

- Was ist Think Aloud Testing?

Beim Think Aloud Test nutzen Personen ein Produkt oder einen Prototypen und sprechen dabei ihre Gedanken laut aus. So werden Denkprozesse, Erwartungen und Frustrationen sichtbar.

Impuls: Sag einfach alles laut, was dir während der Nutzung durch den Kopf geht – egal, wie banal oder spontan.

Projektstufe: Nutzerverständnis
 Schwierigkeitsgrad: ●●●●○
 Aufwendigkeitsgrad: ●●●●○
 Kostenpunkt: niedrig

→ Einzeltest mit Beobachter:innen |
 20–40 Minuten | Prototyp, Aufnahme-
 gerät und Beobachtungsbogen

So geht's →

Bereitet eine Aufgabe vor:

Überlegt euch, was die Testperson im Prototyp tun soll, zum Beispiel etwas finden, etwas buchen oder etwas ausprobieren.

Erklärt die Methode kurz:

Sagt der Person, dass sie während des Tests laut sagen soll, was sie denkt – völlig ohne Filter.

Lasst die Person den Prototyp nutzen:

Greift nicht ein. Schaut nur zu und hört aufmerksam zu.

Notiert alles Wichtige:

Schreibt auf, was leicht, schwierig, verwirrend oder überraschend war.

Sprecht danach gemeinsam darüber:

Fragt nach offenen Punkten und klärt Missverständnisse, aber erst nach dem Test.



→ Step eins: Beobachtetes Verhalten
Was tut die Testperson tatsächlich?

→ Step zwei: Laut ausgesprochene Gedanken
Was sagt die Person während der Nutzung?

→ Step drei: Abgeleitete Erkenntnisse / Pain Points
Was bedeutet das für das Verständnis, die Usability oder die nächste Iteration?

- Was ist Wizard Of Oz?

Eine Methode, bei der die Nutzer:innen glauben, mit einer echten Funktion zu interagieren, während diese im Hintergrund manuell von Personen simuliert wird. So kann man Ideen testen, bevor sie technisch entwickelt sind.

Impuls: Was passiert, wenn wir so tun, als wäre die Funktion echt – was lernen wir dadurch über Erwartungen der Nutzer:innen?

Projektstufe: Funktionsvalidierung
Schwierigkeitsgrad: ●●●●○
Aufwendigkeitsgrad: ●●●●○
Kostenpunkt: intensiv

→ Team | 30–60 Minuten | Interface-Attrappe, Laptop/Tablett, Operator im Hintergrund und Template (Ausgedruckt)

So geht's →

Legt fest, welche Funktion ihr simuliert:

Zum Beispiel ein Chatbot, eine Empfehlung oder ein automatischer Prozess.

Bereitet das sichtbare Interface vor:

Das kann eine Skizze, ein Klickdummy oder eine einfache Oberfläche sein.

Simuliert die Funktion im Hintergrund:

Eine Person im Team übernimmt den „Wizard“ und reagiert manuell auf Eingaben – die Testperson merkt nichts davon.

Lasst die Nutzer:in interagieren:

Beobachtet, was sie erwartet und wie sie sich verhält.

Haltet eure Erkenntnisse fest:

Welche Reaktionen zeigen Hinweise auf Bedürfnisse, Verständnis oder Erwartungen?

Prompts, die Ergebnisse verbessern



Ich entwickle einen Wizard-of-Oz-Prototyp für folgenden Service: Kontext: [z. B. „ein KI-gestützter Sprachassistent für psychische Gesundheit“]

Bitte simuliere Antworten des Systems, wenn ein:e Nutzer:in Folgendes sagt: [z. B. „Ich habe gerade eine Panikattacke“] Antworte empathisch, als wärst du der Assistent.

→ Was soll für die Nutzer:in wie eine echte Funktion wirken?
(Welche Aufgabe oder Interaktion wird simuliert?)

→ Was sieht oder macht die Nutzer:in während des Tests?
(Wie sieht das sichtbare Interface aus? Welche Schritte führt die Person aus?)

→ Was passiert hinter den Kulissen, damit die Simulation funktioniert?
(Welche Aktionen übernimmt der „Wizard“ unsichtbar?
Welche Eingaben/Antworten werden manuell gesteuert?)

→ Was lernen wir aus der Reaktion der Nutzer:in auf die Simulation?
(Welche Erwartungen, Missverständnisse, Wünsche oder
Überraschungen traten auf?)

- Was ist Role Play?

Ein Szenario wird nachgestellt, um Situationen, Emotionen, Bedürfnisse oder Pain Points realistisch erlebbar zu machen. Das stärkt Empathie und lässt Serviceideen konkret werden.

Impuls: Wie fühlt es sich an, in diese Situation einzutauchen und was zeigt sich, das wir vorher nicht gesehen haben?

Projektstufe: Nutzerverständnis
Schwierigkeitsgrad: ●●●●○
Aufwendigkeitsgrad: ●●●●●
Kostenpunkt: intensiv

→ Team | 20–40 Minuten | Rollenbeschreibungen, Raum für Bewegung, Requisiten optional und Template (Ausgedruckt)

So geht's →

Wählt eine typische Situation aus:

Zum Beispiel ein Gespräch, eine Beratungsstelle oder ein Nutzungsmoment.

Teilt die Rollen auf:

Eine Person spielt die Nutzer:in, eine Person spielt die andere Seite – oder ihr arbeitet in Gruppen.

Stellt die Szene nach:

Spielt den Ablauf durch, als wäre er echt – ohne zu stoppen.

Beobachtet, was passiert:

Achtet auf Emotionen, Reibungen, Missverständnisse oder positive Momente.

Sprecht danach über eure Eindrücke:

Was hat sich gut angefühlt? Was hat gestört?

