

# ERGO MAG

Das Magazin für Usability, User Experience und Verhaltensökonomie



**Einfach verstehen!  
Einfach digitalisieren**

Seite 4



# Wir sorgen dafür, dass Kundenerlebnisse nicht dramatisch enden.

Als Unternehmensberatung für Usability, User Experience und Verhaltensökonomie haben wir immer den Nutzer vor Augen. Ende gut, alles gut.

**ERGONOMEN**   
Benutzerfreundliche Grüsse



## Einfach, klar und digital.

Wir Ergonomen vereinfachen die digitale Welt. Unsere grosse Stärke: Wir verstehen die Entwickler genauso wie die Benutzer und lieben es, zwischen beiden zu vermitteln. So sorgen wir dafür, dass Ihre digitalen Angebote, Produkte, Prozesse und Kundenerlebnisse erfolgreicher und effizienter werden. Einfach klar!

Gute User Experience ist ein Marktvorteil. Dank sehr viel Erfahrung aus unterschiedlich komplexen Digitalisierungsprojekten wissen wir, wie wir Sie am effizientesten und effektivsten bei der Verbesserung der Benutzungsqualität Ihres digitalen Angebots unterstützen können. Sie stehen vor dem Re-Design Ihrer Website oder Ihrer Software-Suite? Sie wollen Ihre Prozesse digitalisieren? Sie wollen Ihre Kunden dazu bringen, dass sie mehr Self-Service und Self-Care nutzen? Wir verstehen, was Sie in diesem Moment plagt und wissen, wie Sie das anpacken können! Unsere Herangehensweise bei der benutzerzentrierten Entwicklung neuer digitaler Produkte oder Prozesse stützt auf enge Kooperation ab. Vor allem aber nehmen wir Sie mit auf die Reise, indem wir transparent aufzeigen, wie sich das digitale Konzept entwickelt.

Wir helfen Ihnen, Wirkung im digitalen Markt zu erzielen. Wir bringen Sie gerne ein paar Schritte weiter in Ihrem digitalen Vorhaben. Der Treibstoff dazu ist die Sicht der Benutzer, der Perspektivenwechsel, den wir in Ihre digitalen Projekte und Teams einbringen.

Dr. Christopher Müller

Inhaber von Die Ergonomen Usability AG

**Impressum:**  
Konzept, Inhalt, Verantwortlich  
Die Ergonomen Usability AG  
Wallisellenstrasse 301  
CH-8050 Zürich

UID CHE-114-917-514  
kontakt@ergonomen.ch  
+41 44 849 29 29  
www.ergonomen.ch

## INHALT

**Ohne User Experience keine (gescheite) Digitalisierung**

S 4

**Digitalisierung von altbewährten Prozessen mit den passenden Partnern beim Verband KVA Thurgau**

S 6

**Perspektivenwechsel mit Personas**

S 8

**Konzept-Sprint – Ruckzuck von der Idee zum Prototyp**

S 9

**Benutzertests in Digitalisierungsprojekten**

S 11

**Ergonomen und Online bringen Digitalisierungsprojekt der KVATG zum Fliegen**

S 12

**Team Events**

S 14

**Events 2024**

S 15



Kontakt: Dr. Christopher H. Müller  
Design: OVA Partner



# Ohne User Experience keine (gescelte) Digitalisierung

Dr. Christopher H. Müller



**Digitalisierung ist der Wandel von analogen zu digitalen Prozessen, Produkten und Dienstleistungen. Mit digitalen Technologien werden neue Möglichkeiten der Kommunikation, Interaktion, Innovation und Wertschöpfung geschaffen. Wem es bei der Transformation der Produkte und Dienstleistungen gelingt, ein bleibendes positives Benutzungserlebnis (neudeutsch: User Experience) zu bieten, hat im Markt die Nase vorn.**

## Was ist der Unterschied?

Usability und UX sind zwei Konzepte, die eng mit der Digitalisierung verbunden sind. Usability bezeichnet die Gebrauchstauglichkeit eines Produkts oder einer Dienstleistung, also wie einfach, effektiv und zufriedenstellend es für die Benutzer ist, ihre Ziele zu erreichen. UX steht für User Experience und umfasst alle Aspekte der Wahrnehmung und Reaktion der Benutzer auf ein Produkt oder eine Dienstleistung, einschliesslich der emotionalen, ästhetischen, hedonischen und pragmatischen Aspekte.

## Bedeutung von Usability und User Experience

Usability und UX spielen eine wichtige Rolle bei der Digitalisierung, denn sie beeinflussen die Akzeptanz, Nutzung und Zufriedenheit der Benutzer mit den digitalen Angeboten. Schlechte Usability frustriert die User, provoziert dazu, Kaufprozesse abzubrechen, steigert die Rücksendequote und schlägt sich in negativen Rezensionen nieder. Gute Usability und UX hingegen fördern Effizienz, Produktivität und Loyalität der Kunden. Ein positives Nutzungserlebnis ist heutzutage zwingendes Merkmal innovativer und wettbewerbsfähiger Produkte und Online-Prozesse.

## Eine rasante Entwicklung

Unsere technische Umwelt wurde in den letzten 20 Jahren nicht nur massiv komplexer, sondern auch in vielen Belangen benutzerfreundlicher und nützlicher. Wir haben heute Zugang zu einer Fülle von Informationen, Anwendungen, Plattformen und Geräten, die unter-

schiedliche Funktionen, Interaktionsformen und Erwartungen mit sich bringen. Hingegen hat sich auch das Bewusstsein und die Erwartungshaltung der Benutzer verändert – sehr deutlich nach der Markteinführung des ersten iPhones. Die Benutzer sind heute anspruchsvoller, informierter und kritischer gegenüber den digitalen Angeboten. Sie suchen nicht nur nach funktionalen Lösungen, sondern auch nach emotionalen Erlebnissen, die ihren Bedürfnissen entsprechen.

