

Emotional Usability

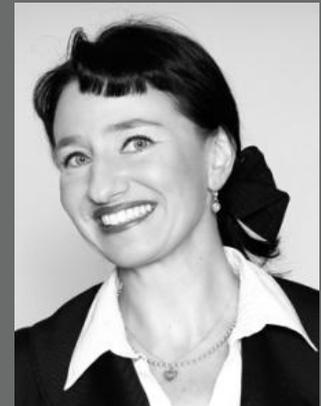
Sabrina Duda
users' delight

users' delight

Berlin, 12.12.12

Über mich

- **Diplom-Psychologin**
(Ingenieurpsychologie/Kognitive Ergonomie)
- Seit 1998 User Experience Research
- **1999** Gründung von **eye square**
- **users' delight:** Beratung & Forschung Emotional Usability



Was erwartet Sie in dieser Session?

- Menschliche Informationsverarbeitung
- Emotional Usability & User Experience
- Emotional Design Modell
- Emotionen
- Design Implikationen
- Emotional Websites
 - Texte
 - Bildwelten
 - Emotionale Bedürfnisse

Menschliche Informationsverarbeitung

Aufmerksamkeit & Emotionen

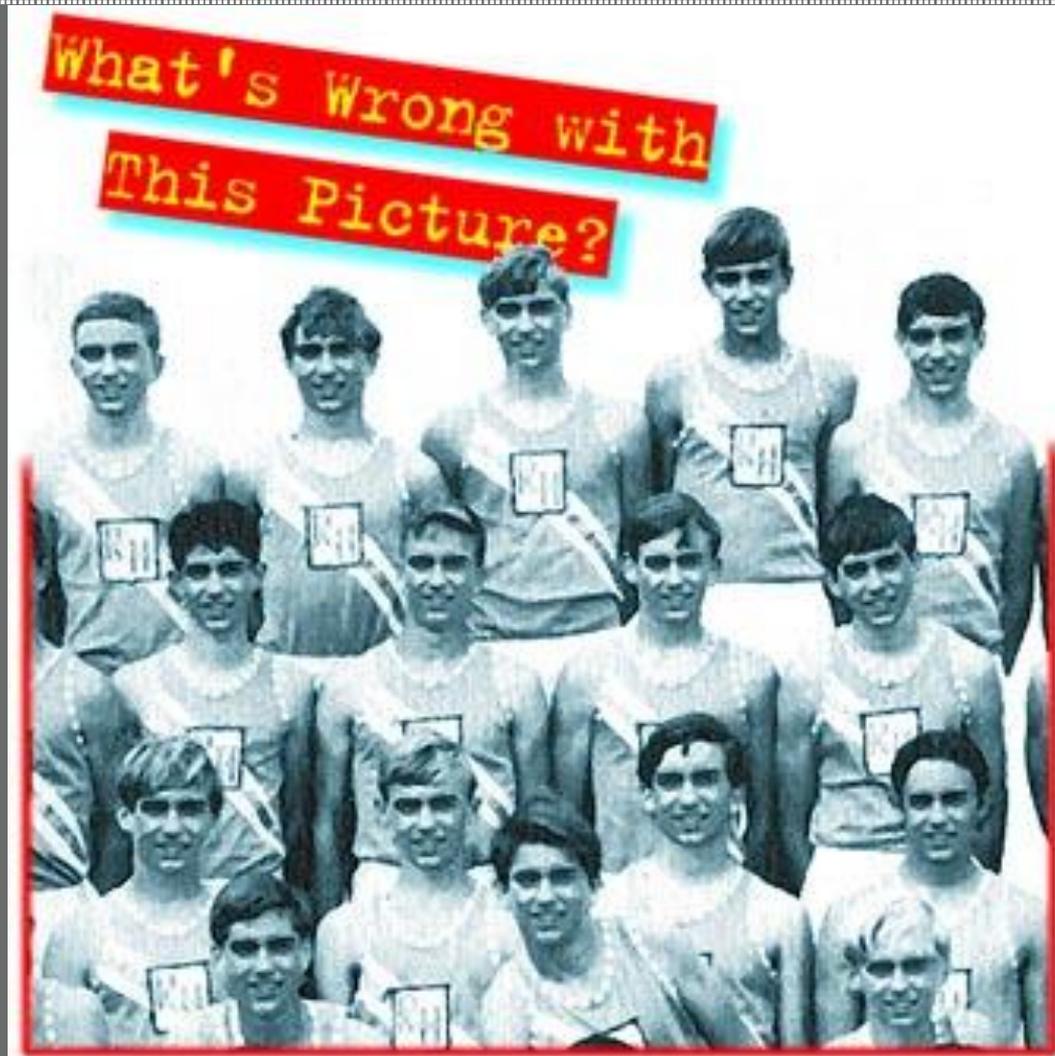
Goldpartner:



Veranstalter:



Was stimmt hier nicht?



16 mal dasselbe Gesicht!

Wir konzentrieren uns auf die Merkmale, die unterschiedlich sind, nämlich die Haare!

Unsere Aufmerksamkeit wird nicht auf unnötige Details verschwendet.

Aufmerksamkeitseffizienz

Informationen werden priorisiert.

ankuender,

ankuender.com

تتفق على الحفاظ على عقيدة من أجله
والله استأى يقرب من يلقن

Look Twice!® Rediscovering European Muslims.



Auf den ersten Blick scheint vieles unverständlich.



Erwartungen

Die Aufmerksamkeit wird von Erwartungen gesteuert.

„Sieht aus wie eine arabische Schrift, also kann ich es nicht lesen.“

Experiment Inattentional Blindness

<http://www.youtube.com/watch?v=VkrVozZR2c>

(1:41 - 2:35)

Inattentional Blindness

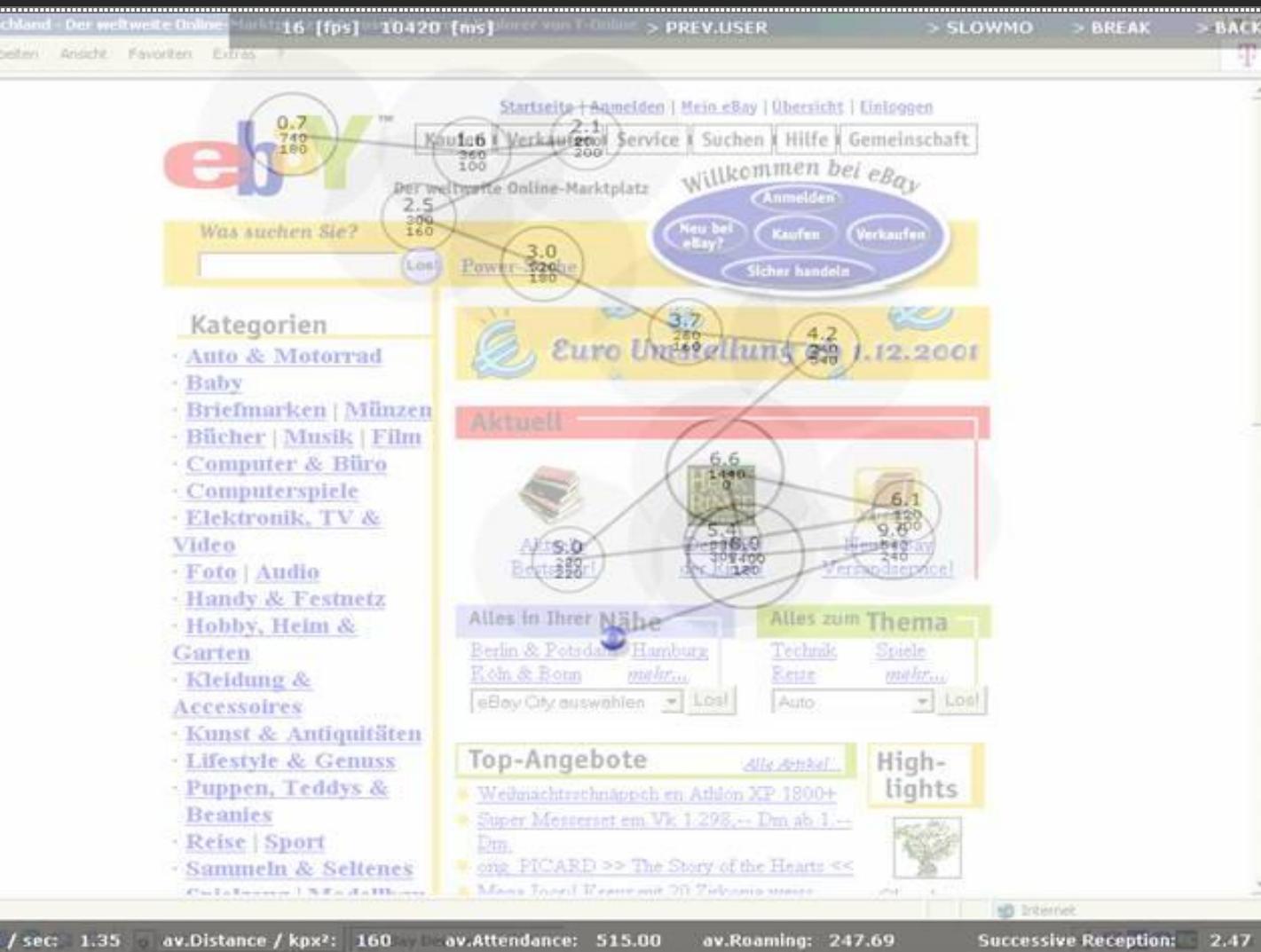
Experiment zur Inattentional Blindness oder Change Blindness (Veränderungsblindheit)

Der Mensch richtet seine Aufmerksamkeit auf die „wichtigen“ Dinge.

