

# Arbeitskreis User Research:

## Workshop zur Mensch & Computer 2013



**Anja Endmann**  
itCampus GmbH  
Nonnenstraße 37  
04229 Leipzig  
a.endmann@itcampus.de

**Carolyn Flesch**  
SAP AG  
Dietmar-Hopp-Allee 16  
69190 Walldorf  
carolin.flesch@sap.com

### Abstract

Der Arbeitskreis (AK) User Research wurde von Anja Endmann und Carolyn Flesch im Herbst 2012 gegründet, und wird dieses Jahr zum ersten Mal auf der Konferenz vorgestellt. Der Workshop des AK richtet sich an alle Usability Professionals die sich für User Research interessieren oder selbst als User Researcher tätig sind. Der Workshop soll die Möglichkeit geben, über Erwartungen und Zielsetzungen des AK zu diskutieren. Usability Professionals, die sich für User Research interessieren oder selbst als User Researcher tätig sind, sind herzlich zur Mitarbeit eingeladen.

### Keywords:

/// User Research  
/// Methodenaustausch  
/// Best Practices

## 1. Einleitung

User Research ist ein zentraler Bestandteil der benutzerzentrierten Produktentwicklung, durch den Benutzeranforderungen identifiziert und dokumentiert, und daraus abgeleitete Prototypen evaluiert (validiert) werden können.

Obwohl der User Research ein fundamentaler Bestandteil der nutzerzentrierten Produktentwicklung ist, wird diese Disziplin bei Tagungen und Workshops noch zu wenig thematisiert.

Gemeinsam mit neuen AK-InteressentInnen möchten wir dieses wichtige Thema sowohl inhaltlich als auch organisatorisch diskutieren und die Visibilität dieses Bereiches stärken.

**Sie sind dazu herzlich eingeladen!**

## 2. Ziele des Arbeitskreises

Der Fokus des Arbeitskreises liegt auf dem Austausch über angewandte Research-Methoden – vom klassischen Contextual Interview, über Focus Groups bis hin zum Massenfeedback – sowie neue Methodenansätze.

Der Workshop soll zur Gründung neuer Netzwerke im User Research Bereich anregen. Folgende Fragestellungen werden diskutiert:

- Vor welchen Herausforderungen stehen User Researcher derzeit?
- Wie können Methoden an besondere Umstände angepasst werden?
- In welchen Zusammenhängen stehen die unterschiedlichen Methoden und was kann mit ihnen erreicht werden?

Des Weiteren soll eine höhere Sichtbarkeit des User Research innerhalb des Fachbereiches User Experience geschaffen werden. User Experience ist mehr als Interaktions- und Visuelles Design; ein gutes Design beruht stets auf einer fundierten Anforderungsanalyse sowie einer Evaluation des Designs mit repräsentativen Nutzern.

Des Weiteren ist eine umfassende Literaturliste zum Thema User-Research-Methoden und deren Anwendung geplant; sowie langfristig eine Sammlung der angewandten Methoden mit Hinweisen, Tipps und Tricks.

## 3. Ziel des Workshops

In diesem ersten Workshop steht das Kennenlernen der Interessenten und der AK-Leitung im Vordergrund. Es soll Raum für

Diskussionen über Erwartungen und Ziele jedes Interessenten geschaffen werden.

Zudem hinaus möchten wir gemeinsam mit Ihnen als aktives Mitglied eine Roadmap für das kommende Jahr entwickeln.

## 4. Geplante Zusammenarbeit

Zur Überbrückung der Zeiträume zwischen den Konferenzen finden regelmäßig monatliche Telefonkonferenzen statt. Dazu kann jedes AK-Mitglied Themen einbringen. Die Telefonkonferenzen werden abwechselnd vorbereitet. In ca. 45 Minuten kann ein Projekt, eine Methode, Fachliteratur, oder ein Konferenzbericht vorgestellt werden; im Anschluss daran ist Zeit für Fragen und Diskussionen.

**Wir freuen uns auf Ihre Mitarbeit!**

#### **Literatur**

1. Albert, W.; Tullis, T. (2010) Measuring the User Experience: Collecting, Analyzing, and Presenting Usability Metrics. Morgan Kaufman, Elsevier Science, San Francisco.
2. Kaushik, A. (2009). Web Analytics 2.0: The Art of Online Accountability and Science of Customer Centricity. John Wiley & Sons, Indianapolis.
3. Kuniavsky, M. (2003). Observing the user experience. A practitioner's guide to user research. Morgan Kaufman, Elsevier Science, San Francisco.
4. Mose, C. (2012). User Experience Design – Mit erlebniszentrierter Softwareentwicklung zu Produkten, die begeistern. Springer Verlag, Berlin Heidelberg
5. Reichheld, F. & Markey, R. (2012). The Ultimate Question 2.0: How Net Promoter Companies Thrive in a Customer-Driven World. Harvard Business Review Press, Boston.
6. Schumacher, R. (2006). Handbook of Global User Research. Morgan Kaufman, Elsevier Science, San Francisco.
7. Sharon, T. (2012). It's Our Research – Getting Stakeholder Buy-in for User Experience Research Projects. Morgan Kaufman, Elsevier Science, San Francisco.