PROJECT PINBOARD

Context Research | Concepts

Sebastian Homberger

FS 2012 | Interaction Design | ZHdK
Mentors: Jürgen Späth | Magnus Rembold

INHALTS-VERZEICHNIS

1. Einleitung 40
2. Workshop 1 42
2.1 Fazit Workshop 1 49
3.1 Use Cases/ Konzepte 51

1. EINLEITUNG

Mein Hauptinteresse nach der Background Research sind definitiv die Anschlagbretter an den Schulen, Universitäten. Nach der Background Research bin ich um so mehr davon überzeugt, dass diese für mich die spannendsten sind. Nicht nur vom Inhalt, den verschiedenen Kategorien und den Standorten, sondern eigentlich vorallem, wegen den Usern, den Studenten.
Dass jedes Anschlagbrett ein Spiegel und ein Ausdruck der Gesellschaft rundherum ist, habe ich schon vorher vermutet, diese Vermutung wurde nach der Background Research für mich bestätigt.

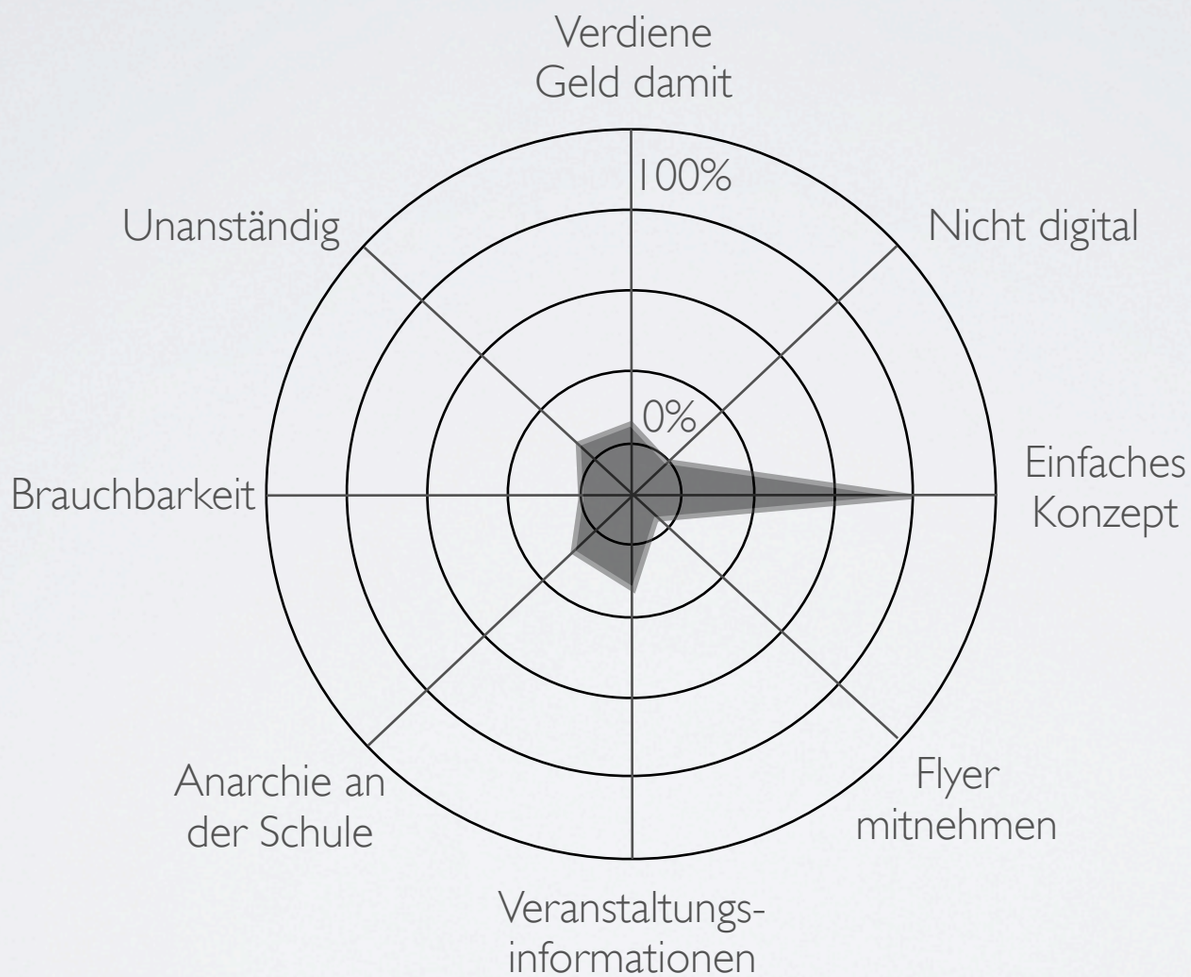
Deshalb werde ich im zweiten Teil meiner Research (Field Research) während 3 Nachmittagen an der Universität Zürich, der ETH Zürich und an der ZHdK die Leute beobachten und interviewen. Ich werde mich auf die folgenden Fragen konzentrieren:

- Was gefällt dir an der Pinnwand?
- Was stört dich an der Pinnwand?
- Was würdest du an der Pinnwand verändern?
- Wie häufig nutzt du die Pinnwand?
- Wie nutzt du die Pinnwand?

2. WORKSHOP 1

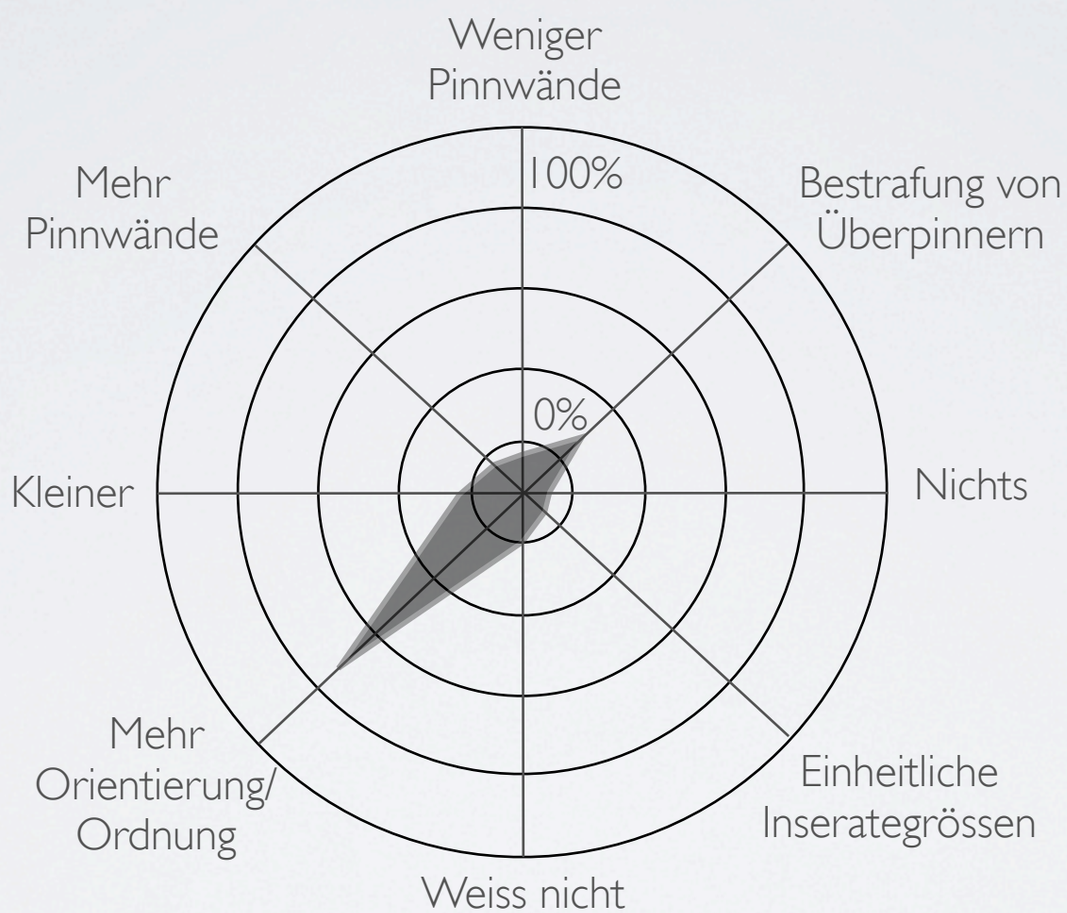
Ich habe insgesamt 27 Studenten befragt und einige aufschlussreiche Antworten erhalten.
Um die Antworten übersichtlicher zu gestalten habe ich mich dafür entschieden die Antworten mit Spiderdiagrammen darzustellen. Weil die Spiderdiagramme mit den tatsächlichen Antwortzahlen etwas klein und fad wirkten habe ich jede Antwort jeweils mit 3 multipliziert.

Frage 1 Was gefällt dir an der Pinnwand?