Er erwartet keine extremen oder ungewöhnlichen Veränderungen.

Selektive Aufmerksamkeit

Problem: Blaues Oval ist zu auffällig



Blickverlauf Eye Tracking:

Blaues Element mit wichtiger Navigation nicht gesehen!

Zu auffällig und andersartig gestaltet.

3...

2...

1...

meins!

eBay

www.ebay.de

WASCH WACHSST.

Hausmitteilung

22. September 2003

Betr.: SPIEGEL-Affäre, SPD, Jahrbuch

Vor vier Jahren wurde er als SPIEGEL-Affäre die Republik – der spezialisierte Versuch der Drogler, ein literarisches Magazin zu machen. Der SPIEGEL-Affäre ging es nicht um die Nachkriegsgeschichte Deutschlands, als Märkte für die Entwicklung der Persönlichkeit. Anderswo regnet es immer noch und erhebt seine Einsätze über Lebens um das freie Wort. So muss in den Staaten der indirekten Demokratie. Um den Kollegen über von den deutschen Erfahrungen zu erzählen, sagte der DKG-Medienbeauftragte Prof. Dr. G. G. eine in deutscher Sprache verfasste Darstellung der Ereignisse zu schreiben. Auf Einladung



Prof. Dr. G. G., Prof. Dr. G. G., Prof. Dr. G. G.

Mit einem Artikel, der die Ereignisse, die die Republik – der spezialisierte Versuch der Drogler, ein literarisches Magazin zu machen. Der SPIEGEL-Affäre ging es nicht um die Nachkriegsgeschichte Deutschlands, als Märkte für die Entwicklung der Persönlichkeit. Anderswo regnet es immer noch und erhebt seine Einsätze über Lebens um das freie Wort. So muss in den Staaten der indirekten Demokratie. Um den Kollegen über von den deutschen Erfahrungen zu erzählen, sagte der DKG-Medienbeauftragte Prof. Dr. G. G. eine in deutscher Sprache verfasste Darstellung der Ereignisse zu schreiben. Auf Einladung

des deutschen Reichsarchivs Hans-Friedrich Pöhlert sollten die Redaktionen Maria Dreier, Hans Böll und Jörg Meibohm gemeinsam einen Bericht über die Ereignisse des Buchs in München schreiben. Der Bericht war für die Öffentlichkeit zur Verfügung gestellt worden. „Nicht um gute Nachrichten zu gehen“, so Dr. G. G. „Nicht um die Ereignisse zu schreiben, sondern um die Ereignisse zu schreiben.“



Prof. Dr. G. G., Prof. Dr. G. G., Prof. Dr. G. G.

Mit einem Artikel, der die Ereignisse, die die Republik – der spezialisierte Versuch der Drogler, ein literarisches Magazin zu machen. Der SPIEGEL-Affäre ging es nicht um die Nachkriegsgeschichte Deutschlands, als Märkte für die Entwicklung der Persönlichkeit. Anderswo regnet es immer noch und erhebt seine Einsätze über Lebens um das freie Wort. So muss in den Staaten der indirekten Demokratie. Um den Kollegen über von den deutschen Erfahrungen zu erzählen, sagte der DKG-Medienbeauftragte Prof. Dr. G. G. eine in deutscher Sprache verfasste Darstellung der Ereignisse zu schreiben. Auf Einladung



www.spiegel.de

www.spiegel.de

Sind gute
Arzneimittel
bald
unbezahlbar?

Wir haben
was dagegen.



Arzneimittel
Ihres Vertrauens

www.hexal.de



Emotionaler Reiz: Gesichtereffekt

Die Aufmerksamkeit wird durch emotionale Reize gesteuert.

Emotional Usability & User Experience

Goldpartner:



Veranstalter:



Was ist Emotional Usability?



- Spaß an der Nutzung
- Joy of Use
- Hedonische Qualität (Marc Hassenzahl)

Definition Emotional Usability

„**Emotional Usability**“ ist das Ausmaß, in dem ein Produkt begehrenswert ist oder ein Bedürfnis befriedigt, das über das [...] funktionale Ziel hinausgeht“. 1994 von R. J. Logan



Spaß bei der Nutzung von interaktiven Produkten ist wichtig.
1988 Carroll, Thomas

Definition User Experience

User Experience:

Das ganzheitliche Erleben des Nutzers, alle **Wahrnehmungen** und **Reaktionen**, also auch **Emotionen**, in Bezug auf Produkt/System/Service Nutzung.

„A person's perceptions and responses that result from the use or anticipated use of a product, system or service“ (Definition ISO Norm ISO 9241-210)

„Usability wants us to die rich; UX wants us to die happy.“

Steven Landsburg, 1993

Do-Goals und Be-Goals



Do-Goals : Funktionaler Nutzen

Unmittelbarer Produktnutzen, Erfüllung einer Aufgabe.

Tun - Do

→ Ein Telefonat zur Terminabsprache.

Be-Goals : Emotionaler Nutzen

Z.B. Nähe, soziale Anerkennung.

Sein – Be

→ Telefonieren, weil man sich einsam fühlt.

Emotional Design Modell

von Donald A. Norman

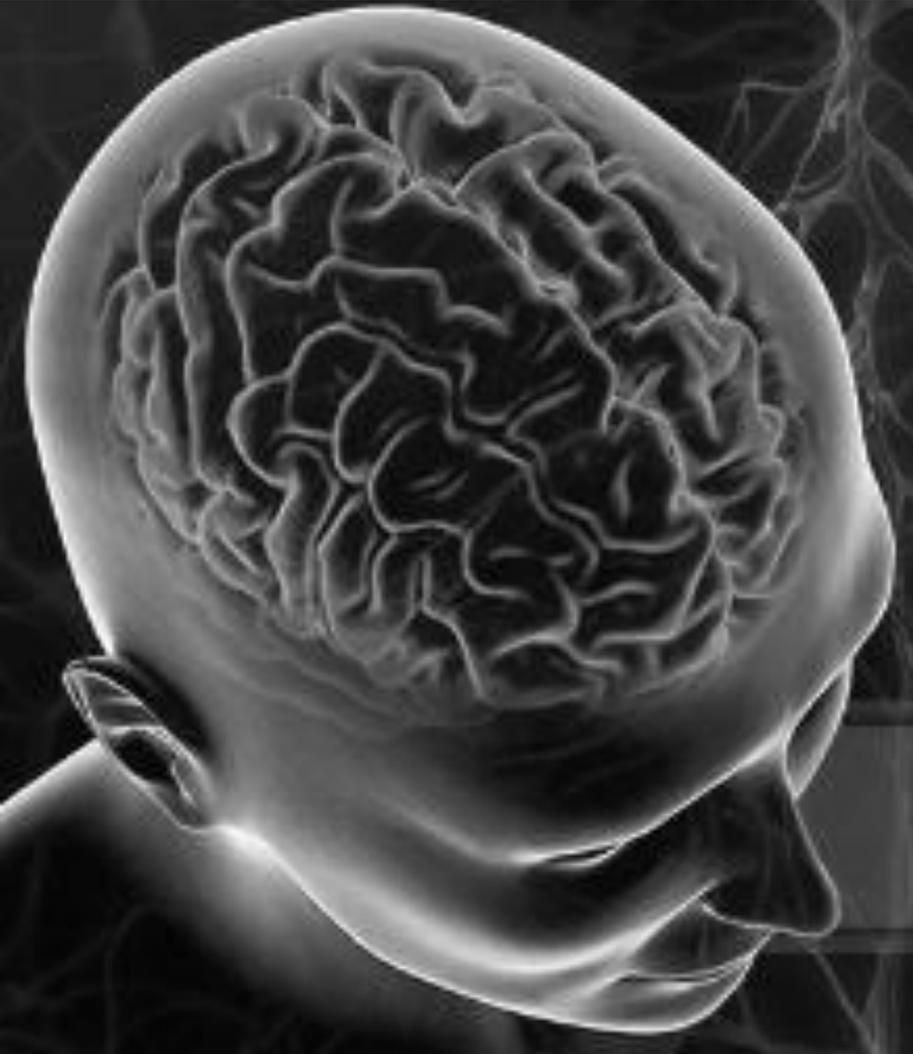
Goldpartner:



Veranstalter:



Emotional Design Modell



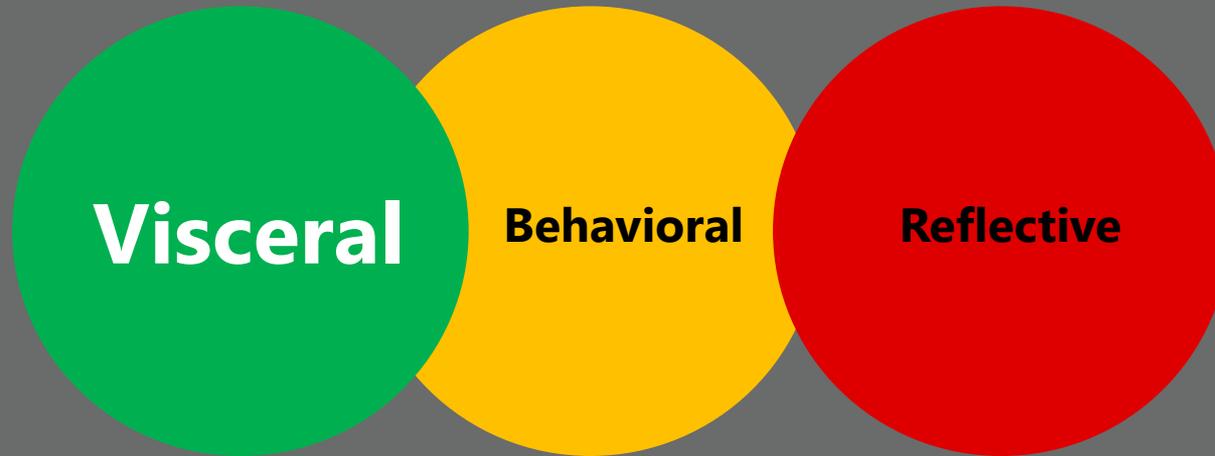
Wie das **Gehirn** eine **Erfahrung** verarbeitet:

Von der ersten **Reaktion** auf ein Produkt,

über die **Nutzung** eines Produktes,

bis hin zur persönlichen **Beziehung** zum Produkt.

Viszerale Ebene: Die „Oberfläche“



- Attraktivität, Ästhetik
- Oberfläche, Aussehen
- Form, Fühlen
- Unterbewusst, biologisch determiniert

Wie ist der erste Eindruck vom Produkt?

Die Natur steckt dahinter



Was der Mensch angeborener weise als positiv empfindet:

- Rund
- Glatt
- Helle, satte Farben
- Blumenduft, Geruch von Früchten
- Süßer Geschmack
- Symmetrie (auch symmetrische Gesichter und Körper)

Kinderspielzeug



Helle, satte Grundfarben
Angenehme Oberfläche
Runde Formen

Oder auch:



Business Apps

Business Apps

Collaboration Apps

Productivity Apps

Zoho → Business Apps



Assist

Connect and fix issues remotely, cost-effectively



Books

Manage your finances securely, easily



BugTracker

Ship better code with proper bug identification and fixes



Campaigns

Reach and Engage Your Customers



Creator

Build Custom Apps for your business needs



CRM

Close More Deals in Less Time



Invoice

Never miss getting paid on time again



Marketplace

Find Developers and Pre-build solutions to suit your organizational needs



People

Manage & Track your HR needs online



Recruit

Hire the right people fast easily

Behaviorale Ebene: Nutzung



- Funktionen des Produkts
- Performanz
- Nutzen
- Usability

Wie ist das Produkt in der Nutzung?

Funktionsjacke



Goldpartner:

conze
USER INTERFACES ENGINEERED

Heinrich & Reuter Solutions
HeiReS
DESIGN | DEVELOPMENT | TRAINING
KAMI fab KAMI Lab

mi | maximago
creating your interface

Veranstalter:

ppedv

Produktnutzung



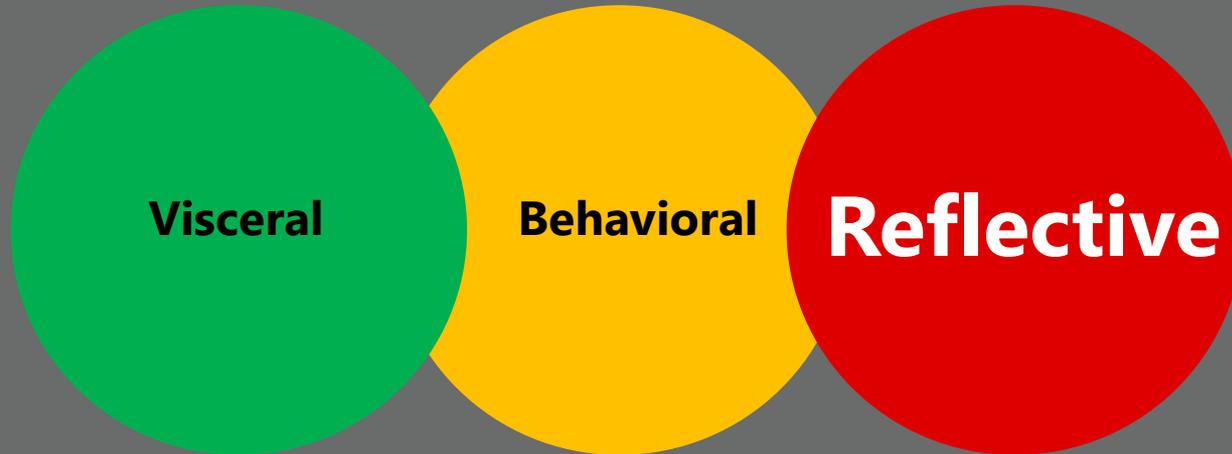
Goldpartner:



Veranstalter:



Reflektive Ebene: Persönliche Bindung



- Bedeutung, Wert, Image
- Das Produkt als Symbol
- Ausdruck des Selbst, der Persönlichkeit
- Gemeinsame Geschichte, Erinnerungen

Persönliche Bindung an das Produkt

Reflektive Ebene: Schwankungen



Hängt ab von:

- Geschmack
- Moden und Trends
- Bildung, Kultur, Erziehung
- Training und Übung

Handy als Ausdruck des Selbst



Emotional Design Modell im Überblick

Visceral

- Attraktivität, Ästhetik
- Form, Oberfläche

Der erste Eindruck

Behavioral

- Funktionen
- Nutzen
- Usability

Usability

Reflective

- Bedeutung, Wert
- Image
- Bezug zum Selbst

Produktbindung

Emotionen

Visceral

Die Ästhetik einer Oberfläche ruft Emotionen hervor.

Behavioral

Die Nutzung eines Produktes kann Spaß machen!
(oder negative Emotionen hervorrufen)

Reflective

Ein Produkt befriedigt psychologische Bedürfnisse.

Emotionen

Goldpartner:



Veranstalter:



Wild



Goldpartner:

conze
USER INTERFACES ENGINEERED

Heinrich & Reuter Solutions
HeiReS
DESIGN | DEVELOPMENT | TRAINING
KAMI Lab KAMI Lab

mi | maximago
creating your interface

Veranstalter:

ppedv

Heiss



Goldpartner:



Veranstalter:



Kühle Logik



Ohne Emotionen keine Entscheidungen

Experiment von Neurowissenschaftler Antonio Damasio, 1994:

Gehirnverletzungen in Bereichen, die für Emotionen zuständig sind:

→ Menschen sind nicht mehr in der Lage, Entscheidungen zu treffen und im Alltagsleben zu funktionieren.
(wann stehe ich auf, was esse ich, was kaufe ich ein)

Um Entscheidungen treffen zu können, brauchen wir Emotionen!

Schnelle Reduzierung von Optionen



Schnelle Entscheidungen zwischen gut und schlecht;
angenehm und unangenehm.

Optionen werden sinnvoll reduziert.

Rationale Entscheidung?



Viele Entscheidungen sind reine Gefühls- und Geschmacksfragen, können gar nicht rational getroffen werden.

Wie Emotionen das Denken beeinflussen



Positive Emotionen

- Verbreiterung des Denkens
- Mehr Problemlösestrategien
- Kreatives Denken
- Fehlertoleranter



Negative Emotionen

- Verengung des Denkens
- Auf Problem fokussiert
- Gefahr des Tunnelblicks
- Fehler werden nicht verziehen

Design Implikationen

Goldpartner:



Veranstalter:



Situationen mit negativen Emotionen

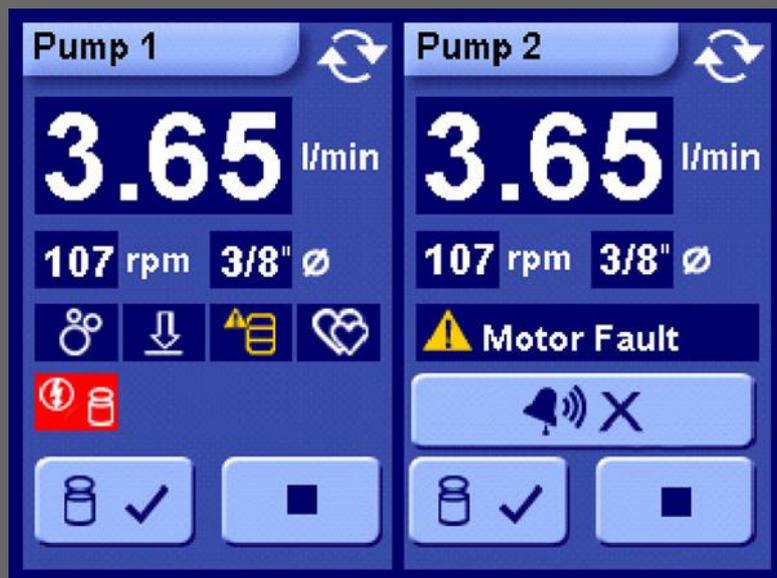
Wenn Menschen ängstlich und gestresst sind, sind sie fokussierter.

