

# „Pragmatisches UCD“-Vorgehen bei der Neuentwicklung von bahn.de



Hamburg, 13. November 2008

Elena Shalman, Senior Consultant, namics

Janko Zehe, Senior Consultant, namics

Bern, Frankfurt, Hamburg, München, St. Gallen, Zug, Zürich

# **„Pragmatisches UCD“ oder Nutzerfreundlichkeit sichert die Geschäftsziele**

Fokus – Vertriebsplattformen, wirtschaftliche Ziele  
Beispiel – bahn.de

# Usability dient nicht dem Selbstzweck!

- » **Benutzerfreundlichkeit** einer Website und Entwicklung einer solchen **dient** letztendlich **dem Business Impact!**
- » Besonders bei Vertriebsplattformen geht es um **nutzerfreundlichen Vertrieb.**
- » Usability bedient also operative nicht handwerkliche Ziele.

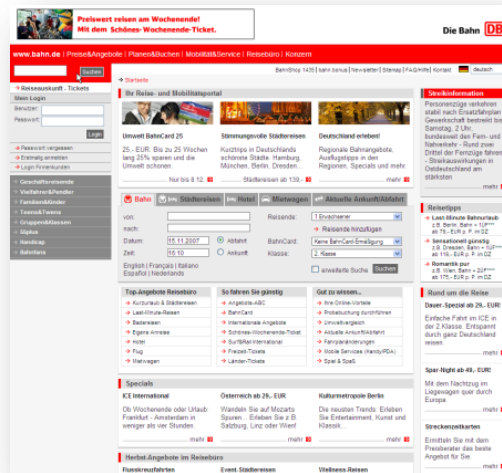


## Vertrieb ist Befriedigung der Kundenbedürfnisse.

- » Bei der Neuentwicklung einer Vertriebsplattform geht es oft darum ..
  - Mehr Komfort für Kunden zu bieten und ihre Bedürfnisse besser bedienen
  - **Neue Kundengruppen** erschließen
  - Weitere [Business-] **Potenziale** auszuschöpfen
  - Services ins Internet verlagern
  
- **Je mehr** diesen Anforderungen entsprochen wird, **desto erfolgreicher** ist ein Verkaufsportal.
  
- **Durch konsequente Nutzerorientierung kann Geld verdient oder gespart werden.**

# bahn.de: ALLE kaufaktiven Online-Nutzer müssen erreicht werden!

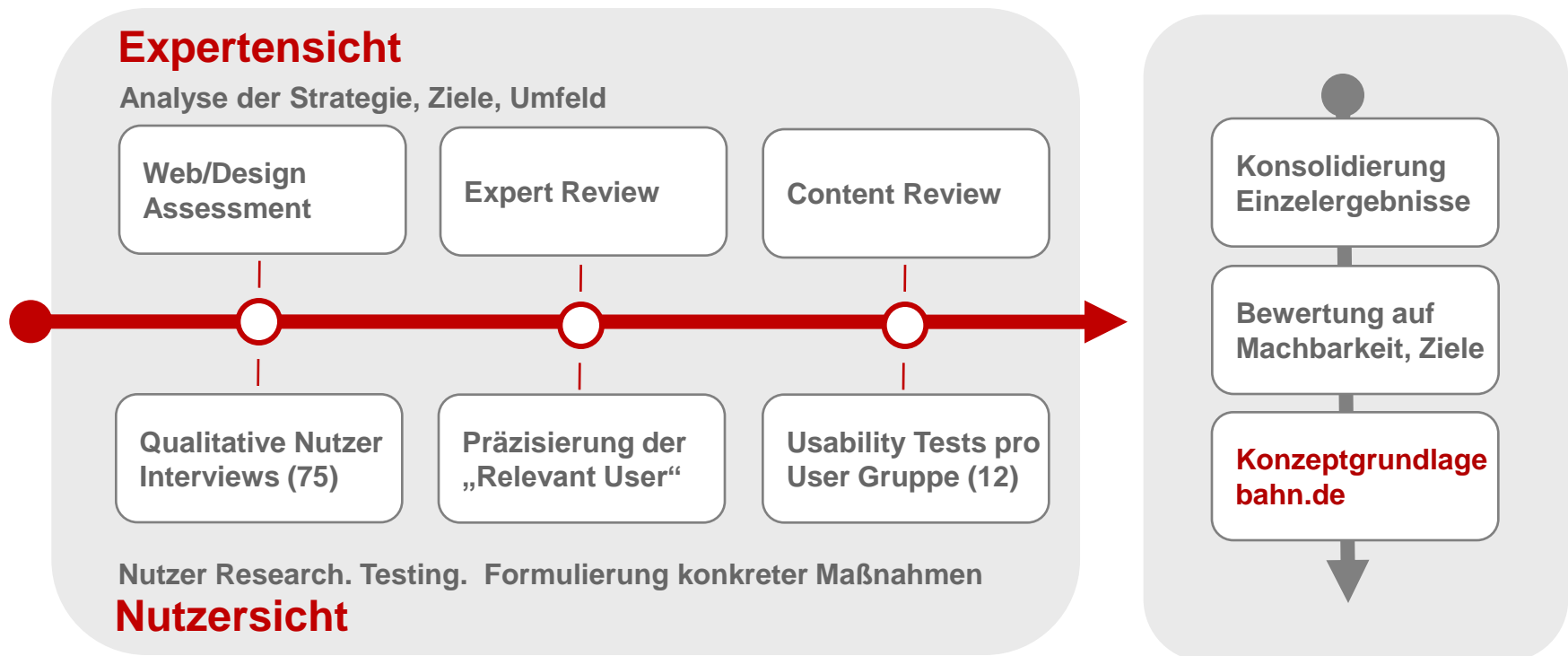
» Die „most relevant User“, Geschäftsreisende und Vielfahrer, und erfahrene Nutzer werden auch jetzt bedient.



