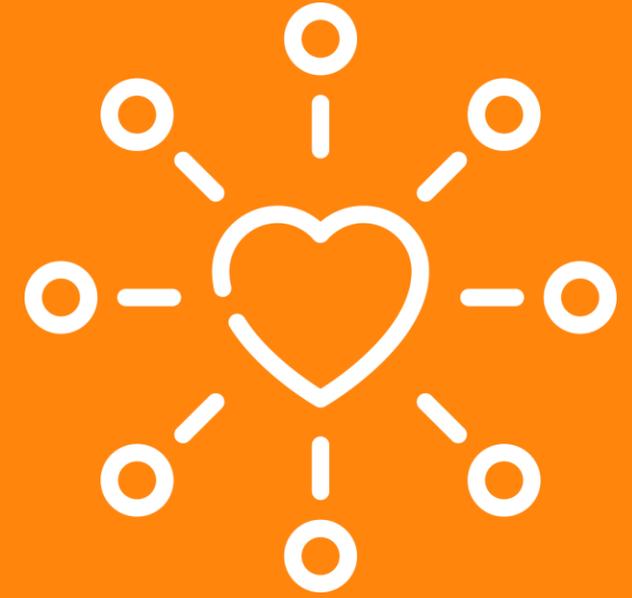


---

# Spotlight on “The Positive X”



Was verstehen Unternehmen unter dem Mindset  
und wie setzen diese es um?



---

## Wer wir sind



**AK Leitung**

**Team Manager UX**

AKKA DSW GmbH, Stuttgart /  
Hochschule der Medien, Stuttgart

Cristina Hermosa Perrino



**UX Researcherin & Design  
Thinkerin**

Siemens AG, München

Dr. Katharina Zeiner



**Professor**

Hochschule der Medien, Stuttgart

Prof. Dr. Michael Burmester



---

## Wer wir sind



**Wissenschaftliche Mitarbeiterin**  
Hochschule der Medien, Stuttgart  
Information Experience & Design  
Research Group

Elisabeth Stein



**Wissenschaftliche Mitarbeiterin**  
Technische Universität Chemnitz  
Professur Medieninformatik  
Bereich Mensch-Computer Interaktion

Vera Fink



# Arbeitskreis “The Positive X”

## Arbeitskreisleiterin

Cristina Hermosa Perrino (AKKA DSW GmbH)

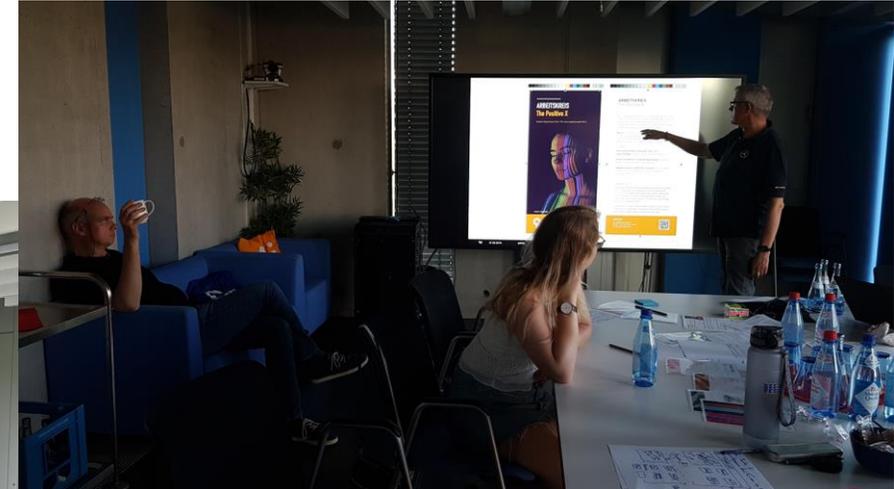
## Wissenschaftlicher Beirat

Prof. Dr. Michael Burmester (HdM, Stuttgart) und

Prof. Dr. Sarah Diefenbach (LMU, München)

## Mitglieder

Franziska Müller (Daimler AG), Katharina Zeiner (Siemens), Nora Fronemann & Nektaria Tagalidou (FhG IAO), Katharina Schippert (IBM), Katharina Clasen (Information Lovers), Axel Hillebrand (ION ONE), Cornelia Lüderitz (Usetree), Vera Fink (TU Chemnitz), Elisabeth Stein, Manuel Kulzer & Kristin Haasler (HdM), Marina Shinkarenko & Jenny Langenhan (points), Katharina Jäger (SprintEins), Sonja Pietsch (Studentin)



**Vor Covid, Treffen: ca. 1x pro Monat, ca. 3 Stunden, an der HdM. Jetzt: Virtuell.**

**Gemeinsam Fragen diskutieren, forschen und Lösungen erarbeiten!**



Wir haben  
noch Platz  
für Dich



---

# Agenda



1. The Positive X kennenlernen (ca. 10 Min)
2. Eine Reise durch die Unternehmen:  
AKKA, Myconics, Siemens & Eure Fragen  
via Miro (ca. 60 Min)
3. The Positive X und die Arbeit des AKs  
reflektieren und diskutieren (ca. 15 Min)

---

# The Positive X ?

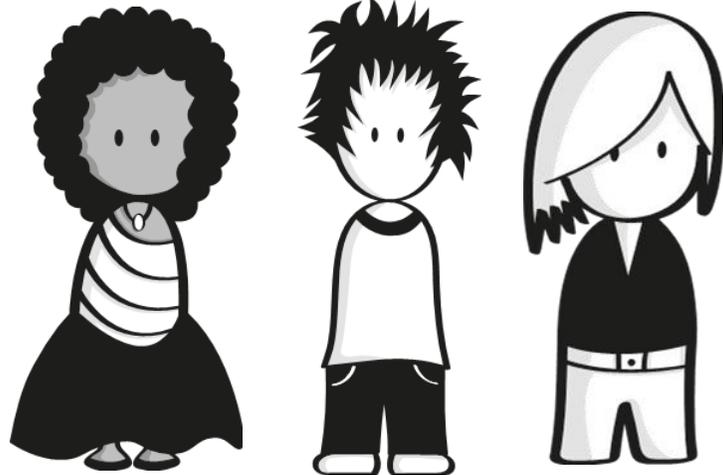
Eine Anekdote zu den Anfängen der Suche  
erzählt von Cristina



**GERMAN UPA**

Berufsverband der Deutschen Usability  
und User Experience Professionals

# Studium: Erster UX-Projektauftrag



Cristina,  
Studentin



Auftraggeber

Prof. Dr. Michael Burmester,  
Hochschule der Medien



# Recherche



## User Experience / Benutzererlebnis

Wahrnehmungen und Reaktionen einer Person, die aus tatsächlichen und/oder der erwarteten Benutzung eines Produkts, eines Systems oder einer Dienstleistung resultieren

ANMERKUNG 1 User Experience umfasst sämtliche Emotionen, Vorstellungen, Vorlieben, Wahrnehmungen, physiologischen und psychologischen Reaktionen, Verhaltensweisen und Leistungen, die sich vor, während und nach der Nutzung manifestieren.

ANMERKUNG 2 User Experience ist eine Folge des Markenbilds, der Darstellung, Funktionalität, Systemleistung, des interaktiven Verhaltens sowie der Unterstützungsmöglichkeiten des interaktiven Systems, des psychischen und physischen Zustands des Benutzers aufgrund seiner Erfahrungen, Einstellungen, Fähigkeiten und seiner Persönlichkeit sowie des Nutzungskontextes.

ANMERKUNG 3 Die Gebrauchstauglichkeit kann, wenn sie unter dem Blickwinkel der persönlichen Ziele des Benutzers interpretiert wird, die Art der menschlichen Weise mit der User Experience verbundenen Wahrnehmungen und emotionalen Aspekte umfassen. Kriterien der Gebrauchstauglichkeit können angewendet werden, um Aspekte der User Experience zu beurteilen.

DIN EN ISO 9241-210 (2011)



---

# Fragen über Fragen

Was will  
Prof. Dr. Burmester  
da von uns?





---

# Fragen über Fragen



WODURCH GENAU  
entsteht eine positive  
UX?



# Fragen über Fragen

WODURCH GENAU  
entsteht eine positive  
UX?

WIE GENAU können  
wir diese anstreben?





---

# Verzweiflung



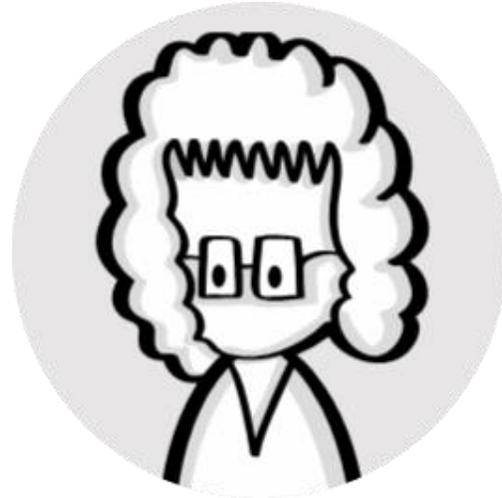
Und eigentlich möchte  
ich doch eine  
Usability-Expertin  
werden!

---

# Antworten auf die Fragen

---

## Vorreiter und Helden von The Positive X



**Prof. Dr. Marc Hassenzahl**

“UX”, „Experience Design“  
(Hassenzahl, 2008; 2010;  
Hassenzahl et al., 2013)



**Prof. Dr. Pieter Desmet**

„Towards Happiness:  
Possibility-driven design“  
(Desmet & Hassenzahl, 2012)



---

# Fragen über Fragen

Was will  
Prof. Dr. Burmester  
da von uns?





## Antworten auf die Fragen

Was will  
Prof. Dr. Burmester  
da von uns?



"I define UX as a **momentary, primarily evaluative feeling** (good-bad) while interacting with a product or service"

(Hassenzahl, 2008, p.2)



**Prof. Dr. Marc Hassenzahl**

Hassenzahl, M. (2008). User Experience (UX): Towards an experiential perspective on product quality. In Proceedings of the 20th International Conference of the Association Francophone d'Interaction Homme-Machine (pp. 11–15). ACM.



## Antworten auf die Fragen

WODURCH GENAU  
entsteht eine positive  
UX?

“Good UX is the consequence  
of **fulfilling the human needs**  
[..]”

(Hassenzahl, 2008, p.2)



**Prof. Dr. Marc Hassenzahl**

Hassenzahl, M. (2008). User Experience (UX): Towards an experiential perspective on product quality. In Proceedings of the 20th International Conference of the Association Francophone d'Interaction Homme-Machine (pp. 11–15). ACM.

