

Bachelorarbeit im Fach E-Learning, Studiengang Technische
Redaktion & E-Learning Systeme, im Fachbereich INW
Hochschule Merseburg (FH)

Erstellung einer Imagebroschüre des User Experience Labors der Hochschule Merseburg

angefertigt von:

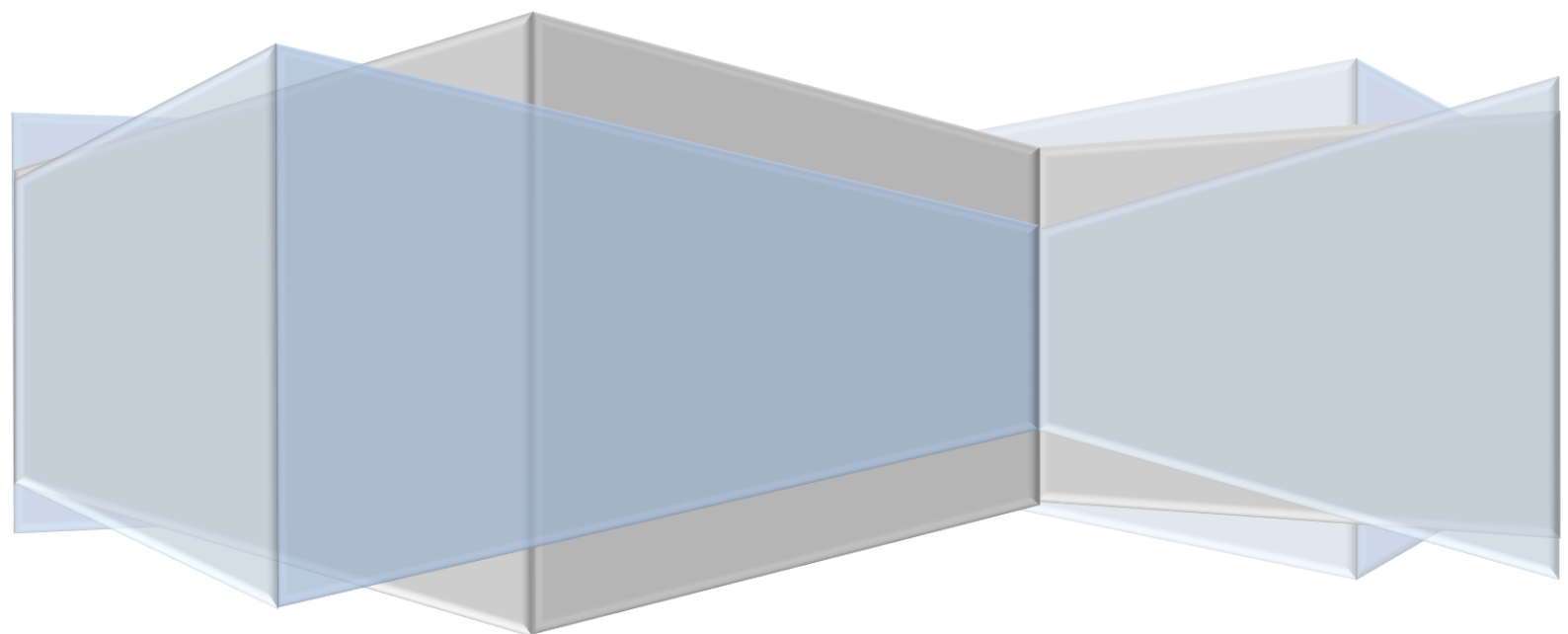
Tobias Köppel

Kenn-Nr.: 20397

angefertigt bei:

Lucas Koch

im 6. Semester



Inhalt

1. Einleitung	4
1.1. Aufgabenstellung	4
1.2. Umsetzung	4
2. Grundlagen.....	5
2.1. Grundlagen zur Erstellung einer Imagebroschüre	5
2.2. Grundlagen der sprachlichen Gestaltung	6
3. SWOT-Analyse.....	7
3.1. Stärken	7
3.2. Schwächen	7
3.3. Chancen	8
3.4. Bedrohungen.....	8
4. Aufbau des User Experience Labors.....	10
4.1. Vergleich zu ähnlichen Laboren an anderen Standorten Deutschlands.....	10
4.1.1. Technische Universität Ilmenau.....	10
4.1.2. Hochschule Fulda	11
4.1.3. Technische Universität Chemnitz.....	11
4.2. Auswertung der Vergleiche.....	12
5. Erstellung der Imagebroschüre.....	13
5.1. Konzeption der Broschüre	13
5.2 Erste Entwürfe	14
5.3. Umsetzung der Imagebroschüre.....	15
5.3.1. Titelblatt.....	15
5.3.2. Aufmacher.....	16
5.3.3. Vorwort und User Experience.....	17
5.3.4. Die Gerätschaften	18
5.3.5. Anwendung	20
5.3.6. Auswertung, Betreuung und Zukunft	21

5.3.7. Rückseite	23
6. Daten zum Verfasser	24
7. Literaturverzeichnis	25
8. Abbildungsverzeichnis	26
Eidesstattliche Erklärung.....	27

1. Einleitung

1.1. Aufgabenstellung

Das Ziel des Projektes besteht darin, eine Planung und Realisierung von einem neuen User Experience Labors im Forschungsgebäude (FO) auf dem Campusgelände der Hochschule Merseburg umzusetzen und dazu eine Imagebroschüre bereitzustellen. Ergebnis soll ein eigenständiges und unabhängiges User Experience Labor werden, in denen Studierende und Industriepartner auf Reaktionen und Verhalten in unterschiedlichsten Abläufen verschiedenster Branchen mit deren zu testenden Produkten beobachtet, protokolliert und ausgewertet werden können. Durch die Erweiterung der Räumlichkeiten bietet sich eine Mehrzahl an Studierenden, Angestellten und Besucher die Möglichkeit im Bereich Usability und User Experience Testergebnisse und erste Erfahrungen zu sammeln und das erworbene Wissen verarbeiten zu können. Das User Experience Labor soll außerdem die Möglichkeit bieten, Auftragsarbeiten potenzieller Industriekunden zu planen, auszuführen und auszuwerten. Dem Endkunden wird damit die Möglichkeit geboten, Schwachpunkte in der Bedienung, Anwendung oder Wartung seines Produktes aufzuzeigen und zu korrigieren.

