



Übersicht > UX und Usability

User Experience umfasst das gesamte Nutzungserlebnis eines Produkts, einschließlich subjektiver Empfindungen wie Ästhetik, Vertrauen und Freude. UX geht über Usability hinaus und ist heute ein Schlüssel zum Erfolg aller Arten von Produkten.

1

2

3

4

5

6

Inhaltsverzeichnis

- 1: Was ist UX?
- 2: UX als Markenversprechen und Erwartungshaltung
- 3: Wie erreicht man eine gute UX?
- 4: Wichtige UX-Faktoren im Detail
- 5: Beispiel KI-Chatbot
- 6: Fazit: UX bedeutet Nutzerzentrierung

Was ist UX?

Die **User Experience** (UX) ist ein immer wichtigeres Ziel bei der Gestaltung **intelligenter Systeme**. Auch wenn es dafür unterschiedliche Übersetzungen gibt, ist „**Benutzungserlebnis**“ unserer Meinung nach der passendste deutsche Begriff. UX

UX beschreibt die Gesamtheit der Eindrücke, Gefühle und Erlebnisse, die Nutzer:innen

für während und nach der Interaktion mit einem Produkt oder System haben.

Gute Usability wird mittlerweile vorausgesetzt. Aber Erlebnisse, die den

 Nutzer:innen einen Eindruck von Leistungsfähigkeit, Eleganz, Attraktivität und Verlässlichkeit des Systems vermitteln? Diese bleiben in Erinnerung und machen den Unterschied!



Nehmen wir als Beispiel ein Smartphone:



- Bereits vor der ersten Nutzung können Vorfreude und Erwartungen entstehen, etwa durch Werbung, Design oder das Markenimage.

- Während der Nutzung sind nicht nur Funktionalität und Usability wichtig, sondern auch der Spaß, die emotionale Wirkung und die Attraktivität des Systems bei der Verwendung.

- Nach der Nutzung, etwa nach der Verwendung einer App, dem Fotografieren oder einem Telefonat, können Gefühle wie Zufriedenheit, Vertrauen, Stolz, aber auch Frustration auftreten.

1

2

3

4

5

6

User Experience nach ISO





Erstellung über die Nutzung des Produkts, ohne es tatsächlich benutzt zu haben



Effektive und effiziente Aufgabenerledigung



Keine Beeinträchtigungen



Usability

(ISO 9241-11)



User Experience

(ISO 9241-210)



Die UX wird durch emotionale, soziale und kulturelle Aspekte geprägt, also dadurch, wie das Produkt in das Leben der Nutzer:innen eingebettet ist. Ein Produkt, das nicht nur funktioniert, sondern auch Freude bereitet und positiv im Gedächtnis bleibt, hebt sich deutlich von anderen ab.

1

2

3

4

5

6

Laut ISO 9241-210 umfasst die UX „alle Wahrnehmungen und Reaktionen einer Person, die sich aus der Nutzung oder erwarteten Nutzung eines Produkts, Systems oder einer Dienstleistung ergeben.“

UX als Markenversprechen

Die Bedeutung von UX ist bei Systemen für gemeinwohlorientierte Organisationen nicht immer auf den ersten Blick ersichtlich. Hier steht meist nicht der Spaß im Vordergrund, sondern dass Endnutzer:innen gut beraten werden und relevante Informationen erhalten oder Mitarbeitende schnell zuverlässige Prognosen für ihre Ressourcenplanung bekommen.

Dennoch sind UX und ihre emotionalen Komponenten entscheidend. Jedes System,    im Kontext einer gemeinwohlorientierten Organisation angeboten wird, verändert deren Wahrnehmung von außen und auch von innen. Entspricht die  Wahrnehmung des Systems der selbstgewählten Mission, dem Selbstverständnis und der Verlässlichkeit, für die die Organisation stehen will?

 Wenn die Vorfreude oder Erwartungshaltung der Endnutzer:innen beispielsweise enttäuscht wird, weil ein Chatbot nicht so hilfreich ist wie erwartet, führt das zu   Frustration und Ablehnung. Unter Umständen kann sogar ein Imageschaden für die Gesamtorganisation entstehen. Auch wenn es ein internes Prognosewerkzeug  missäumt, seinen Nutzer:innen die vorhandenen Beschränkungen und Unsicherheiten in der Vorhersage klarzumachen, kann das schnell zu einem  Vertrauensverlust und einer kompletten Ablehnung des Systems führen. Das ist besonders tragisch, wenn das System eigentlich gute Dienste leisten könnte, aber  vielleicht nur in wenigen Situationen überfordert war.

1

2

3

4

5

6

Wie erreicht man eine gute UX?

Eine gute User Experience (UX) kann nicht direkt „design“ werden, denn sie entsteht im subjektiven Erleben der Nutzer:innen. Oder wie Preece et al. (2015) treffend formulieren:

„You cannot design a user experience, only design for a user experience.“

Das bedeutet: UX-Designer:innen können ein System unter Berücksichtigung des Nutzungskontextes so gestalten, dass positive Nutzungserlebnisse möglichst wahrscheinlich werden. Entscheidend ist dabei ein nutzerzentrierter Ansatz, bei dem der Mensch und seine Bedürfnisse im Mittelpunkt stehen.