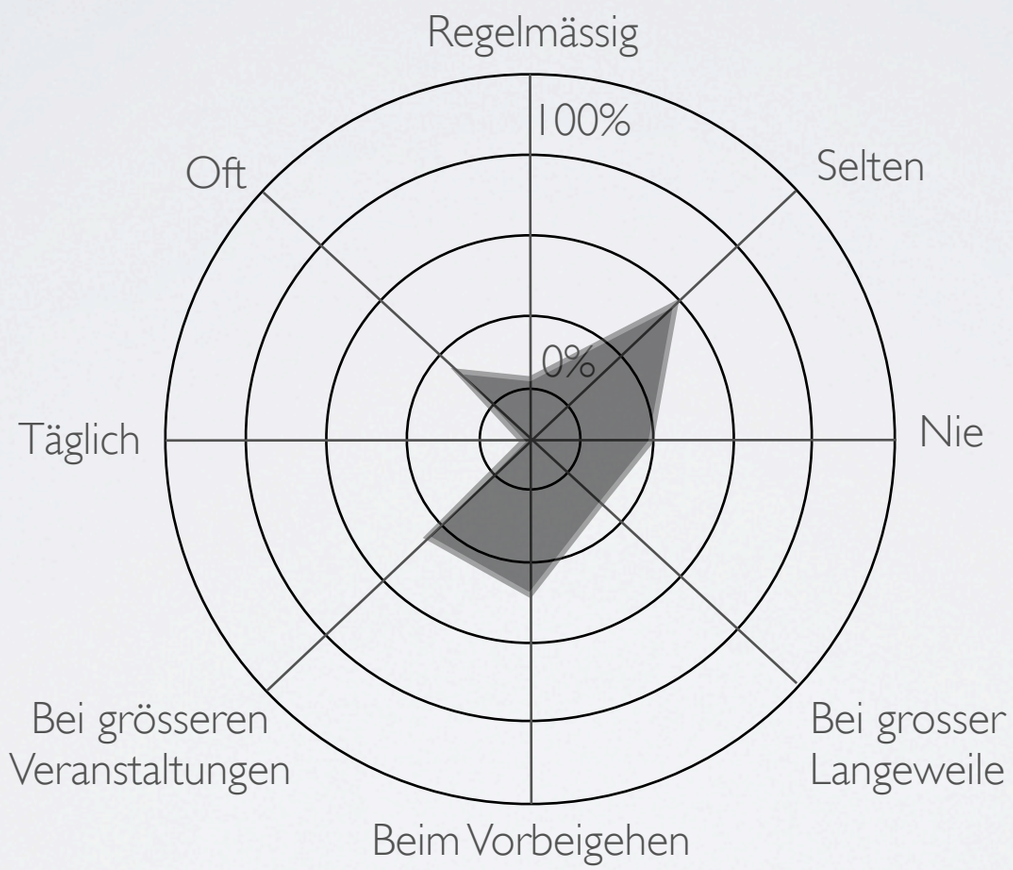


Frage 2 Was stört dich an der Pinnwand?

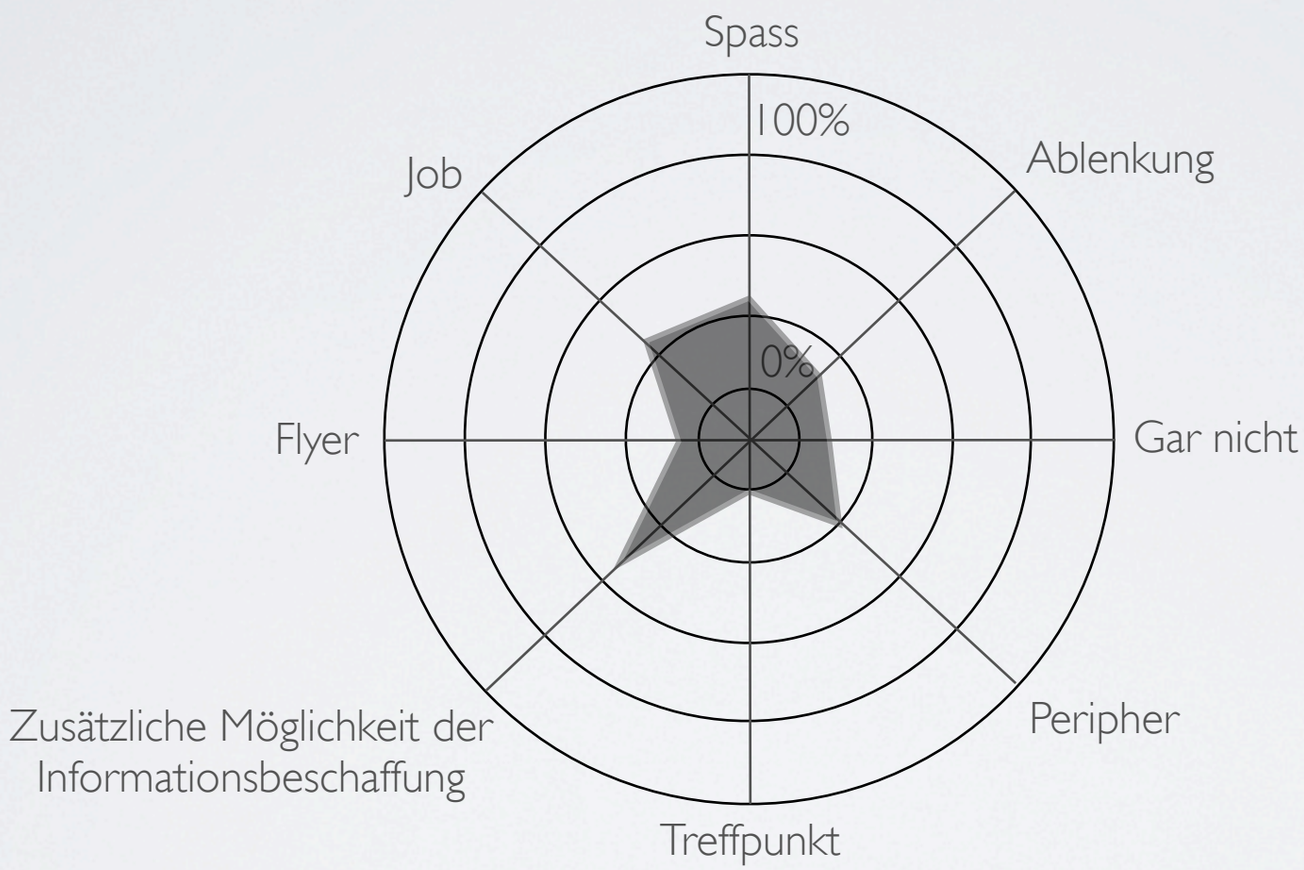
Frage 3 Was würdest du verändern?



Frage 4 Wie häufig nutzt du die Pinnwand?



Frage 5 Wie nutzt du die Pinnwand?



2.1 FAZIT WORKSHOP 1

Ich habe während meinem ersten Workshop herausgefunden dass einige Studenten die Pinnwand als schnelle Informationsquelle benutzen und die Unordnung an der Wand bemängelt wird. Natürlich hat das Pinboard (wie ich während meiner Umfrage herausgefunden habe) für einige Leute einen gewissen Informationswert, aber wie ist es denn zum Beispiel mit vergleichbaren Informationsplattformen wie Facebook oder Youtube etc.? Die Funktion der Pinnwand als Informationswand ist doch eigentlich nur eine weitere Art Kommunikation zu ermöglichen. Ich will mit meiner Arbeit diese Tatsache immer im Hinterkopf behalten und mich nicht nur auf die offensichtlichen Dinge konzentrieren welche sich im Vordergrund, sondern auch im Hintergrund abspielen. Der Workshop und die Diagramme deuten zwar daraufhin, dass eine grössere Übersichtlichkeit gefordert wird, ich interpretiere diesen Wunsch nach mehr Ordnung auch als ein Verlangen nach mehr Transparenz. Wer steht hinter diesen Inseraten? Schaffe ich es mit einem neuen Konzept die Leute länger als ein paar Sekunden an der Pinnwand zu halten? Ist es eine gute Idee ein Feedback zu ermöglichen? Diese und weitere Fragen werde ich nun in meinem weiteren Vorgehen versuchen zu klären.

3.1 USE CASES/ KONZEPTE

Nach diesem ersten Workshop habe ich mich auch mit dem Chef des Hausdienstes der ETH, Herrn Schumann unterhalten. An der ETH und laut Schumann gilt dasselbe auch an der UZH, werden die Plakate nur 2-3 mal im Jahr komplett geräumt. Den Studenten wird die volle Freiheit an den Pinnwänden gegeben. Einzig bei rassistischem oder sexistischem Inhalt wird eingegriffen und entfernt. Dies geschehe in der Regel aber sehr selten. An der ZHdK dagegen ist es wichtig die Inserate zu datieren, sonst wird vom Abwart abgehängt.

Weil ich mir langsam immer konkretere Gedanken mache und eine digitalisierte Touchscreenalternative zum Bisherigen Pinboard nach wie vor sinnvoll finde, habe ich auch mit diversen Leuten Kontakt aufgenommen die mir behilflich sein könnten bei der Beschaffung eines Touchscreens.

Im Zweiten Teil meiner Field Research habe ich zuerst an der ZHdK (IAD- Kommilitonen) und am nächsten Tag an der UZH mit einigen Studenten einen zweiten Workshop gemacht, um zu erfahren ob meine Ideen auch den Wünschen und Ideen anderer entsprechen.

Dazu habe ich den Studenten Fragen gestellt bezüglich der Platzierung der Pinnwand, der Interaktion (wie soll Content auf die Pinnwand kommen?) und speziellen Features wie z.B. dem Favorisieren von Inhalt. Mit den Antworten der Studenten habe ich meine eigenen Ideen verknüpft und 9 Konzeptideen aufgestellt. Diese 9 Konzeptideen konzentrieren sich jeweils auf Teilaspekte der Interaktion an der Pinnwand.

Case 1 “Scann Und Hopp”

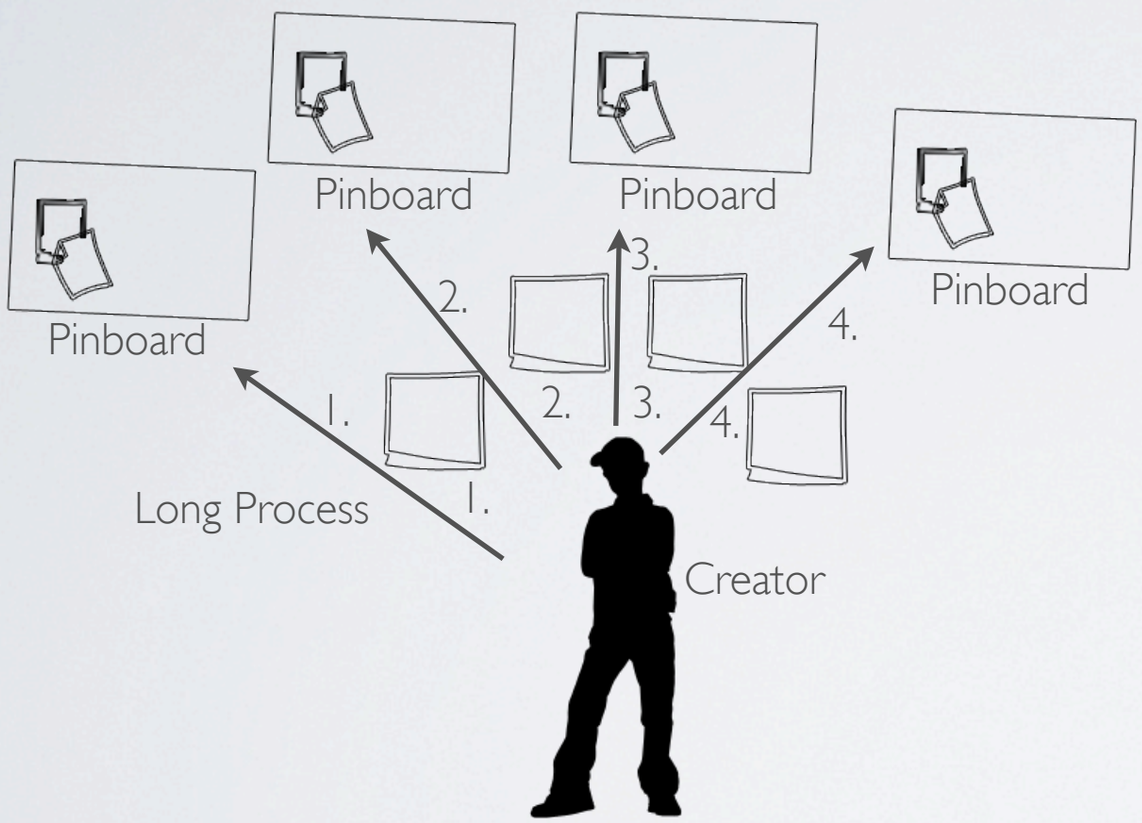
Konzept 1

Viele Studenten sind im Schulalltag gestresst und haben nicht viel Zeit Ihre Inserate auf die verschiedenen Wände zu hängen. Die erste Idee ist folgende:

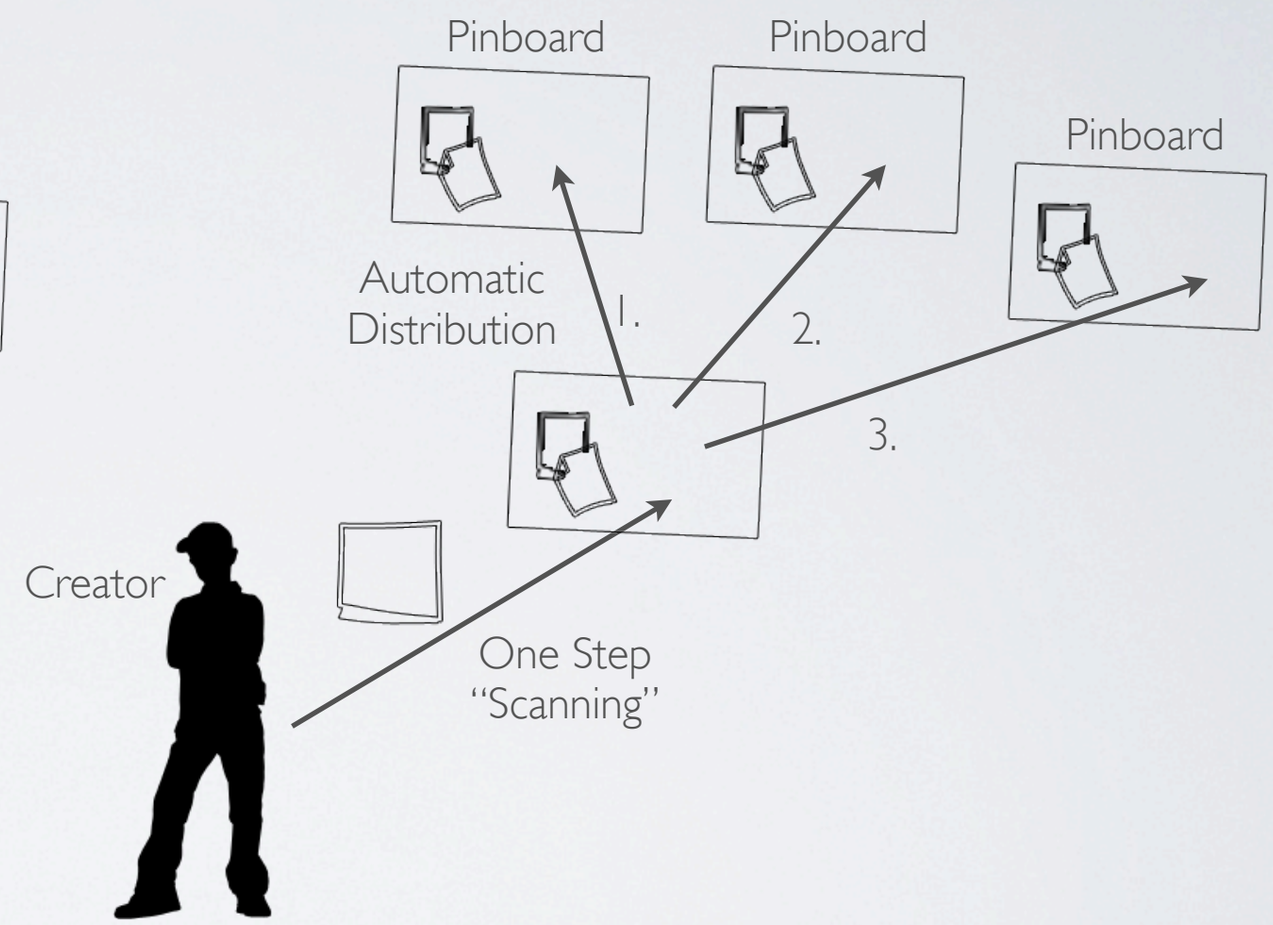
Wie wäre es, wenn der Student sein Inserat auf dem Papier schnell auf den Screen halten könnte und es somit direkt auf die Wand laden könnte? Wenn es mehrere solcher Screens gäbe könnte der Content zeitgleich auf alle Wände geladen und dadurch viel Zeit gespart werden.

Kommunikationsanalyse

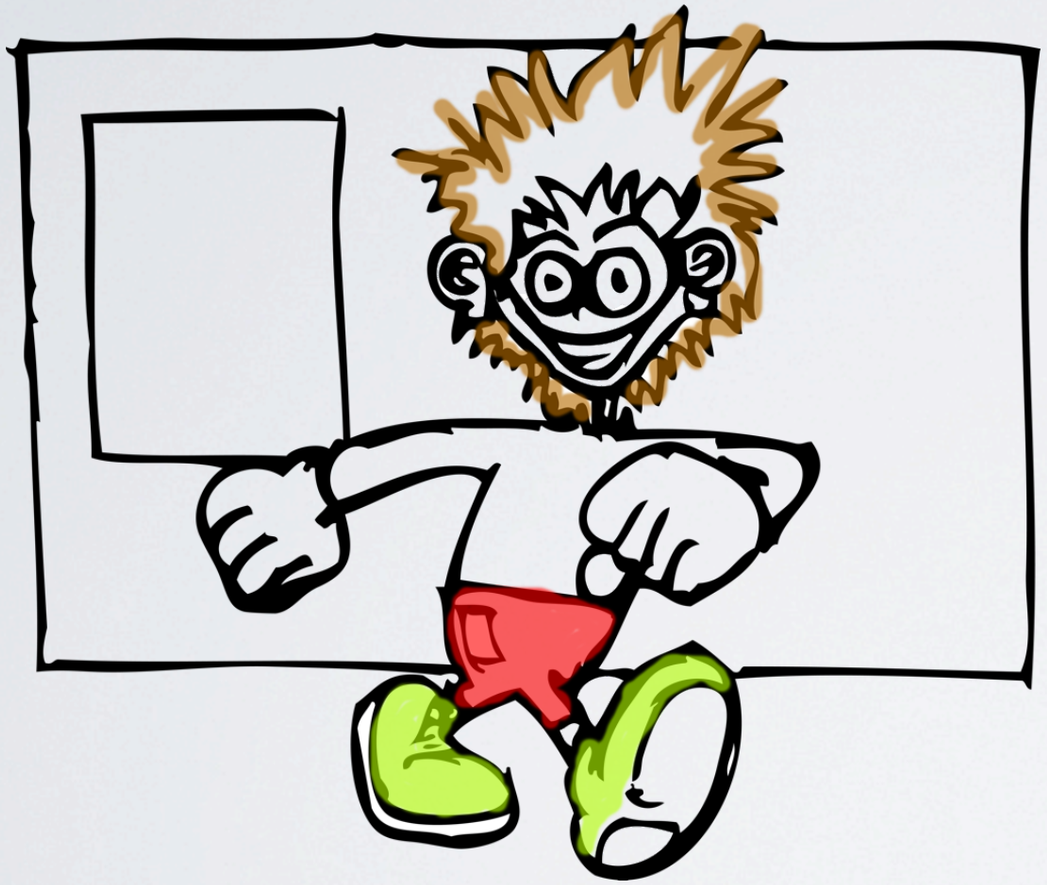
bisher:



neu:



Case2 “Pass Passing By”