Um auf das Labor aufmerksam zu machen, wird eine Imagebroschüre angefertigt. In diesem Prospekt werden die Stärken und die Perspektive des Labors für Studierende und Industriepartner in handlicher und digitaler Form zur Verfügung gestellt. Dabei muss auf eine Vielzahl an Faktoren wie Wirtschaftlichkeit, Marketing, Logistik, Technisches Verständnis und Usability eingegangen werden. Die Imagebroschüre soll einen ersten Anreiz schaffen, um Interessenten auf das Labor aufmerksam zu machen, sowie erste Erfahrungen mit User Experience dem Leser zu bringen und so Neugierde zu wecken.

1.2. Umsetzung

Für die Umsetzung an der Einrichtung des User Experience Labors waren Lucas Koch, Georg Bachmann und ich zuständig. Zunächst wurde der gestellte Raum im Forschungsgebäude untersucht und Möglichkeiten einer Realisierung des Labors

erarbeitet. Dafür wurde eine Budgetliste von benötigten Gerätschaften erstellt, mit denen die User Experience umgesetzt werden kann. Oberste Priorität erhielten die GoPro Omni Rig mit sechs Exemplaren der GoPro Hero 4 Silver sowie den LED Litepanels für eine optimale Studioatmosphäre. Für die GoPros wurden Halterungen besorgt, damit hochauflösende Bilder und Videos bei hastigen Bewegungen und schwierigen Umgebungsbedingungen weiterhin möglich sind.

Nachdem die Gerätschaften über Fördermittel in Bestellung gegeben wurden, setzten wir uns an die Umsetzung einer Raumplanung. Die drei verfügbaren Räume wurden in Nutzerlabor, Serverraum und Aufenthaltsraum eingeteilt. Mit Betreten der Räumlichkeiten findet man sich zunächst im Aufenthaltsraum wieder. Hier stehen mehrere Komfortoptionen zur Verfügung, wenn eine größere Gruppe an Probanden das User Experience Labor nutzen möchte. Im Nutzerlabor befinden sich die Geräte zur Umsetzung einer User Experience, sowohl für die stationäre als auch für die mobile Anwendung. Hier können die Geräte nach eigenem Bedarf für eine optimale und benutzerdefinierte User Experience konfiguriert werden. Die Auswertung der User Experience findet im Serverraum statt, von dem mittels IP-Kameras das Nutzerlabor beobachtet werden kann. Ein Standmikrofon gibt die dazugehörigen Audiosignale weiter.

2. Grundlagen

2.1. Grundlagen zur Erstellung einer Imagebroschüre

Der Sinn einer Imagebroschüre besteht darin, durch eine einzigartige und eindrucksvolle Gestaltung innerhalb weniger Seiten ein Unternehmen, ein Fallbeispiel oder ein Produkt widerzugeben und den Lesern somit als Identifikationsmittel dient. Mithilfe von aussagekräftigen Bildern und dem Corporate Design soll dem Leser das jeweilige Unternehmen oder Produkt vorgestellt werden. Folgende Fragen muss eine Konzepterstellung einer Imagebroschüre beantworten können:

- Welche Gruppen werden angesprochen?
- Was bietet das beschriebene Unternehmen, Produkt oder Objekt für die Nutzer an?
- Wo liegt die Notwendigkeit für das Beworbene?

Anhand dieser Fragen kann man die Neugier bei den Lesern schaffen. Korrespondiert die Broschüre mit dem bestehenden Corporate Design des zugehörigen Unternehmens, fällt es einfacher, Rückschlüsse und Zusammenhänge zu diesen zu schließen und die Meinung zu der Broschüre wird verstärkt. Zu dem Corporate Design gehören Farbe, Schrift und mehrere Logos, wenn vorhanden.

Mithilfe von Bildern lassen sich am besten die Emotionen und Ansprüche des zu beschreibenden Produktes einer Broschüre wiedergeben. Die stärksten Emotionen geben Fotos wider, auf denen Menschen zu sehen sind, da ein Mensch sich an anderen Menschen orientiert. Zeigt ein Mensch auf einem Foto noch ein Lächeln, verstärkt dieses Lächeln die Empfindungen, die der Leser dem Foto gibt.

2.2. Grundlagen der sprachlichen Gestaltung

Wichtig für die sprachliche Gestaltung einer Imagebroschüre ist allen voran die Vermeidung von Rechtschreibfehlern. Diese bringen den Nutzer aus dem Lesefluss und hängen ihn unnötigerweise auf die Fehler fest. Die Texte dürfen nicht in einem Block stehen, besser ist es, mehrere kleinerer Abschnitte mit Überschriften einzubauen, um für Ordnung und Neugierde zu sorgen. Diese wirken auch dem Desinteresse entgegen, das bei Textblöcken aufkommt. Die Wahl der Wörter muss entsprechend des darzustellenden Inhaltes und zu repräsentierendes Unternehmen angepasst werden, da man die Ideale und Werte diese mit der Broschüre auch wiedergibt. In jedem Fall ist darauf zu achten, dass keine Umgangssprache verwendet wird. Wichtige Abkürzungen sind zu erklären und der Gebrauch von Fremdwörtern hängt vom Thema und der Zielgruppe ab. Bei mehrdeutigen Begriffen muss die Bedeutung klar vom Inhalt erkennbar sein. Da der Text eine werbende Wirkung hat, muss die Umgangssprache vermieden werden. Ebenso sind gängige Abkürzungen zu vermeiden.

Für ein gutes Lesegefühl ist es von Vorteil, wenn die Text- und auch Bildblöcke in einem Achsensystem aufgebaut sind. Das menschliche Auge orientiert sich an diesen und hat es so einfacher. Sind die Blöcke jedoch immer auf unterschiedlichen Höhen und Längen wird der Leser unbewusst in die Verwirrung beeinflusst, da der Text bereits keine gute Struktur vorweist.

3. SWOT-Analyse

Für die strategische Planung des User Experience Labors wird eine SWOT-Analyse vorgenommen. Diese steht für Strengths (Stärken), Weaknesses (Schwächen), Opportunities (Chancen) und Threats (Bedrohungen). Anhand dieser Punkte wird für das neue User Experience Labor eine externe und interne Analyse gemacht, auch als Umweltanalyse und Unternehmensanalyse bekannt, um eine Position für das Labor zu bestimmen. Stärken und Schwächen beziehen sich auf das User Experience Labor selbst. Es ist das Ergebnis aus Selbstbeobachtung, eigener Eigenschaften und von Prozessen der Organisation wie Werbung.

