



Partizipatives App-Design

Im Projekt We:Design haben Gruppen von Jugendlichen (15-19 Jahre) gemeinsam mit Forscher*innen der Universität Wien eine niederschwellige, quelloffene App zum Erstellen von Bewerbungsunterlagen entwickelt. Die Jugendlichen hatten sehr unterschiedliche digitale Kenntnisse und Vorerfahrungen mit Bewerbungen. Im Folgenden wird der Prozess dargestellt und die einzelnen Workshops in Detail angeführt. Je nach Projektschwerpunkt, Alter, Fähigkeiten und Ressourcen kann der Prozess gekürzt, angepasst oder ergänzt werden. Der folgende Überblick der im Projekt durchgeführten Aktivitäten dient nur der Inspiration.

Der Prozess: Von der Problemfindung zur Lösung

Der hier angewandte Ansatz stammt aus der partizipativen App-Entwicklung und wurde den Projektbedürfnissen angepasst. Ähnliche Vorgehensweisen sind häufig in partizipativen Design-Prozessen zu finden. Der Prozess beinhaltet grobe, übergreifende Schritte hin zum Design einer Lösung – diese Lösung muss nicht zwingend eine App oder ein Produkt sein (ein Beispiel-Überthema könnte sein: „wie motivieren wir die Teilnehmer*innen der XY Maßnahme Müll zu trennen“). Eine Besonderheit der partizipativen Design-Prozesse ist, dass die Zielgruppe idealerweise in den ganzen Prozess einbezogen wird. Das Ausmaß und die Art der Einbindung hängen von den Umständen ab: in diesem konkreten Projekt waren die jungen Teilnehmer*innen bzw. Co-Designer*innen gleichzeitig auch die Zielgruppe. Die folgenden Phasen stellen eine grobe Aufteilung der im We:Design Projekt angewandten Prozessschritte dar, die je nach Bedarf und Ressourcen auch mehrfach wiederholt werden können:

1. **Verstehen:** Hier geht es darum zunächst ein Thema zu verstehen. Dabei werden Informationen gesammelt und das Thema dabei ausgeweitet bzw. Empathie für die Zielgruppe entwickelt: z.B. durch Recherche, [\(Peer\)Interviews](#), [Kurzfilme](#), [digitale Stories](#) usw., um die Zielgruppe und deren Sichtweisen und diverse Umstände kennenzulernen. Diese Ausweitung dient auch der Suche nach bisher unbedachten Teilaspekten der Problematik, denn manchmal kann die eigentliche Problematik auf den ersten Blick nicht ersichtlich oder nur das Symptom eines anderen Problems seins. Das Ausmaß der Recherche wird von den vorhandenen Ressourcen abhängen.
2. **Zusammenführen und fokussieren:** In einem zweiten Schritt geht es darum diese Erkenntnisse zusammenzuführen, beispielsweise durch ein kollektives [Mindmapping](#). Nach dem Mindmapping können die Teilnehmer*innen die einzelnen „Probleme“ priorisieren, indem sie z.B. Punkte vergeben oder diese mit der Zielgruppe diskutieren (falls die Teilnehmer*innen nicht selbst Teil der Zielgruppe sind). Anschließend können sie diskutieren welches dieser Probleme mit vorhandenen Ressourcen lösbar ist.
3. **Konkretisieren:** Im weiteren Verlauf sollen die Nutzer*innen dieser Lösung und ihre Bedürfnisse konkretisiert werden. Dabei kommen in partizipativen Design-Prozessen oft die Methoden der „[Personas](#)“ (fiktive Personenbeschreibungen/Profile mit diversen Merkmalen der Zielgruppen) oder „[User Stories](#)“ (Bedürfnisse der Personas in konkrete Geschichten

„übersetzen“) zum Einsatz. Anschließend können aus den bisher formulierten Bedürfnissen der Zielgruppe [Anforderungen an die Lösung](#) hergeleitet werden.

4. **Prototyping und Testen:** Nun sind wir in der Lösungsphase angelangt. Hier werden die ersten Lösungsideen in einem [Prototypen](#) festgehalten. Die Prototypen sollen in der frühen Phase noch nicht zu aufwendig sein, damit sie mit der Zielgruppe getestet und gegebenenfalls verändert werden können. Damit soll sichergestellt werden, dass einerseits keine wertvollen Ressourcen verschwendet werden, und die Zielgruppe andererseits früh eingebunden werden. In der App-Entwicklung wird anfangs beispielsweise mit „Mock-Ups“ gearbeitet, also mit real ausschauenden Screenshots der App, die allerdings noch nicht programmiert wurde. Die Prototypen sollten so lange [getestet und optimiert](#) werden, bis die Lösung für alle Teilnehmenden zufriedenstellend ist oder die Ressourcen ausgeschöpft sind.

1. Verstehen/ Recherche (Beispiele: Peer-Interviews, Digitale Stories, Kurzfilmerstellung)

Das Peer-Interview

Ziel	<ul style="list-style-type: none"> Falls die Teilnehmer*innen selbst Wissen über das Thema haben, können statt oder zusätzlich zu Expert*inneninterviews auch Peer-Interviews durchgeführt werden.
Material	<ul style="list-style-type: none"> Papier und Stift, Interviewfragen
Zeit	<ul style="list-style-type: none"> Ab 30 Min.
Ablauf	<ul style="list-style-type: none"> Je nach Thema und Ressourcen: Fragen vorgeben oder eigenständig von Teilnehmer*innen in Gruppen, Plenum oder einzeln entwickeln lassen Gegenseitiges Interview in 2er Teams (eine Person stellt Fragen, hört zu und notiert, dann wird gewechselt) Freiwillige können erste Einsichten und Eindrücke im Plenum präsentieren. Dabei sollen sie darauf achten keine persönlichen Daten der Interview-Partner*innen ohne deren Einverständnis mitzuteilen

Kurzfilme

Option 1: Digitale Stories

Weitere Einsichten in das Thema können auch durch „Digitale Stories“, also kurze Videos, die den Stil der „Stories“ auf sozialen Medien nachahmen, gesammelt werden. Dies kann unkompliziert und ohne filmisches Vorwissen durchgeführt werden und eignet sich insbesondere für die jüngere Zielgruppen. Die Methode wurde [hier](#) (Broschüre des Computational Empowerment Labs, ZLB/Universität Wien) ausführlich beschrieben.

Option 2: Kurzfilmerstellung (mit anschließendem Screening)

Falls genügend Ressourcen vorhanden sind (Filmequipment, Zeit, Personen mit Filmkenntnissen zur Anleitung), können Kurzfilme zum Thema erstellt werden, um den Teilnehmer*innen die Möglichkeit zu geben sich kreativ und ausführlich mit einem Thema zu beschäftigen und ihre Erkenntnisse mit einem roten Faden zu versehen. Falls die Teilnehmer*innen nicht Teil der Zielgruppe sind, können sie die Zielgruppe in die Filmproduktion einbinden. Im Projekt We:Design wurden die Kurzfilme zusätzlich in einem kleinem Stadtkino gezeigt, gefolgt von einem Publikumsgespräch. Diese finale Veranstaltung kann einerseits der Motivation und andererseits der Kommunikation und Wertschätzung ihrer Arbeit dienen (s. *Template für „Kurzfilmerstellung“ für einen detaillierten Beispielablauf*).

