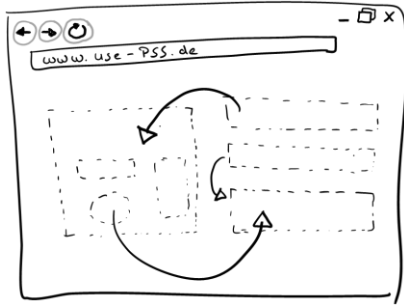


| Analyse

| Entwicklung

+ | Test

WIREFRAMES



Skizzieren Sie in kurzer Zeit ein digitales Angebot und prüfen Sie es auf Usability-Aspekte...

Was

Die Wireframe-Methode nutzt handgestellte schematische Abbildungen digitaler Oberflächen. Die Methodik zeigt deren Struktur auf und gibt gleichzeitig Hinweise darauf, wie einzelne Komponenten zueinander stehen und interagieren. Ebenso kann dieses Tool dazu dienen, eine gemeinsame Ausrichtung bzw. ein gemeinsames Vorgehen im Entwicklungsteam abzustimmen.

Anwendung findet das Wireframing überall dort, wo digitale Angebote skizziert werden müssen. Diese können sowohl alleinstehend als auch als Bestandteil eines digitalen Produkt-Service-Systems erstellt werden.

Wie

Für die Erstellung von Wireframes werden entweder leere Papierbögen oder Wireframe-Vorlagen benötigt. Ebenso ist es möglich, Entwürfe direkt in beispielsweise eine PowerPoint-Vorlage einzutragen.

Auf leeren Papierbögen kann zunächst das Zielmedium skizziert werden. Zielmedien für Wireframes können beispielsweise Browserfenster, Smartphone-Bildschirme, Tablet-Bildschirme oder Smartwatch-Anzeigen sein. Sie unterscheiden sich vor allem durch die Anzeigengröße und das Seitenverhältnis. Im Gegensatz zu leeren Papierbögen bieten Wireframes-Vorlagen den Vorteil, dass die wichtigsten formalen Rahmenbedingungen zum Skizzieren von digitalen Anzeigen schon aufgetragen sind und die Ersteller sich direkt auf die inhaltliche Ausgestaltung konzentrieren können.

Mehrere einzelne Wireframes können zusammengesetzt ganze digitale Dienstleistungen und Softwareabläufe darstellen. Zudem können sie als Summe sehr gut dazu verwendet werden, um „die Reise“ des Kunden nachzuvollziehen.

Umgesetzt wird die Methode vom jeweiligen Projektteam, das sich mit der Ausgestaltung einer bestimmten Idee befasst.

Wie

Warum

Ziel der Methode ist das Abbilden einer zuvor im kreativen Prozess erdachten und entwickelten Dienstleistung. Dabei liegt der Fokus auf dem Nutzer und seiner „Reise“ durch die Dienstleistung. Durch die Ausgestaltung der einzelnen Prozessschritte wird der Gesamtprozess vom Projektteam durchgearbeitet, nachvollzogen und auf Validität geprüft.

Vorteile der Methode:

- Nutzerzentriert
- Sehr variabel bezüglich des Aufwands
- Flexibler zeitlicher Rahmen
- Zeitgleiche Prüfung der Sinnhaftigkeit des geplanten Angebotes

Literatur

Stickdorn, M.; Schneider, J. (2014): This is service design thinking. Basics – Tools – Cases. Amsterdam: BIS.

Praxischeck

Voraussetzungen

- Regeln detailliert erläutern, da erklärungsbedürftig
- Mindestens vier Teilnehmer erforderlich, damit Methode sinnvoll durchgeführt werden kann
- Alle Teilnehmer müssen Initial-Ideen kreieren. Diese sollen kreativ und möglichst auch unkonventionell sein.
- Ideen gehen einmal durch die gesamte Runde (rundum), d.h. jeder ergänzt jede Idee einmal.

Praxistipps

- Bei der Dokumentation der Ideen genügend Platz für die weiteren Ergänzungen in den Folgerunden lassen.
- Moderator soll zum Querdenken motivieren.
- Schlussrunde mit Vorstellung der Ideen durch Ideenautoren wichtig, wenn auch zeitaufwendig.

Zeitliche Aspekte

- Dauer ca. 30 Minuten für die Ideengenerierung in den Runden und ca. 30 Minuten für die Vorstellung der Ideen.

Gesamteindruck

- Kreative Methodik, um zum Querdenken anzuregen.
- Sehr effektiv!
- Ideen werden aufgegriffen und verfeinert bzw. in andere höchstinteressante Bahnen gelenkt, dadurch steigt die Qualität der Ideen stark an.
- Obwohl zum Querdenken angeregt wird und sich dadurch neuartige Ideen ergeben, sind diese i.d.R. sehr realistisch und können weiterverfolgt werden.