» Die unerfahrenen Nutzer und einige Zielgruppen mit Kaufpotenzial (z.B. beratungsintensive User) bleiben noch auf der Strecke. Finden nicht das richtige Ticket, brechen oft die Buchung ab!



# Richtige Handlungsfelder definieren. Mit Top-down / Bottom-up-Vorgehen.



# Expertensicht: Key-Findings. Jeder ist überfordert. Bedarf wird nicht geweckt!

71 Einstiege  
in 5 Sekunden?

Ist der teure Raum so gut bezahlt,  
dass der Nutzer weg  
soll?

Sind hier die **mobilen  
Services**, oder? 1st  
Level ist extrem unscharf.

Sucheingabe zu klein &  
rivalisierend.

Login am Standardplatz  
für **Buchungs-  
Cases**.

Matrixstruktur 1st  
Level/**Zielgruppen**  
zu  
**unpräzise**aufgelöst.

Kontakt?  
**Beschwerde-  
management?**



**Bedarf** kann nicht  
geweckt werden.

**Buchungsprozess**  
statt Auskunftsprozess.

**Bauchladen** zwingt  
zum Lesen, **finden  
tut man nichts**.

# Abgleich mit Nutzersicht: Ergebnisse werden bestätigt, geschärft und ergänzt.

## » 96 Interviews

- 12 qualitative, persönliche Interviews. 9 telefonische Interviews.
- 75 Befragungen über das ganze Unternehmen.
- 6 Usability-Tests.
- 2 Workshops.

## » Eigene Erfahrungen

- 100 Bahncards
- 70.000 km im Monat

**Motive/Ziele auf bahn.de**


1. Reiseverbindung suchen und Sekretariat schicken
2. Evaluation Zug gegen Flug
3. Nutzung mobiler Services (Verspätungen, Ticket, Status)
4. Hinterlegung Profil für verschiedene Rollen inkl. Sitzplatz
5. Status Bahn.comfort

**Weitere**

- » Sitzplatzbuchung a la Fieger
- » Information über exogene Ereignisse während der Reise
- » Ankunfts-/Abfahrtsstatus Geschäftspartner/mein Zug
- » Buchung Anschluss/Zubringer-Taxi
- » Änderungsalerts Profil
- » Auffindung vergessener Gegenstände
- » Anruf Hotline (bspw. Streik)