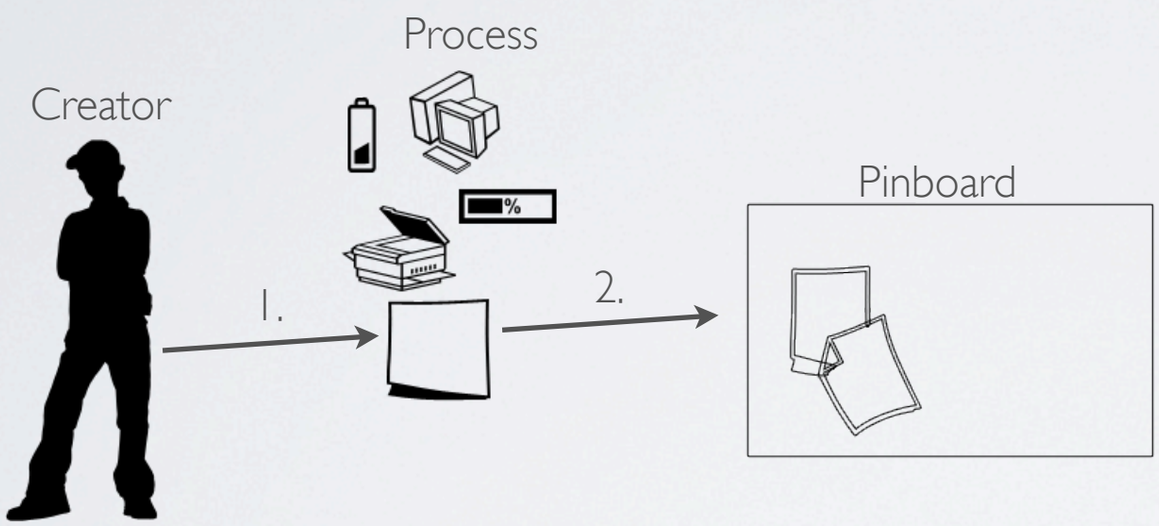


Konzept2

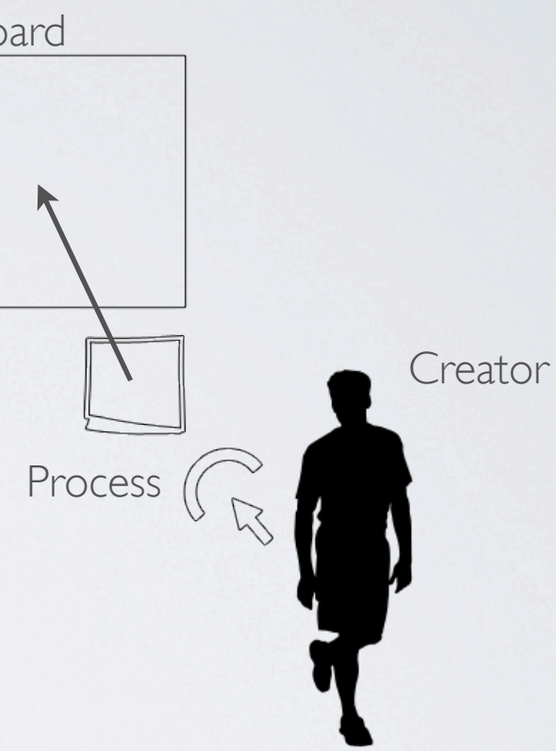
Eine noch viel zeitsparendere Methode wäre der Datenupload beim Vorbeigehen. Angenommen die Studentenkarte verfügte über einen gewissen Speicherplatz und einen RFID Chip, könnte zu Hause gestaltete Inserate schnell auf die Karte laden, freigeben und sobald diese Karte von der Wand erkannt wird hochgeladen werden.

Kommunikationsanalyse

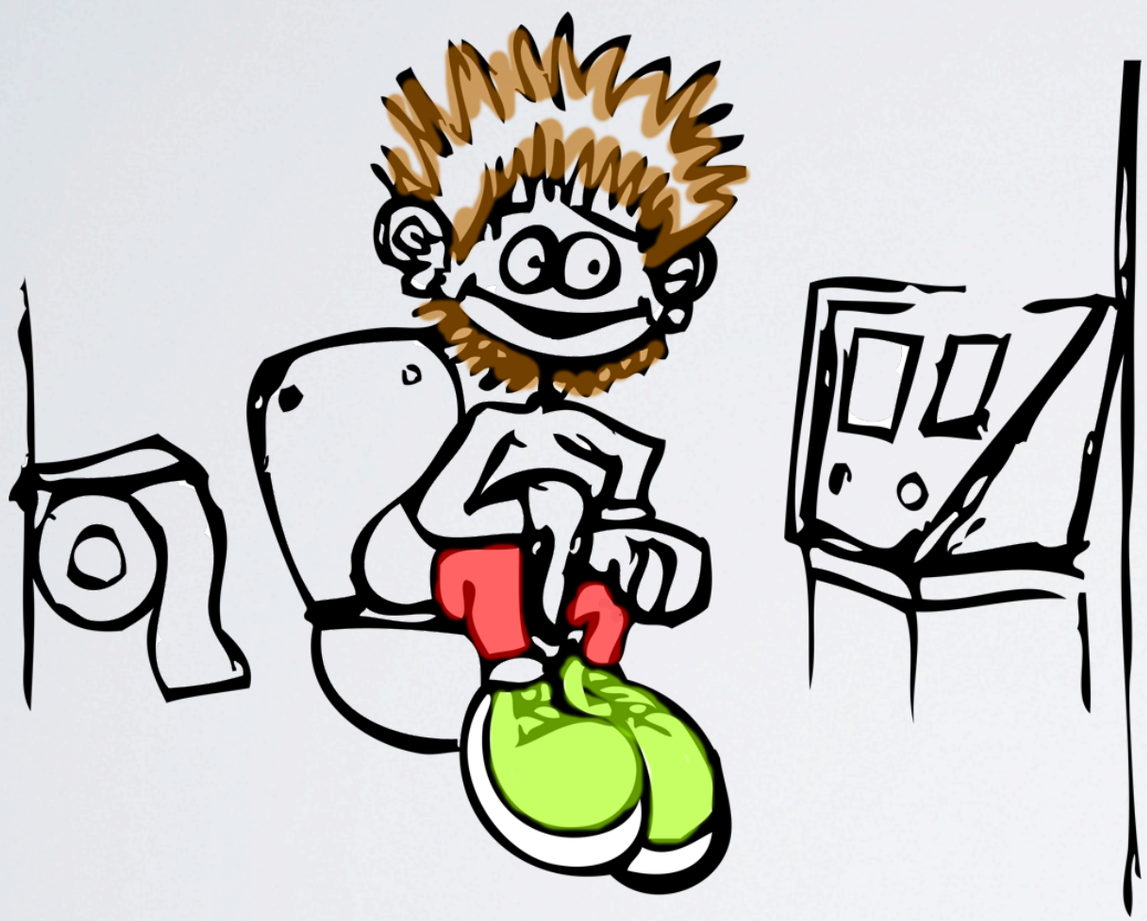
bisher:



neu:



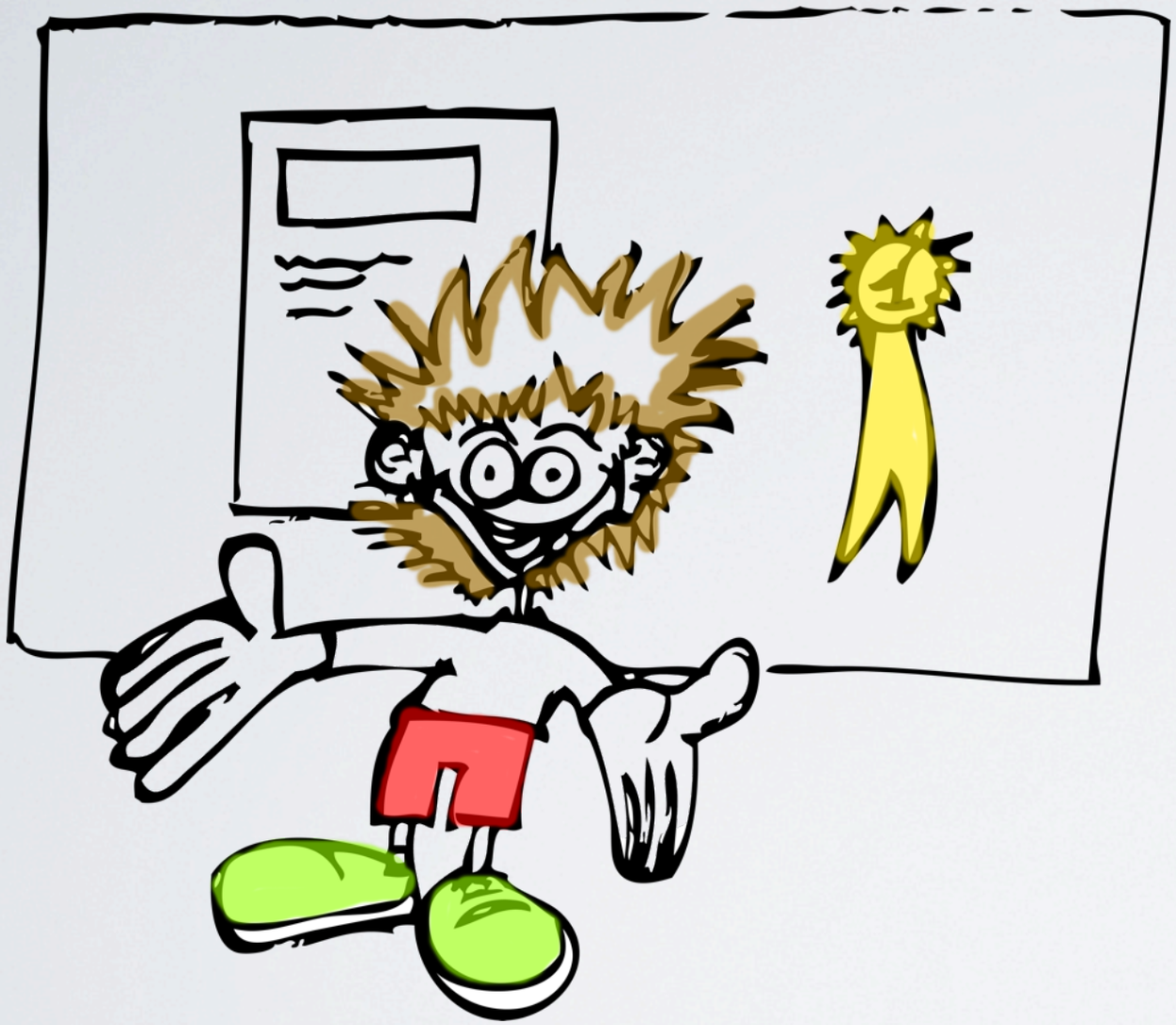
Case3 “Don`t Mind If I Do”



Konzept3

Bei diesem Use Case habe ich mir überlegt, wo denn die Pinnwand Sinn machen könnte. Offenbar wird die Pinnwand öfters peripher und nur im Vorbeigehen in wenigen Sekunden überflogen. Dem könnte man Abhilfe schaffen, wenn man die Pinnwand an Orten platziert wo man einige Minuten Zeit hat. Z.B. auf der Toilette. Bei Männern könnte man auch über einen Einbau oben am Pissoir nachdenken.