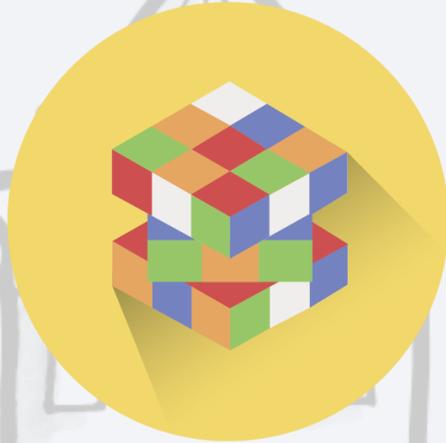


# Antworten auf die Fragen

WODURCH GENAU  
entsteht eine positive  
UX?



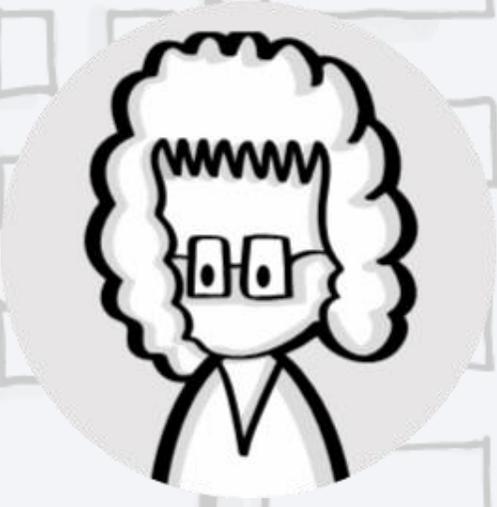
Kompetenz



Verbundenheit



Popularität



**Prof. Dr. Marc Hassenzahl**

Autonomie

Stimulation

Sicherheit

Körperlichkeit

Selbstverwirklichung

Hassenzahl, M. (2008). User Experience (UX): Towards an experiential perspective on product quality. In Proceedings of the 20th International Conference of the Association Francophone d'Interaction Homme-Machine (pp. 11–15). ACM.



## Antworten auf die Fragen

~~Ich muss meine 10  
psychologischen  
Bedürfnisse erfüllen!~~





---

# Antworten auf die Fragen



Verbundenheit



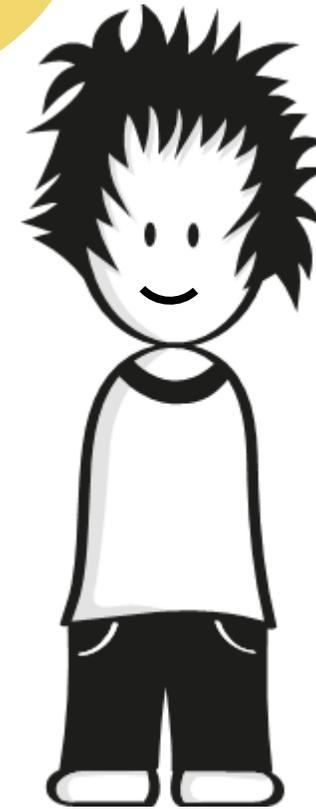
# Antworten auf die Fragen

Kompetenz



Das war ein inspirierender Vortrag, danke!

Ich bin fähig, in dem was ich tue.



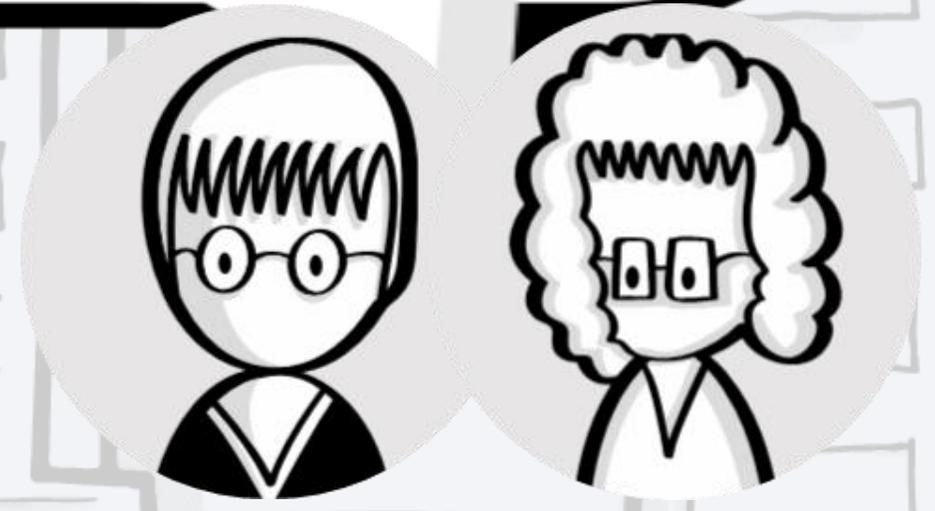


## Fragen über Fragen

“While a problem-driven approach takes a problem as a start, a possibility-driven approach looks out for a possibility. Importantly, **this possibility must be rooted in our knowledge of happiness, in human practice and human needs.**”



WIE GENAU können wir diese anstreben?



Prof. Dr. Pieter Desmet und Prof. Dr. Marc Hassenzahl

Happiness: Possibility-Driven Design.” 2012. In *Human-Computer Interaction: The Agency Perspective*, edited by José Valente Zacarias, Marielba; Oliveira, 3–27. Berlin Heidelberg: Springer.  
<https://doi.org/10.1007/978-3-642-25691-2>.

# Vom Problemlöser zum Erlebnisgestalter.



Cristina in der Rolle des  
Problemlösers / Usability-  
Professionals

Analyse

Ziele, Aufgaben, Probleme

Ziel der Gestaltung

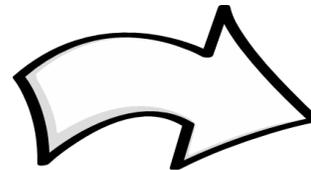
Ziele effektiv, effizient und  
zufriedenstellend erreichen



Cristina in der Rolle des  
Erlebnisgestalters / UX-  
Professionals

Faktoren & Aktivitäten, die positive Emotionen und  
Wohlbefinden (im Kontext) auslösen

Faktoren & Aktivitäten fördern



---

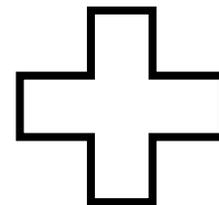
# Perspektivenerweiterung.



Cristina in der Rolle des **UUX-Professionals**

Analyse

Ziele, Aufgaben, Probleme



Faktoren & Aktivitäten, die positive Emotionen und Wohlbefinden (im Kontext) auslösen

Ziel der Gestaltung

Ziele effektiv, effizient und zufriedenstellend erreichen

Faktoren & Aktivitäten fördern

Wie kann ich das im  
Unternehmen etablieren?

„Ich habe noch ganze andere  
'Usability-Baustellen' zu lösen“

Sind die Unternehmen  
schon so soweit?

Ist das in verschiedenen Kontexten  
anwendbar?

---

# Spotlight on „The Positive X“

Eine kleine Reise durch die Unternehmen  
AKKA, myconics & Siemens



**GERMAN UPA**

Berufsverband der Deutschen Usability  
und User Experience Professionals

---

# Start als Teamleiterin

*eine Anekdote von Cristina*

# AKNA

PASSION FOR  
TECHNOLOGIES

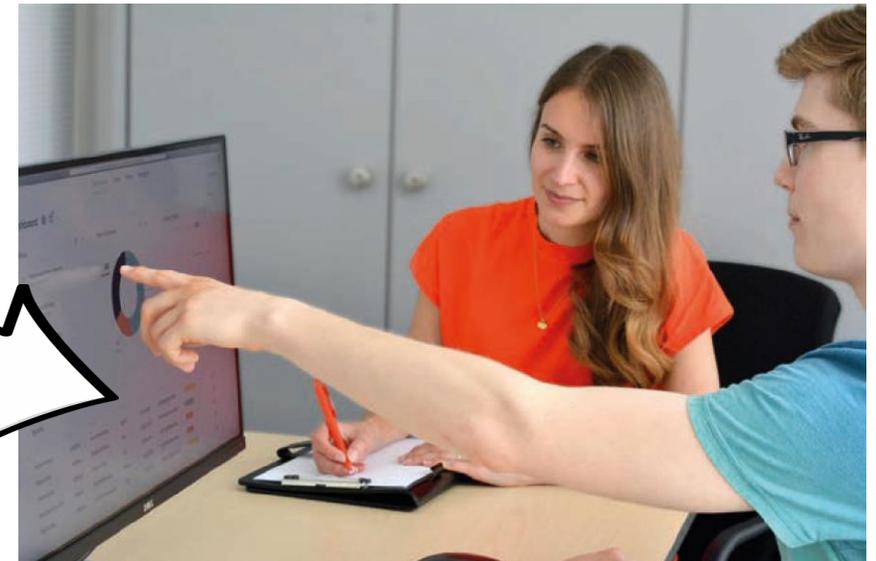


**GERMAN UPA**

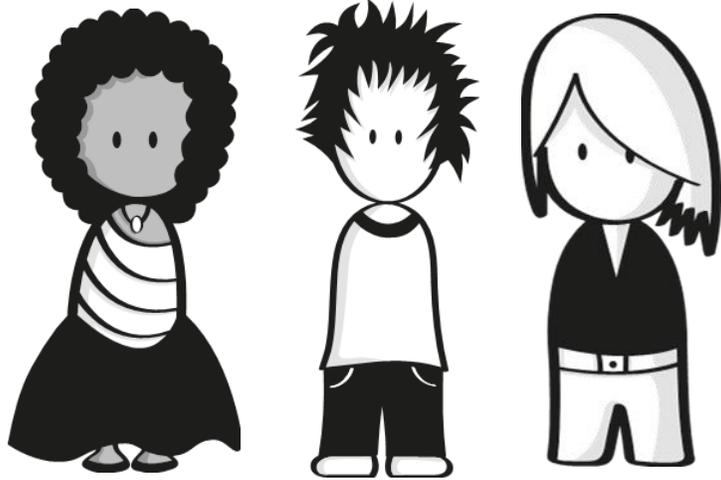
Berufsverband der Deutschen Usability  
und User Experience Professionals