**Beliebte Sites**

- » Google
- » Flugbuchung
- » Magazine wie z.B. Spiegel
- » Banking



**Einstellungen**

- » Hohe Online-Affinität.
- » Zielgerichtet. Kein Stöberer.
- » Ungeduldiger Server
- » Kurze Verweildauer.
- » Scannt
- » 30% Suche/ 70% Gefühl
- » Max. 2 Versuche Informationsfindung





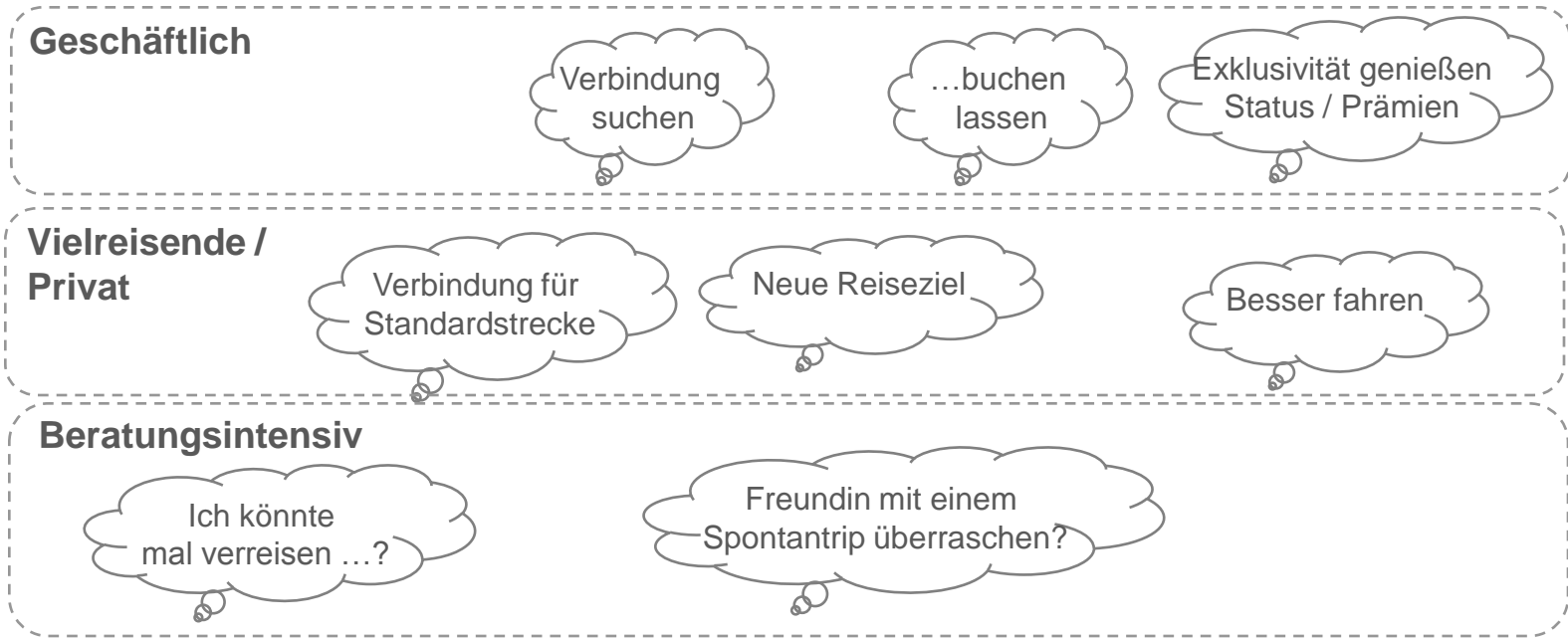
## Das Highlight der Konsolidierung der Ergebnisse. Auflösung der Zielgruppen-Gedanken!

- » Die Zielgruppen der bahn.de sind keine klassische Zielgruppen sondern **Reiseanlässe und Bedürfnisse**.
- » **Ein konkreter Reiseanlass** steht zum Zeitpunkt des Besuchs der Website im Fokus. Dieser ist primär zu bedienen.
- » Dabei werden die **unterschiedlichen Reiseanlässe in einer Person vereinigt**.





## Ein Beispiel - Johannes H., 35 Bedürfnisse auf bahn.de.



## Beispiele für Lösungselemente: Zugänge nach Reiseanlässen und Beratungstools.

Ihre Reiseanforderungen – wie wollen Sie reisen?