Designimplikationen:

- Alle nötigen Informationen müssen zur Hand sein.
- Klares eindeutiges Feedback.
- Auf Details beim Design achten.

Interface Herz-Lungen-Maschine

User Interface der Herz-Lungen-Maschine HLM S5 der Sorin Group Deutschland



<http://www.medical-safety-design.de/aktuelles/aktuelles--erste-hilfe-fuer-medizintechnik/>

Interface Cockpit



Situationen mit positiven Emotionen

Wenn Menschen zufrieden und entspannt sind, sind sie kreativer im Denken.

Designimplikationen:

- Das Interface kann verspielter sein; es braucht nicht alles auf den ersten Blick ersichtlich sein.
- Der Nutzer achtet weniger auf Details; die Gesamtatmosphäre ist wichtiger.

Game Interfaces



Game Interfaces



Game Interfaces

小学二年级 950 964 离开 小学二年级 999

今日还可以发起 17 次挑战! 必赢 必败!

离免费对手刷新还剩 00:00:00 刷新!

排行榜

排行	好友	连胜
1	风雷之舞	68
2	4D采鸟	52
3	lo鱼king	46
4	守涯皇皇	46
5	阿酷	44
6	TS金脾气	41
7	xxxxxxxxx	39
8	暗星寒	37

Invincible 小学二年级
等级 11 排名无 积分 964.83 奖牌 1127 连胜 0

更换技能
更换装备
找人切磋
世界比武
国家联赛
我的徒弟

重要信息: 现为世界比武决赛的押注时间, 请点击押注.

全部 当前 组队 世界 国家 私聊 系统 +

个人 查看 【1小时前】你主动挑战 陪练学员 胜利! 积分增加 10.09, 获得 9 块奖牌!

个人 查看 【1小时前】你主动挑战 陪练学员 胜利! 积分增加 9.96, 获得 9 块奖牌!

个人 查看 【1小时前】你挑战 小学一年级 军阶关卡BOSS失败! 不提升下自己再来挑战吧。

个人 查看 【1小时前】你主动挑战 陪练学员 胜利! 积分增加 9.96, 获得 9 块奖牌!

个人 查看 【1小时前】你挑战 小学一年级 军阶关卡BOSS失败! 不提升下自己再来挑战吧。

POCKET NINJA

Game Interfaces



Emotional Websites

Goldpartner:



Veranstalter:



Emotionalisierung durch Ästhetik

- **Grafik, Farben, Schrift**

- Atmosphäre, Orientierung

- **Bildwelten**

- Emotionalität

- Fotos von Menschen

- (Identifikation, persönlicher Bezug,
Lebenswelten/Lebensgefühl)

Bildwelten

Goldpartner:



Veranstalter:



Mobile.de – Usability Forschungsprojekt

- Usability Optimierung der Suchfunktion
- Redesign und Emotionalisierung der Seite

Projektpartner:

mobile.de, eye square, interactive tools



interactive^{tools}

Goldpartner: **conze**
USER INTERFACES ENGINEERED

Heinrich & Reuter Solutions
HeiReS
DESIGN | DEVELOPMENT | TRAINING
KAMI fab KAMI Lab

mi | maximago
creating your interface

Veranstalter:  **ppedv**

Basismessung Design 2005

Untersuchungsdesign

- Lab & Online
- Eye Tracking & Mouse Tracking

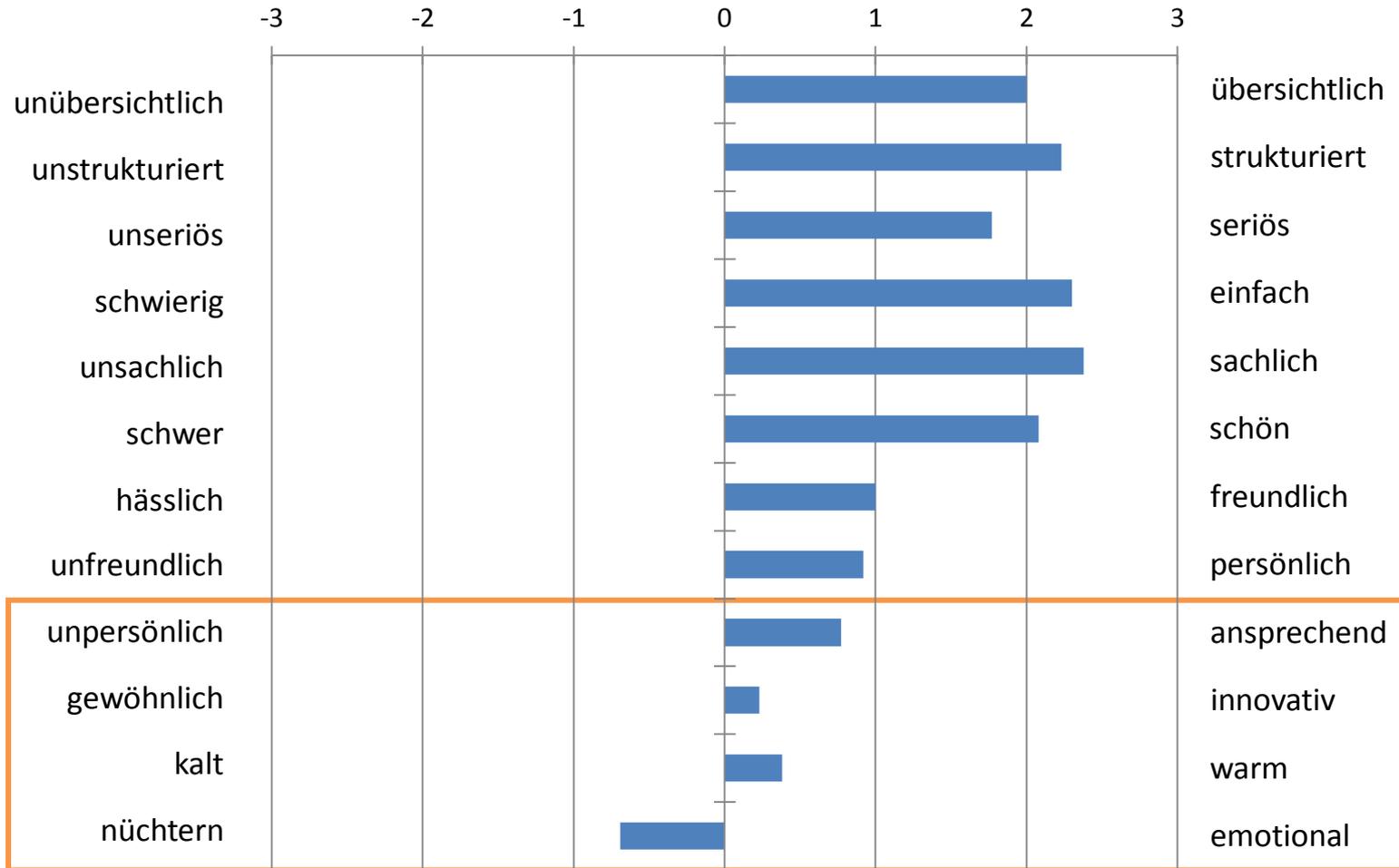
Negative Assoziationen zum alten Website Design

- „Schwarz-Weiß-Fernsehen“
- „Tageszeitung“
- „Word-Dokument“
- „Befehlszeile“
- „Todesgrau“
- „Nebliger Novembertag“

User Sven L., 42:

„Die Seite wirkt hier so trist - wie so ein nebliger Novembertag hier in Berlin.“

Basismessung Design 2005



Basismessung: Test der Suchfunktion 2007

Untersuchungsdesign

- Lab & Online
- Eye Tracking & Mouse Tracking

Ergebnisse

- Fokus auf Schnellsuche
- Einstieg über Schnellsuche
- Optimierungsbedarf bei Suchfunktion



Blickdichteverteilung (N=20)

Ziele Relaunch mobile.de

Inszenierung der Suche

- Wohlfühlfaktor erhöhen
- Emotionalisierung des Portals
- Joy of Use

Goldpartner:



Veranstalter:



Die Suche ist der Star

SUCHEN ANBIETEN

 **Pkw suchen**   

Marke

Modell

Preis bis

Erstzulassung ab

Kilometer max.

Kraftstoff

PLZ
Umkreis

[> Detailsuche](#) [Treffer anzeigen >](#)

Der Star braucht eine Bühne

- Suche ins Rampenlicht rücken
- Emotionalisierung durch Bühne

SUCHEN

ANBIETEN

SUCHEN

ANBIETEN

INFORMIEREN

MEIN MOBILE.DE

HÄNDLER

 Pkw suchen



Marke

Beliebig 

Modell

Beliebig 

Preis bis

Beliebig 

Erstzulassung ab

Beliebig 

Kilometer max.

