

## 1. Wozu dient Research?

Im ertsen Schritt, dem Scoping, wurden primär Annahmen getroffen, bezüglich der Nutzer, der Prozesse, der Probleme usw. Das diente dem Team dazu, sich in die Materie der Problemstellung einzuarbeiten. Wie weit diese Annahmen zutreffen, muss nun überprüft werden. Dazu dient der Research Workshop.

Die Überprüfung der Annahmen kann auf vielfältige weise erfolgen. Im Fokus stehen dabei ein „Forschungsplan“, der folgende Punkte klären soll:

- Welche grundlegenden Forschungsfragen sollen beantwortet werden? \\(\rightarrow \)
- Welche Daten sind zur Beantwortung der Forschungsfragen nötig und wie können sie erhoben werden? \\(\rightarrow \)
- Welche Persona werden betrachtet (untersucht)? \\(\rightarrow \)
- Worauf wird der inhaltliche Fokus gelegt? \\(\rightarrow \)

### Beispiel 5 : Auszug von Forschungsfragen aus “Collaborativ UX Design”

Aus dem Scoping Prozess resultieren viele Annahmen, zu denen Antworten gefunden werden müssen (vrgl. dazu Abb. 2-4). Zu diesen Annahmen werden zuerst möglich Forschungsfragen gesucht. Das dient auch der Bündelung ähnlicher Problemstellungen.

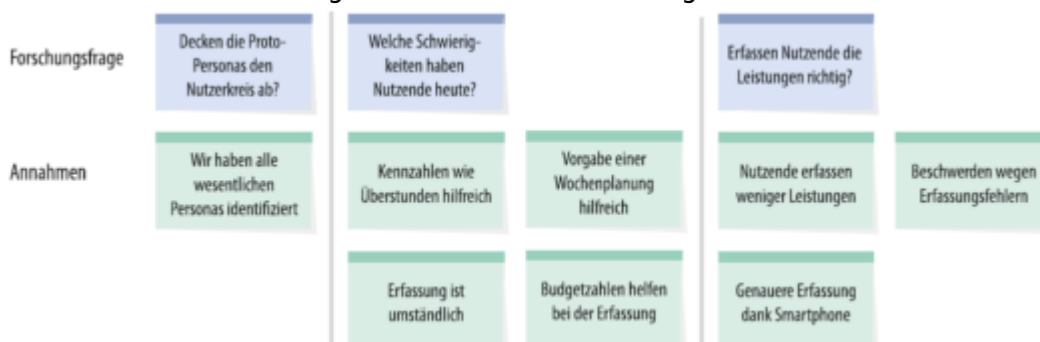


Abb. 3-1: Forschungsfragen zu Annahmen aus dem Scoping-Prozess

Um den Forschungsfragen nachzugehen, können sowohl qualitative als auch quantitative Erhebungsmethoden eingesetzt werden.

Bei **qualitativen Methoden** geht es um die konkrete Meinung oder das Verhalten einzelner Anspruchsgruppen (die durch Personas repräsentiert werden). Die Befragung erfolgt in einem eher kleinen Kreis von (typischen) Anwendern.

Bei **quantitativen Methoden** wird ein ganz bestimmtes Merkmal fokussiert und auf breiter Basis eine gesicherte Aussage erarbeitet.

### Erhebungswerkzeuge

|             | Qualitativ                     | Quantitativ               |
|-------------|--------------------------------|---------------------------|
| Beobachtung | Contextual Inquiry<br>Tagebuch | Web Analytics<br>Tagebuch |
| Interview   | Experteninterview              | Telefininterviews         |
| Fragebogen  | offener Fragebogen             | geschlossener Fragebogen  |

Während bei einer quantitativen Befragung eine grosse Zahl von Anwendern über normierte Erhebungswerkzeuge befragt werden, muss für die qualitative Befragung festgelegt werden, wer genau befragt werden soll. Man muss also eine sogenannte Stichprobe festlegen. Und dazu dienen uns die definierten Personas. Diese Personas müssen „gesichert“ sein. Das heisst, dass es Teil des Research ist, die Annahmen der Personas zu überprüfen.

### Beispiel 6: Forschungsplan aus UX-Design

In einem aufwändigen Verfahren wird auf Grund der möglichen Forschungsfragen (siehe Abb. 3-1) ein Forschungsplan erstellt.



Abb. 3-2: Forschungsplan

Aus Abb. 2-6 lässt sich ableiten, dass der Research-Prozess sehr aufwändig ist und zwingend Kontakt zu den gefundenen Personas stattfinden muss, sei es für Interviews, Tagebücher oder Beobachtung des Verhaltens (Contextual Inquiry).

Für den Unterricht beschränken wir uns darum, auf die Klärung einer Persona.

Aus „Collaborativ UX Design“:

### Ziel

- Forschungsplan entwerfen

### Ergebnisse

- Erhebungsmethoden
- Stichproben
- Leitfäden

## Ablauf

- Forschungsfragen erarbeiten
- Erhebungsmethoden festlegen
- Stichproben bestimmen
- Frageleitfäden erstellen
- Erhebung durchführen



© René Probst

From:

<https://wiki.bzz.ch/> - **BZZ - Modulwiki**

Permanent link:

[https://wiki.bzz.ch/modul/m322/learningunits/lu03/theorie/lu3-kapitel\\_1](https://wiki.bzz.ch/modul/m322/learningunits/lu03/theorie/lu3-kapitel_1)

Last update: **2024/03/28 14:07**