<p><b>Viel mit der Bahn unterwegs</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-&gt; Geschäftlich reisen</li> <li>-&gt; Pendler &amp; Vielfahrer</li> <li>-&gt; Schüler</li> </ul>	<p><b>Unterwegs mit...</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-&gt; Kindern</li> <li>-&gt; Fahrrad</li> <li>-&gt; Haustieren</li> <li>-&gt; Auto</li> <li>-&gt; Gruppen</li> <li>-&gt; Schulklassen oder Jugendgruppen</li> </ul>	<p><b>Besondere Anforderungen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-&gt; Reisen mit Handicap</li> <li>-&gt; Senioren</li> <li>-&gt; Alleinreisende Kinder</li> <li>-&gt; Über Nacht reisen</li> </ul>
--	---	---

Angebote & Sparpreise

Zugang entlang der Reisebedürfnissen zu Angeboten

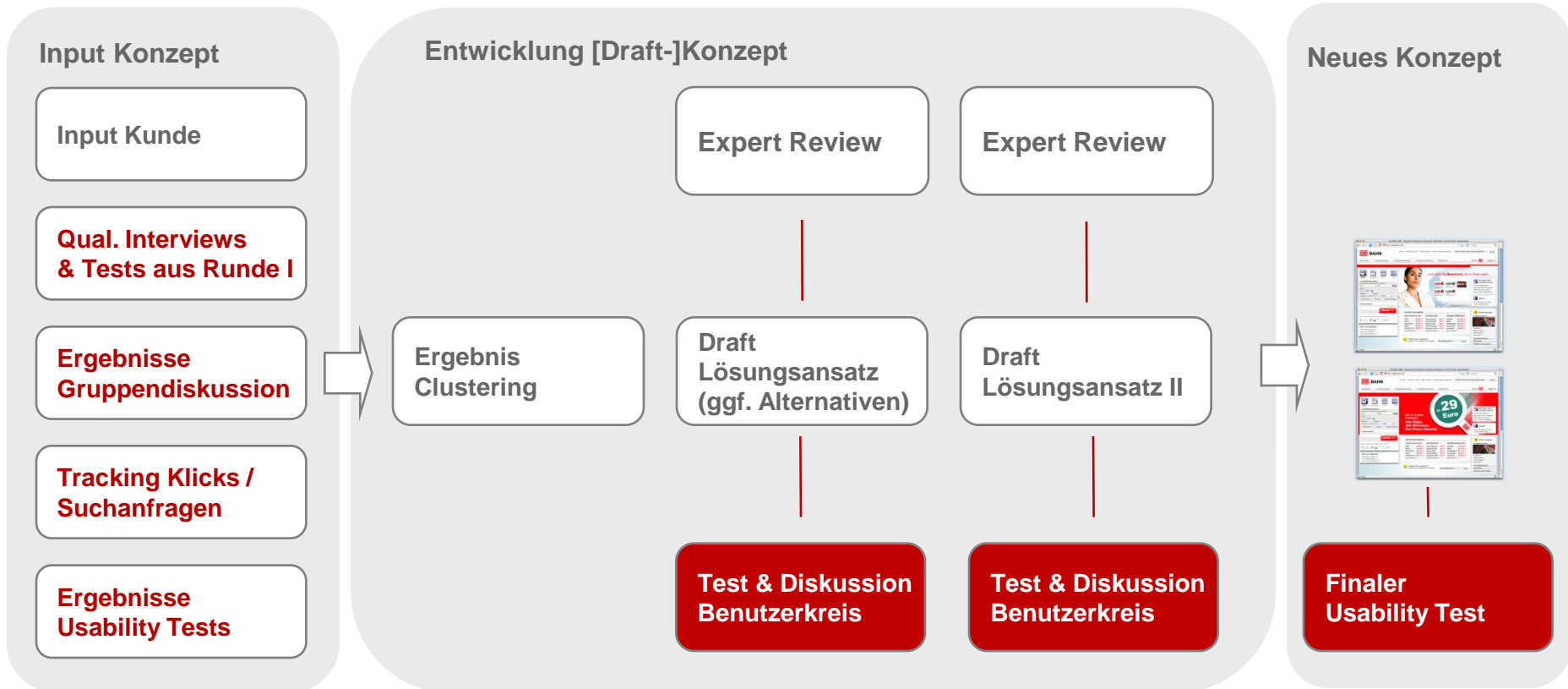
Finden Sie **Services**  
passend zu **Ihren Reiseanforderungen.**