## Kurzvorstellung AKKA

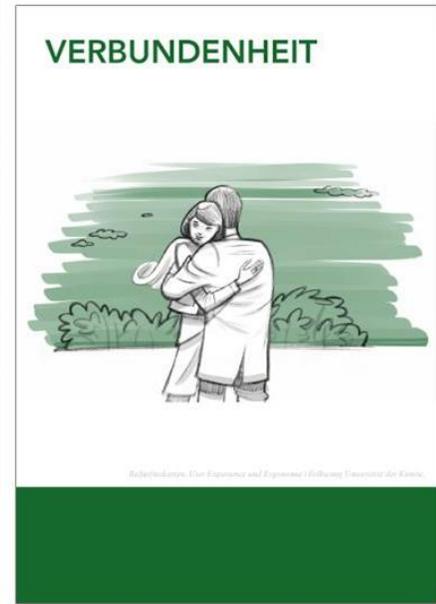
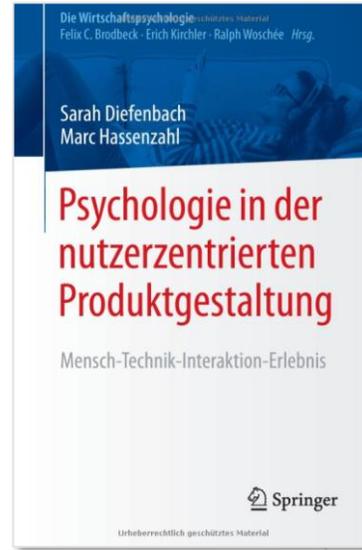
- ca. 21000 Mitarbeiter weltweit
- 13 UX Professionals / UI Designer / VR Artists in DE (Stuttgart, München)
- Teil des Software Development Departments: Web, Mobile, Smart-Core, Software-Consulting, Software-Testing mit ca. 70 Mitarbeiter
- Vielfältige Kunden, z.B. Bosch, Daimler, BMW, VW
- Vielfältige Projekte im Bereich Automotive, Software im Arbeitskontext, VR
- <https://www.akka-technologies.com/>



# Positive X im Team etablieren, meine Erfahrung

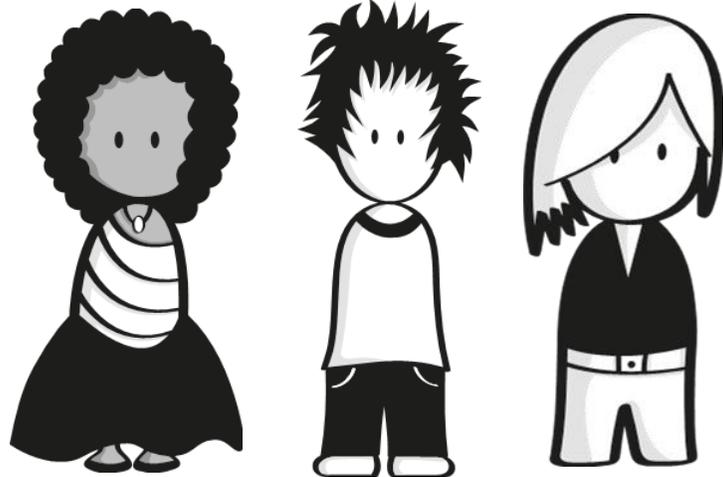


**Cristina,  
Teamleiterin UX**

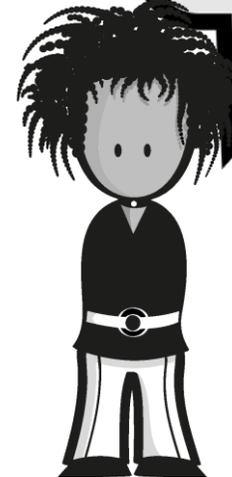


---

## Mein erstes Projekt bei AKKA



Cristina,  
Teamleiterin UX

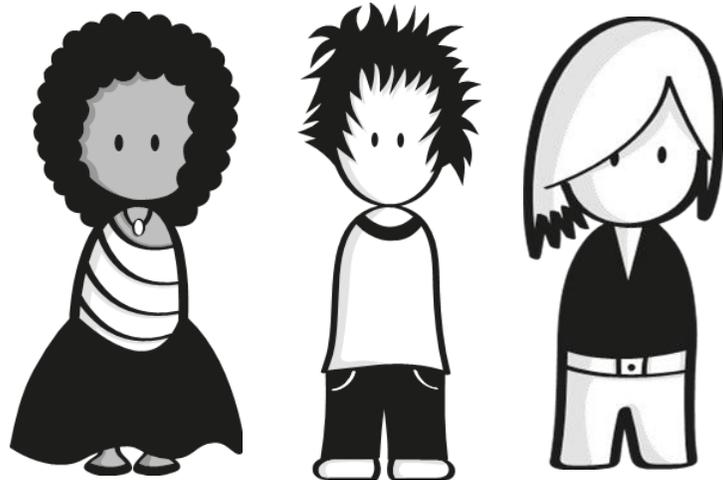


Auftraggeberin

Ein VR-Game, das  
junge Fachkräfte für  
die Arbeit bei uns  
**begeistert!**

---

## Mein erstes Projekt bei AKKA



Cristina,  
Teamleiterin UX



Auftraggeberin

Ihr seid  
die Experten!

Mir ist die  
Qualität wichtiger  
als eine harte  
Deadline!

---

## Empathie entwickeln, Interviews



# Empathie entwickeln, Interviews um Erlebnisdimension erweitern!



Popularität



Stimulation



Kompetenz



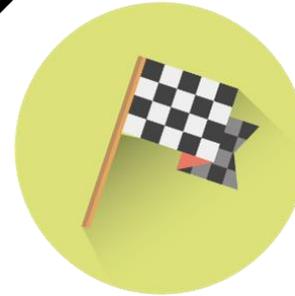
Sicherheit



Mitarbeiterin

Gehe mal die letzten  
Messebesuche  
(Bewerbungsprozesse, VR-  
Games) gedanklich durch:  
Wann hattest Du da etwas  
Positives erlebt?

Warum?



Wettbewerb



Es hat mir auf der Messe  
Spaß gemacht, Einblicke in die  
verschiedenen Projekte zu  
bekommen, da es im Studium  
theorielastig ist.



Verbundenheit



Autonomie

# Empathie entwickeln, Personas & psy. Bedürfnisse

**Mindset**

„Ich möchte meine mühsam angeeigneten Skills aus dem Studium in Projekte einbringen, die mich langfristig herausfordern und an denen ich wachsen kann.“

**Name**  
Matthias Lutz

**Alter**  
26 Jahre

**Beruf**  
M.Eng. LuR-Technik, Young Professional

**Bio**  
Wohnt mit seiner Freundin zusammen  
Heimatverbunden mit München  
Handelt rational und allgemein skeptisch  
Perfektionist und Organisationstalent  
1er Kandidat im Studium  
Geht vorbereitet auf ausgesuchte Messe

**Hobbies**

- Bouldern, in die Berge fahren, campen
- Self-Guides und Ratgeber lesen

**Ziele und Wünsche** ...auf der Messe

- Job, dessen Beitrag zum Ganzen sichtbar ist
- Fachliche Exzellenz & entsprechendes Gehalt
- Gleichgesinntes Team
- Langfristig herausfordernde Projekte
- Promotion

**Herausforderungen**

- Einen Arbeitgeber finden, der theoret. die Möglichkeit zur Promotion anbietet
- An etwas arbeiten, das ihn herausfordert -> Inhalt ist wichtiger als Image / AG

**Bedürfnisse**

Sicherheit

Zielerreichung

Kompetenz

**Persönlichkeitstendenzen**

Analytisch	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Kreativ
Extrovertiert	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Introvertiert
Open-	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Narrow-minded
Konservativ	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Innovativ

**Mindset**

„Ich will mich mit voller Leidenschaft in einem Unternehmen einbringen, das einen positiven Impact hat und in dem mir viele Möglichkeiten offen stehen.“

**Name**  
Hakan Meral

**Hobbies**

- Reisen, Yoga, mit Freunden kochen
- DIY Projekte: Flohmarktunde upcyclen

**Ziele und Wünsche** ...auf der Messe

- Werte-orientiertes Unternehmen finden
- Flexibilität (Gleitzeit, Standort, Weiterbilden)
- Sich ausprobieren können (Startup-Gedanke), aber dann seinen Purpose finden
- Team-Spirit

**Herausforderungen**

- Job finden, der keine andere Karrierewege verbaut und zu seinem Skillset passt
- Hobbies und 40h-Berufsalltag unter einen Hut bringen (Abstriche machen)
- Sich langfristig an einem Ort niederlassen

**Bedürfnisse**

Bedeutsamkeit

Stimulation

**Mindset**

„Ich hoffe, dass mein zukünftiger Arbeitgeber mich abholt und mir jemanden an die Seite stellt, der mir mit wenig Aufwand durch den Bewerbungsprozess hilft.“

**Name**  
Vera Bergmann

**Hobbies**

- Gaming (E-Sports)
- Konzerte besuchen, mit Freunden ausgehen

**Ziele und Wünsche** ...auf der Messe

- Apps entwickeln und Websites gestalten
- Technologie-affin: immer neueste Technik

**Herausforderungen**

- Entscheidungen treffen
- Aufmerksamkeit: Anfangen und auch bei 1 Sache bleiben
- Professioneller Bewerbungsprozess, Organisatorischer Aufwand (Versicherungen etc.)
- Überstimulation (v.a. auf der Messe)