Case4 “Siegertyp”

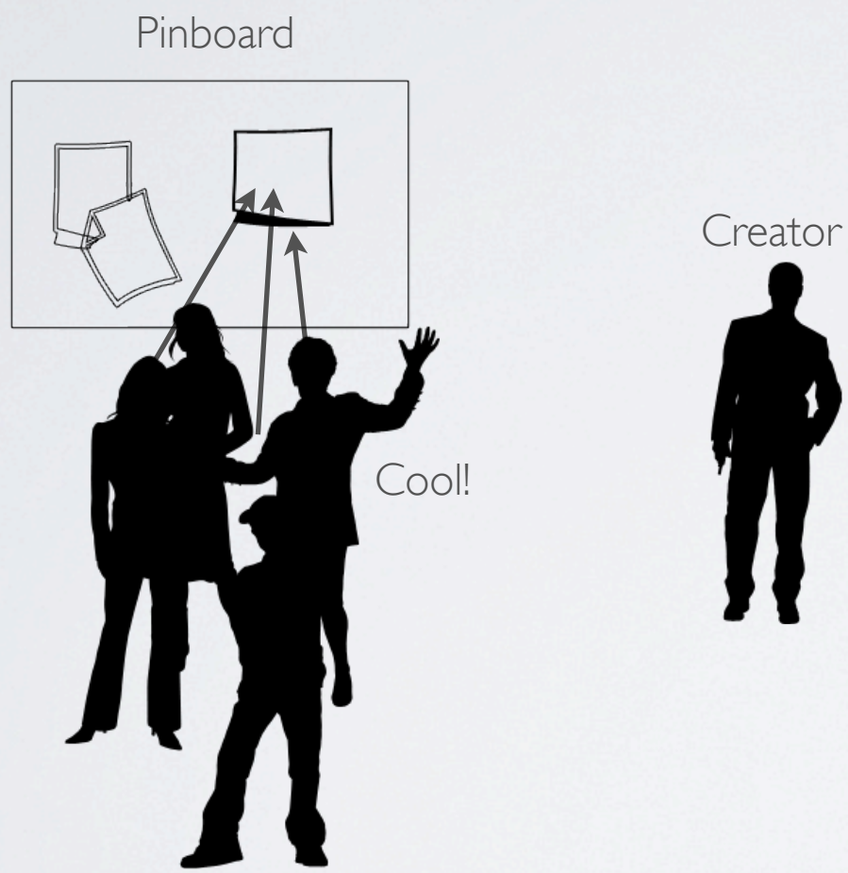


Konzept4

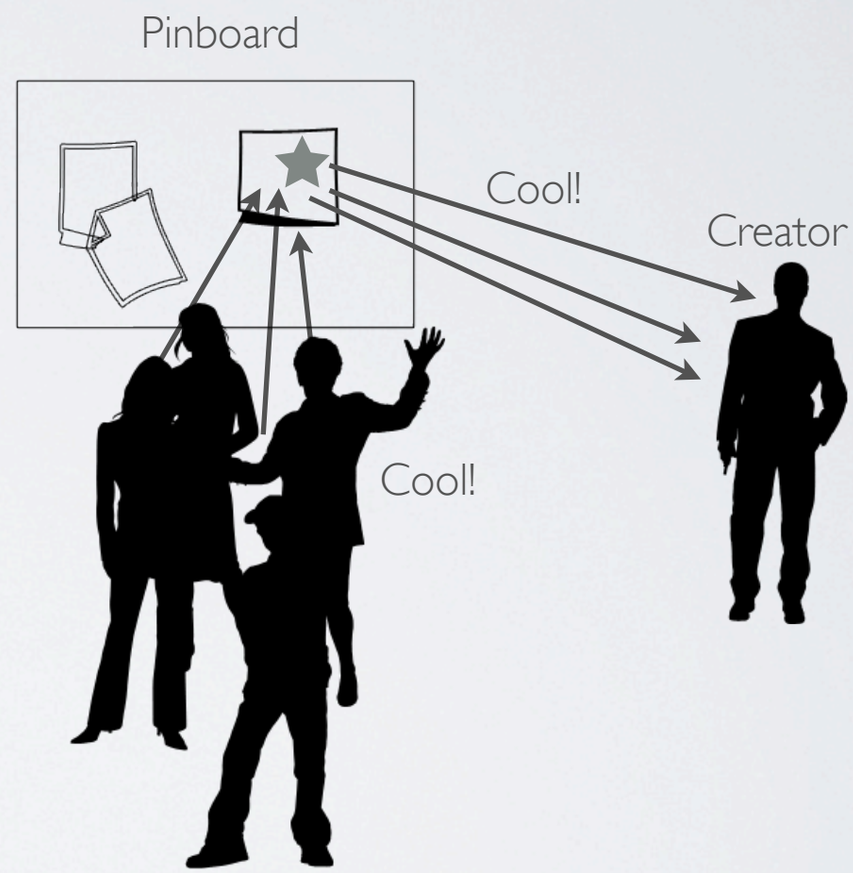
Bei meiner zweiten Umfrage/ Workshop mit Studenten, hat sich eine überwälltigende Mehrheit für eine Art Bewertungssystem ausgesprochen. Beliebte Inserate könnten “geliked” werden. Je nachdem wieviele “likes” jemand für sein Inserat bekommen hat, könnte das Plakat an einen guten Platz geschoben werden oder vergrössert werden etc.. Zusätzlich wäre es spannend so wie bei pinterest.com eine Kommentarmöglichkeit oder sogar Chat zu ermöglichen.

Kommunikationsanalyse

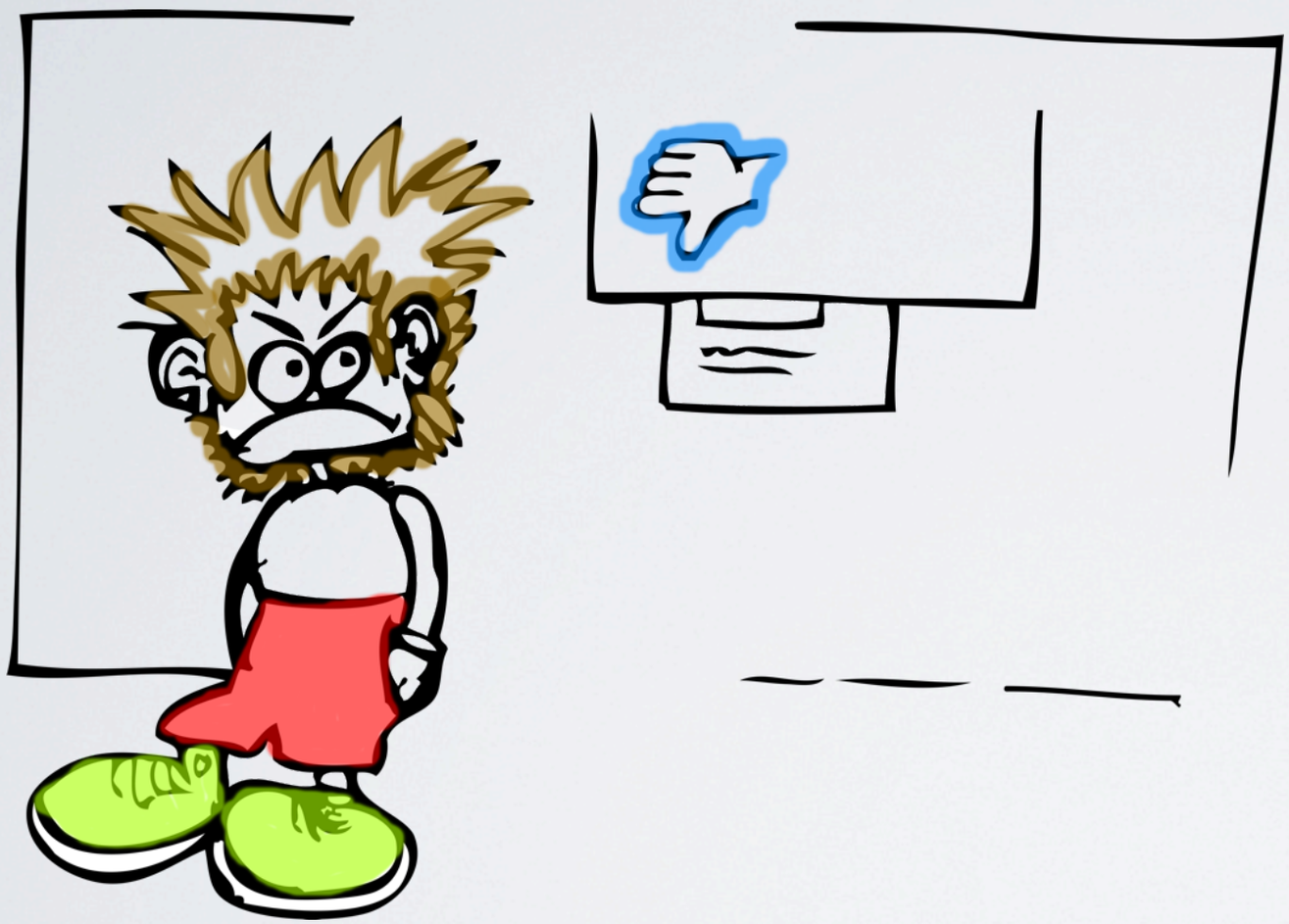
bisher:



neu:



Case5 “Thumbs Down”