Auf die Chancen und Bedrohungen hat das User Experience Labor direkt keinen Einfluss, sie ergeben sich aus dem Umfeld, dem Standort und den Veränderungen im technologischen, sozialen und ökologischen Markt.

3.1. Stärken

Zu den Stärken des Labors gehören die moderne, verfügbare Technik, der gute Ruf der Hochschule Merseburg als praxisorientierte Hochschule und die Nähe der Hochschule Merseburg zu den vielen Firmen aus der Umgebung, die das Labor potentiell nutzen können. Auch ist es eine Stärke, dass die Studierenden an der Hochschule Merseburg bereits rege Erfahrung mit Usability gemacht haben, die sie mit User Experience nun erweitern.

Für eine gute Infrastruktur sorgt der Parkplatz in der Nähe des User Experience Labors im Forschungsgebäude, da somit schwerere Produkte ohne große Laufwege zum Labor getragen werden können.

3.2. Schwächen

Die größte Schwäche ist, dass das User Experience Labor unter den Studierenden und Industriepartnern zum aktuellen Stand noch unbekannt ist. Dafür soll allerdings die Imagebroschüre für Abschwächung sorgen. Ebenso kann als Schwäche angesehen werden, dass der Unterschied zwischen Usability und User Experience nicht wahrgenommen wird und das Usability Labor für Produkttests bevorzugt wird.

Die beiden Varianten sorgen jedoch für unterschiedliche Endergebnisse bei Produkttests und stehen sich nicht im Wege. Dazu hat das Usability Labor auch mit einem Platz im Hauptgebäudekomplex den Vorteil, dass die Wege kurzgehalten sind.

3.3. Chancen

Die Chancen des User Experience Labors liegen in seiner Einzigartigkeit. Im Raum Leipzig-Halle ist es das einzige Labor seiner Art in Hochschulen und Universitäten, dadurch bietet es für Studierende und Industriepartnern eine gute Plattform für Produkttests. Die dafür notwendige Technik ist auf den aktuellen Markt angepasst, sie ist zeitgemäß. Durch das im Vergleich geringe Einzugsgebiet in den östlichen Bundesländern gegen die Westlichen ist die Kundenbindung deutlich höher, da man mehr aufeinander angewiesen ist und die Alternativen in Sachsen, Thüringen und Sachsen-Anhalt noch nicht weit verbreitet sind. Vor allem die umliegenden Chemiewerke, mit denen die Hochschule Merseburg bereits engen Kontakt hat, könnten Interesse an subjektiven Produkttests haben.

Ebenfalls könnte man es als Chance sehen, dass User Experience noch nicht weit verbreitet, sondern erst im Kommen ist. Dadurch bietet sich die Chance die Rolle als Vorreiter der Region anzunehmen.

3.4. Bedrohungen

Jedoch eben diese geringere Verbreitung von User Experience ist sogleich auch die größte Bedrohung. Wenn die Entwicklung und das allgemeine Interesse an User Experience nicht weiter steigt oder sinkt, so wird auch das User Experience Labor die Folgen spüren. Sind die Industriepartner nicht an weiter an subjektiven Produkttests interessiert oder nehmen die Studierenden die Chance nicht wahr, bleiben die Nutzer aus.

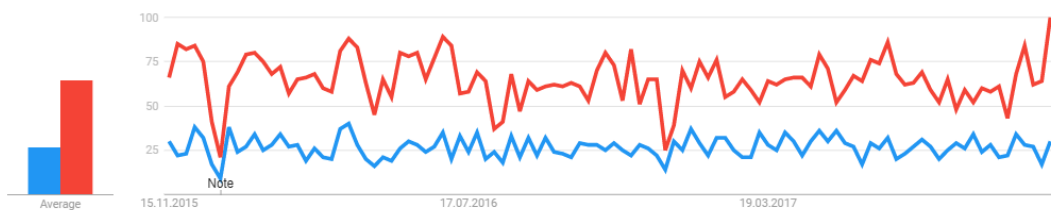


Abbildung 1 Vergleich Interesse an Usability und User Experience in Deutschland

In Abbildung 1 ist der Vergleich am Interesse zwischen Usability (rot) und User Experience (blau) in Deutschland zu sehen. Google Trends wertet in dieser Abbildung die Suchanfragen zu den zwei Begriffen aus Deutschland über den Zeitraum von 3 Jahren zwischen dem 11.11.2015 und dem 11.11.2017 aus und gibt ihn als Interesse wieder. Das Interesse ist ein Wert, der von 0 bis 100 reicht. Der Wert 100 steht für die höchste Beliebtheit dieses Suchbegriffs bei Google den er jemals erreicht hat. Ein Wert von 50 sagt aus, dass zu dieser Zeit der Begriff nur die Hälfte der Suchanfragen wie zu seinem höchstmöglichen Punkt erreicht hat. In der Abbildung 1 ist zu erkennen, dass Usability einen großen Vorsprung an Suchanfragen gegenüber von User Experience hat. Allerdings hat Usability auch die größeren Einbrüche, während User Experience ein konstantes Auf und Ab an Interesse zeigen kann.

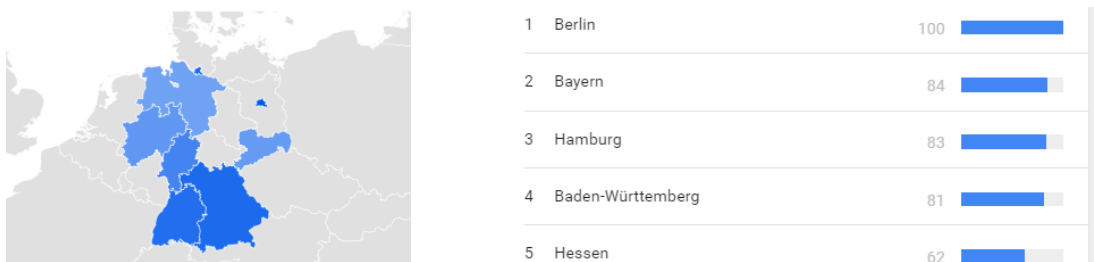


Abbildung 2 Interesse von User Experience in den Bundesländern

Wie Abbildung 1 zeigt auch Abbildung 2 das Interesse von User Experience, diesmal auf die einzelnen Bundesländer bezogen. Hier wird das Interesse wie folgt berechnet: Der Wert 100 wird an das Bundesland vergeben, an dem anteilig zur Gesamtzahl der Suchanfragen die höchste Beliebtheit erzielt wird. In diesem Fall Berlin. Die anderen Bundesländer werden daran nun berechnet. Graue Bundesländer haben einen Wert von 0, da das Interesse im Vergleich zum

Höchstwert weniger als 1% der Beliebtheit darstellt. So auch Sachsen-Anhalt, Thüringen und Brandenburg. Sachsen hingegen kann einen Wert von 59 vorweisen. Hieran ist zu erkennen, dass vergleichsweise standortabhängig das User Experience Labor weitaus bessere Erfolgchancen in Bayern, Baden-Württemberg oder Berlin hätte, da die Zielgruppe mit User Experience in diesen Bundesländern das Interesse eher gezeigt wird.