**Bedürfnisse**

Sicherheit

Verbundenheit



Sicherheit



Kompetenz



Verbundenheit



Autonomie



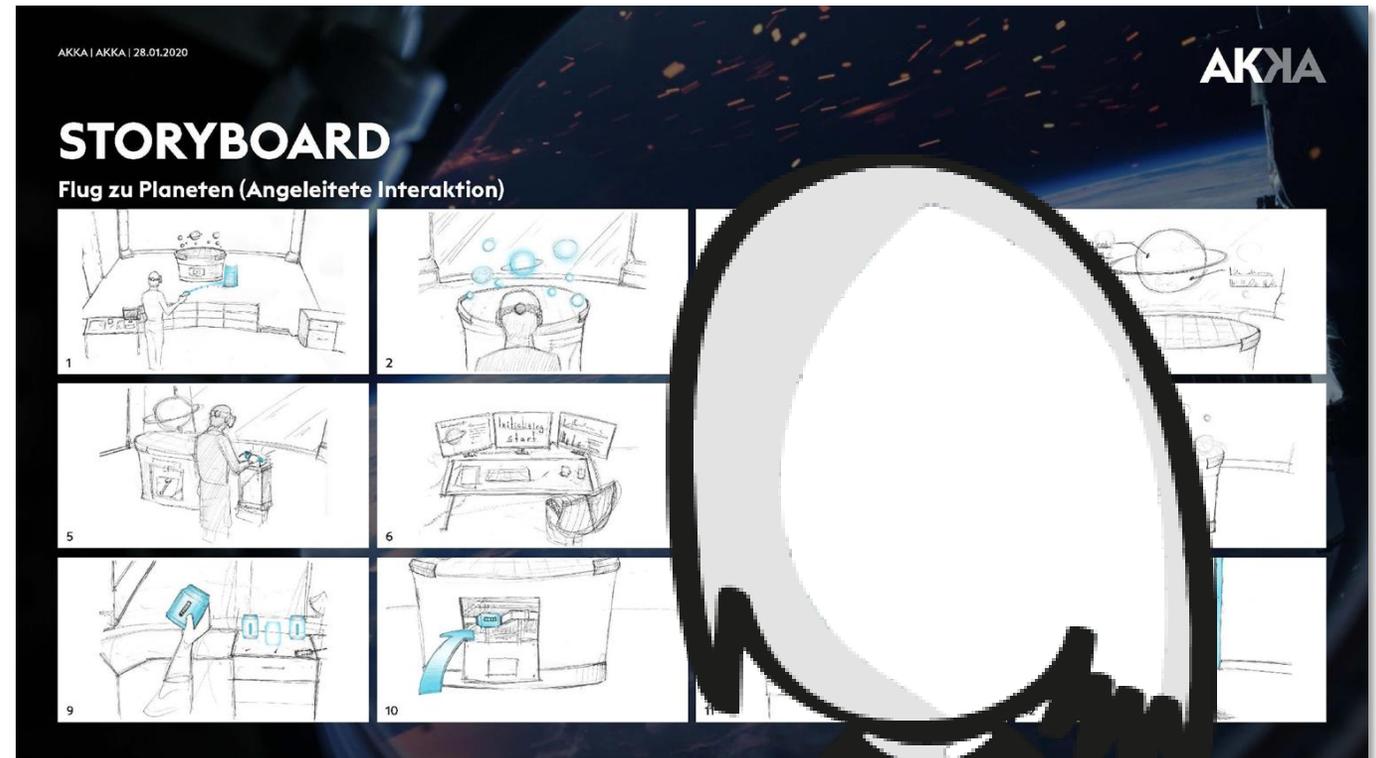
Stimulation

# Storyboard / Erlebnisszenario: Wie können wir einen VR-Game gestalten, das über die Arbeit im Unternehmen informiert und hierfür begeistert? **Psychologische Bedürfniserfüllung.**

Handlung, Ziele, Aufgaben, Interaktion, Umgebung

Bedürfnisse, Emotionen

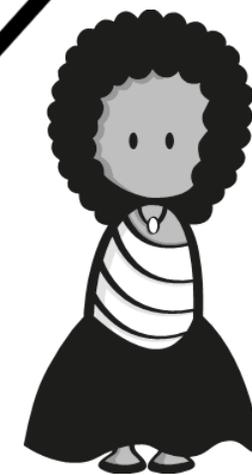
Name	Bild	Story	Zeit (circa)	3D-Assets	Interaktionen	Handlungsoptionen & Events	Animationen
1 Intro (Aufzug)		Der Nutzer findet sich in einem Aufzugsraum wieder. Über ein kleines Fenster hinter sich kann er ins Weltall schauen. (Delay: ca. 3s) Er wird durch Lautsprecher über eine KI Stimme begrüßt. Der Nutzer findet vor sich eine Tür mit Beschriftung (Entrance). Auf einer Seite der Tür ist ein Handscanner. Sobald AKKI fertig gesprochen hat, leuchtet der Handscanner und erregt damit Aufmerksamkeit. Durch Auflegen der Hand auf den Handscanner kann der Nutzer die Tür zur Kommandobrücke öffnen.	20 sek.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aufzug-Kabine + Fenster + Stock Anzeige + Grundriss mit Spaceship-Name</li> <li>Tür zu Kommandobrücke</li> <li>Handscanner</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Auflegen der Hand auf Scanner</li> </ul>	<p><b>Case #1:</b> Nutzer legt Hand auf Handscanner → Scan-Animation → Tür zur Kommandobrücke öffnet sich</p> <p><b>Case #2:</b> Nutzer bedient Handscanner nicht → AKKI #2</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Handscanner Pulsing Idle</li> <li>Handscanner: Activated</li> <li>Tür öffnen</li> </ul>
2 Interaktions-Übung (Kommandobrücke)		Nach dem Öffnen der Tür sieht der Nutzer vor sich die Kommandobrücke des Raumschiffs. Er kann durch die Tür hindurchgehen und befindet sich dann auf einer erhöhten Galerie (Empore) im Raum, die von Geländer umgeben ist. Hinter dem Nutzer schließt sich die Aufzugtür. Direkt mittig an der Galerie befindet sich eine Treppe, die hierunter führt. Der User kann nicht weitergehen. Sobald er nahe der Treppe ist (Dübel raus aus dem Aufzug), bekommt er ein haptisches Signal und AKKI erklärt, dass (und wie) es ihm möglich ist, via Teleport durch den Raum zu navigieren. (AKKI #3) Während AKKI erklärt wird hierfür ein Teleportpunkt vor dem Holo-table sichtbar angezeigt (ansonsten keine Teleport-Points ansteuerbar).	15 sek.	<ul style="list-style-type: none"> <li>(Tür)</li> <li>Galerie (Empore)</li> <li>Geländer</li> <li>Treppe</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Teleport durch Controller</li> </ul>	<p><b>Case #1:</b> Nutzer versteht Teleport nicht (keine Teleport-Action 10s nach AKKI #3-Ende) → AKKI #4</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tür schließen</li> <li>Teleport-Point sichtbar</li> </ul>



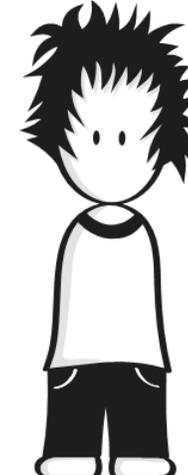
# Evaluation?



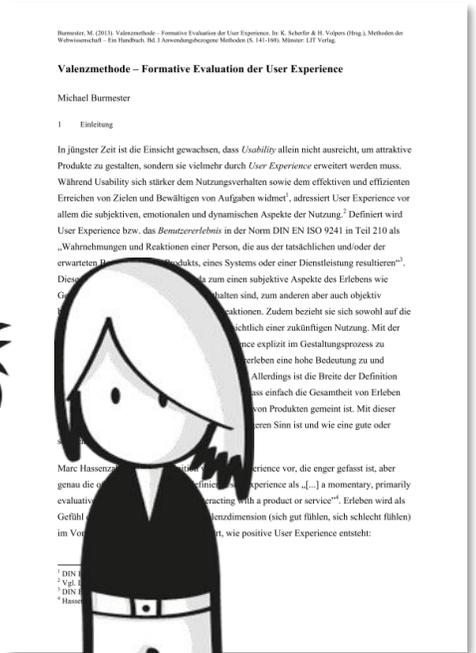
Aber wir haben doch gar keinen „Prototyp“.



Mitarbeiterin

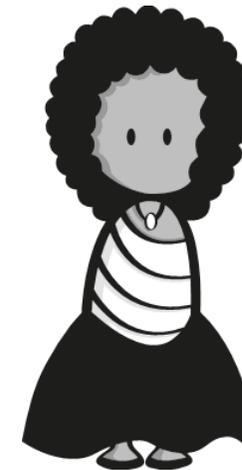
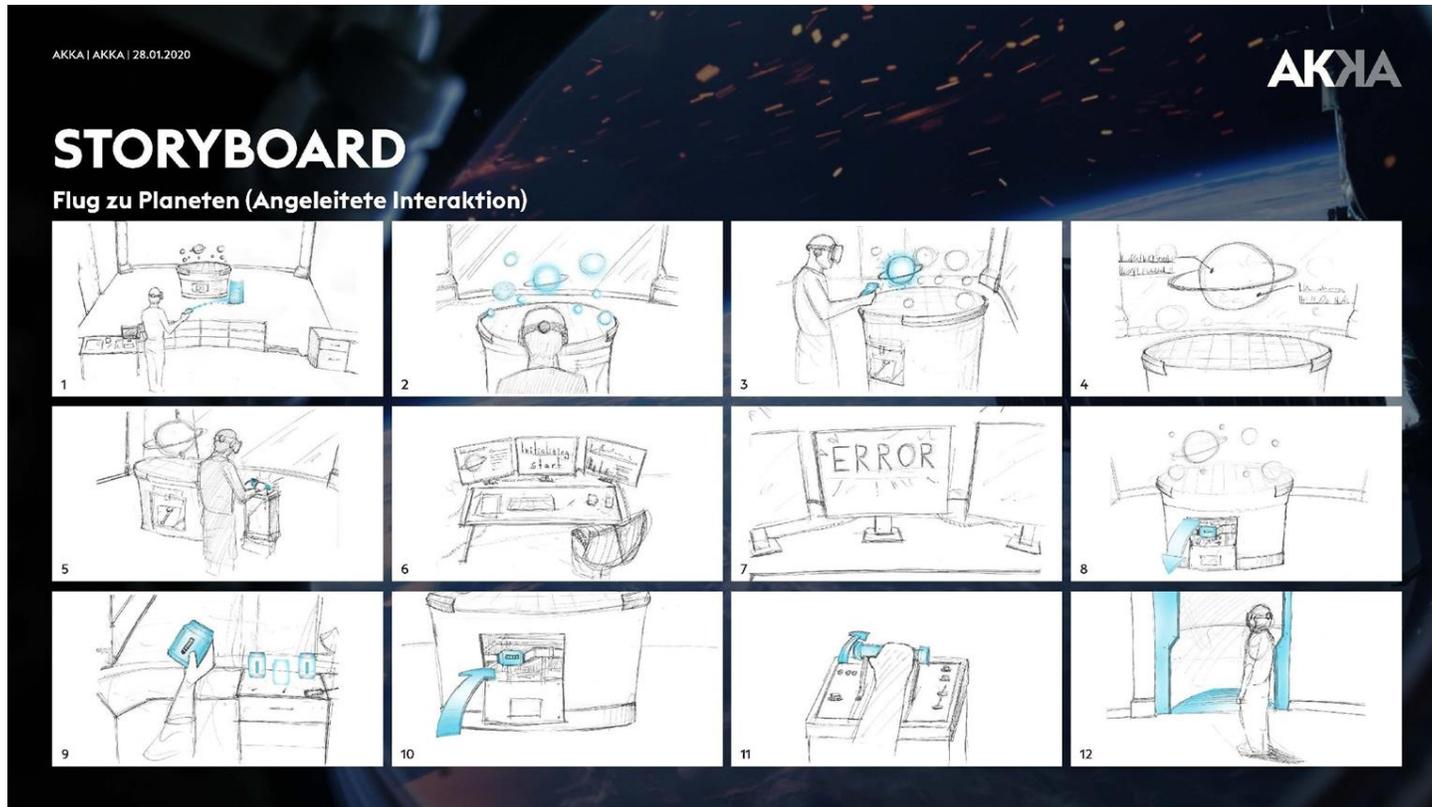


