



Ihre App ist immer beim Nutzer. Eine gute Usability verhindert, dass es er es sich anderes überlegt.

- > **User-Experience-Forschung**
- > **Grundlagen**
- > **Praxisbeispiele**
- > **Referenzen**



User-Experience ist alles. Und alles ist User-Experience. SKOPOS arbeitet daher produktübergreifend.

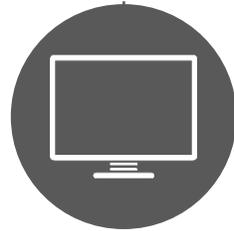
User-Experience-Forschung



User-Research

Nur wer seine User kennt, ist in der Lage, ein Produkt zu schaffen, das erfolgreich ist. User Research ist ein Schlüsselfaktor für erfolgreiches Design.

[Mehr.](#)



Website-Usability

Die Website ist meist die erste Anlaufstelle für Ihre User. Eine gute Website-Usability hilft dem User, schneller ans Ziel zu gelangen.

[Mehr.](#)



App-Usability

User urteilen sehr schnell, ob eine App nutzbar ist oder nicht. Die App-Usability entscheidet darüber ebenso wie der Content.

[Mehr.](#)



Automotive-Usability

Fahrzeuge sind inzwischen Computer auf Rädern. Die Automotive-Usability entscheidet über Begeisterung und User-Experience.

[Mehr.](#)

Wir befragen Ihre Nutzer auf unterschiedliche Wege.



Studio-Usability-Test

Der User, der dem Interviewer gegenüber sitzt, steht im Fokus des Studio-Usability-Tests. In einem Labor-Setting lassen sich kontrollierte Forschungsbedingungen schaffen. Außerdem können wir immer nachfragen. Wir hören dem Nutzer zu.

[Mehr.](#)



Live-Remote-Usability-Test

Auch über eine Webcam können Sie Ihre User beobachten. Mit dem Live-Remote-Usability-Test können wir User so befragen, als wären wir ihnen ganz nahe. Die Durchführung kombiniert Schnelligkeit und Informationstiefe.

[Mehr.](#)



Online-Usability-Test

Der Online-Usability-Test zu Ihrem Produkt liefert nicht nur quantitative und valide Ergebnisse, sondern erreicht die User auch da, wo sie sind: Zu Hause. Bei diesen Tests wird zunächst die konkrete Nutzung in den Mittelpunkt gestellt.

[Mehr.](#)



Card-Sorting

Bevor Sie Ihre App gestalten, sollte die Struktur gut überlegt und an den User angepasst werden. Card-Sorting-Tests helfen dabei. Wir führen Card-Sorting-Tests sowohl online als auch offline durch.

[Mehr.](#)

User-Experience umfasst alle Interaktionen des Nutzers mit Ihrer Marke.

- > Die meisten Unternehmen senden ihre Kunden auf eine Reise. Unabhängig davon, ob diese Reise Customer Journey, Customer Life Cycle oder User Experience genannt wird, unterliegt die Reiseplanung immer den gleichen Prinzipien: Kunden werden auf eine Marke oder ein Produkt aufmerksam gemacht, erwerben und nutzen das Produkt und bleiben dem Unternehmen in Folge dann hoffentlich treu.
- > Lange bevor der Kunde die App Ihres Unternehmens herunterlädt oder das Produkt testet, hat er bestimmte **Erwartungen** und **Anforderungen** an die erste Interaktion. Möglicherweise hat ihn TV-Werbung auf die App aufmerksam gemacht oder Ihre Website. Je häufiger der Kunde mit der Marke interagiert, desto stabiler wird seine Wahrnehmung. Die Erwartungen des Kunden werden jedoch nicht nur durch die eigenen Kanäle bestimmt, sondern auch durch die Erfahrungen mit ähnlichen **Apps**, anderen **Websites** oder ähnlichen oder Produkten.
- > Wenn die Erwartungen erfüllt werden, spricht man von einer kongruenten Nutzungserfahrung oder eben einer **positiven User-Experience**. Wenn der Kunde seine Erwartungen bei jedem Kontakt mit einem Touchpoint des Unternehmens korrigieren und anpassen muss, kann die Bindung zum Unternehmen nicht gefestigt werden. Die Kundenbindung ist nämlich dann am höchsten, wenn der Kunde konsistent das vorfindet, was er erwartet.