Es ist schwer vorherzusagen, wie sich die digitale Welt in Zukunft entwickeln wird. Aber einige Trends lassen sich bereits erkennen:

- Die Digitalisierung wird immer mehr Bereiche des Lebens (z.B. Gesundheit, Bildung, Mobilität oder Energie) durchdringen. Dies erfordert eine ganzheitliche Betrachtung der Usability und UX über verschiedene Kontexte, Systeme und Stakeholder hinweg.
- Die Digitalisierung wird immer mehr personalisiert werden. Künstliche Intelligenz (KI), Big Data oder Internet of Things (IoT) katapultieren Automatisierung und Effizienz in ganz neue Sphären. Die Benutzer werden mehr und mehr in die Rolle der Überwacher automatisierter Pro-

zesse befördert (oder gedrängt?). Umso mehr erfordert dies eine individuelle Anpassung der Tools an die Fähigkeiten und mentale Kapazität der Benutzer.

- Die Digitalisierung wird immer mehr partizipativ: Social Media, Crowdsourcing oder Open Innovation erfordern aktive Beteiligung der User mittels Feedback, Co-Creation oder Evaluation.

## «Localization» und «Crowd Testing»

Localization ist die Anpassung an die sprachlichen, kulturellen und rechtlichen Anforderungen eines bestimmten Marktes oder einer bestimmten Region. Sie ist wichtig, weil sie die lokalen Besonderheiten, die Erwartungen und Präferenzen der User im Zielmarkt berücksichtigt. Localization umfasst unter anderem die Übersetzung von Sprache und Symbolen, die Anpassung von Farben oder Layouts (Leserichtung!) oder die Berücksichtigung von lokalen Normen oder Gesetzen. Mit Crowd Testing werden grosse Gruppen von Nutzern mobilisiert, die über das Internet an der Prüfung der (Code-)Qualität, Funktionalität oder Usability von Software und Webseiten teilnehmen. Crowd Testing ermöglicht eine effiziente Bewertung der UX, deckt Bugs gründlich auf (sog. Bug-Hunting), sammelt quantitatives Feedback zur Akzeptanz und Zufriedenheit. Localization, Crowd Testing und Bug-Hunting sind Massnahmen, welche die User Experience digitaler Angebote verbessern. Bei den Ergonomen werden daher auch diese Aspekte bei der Optimierung digitaler Produkte stets berücksichtigt.

## Nur eine Frage der Technologie oder geht es um mehr?

Es gibt massenhaft Erfolgsgeschichten, wie Unternehmen digitale Technologien nutzen, um ihre Prozesse, Produkte und Dienstleistungen zu verbessern, ihre Kunden zu begeistern und ihre Wettbewerbsfähigkeit zu steigern, gehören folgende:

- IKEA ist ein bekanntes Möbelunternehmen, das kundenorientiert denkt und digitalisiert. IKEA bietet seinen Kunden verschiedene digitale Lösungen an, wie z.B. eine App, mit der man Möbel virtuell im eigenen Zuhause ausprobieren kann, einen Online-Planer, mit dem man Küchen oder Schränke gestalten kann,

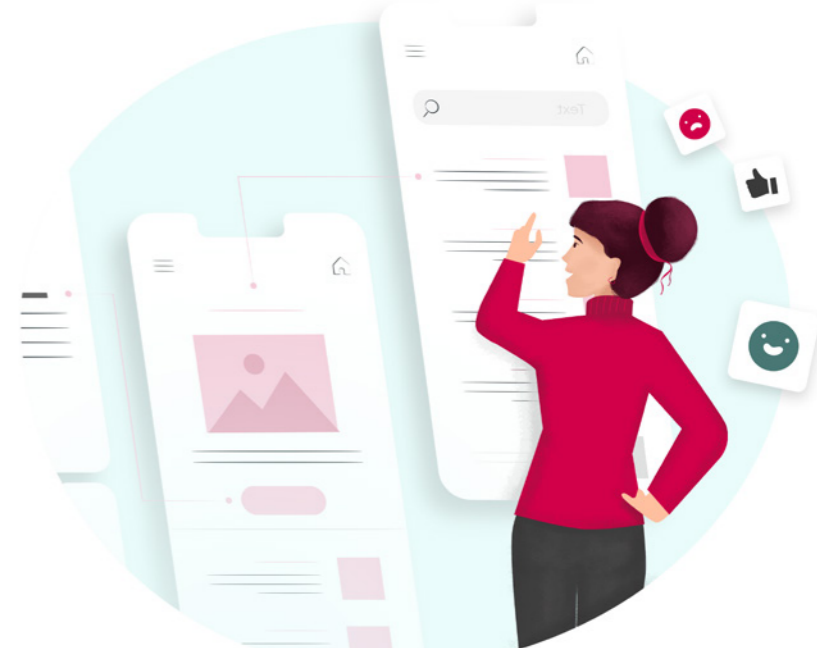
oder einen Chatbot, der Fragen beantwortet und Bestellungen entgegennimmt.

- BNP Paribas ist eine französische Bank, die zeigt, dass es nie zu spät ist, sich digital zu transformieren. BNP Paribas hat eine umfassende Digitalisierungsstrategie umgesetzt, die auf vier Säulen basiert: Kundenorientierung, Innovation, Effizienz und Kulturwandel. Die Bank hat unter anderem digitale Plattformen für Online-Banking und -Beratung geschaffen, Künstliche Intelligenz für die Risikoanalyse und Betrugserkennung eingesetzt und agile Arbeitsmethoden gefördert.
- Verband Kehrrechtverbrennung Kanton Thurgau KVA TG: Zurzeit werden erste Prozesse im Bereich Containergebühren digitalisiert. Mit einer konsequenten Plattform-Strategie stellt sich die KVA Thurgau im Digitalen zukunftssicher auf und schafft die Voraussetzungen, dass immer mehr Abläufe und Angebote digital zur Verfügung gestellt werden können (siehe auch Beitrag von Marco Weber auf Seite 6).