4. Aufbau des User Experience Labors

4.1. Vergleich zu ähnlichen Laboren an anderen Standorten Deutschlands

4.1.1. Technische Universität Ilmenau

Die Gothestadt Ilmenau relativ zentral im Freistaat Thüringen. Nördlich und nord-östlich der Stadt liegen die Städte Erfurt, Weimar und Jena, weiter südlich befindet sich die Grenze zum Bundesland Bayern.

An der Technischen Hochschule Ilmenau sind im Wintersemester 2016/17 6.248 Studierende eingetragen¹. Hier werden 19 Bachelor- sowie 24 Masterstudiengänge mit einem Schwerpunkt auf Ingenieurwissenschaften angeboten.

Das hiesige Usability Labor sowie dessen mobile Variante werden von Studierenden und Partnern für Fokusgruppenuntersuchungen und Usability Tests genutzt. Dafür steht folgende Ausstattung zur Verfügung:

- ein Head-mounted Eye-Tracker
- 3 HD Kameras
- 2 Mikrofone
- ein HD-Videomischer und –Recorder

Die Untersuchungen werden von Dipl.-Ing. Susanne Jakob und Dipl.-Ing. Christiane Wisser betreut.

¹ <https://www.tu-ilmenau.de/universitaet/wir-ueber-uns/daten-fakten-zahlen/>

4.1.2. Hochschule Fulda

Die Kreisstadt Fulda liegt im Land Hessen in der Nähe zu den Landesgrenzen von Bayern und Thüringen. Südwestlich der Stadt befindet sich Frankfurt am Main, nördlich liegt Kassel.

In der Hochschule Fulda sind 8.495 Studierende immatrikuliert². Für die Fachbereiche, unter anderem Angewandte Informatik, Elektro- und Lebensmitteltechnik oder auch Sozial- und Kulturwissenschaften, ist ein MediaLab UsabilityLab errichtet wurden. Die Funktionen dieses Labors sind Lehre und Forschung, Fragestellungen aus der industriellen Praxis und Untersuchungen aus den Bereichen Konsumforschung und Kundenverhalten sowie soziale Interaktion. Dazu bietet das Labor unter anderem folgende Ausstattung an:

- Aufnahmetechnik für synchrone Aufzeichnungen,
- Software für qualitative und quantitative Analysen,
- hochauflösende, fernsteuerbare Kameras,
- Eye-Tracking-Lösungen,
- Media-Pool mit 20 Arbeitsplätzen.³

4.1.3. Technische Universität Chemnitz

Die Kreisstadt Chemnitz liegt im Freistaat Sachsen nahe der Grenze zur Tschechischen Republik und ist von Zwickau, Dresden und Leipzig umgeben. Die Technische Universität Chemnitz befindet sich im Zentrum der Stadt und hat 11.904 Studenten eingetragene Studenten⁴.

Das Usability Lab befindet sich in den Räumen 3/C 002 und 3/C 003. Zur Ausstattung gehören unter anderem:

- ein Eye-Tracking System,
- eine Logfile-Analyse,
- eine Software statistische Auswertung,

² https://www2005.hs-fulda.de/fileadmin/PS/statistiken/SemStat-WiSe1617_StgFS.pdf, 28.07.2017

³ <https://www.hs-fulda.de/angewandte-informatik/ueber-uns/labore/medialab/>, 28.07.2017

⁴ <https://www.tu-chemnitz.de/tu/fakten.php>, 28.07.2017

- ein Head-Acoustics Audio-Analysesystem,
- Video- und Audiotechnik,
- Virtual Prototyping Software Elektrobite Guide
- Mangold Interact als Analysesoftware,

um die Gebrauchstauglichkeit von Produkten zu untersuchen und Nutzertests, in denen Anwender in die Produktentwicklung einbezogen werden, durchzuführen. Ansprechpartner für Studenten und Partner sind Dr.-Ing. Frank Dittrich und Dipl.-Wirtsch.-Ing. Daniel Schubert.⁵

Den 11.904 Studierenden der TU Chemnitz stehen 2.864 Studierende der HS Merseburg gegenüber. Die HS Merseburg kann ein Usability Labor und ein User Experience Labor vorweisen, die TU Chemnitz hat auf die vierfache Anzahl Studierender ein Usability Lab. Die Ausstattung und Anwendungen, Nutzertests und Anwenderanalyse, der Einrichtungen sind ähnlich konzeptioniert. Durch die relative Nähe der Technischen Universität Chemnitz und der Hochschule Merseburg (etwa 116km Entfernung) bestehen Überschneidungen im Einzugsgebiet für interessierte Partner in den Räumen Leipzig, Gera und Jena.

4.2. Auswertung der Vergleiche

Anhand der Beispiele ist ersichtlich, dass sich die meisten Labore auf Usability und Eye-Tracking spezialisieren. User Experience Labore an anderen Hochschulen und Universitäten sind nicht verbreitet. Dadurch bietet sich die Chance, als Vorreiter in der Region ein Labor zu realisieren und ein großes Einzugsgebiet an Interessierten aus der Industrie zu erhalten.

Auch für Studenten bieten sich dafür Gelegenheiten, mit Studien neue Konzeptionen durch User Experience zu erarbeiten und die Forschungen an der Hochschule Merseburg damit voranzutreiben. Ebenso eröffnen sich dadurch Möglichkeiten, noch mehr Studierenden den Zugang zu Usability und User Experience zu bieten, da mit dem neuen User Experience Labor neue Räumlichkeiten zu Produkttests geboten werden und damit auch das alte Usability

⁵ <https://www.tu-chemnitz.de/mb/ArbeitsWiss/weitere/alt/content/usability-lab>, 28.07.2017

Labor entlastet wird. Im Optimalfall werden beide Labore zu ihrem bestmöglichen Potential genutzt und Produkttests miteinander verbunden. So hat man am Ende eine objektive Nutzererfahrung (Usability) und eine subjektive Nutzererfahrung (User Experience) für ein Produkt.