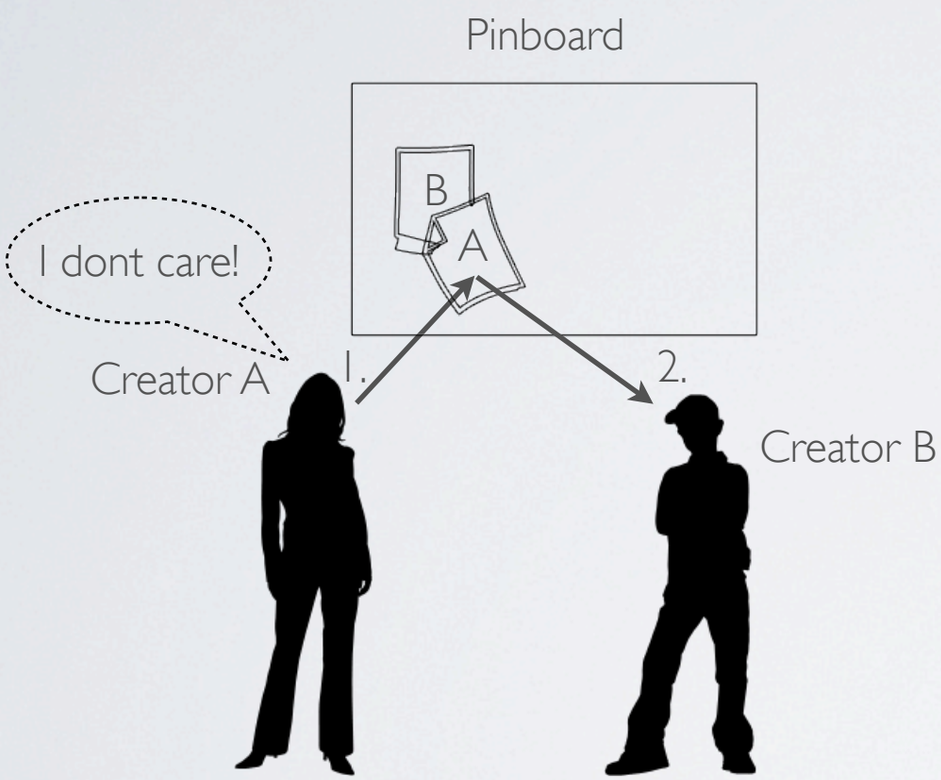


Konzept5

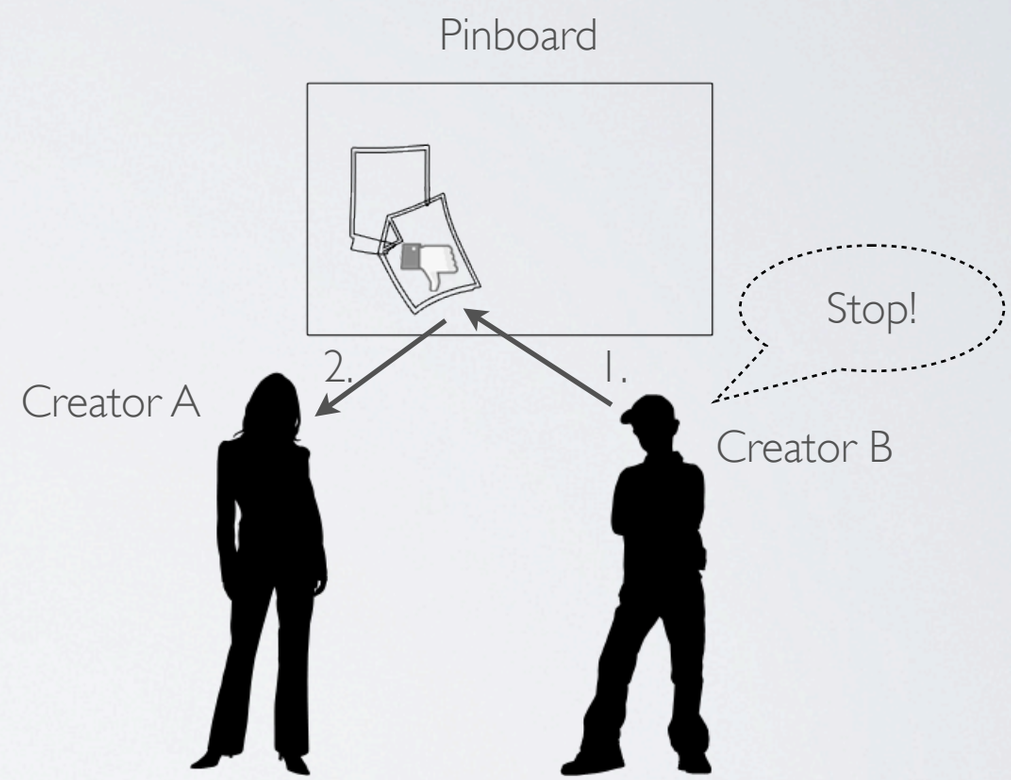
Analog zum Case4 wäre bei der Idee “Thums Down” die Möglichkeit Inserate schlecht zu bewerten. Ich bin mir fast 100% sicher dass sich dieses Prinzip schnell einer grossen Beliebtheit erfreuen könnte. Weil an den verschiedenen Schulpinnwänden sowieso schon ein recht aggressiver Konkurenzkampf herrscht wäre dieses Element Öl im ohnehin schon grossen Feuer der Pinboards und würde mit Sicherheit neue User anlocken.

Kommunikationsanalyse

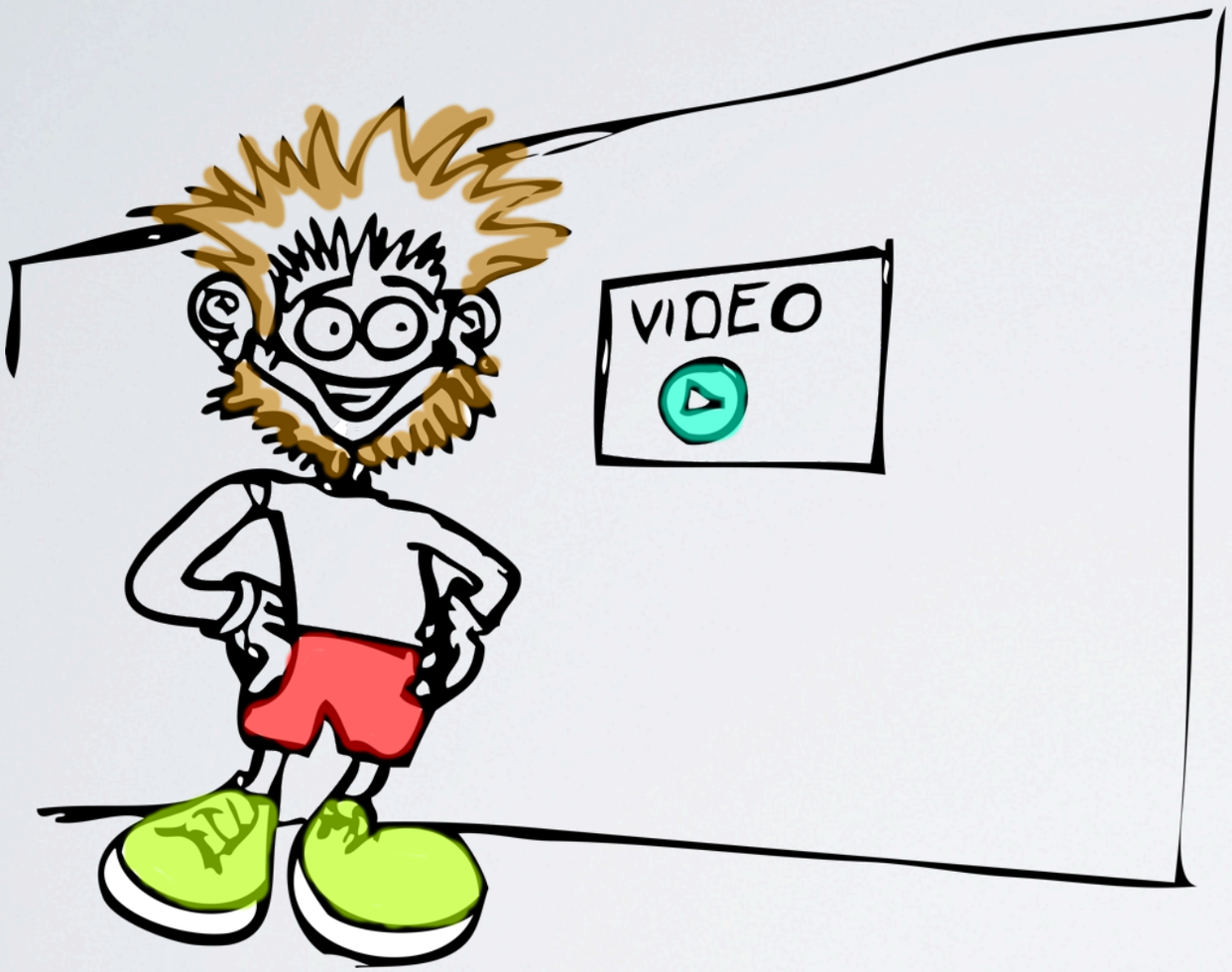
bisher:



neu:



Case6 “Video It Up”