Diese Beispiele zeigen, dass die Digitalisierung nicht nur eine technische Herausforderung ist, sondern auch eine strategische und kulturelle. Um erfolgreich zu digitalisieren, müssen Unternehmen sowohl digitale Technologien einführen, als auch ihre Geschäftsmodelle, Prozesse, Organisationsstrukturen anpassen und ihre Mitarbeiter und Kunden einbeziehen.

## Kurzer Pitch zum Schluss

Usability, UX und Digitalisierung sind eng miteinander verknüpft und beeinflussen sich gegenseitig. Um die digitale Welt einfacher zu machen, müssen wir die Rolle als Anwälte der Benutzer einnehmen und ihre Bedürfnisse, Werte und Präferenzen in den Mittelpunkt stellen. Wir Ergonomen können Sie dabei unterstützen, Ihre digitalen Produkte, Dienstleistungen, Prozesse und Kundenerlebnisse erfolgreicher und effizienter zu gestalten.



# Digitalisierung von altbewährten Prozessen mit den passenden Partnern beim Verband KVA Thurgau

Marco Weber, Leiter Informatik & Digitalisierung, KVA Thurgau

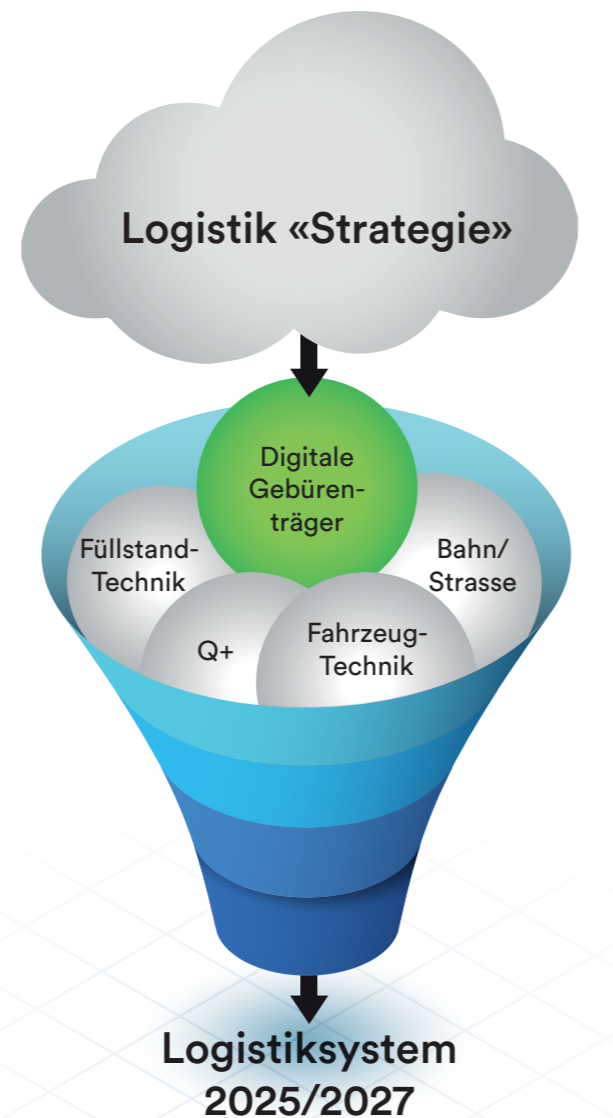
Als Verband KVA Thurgau mit unserer KVA in Weinfelden gehen wir über die bloße Kehrichtverbrennung hinaus. Unser vielfältiges Leistungsspektrum umfasst die Sammellogistik in Kombination mit Bahntransport, Recyclingaktivitäten und das Betreiben von regionalen Annahmезentren. Auch betreiben wir eine sichere Deponieeinrichtung und engagieren uns in der Kompostaufbereitung. Darüber hinaus ist Information und Sensibilisierung eine zentrale Mission unseres Auftrags. Leidenschaftlich setzt wir uns für eine nachhaltige Abfallwirtschaft und den Umweltschutz in der Region ein.

## Ausgangslage im Rahmen der Logistik Strategie

Ein altbekannter Grundsatz gilt auch in der nachhaltigen Kehrichtentsorgung von Containern: «So oft wie nötig, aber so wenig wie möglich». Verschiedenste Teilbereiche werden im Rahmen der strategischen Ausrichtung neu beurteilt. Die Zielsetzung ist mit einer geeigneten Technologie ein hohes Mass an Sicherheit und Umweltverträglichkeit zu erreichen. Im Teilprojekt der digitalen Gebührenträger standen wir vor der Herausforderung, eine in die Jahre gekommene, aber breit etablierte Lösung digital abzulösen und möglichst allen Akteuren einen Mehrwert zu bieten, mit folgenden Zielsetzungen:

- Digitalisierung des Bezugs der Gebührenträger.
- Bestellen einer Leerung per Smartphone.
- Die Planung der Leerungen soll automatisiert erfolgen.

Die administrativen Aufwände, sowie die ökologischen Belastungen rund um die Wertmarken der 800 Liter Container der Gewerbetunden, sollen mit Hilfe von digitalen Lösungen reduziert und zugleich die Fehler im Prozess eliminiert werden.



