohne unter Druck gesetzt zu werden.
- Bei Bedarf müssen Gruppen daran erinnert werden, alle Ideen auf Post-Its zu schreiben.
- Die Dauer eines Stationsdurchlaufs kann zeitlich flexibel gestaltet werden. Zehn Minuten pro Durchlauf haben sich als sehr produktiv herausgestellt.
- Auch erfahrene Teilnehmer müssen vom Moderator klar und deutlich angeleitet wer-

den, um sich ganz auf ihre Ideen zu konzentrieren. Nichts kann als selbstverständlich vorausgesetzt werden.