

Cartooneering – Visionsfindung mit Hilfe von Comics

Sven Storck, Simon Scherr, David Kurz
Fraunhofer IESE, Fraunhofer-Platz 1, 67663 Kaiserslautern, sven.storck@iese.fraunhofer.de

Beim Start der Entwicklung von Softwareprodukten stellt sich häufig die Herausforderung, eine gemeinsame Vision zwischen Projektpartnern zu erarbeiten. Für eine Lösungsvision wird Klarheit im Anwendungsfall benötigt. Wir begegnen dieser Herausforderung mit der Entwicklung von Cartooneering. Cartooneering ist eine Methode, die in der Visionsfindung sowie der Kommunikation dieser hilft.

Ländliche Regionen sollen digitaler werden. Im Forschungsprojekt *Smarte.Land.Regionen*¹ entwickeln wir dafür unter anderem vier Pilotanwendungen. Da die Bedarfe von ländlichen Räumen vermeintlich ähnlich sind, konzipieren und realisieren wir eine Anwendung in einem Themenfeld mit je zwei Landkreisen, die als gleichberechtigte Partner agieren. Jeder Landkreis bringt hierbei eine eigene Idee mit. Auch wenn die Bedarfe auf den ersten Blick ähnlich sind, sind sie bei genauer Betrachtung keineswegs gleich. Somit stehen wir vor der Herausforderung, dass die Anwendungen sowohl ein Kompromiss aus den Vorstellungen beider Landkreise sein müssen als auch jeder Landkreis seine eigenen Vorstellungen repräsentiert sehen will. Um dieses Spannungsfeld aufzulösen, bedarf es einer gemeinsamen widerspruchsfreien Vision.

Deswegen haben wir verschiedene Lösungswege ausprobiert. Mit Kreativitätsworkshops konnte man sich nicht auf eine gemeinsame Richtung für die Lösung einigen. Die Workshops boten den Stakeholdern kein ausreichendes und dauerhaftes Bild der Vision und somit auch keinen Startpunkt, um mehr über die potenziellen Nutzer bzw. den Kontext zu erfahren. Auch Methoden, die auf „Scribble“-Ansätzen beruhen, wurden betrachtet, waren aber oft zu abstrakt oder zu sehr auf der Entwicklung von Interaktionskonzepten fokussiert. Die Verwendung von Mockups wiederum erlaubt eine gewisse Präzision, jedoch diskutieren Projektbeteiligte eher über die dargestellten Details als über die Vision.

Anforderungen an eine Methodik

Um eine gemeinsame Vision zu erarbeiten, haben wir einen Ansatz benötigt, der den Beteiligten

die Flexibilität und den Diskussionsraum bietet, um die Vision kollaborativ und schnell begreifbar definieren zu können. Hierzu muss das Ergebnis der Vision dem Entwicklerteam verständlich kommuniziert werden können.

Auf dieser Basis wurden Anforderungen für einen Ansatz abgeleitet, mit denen bestehende Kreativitäts-, User-Journey-Methoden sowie Story-Building-Praktiken bewertet werden konnten. Jede Technik hat ihre Vor- und Nachteile, weshalb wir eine Kombination von bestehenden Ansätzen angestrebt haben, um die Anforderungen zu erfüllen. Bei den Story-Building-Praktiken wie SAPs Scenes² lässt sich der Nutzungskontext nur starr darstellen. Außerdem wird oft ein Fokus auf die Interaktion gelegt. User Journeys haben den Nachteil, dass sie einen zu konkreten Weg für unser abstraktes Problem und dessen Kommunikation mit den Stakeholdern nutzen. Trotzdem kann mit User Journeys die Problemlösung sehr gut als Prozess dargestellt werden [1], jedoch ist die Kommunikation der Idee und Vision zu den Stakeholdern auf dieser Basis nicht zufriedenstellend, da dieser Prozess zu abstrakt abgebildet wird.

Cartooneering

Deswegen haben wir uns dafür entschieden, eine Kombination aus Proto-Personas [2, 3] und visuell dargestellten Geschichten in Form von Comics zu verfolgen. Hierbei fungieren die Personas als Hauptfiguren in den Geschichten, die Szenarien der Anwendung aufzeigen. Im Mittelpunkt der Comics steht der emotionale Zustand der Persona sowie der Weg vom Problem bis zum erfüllenden Zustand nach dem Einsatz des zu gestaltenden Produkts. Dieses Vorgehen nennen wir *Cartooneering*.