Beliebig 

Kraftstoff

Beliebig 

PLZ

Umkreis

Kein 

[Detailsuche](#)

Treffer anzeigen: 1.063.548 

Autos für Stilbewusste >>>>



Im Vergleich

mobile.de Hilfe | Übersicht | Kontakt | Sprache

HOME SICHERHEIT RATGEBER MARKENFORUM UNTERNEHMEN

mobile.de - der Automarkt für Gebrauchtwagen und Neufahrzeuge

Hier können Privatpersonen und Autohändler ([Händler-Login](#)) Fahrzeuge [anbieten](#) und [suchen](#).

Aktuell inserierte Fahrzeuge

				
VW EUR 22.980	Ford EUR 7.990	Mercedes-Benz EUR 89.131	Knaus EUR 23.600	BMW EUR 9.600

Pkw-Schnellsuche

Marke	Modell
Beliebig	Beliebig
Preis bis	Erstzulassung ab
Beliebig	Beliebig
Kilometer max.	Kraftstoffart
Beliebig	Beliebig
PLZ	Umkreis
	Kein

[zur Detailsuche](#) Suche starten

Mit der neuen Suche!

mobile.de

- Teile & Zubehör
- Reifen & Felgen
- Services & Reparaturen
- Händler-Suche
- Versicherung
- Leasing
- Finanzierung
- Mein Inserat

mobile.de Deutschlands größter Fahrzeugmarkt Hilfe | Übersicht  Deutsch

SUCHEN ANBIETEN SUCHEN ANBIETEN INFORMIEREN MEIN MOBILE.DE HÄNDLER

SUCHEN **ANBIETEN**

Pkw suchen    

Marke: Beliebig Modell: Beliebig

Preis bis: Beliebig Erstzulassung ab: Beliebig

Kilometer max.: Beliebig Kraftstoff: Beliebig

PLZ: Umkreis: Kein

[Detailsuche](#) Treffer anzeigen: 1.063.548

Autos für Stilbewusste >>>



Aktuell inserierte Fahrzeuge

	Subaru EUR 8.880
	Suzuki EUR 12.444
	Mercedes EUR 8.880

Nullkommanix Geschenk Kostenlos Für lau Gratis

Wir wollen Ihr Auto, nicht Ihr Geld!
Ab sofort inserieren Privatanbieter Ihr Fahrzeug kostenlos über mobile.de.

MEHR STIL IN 30 SEKUNDEN



CITROËN C5

Anzeige

Komposition der Bildwelten

- Wie gelingt der Ausgleich zwischen Motiv, Suche und Marke?
- Wie kann das Bild zur Suche hinleiten, ohne zu viel Aufmerksamkeit zu beanspruchen?
- Wie viel „Mensch“ darf bzw. wie viel „Auto“ muss sein?

Einloggen ▾

| Hilfe

| Übersicht

Deutsch ▾



Deutschlands größter Fahrzeugmarkt

SUCHEN

ANBIETEN

SUCHEN

ANBIETEN

INFORMIEREN

MEIN MOBILE.DE

HÄNDLER

Pkw suchen

Marke
 ▾

Modell
 ▾

Preis bis
 ▾

Erstzulassung ab
 ▾

Kilometer max.
 ▾

Kraftstoff
 ▾

PLZ
Umkreis ▾

> Detailsuche

Treffer anzeigen >



Einloggen

Hilfe

Übersicht

Deutsch

mobile.de

Deutschlands größter Fahrzeugmarkt

SUCHEN

ANBIETEN

SUCHEN

ANBIETEN

INFORMIEREN

MEIN MOBILE.DE

HÄNDLER

Pkw suchen

Marke

Beliebig

Modell

Beliebig

Preis bis

Beliebig

Erstzulassung ab

Beliebig

Kilometer max.

Beliebig

Kraftstoff

Beliebig

PLZ

Umkreis

Kein

> Detailsuche

Treffer anzeigen



Einloggen ▾

| Hilfe

| Übersicht

Deutsch ▾



Deutschlands größter Fahrzeugmarkt

SUCHEN

ANBIETEN

SUCHEN

ANBIETEN

INFORMIEREN

MEIN MOBILE.DE

HÄNDLER

Pkw suchen

Marke
 ▾

Modell
 ▾

Preis bis
 ▾

Erstzulassung ab
 ▾

Kilometer max.
 ▾

Kraftstoff
 ▾

PLZ
Umkreis ▾

> Detailsuche

Treffer anzeigen >



Einloggen ▾

| Hilfe

| Übersicht

Deutsch ▾



Deutschlands größter Fahrzeugmarkt

SUCHEN

ANBIETEN

SUCHEN

ANBIETEN

INFORMIEREN

MEIN MOBILE.DE

HÄNDLER

Pkw suchen

Marke
Beliebig ▾

Modell
Beliebig ▾

Preis bis
Beliebig ▾

Erstzulassung ab
Beliebig ▾

Kilometer max.
Beliebig ▾

Kraftstoff
Beliebig ▾

PLZ Umkreis
Kein ▾

> Detailsuche

Treffer anzeigen >



Einloggen

Hilfe

Übersicht

Deutsch

mobile.de

Deutschlands größter Fahrzeugmarkt

SUCHEN

ANBIETEN

SUCHEN

ANBIETEN

INFORMIEREN

MEIN MOBILE.DE

HÄNDLER

Pkw suchen

Marke
Beliebig

Modell
Beliebig

Preis bis
Beliebig

Erstzulassung ab
Beliebig

Kilometer max.
Beliebig

Kraftstoff
Beliebig

PLZ
Umkreis
Kein

Detailsuche

Treffer anzeigen



User Experience Research

Studien zu Startseite und Bildwelten

User Test neues Design

Untersuchungsdesign

- Lab & Online
- Eye Tracking & Mouse Tracking
- Prototyp (2 Designs)



Ergebnisse

Schnellsuche:

- Prominent platziert
- Starker Call-to-Action
- Erhöhte Akzeptanz und empfundene Bedienungsfreundlichkeit

Neues Design:

- Übersichtlich
- Freundlich und ansprechend
- Modern

Marke mobile.de bezüglich Bewertung des Designs und Emotionalität stark verbessert!

Welches Motiv gewinnt?

mobile.de Deutschlands größter Fahrzeugmarkt

Hilfe Übersicht Login Deutsch

SUCHEN ANBIETEN

SUCHEN ANBIETEN INFORMIEREN MEIN MOBILE.DE HÄNDLER

PKW suchen

Marke: Beliebig Modell: Beliebig

Preis bis: Beliebig Erstzulassung ab: Beliebig

Kilometer max.: Beliebig Kraftstoff ab: Beliebig

PLZ: Umkreis: Kein

> Detailsuche Treffer anzeigen: 1.063.548

Autos für Stilbewusste >>>>

mobile.de Deutschlands größter Fahrzeugmarkt

Hilfe Übersicht Login Deutsch

SUCHEN ANBIETEN

SUCHEN ANBIETEN INFORMIEREN MEIN MOBILE.DE HÄNDLER

PKW suchen

Marke: Beliebig Modell: Beliebig

Preis bis: Beliebig Erstzulassung ab: Beliebig

Kilometer max.: Beliebig Kraftstoff ab: Beliebig

PLZ: Umkreis: Kein

> Detailsuche Treffer anzeigen: 1.063.548

Autos für jeden Typ >>>>

Motiv Oldtimer!

Motiv Oldtimer gegenüber Motiv Sonnenbrille eindeutig bevorzugt!



Optimierungspotenzial:

- Superteaser teilweise als Werbung missverstanden und nicht als Einstieg genutzt.

Deshalb Superteaser in weiterer Studie getestet.

User Test Superteaser

Untersuchungsdesign

- Lab
- N=15
- Eye Tracking
- 3 Superteaser



Welches Motiv gewinnt?

mobile.de Deutschlands größter Fahrzeugmarkt

Hilfe | Übersicht Deutsch

SUCHEN ANBIETEN INFORMIEREN MEIN MOBILE.DE HÄNDLER

SUCHEN ANBIETEN

Pkw suchen

Marke: Modell:

Preis bis: Erstzulassung ab:

Kilometer max.: Kraftstoff:

PLZ: Umkreis:

[Detailsuche](#) **Treffer anzeigen: 1.063.548**



Schunkeln Sie ganz gemütlich in die Ferien:
Wohnmobile schon ab 999 Euro auf mobile.de

Jetzt Wohnmobile suchen

mobile.de Deutschlands größter Fahrzeugmarkt

Hilfe | Übersicht Deutsch

SUCHEN ANBIETEN INFORMIEREN MEIN MOBILE.DE HÄNDLER

SUCHEN ANBIETEN

Pkw suchen

Marke: Modell:

Preis bis: Erstzulassung ab:

Kilometer max.: Kraftstoff:

PLZ: Umkreis:

[Detailsuche](#) **Treffer anzeigen: 1.063.548**

Inserieren für 0 €

*Wir wollen Ihr Auto nicht Ihre Geld:
Deshalb gilt ab sofort:
Inserate auf mobile.de sind kostenlos.*

Jetzt kostenlos inserieren >>>

mobile.de Deutschlands größter Fahrzeugmarkt

Hilfe | Übersicht Deutsch

SUCHEN ANBIETEN INFORMIEREN MEIN MOBILE.DE HÄNDLER

SUCHEN ANBIETEN

Pkw suchen

Marke: Modell:

Preis bis: Erstzulassung ab:

Kilometer max.: Kraftstoff:

PLZ: Umkreis:

[Detailsuche](#) **Treffer anzeigen: 1.063.548**

Wir wollen Ihr Auto, nicht Ihr Geld
Deshalb inserieren Privatanbieter kostenlos bei mobile.de



Jetzt kostenlos inserieren

Ergebnisse

Superteaser auf der Startseite hat starken, relativ stabilen Einfluss auf die Gesamtwahrnehmung der Marke.