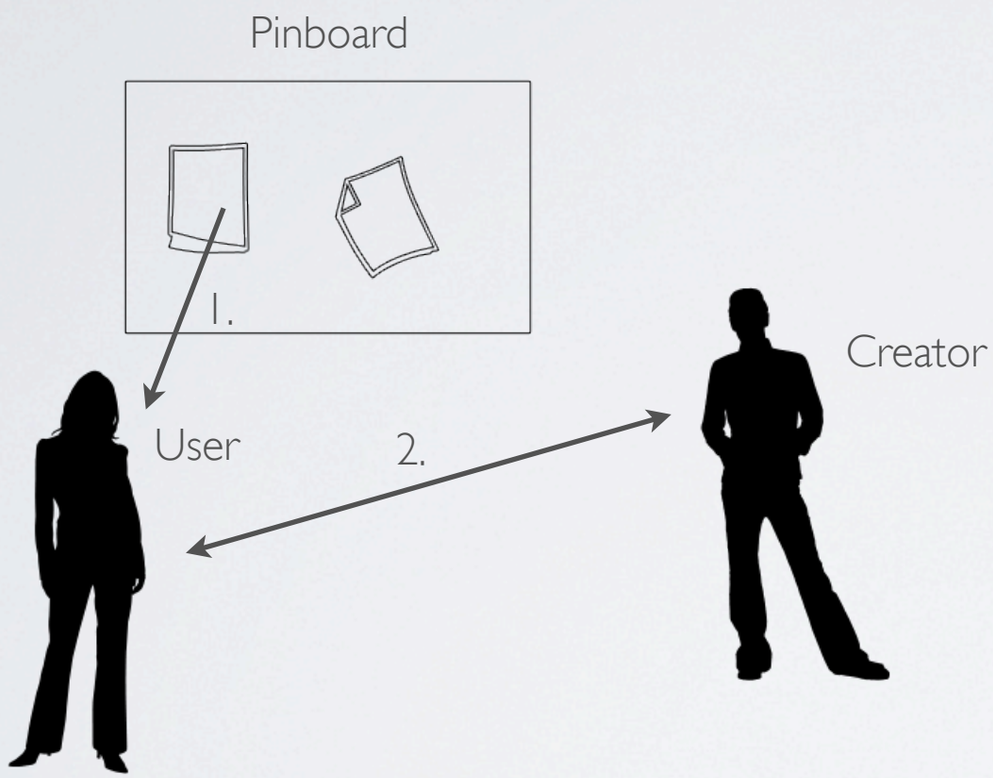


Konzept6

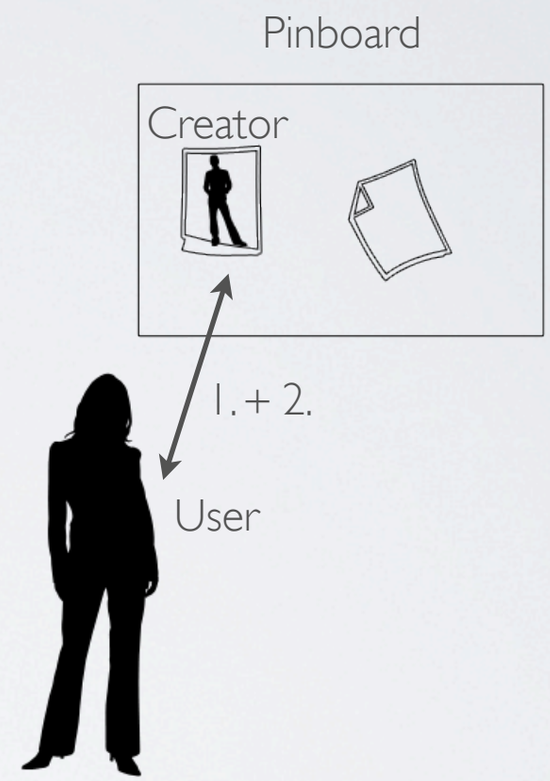
Wie am Anfang meiner Dokumentation erwähnt, habe ich mich zu Beginn meiner Arbeit mit der Idee einer Wohnungssuche beschäftigt. Die Angst, dass man mit Leuten in eine WG ziehen könnte, die einem nicht sympathisch sind ist gross. Wenn man an Pinnwänden jeweils ein Video einbinden könnte, auf dem sich z.B. die verschiedenen potentiellen Mitbewohner vorstellen, würde diesem Problem entgegentreten. Natürlich ist die Videoeinbindung beliebig auf andere Inhalte erweiterbar.

Kommunikationsanalyse

bisher:



neu:



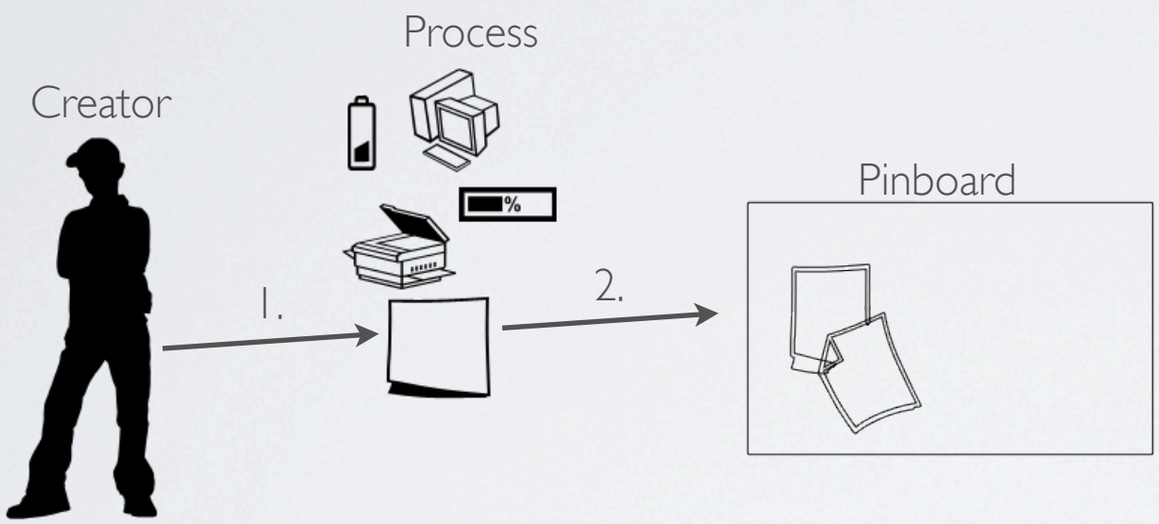
Case7 “Tag It Up”

Konzept7

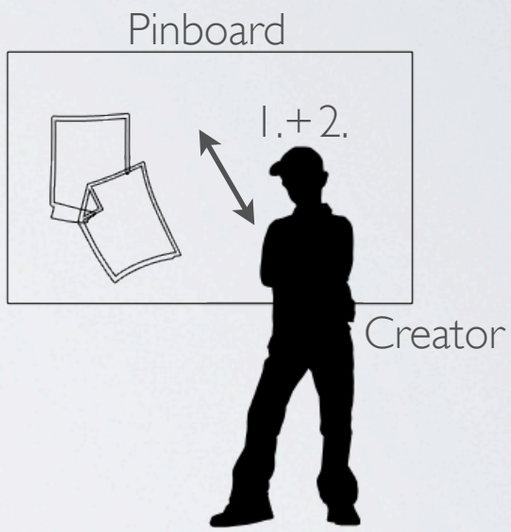
Diese Idee ist eigentlich eine abgeänderte Form der Wandtafel. Einige Studenten haben gesagt dass es doch praktisch wäre, wenn man direkt am Pinboard sein Inserat entwerfen könnte.
Es besteht zwar die Gefahr, dass die Wand dadurch sehr schnell zur legalen “Tagwand” umfunktioniert werden könnte. Schlecht muss das aber nicht sein. Ich finde diese Idee birgt einiges an verstecktem Potential. Dem User wird die Möglichkeit gegeben kreativer Designer zu werden.

Kommunikationsanalyse

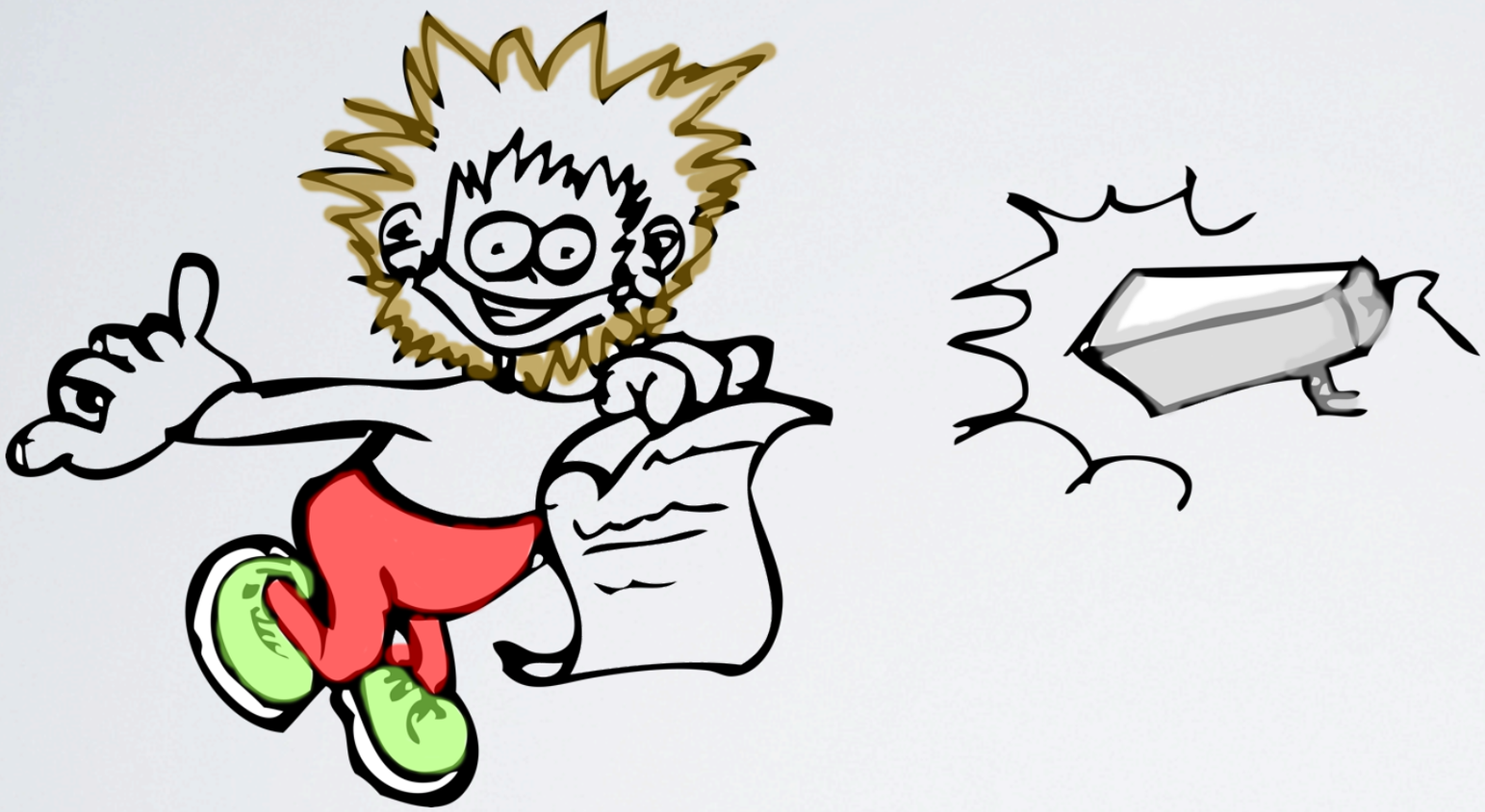
bisher:



neu:



Case8 “Cheeese”