Cristina,  
Teamleiterin UX



Lies mehr zur Valenzmethode unter: Burmester, M., Jäger, K., Festl, L., & Mast, M. (2011). Studien zur formativen Evaluation der User Experience mit der Valenzmethode. In S. Schmid, M. Elepfand, J. Adenauer, & A. Lichtenstein (Eds.), *Reflexionen und Visionen der Mensch-Maschine-Systeme - Aus der Vergangenheit lernen, Zukunft gestalten*. 9. Berliner Werkstatt Mensch-Maschine-Interaktion, 5. bis 7. Oktober 2011. *Fortschritt-Berichte VDI Reihe 22 Nr. 33*. (Foto von Kerstin Maier, points GmbH)

# Evaluation: Valenzmethode und User-Tests mittels Paper-Prototyping bei VR-Games?

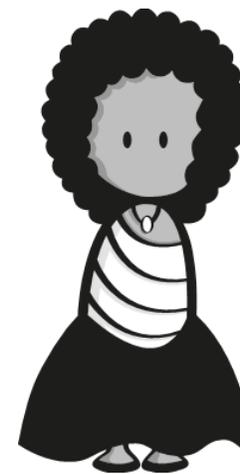


Mitarbeiterin

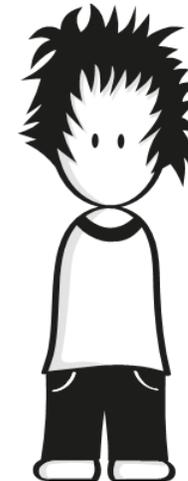


---

## Evaluation: Valenzmethode und User-Tests mittels Paper-Prototyping bei VR-Games?



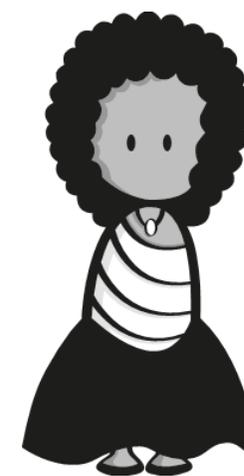
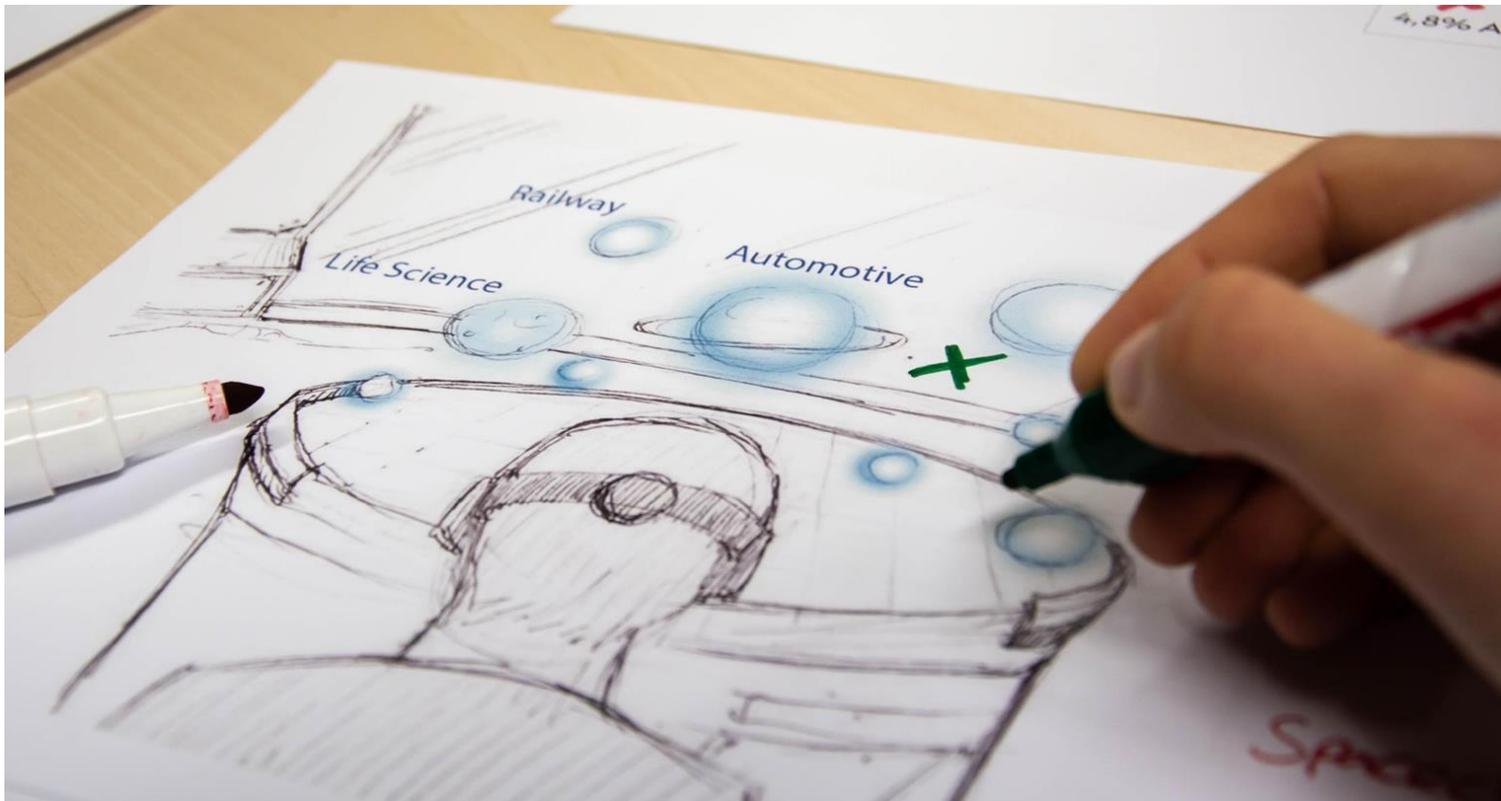
Mitarbeiterin



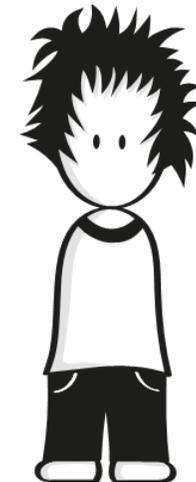
Cristina,  
Teamleiterin UX

Lasst es uns  
herausfinden ; -)

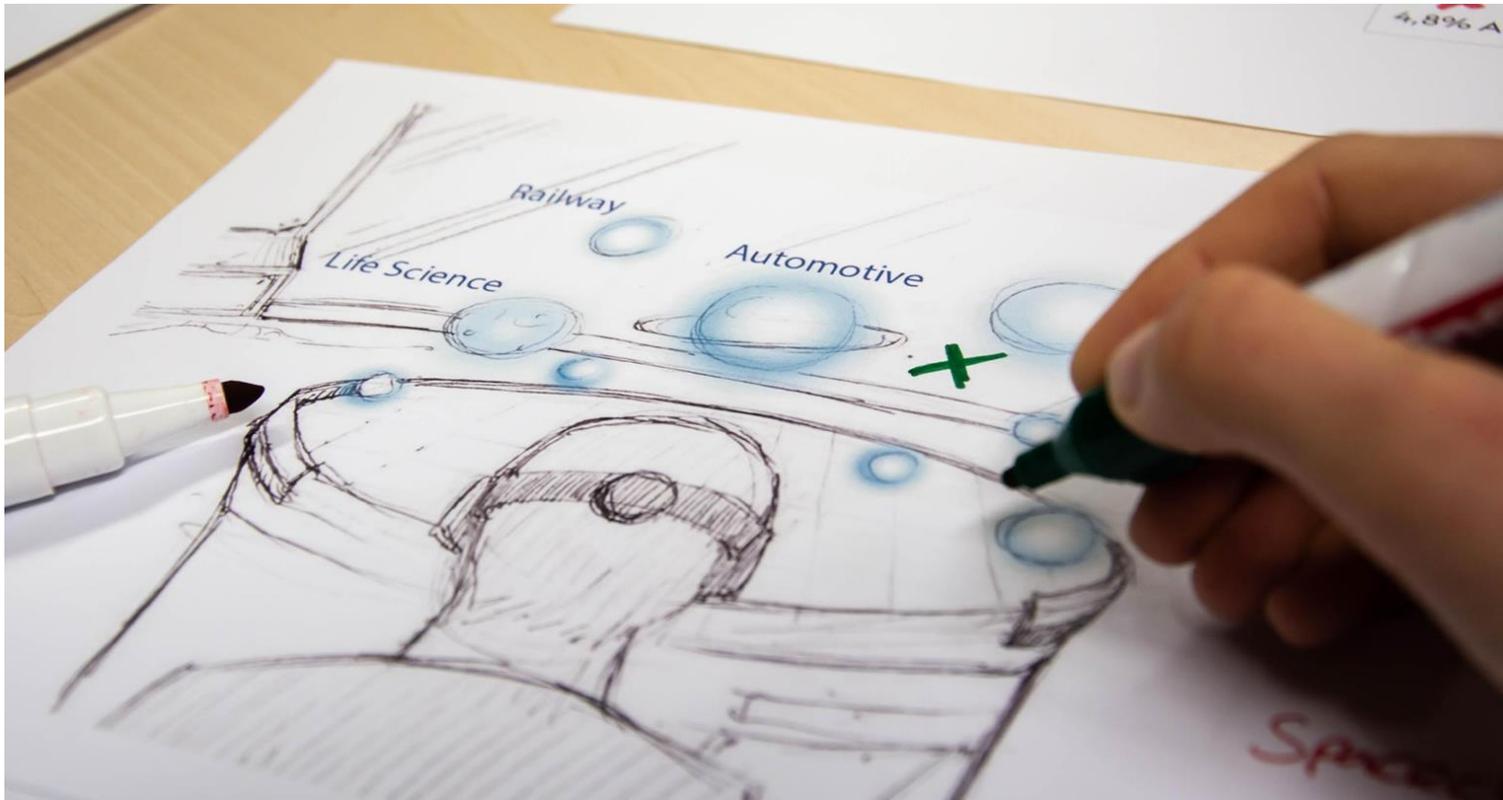
# Evaluation: Valenzmethode und User-Tests mittels Paper-Prototyping bei VR-Games?