5. Erstellung der Imagebroschüre

Zum Anfertigen der Imagebroschüre wurde Adobe InDesign CS6 Version 8.0 verwendet. Grundkenntnisse mit diesem Layoutprogramm konnte ich während des Pflichtpraktikums beim Anzeigenblatt Wochenspiegel / Supersonntag Naumburg sammeln und anwenden. Durch die Aneignung redaktioneller Fähigkeiten und den belegten Vorlesungen Screen Design und Ergonomie sowie Multimedia 2D/3D, jeweils bei Patrick Conrad im dritten respektive vierten Semester, war die Basis für die Arbeit gegeben.

5.1. Konzeption der Broschüre

Da dies die erste von mir erstellte Imagebroschüre wurde, mussten zunächst Informationen beschaffen werden, wie eine professionelle Imagebroschüre in etwa aufgebaut sein sollte. Von künstlerischen Freiheiten abgesehen, konnten folgende wichtige Punkte anhand vorhandener Imagebroschüren und Recherchen in der Literatur und im Internet festgehalten werden:

- Aussagekräftiges Titelblatt,
- blickfangender Aufmacher auf der ersten Doppelseite,
- viele Bilder, um das Bild des zu bewerbenden Produktes darzustellen,
- menschliche Nähe mithilfe von Bildern und Trivia.

Mittels dieser Richtlinien wurden nun einige Konzepte zum Aufbau der Imagebroschüre zum User Experience Labor konzeptioniert, bis die ersten Entwürfe entstanden.

5.2 Erste Entwürfe

Früh stand fest, dass die Imagebroschüre ein schlichtes Design erhält. Dafür wurden die Farben der Hochschule Merseburg ausgewählt, um in Corporate Design zu stehen. Das Logo der Hochschule sollte auf fast jeder Seite vorhanden sein.

Zunächst war geplant, auf den Fotos die in der Broschüre Anwendung finden, mehr menschliche Gesichter zu zeigen, allerdings waren weder mein Kommilitone Georg Bachmann als auch ich bereit, dafür das Gesicht zu stellen.

Stattdessen wurde der Fokus auf die Geräte und Räumlichkeiten gesetzt. Anfangs war geplant, mittels Adobe Photoshop die einzelnen Objekte freizustellen und im transparenten Hintergrund in der Broschüre sehen zu lassen. Jedoch ist die andere Option, die Objekte im Vordergrund zu haben und den Hintergrund verschwimmen zu lassen die optisch bessere Wahl, da dadurch besser ein heimisches Gefühl als mit den Geräten alleine.

Eine wichtige Entscheidung war das Weglassen eines Inhaltsverzeichnisses.

Dadurch, dass die Broschüre ohne Titel- und Rückseite auf 10 Seiten kommt, fallen auch nicht viele Überschriften an, die ein Inhaltsverzeichnis rechtfertigen. Die Leser werden bei den wenigen Seiten nicht durch die Imagebroschüre navigieren müssen, um sich zurechtzufinden.

5.3. Umsetzung der Imagebroschüre

5.3.1. Titelblatt

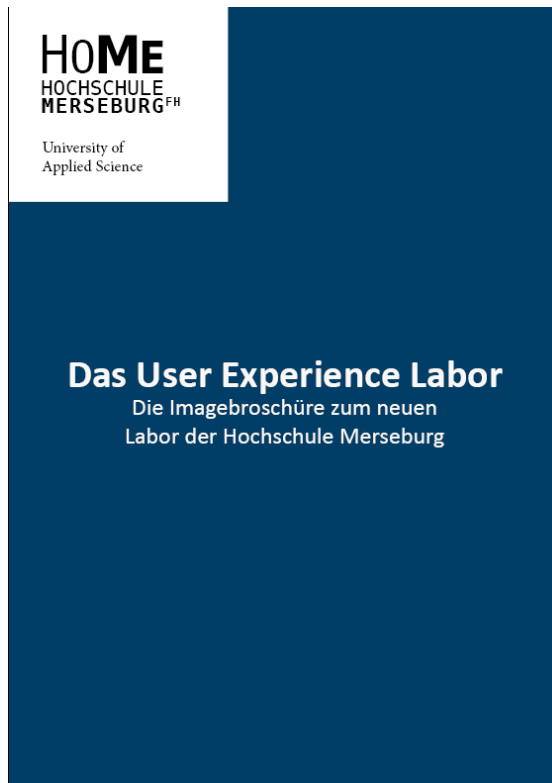


Abbildung 3 Titelblatt

Das Titelblatt steht im Corporate Design mit der Hochschule Merseburg, dabei wurde der Schriftzug und die Farben übernommen. Der Titel „Das User Experience Labor“ steht im Mittelpunkt der Seite, um den Blick zu fangen, da der Begriff User Experience bei den Studierenden im Vergleich zu Usability ein weniger geläufiger Begriff ist. Mithilfe des Untertitels wird dem Betrachter der genauere Zweck der Broschüre verdeutlicht.

Mit „die Imagebroschüre“ kann der Leser erwarten, dass in diesem Heft das titelgebende User Experience Labor mit Informationen und Bildern sich vorstellt. Die Zeile „zum neuen Labor der Hochschule Merseburg“ verdeutlicht, dass an dieser Hochschule etwas Neues aufgebaut wurde und soll Wissbegierige ansprechen. Es wurde bewusst auf ein schlichtes Design gesetzt. Mit wenigen Worten und ohne Bild soll der Betrachter der Broschüre sich auf den Titel gelenkt werden. Das Blau aus dem Corporate Design der Hochschule Merseburg verstärkt den wissenschaftlichen Hintergrund, den das User Experience Labor als Anspruch hat.