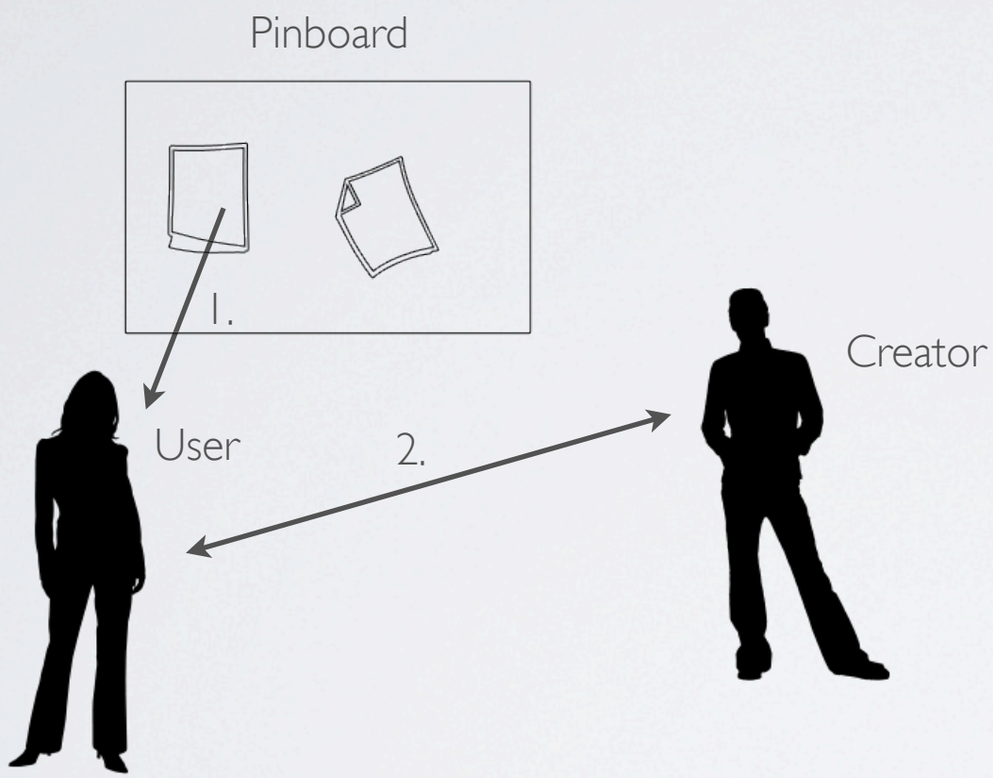


Konzept8

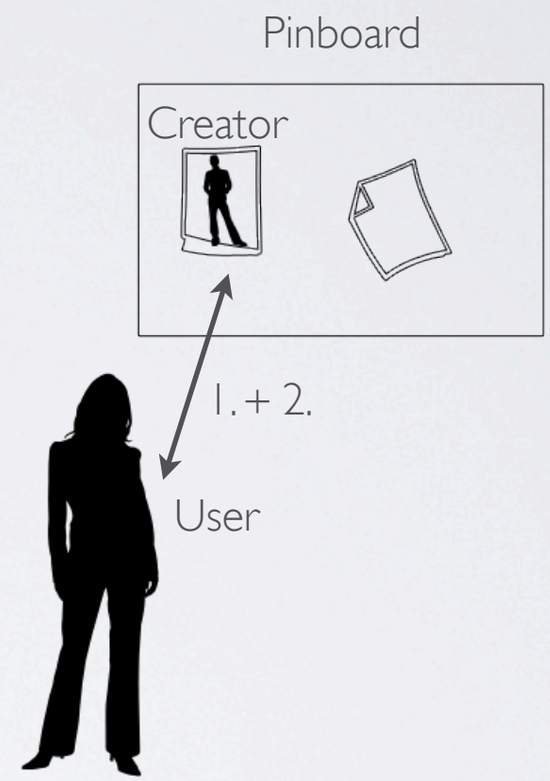
Die Idee hinter Case 8 ist folgende. Es gibt doch eigentlich recht viele Schritte die zu absolvieren sind, bis man einmal sein fertiges Inserat an die Pinnwand hängen kann. Wäre es nicht toll, man könnte schnell was auf einen Zettel malen und an einer vorinstallierten Kamera mit sich selber ablichten lassen? Dadurch würde nicht nur der Inhalt, sondern auch der Ersteller des Inserats auf der Wand vorgestellt. Wahrscheinlich würden sich mehr Studenten Zeit nehmen die Pinnwand zu betrachten, wenn sie dadurch gleichzeitig ihre Mitstudierenden besser kennenlernen würden.

Kommunikationsanalyse

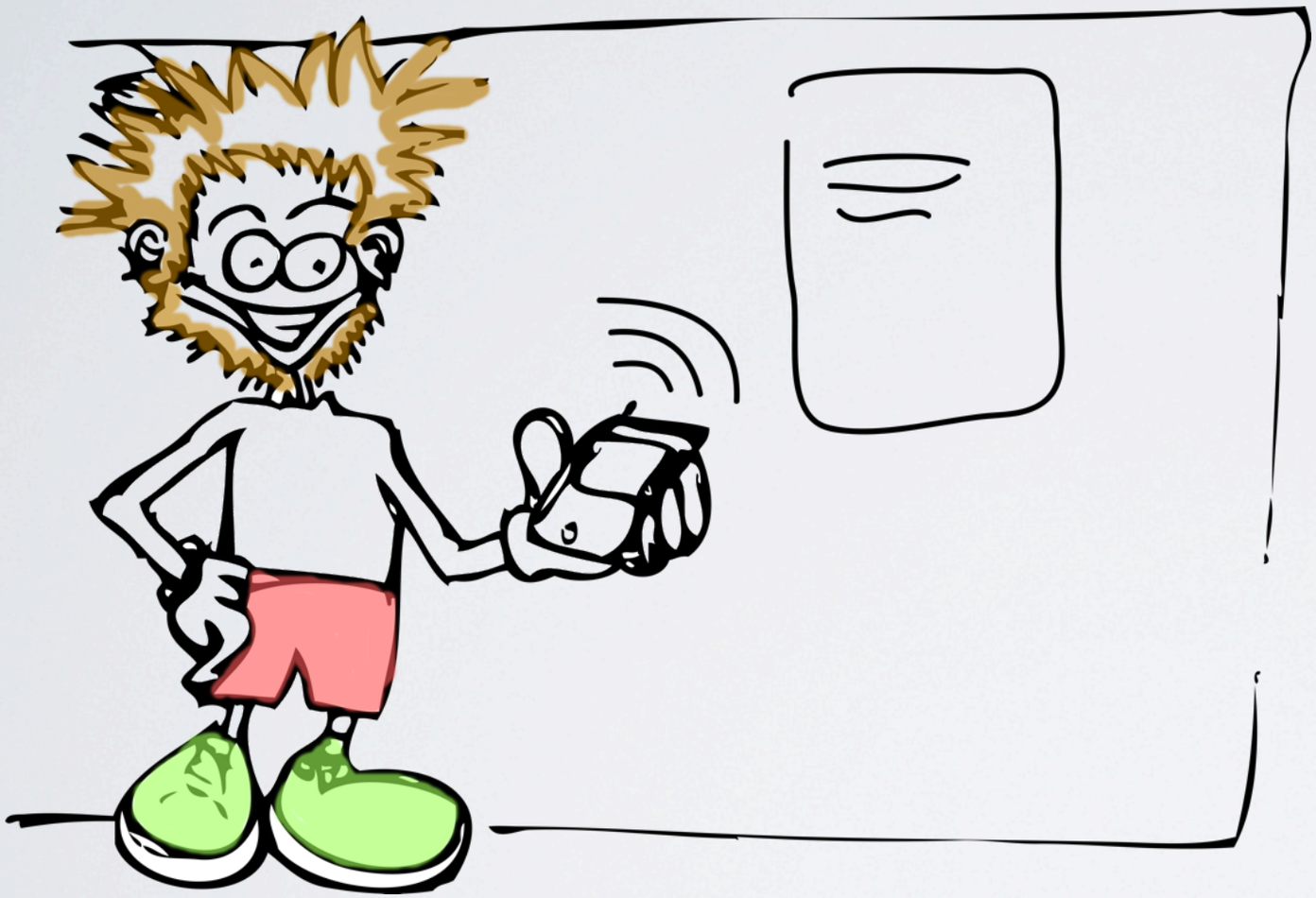
bisher:



neu:



Case9 “May The Wall Be With You Always”

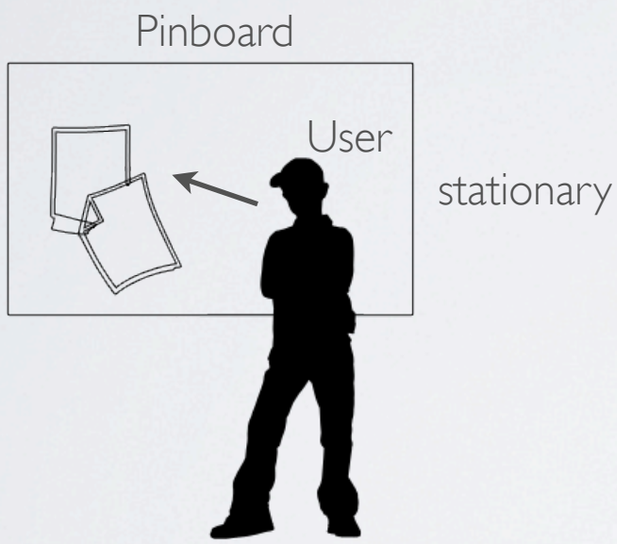
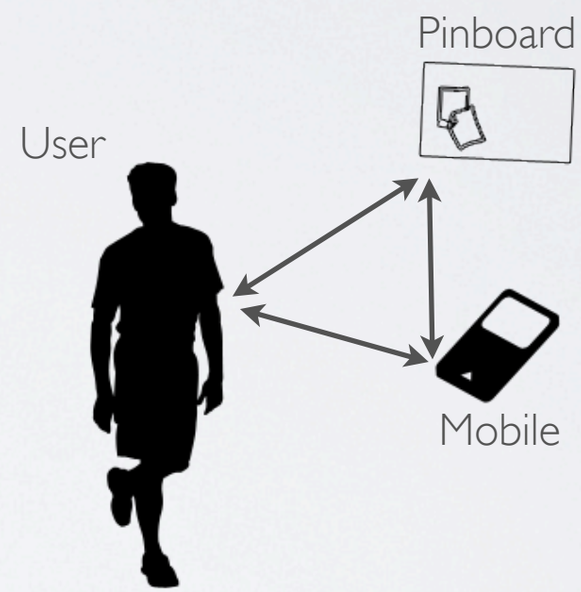


Konzept9

Ich habe mir bei diesem Case folgende Gedanken gemacht. Fast jeder Student besitzt ein Mobile Phone. Das VPN-Netzwerk ist kostenlos und wenn Studenten keine Zeit und Lust haben die stationäre Pinnwand aufzusuchen, wäre es doch nicht schlecht wenn sie schnell via Mobile Phone einen Blick auf die immer aktuelle Pinnwand werfen könnten.

Kommunikationsanalyse

bisher:



neu: