

# UX-GRÜP

WEEK 1

## ANALYSING

### a) Ist-Zustand & Pain Points

Die individuellen Feedbacks aus den Benutzertests innerhalb der Klasse wurden zusammengefasst und die Seite wurde auch innerhalb der Gruppe einmal durchgesehen. Dabei wurden die Pain Points definiert.  
Häufig genannt wurde die **schlechte Filterung** und der **irreführende Anmeldebutton**.



- P1:**
- Übersicht -> zu viel
  - Footer nicht passend
  - Schlechte link gewichtung / Benennung ("Zur Anmeldung")
  - Filter Suchen funktioniert nicht
  - Orts und Zeitangaben nicht geplant genug.
  - autocomplete
- P2:**
- Filter hat nicht von anfang an funktioniert.
  - Angenommen dass man im Filter-Feld Tippen kann.
  - Filter nicht direkt gelöscht werden
- P3:**
- "Navigation" sehr unübersichtlich
  - Listen wird nicht wirklich gefunden, gemischt mit anderen Sportarten
  - Taste der Sportarten sehr sehr lang im Filter / Suche -> wieso wurde da einzelne Elemente als Filter angeboten?
  - irreführender "Zur Anmeldung" button
- P4:**
- Nicht über suchfunktion sondern die Sportart im Filter gesucht -> zeitintensiv
  - Anmeldung nicht gefunden -> anmeldung nicht gefunden
  - Filterfunktionen nicht
  - Anmeldung funktioniert nicht -> Informal geöffnet

- Anmeldung nicht offensichtlich
- Mehrsprachigkeit für internationalen Background
- Anmeldekarte für Informal zu prominent
- Unverständliche "Benennung" (UNILU/PAUL/HSL)
- Ineffiziente Filter bei Such Job, bei Wahl von Sportartgruppen sollten evtl. nur noch Sportarten dieser Gruppe in Ergebnissen werden
- gemischte Filter nicht leicht lösbar
- Unverständliche Filterfunktion & keine Eingabe bei Schreibfehlern
- A-Z in 2 Sportarten -> unübersichtlich
- Ort zu wenig Informationen bezüglich Anmeldung etc. auf Detailsiten von Sportarten
- Keine Option für die Anzeige aktueller Angebote
- Keine Filterung nach Uhrzeit
- Trainingsorten sollten evtl. nach Ortschaft gruppiert werden
- Evtl. Karte für Trainingsort?
- Responsiveness auf Mobil? evtl. angebotene Mobile-Version?
- Keine Filterung nach Uhrzeit
- Macht ein Warenkorb für kostenpflichtige Angebote Sinn? Eher direkt Checkout?
- Angebote vs Training vs Kurse etc... Unterschied, Abgrenzung unklar?

### b) Zielgruppe definieren & Empathiekarte erstellen

Im nächsten Schritt hat sich die Gruppe die Frage gestellt, welche Benutzer welche Bedürfnisse haben könnten. Dafür wurde eine Map aus Primärpersona, Sekundärpersona und Negativpersona erstellt und auch diverse Benutzungsszenarien ausgedacht.

**Anna Kilmeyer / Primärpersona**  
22 Jahre alt, 10000€ pro Monat, 10000€ pro Monat, 10000€ pro Monat  
Nur ein Hobby, keine Hobbies, keine Hobbies, keine Hobbies  
Nur ein Hobby, keine Hobbies, keine Hobbies, keine Hobbies  
Nur ein Hobby, keine Hobbies, keine Hobbies, keine Hobbies

**Roman Zhang / Primärpersona**  
25 Jahre alt, 10000€ pro Monat, 10000€ pro Monat, 10000€ pro Monat  
Nur ein Hobby, keine Hobbies, keine Hobbies, keine Hobbies  
Nur ein Hobby, keine Hobbies, keine Hobbies, keine Hobbies  
Nur ein Hobby, keine Hobbies, keine Hobbies, keine Hobbies

**Yara Kim / Sekundärpersona**  
28 Jahre alt, 10000€ pro Monat, 10000€ pro Monat, 10000€ pro Monat  
Nur ein Hobby, keine Hobbies, keine Hobbies, keine Hobbies  
Nur ein Hobby, keine Hobbies, keine Hobbies, keine Hobbies  
Nur ein Hobby, keine Hobbies, keine Hobbies, keine Hobbies