2. Zusammenführen und fokussieren (Beispiel: Mindmapping)

Ziel	<ul style="list-style-type: none"> Die Einsichten aus der Recherchephase in Gruppen durch Mindmapping zusammenbringen
Material	<ul style="list-style-type: none"> Großer Papierblock oder Flipchart-Papier, Stifte, kleine Aufkleber (z.B. grüne Punkte oder grüne Marker)

Zeit	<ul style="list-style-type: none"> • Ca. 30 Min.
Ablauf	<ul style="list-style-type: none"> • In Gruppen aufteilen • Das Hauptthema auf einem großen Blatt Papier in der Mitte aufschreiben und anschließend sammeln welche Herausforderungen/ Problemstellungen es zum Thema gibt <ul style="list-style-type: none"> ○ Schritt 1: Individuelles Sammeln (auf dem gleichen Papier) ○ Schritt 2: In der Gruppe (3-5 Personen) besprechen ○ Schritt 3: Jede Person markiert die (aus eigener Sicht) wichtigsten 3 Punkte mit grünen Aufklebern ○ Schritt 4: Präsentation der 3 am höchsten bewerteten und/oder von der Gruppe ausgewählten Stichwörter • Im Plenum wird anschließend (unter Anleitung) diskutiert welche zentralen Problemstellungen gelöst werden sollen und ob eine Lösung für dieses Problem überhaupt realistisch möglich ist.

3. Konkretisieren (Beispiele: Personas und User Stories)

Personas: Die Zielgruppe definieren

Ziel	<ul style="list-style-type: none"> • „Personas“ sind fiktive Beschreibungen diverser Vertreter*innen der Zielgruppe, basierend auf voriger Recherche (und, falls die Zielgruppe übereinstimmt, eigenen Erfahrungen). Dies soll einerseits weiteres Verständnis für die Zielgruppe stärken und andererseits die Teilnehmer*innen darauf vorbereiten, die Bedürfnisse der Zielgruppe konkretisieren zu können.
Material	<ul style="list-style-type: none"> • Template Personas (analog oder digital), Stifte
Zeit	<ul style="list-style-type: none"> • Mind. 30 Min.
Ablauf	<ul style="list-style-type: none"> • Pro Gruppe werden Templates (s. <i>Template Personas</i>) ausgeteilt oder der Link zur digitalen Version mitgeteilt. Die Anzahl der Templates (ein Template pro „Persona“) kann je nach verfügbarer Zeit variieren, es empfiehlt sich jedoch mindestens zwei auszufüllen. <ul style="list-style-type: none"> ○ Die Personas sollen diverse Merkmale der Zielgruppe haben und sich daher idealerweise unterscheiden ○ Zusätzlich können im Internet auch lizenzfreie Bilder von Personen (auf Plattformen wie Pixabay oder Unsplash) gesucht werden oder Bilder mit KI erstellt werden, um die Personas möglich fassbar zu machen. Dies kann auch genutzt werden, um stereotypische Vorstellungen über die Zielgruppe zu diskutieren • Anschließend können einzelne Personas präsentiert werden

User Stories: Die Bedürfnisse der Zielgruppe konkretisieren

Ziel	<ul style="list-style-type: none"> • Anforderungen/Wünsche und Probleme der Zielgruppe (zuvor manifestiert durch Personas) werden in einzelnen Sätzen formuliert. Diese sollen aus der Sicht der ausgewählten Personas geschrieben werden. Falls mehrere Personas erstellt wurden, können hier z.B. 2
-------------	--