5.3.2. Aufmacher



Abbildung 4 Aufmacher

Der Aufmacher dient dazu, dem Leser nach dem ersten Umblättern zu fangen. Bei einer Broschüre müssen beide Seiten als ein Ganzes angesehen werden, sie müssen zusammen harmonieren. Dazu wurde ein Bild gewählt, das über eine Seite der Broschüre hinausgeht und alle wichtigen Funktionen des User Experience Labors wiedergibt. Dazu kommt auf der rechten Hälfte noch einmal die Wiederholung, dass es „das neue User Experience Labor“ ist. Der Leser soll sich mit dem Begriff User Experience vertraut machen, dies funktioniert am besten mit Wiederholungen. Dazu ziert das Zitat „Benutzer Verhalten Aufzeichnen Segmentieren und Auswerten“ von dem Lehrbeauftragten Lucas Koch. Dieses gibt in seinem Kern alle wichtigen Aspekte von User Experience wider. Unerfahrene Leser können daraus allerdings noch keinen Zusammenhang erstellen und haben einen Anreiz, in der Broschüre weiterzulesen.

Am Ende der Seite werden die Bildrechte an den Fotos, die das Labor und dessen Inhalte zeigen, gesetzt, da sie Eigentum von Georg Bachmann sind, der mit an dem Aufbau des User Experience Labors gewirkt hat. In der oberen rechten Ecke wird ab

dieser Seite auch das Logo der Hochschule Merseburg durchgehend in dieser Broschüre zu finden sein, um den Bezug zur Hochschule zu

5.3.3. Vorwort und User Experience



Abbildung 5 Vorwort und User Experience

Nach dem Weiterblättern landet der Leser auf den Seiten zum „Vorwort“ und „User Experience“. Blickfänger auf dieser Doppelseite sind die zwei blauen Infokasten und ein weiteres Bild von dem Inhalt des User Experience Labor. Auf ein Inhaltsverzeichnis wurde nach ausreichender Evaluation von dessen Zweck verzichtet, da die Broschüre mit 12 Seiten Inhalt übersichtlich genug ist und der Leser nicht viel vor- oder zurückblättern muss, um Informationen zu erhalten. Die Informationen sind verständlich gehalten, damit sie beim Lesen keine hohen Anforderungen an den Leser stellen.

Das Vorwort beinhaltet den Sinn und Zweck für das User Experience Labor. Der Leser erhält einen Einblick in die Geschehnisse hinter die Kulissen. Folgende Fragen werden in diesem Abschnitt geklärt:

Warum? Der Bedarf nach User Experience, da dies sich von Usability durch die Art der Nutzertests unterscheidet und so neue Erkenntnisse bei Produkttests gewonnen werden können.

Wer? Durch den Einsatz von Frau Prof. Dr.-Ing. Monika wurde der Anstoß gesetzt, an der Umsetzung waren M.A. Tech.-Red. Lucas Koch und zwei Studenten der Hochschule, Georg Bachmann und ich, beteiligt.

Wie? Innerhalb von vier Monaten konnten wir verschiedene Planungen für das Labor umsetzen.

Was? Das Ziel des User Experience Labor soll die Bereitstellung für hochwertige Produkttests für die Studierenden der Hochschule Merseburg als auch für interessierte Partner aus der Industrie sein.

Wo? In dem blauen Infokasten findet sich die Information in welchem Gebäude und Raum das User Experience Labor zu finden ist.

Auf der zweiten Hälfte der Doppelseite befindet sich eine kurze Erklärung, was der Leser bei dem Begriff User Experience zu erwarten hat. Dazu wurde der Vergleich zu Usability gezogen, das Studierende an der Hochschule dank des Usability-Labors bereits kennen sollten. So wurde auch schon die erste User Experience gemacht, indem Leser mit Vorwissen selbst Zusammenhänge zwischen Usability und User Experience ziehen können. In dem Infokasten wird eine wissenswerte Kleinigkeit dem Leser präsentiert. Diese hat den Zweck, Vertrautheit mit User Experience zu schaffen.

Diese Doppelseite und die folgenden Seiten sind in zwei Spalten mit einheitlichen Blöcken aufgebaut. So sind die einzelnen Achsen auf gleicher Höhe. Dies beruhigt den Leser, da das menschliche Auge nach waagerechten und senkrechten Linien sucht, an denen es sich orientiert. Die Teilüberschriften sind in derselben Farbe wie die Überschriften und das Firmenlogo gehalten, um das Corporate Design beizubehalten.

5.3.4. Die Gerätschaften

Die Gerätschaften



GoPro Hero 4
Bild- und Videoaufnahmen werden mit der GoPro Hero 4 Silver Edition gemacht. Diese besitzen integriertes Bluetooth und Wi-Fi, wodurch auf sie direkt vom Server abgegriffen werden kann. Sechs Exemplare kann das Labor vorweisen, die mobil oder stationär eingesetzt werden können. Mobil finden alle Kameras Platz in der Omni Rig, für das Arbeiten im Labor gibt es mehrere Halterungen, um ein Produkt aus verschiedensten Blickwinkeln zu untersuchen.



GoPro Omni Rig
Das Herzstück des Labors. In diesem Tool lassen sich die GoPro Kameras anschließen und hochauflösende Virtual-Reality- und 360-Grad-Videos umsetzen. Die Kameras werden über einem Auslöser synchron an- und ausgeschaltet und bieten die Möglichkeit, eine Vorschau des Inhaltes anzuzeigen. Der GoPro Omni Rig verfügt über hohe Stabilität und Robustheit, die für Anwendungen im Außenbereich benötigt werden.

6

HOME
RESEARCH
LABOR



Dome Kamera
Auf die AXIS P3225-LVE IP Dome Kamera wird im User Experience Labor vom Server zugegriffen, um die Usability von Nutzern an einem Produkt zu beobachten und auszuwerten. Über ein Standmikrofon erhält man zusätzlich zu dem Videomaterial noch eine Audiospur, wodurch ein Live-Video zustande kommt, sodass die User Experience beobachtet und evaluiert werden kann.



LED Litepanel
Mit den drei Tageslichtleuchten lassen sich für jedes zu untersuchende Produkt die perfekten Lichteinstellungen für den Foto- und Videobereich konfigurieren. Die Helligkeit lässt sich entsprechend des Bedarfs von 0 bis 100% dimmen und die LED-Leuchten sind komplett geräuschlos. So treten bei Videoaufnahmen keine lästigen Hintergrundgeräusche auf.

7

Abbildung 6 Die Gerätschaften

Auf der Doppelseite mit den Gerätschaften werden die wichtigsten Objekte des User Experience Labors vorgestellt. Die Fotos der Geräte befinden sich auf einer Höhe mit je einem Erklärungstext darunter, was für eine Funktion hat das jeweilige Gerät in dem Labor hat und wo die Anwendungsgebiete liegen.

Nicht direkt erwähnt werden hierbei der Server, der auf die Kameras zugreift und auf dem die User Experience ausgewertet wird, der höhenverstellbare Tisch, die verschiedenen Halterungen und das Notebook, das als mobiles Labor dient, um unterwegs auch Daten abzugreifen. Diese finden auf den nächsten Seiten Erwähnung, jedoch geht die Erwartungshaltung an ein Labor, dass Computer und Tische als Arbeitsfläche gegeben sind.

5.3.5. Anwendung

Anwendung

Die wichtigen Gerätschaften sind nun also bekannt, doch was genau lässt sich damit bewerkstelligen? Sei es nun User Experience, Video- und Bildaufnahmen oder Produkttests, in diesem Labor kommen vielfältige Anwendungen zum Tragen.

Ein Produkt testen
Für eine User Experience wird dem Nutzer ein Produkt zum Testen gegeben. Zunächst werden die Kameras und LED Tagesleuchten auf den Nutzer und das Produkt justiert, um für eine erfolgreiche Auswertung zu sorgen. Dabei kann je nach Bedarf die Anzahl der Kameras für mehrere Blickwinkel und die Helligkeit durch Positionierung und Einstellung der LED Litepanels auf das Produkt abgestimmt

Die Untersuchung der User Experience beschränkt sich nicht nur auf die Räumlichkeiten im Forschungsgebäude; dank Notebook und den GoPro Kameras können die Geräte auch als mobiles Labor für verschiedenste Situationen genutzt werden!

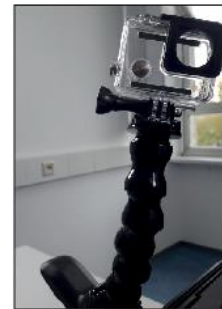
werden. Die genauen Anforderungen die an den Nutzer gestellt werden hängen ganz von den zu untersuchenden Aspekten des Objektes ab. Für eine positive Erfahrung, sollte das Produkte nicht nur eine effektive und effiziente Bedienung haben, sondern auch reibungslos funktionieren.

Arbeiten im Labor
Mit Hilfe des höhenverstellbaren Tisches und den Halterungen für die GoPro Hero4 Kameras sowie den Omni Rig lässt sich die User Experience aus den verschiedensten Perspektiven festhalten und auswerten. In 360-Grad-Videos kann der Fokus mit einfacher Benutzung der Computermaus auf jeden Winkel von zu testenden Produkten bis zu den Testnutzern gelenkt werden, um jede Handbewegung und das Blickverhalten zu untersuchen und Rückschlüsse zu ziehen.

Dank der gegebenen Technik ist man nicht nur auf Arbeit in vier Wänden beschränkt, sondern kann mobil die gewünschten Videomaterialien erarbeiten, um sie sofort oder später im User Experience Labor auszuwerten.



Beispiel
Mithilfe des Omni Rigs wird ein 360-Grad-Video von den Gängen und Räumen der Hochschule Merseburg gemacht. Der User kann in diesem Video frei entscheiden, was er in diesem Rundgang ansehen möchte. Dadurch kann man bei verschiedenen Nutzern die für sie interessanten als auch uninteressanten Aspekte der Hochschule erkennen und durch die Emotionen und Aussagen auswerten. So könnte durch User Experience die Räumlichkeiten der Hochschule Merseburg verbessert werden.



8

9

Abbildung 7 Anwendung

Die Anwendung findet ebenso auf einer Doppelseite seinen Platz. Optisch unterstützt wird diese von zwei Bildern. Eines dieser Bilder zeigt einen möglichen Versuchsaufbau mit zwei LED Litepanels und Stativen für die Kameras, das kleinere Bild zeigt eine Halterung für die GoPro Hero 4 Kameras. Hinzu kommt optisch wieder ein blauer Infokasten, der dem Leser erstmalig verdeutlicht, dass die User Experience nicht nur stationär, sondern auch mobil untersucht werden kann. Hier erfahren Studierende und Interessierte, wie in einem User Experience Labor Forschung betrieben wird.

Hinzu kommt ein Beispiel, wie eine User Experience stattfinden kann. Dafür wurde die Möglichkeit gewählt, ein 360-Grad-Video von den Gängen und Räumen der Hochschule Merseburg zu filmen. Dieses Video wird dann von Probanden wiedergegeben mit der Möglichkeit, die Kamera nach eigenen Wünschen in bestimmte Winkel zu drehen. Mit dem Wissen an den Interessen der jeweiligen Probanden lassen sich daraus Daten erschließen, zum Beispiel mit welcher Aufmerksamkeit geht ein Studierender von Automatisierungstechnik durch die

Räumlichkeiten mit Stromkästen? Was lässt die Person auf ein Objekt verweilen, von welchen Situationen wendet sie sich hastig wieder ab?

Bei einer großen Menge Beteiligter lassen sich so Positives und Mängel an den Räumen und Gängen erkennen und mit weiterer User Experience auch erweitern und verbessern.

5.3.6. Auswertung, Betreuung und Zukunft

Auswertung

Ein zu untersuchendes Produkt und ein Proband zur Nutzung dessen befinden sich nun im User Experience Raum und werden über die vielen Kameras und dem Mikrofon auf Bild und Ton festgehalten. Im Serverraum wird auf die Gerätschaften zugegriffen und man kann nun die Emotionen, Handgriffe, Aussagen und Blickpunkte des Users festhalten. Mit zusätzlichem Wissen, wie der bereits vorhandenen Erfahrung des Probanden mit dem Produkt lässt sich daraus die User Experience evaluieren. Der Nutzer hat also die ersten oder weiteren Erfahrungen mit dem Produkt gesammelt.

Joy of Use
Diese Erfahrung des Nutzers wird oft mit „Joy of Use“ beschrieben. Dies beschreibt den Spaß des Nutzers an einer Anwendung oder einem Produkt. Ein hoher Joy of Use ist gegeben, wenn Ästhetik, Inhalt und Funktion ineinandergreifen.



10

Betreuung




Prof. Dr.-Ing. Monika Trundt M.A. Tech.-Red. Lucas Koch

Die Zukunft?