- Motiv Sonnenuntergang gefiel den meisten
- Motiv Sportwagen polarisierte
- Motiv Wohnwagen zu blass und farblos

Wirkung der Bildwelten im Superteaser in weiterer Studie getestet.



User Test Bildwelten

Untersuchungsdesign

- Lab
- Eye Tracking
- 4 Bildwelten



Welches Motiv gewinnt?

mobile.de Deutschlands größter Fahrzeugmarkt

Hilfe Übersicht Login Deutsch

SUCHEN ANBIETEN INFORMIEREN MEIN MOBILE.DE HÄNDLER

SUCHEN ANBIETEN

PKW suchen

Marke: Beliebig Modell: Beliebig

Preis bis: Beliebig Erstzulassung ab: Beliebig

Kilometer max.: Beliebig Kraftstoff ab: Beliebig

PLZ: Umkreis: Kein

Detailsuche Treffer anzeigen: 1.063.548

Junge Gebrauchte
Wie neu, aber günstig im Preis:
Gebrauchtwagen bis 20.000 Euro zu verkaufen
Jetzt auf mobile.de

mobile.de Deutschlands größter Fahrzeugmarkt

Hilfe Übersicht Login Deutsch

SUCHEN ANBIETEN INFORMIEREN MEIN MOBILE.DE HÄNDLER

SUCHEN ANBIETEN

PKW suchen

Marke: Beliebig Modell: Beliebig

Preis bis: Beliebig Erstzulassung ab: Beliebig

Kilometer max.: Beliebig Kraftstoff ab: Beliebig

PLZ: Umkreis: Kein

Detailsuche Treffer anzeigen: 1.063.548

Junge Gebrauchte
Wie neu, aber günstig im Preis:
Gebrauchtwagen bis 20.000 Euro zu verkaufen
Jetzt auf mobile.de

mobile.de Deutschlands größter Fahrzeugmarkt

Hilfe Übersicht Login Deutsch

SUCHEN ANBIETEN INFORMIEREN MEIN MOBILE.DE HÄNDLER

SUCHEN ANBIETEN

PKW suchen

Marke: Beliebig Modell: Beliebig

Preis bis: Beliebig Erstzulassung ab: Beliebig

Kilometer max.: Beliebig Kraftstoff ab: Beliebig

PLZ: Umkreis: Kein

Detailsuche Treffer anzeigen: 1.063.548

Attraktive Gebrauchte
Wie neu, aber günstig im Preis:
Gebrauchtwagen bis 20.000 Euro zu verkaufen
Jetzt auf mobile.de

mobile.de Deutschlands größter Fahrzeugmarkt

Hilfe Übersicht Login Deutsch

SUCHEN ANBIETEN INFORMIEREN MEIN MOBILE.DE HÄNDLER

SUCHEN ANBIETEN

PKW suchen

Marke: Beliebig Modell: Beliebig

Preis bis: Beliebig Erstzulassung ab: Beliebig

Kilometer max.: Beliebig Kraftstoff ab: Beliebig

PLZ: Umkreis: Kein

Detailsuche Treffer anzeigen: 1.063.548

Junge Gebrauchte
Wie neu, aber günstig im Preis:
Gebrauchtwagen bis 20.000 Euro zu verkaufen
Jetzt auf mobile.de

Goldpartner:

conze
USER INTERFACES ENGINEERED

Heinrich & Reuter Solutions
HeiReS
DESIGN | DEVELOPMENT | TRAINING
KAMI fab KAMI Lab

mi maximago
creating your interface

Veranstalter:

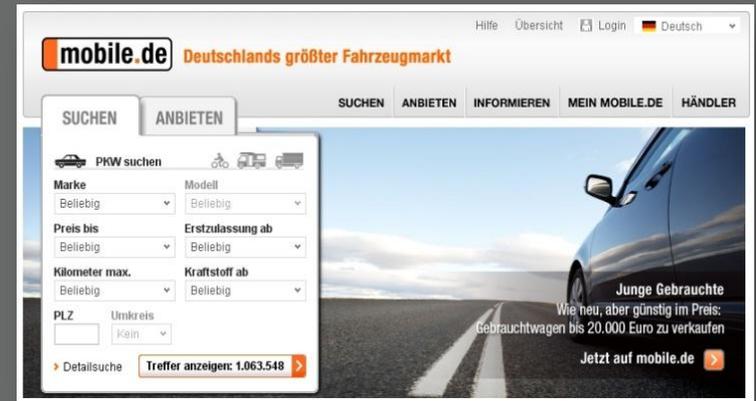
ppedv

Gewonnen haben...

Cabrio: Dynamik und Freude am Fahren



Straße: Weite und Dynamik



- Motiv **Oldtimer** transportiert gute Grundstimmung, ist aber zu speziell.
- Motiv **Autos** wirkt überladen und kann am wenigsten überzeugen.

Keylearnings Bildwelten

- Auto in realistischer Fahrsituation
- Dynamik und Spaß am Fahren
- Hintergrund freundlich und neutral



Gesamtergebnis

- Marktführer im Online Fahrzeugmarkt 2005: Autoscout24.de.
- Neuausrichtung der Websiteentwicklung von mobile.de durch umfassende User Research (2005 bis 2009).
- Hauptziele der User Research und Website Neuentwicklung:
 - User Experience erhöhen
 - Joy of Use erhöhen

mobile.de wurde Deutschlands größter Fahrzeugmarkt!

Emotionalisierung durch Ansprache



- Persönliche Ansprache und Motivierung
- Aufbau einer emotionalen Verbindung zum Nutzer
- Zielgruppengerechte Ansprache

Persönliche Ansprache neuer Nutzer

The image shows two overlapping screenshots of the Vimeo website. The top screenshot features the Vimeo logo, a 'Join Vimeo' button, and navigation links for 'Log In', 'Explore', and 'Help'. A search bar is visible on the right. The main heading reads 'Welcome, you're new, aren't you?' followed by the text 'Vimeo is a respectful community of creative people who are passionate about sharing the videos'. The bottom screenshot shows a similar layout but with a large central text overlay: 'Your videos belong here.' Below this is a sign-up form with three input fields: 'First and Last Name', 'Email Address', and 'Password'. A green 'Join' button is to the right of the 'Password' field. Below the 'First and Last Name' field is a checkbox labeled 'I accept the Vimeo Terms of Service'. To the right of the form is a 'Log in with Facebook' button. On the right side of the bottom screenshot, there is a vertical sidebar with a green 'Sign up for Vimeo' button and a blue 'Advertisement' section featuring a large white plus sign on a blue background and the text 'Want more from V Get Vimeo Plus'.

Lockerer Text „klingt komisch, is aber so“



Proviant
Berlin

Über Uns
Smoothies
Limonade & Schorle
Individuelles Etikett
Lieferservice
Kontakt

Fruchtmanufaktur
~ seit 2009 ~



Willkommen bei Proviant in Berlin!

Seit 2009 mixen wir in unserer Fruchtmanufaktur in Berlin-Kreuzberg leckere Smoothies aus frischem Bio-Obst. Bei uns gilt der Grundsatz: Es kommt nur das rein, was auch rein soll. Dabei machen wir keine Kompromisse, was Zutaten oder Geschmack angeht. Klingt komisch, is aber so.



Es lebe Berlin.

Meine BVG ?

Name

Passw



BVG-Shop

Für Touristen

Liniennetz



Fahrplanauskunft

Von

Nach

Am

Um An Ab

→ Erweiterte Suche

- Startseite
- Fahrplanauskunft
- Linien, Netze & Karten
- Tickets & Tarife
- Service & Sicherheit
- Ausflüge & Erlebnisse
- Dienstleistungen & Weitere Angebote
- Das Unternehmen
- Meine BVG

Alle Hintergründe zu



- [Verkehrsmeldungen](#) NEU
- [Aufzugsstörungen](#)

Abo-Aktion verlängert bis 31.12.2012!



"Abo empfehlen, 40-Euro-Prämie sichern."
 Das BVG Abo für die VBB-Umweltkarte empfehlen und 40 Euro Prämiegutschein sichern: Jetzt lohnt es sich besonders, Freunde und Bekannte von den Vorteilen der VBB-Umweltkarte im BVG Abo zu überzeugen, denn bis zum 31. Dezember 2012 belohnen wir die Werbung eines neuen Abonnenten für die VBB-Umweltkarte mit einem 40-Euro-Prämiegutschein, einzulösen bei attraktiven Partnern.