	ausgewählt werden). Dies dient dem Verstehen der Zielgruppenbedürfnisse und dem Formulieren konkreter Anforderungen an die Lösung, bevor diese entwickelt wenn kann.
Material	<ul style="list-style-type: none"> • Analoge oder digitale Templates, Stifte
Zeit	<ul style="list-style-type: none"> • Ca. 30 Min.
Ablauf	<ul style="list-style-type: none"> • Template und Stifte austeilen (alternativ: digitale Templates, z.B. auf einem Padlet Board) – s. <i>Template User Stories</i> • Schritt 1 – Einen einfachen Satz formulieren, der sich auf ein bestimmtes Bedürfnis bezieht und auch begründet, warum dies erwünscht ist. Dabei sollte nur ein Satz formuliert werden, damit eine klare und konkrete Aussage entsteht. Damit wird auch das Herleiten der Anforderungen an die App erleichtert. <ul style="list-style-type: none"> ○ „Als [Persona XY] [möchte] ich, [damit].“ ○ Beispiel: „Als Benutzerin Jacky möchte ich, dass die App meine Rechtschreibfehler korrigiert, damit keine Fehler im Text stehen.“ • Schritt 2 – Ausformulierte Beschreibung, um die User Story zu ergänzen (in mehreren Sätzen): <ul style="list-style-type: none"> ○ Beschreibung soll Details zur User Story ergänzen Beispiel: „In der App soll es möglich sein den Text mit der Rechtschreibprüfung kontrollieren zu können. Desweiteren soll die App Fehler im Text in Echtzeit rot markieren. Das Feature soll dazu beitragen Benutzer*innen Sicherheit im Bewerbungsprozess zu geben.“

Anforderungen definieren

Ziel	<ul style="list-style-type: none"> • Basierend auf den konkreten Bedürfnissen der Zielgruppe können die Anforderungen an die Lösung definiert werden, um die Prototypenerstellung gezielter durchzuführen. Diese Kriterien sollen den Rahmen der Lösung abstecken, jedoch genügend kreativen Spielraum lassen. Diese Aktivität kann alternativ auch von der Projektleitung übernommen werden oder je nach Komplexität der Lösung und Zeit-Ressourcen gänzlich ausgelassen werden.
Material	<ul style="list-style-type: none"> • Analoge (z.B. Post-Its) oder digitale (Padlet, Trello etc.) Organisationshilfe
Zeit	<ul style="list-style-type: none"> • Ca. 30 Min.
Ablauf	<ul style="list-style-type: none"> • Die kollektiv gesammelten User Stories sollen zunächst für alle sichtbar sein - hier eignet sich die digitale Erstellung von User Stories (s.o.). Falls analoge Post-Its erstellt werden, können diese digitalisiert oder je nach Gruppengröße gemeinsam betrachtet werden • Die Gruppe kann anschließend im Plenum übergreifende Themen finden: unter welchen Überschriften würden sie bestimmte Bedürfnisse zusammenfassen? Achtung: hier ist das Ziel nicht nur zu abstrahieren – die Details sollen bestehen bleiben und bei der Lösungsentwicklung bedacht werden. Es geht nur darum übergreifende Themen/Kriterien und Überschneidungen zu finden. • Diese Liste der Anforderungen kann anschließend ebenfalls kollektiv bewertet werden, je nachdem wie realistisch die Umsetzung

	<p>bestimmter Anforderungen ist – diese können anschließend aussortiert werden.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vor dem nächsten Schritt soll klar werden, dass diese Anforderungen bei der Prototypenerstellung zu beachten sind.
--	--