Im nächsten Kapitel zur **Mensch-Computer-Interaktion (HCI)** lernen Sie zentrale Methoden zur nutzerzentrierten Gestaltung kennen. Zuvor befassen wir uns jedoch mit den Zielen und grundlegenden Aspekten guter UX.



ziale Ziele einer guten UX können sein:

- **Produktive und einfache Interaktion**, die Nutzer:innen effizient ans Ziel bringt
- **Erfüllende und zufriedenstellende Nutzung**, die den Bedürfnissen entspricht
- **Positive Emotionen**, etwa das Gefühl, etwas „Cooles“, „Einzigartiges“ oder „Elegantes“ zu nutzen
- **Stärkere Markenbindung**, weil das Nutzungserlebnis positiv in Erinnerung bleibt



Wichtige UX-Faktoren im Detail

1. Erlebnispotential

Gute UX ermöglicht nicht nur das Erreichen eines Ziels, sondern schafft Erlebnisse. Wichtige Fragen dabei sind:

- Wie fühle ich mich bei der Nutzung?
- Wer kann ich durch das Produkt sein?
- Welche Erlebnisse ermöglicht mir das Produkt?

1

2

3

4

5

6

2. Pragmatische und hedonische Qualität (nach Hassenzahl)

Wir können also festhalten, UX bedeutet, wie Menschen eine Website, App oder ein Produkt erleben - und das betrifft nicht nur, **wie gut etwas funktioniert**, sondern auch, **wie es sich dabei anfühlt**. Also: Es geht sowohl um die praktische Seite (z. B. „Finde ich schnell, was ich suche?“) als auch um die **emotionale** (z. B. „Macht es

mir Spaß, das zu benutzen?“ oder „Fühlt es sich angenehm an?“). Im
Forschungskontext lässt sich dies als so genannte pragmatische und hedonische
Qualitäten aufschlüsseln:



Pragmatische Qualität (PQ)

klar, unterstützend, nützlich, beherrschbar

Fokus: **Gebrauchstauglichkeit & Nutzen**

Hedonische Qualität (HQ)

Besonders, beeindruckend, aufregend, cool

Fokus: **Vergnügen & Wohlbefinden**



3. Weitere Aspekte guter UX



1

Aspekt

Beschreibung

2

Emotionale Bindung & Vertrauen

Positive Emotionen fördern die Bindung und Vertrauen in das Produkt.

3

Konsistenz

Das "Benutzungserlebnis" sollte über alle Geräte hinweg stimmig sein, egal ob Smartphone, Tablet oder Desktop.

4

Barrierefreiheit & Inklusion

UX muss alle Nutzer:innen einbeziehen, auch z. B. Menschen mit Seh- oder motorischen Einschränkungen.

5

Feedback & Fehlervermeidung

Nutzer:innen sollten klares Feedback erhalten und vor möglichen Fehlern geschützt werden.

6

Interaktives Design & ständige Verbesserung

UX ist ein fortlaufender Prozess. Nutzerfeedback ist essentiell für kontinuierliche Optimierung.



Beispiel KI-Chatbot

UX
für
KI

Hier finden Sie je ein Beispiel für eine gute und eine schlechte User Experience bei einem Chatbot:

Beispiel für gute UX



Beispiel für schlechte UX



Fazit: UX bedeutet Nutzerzentrierung

1

2

3

4

5

6

User Experience bedeutet, den Menschen und seine Bedürfnisse konsequent in den Mittelpunkt zu stellen. Dabei geht es nicht nur um ansprechende Oberflächen, sondern um die Gestaltung sinnvoller, angenehmer und benutzerfreundlicher Produkte, die positive Erlebnisse und Emotionen fördern.

Im nächsten Kapitel lernen Sie, wie mithilfe nutzerzentrierter Methoden im Rahmen der Mensch-Computer-Interaktion (HCI) eine positive UX systematisch gestaltet und evaluiert werden kann.

Wissensüberprüfung

Im folgenden Quiz können die Inhalte dieses Kapitels nochmal wiederholt werden.



Was beschreibt die "pragmatische Qualität" (PQ) nach Hassenzahl?

- Fokus auf Markenimage
- Fokus auf Gebrauchstauglichkeit und Nutzen
- Fokus auf technische Leistungswerte
- Fokus auf Vergnügen und Wohlbefinden



Gefördert vom:



Bundesministerium
für Bildung, Familie, Senioren,
Frauen und Jugend



UNIVERSITÄT ZU LÜBECK
INSTITUT FÜR MULTIMEDIALE
UND INTERAKTIVE SYSTEME

Projektseite
 Impressum



1

2



Nutzungskontext



Mensch-Computer-Interaktion

3

4

5

6