- [Abo-Prämienkampagne](#)
- ↓ [Flyer zur Abo-Prämien-Aktion](#)

Schule war gestern



Du wolltest schon immer wissen, wie was funktioniert? Dann entscheide Dich für eine technische Ausbildung, in der man genau das

Emotionalisierung durch psychologischen Mehrwert

Befriedigung psychologischer Bedürfnisse

Selbstdarstellung/Selbstverwirklichung

Etwas Exklusives/Innovatives nutzen

Sich weiterentwickeln/dazulernen

Macht/Einflussnahme/Kontrolle

Soziale Nähe und Austausch

Etwas Neues/Aufregendes erleben



Maslowsche Bedürfnishierarchie, Abraham Maslow 1943

<http://www.spamrecycling.com>



SPAM
RECYCLING

ENGLISCH

DEUTSCH

DATENMÜLL WIRD ZU KUNST. SENDEN SIE
SPAMMAILS AN SPAM@SPAMRECYCLING.COM
SEHEN SIE ZU WIE IHRE SPAMMAILS ZU
KUNSTWERKEN RECYCELT WERDEN UND LADEN SIE
DIESE AUF IHREN DESKTOP

KUNST AUS
SPAM:



WEITER

02 RECYCLING

Recycling ist Einstellungssache.

Farbe



Stil



BETREFF: dabei sein ist nicht immer alles

von gmx magazin.februar mez an alle mitglieder von gmx
dabei sein ist nicht immer alles! inhalt olympia us magazin
prophezeit deutschland goldmedaillen ausgezeichnet gmx ist
besten isp des jahres ! sport jetzt wird olympia noch

Goldpartner:



Veranstalter:



02 RECYCLING

Recycling ist Einstellungssache.

Farbe



Stil



BETREFF:



Goldpartner:



Veranstalter:



02 RECYCLING

Recycling ist Einstellungssache.

Farbe



+

Stil



+



Goldpartner:



Veranstalter:



02 RECYCLING

Recycling ist Einstellungssache.

Farbe



Stil



mitglieder



Goldpartner:



Veranstalter:



02 RECYCLING

Recycling ist Einstellungssache.

Farbe



+

Stil



+



Goldpartner:



Veranstalter:



02 RECYCLING

Recycling ist Einstellungssache.

Farbe



+



Stil



+

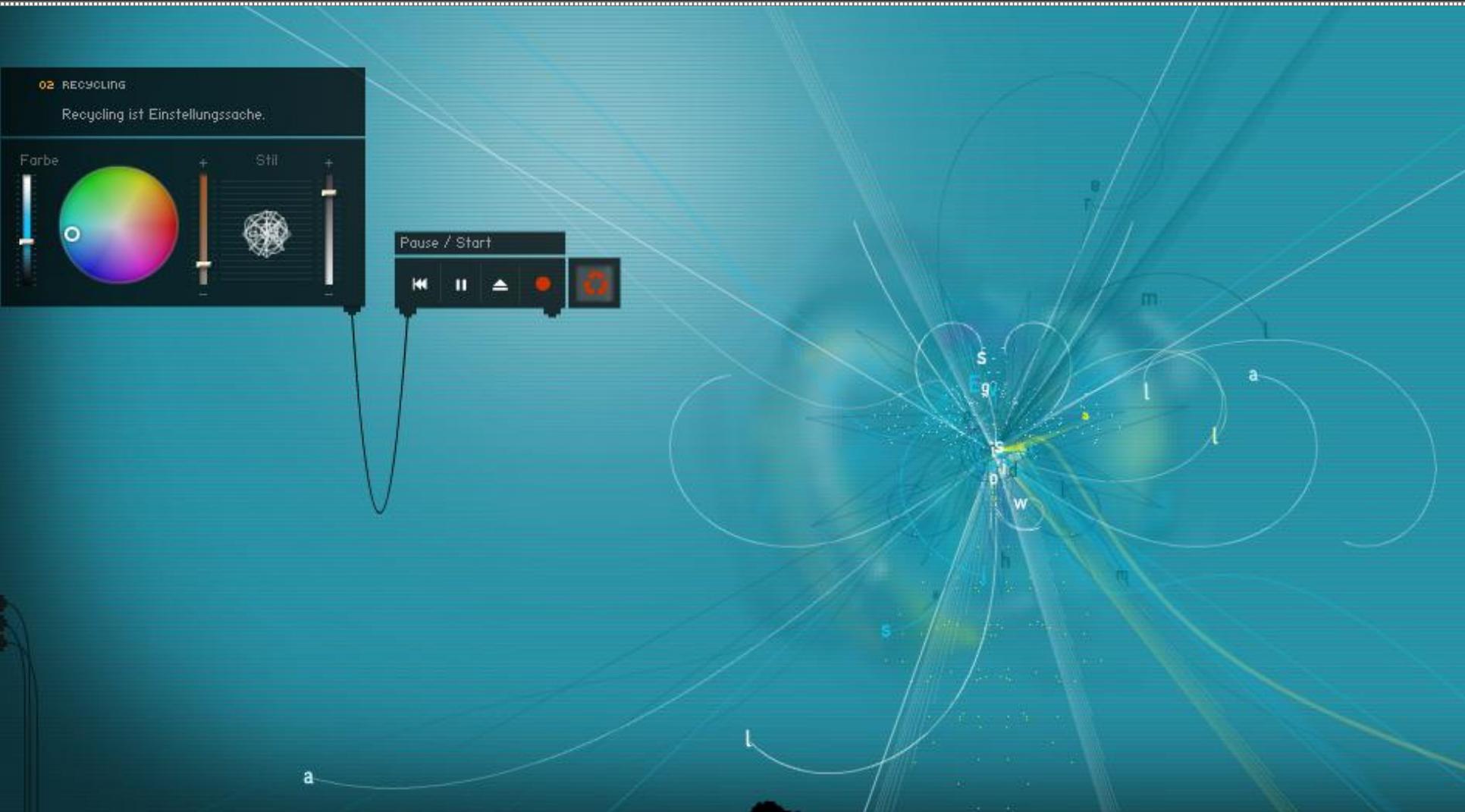


Goldpartner:



Veranstalter:



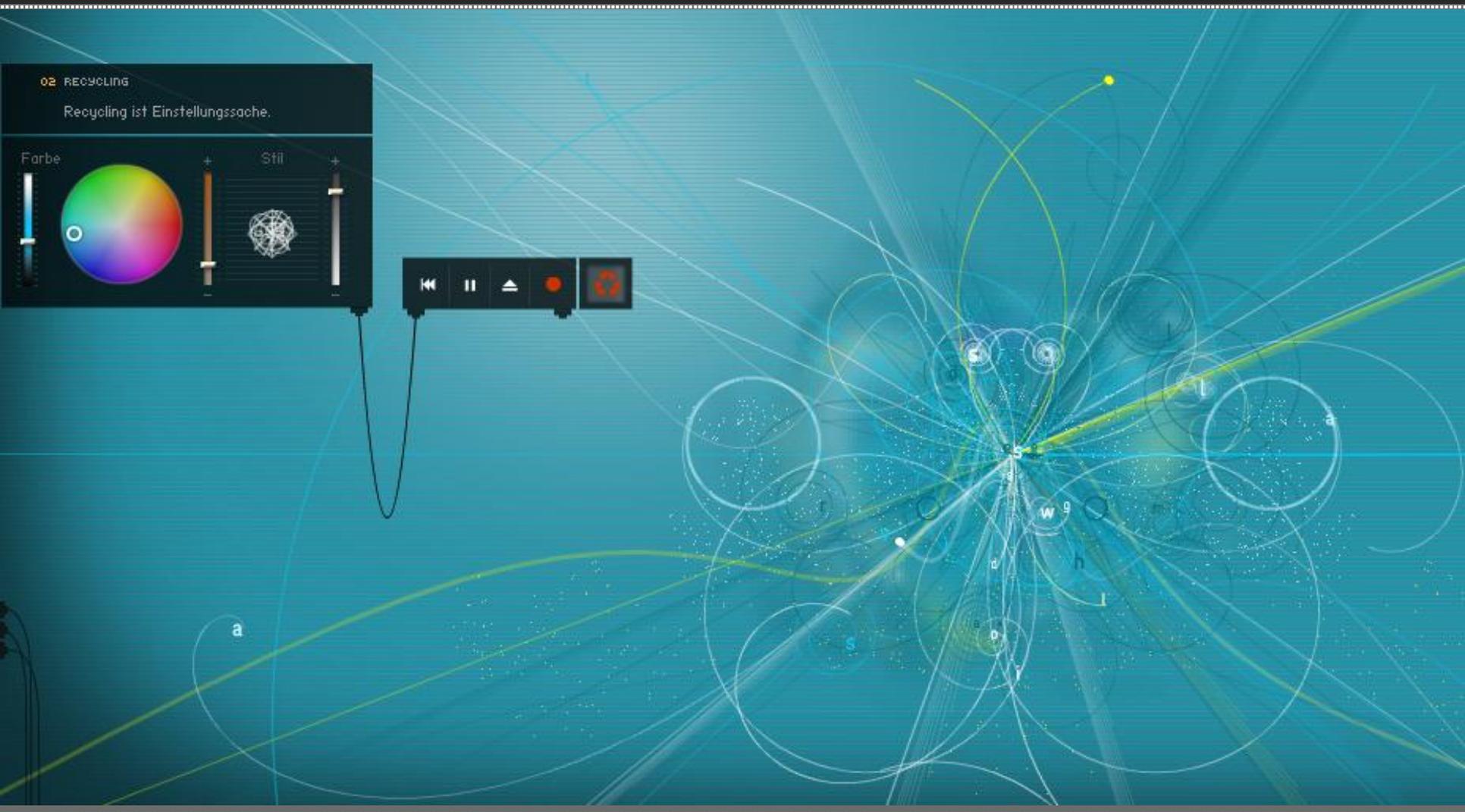


Goldpartner:



Veranstalter:





Goldpartner:



Veranstalter:



-
- Negative Emotionen über Spam-E-mails werden in etwas Positives verwandelt.
 - Ästhetik, Neugier, Spieltrieb.

