

X.media.press

User Experience Design

Mit erlebniszentrierter Softwareentwicklung zu Produkten, die begeistern

Bearbeitet von
Christian Moser

1. Auflage 2012. Buch. viii, 252 S. Hardcover

ISBN 978 3 642 13362 6

Format (B x L): 19,3 x 26 cm

[Weitere Fachgebiete > EDV, Informatik > Professionelle Anwendung > Web Graphik & Design, Web-Publishing](#)

schnell und portofrei erhältlich bei


DIE FACHBUCHHANDLUNG

Die Online-Fachbuchhandlung beck-shop.de ist spezialisiert auf Fachbücher, insbesondere Recht, Steuern und Wirtschaft. Im Sortiment finden Sie alle Medien (Bücher, Zeitschriften, CDs, eBooks, etc.) aller Verlage. Ergänzt wird das Programm durch Services wie Neuerscheinungsdienst oder Zusammenstellungen von Büchern zu Sonderpreisen. Der Shop führt mehr als 8 Millionen Produkte.

Vorwort

In den achtziger Jahren hatten Computer monochrome Bildschirme, 16 Bit und starteten DOS 3.3 ab Floppy-Disk. Software-Entwickler waren meist Einzelkämpfer, die eine Software von der Idee bis zur Auslieferung selber erstellten. Der Fokus lag auf der Funktionalität.

Mit zunehmender Rechenleistung und dem Aufkommen grafischer Benutzerschnittstellen wurden in den neunziger Jahren immer komplexere Programme möglich. Projekte waren umfangreicher und Software-Entwickler arbeiteten vermehrt in Teams. Neben der Funktionalität wurde ein weiteres Merkmal immer wichtiger – die Benutzbarkeit. Psychologen, welche sich mit der Wahrnehmung und den Denkprozessen des Menschen auskannten, unterstützten daher die Entwicklungsteams. Der Beruf des Usability-Ingenieurs war geschaffen.

Mit der Verbreitung des Internets kam eine weitere Berufsgattung in Kontakt mit der Softwareentwicklung: die Grafiker. Ihre Fähigkeiten, welche sie bislang ausschließlich für Drucksachen nutzten, waren plötzlich gefragt, um Webseiten für das Internet zu gestalten. Dies führte zu der Tatsache, dass Seiten im Internet schon grafisch aufwändig gestaltet waren, während Programme auf dem Desktop noch grau in grau daherkamen. Die Kunden differenzierten jedoch nicht zwischen Desktop und Internet und stellten dieselben Ansprüche zunehmend auch an Desktop-Programme. Dies führte dazu, dass immer öfters auch Grafik-Designer in die Entwicklungsteams mit einbezogen wurden.

Die Erwartungen der Kunden sind in den letzten dreißig Jahren aufgrund von technischen Fortschritten und der Verfügbarkeit von besseren Produkten ständig gestiegen, doch eine Tatsache hat sich über all diese Jahre nicht verändert: Ein Produkt hat nur dann Erfolg, wenn es den Kunden zufriedenstellt, indem es seine Erwartungen erfüllt.

Doch wie muss ein Entwicklungsprozess aussehen, der zuverlässig die Erwartungen der Kunden abdeckt? Anfänglich wurden oft die Geschäftsziele ins Zentrum der Entwicklung gestellt und daraus die benötigten Funktionen abgeleitet, wie dies im klassischen RUP anhand von Stakeholderbedürfnissen und Anwendungsfällen zu sehen ist. Später wurden durch ein benutzerzentriertes Vorgehen stärker die Bedürfnisse des Benutzers ins Zentrum gestellt und die Entwicklungsprozesse durch neue Aktivitäten und Modelle, wie die Nutzerforschung, Personas oder Szenarien, ergänzt. Dabei wurde zusätzlich zu einem passenden Funktionsumfang auch stark auf eine gute Benutzbarkeit der Software geachtet. Doch neben der Benutzbarkeit, welche gemäß Definition „effizient, effektiv und zufriedenstellend“ sein soll, gibt es weitere Aspekte, wie die Ästhetik, die Attraktivität, die Freude bei der Nutzung und den „Wow“-Effekt, die aufgrund der Sättigung im Funktionsumfang der Produkte zu immer wichtigeren Differenzierungsmerkmalen werden und durch keinen der bekannten Entwicklungsprozesse explizit abgedeckt werden.

Um also ein Produkt zu gestalten, das die Nutzer nachhaltig begeistern kann, sollten nicht die Geschäftsziele oder die Benutzbarkeit, sondern das Nutzererlebnis ins Zentrum der Entwicklung gestellt werden. Dazu ist jedoch eine gesamthafte Betrachtung der Erwartungen nötig sowie passende Disziplinen, welche sicherstellen, dass die Erwartungen in allen Aspekten des Designs erfüllt werden.

Dieses Buch zeigt in einer kompakten und praxisnahen Form, wie eine erlebniszentrierte Entwicklung abläuft. Auf über 130 Doppelseiten werden die wichtigsten Grundsätze, Methoden und Modelle vorgestellt, die dabei helfen die Erwartungen der Kunden zu verstehen, zu beschreiben und im Produktdesign erfolgreich umzusetzen.