Bitte wählen Sie

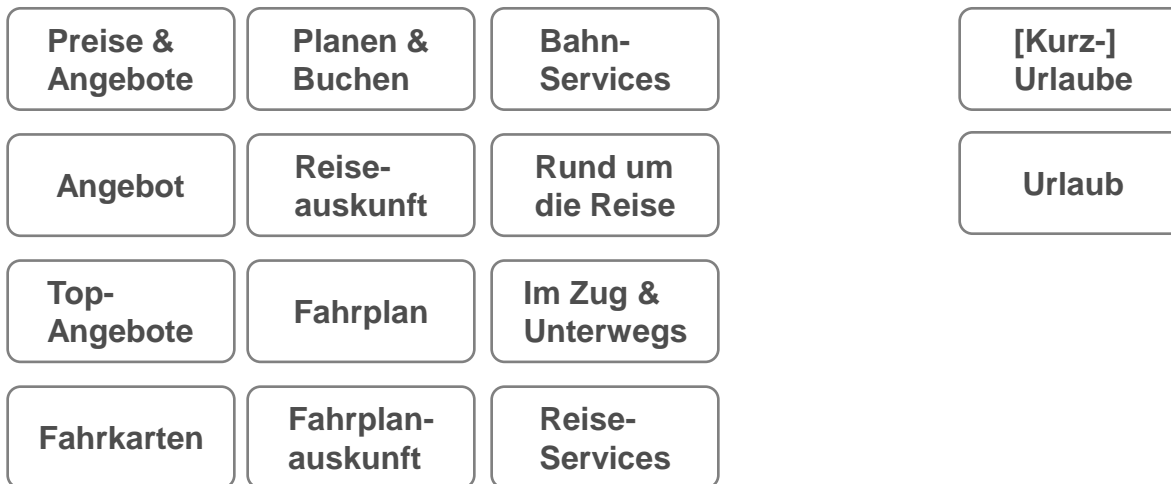
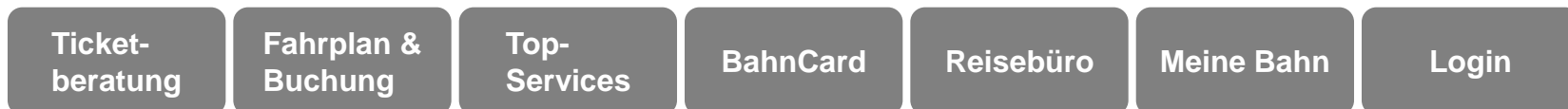
Von A nach B **für wenig €.**  
Finden Sie **das passende Angebot** für Ihre Reise.

Beratungstools für Zugang zu passenden Angeboten und Services

# Unbedingte Nutzerorientierung bei Lösungsentwicklung: Finales Testing reicht nicht aus!



# Beispiel: Überprüfung der Benennungen mit wichtigsten Zielgruppen



Im Test durchgefallen



namics



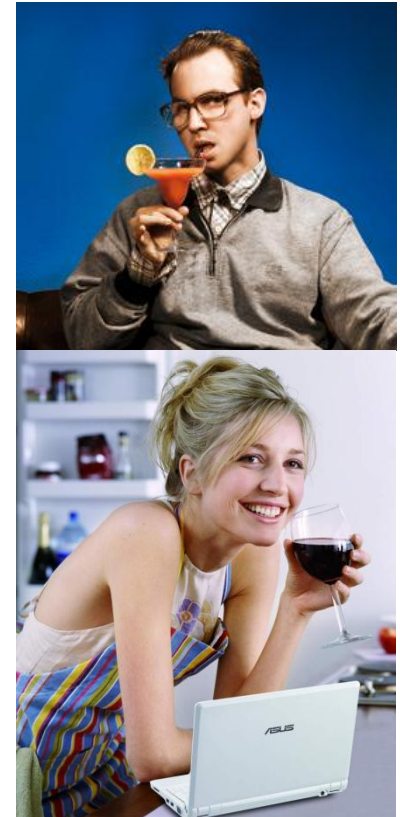
Konzeption der Buchungsstrecke.



