

# Design Methoden

Bella Martin  
Bruce Hanington

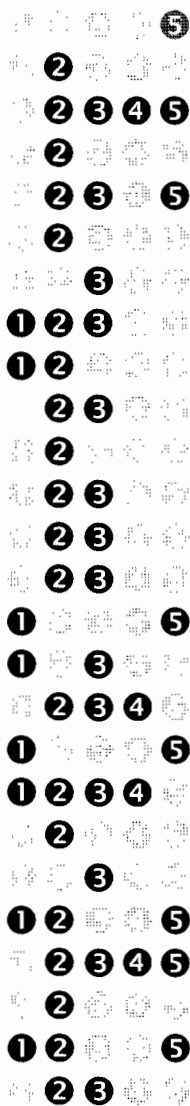
100 Recherchemethoden und Analysetechniken  
für erfolgreiche Gestaltung

stiebner

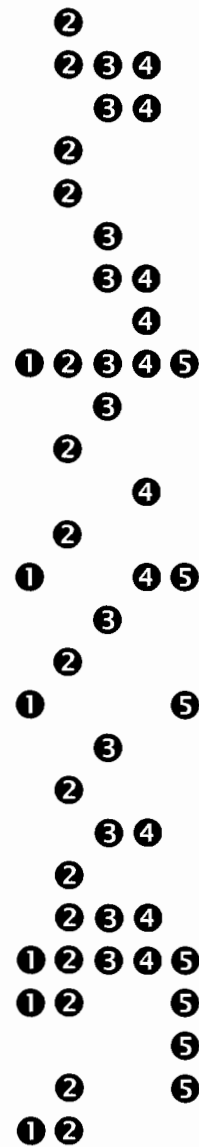
# Inhalt

## & Designphasen ① ② ③ ④ ⑤

<b>EINLEITUNG</b> .....	6
01. A/B-Test .....	8
02. AEIOU .....	10
03. Affinitätsdiagramm.....	12
04. Artefaktanalyse .....	14
05. Automatisierte Fernrecherche.....	16
06. Behavioral Mapping.....	18
07. Bodystorming.....	20
08. Grafische Mittel beim Brainstorming.....	22
09. Businessorgami.....	24
10. Cardsorting .....	26
11. Fallstudie.....	28
12. Kognitive Karten.....	30
13. Cognitive Walkthrough.....	32
14. Collage .....	34
15. Auswahlverfahren .....	36
16. Conceptmapping .....	38
17. Inhaltsanalyse .....	40
18. Content Inventory & Audit.....	42
19. Kontextabhängiges Design.....	44
20. Kontextanalyse.....	46
21. Creative Toolkit.....	48
22. Critical Incident Technique.....	50
23. Crowdsourcing.....	52
24. Cultural Probes.....	54
25. Prüfung von Kundenerfahrungen.....	56
26. Designcharette .....	58



27. Designethnografie .....	60
28. Designworkshop.....	62
29. Erwünschtheitsprüfung.....	64
30. Tagebuchstudien .....	66
31. Gelenktes Storytelling .....	68
32. Elito-Methode.....	70
33. Ergonomische Analyse .....	72
34. Evaluierendes Research.....	74
35. Evidence-based Design.....	76
36. Experience Prototyping.....	78
37. Experience-Sampling-Methode.....	80
38. Experimente .....	82
39. Exploratives Research.....	84
40. Eyetracking.....	86
41. Flexibles Modellieren.....	88
42. Verdeckte Beobachtung.....	90
43. Fokusgruppen .....	92
44. Generatives Research.....	94
45. Graffitiwände.....	96
46. Heuristische Evaluierung .....	98
47. Image Board.....	100
48. Interview.....	102
49. KJ-Methode .....	104
50. Kano-Analyse.....	106
51. Leistungskennzahlen.....	108
52. Laddering.....	110
53. Literaturlauswertung.....	112