## Projekt «e-Container» Portal

Verschiedene Logistikunternehmen sammeln an rund 12'400 Sammelpunkten im Auftrag der KVA-Thurgau wöchentlich den Siedlungsabfall ein. Die Unterflurcontainer (UFC) und die Gewerbecontainer (800-L) werden durch verschiedene Sammelfahrzeuge entleert, da es sich um unterschiedliche Systeme handelt. Die Routenführung der UFC-

Sammelfahrzeuge geschieht bereits online. Mit dem «e-Container» Projekt (800L) erreichen wir künftig eine nahtlose Integration ins Tourenplanungssystem mit dem Ziel, die Routenplanung der Sammlungstouren ökologisch, effizient und dynamisch durchzuführen. Mit der online Routenplanung wird sichergestellt, dass kein Sammelpunkt vergessen geht und täglich die optimale Route gefahren wird. Das neue Portal, welches von den Ergonomern aus UX/UI-Perspektive perfektioniert und in verschiedenen Workshops und Benutzertests verifiziert wurde, sowie von Online AG individualisiert entwickelt wurde, wird den Masstab für unseren künftigen Auftritt gegenüber unseren Kunden setzen.

mieren und so zur Kostenreduzierung und zur Minimierung der Umweltauswirkungen beitragen. Die Digitalisierung wird uns auch eine lückenlose Verfolgung des Abfallweges von der Quelle bis zur Entsorgung ermöglichen, was die Transparenz erheblich verbessert. Zusätzlich verbessern digitale Plattformen und Apps die Kommunikation mit unseren Kunden, indem sie Informationen über Abfuhrtermine, Recyclinghinweise und Abfallgebühren leicht zugänglich machen.



## Digitalisierungsziele – ein Blick in die Zukunft

Unser Ziel ist es, unsere vielfältigen Kunden gezielt zu informieren und sie bei ökologischen Themen rund um Recycling und Abfallberatung zu unterstützen. Gleichzeitig streben wir an, unsere Dienstleistungen unauffällig, aber optimiert, bereitzustellen.

In der KVA Thurgau gewinnt die Digitalisierung zunehmend an Bedeutung, da wir darauf abzielen, Effizienz, Nachhaltigkeit und Transparenz in der Abfallentsorgung weiter zu verbessern. Dies wird durch den Einsatz von Sensortechnologien, IoT-Geräten und automatisierten Systemen erreicht, die Abfallentsorgungsprozesse wie Sammlung, Transport und Verarbeitung optimieren. Darüber hinaus planen wir Datenanalyse und GPS-Technologie zu nutzen, um die Effizienz der Sammelrouten zu steigern, was zu einer Reduzierung von Kraftstoffverbrauch und Emissionen führt. Künftig können intelligente Mülltonnen, ausgestattet mit Füllstandssensoren, eine bedarfsorientierte Leerung ermöglichen, Leerfahrten mini-

Im Zentrum steht dabei die interne und externe Kundenperspektive, welche mit UI/UX Expertise sowie einer spezialisierten technischen Umsetzung optimal erreicht werden kann.



KVA-Universum





# Perspektivenwechsel mit Personas

Autoren: Sandro Zuppiger // Dr. Christopher H. Müller



**Komplexe Projekte bergen das Risiko, dass die Nutzerbedürfnisse aussenvor bleiben: Eine von Nutzern erwünschte Funktionalität wird wegen technischen Hürden nicht umgesetzt oder Projektmitarbeitende stellen Nutzerbedürfnisse aus Zeitgründen zurück. Personas können da wertvolle Leitplanken legen: Basierend auf fundiertem «User Research» schaffen sie ein einprägsames Abbild relevanter Nutzergruppen.**

## Dank Personifizierung in die Haut der Nutzer schlüpfen

Eine Persona ist eine fiktive Figur, die ein bestimmtes Nutzersegment eines Produkts oder einer Dienstleistung repräsentiert. Lebensumstände, Bedürfnisse, Motivationen und Werte werden steckbriefartig auf die Persona übertragen. Die Magie des Persona-Konzepts liegt in der Personifizierung. Dabei werden abstrakte Nutzersegmente zu lebendigen, greifbaren Persönlichkeiten, in

deren Perspektive man sich viel einfacher hineinversetzen kann. Personas bieten dem Team Leitlinien, sie fördern die Kommunikation, stärken den Nutzerfokus und geben einen klareren Orientierungsrahmen in der Entscheidungsfindung vor.

## Personas definieren – Die Mischung macht's

Personas basieren in der Regel auf quantitativen Daten, die mittels «User Research» erhoben werden. Der «Mixed-Methods»-Ansatz hat sich bewährt: Dabei werden Personas anhand der Daten aus einer vorgelagerten quantitativen Befragung skizziert und mit qualitativen, tieferegreifenden Einsichten – beispielsweise aus

Nutzerinterviews oder aus Kontextanalysen – angereichert. Die quantitative Umfrage ergibt ein «Stimmungsbild», auf dessen Grundlage mit Nutzerinterviews die Personas noch detaillierter charakterisiert werden.

## Anwendung für das e-Container Portal

Im Rahmen des Projekts «e-Container-Portal» erstellten wir fünf Personas mittels «Mixed-Methods»-Ansatzes bestehend aus einer quantitativen Umfrage und darauffolgender Kontextanalyse. Die Personas wurden schliesslich bei der Konzeption des e-Container Portals rege zu Rate gezogen und trugen dazu bei, dass wichtige Portal-Funktionen realisiert wurden. So wurde die 1-Klick-Leerung für besonders zeitbedachte Nutzer entwickelt.



Kontextanalysen geben ein Gefühl für Nutzungskontexte, Emotionen und Einstellungen – und verhelfen manchmal zu einer schönen Aussicht.



# Konzept-Sprint – Ruckzuck von der Idee zum Prototyp

Von Dr. Wiebke Hähl // Dr. Christopher Müller

**Die Konzeptphase in Software- und Internetprojekten kann Monate an Zeit und massenhaft Nerven verschlingen. Man dreht sich mehrfach im Kreis, kommt auf Entscheide zurück und investiert mehr Ressourcen als geplant.**

## Time-boxed Kreativität

Ein klassischer Konzept-Sprint ist unterteilt in fünf Phasen: Verstehen, Skizzieren, Entscheiden, Bauen, Testen. Im ersten Schritt stehen die Problemstellung und der Kontext im Vordergrund. Ziele werden definiert, strategische Fragen beleuchtet und Input von Experten eingeholt.