Mitarbeiterin



# Evaluation: Valenzmethode und User-Tests mittels Paper-Prototyping bei VR-Games?



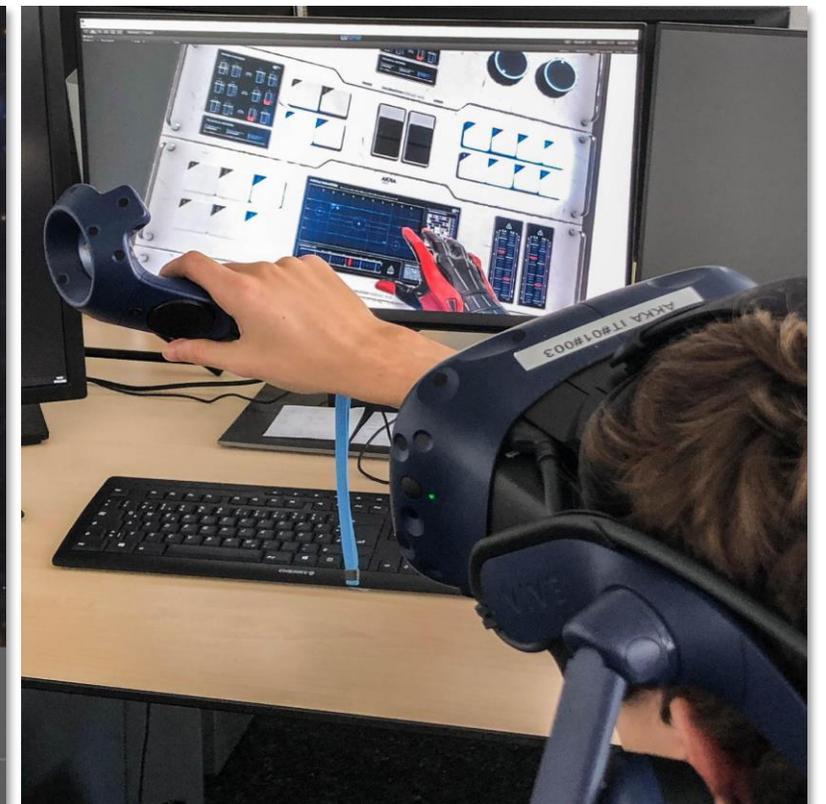
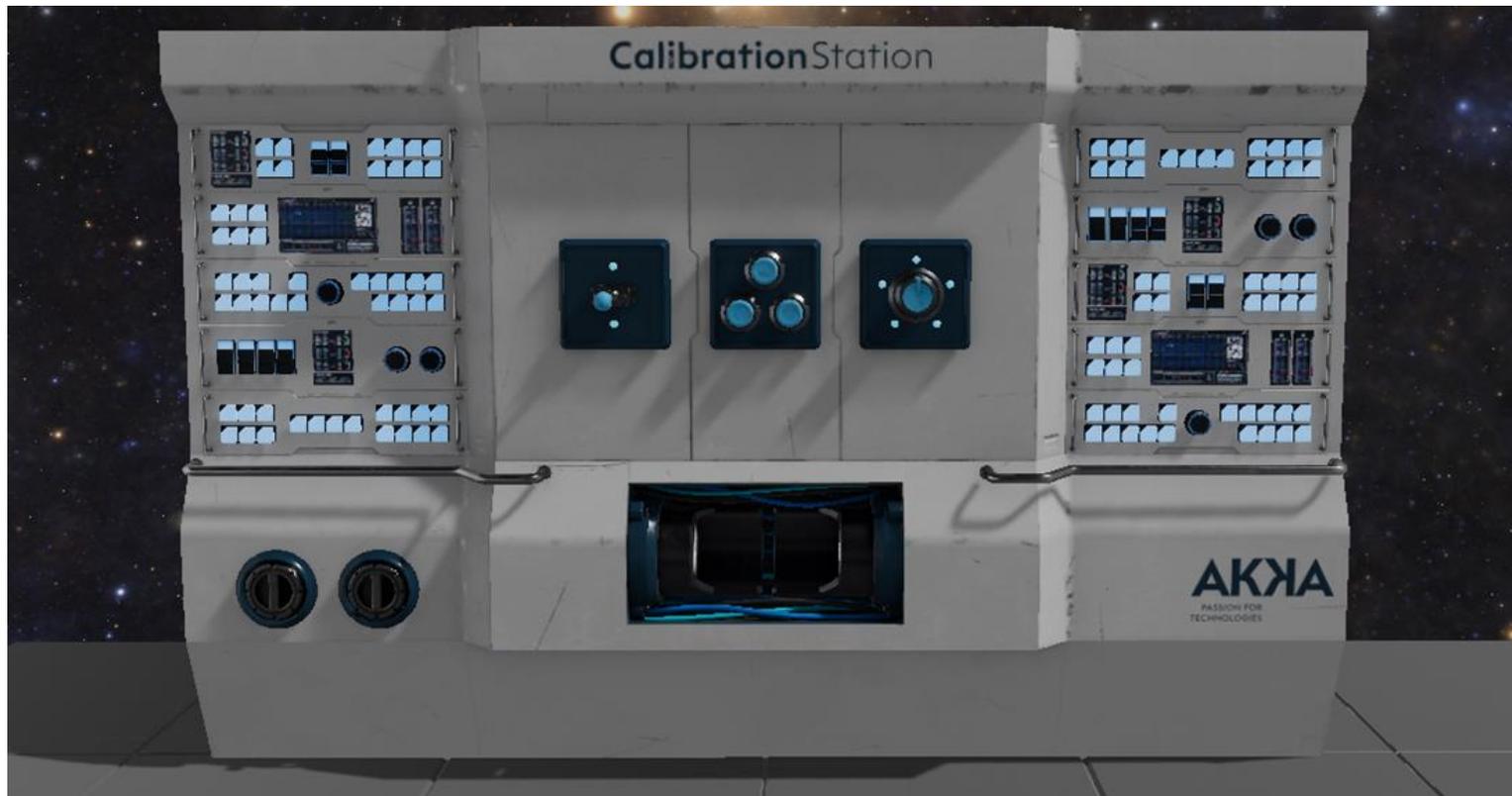
Mitarbeiterin

Wow wir haben  
einiges Positives und  
Negatives  
herausgefunden!



Cristina,  
Teamleiterin UX

# Entwicklung und Prototyping



---

# Integration bei einem Start-Up

*eine Anekdote von Elisabeth*

myconics  
MY ICONIC PIECES



**GERMAN UPA**

Berufsverband der Deutschen Usability  
und User Experience Professionals

# myconics Service GmbH



Sebastian und Sascha von myconics

- Startup, gegründet 2018 in Stuttgart
- aktuell ca. 9 Mitarbeitende
- tätig in der Branche eCommerce und Versandhandel
- Online-Shop myconics.de mit fairen und nachhaltigen Lifestyle-Produkten

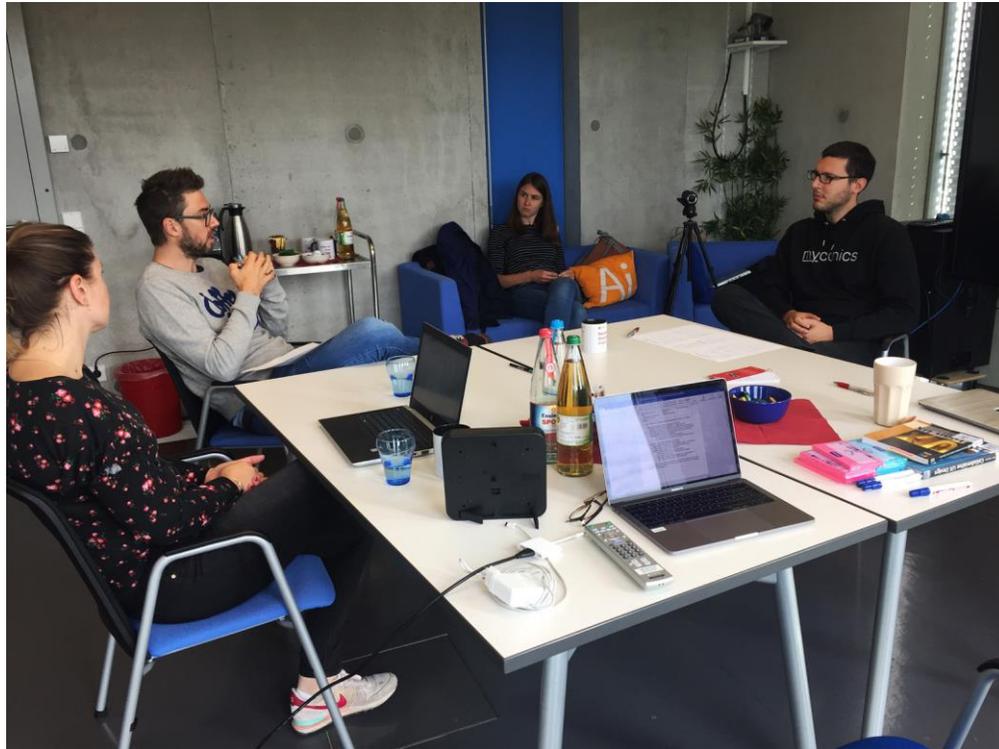
## Ziel:

- Zielgruppe der Online-Einkaufsplattform und deren Bedürfnisse kennenlernen
- Entwicklung eines Gestaltungskonzeptes für positive User Experience

## Methode:

- Lean UX Methode aufgrund wenig Nutzerdaten
- Festlegung der Zielgruppe und Identifizierung relevanter Bedürfnisse mit Hilfe des Bedürfnisfächers: *Stimulation* und *Idealismus*
- Erarbeitung einer Persona und ein Szenario für typische Website-Nutzung je Bedürfnis
- Erarbeitung einer User Journey
- Generierung von Gestaltungsideen für ein positive User Experience

# myconics Service GmbH



Anhand der Bedürfnisse werden Persona erarbeitet und aus Sicht dieser typische Szenarien durchgespielt

*Positive User Experience ist unserer Einschätzung nach der wichtigste Faktor, um sich zu differenzieren im Bereich E-Commerce.*

*Sascha Krstanovic, myconics Service GmbH*



Die auf Bedürfnissen basierte Konzepte werden gemeinsam diskutiert

# myconics Service GmbH

Kostenloser Rückversand – Hier klicken für Neukundenrabatt

myconics  
MY CONIC PIECES

Unterwegs ▾ Zuhause ▾ Neu Gesichtsmasken % Sale Manufakturen Über myconics ▾



Ich packe meinen Rucksack und nehme mit

## Die Packliste für deinen nächsten Städtetrip

Wir haben die Essentials für deinen nächsten Städtetrip bestens vorbereitet.