54. Liebes- und Abschiedsbrief.....	114	<b>1</b> <b>2</b> <b>3</b> <b>4</b> <b>5</b>
55. Diagramme mentaler Modelle.....	116	<b>1</b> <b>2</b> <b>3</b> <b>4</b> <b>5</b>
56. Mindmapping.....	118	<b>1</b> <b>2</b> <b>3</b> <b>4</b> <b>5</b>
57. Beobachtung.....	120	<b>1</b> <b>2</b> <b>3</b> <b>4</b> <b>5</b>
58. Paralleles Prototyping.....	122	<b>1</b> <b>2</b> <b>3</b> <b>4</b> <b>5</b>
59. Teilnehmende Beobachtung.....	124	<b>1</b> <b>2</b> <b>3</b> <b>4</b> <b>5</b>
60. Partizipatives Aktionsresearch (PAR).....	126	<b>1</b> <b>2</b> <b>3</b> <b>4</b> <b>5</b>
61. Partizipatives Design.....	128	<b>1</b> <b>2</b> <b>3</b> <b>4</b> <b>5</b>
62. Persönlichkeitsinventar.....	130	<b>1</b> <b>2</b> <b>3</b> <b>4</b> <b>5</b>
63. Persona.....	132	<b>1</b> <b>2</b> <b>3</b> <b>4</b> <b>5</b>
64. Fotostudien.....	134	<b>1</b> <b>2</b> <b>3</b> <b>4</b> <b>5</b>
65. Bildkarten.....	136	<b>1</b> <b>2</b> <b>3</b> <b>4</b> <b>5</b>
66. Prototyping.....	138	<b>1</b> <b>2</b> <b>3</b> <b>4</b> <b>5</b>
67. Fragebogen.....	140	<b>1</b> <b>2</b> <b>3</b> <b>4</b> <b>5</b>
68. RITE-Test.....	142	<b>1</b> <b>2</b> <b>3</b> <b>4</b> <b>5</b>
69. Moderierte Fernrecherche.....	144	<b>1</b> <b>2</b> <b>3</b> <b>4</b> <b>5</b>
70. Research durch Design.....	146	<b>1</b> <b>2</b> <b>3</b> <b>4</b> <b>5</b>
71. Rollenspiel.....	148	<b>1</b> <b>2</b> <b>3</b> <b>4</b> <b>5</b>
72. Swimlanes zur Prozessvisualisierung.....	150	<b>1</b> <b>2</b> <b>3</b> <b>4</b> <b>5</b>
73. Szenario.....	152	<b>1</b> <b>2</b> <b>3</b> <b>4</b> <b>5</b>
74. Sekundärresearch.....	154	<b>1</b> <b>2</b> <b>3</b> <b>4</b> <b>5</b>
75. Semantisches Differenzial.....	156	<b>1</b> <b>2</b> <b>3</b> <b>4</b> <b>5</b>
76. Schattentage.....	158	<b>1</b> <b>2</b> <b>3</b> <b>4</b> <b>5</b>
77. Simulationsübung.....	160	<b>1</b> <b>2</b> <b>3</b> <b>4</b> <b>5</b>
78. Site Search Analytics.....	162	<b>1</b> <b>2</b> <b>3</b> <b>4</b> <b>5</b>
79. Speeddating.....	164	<b>1</b> <b>2</b> <b>3</b> <b>4</b> <b>5</b>
80. Stakeholdermap.....	166	<b>1</b> <b>2</b> <b>3</b> <b>4</b> <b>5</b>

81. Stakeholderwalkthrough.....	168	<b>1</b> <b>2</b> <b>3</b> <b>4</b> <b>5</b>
82. Storyboard.....	170	<b>1</b> <b>2</b> <b>3</b> <b>4</b> <b>5</b>
83. Erhebung.....	172	<b>1</b> <b>2</b> <b>3</b> <b>4</b> <b>5</b>
84. Aufgabenanalyse.....	174	<b>1</b> <b>2</b> <b>3</b> <b>4</b> <b>5</b>
85. Projektkarte.....	176	<b>1</b> <b>2</b> <b>3</b> <b>4</b> <b>5</b>
86. Thematische Netzwerke.....	178	<b>1</b> <b>2</b> <b>3</b> <b>4</b> <b>5</b>
87. Think-Aloud-Protokoll.....	180	<b>1</b> <b>2</b> <b>3</b> <b>4</b> <b>5</b>
88. Echtzeitrecherche.....	182	<b>1</b> <b>2</b> <b>3</b> <b>4</b> <b>5</b>
89. Touchstonetour.....	184	<b>1</b> <b>2</b> <b>3</b> <b>4</b> <b>5</b>
90. Triadenmethode.....	186	<b>1</b> <b>2</b> <b>3</b> <b>4</b> <b>5</b>
91. Triangulation.....	188	<b>1</b> <b>2</b> <b>3</b> <b>4</b> <b>5</b>
92. Nonreaktive Verfahren.....	190	<b>1</b> <b>2</b> <b>3</b> <b>4</b> <b>5</b>
93. Usability-Bericht.....	192	<b>1</b> <b>2</b> <b>3</b> <b>4</b> <b>5</b>
94. Usability-Test.....	194	<b>1</b> <b>2</b> <b>3</b> <b>4</b> <b>5</b>
95. User-Journey-Map.....	196	<b>1</b> <b>2</b> <b>3</b> <b>4</b> <b>5</b>
96. VOA-Analyse.....	198	<b>1</b> <b>2</b> <b>3</b> <b>4</b> <b>5</b>
97. Webanalyse.....	200	<b>1</b> <b>2</b> <b>3</b> <b>4</b> <b>5</b>
98. Gewichtete Matrix.....	202	<b>1</b> <b>2</b> <b>3</b> <b>4</b> <b>5</b>
99. Zauberer von Oz.....	204	<b>1</b> <b>2</b> <b>3</b> <b>4</b> <b>5</b>
100. Wortwolken.....	206	<b>1</b> <b>2</b> <b>3</b> <b>4</b> <b>5</b>
<b>DANKSAGUNG.....</b>	208	
<b>DIE AUTOREN.....</b>	208	

„Vermuten ist gut.  
Wissen ist besser.“  
–Mark Twain