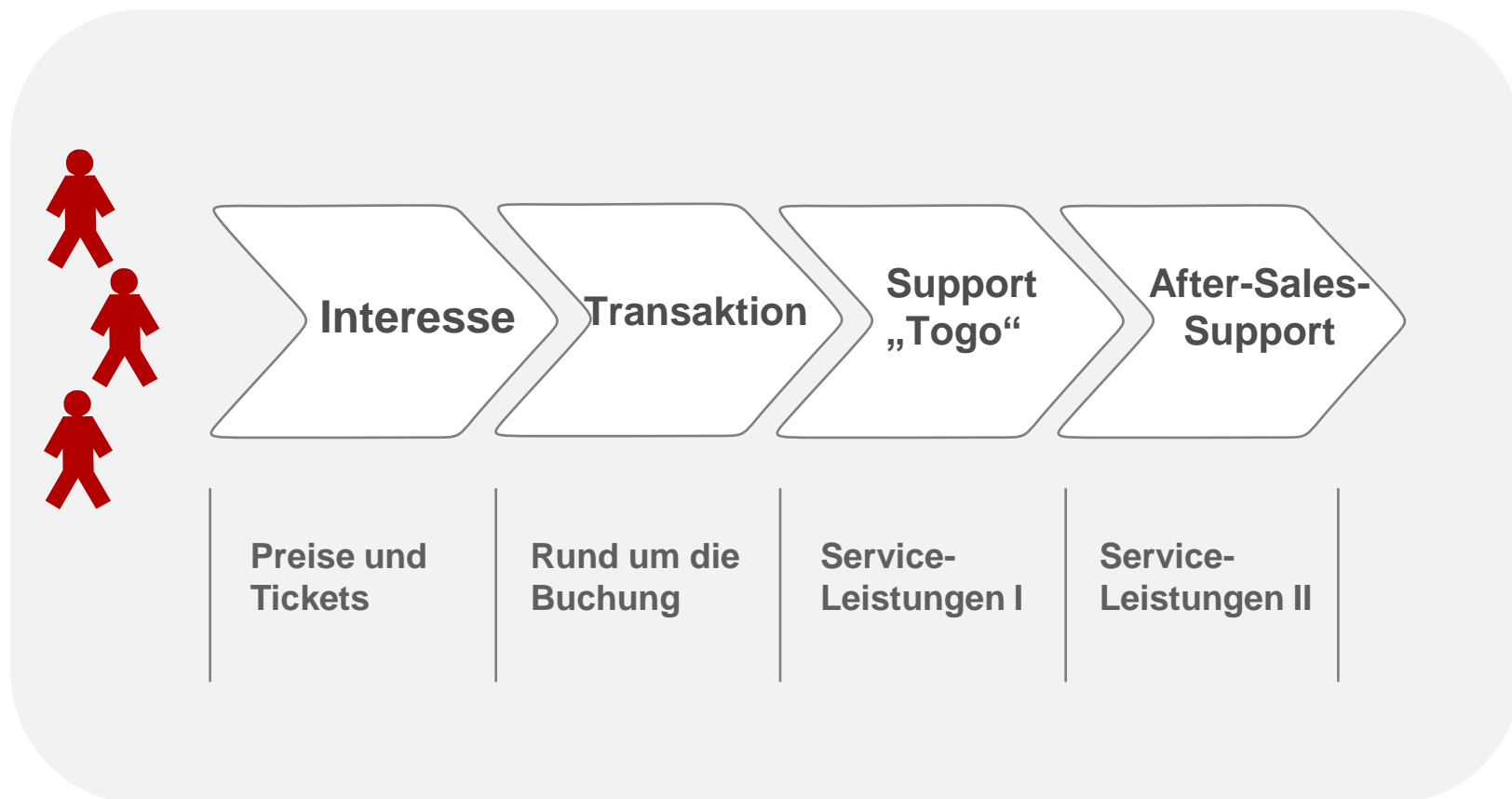
## Nutzeranforderungen

- » Der Nutzer soll auch in unserer Anwendung **erlerntes Verhalten** anwenden können