Das probate Gegenmittel: der Konzept-Sprint. Im Konzept-Sprint werden die Perspektiven von Business, Marketing, Design und Benutzer gebündelt, und alles fokussiert auf das Produkt. Am Ende liegt ein greifbarer getesteter Prototyp vor, der von allen Stakeholdern getragen wird und auch für die User taugt.

## Aktiv mitwirken und Entscheide nachvollziehen können

Ein Konzept Sprint ist eine agile Design Thinking-Methode, die sich besonders dann aufdrängt, wenn aus vagen Ideen rasch konkrete Lösungen entstehen sollen. Es lässt sich sehr flexibel an die Bedürfnisse der Beteiligten und der Aufgabenstellung adaptieren: ob eine Stunde, ein Tag oder, wie im Original, in fünf ganzen Tagen, Hauptsache man fokussiert aufs Produkt! Die Stärke der Methodik: Die relevanten Stakeholder sind aktiv dabei, erleben hautnah mit, wie das Konzept wächst. So sind die vielen Entscheide, die im Verlaufe des Prozesses gefällt werden – die Weichen, die gestellt werden – für alle nachvollziehbar und klar.



Die Sammlung von «Wie können wir»-Fragen helfen, weg vom Problem und hin zu einer Lösungsperspektive zu kommen.

Alliterationen wie «Robin Rappenspalter» steigern die Erinnerungsfähigkeit für Personas. Beispiel eines Persona-Steckbriefs.

## Robert «Rappenspalter»

«Wenn mich die Entsorgung zu viel kostet oder das neue Portal zu aufwändig ist, dann bringe ich meinen Abfall eben selbst weg».



**Ziel: Abfallentsorgung soll möglichst günstig und spontan sein**

### Nutzung und Bedürfnisse

Produkt: Plomben (zweimonatlich)

- Bestellt Plomben, wenn er merkt, dass er Plomben benötigt via Formular bei der KVA
- Entsorgt seinen Abfall am Tag der Abholung wenn der Container voll ist und auch mit der Presse nichts mehr rein passt

### Anforderungen an das Portal

- «Digitalisierung unterstütze ich nur, wenn es das Leben erleichtert»
- Unkompliziertes Login mit Kundennummer
- Klarer Zahlungsprozess per Rechnung
- Bestellung von Plomben und Buchung der Abfallabholung
- Einführung soll knapp aber verständlich sein

### Einstellung und Eigenschaften

Digitale Affinität



Preisbewusstsein



Professionalität



Bestellung



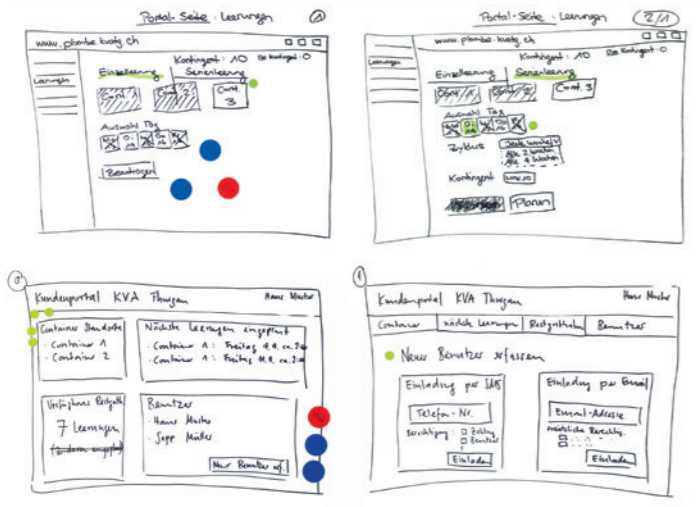
Abholung



### Umweltfaktoren

- Muss eigenen Kunden Informationen über Produkte und Entsorgungsleistungen der KVA geben
- Koordiniert mehrere Mitarbeitende, die den Abfall entsorgen

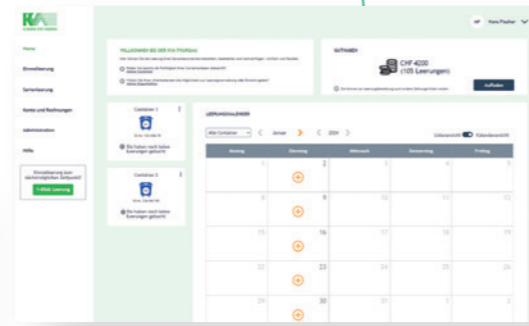
Als Zweites und aufbauend auf Schritt 1 werden mehrere Lösungsvarianten skizziert. In dieser Phase geht es darum, möglichst viele und kreative Ideen zu sammeln. Diese werden im dritten Schritt evaluiert und weiter verdichtet.



Lösungsskizzen werden diskutiert, mit Punkten bewertet und anschließend priorisiert.

Nach Schritt 3 liegt beispielsweise ein Story Board, eine Lösungsskizze als Wireframe, Zeichnung oder einfache User Journey vor. Sie vereint die besten Einfälle und vielleicht sogar eine grobe Struktur oder einfaches Interaktionsdesign. Mit diesem Story Board geht es ans Prototyping. In Form einfacher Papierskizzen bis hin zu ausgereiften Klick-Dummies in PowerPoint, Figma oder Axure – alles ist erlaubt, wenn nur die Idee greifbar und erlebbar wird!

Das Wichtigste kommt zum Schluss: Der Prototyp wird dem kritischen Urteil von echten Benutzern ausgesetzt und auf Herz und Nieren getestet. Mit dem so aufgedeckten Optimierungspotential geht es in den Feinschliff. Et voilà! Die Idee ist nun konkret, greifbar, spürbar.



Das Ergebnis des Konzept-Sprints ist ein testbarer Prototyp – das Design ist dabei noch zweitrangig.