EnBW Energie Baden-Württemberg AG

Über den Spamrecycler

Willkommen beim weltweit ersten Recycling für Datenmüll:
Der Spamrecycler der EnBW macht aus lästigen Emails
individuelle Kunststücke.

Jede eingesandte Spammail wird dafür geschreddert und
in ihre Einzelteile zerlegt. Aus den Buchstaben, Wortfetzen
oder Bildfragmenten entstehen neue, virtuelle Grafiken.
Diese kleinen persönlichen Kunstwerke können Sie als Bild
ausdrucken oder als Bildschirmhintergrund nutzen.

In Kooperation mit dem ZKM (Zentrum für Kunst und
Medientechnologie, Karlsruhe) planen wir zudem eine
Ausstellung der schönsten Datenmüllbilder.

Goldpartner:



Veranstalter:



Über die EnBW

Die EnBW ist Deutschlands drittgrößter Energiekonzern und Impulsgeber für neue Ideen und Technologien.

Mit modernster Technologie verwandelt sie u.a. Müll der verschiedensten Art (Hausmüll, Sperrmüll, Industrieabfälle, Grünschnitt und sogar Kuhmist) in neue Energie.

Dass selbst Datenmüll noch sinnvoll genutzt werden kann beweist die EnBW mit www.spamrecycling.com. Aber auch hier gilt: Recycling lebt vom Mitmachen!

Goldpartner:



Veranstalter:



<http://www.sloganizer.de>

S
SLOGANIZER

Person/Firma/Produktmarke:

Emotion

Adjektiv:

schön

Verb:

freuen

Schön bleibt schön: Doch Emotion hilft!



Bedienungsanleitung:

1. Worte eingeben
2. Einwurf betätigen
3. Slogan entnehmen

2012! Das Jahr des Durchbruchs von Emotion

Emotion - das ist doch mal ein schöner Gedanke.

2012! Das Jahr des Durchbruchs von Emotion.

Der schöne Mann verschenkt Emotion. Warum wohl?

Emotion - der schönste Gag des Jahrhunderts.

Emotion, mit dem schönen Stöpsel der Gier.

Emotion - die zarteste Nuance von schön!

Freuen mit Emotion - schön werden mit Vorsicht.

Emotion - Benennung des Kaufens.

Goldpartner:

conze
USER INTERFACES ENGINEERED

Heinrich & Reuter Solutions
HeiReS
DESIGN | DEVELOPMENT | TRAINING
KAMI fab KAMI Lab

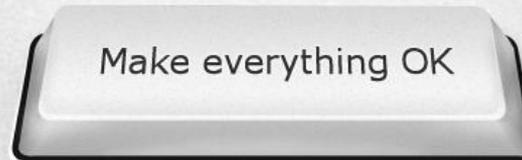
mi | maximago
creating your interface

Veranstalter:

ppedv

- **Interface:**
Einem Automaten nachgebildet; die Bedienung macht Spaß.
- **Interaktion:**
Spannung, welche Slogans bei welchen Wörtern herauskommen.
- **Spieltrieb:**
Immer weiter ausprobieren.

<http://make-everything-ok.com>



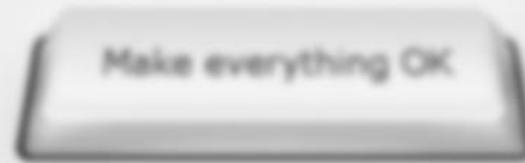
Goldpartner:



Veranstalter:



Make everything OK is in progress



Everything is OK now



If everything is still not OK, try checking your settings of perception of objective reality.



- Spricht das emotionale Bedürfnis des Menschen an, dass irgendjemand (ein Button!) alles in Ordnung bringt.
- Nutzt Computer Metapher.
- Sehr reduziertes Interface.

LoonaPix

English

Personal Calendars
CALENDARIKA

Gif Maker
ooGix.com



LoonaPix on Facebook



13,122 people like LoonaPix.



Zinalva Marek Pamela فؤاد



Marcela Jureerat Rose Vania

Facebook social plugin

Photo effects



Make your funny photo online.
Add LoonaPic effects!

Make effect

Photo frames



Add appropriate photo frame
to your photo from the
proposed categories!

Add frame

Face effects



Embed face from your photo
to look funny and unusual!

Add template

Trim photos



Multiple templates to trim
photo. Create personal
avatar!

Make Trim

Step 1

choose effect

Step 2

upload photo

Step 3

result



Make effect

Add frame

Add template

Make Trim

Step 1
choose effect

Step 2
upload photo

Step 3
result

1.Upload photo

From disk

From web

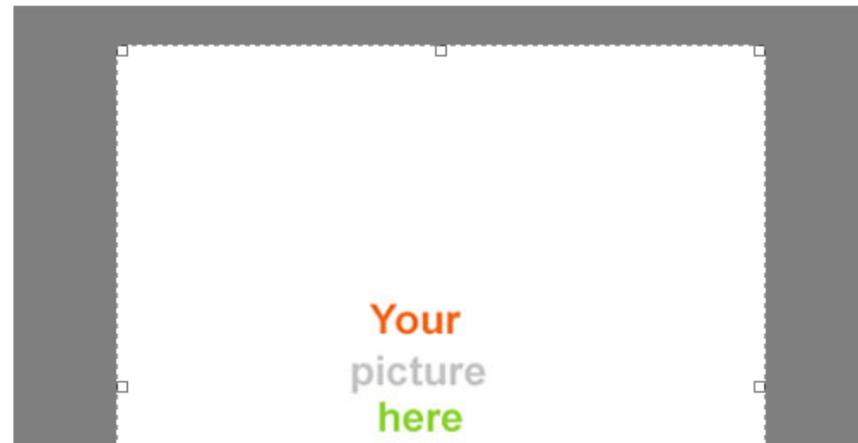
Browse

Click "Browse" to select your photo
Note: we have a favour to ask you don't upload images more than 10MB

2.Adjust photo



Photo effect "Bodybuilder"





choose

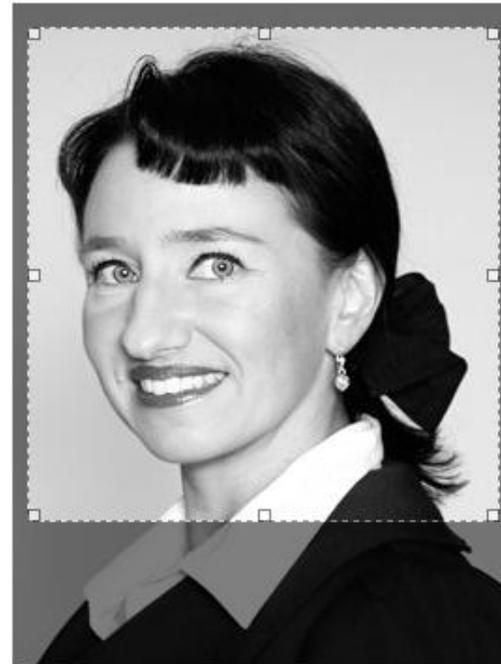


choose

2.Adjust photo



Photo effect "Bodybuilder"



CREATE IMAGE

Make effect

Add frame

Add template

Make Trim

Step 1

choose effect

Step 2

upload photo

Step 3

result



[Download](#)

[Change photo](#)

[Change effect](#)

conze
USER INTERFACES ENGINEERED

Heinrich & Reuter Solutions
HeiReS
DESIGN | DEVELOPMENT | TRAINING
KAMI fab KAMI Lab

mi | maximago
creating your interface

Veranstalter: **ppedv**

Goldpartner:

-
- Selbstdarstellung
 - Ausprobieren
 - Etwas Kreieren



Goldpartner:

conze
USER INTERFACES ENGINEERED

Heinrich & Reuter Solutions
HeiReS
DESIGN | DEVELOPMENT | TRAINING
KAMI Lab KAMI Lab

mi maximago
creating your interface

Veranstalter:

ppedv



Ich wünsche Ihnen eine schöne
Weihnachtszeit!

Goldpartner:

conze
USER INTERFACES ENGINEERED

Heinrich & Reuter Solutions
HeiReS
DESIGN | DEVELOPMENT | TRAINING
KAMI Lab KAMI Lab

mi | maximago
creating your interface

Veranstalter:

ppedv

Haben Sie Fragen?

Goldpartner:



Veranstalter:



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Sabrina Duda

users' delight