Kurztrip Must Haves entdecken

myconics verwendet Cookies, um Dein Surferlebnis zu verbessern. [Weitere Informationen findest Du in der Datenschutzerklärung.](#)

Verstanden

Kostenloser Rückversand – Hier klicken für Neukundenrabatt

myconics  
MY CONIC PIECES

Unterwegs ▾ Zuhause ▾ Neu Gesichtsmasken % Sale Manufakturen Über myconics ▾



## Veganes Leder aus Ananas, Apfel & Co

### Echtleder? Muss nicht sein!

Wusstest du, dass man Blätter zu einer echten Lederalternative verarbeiten kann? Erfahre die Geschichten hinter den Materialien unserer Lieblingsstücke.

Mehr zu veganem Leder erfahren

#supportsmallbusinesses

## Unsere Highlights

myconics verwendet Cookies, um Dein Surferlebnis zu verbessern. [Weitere Informationen findest Du in der Datenschutzerklärung.](#)

**Aber auch das Bedürfnis Idealismus kann durch explizite Verweise auf entsprechende Themen erfüllt werden**

---

# Positive UX in der Prozess Simulation

eine Anekdote von Katharina

# SIEMENS

*Ingenuity for life*



GERMAN UPA

Berufsverband der Deutschen Usability  
und User Experience Professionals



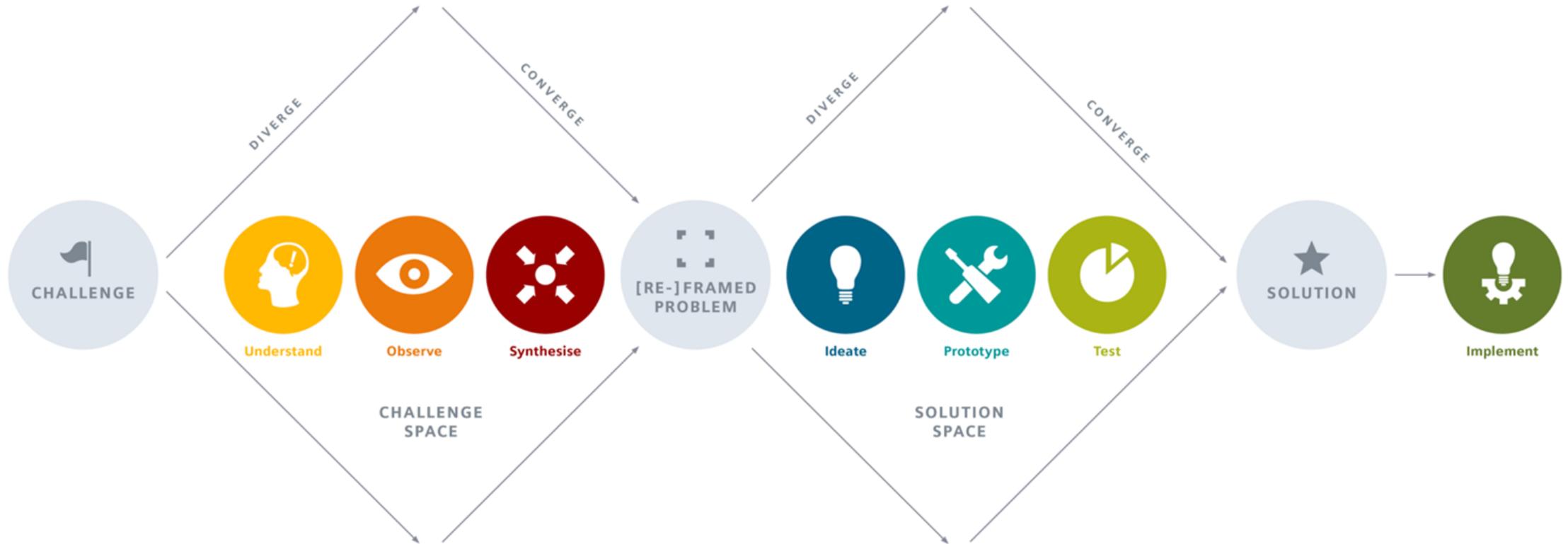
**Mischkonzern mit 385.000 Mitarbeitern**

**UX Experten an verschiedenen Stellen im Konzern**

- **Als Abteilungen in der zentralen Forschung und bei den Geschäftsbereichen**
- **Als Experten in der Entwicklung und in der Produktdefinition**



# User Design Thinking Prozess





## Wie wir positive UX in unsere Design Thinking Projekte integrieren

**Projekt mit Geschäftseinheit die Simulationssoftware für die Prozessindustrie herstellt.**



## Wie wir positive UX in unsere Design Thinking Projekte integrieren

**Projekt mit Geschäftseinheit die Simulationssoftware für die Prozessindustrie herstellt.**

**Was ist Prozessindustrie?**



## **Wie wir positive UX in unsere Design Thinking Projekte integrieren**

**Projekt mit Geschäftseinheit die Simulationssoftware für die Prozessindustrie herstellt.**

**Wikipedia:**

**Die Prozessindustrie verarbeitet Stoffe und Materialien in chemischen, physikalischen, biologischen oder anderen technischen Prozessen & Verfahren.**



---

# Wie wir positive UX in unsere Design Thinking Projekte integrieren

**Projekt mit Geschäftseinheit die Simulationssoftware für die Prozessindustrie herstellt.**



Pharma



Bioverarbeitung



Lebensmittel



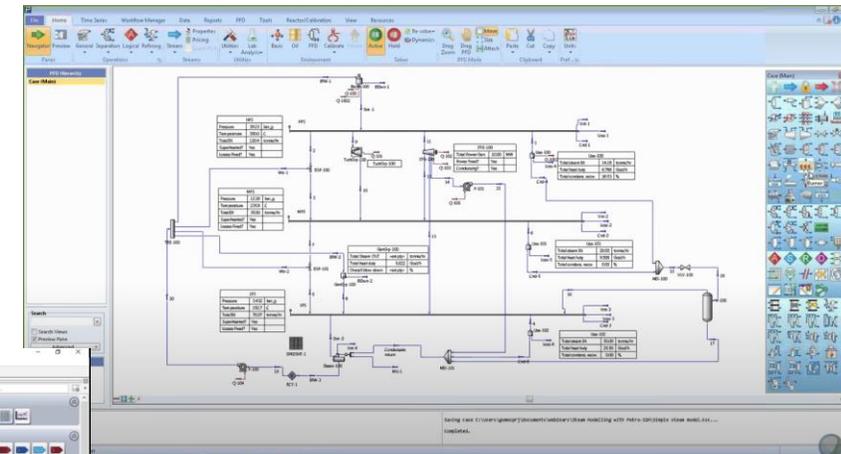
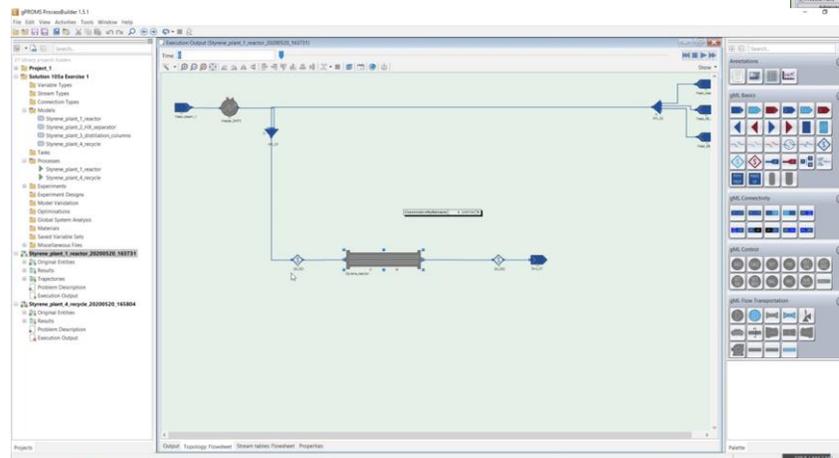
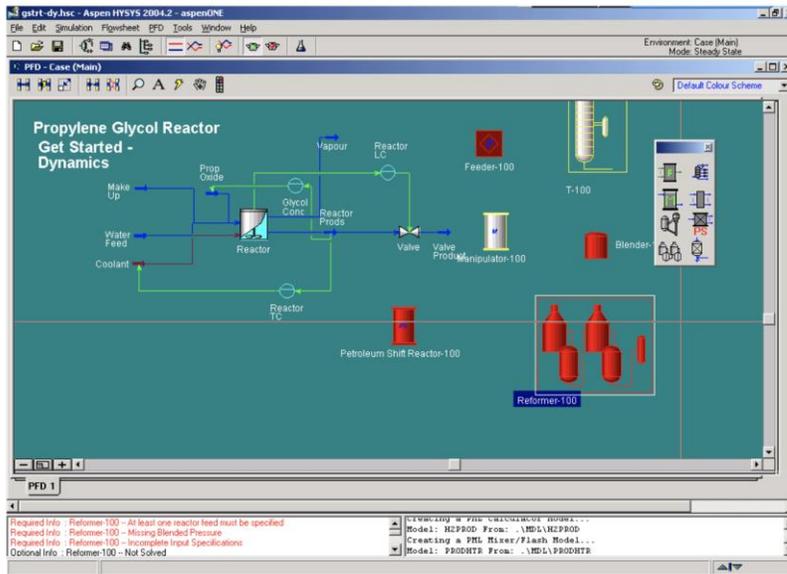
Spezialchemie &  
Agrochemische  
Industrie



Petrochemie

# Wie wir positive UX in unsere Design Thinking Projekte integrieren

## Projekt mit Geschäftseinheit die Simulationssoftware für die Prozessindustrie herstellt.





---

# Wie wir positive UX in unsere Design Thinking Projekte integrieren

## Motivation für unseren Kunden

“Unsere Nutzer verdienen (und fordern) eine Simulationssoftware die nicht nur einwandfrei funktioniert sondern auch Freude bei der Nutzung auslöst” (C.S.)