4. Prototyping und Testen

Ziel	<ul style="list-style-type: none"> • In dieser Phase geht es darum einen oder mehrere Prototypen der Lösung anhand der bisherigen Recherche und gegebenenfalls vorher festgelegter Anforderungen zu kreieren. Dieser Prototyp soll als veranschaulichte Basis der finalen Lösung dienen.
Material	<ul style="list-style-type: none"> • Material-Tisch: Je nach Lösungstyp können einfache 2D Prototypen (z.B. eine analoge oder digitale Zeichnung) oder 3D Konstruktionen erstellt werden. Für die letztere Option werden oft bunte, vielfältige oder ungewöhnliche Materialien verwendet, um die Veranschaulichung zu ermöglichen und um die Kreativität bzw. neue Ideen anzukurbeln. Dazu können beispielweise Bastelmaterialien wie buntes Papier, Buntstifte, Knetmasse, Styroporbälle, Stoffe, Alufolie, Zahnstocher, Pfeifenputzer, Figuren, Federn, Legosteine, Schere, Kleber, Tesafilm, usw. verwendet werden. Je nach Art der Lösung können die Materialien auch angepasst werden. • Handouts: bei bestimmten Lösungen wie bei einer App kann es sinnvoll sein im Vorfeld die Templates des einzelnen Smartphone- oder Tablet-Screens zu erstellen, innerhalb derer Designs visualisiert werden sollen. Dies kann aber meistens auch von Teilnehmer*innen selbst umgesetzt werden.
Zeit	<ul style="list-style-type: none"> • Min. 30 Min.
Ablauf	<ul style="list-style-type: none"> • Im Vorfeld die Materialien auf einem Tisch verteilen. • In einer vorher festgelegten Zeit sollen in kleinen Gruppen (maximal 4 Personen) oder alternativ in Einzelarbeit unterschiedliche Prototypen entwickelt werden, die im Anschluss präsentiert werden <ul style="list-style-type: none"> ○ Die kollaborative Umsetzung der Prototypen kann auch je nach Gruppendynamik unterschiedlich gestaltet werden. Es können zunächst Ideen diskutiert werden, die danach gemeinsam umgesetzt werden. Es ist allerdings auch möglich sich zunächst, ohne die Ideen vorher zu diskutieren, zum Materialtisch zu begeben und zuerst die ansprechenden Materialien auszusuchen. Dies kann insbesondere bei 3D Prototypen hilfreich sein, um das „haptische Denken“, also das Denken mit den Händen anzukurbeln und sich von Materialien inspirieren zu lassen. • Die Prototypen können am Ende in einer Präsentation „gepitched“ werden. • Falls ein Prototyp ausgesucht oder die Prototypen evaluiert werden sollen, kann daraus ein Wettbewerb gemacht werden. Hierzu können alle Gruppen (eine Stimme pro Gruppe damit größere Gruppen keinen Vorteil haben) für einen Prototypen abstimmen (außer dem eigenem). Am Ende wird das Ergebnis verkündet und die Sieger*innen geehrt.

Testen und Re-Design

Ziel	<ul style="list-style-type: none"> • Sobald ein Prototyp fertig ist, kann es getestet werden. Im Falle einer App können die im Prototyping-Prozess entwickelten Designs zur App-Entwicklung genutzt werden. Dieses Produkt kann dann getestet, evaluiert und weiterentwickelt werden.
Material	<ul style="list-style-type: none"> • Es können die gleichen Materialien wie im vorigen Schritt verwendet werden.
Zeit	<ul style="list-style-type: none"> • Min. 30 Min.
Ablauf Testen	<ul style="list-style-type: none"> • Den finalen Prototypen in Gruppen ausprobieren so wie er in der Realität genutzt werden würde (unter möglichst realistischen Umständen). Falls die Teilnehmenden gleich die Zielgruppe sind, kann das gleich in diesem Kontext durchgeführt werden. Alternativ (und insbesondere, wenn dies nicht der Fall ist) kann das Testen mit der Zielgruppe vor Ort organisiert werden. • Das möglichst konkrete Feedback soll analog (z.B. Post-Its) oder digital (z.B. Padlet) verschriftlicht werden. Dies kann in Einzelarbeit oder in der Gruppe passieren. In der Gruppe können die Feedbackpunkte diskutiert und schließlich präsentiert werden. Es empfiehlt sich das Feedback zu quantifizieren (z.B. eine Minimumanzahl an Feedbackpunkten pro Gruppe oder Person).
Ablauf Re-Design	<ul style="list-style-type: none"> • Aufbauend auf den Testabläufen und dem gesammelten Feedback können die oben genannten Schritte aus dem Prototyping-Prozess wiederholt werden. Dies kann entweder allgemein passieren (was würdet ihr anders machen oder ergänzen?) oder durch Vorgaben präzisiert werden (wie würdet ihr XY re-designen?) • Je nach Komplexität können die letzten Schritte (Testen und Re-Design) so lange wiederholt werden, bis die Lösung finalisiert wird oder solange es die Ressourcen erlauben.