**Simone Schmitt / Sekundärpersona**  
30 Jahre alt, 10000€ pro Monat, 10000€ pro Monat, 10000€ pro Monat  
Nur ein Hobby, keine Hobbies, keine Hobbies, keine Hobbies  
Nur ein Hobby, keine Hobbies, keine Hobbies, keine Hobbies  
Nur ein Hobby, keine Hobbies, keine Hobbies, keine Hobbies

### c) Erstellung einer Umfrage

Damit die Wünsche der Benutzer noch besser verstanden werden können, wurden Fragen formuliert und eine Umfrage gestartet. Dieser Fragebogen ging an über 1000 Studierende der Hochschule. Auch persönliche Interviews mit Mitbewohnern und Familie fanden statt. **Schlüssendlich haben ca. 60 Personen die Umfrage beantwortet.**



### d) Auswertung der Umfrage & legen eine Schwerpunkte

Die Umfrage ergab unter anderem, dass eine App wünschenswerter wäre. Diese ist jedoch vom Aufwand und der Umsetzung in der knappen Zeit nicht machbar, da für die Entwicklung einer App Richtlinien von Google/Apple vorgegeben werden und zudem auch die Richtlinien für andere Plattformen zu beachten sind. Zudem wurden folgende davor aufgestellten Hypothesen durch die Umfrage bestätigt:

- Es fehlt die **Mehrsprachigkeit**
- Eine **bessere Navigation ist gewünscht**
- **A-Z besser hervorheben**
- **Anmeldeprozess verbessern**
- **Mobile First ausrichten**



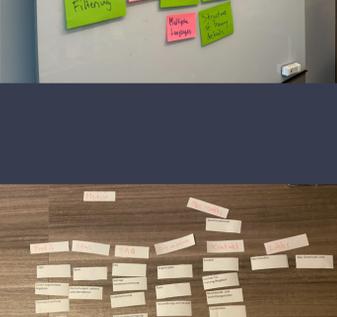
WEEK 2

## IDEATING

### a) Legen der Schwerpunkte

Da die Zeit für die Ausarbeitung eines Konzeptes relativ knapp war, wurde bei Dot-Voting innerhalb der Gruppe jeweils auf drei Schwerpunkte geübt, die im neuen Design integriert wurden. **Namentlich sind das Mobile Usage, Personalisation und eine bessere Navigation.** Zur Auswahl standen aber auch noch folgende Vorschläge:

- Map mit den Trainings und deren Location
- Filterung verbessern
- Chronologische Listung
- Reduzieren der Klicks & Pfade
- Besseres Naming
- Content reduzieren
- Mehrere Sprachen einbauen
- Bessere Struktur von Informationen für Trainings



### b) Card-Sorting

Im nächsten Schritt hat sich eine Gruppe von Benutzern überlegt, welche Seiten für sie **schlüssendlich relevant** sind, woraus eine **Sitemap** entstand und eine Gewichtung der eher weniger genutzten Seiten. Dieser Schritt war für das Prototyping notwendig, weshalb eine Sitemap aufgestellt wurde, die aber laufend im Prozess des Prototyping wieder angepasst wurde.

Angebote	Über HSLC	Informationen	Profil
<b>Terminplan:</b> Detaillierte Informationen über alle Angebote welche in einem Terminplan angezeigt werden kann. Kurse, Trainings, Camps, Events, Online	<b>Leistungsportfolio:</b> Fokus auf Workshops, Training und Unterstützung für Athleten, andere Subpages: Subpages zur HSLC	<b>Aktuelles und News:</b> Aktuelle Nachrichten, Updates und Zeitungsartikel	<b>Präferenz-Einstellungen:</b> Verwaltung persönlicher Daten
<b>Beratung:</b> Dienste rund um Gesundheits- und Fitnessberatung	<b>Wettbewerbs-Informationen:</b> Wettbewerbs-Informationen wie Wettbewerbs-Angebote und Workshops zu Trainingsorten und Sport und Wellness.	<b>FADs und Hefestellungen:</b> Häufig gestellte Fragen und hilfreiche Informationen	<b>Meine Aktivitäten:</b> Übersicht der angemeldeten Kurse und Veranstaltungen
<b>Wettbewerbs-Informationen:</b> Wettbewerbs-Informationen wie Wettbewerbs-Angebote und Workshops zu Trainingsorten und Sport und Wellness.		<b>Teilnahmeberechtigung:</b> Zulassungsinformationen für die Teilnahme an verschiedenen Aktivitäten	<b>Favoriten &amp; Interessen:</b> Favorisierte Kurse und Interessen. ("Abonnement")
<b>Workshops:</b> Bildungsreisen und Workshops zu Trainingsorten und Sport und Wellness.		<b>Richtlinien und Regeln:</b> Richtlinien, Regeln und Grundregeln für die Teilnahme am Sport	
		<b>Sicherheits- und Gesundheitshinweise:</b> Sicherheits- und Gesundheitshinweise für Teilnehmer	
		<b>Netzwerk und Partnerschaften:</b> Informationen über Partnerschaften, Netzwerke und Kooperationen.	