---

## Wie wir positive UX in unsere Design Thinking Projekte integrieren

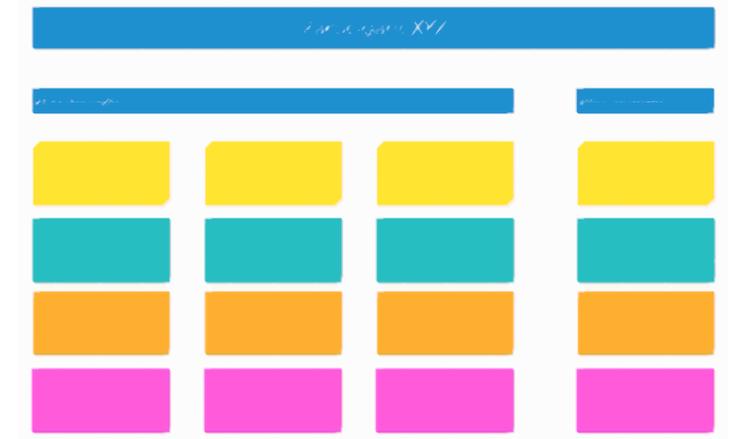
**Klassischer Design Thinking Prozess**

**UND**

**Erlebnisinterviews**

**Vollkommen digital**

**Stark iterativ (Solution Space in 2-wöchigen Sprints)**





---

# Warum wir positive UX in unsere Design Thinking Projekte integrieren

## Design Thinking

Fokus auf Nutzer

Schnelle Iterationen

Kann schneller "umlenken"

Stellt sicher, dass wir nicht ewig an einer Sache entwickeln die sich dann als unwichtig herausstellt.

## Positive UX

Fokus auf Erlebnisse

Größere, übergelagerte Iterationen

Gibt Richtung

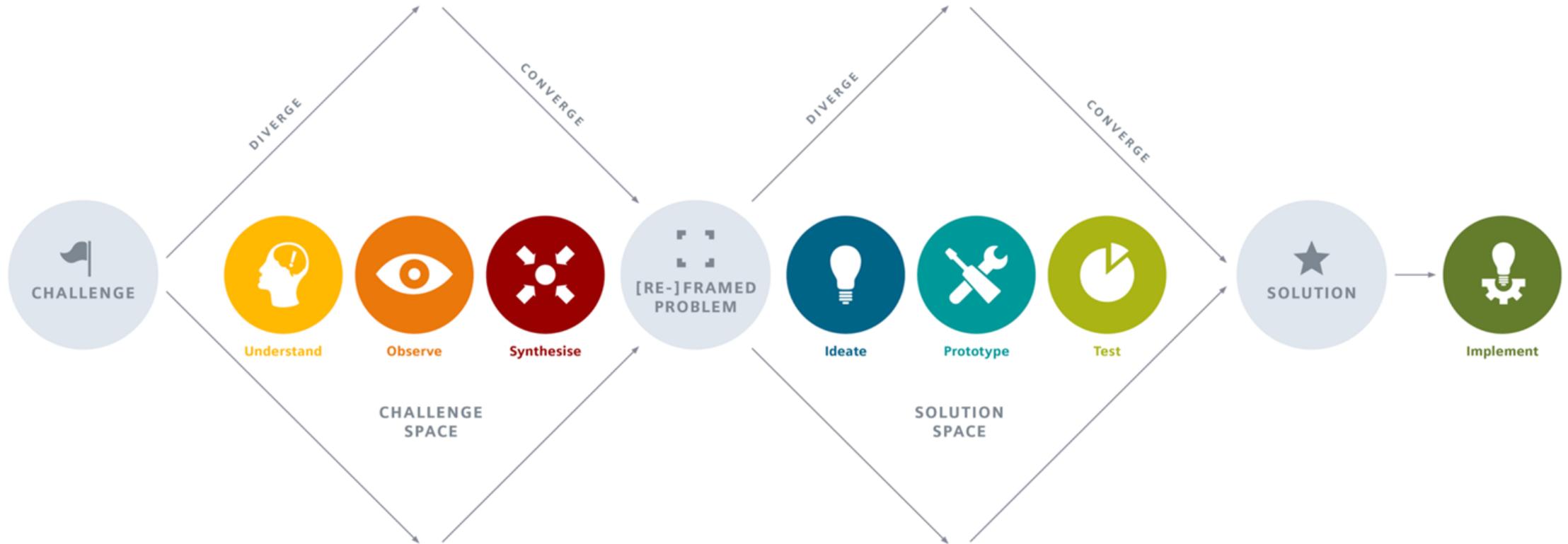
Hilft uns den Nutzer nicht aus den Augen zu verlieren.

Stellt sicher, dass wir die "richtigen" Daten erheben.

# Design Thinking

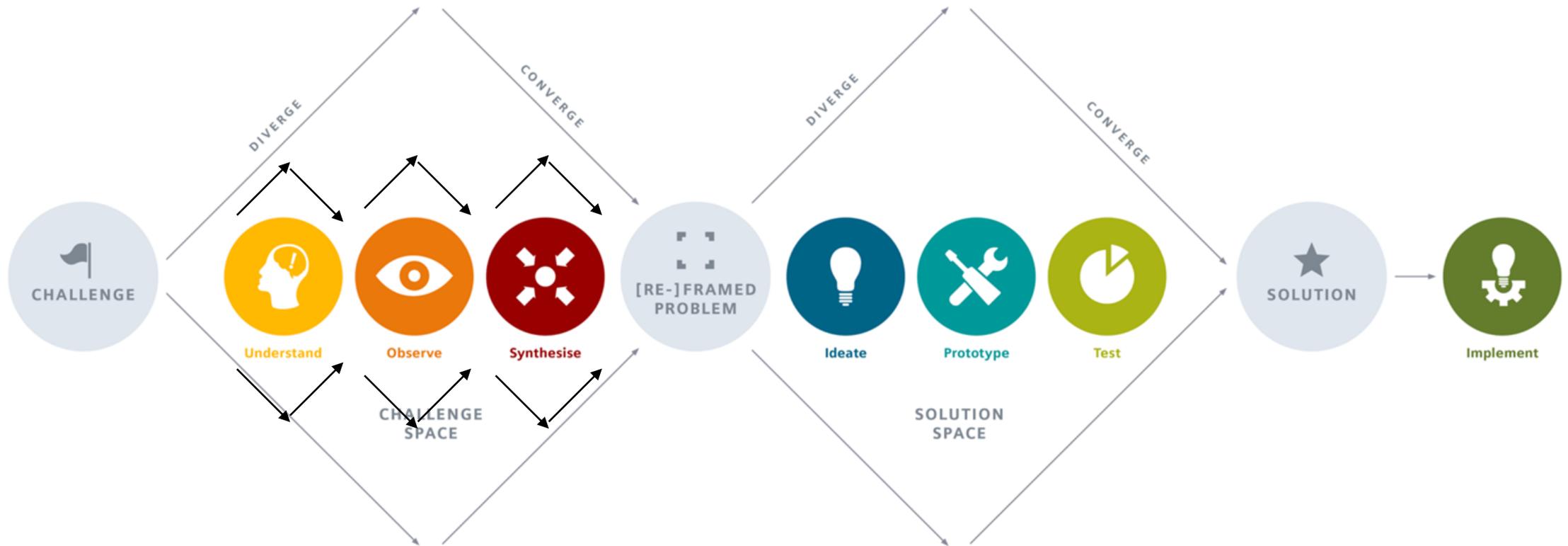
SIEMENS

*Ingenuity for life*





## Design Thinking mit positiver UX





---

# Abschlussdiskussion

1. Was hat mir heute gefallen...
2. Woran habe ich Kritik...
3. Mein Take-Away ist...
4. Ich wünsche mir vom Arbeitskreis...





---

# Literatur

- Burmester, M., Jäger, K., Festl, L., & Mast, M. (2011). Studien zur formativen Evaluation der User Experience mit der Valenzmethode. In S. Schmid, M. Elepfand, J. Adenauer, & A. Lichtenstein (Eds.), *Reflexionen und Visionen der Mensch-Maschine-Systeme - Aus der Vergangenheit lernen, Zukunft gestalten*. 9. Berliner Werkstatt Mensch-Maschine-Interaktion, 5. bis 7. Oktober 2011. Fortschritt-Berichte VDI Reihe 22 Nr. 33.
- Desmet, P. M. A. (2012). Faces of Product Pleasure: 25 Positive Emotions in Human-Product Interactions. *International Journal of Design*, 6(2), 1–29.
- Desmet, P. M. A., & Hassenzahl, M. (2012). Towards happiness : Possibility-driven design. In M. Zacarias & J. V. de Oliveira (Eds.), *Human-computer interaction: The agency perspective* (pp. 1–27). New York, NY: Springer.
- Hassenzahl, M. (2008). User experience (UX): towards an experiential perspective on product quality. In *Proceedings of the 20th International Conference of the Association Francophone d'Interaction Homme-Machine* (pp. 11–15). ACM.
- Hassenzahl, M. (2010). *Experience Design: Technology for All the Right Reasons*. Breiningsville: Morgan & Claypool.
- Hassenzahl, M., Eckoldt, K., Diefenbach, S., Laschke, M., Lenz, E., & Kim, J. (2013). Designing Moments of Meaning and Pleasure. *Experience Design and Happiness Understanding Experiences. International Journal of Design*, 7(3), 21–31.
- Sheldon, K. M., Elliot, A. J., Kim, Y., & Kasser, T. (2001). What is satisfying about satisfying events? Testing 10 candidate psychological needs. *Journal of Personality and Social Psychology*, 80(2), 325–339.
- Zeiner, K. M., Laib, M., Schippert, K., & Burmester, M. (2016). Das Erlebnisinterview – Methode zum Verständnis positiver Erlebnisse. In S. Hess & H. Fischer (Eds.), *Mensch und Computer 2016 – Usability Professionals*. Aachen: Gesellschaft für Informatik e.V. und die German UPA e.V. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.18420/muc2016-up-0144>

---

# Microseite, Paper und Folien des AKs “The Positive X”

[https://germanupa.de/arbeitskreise/arbeitskreis-positive-x/  
veroeffentlichungen](https://germanupa.de/arbeitskreise/arbeitskreis-positive-x/veroeffentlichungen)

---

**Handbücher zu  
verschiedenen Methoden, z.B.  
Bedürfnisfächer, Erlebnisinterview,  
Bedürfnispersona, Valenzmethode**

<https://www.kompetenzzentrum-usability.digital/angebote/materialien/werkzeugkasten>



Presentation created with  
Scenes™ by SAP AppHaus



Bedürfnis-Icons von  
[www.design4xperience.de](http://www.design4xperience.de)

---

Unsere abschließenden Wünsche:

1. Denkt an "Human Experience first."
2. Probiert das Mindset und die Methode im Arbeitsalltag aus, um die Arbeits-und Freizeitwelt proaktiv positiv mitzugestalten.
3. Macht beim AK mit :-)



Wir als UX'ler  
können die positive  
Gestaltung  
vorantreiben!

Und Du schließt  
dich hoffentlich  
an?