### In der Praxis: e-Container Portal

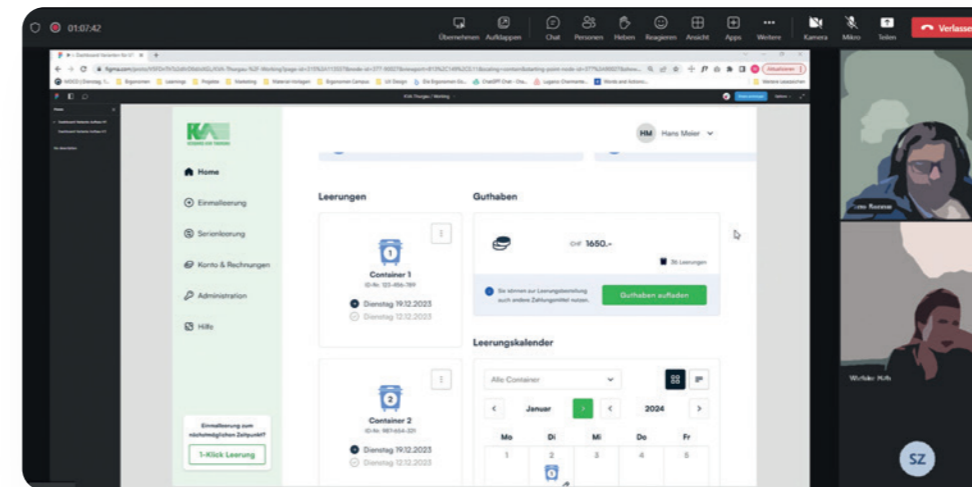
Im Projekt «e-Container Portal» der KVA Thurgau entwickelten wir in einem eintägigen Sprint erste Lösungsskizzen für die wichtigsten Funktionen im Portal. Neben dem Projektteam der KVA Thurgau nahmen auch die Softwareentwickler und Projektleiter der Online Consulting teil. Die Ergonomen brachten die Erkenntnisse aus den vorgängig durchgeführten Nutzerstudien ein: Kontextanalysen beleuchteten die Nutzerbedürfnisse, Personas (siehe Seite 9) gaben den Zielgruppen ein Gesicht. Die Lösungsskizzen wurde nach wenigen Iterationen in einen testbaren Klickprototyp, die erste Version des Portals, übersetzt und getestet.



# Benutzertests in Digitalisierungsprojekten

Von Dr. Wiebke Hähl

**Gute Benutzungsqualität ist Voraussetzung für den Erfolg von Digitalisierungsprojekten. Diese sicherzustellen gelingt insbesondere dann, wenn vorab die Prozesse modernisiert werden und die Perspektive der Anwender konsequent einbezogen wird.**



Im remote Usability-Test durchläuft die Testperson als Alltagsszenarien formulierte Aufgaben. Die Projektbeteiligten können bequem vom Büro oder Home Office aus mitbeobachten und im Nachgang ihre Eindrücke mit den Experten der Ergonomen teilen.

Usability-Test ist hierzu die Methode der Wahl. Die Erkenntnisse aus den Tests steuern die richtigen (Design-)Entscheidungen, die Projektrisiken sind besser kontrollierbar und das Endergebnis wird von den Anwendern rascher akzeptiert. Der kontinuierliche Verbesserungsprozess mit Usability-Tests spart Zeit, Geld und Nerven.

### Die Aussensicht zunutze machen

Usability-Tests mit Benutzern im Labor sind der Goldstandard, wenn es darum geht, die UX und Usability zu evaluieren und zu verbessern. Im Usability-Labor bearbeiten Benutzervertreter realitätsnahe Szenarien und testen so den Prototyp auf Herz und Nieren. Dabei ist jedes Feedback der Nutzer willkommen, auch das schmerzhafteste. So werden blinde Flecken aufgedeckt und Lösungsansätze zeitnah entwickelt. In regelmäßigen Abständen eingesetzt, sind Usability Tests ein hocheffizienter Feedback-Mechanismus. Das Ergebnis: von den Anwendern akzeptierte Prozesse und digitale Anwendungen.

### Usability-Tests in allen Projektphasen

Nicht jeder Usability Test ist gleich: Der Scope hängt vom Reifegrad des Testobjekts ab. Die Tests können im Usability-Labor oder remote durchgeführt werden – je nach Verfügbarkeit der Zielgruppen. Der Perspektivenwechsel funktioniert genauso gut mit einfachen Papier- und Bleistift-Entwürfen wie mit elaborierten Hi-Fi-Klickprototypen. Und es ist von Vorteil, mehrere kurze Tests durchzuführen anstatt einen grossen am Projektende. Mit einer Durchlaufzeit von ein paar Tagen eignet sich beispielsweise der Usability Kurztest bestens, die Benutzersicht immer wieder einzubeziehen. Hierbei wird eine Handvoll Testpersonen für 30- bis 45-minütige Testsessions eingeladen. Die Projektbeteiligten aus allen Sparten beobachten die Tests und übersetzen das Erlebte direkt in konkrete Verbesserungsmaßnahmen.

### Anwendung für das e-Container Portal

Der erste Konzeptentwurf des e-Container Portals, das Ergebnis des vorgängig durchgeführten kreativen Konzept-Sprints, lag als Klickprototyp vor. Anhand des greifbaren Modells konnten wir sehr detaillierte Rückmeldungen der Benutzervertreter sammeln und diese Erkenntnisse ins Interaktions- und Design-Konzept aufnehmen. In weiteren Schritten bis hin zum Fine Tuning der fortgeschritten implementierten Applikation wurde immer wieder die wertvolle Aussensicht der zukünftigen Nutzer abgeholt.