Cartooneering fördert das gemeinsame Verständnis über die Nutzer und die Problemdomäne, und hilft so, eine einheitliche Sicht auf das zu entwickelnde Produkt zu schaffen. Zentral ist, dass die Software nicht der Kern der Comics ist, sondern nur einen Teil ausmacht, wie in Abbildung 1 zu sehen. Dadurch erkennen sich Stakeholder mit ihren eigenen Ideen wieder, ohne detailliert die Anwendung zeigen zu müssen.

¹ <https://www.landkreise.digital>

² <https://apphaus.sap.com/resource/scenes>



Abbildung 1: Darstellung eines beispielhaften Comics

Cartooneering erlaubt die gemeinsame Visionsfindung mit heterogenen Stakeholdern. Ein hoher Grad an schneller Anpassbarkeit der Comics ermöglicht ihren iterativen Einsatz, womit Anpassungen an der Detailtiefe im Laufe des Entwicklungsprozesses umgesetzt werden können. Erkenntnisse und aktueller Stand der Methode

Durch den Einsatz und die Erprobungsphasen in den ersten beiden Anwendungen konnten Erkenntnisse im Bereich der Kollaboration zwischen Stakeholdern gesammelt werden. Weiterhin haben wir gesehen, welche Inhalte für die Auswahl der Handlungen sowie gestalterische Merkmale eine gute Wahl für die Comics sind. Außerdem wurde deutlich, dass sich die Kombination aus Comics und Personas als Onboarding-Prozess neuer Teammitglieder eignet. Die visuelle Erzählweise bietet einen einfachen Weg, sich mit dem Produkt vertraut zu machen, ohne eine große Menge an Dokumentationen lesen zu müssen.

Da wir begonnen haben, Cartooneering in weiteren Projekten einzusetzen, haben wir Leitlinien zur Methode mit dem Ziel dokumentiert, Cartooneering auch leicht ohne Vorwissen anwenden zu können. Beispielsweise haben wir Handlungsempfehlungen für die visuelle Darstellung, den strukturellen Aufbau und den Zusammenhang der Comics untereinander erarbeitet.

Damit einhergehen die stetige Präzisierung und Evaluation des Ansatzes. Konkret heißt das, wir arbeiten an einem „Comic Construction Kit“, das die einfache Anwendung in einer Workshop-Situation durch Teilnehmende ermöglichen soll.

Ausblick auf den Vortrag

Im Vortrag möchten wir über unsere Erfahrungen beim Einsatz von Cartooneering und die Funktionsweise der Methode im Detail berichten. Wir wollen auf Unterschiede zu bestehenden methodischen

Ansätzen und unsere identifizierten Best Practices eingehen: Wie können die Comics zur Anforderungsidentifikation, Validierung und der Vereinigung von unterschiedlichen Perspektiven auf eine Vision eingesetzt werden, wie sehen sie aus bzw. wie lautet unser Gestaltungskodex. Darüber hinaus erklären wir, wie man in eigenen Projekten Cartooneering einsetzen kann, welche Formate sich gut dafür eignen und wie diese auf eigene Bedürfnisse angepasst werden können. Wir sehen den Vortrag als Chance, Feedback und potenzielle Verbesserungsvorschläge aus Frage- und anschließenden Gesprächsrunden von Experten und Interessierten im Themenfeld RE zu erhalten.

Danksagung

Dieser Beitrag wurde im Kontext des Projekts Smarte.Land.Regionen, gefördert durch das Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (Förderkennzeichen: 2818SL001), erstellt.

Literaturverzeichnis

- [1] A. Endmann und D. Keßner, „User Journey Mapping - A Method in User Experience Design,“ *i-com*, Bd. 15, Nr. 1, pp. 105-110, 2016.
- [2] S. Mulder und Z. Yaar, *The User Is Always Right: A Practical Guide to Creating and Using Personas for the Web*, Sydney: Pearson Education, 2006.
- [3] J. Gothelf, „Using Proto-Personas for Executive Alignment,“ *UX Magazine*, 1 Mai 2012.