

Erlebnispotentialanalyse – Mit Systematik zu positiven Erlebnissen

Magdalena Laib¹, Michael Burmester¹, Katharina Zeiner¹

Information Experience and Design Research Group, Hochschule der Medien¹

Zusammenfassung

Der vorliegende Beitrag stellt Hintergrund und Durchführung der Methode der *Erlebnispotentialanalyse (EPA)* vor. Die EPA wurde in einem konkreten Anwendungsprojekt eingesetzt. Anschließend wurde die Methode von den Nutzern evaluiert und die Ergebnisse wurden analysiert. Die gewonnenen Erkenntnisse wurden auf die Überarbeitung der Methode angewendet und ein optimierter Prozess wird vorgestellt.

1 Einleitung

Positive User Experience entsteht, wenn Nutzer positive Gefühle empfinden während sie mit einem Produkt interagieren (Hassenzahl, 2008). Doch wie kann man für eine positive User Experience gestalten? Kleine und mittelständische Unternehmen scheinen damit ihre Schwierigkeiten zu haben und fragen vor allem nach Methoden, die sie bei der Konzeption und beim Design unterstützen (Laib et al., 2015). Hassenzahl (2008) geht davon aus, dass eine positive User Experience durch die Erfüllung von Bedürfnissen entsteht. Zur Gestaltungsinspiration hat er mit seinen Kolleginnen ein Kartenset entwickelt, welches sieben Bedürfnisse beschreibt (Diefenbach et al., 2014). Einem ähnlichen Ansatz folgt der Bedürfnisfächer von Burmester und Kollegen (Burmester et al., 2016; Burmester et al., 2014) sowie das Kartenset von Calvo & Peters (2014). Desmet (2012) dagegen fokussiert das Resultat positiver Erlebnisse und stellt 25 positive Emotionen vor, die bei der Produktinteraktion entstehen können, welche als „Granularity Cards“ umgesetzt wurde (Yoon et al., 2013; deutsche Übersetzung: Laib et al., 2014).

Doch was tun wir genau, wenn wir ein positives Erlebnis haben, wie handeln wir, was geschieht in dieser speziellen Situation? Mit Aktivitäten, die Menschen durchführen können, um das Potential für positives Erleben zu erhöhen, beschäftigen sich Zeiner et al., (2016b). Sie haben mit Hilfe der Methode des Erlebnisinterviews (Zeiner et al., 2016a) Menschen zu ihren positiven Erlebnissen bei der Arbeit interviewt, da positive UX in Arbeitskontexten bisher wenig geachtet wurde (Bargas-Avila & Hornbæk, 2011; Tuch et al., 2016). Daraus

wurden Erlebniskategorien ermittelt, die jeweils Ähnlichkeiten in der Struktur der auslösenden Faktoren (z.B. Anwesenheit anderer, Aktivitäten, Technologie etc.) aufweisen. Es existieren 17 Erlebniskategorien welche in 6 Cluster eingeteilt sind (Tabelle 1). Diese sind ebenfalls als Kartenset beschrieben (Zeiner et al., n.d.). „Must Haves“ definieren Eigenschaften, die die Gestaltungsidee zwingend aufweisen muss, „optionale Eigenschaften“ können zutreffen. Die Erlebniskategorien beschreiben sehr konkret positiv wirkende Aktivitäten bzw. Erlebnisse. Damit folgen sie dem positiv psychologischen Ansatz von Lyubomirsky (2007), die Glücksaktivitäten präsentiert, deren Ausführung die Lebenszufriedenheit erhöht.

Cluster	Erlebniskategorien
Resonanz	Feedback bekommen, Feedback geben, Wertschätzung
Unterstützung	Helfen, Hilfe bekommen, Anderen etwas beibringen
Herausforderung	Herausforderung meistern, Herausforderung bekommen
Kompetenz	Etwas austüfteln, Kreativität erleben
Organisation	Etwas erledigen, Überblick haben
Kommunikation und neue Erfahrungen	Mit Leuten in Kontakt kommen, Gegenseitiger Austausch, Gemeinsam etwas schaffen, Neues kennenlernen, Zu etwas Höherem beitragen

Tabelle 1: Erlebniskategorien

Auf Basis der Erlebniskategorien wurde die *Erlebnispotentialanalyse (EPA)* entwickelt. Im Folgenden werden die EPA, ihre Evaluation und resultierende Optimierungen beschrieben.

2 Methodik

2.1 Erlebnispotentialanalyse

Die Erlebnispotentialanalyse (EPA) ist ein Verfahren, mit welchem in Nutzungskontexten Potenziale für positive Erlebnisse ermittelt werden können, die dann Kreativitätsprozesse unterstützen sollen. Sie wird also im Idealfall mit einer Nutzungskontextanalyse gekoppelt. Dies kann entweder für einzelne Erlebniscluster oder übergreifend für alle Erlebniskategorien geschehen. Es kann einzeln oder auch im Team gearbeitet werden.

Im Rahmen der EPA analysieren Gestalter die Arbeit der Nutzer, um in den Eigenschaften der Arbeit Potentiale für positive Erlebnisse zu ermitteln. Aus der Art, wie eine Aufgabe strukturiert ist, können sich z.B. Potentiale für „Feedback geben“ oder „Feedback bekommen“ ergeben. Arbeiten beispielsweise Personen über Systeme zusammen, so kann mit allen Erlebniskategorien bei denen Zusammenarbeit eine Rolle spielt, wie z.B. „gemeinsam etwas schaffen“ oder „anderen helfen“ analysiert werden, ob bei entsprechender Gestaltung der Technologie Potentiale für positive Erlebnisse entstehen. Die EPA kann direkt mit der Usability-Methode der Nutzungskontextanalyse gekoppelt und so direkt zur Verbesserung der User Experience genutzt werden.

Zur Ideenentwicklung lesen sich die Gestalter die als passend identifizierten Erlebniskarten durch und skizzieren Gestaltungsideen. Nach der Kreativitätsphase, wenn also alle passenden Erlebniskarten bearbeitet wurden, werden die Ideen daraufhin geprüft, ob die auf den Erlebniskarten erwähnten „Must Haves“ zutreffen. Ideen, die diese Prüfung nicht bestehen, werden aussortiert.

2.2 Evaluationsstudie

Die EPA wurde innerhalb eines Seminars an der Hochschule der Medien Stuttgart eingesetzt und evaluiert. Das Ziel war es, Konzepte mit positiver User Experience für eine 3D Simulationssoftware zur virtuellen Inbetriebnahme von Maschinen zu erstellen. Die Studierenden wendeten die EPA wie unter 2.1 an.

2.2.1 Stichprobe

19 Studierende führten die EPA durch. Die folgende Beschreibung der Stichprobe bezieht sich auf die 17 Studierenden, die an der Evaluation teilgenommen haben. 5 der Studierenden waren männlich, 12 weiblich. Im Durchschnitt waren sie 23,6 Jahre alt (SD = 2,91) und kamen aus fünf Studiengängen (Online Medien Management, Informationsdesign, Media Publishing, Bibliotheks- und Informationswissenschaft, Wirtschaftsinformatik).

2.2.2 Auswertung

Bei der Analyse der Erlebnistabellen wurde untersucht, wie viele Erlebnisse insgesamt gefunden wurden. Die Tabellen wurden von drei Experten begutachtet. Anschließend wurden zwischen den Ratern in einer gemeinsamen Sitzung der Eindruck der Gestaltungsideen sowie Auffälligkeiten diskutiert. Drei Fragen der Evaluation konnten auf einer 5-stufigen Likert-Skala bewertet werden, diese wurden deskriptiv ausgewertet. Die abgefragten positiven und negativen Aspekte der EPA wurden qualitativ analysiert.

3 Ergebnisse

3.1 Ergebnisse der Erlebnispotentialanalyse

Insgesamt wurden 211 Potentiale für positive Erlebnisse identifiziert. Die Begutachtung der Ideen durch die 3 Experten ergab folgende Auffälligkeiten:

1. Ideen wurden häufig generisch und oberflächlich beschrieben, z.B. durch Oberbegriffe wie „Kommentarfunktion“ oder „like“-Button ohne konkrete Ausarbeitung der Idee.
2. Die Beschreibungen der Gestaltungsideen waren eher funktionsorientiert und nicht handlungs- bzw. erlebnisorientiert. Dies wirkte sich negativ auf die Erlebnisorientierung der Ideen aus.
3. Dieselbe Gestaltungsidee wurde unterschiedlichen Erlebniskategorien zugeordnet.

4. Nicht alle Gestaltungsideen passten in die zugeordnete Erlebniskategorie.

3.2 Evaluation der Erlebnispotentialanalyse

Um die EPA zu evaluieren, wurden die Kursteilnehmer gebeten, 3 Fragen bzgl. ihrer Zustimmung zu bewerten (Abbildung 1). Mehr als zwei Drittel der Teilnehmer (13) fanden die EPA ziemlich oder außerordentlich hilfreich zur Entwicklung von Konzeptideen zur Förderung positiver Erlebnisse. Etwa die Hälfte der Teilnehmer (9) empfanden die EPA als einfach anzuwenden. Etwa ein Viertel der Studierenden wird, wenn möglich, die EPA auch in anderen Projekten wiederverwenden.

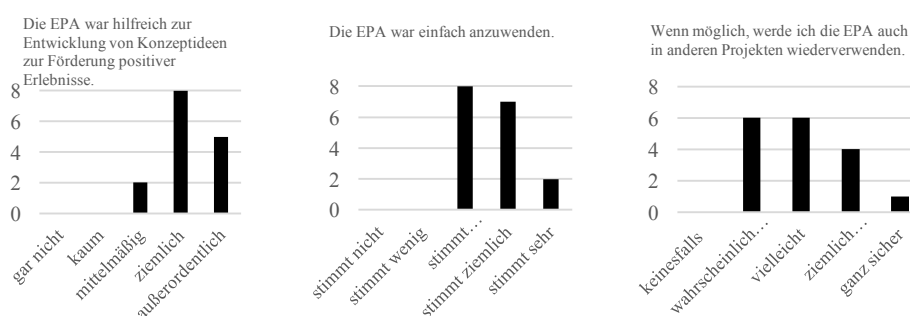


Abbildung 1: Evaluation der EPA

Zusätzlich zu einer quantitativen Bewertung wurden die Teilnehmer gebeten, positive und negative Aspekte der EPA zu notieren. Es wurden 31 positive und 15 negative Aspekte genannt. Über die Hälfte der Teilnehmer (10) lobte die gute Übersicht und die klare Orientierung, die die Erlebniskategorien bieten. Fast der Hälfte der Studierenden (8) fiel eine Differenzierung zwischen den Kategorien schwer. Etwa ein Viertel (5) empfand die Erlebniskarten als ideenfördernd. Drei Studierende nannten die einfache Anwendung.

4 Diskussion

Die Evaluation der EPA zeigte, dass sie geeignet ist, Erlebnispotenziale zu identifizieren und Gestaltungsideen zu entwickeln. Die Begutachtung durch die Experten und die Evaluationsergebnisse zeigten, dass es Schwierigkeiten bei der Zuordnung der Ideen zur jeweiligen Kategorie gibt. Soll eine umfassende EPA durchgeführt werden, ist es prinzipiell unerheblich, wo die Erlebnisideen herkommen. Soll jedoch für ein spezielles Cluster oder eine spezielle Kategorie gestaltet werden, ist es unerlässlich, dass die einzelnen Erlebnisideen an den „Must Haves“ der spezifischen Kategorie geprüft und angepasst werden.

Die Beschreibungen der Ideen waren eher generisch und funktionsorientiert (z.B. „Chat“ in den Kategorien „Helfen“, „Hilfe bekommen“, „Anderen etwas beibringen“ etc.). Die Studierenden schienen zuerst Ideen auf Masse zu generieren und orientierten sich dabei scheinbar an Bekanntem. Der Fokus auf das Erlebnis muss grundsätzlich verstärkt werden, auch um Nutzer der EPA dazu zu motivieren sich von einzelnen Funktionen zu entfernen und sich vorerst nur auf die Gestaltung von Erlebnissen zu konzentrieren.

Analyse und Evaluation der EPA demonstrierten Vorteile und Herausforderungen der Methode. Um ihr Potential zu erhalten und gleichzeitig den Herausforderungen zu begegnen, wird an dieser Stelle ein überarbeiteter EPA-Prozess auf der Basis der Ergebnisse vorgestellt:

- (1) Vor der Nutzung einer EPA muss in Erlebnisgestaltung und in die Erlebniskategorien eingeführt werden (Manual, Workshop).
- (2) Gestalter werden aufgefordert, die Arbeit mit Hilfe der Erlebniskarten nach deren Eigenschaften zu analysieren und dann zunächst Ideen auf Masse zu produzieren.
- (3) Die Erlebnisideen werden im nächsten Schritt daraufhin überprüft, ob die „Must Haves“ der Kategorien erfüllt sind. Ideen, die diese Prüfung nicht bestehen, werden entfernt.
- (4) Verbleibende Ideen werden ausgearbeitet. Die Erlebnisidee muss eingehender beschrieben werden, z.B. mit Skizzen, Beschreibungen oder Szenarien.

Im EPA-Handbuch finden sich Erläuterungen und Vorlagen (www.design4xperience.de)

5 Schlussteil

Danksagung

Die EPA wurde entwickelt im Projekt Design4Xperience (Förderinitiative „Einfach intuitiv – Usability für den Mittelstand“ im Förderschwerpunkt „Mittelstand-Digital IKT-Anwendungen in der Wirtschaft“ (Bundesministerium für Wirtschaft und Energie, BMWi). Die Lehrveranstaltung wurde im Projekt 3D-GUIde derselben Förderinitiative durchgeführt.

Wir danken Julia Bachert, Roxana Dinus, Jacqueline Drachler, Hannah Eberl, Verena Eipper, Benjamin Erk, Alena Gerlinskaja, Josephine Hofmann, Henning Horlitz, Nina Krause, Natascha Lux, Nina Marsiglio, Christos Papadopoulos, Victoria Rößchen, Claudia Ryniak, Katharina Schippert, Nico Schlegel, Janina Schraivogel, Kaja Schütz, Katharina Späth und Jens Wichern.

Literaturverzeichnis

- Bargas-Avila, J. A., & Hornbæk, K. (2011). Old Wine in New Bottles or Novel Challenges? A Critical Analysis of Empirical Studies of User Experience. In *CHI'11 May 7–12, 2011 • Vancouver, BC, Canada* (S. 2689–2698). New York: ACM.
- Burmester, M., Laib, M., & Schippert, K. (2014). Interaktion als positives Erlebnis –

- Technologiegestaltung neu denken. *Wissenschaft Trifft Praxis*, 1(3), 5–16.
- Burmester, M., Laib, M., Schippert, K., Zeiner, K., Fronemann, N., & Krüger, A. E. (2016). Vom Problemlösen hin zum Entwerfen von Smart Homes für positive Momente und mehr Wohlbefinden. *Wissenschaft Trifft Praxis*, (4), 38–48.
- Calvo, R. A., & Peters, D. (2014). *Positive Computing - Technology for Wellbeing and Human Potential*. MIT Press.
- Desmet, P. M. A. (2012). Faces of Product Pleasure: 25 Positive Emotions in Human-Product Interactions. *International Journal of Design*, 6(2), 1–29.
- Diefenbach, S., Lenz, E., & Hassenzahl, M. (2014). Experience Design Tools: Ansätze zur Interaktionsgestaltung aus dem Blickwinkel psychologischer Bedürfnisse. In *Mensch und Computer 2014*.
- Hassenzahl, M. (2008). User experience (UX): towards an experiential perspective on product quality. In *Proceedings of the 20th International Conference of the Association Francophone d'Interaction Homme-Machine* (S. 11–15). ACM.
- Laib, M., Burmester, M., Ficano, C., Fronemann, N., Kolb, B., Krüger, A., Quesseleit, M.-L., Schippert, K. & Shinkarenko, M. (2015). User Experience bei Softwareanbietern. In S. Diefenbach, N. Henze, & M. Pielot (Eds.), *Mensch und Computer 2015 Tagungsband* (S. 93–102). Stuttgart: Oldenbourg Verlag.
- Laib, M., Burmester, M., & Schippert, K. (2014). *Deutsche Übersetzung der 25 Positive Emotions in Human-Product Interactions (unveröffentlichtes Manuskript)*.
- Lyubomirsky, S. (2007). *The how of happiness: A scientific approach to getting the life you want*. London: Penguin.
- Tuch, A. N., van Schaik, P., & Hornbæk, K. (2016). Leisure and Work, Good and Bad: The Role of Activity Domain and Valence in Modeling User Experience. *ACM Transactions on Computer-Human Interaction (TOCHI)*, 23(6), 35.
- Yoon, J., Desmet, P. M. A., & Pohlmeier, A. E. (2013). Embodied Typology of Positive Emotions - The development of a tool to facilitate emotional granularity in design. In *5th International Congress of International Association of Societies of Design Research* (S. 1195–1206). Tokyo, Japan.
- Zeiner, K. M., Burmester, M., Haasler, K., Henschel, J., Laib, M., & Schippert, K. (n.d.). Designing for Positive User Experience in Work Contexts – Experience Categories and their Applications. *Human Technology*.
- Zeiner, K. M., Laib, M., Schippert, K., & Burmester, M. (2016a). Das Erlebnisinterview – Methode zum Verständnis positiver Erlebnisse. In *Tagungsband der Mensch und Computer 2016*.
- Zeiner, K. M., Laib, M., Schippert, K., & Burmester, M. (2016b). Identifying Experience Categories to Design for Positive Experiences with Technology at Work . In *Proceedings of the 2016 CHI Conference Extended Abstracts on Human Factors in Computing Systems* (S. 3013–3020). New York: ACM.

Autoren



Laib, Magdalena

Dr. Magdalena Laib arbeitet in der Information Experience & Design Group (IXD Group) an der Hochschule der Medien Stuttgart. Sie interessiert sich dafür, wie Menschen Technologie wahrnehmen und wie sie durch Technologie ihr Wohlbefinden verbessern können. Sie lehrt und forscht im Bereich der User Experience. Ihren Schwerpunkt setzt sie dabei vor allem auf Theorien der Positiven Psychologie und interessiert sich dafür wie diese auf die Gestaltung von Technologie und Arbeitsplätzen und auf die Beratung angewendet werden können. Sie arbeitete einige Jahre in der industriellen Forschung im Bereich der Mensch-Maschine-Interaktion und ließ sich zum systemischen Coach ausbilden.



Burmester, Michael

Dr. Michael Burmester ist Professor für Ergonomie und Usability an der Hochschule der Medien (HdM) in Stuttgart. Seit 2002 lehrt er im Studiengang Informationsdesign. Zuvor arbeitete er für das Fraunhofer-Institut Arbeitswirtschaft und Organisation (IAO) in Stuttgart, Siemens Corporate Technology in München und die User Interface Design GmbH als Usability Forscher, Usability Professional und Manager. An der HdM leitet er das User Experience Research Lab (UXL) und ist Sprecher der IXD Group. Seit Oktober 2010 ist er Prodekan für Forschung an der Fakultät für Information und Kommunikation. Aktuelle Forschungsarbeiten beschäftigen sich mit der Entwicklung von Ansätzen und Methoden zur Gestaltung interaktiver Produkte, Systeme und Dienstleistungen für positive Erlebnisse und Steigerung des subjektiven Wohlbefindens.



Zeiner, Katharina Maria

Dr. Katharina Zeiner arbeitet in der IXD Group an der Hochschule der Medien Stuttgart. Sie hat einen Hintergrund in visueller Psychophysik und interessiert sich dafür, wie wir die Welt um uns wahrnehmen und damit in Kontakt treten. Ihre aktuelle Forschung beschäftigt sich mit User Experience, Kompetenzerleben, Positive Design, Design Thinking, LEGO Serious Play und Flow. Innerhalb des Projekts Design4Xperience entwickelt Katharina leichtgewichtige UX Methoden für Analyse, Konzeption und Evaluation und gibt diese in Workshops an Unternehmen weiter.