Das Labor steht, die Anfänge sind getan. Jetzt fehlen nur noch die Nutzererlebnisse. Wollten Sie schon länger Ihr Produkt einer User Experience unterlaufen lassen? Dann ist jetzt Ihre Chance! Das User Experience Labor der Hochschule Merseburg öffnet seine Tür, um den Studierenden und Industriepartnern die Möglichkeit zu geben, User Experience aus erster Hand auszuwerten.

Kontaktadressen der Betreuer:
monika.trundt@hs-merseburg.de
lucas.koch@hs-merseburg.de

oder die ersten Erfahrungen im Bereich mit Nutzererfahrungen zu sammeln. Welches Anliegen Sie auch haben, nehmen sie Kontakt mit den Betreuern auf und nutzen Sie das Labor für eine einmalige User Experience.

Tobias Köppel

11

Abbildung 8 Auswertung, Betreuung und Zukunft

Die Blickfänger auf der letzten Doppelseite sind zunächst die zwei Betreuer des User Experience Labors, Prof. Dr.-Ing. Monika Trundt und M.A. Tech.-Red. Lucas Koch, da Menschen andere Menschen als erstes in den Fokus stellen, wenn sie welche sehen. Unter den Bildern werden die Betreuer mit Namen vorgestellt, dabei sollte bereits der zweite Blickfänger seine Wirkung zeigen; im blauen Infokasten befinden sich die Kontaktadressen die von der Hochschule Merseburg vergeben werden. Dadurch wird dem interessierten Leser die Chance gegeben, Kontakt aufzunehmen und seine erste User Experience in Zukunft auszuführen.

Daraufhin sollte der Blick auf das Foto vom Serverraum fallen. Ohne vorher den Text gelesen zu haben, wird man mit der Erfahrung, dass ein Arbeitsplatz mit einem Monitor

und Bürostuhl zum Auswerten von Daten genutzt wird, die Konklusion schließen, dass dies der Serverraum ist.

Im Text unter Auswertung finden die Leser heraus, wie eine User Experience ausgewertet wird. Der Begriff „Joy of Use“ fällt erstmalig, der den Spaß des Nutzers an einer Anwendung unter den Ineinandergreifenden Aspekten Ästhetik, Inhalt und Funktion beschreibt.

Unter den Betreuern ist noch ein kurzer Abschnitt unter der Überschrift „Die Zukunft?“. Das Fragezeichen ist dabei ein stilistischer Bruch von den sonstigen Überschriften und soll zum Nachdenken anregen. Denn das Labor kann auch nur dann Einsatz zeigen, wenn es auch genutzt wird. Dazu wird ein letzter Aufruf an den Leser gestartet, mit User Experience in Kontakt zu kommen. Der Blick wird wieder auf die Kontaktadressen wechseln und vielleicht sind schon bald die ersten Produkte auf dem Tisch.

Zum Abschluss erwähne ich noch in Kursivschrift meinen Namen als Redakteur der Imagebroschüre zum neuen User Experience Labor der Hochschule Merseburg.

5.3.7. Rückseite



Abbildung 9 Rückseite

Die Rückseite der Broschüre ist bewusst leer gehalten, einzig das Blau der Hochschule Merseburg findet hier Platz. Geplant wäre, dass hier Anzeigen von Unternehmen und Produkten als Werbung geschaltet werden kann. Dazu fehlen mir die nötigen Kontakte als auch die Autorisierung, dies zu verwirklichen. Ein anderer Plan wäre den Campusplan der Hochschule Merseburg auf die Rückseite zu platzieren, allerdings findet sich dieser bereits in guter Häufigkeit auf dem Gelände verteilt.

6. Daten zum Verfasser

Köppel, Tobias

20397

Technische Redaktion und E-Learning Systeme

Untere Krautgasse 24

Tel.: 0176 7286 8989

E-Mail: tobiaskoeppel@gmx.net

7. Literaturverzeichnis

Al-Laham, Andreas und Welge, Martin K.. *Strategisches Management, 5. Auflage, Wiesbaden 2008*

Abdullah, Rayan und Cziwerny, Roger. *Corporate Design. Kosten und Nutzen, Mainz 2007*

Berger, Roland, Bickhoff, Nils und Kotler, Philipp. *The Quintessence of Strategic Management, Berlin 2010*

Beyrow, Matthias, Daldrop, Norbert und Kiedaisch, Petra. *Corporate Identity und Corporate Design, Gebundene Ausgabe, 2013*

Eigner, Wolf. *InDesign CS6 – das Profihandbuch, München 2012*

Freudenthaler-Mayrhofer, Daniela. *Corporate Design Thinking: Wie Unternehmen ihre Innovationen erfolgreich gestalten, Wiesbaden 2017*

Hiller, Helmut und Füssel, Stephan. *Wörterbuch des Buches, 6. Auflage, Frankfurt am Main 2002*

Krug, Steve. *Don't make me think! Web Usability: Das intuitive Web, 2. Auflage*

Küppers, Harald. *Einführung in die Farbenlehre, Köln 2005*

Schäfer, Martina. *Erfolgsfaktor Corporate Identity: auf die Außenwirkung der Kanzlei kommt es an, Wiesbaden 2014*

Vollmar, Klausbernd. *Sprache und Macht der Farben, Witten 2007*

Wieringa, Roel. *Debunking Vitruvius: An Anti-Hero for ICT Architects, University of Twente 2004*

<https://www.printcarrier.com/de/broschueren-gestalten.html>, 12.10.2017

<https://www.agentur-jungesherz.de/hr-glossar/imagebroschuere/>, 16.10.2017

8. Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1 Vergleich Interesse an Usability und User Experience in Deutschland	9
Abbildung 2 Interesse von User Experience in den Bundesländern	9
Abbildung 3 Titelblatt	15
Abbildung 4 Aufmacher	16
Abbildung 5 Vorwort und User Experience	17
Abbildung 6 Die Gerätschaften	19
Abbildung 7 Anwendung.....	20
Abbildung 8 Auswertung, Betreuung und Zukunft	21
Abbildung 9 Rückseite.....	23

Eidesstattliche Erklärung

Ich versichere eidesstattlich durch eigenhändige Unterschrift, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und ohne Benutzung anderer als der angegebenen Hilfsmittel angefertigt habe und die den benutzten Quellen wörtlich oder inhaltlich entnommenen Stellen als solche kenntlich gemacht habe.

Diese Arbeit hat in gleich oder ähnlicher Form noch keine Prüfungsbehörde vorgelegen.

8.12.2017, Laucha an der Unstrut

Tobias Köppel