Was wurde deutlich sichtbar?

Prompts, die Ergebnisse verbessern

Übernimm bitte die Rolle von: Rolle: [z. B. „eine Mutter mit wenig Zeit, die eine neue Kita-App ausprobiert“]

Ich werde dir Fragen stellen oder Funktionen beschreiben, und du reagierst so, wie die echte Person es wahrscheinlich tun würde.



Wie erlebt die Nutzer:in diese Situation Schritt für Schritt – und wo entstehen Hürden?

Erstellt einige Szenarien und beachtet die möglichen Hürden.

→ Was passiert in dieser Szene?	→ Was passiert in dieser Szene?	→ Was passiert in dieser Szene?
<i>Person, Requisiten und Emotionen</i>	<i>Person, Requisiten und Emotionen</i>	<i>Person, Requisiten und Emotionen</i>
→ Was passiert in dieser Szene?	→ Was passiert in dieser Szene?	→ Was passiert in dieser Szene?
<i>Person, Requisiten und Emotionen</i>	<i>Person, Requisiten und Emotionen</i>	<i>Person, Requisiten und Emotionen</i>

- Was ist Customer Journey Walkthrough?

Die gesamte Nutzungserfahrung wird Schritt für Schritt durchlaufen – aus Sicht der Nutzer:innen. Dabei werden Berührungspunkte, Schwächen und Chancen sichtbar.

Impuls: Was erlebt ein Mensch wirklich – von Anfang bis Ende – und wo verlieren wir sie unterwegs?

Projektstufe: Nutzerverhalten
Schwierigkeitsgrad: ●●●○○
Aufwendigkeitsgrad: ●●○○○
Kostenpunkt: niedrig

→ Team | 30–60 Minuten | Journey-Map, Post-its und Marker

So geht's →

Legt eine konkrete Nutzerreise fest:

Zum Beispiel: Vom ersten Interesse bis zur Buchung.

Geht die Reise Schritt für Schritt durch:

Versetzt euch in die Rolle der Nutzer:innen und erlebt die Journey wirklich.

Notiert Gefühle, Fragen und Hindernisse:

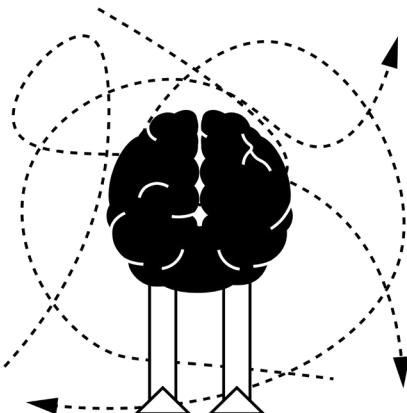
Was ist verwirrend? Was ist angenehm? Wo hakt es?

Markiert wichtige Momente:

Besonders die Stellen, an denen Nutzer:innen frustriert oder unsicher werden.

Leitet daraus Verbesserungen ab:

Welche Änderungen würden die Reise einfacher, klarer oder angenehmer machen?



	Bewusstsein	Erwägung	Entscheidung	Kaufentscheidung	Nutzung danach
Touchpoints					
Nutzerverhalten					
Nutzeremotion					
Nutzerbedürfnis					
Schmerzpunkt					
Chance					

- Was ist A/B testing?

Zwei Varianten einer Lösung (A und B) werden parallel getestet, um datenbasiert herauszufinden, welche besser funktioniert – z. B. im Verhalten.

Impuls: Welche Variante führt wirklich zu besseren Ergebnissen – und warum?

Projektstufe: Nutzerverhalten
 Schwierigkeitsgrad: ●●●●●
 Aufwendigkeitsgrad: ●●●●●
 Kostenpunkt: intensiv

→ Team oder Einzelanalyse | 45–120 Minuten (je nach Setup) | Zwei Varianten, Tracking, Zielmetriken und Template

So geht's →

Wählt zwei Varianten einer Idee:

Variante A und Variante B unterscheiden sich nur in einem klaren Punkt.

Bestimmt, wie ihr Erfolg messen wollt:

Zum Beispiel Klicks, Zeitersparnis, Verständnis oder Abschlussrate.

Zeigt jeder Person nur eine Variante:

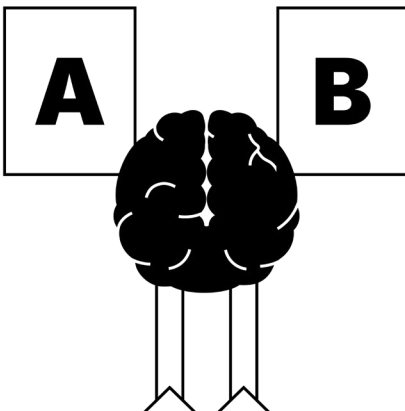
So bleibt der Vergleich fair und unbelastet.

Sammelt die Ergebnisse:

Notiert, welche Variante besser funktioniert – und warum.

Entscheidet euch für den Gewinner:

Die bessere Version wird weiterentwickelt oder erneut getestet.



Produkt A

Produkt B

→ Welche Nutzerreaktion erwarten wir von dieser Variante?	→ Welche Nutzerreaktion erwarten wir von dieser Variante?
→ Was verändert diese Variante konkret am Nutzererlebnis?	→ Was verändert diese Variante konkret am Nutzererlebnis?
→ Welche Risiken oder Nebenwirkungen bringt diese Variante mit sich?	→ Welche Risiken oder Nebenwirkungen bringt diese Variante mit sich?
→ Welche Entscheidung würde die Nutzer:innen schneller ans Ziel bringen?	→ Welche Entscheidung würde die Nutzer:innen schneller ans Ziel bringen?