Der Nutzer steht im Zentrum.



Fähigkeiten des Nutzers beachten.

Die Nutzergruppe ist meist heterogen. Sie unterscheidet sich hinsichtlich Alter, Geschlecht und Nutzungshäufigkeit. Diese Unterschiede korrelieren in der Regel stark mit den **technischen Fähigkeiten**, der Smartphone-Affinität und den Erfahrungen mit Touch-Navigation – insbesondere im Alltag. Wechselnde Lichtverhältnisse und das schnelle Wechseln von App zu App prägen diesen. Die App sollte für jeden Nutzer, **unabhängig von seinen Erfahrungen** und Fähigkeiten, bedienbar sein.



Erwartungen kennen, Anforderungen erfüllen.

Wer eine App gezielt herunterlädt, formuliert Erwartungen an die Inhalte und die Funktionen dieser App. Apps können informieren, unterhalten, vernetzen oder die Produktivität steigern. Eine Anforderung wird allerdings immer an sie gestellt: Sie müssen schnell zu bedienen, schnell ersichtlich und leicht zu verstehen sein. Bei jedem Entwicklungsschritt sollte geprüft werden, ob das Design diese Erwartungen erfüllt oder nicht.



Immer Feedback geben.

Obwohl viele Navigationsstrukturen inzwischen bekannt sind und Standards existieren, ist der Nutzer ein **Neuling in Ihrer App-Welt**. Um sich zurechtzufinden, benötigt er klare **Handlungsanweisungen** und eindeutiges Feedback für die Handlungen. Das beinhaltet auch Fehlermeldungen. Diese sollten sofort erklären, was der Nutzer nun machen muss. Der Nutzer muss leicht sehen können, welche seiner Handlungen welche Auswirkungen haben. Es darf kein Gefühl der Verlorenheit entstehen.



Design sieht nicht nur schön aus. Es erfüllt einen Zweck.

Beim Thema Design geht es nicht nur um die Optik, sondern vor allem um die sinnvolle Anordnung von Objekten. Der Mensch unterliegt gewissen wahrnehmungspsychologischen Beschränkungen, die bei der Gestaltung einer App beachtet werden sollten. Letztlich begünstigt eine sinnvolle Anordnung von Objekten die Usability und verringert die Absprungrate.



Konsistenz: Der Nutzer versucht sich anhand von Farbe und Position ein einfaches Navigationsschema aufzubauen, das die weitere zukünftige Navigation erleichtert. Weichen die erwarteten Parameter ab, sinken Orientierung, Verständnis und Geduld.



Kongruenz: Objekte, die nah beieinander liegen, werden inhaltlich zusammengefasst und dementsprechend interpretiert. Das gilt für Symbole, Bilder und auch für Buttons.



Leseverhalten: Um sich in einer App schnell zu orientieren, werden Texte zunächst überflogen, wichtige Worte und Suchtermini werden herausgegriffen (*selektives Lesen*). Vor allem internetaffine Nutzer nehmen Inhalte auf diese Art und Weise wahr. Daher müssen wichtige Schlüsselbegriffe immer leicht (und schnell) zu erkennen sein. Bei der Bedienung komplexer Funktionen sucht der Nutzer nach einer Orientierungsmöglichkeit, einer einfachen Lösung. Er benötigt klare Handlungsaufforderungen.



Die eigene SKOPOS-App im Test: Qualitative Analysen zeigen auf, welche Bereiche gut funktionieren.

Hauptmenü: Leiste am oberen Rand

Die App ist übersichtlich gehalten und ermöglicht dem Nutzer eine einfache Navigation.



Auflistung der Methoden

Nutzer favorisieren die alphabetische Sortierung. Die Auswahl ist begrenzt für eine gute Übersichtlichkeit.

Erfahrungen, auf die Sie bauen können.



Auszug aus der Kundenliste



Unsere Ansätze

- User-Research
- Website-Usability
- App-Usability
- Automotive-Product-Usability
- Product-Usability

- Card-Sorting
- Onsite-Befragung
- Usage & Attitude-Tests

- Akzeptanzanalysen
- Kreativ-Workshops
- Grundlegende Verhaltensforschung



**Haben wir Ihr Interesse geweckt?
Bei Fragen kontaktieren Sie uns gerne.**

SKOPOS GmbH & Co. KG

www.skopos.de

info@skopos.de

+49 (0) 2233 9988 0