**Er|go\_no|mie die**

**Extrem strenge Auslegung der ↑ Logik. Lässt nur absolut folgerichtige Bedienabläufe und -oberflächen zu.**

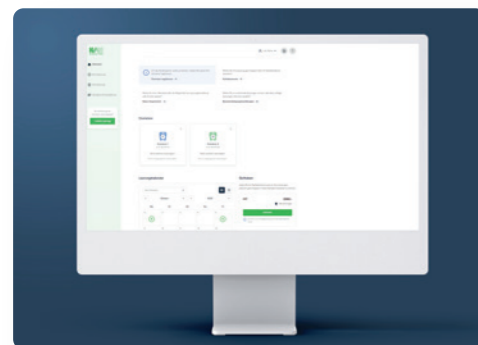


# Ergonomen und Online bringen Digitalisierungsprojekt der KVATG zum Fliegen

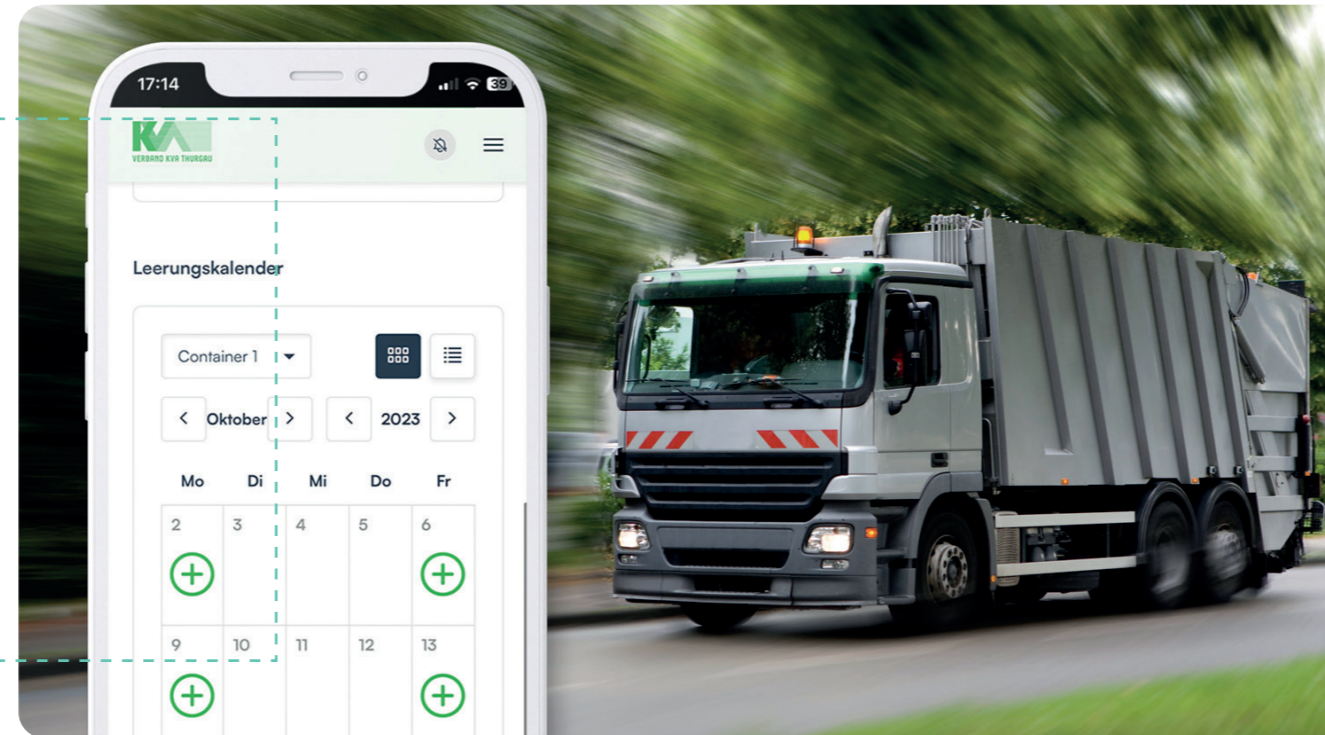
Sollen altbewährte analoge Prozesse für die breite Masse digitalisiert werden, sind zwei Faktoren für die Nutzerakzeptanz entscheidend: Die neue digitale Lösung muss für den Anwender ebenso unkompliziert in der Handhabung sein wie der analoge Prozess, und sie muss dem Anwender einen klaren Mehrwert bieten. Das neue Tool «e-Container» der Kehrichtverbrennungsanlage Thurgau erfüllt diese Ansprüche vorbildlich und setzt neue Maßstäbe für Digitalisierungsprojekte im Industriesektor.

## Eine Pionierlösung in der Abfallbewirtschaftung

Das Tool «e-Container» für die gewerbliche Kehrichtanmeldung ist ein Pionierprojekt in der Abfallbewirtschaftungsbranche und löst den analogen Prozess, basierend auf dem Vertrieb von Plomben und Jahresvignetten, ab. Mit der digitalen Buchungsfunktion und direkter Anbindung an das Planungstool der KVATG wird der gesamte Planungsprozess optimiert und die tägliche Routenplanung automatisch dem aktuellen Buchungsvolumen angepasst. Und auch der Verbraucher profitiert von einer vereinfachten Abfallbewirtschaftung. Das Registrieren neuer Gewerbecontainer erfolgt neu direkt im «e-Container» und dank der bedarfsgerechten Planung der Leerungen sinken die jährlichen Kosten für Gewerbe mit Betriebsferien oder sonstigen Schwankungen im Abfallvolumen.



Übersichtliches Dashboard des E-Containers.



## Die Nutzererfahrung im Fokus

Für ein nutzerzentriertes Portal dieses Umfangs ist ein lückenloses Konzept von essenzieller Bedeutung. Der Usability und User Experience wurde von Anfang an höchste Priorität beigemessen. Gemeinsam mit dem Team der KVATG wurden verschiedene Nutzungsszenarien definiert und alle Prozesse bis ins Detail ausgearbeitet. Online unterstützte die KVATG dabei in der Konzeptionsphase zusätzlich mit Projektleitung, technischer Beratung und Kosten/Nutzenabwägung der einzelnen Funktionen. Um die Usability für alle Mitarbeitenden vom Backoffice bis zum Facility Management zu gewährleisten, wurde das gesamte User Interface umfassend für Mobilgeräte optimiert.