### c) Prototypen auf paper

Die Strukturierung des Contents wurde auf Papier vorgenommen. Hier wurde nochmals der Aspekt der **Mehrsprachigkeit** aufgenommen. Entschieden wurde eine Umsetzung in der Sekundärnavigation, die aber keine weitere grosse Gewichtung erhielt. Für den Header, den Footer, die Navigation, den Content und die Suche, wurden **jeweils mindestens 5 Paperprototypen** angefertigt, über die in der Gruppe diskutiert und abgestimmt wurde. Beispielsweise ging es darum, ob die **Navigation sticky** im unteren Ende des Bildschirms "kleben" sollte oder lieber klassisch im Burgernome aufgehen sollte. **Schlüssendlich wurde hier für eine Kombination entschieden.** Heraus kamen 2 Prototypen, die über jeweils auch abgestimmt wurde.

### d) UX-Test No.1

Zum Papierprototypen wurden Halfway-Tests im vierten Stock des HSLU-Gebäudes durchgeführt. Der Test ergab drei wichtige Erkenntnisse, die im nächsten Prototypen überarbeitet wurden:

1. Standort ist KEY -> prominenter machen
2. Burger-Menu wurde im Vergleich zu den Tabs weniger genutzt.
3. Die Standorte des jeweiligen Trainings waren auf der Contentpage nicht gut ersichtlich.

Verbessert wurden diese Punkte via **Einführung einer Map, dem Ausbau der Tabs** und eine Erweiterung mit der **Möglichkeit Favoriten zu speichern** und dem Anzeigen (aber Ausgrauen) aller Trainingsstandorte auf der Contentseite, bei denen kein Training der jeweiligen Sportart stattfindet.

WEEK 3

## FINALISING

### a) Definieren eines Styleguides

Der Styleguide wurde in Figma erstellt, wobei das Programm für eine Einheitlichkeit der Gruppe Neudarf war. Dabei wurden diverse Farben, Schriftarten, Spacing, Contentbreite und Trennungselemente bestimmt. Aus dem Design der Map, die Labels sowie die Icons gehören zu diesem Prozess dazu. Über die einzelnen Elemente und die Farbpalette wurde jeweils innerhalb der Gruppe abgestimmt. Es wurde bewusst auf die **Farbe Blue** gesetzt, weil sie mit Sport und Aktivierung verbunden wurde und auch das **Farbkonzert** danach ausgerichtet, da die Loslösung aus der UNILU-Seite entschieden wurde. Der Entscheid, durch den Content scrolle zu können, gehörte auch hier dazu.

### b) Entwicklung eines digitalen Prototypes

Hier wurden besonders die Punkte aus dem ersten UX-Testing berücksichtigt. Unter anderem wurde **mehr Content** auf die Startseite gepackt, damit sich verschiedene Zielgruppen angesprochen fühlen. Auch ein **Filter mit den Standorten** wurde zuoberst integriert, gemeinsam mit einer **Map zur Visualisierung**. Es ist auch herausgekommen, dass wir nicht zwischen der Contentpage über die Sportart selbst und der Armdelapage der spezifischen Sportart unterscheiden haben.

### c) UX-Test No.2

In der zweiten Runde des User-Testings wurden Personen in den Gängen der Hochschule und aus den höheren Semestern befragt zu einem Feedback der Usability. Eine Feststellung war die **Wichtigkeit der Tabs als Navigation**, auf die besonderes Augenmerk bei der Finalisierung des Prototypes gelegt wurde. Die Tabs schienen einen grossen Erfolg des Konzeptes auszuzeichnen. Im Anschluss wurde die Auswahl des Datums nochmals überarbeitet sowie überarbeitet. Das Icon zur Favorisierung einer Sportart hat seinen Platz neben dem sticky Anmeldebutton bekommen, da es auf den Headerbildern jeweils nicht gefunden wurde.

### d) Finalisierung des Prototypes

Sportart wurde hier noch ein **Darkmode** der Seite entwickelt, damit ein stärkerer Akzent auf die Loslösung aus der UNILU-Seite gesetzt werden kann. Im nächsten Schritt könnte dieser Prototyp nochmals getestet und verbessert werden.