## Eine Microsoft Cloud Lösung mit individualisiertem Frontend

Zugunsten einer hochgradigen Individualisierbarkeit entschied sich Online bewusst gegen eine standardisierte Lösung und entwickelte das User Interface 100% auf die Anforderungen der KVATG zugeschnitten. Für das Design des User Interfaces und die Sicherstellung einer einwandfreien User Experience arbeitete Online eng mit dem Team der Ergonomen zusammen. Die Datengrundlage für die Applikation bildet Microsoft Dataverse. Eine Datenbanklösung, die vom Kunden selbst verwaltet werden kann und so maximale Flexibilität in der Datenbewirtschaftung bietet. Auch das Rechtemanagement kann von der KVATG selbstständig vorgenommen werden. Die Lösung in der

Microsoft Cloud verhindert zudem Kapazitätsengpässe bei Spitzen, wie zum Beispiel jeweils zum Jahresbeginn, wenn die Planungen für das gesamte Jahr vorgenommen werden. Die nahtlose Anbindung an das ERP und das Planungstool der KVATG sowie die Integration des Payment

Providers Wallee lassen möglichst viele Prozessschritte automatisiert ablaufen. Basis der Microsoft Cloud Services ist die Applikation zudem hochgradig skalierbar und lässt sich zukünftig mit verschiedenen Tools wie zum Beispiel Power BI erweitern.

## Die Digitalisierung im Industriesektor hat erst begonnen

Der «e-Container» zeigt auf, dass die Digitalisierung nicht nur im Dienstleistungssektor viel verändern kann. Auch für Industriesektoren, die ihre Prozesse bisher noch sehr stiefmütterlich behandeln, birgt die Digitalisierung ein enormes Potential. Und Online ist mit ihrer Expertise der richtige Partner, um auch ihre Digitalisierungsideen in die Realität umzusetzen.



# Teste deine AI-Readiness

Finde in wenigen Minuten heraus, ob dein Unternehmen ready ist für AI. Inklusive kostenlosem PDF-Report mit konkreten Handlungsempfehlungen.



[online.ch/ai-readiness](https://online.ch/ai-readiness)

**online**  
macht digital.





## Ergonomen-Retraite im Paradies!

Das Ergonomen-Team traf sich in Paradiso am Fusse des San Salvatore zur Retraite 2023. Auf dem Programm: Wanderung auf den San Salvatore mit gleichzeitigem Strategie-Workshop, Wein-Degustation in Morcote, Team-Dinner im Grotto und Planschen im Hotelpool.



## «Müller's kleines ABC» F wie FOMO

Kolumne Netzwoche: «Müller's kleines ABC» (Ausgabe 6, 2023)

**Theorie:** Fear of missing out, also FOMO, lässt sich recht treffend mit «Angst, etwas zu verpassen» umschreiben. Das ist im Grunde nichts Dramatisches und die meisten von uns werden es in der einen oder anderen Form schon erlebt haben. Bemerkenswert ist hingegen, dass das Phänomen im Zusammenhang mit der Nutzung von sozialen Medien in letzter Zeit heftig diskutiert wird, weil es dort zu Suchtverhalten führen kann. Als Erster soll übrigens der Marketingstratege Dan Herman 1996 darüber geschrieben haben. Besonders anfällig sind erwartungsgemäss Jugendliche: Eine Studie der New-Yorker Agentur JWT hat gezeigt, dass rund 40 Prozent von ihnen oft oder gelegentlich FOMO erleben. Bei den Erwachsenen waren es nur 5 Prozent.

**Realität:** Nun haben soziale Medien jeglicher Couleur schon von ihrem Grundkonzept her viel Potenzial für FOMO. Wer dort wahrgenommen werden will, muss sich ja ständig inszenieren. Wer wissen will, was gerade abgeht, muss dauernd dranbleiben. Das schraubt die On-Time hoch und spült den Betreibern Geld in die Taschen. Und was spielt die Usability dabei für eine Rolle? Nun, heimtückisch

eingesetzt, können ihre Konzepte eben auch dazu verwendet werden, das vorhandene Suchtpotenzial zu verstärken. Mit Infinite Scrolling etwa lässt sich ein Hamsterrad basteln, das die Leute gefangen hält. Mit Algorithmen füllt man ihre Filterblase, mit Countdowns baut man Handlungsdruck auf. Und Dark Patterns drängen sie letztlich dazu zu tun, was sie eigentlich gar nie wollten. Bekanntlich setzen die Grossen der Branche all dies und noch viel mehr ein, um ihre Gewinne zu maximieren. Das ist zwar nicht verboten, rückt aber deren Geschäftsmodelle zunehmend ins Visier der Regulatoren.

**Fazit:** Halten wir also fest: FOMO kann helfen, die Nutzer länger auf der Site zu halten. Übertreiben sollte man es aber nicht, denn, frei nach Obi Wan Kenobi: «Gier ist der Pfad zur dunklen Seite der Macht.»

## «Einfach verstehen!» - unsere Events im 2024

15 JAHRE  
JUBILÄUM  
2024

Auf unserem UX-Campus ist ganz schön viel los! Abonniere unseren Newsletter und wir laden dich zu unseren spannenden Webinaren und zum nächsten «Einfach verstehen!»-Event ein. Wir freuen uns darauf, mit dir in Kontakt zu bleiben!

Die Ergonomen feiern im Juni 2024 Jubiläum! 15-Jahre ist es her, seit die Ergonomen gegründet wurden. Ob es eine Feier gibt? Wenn du unseren Newsletter abonniert hast, wirst du es erfahren!



Der Link führt zu unserer UX-Campus-Seite mit allen Events, Webinaren und Schulungsterminen.





# Auf der Customer Journey verloren gegangen.

Als Unternehmensberatung für Usability, User Experience und Verhaltensökonomie haben wir immer den Nutzer vor Augen. So, dass er sich nie verliert und sich immer zurecht findet.