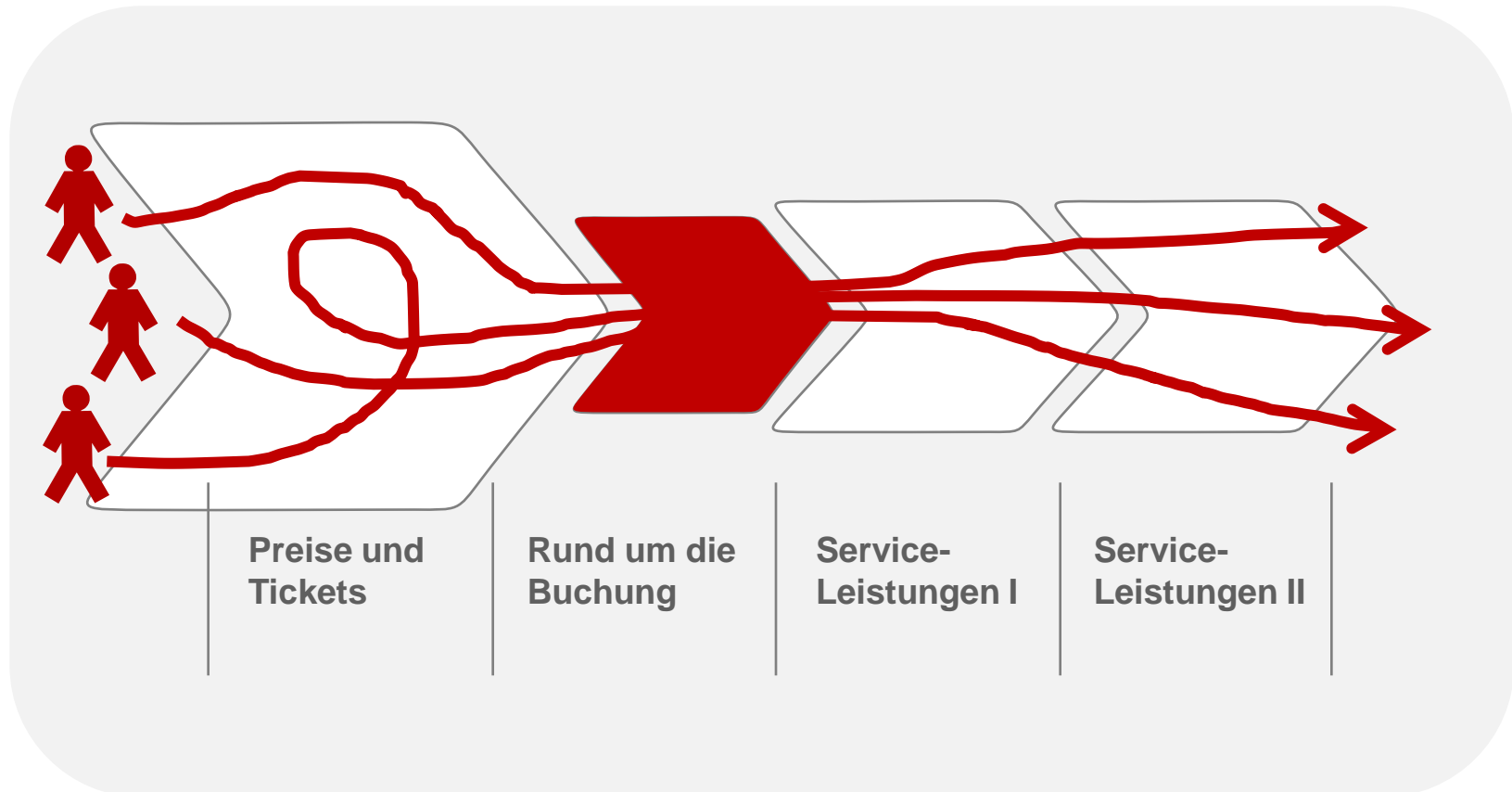
*„Es geht darum, die geistigen Prozess des Nutzers, die Art wie er denkt, zum Mittelpunkt des Entwicklungsprozesse zu machen.“*  
[H. Arndt]



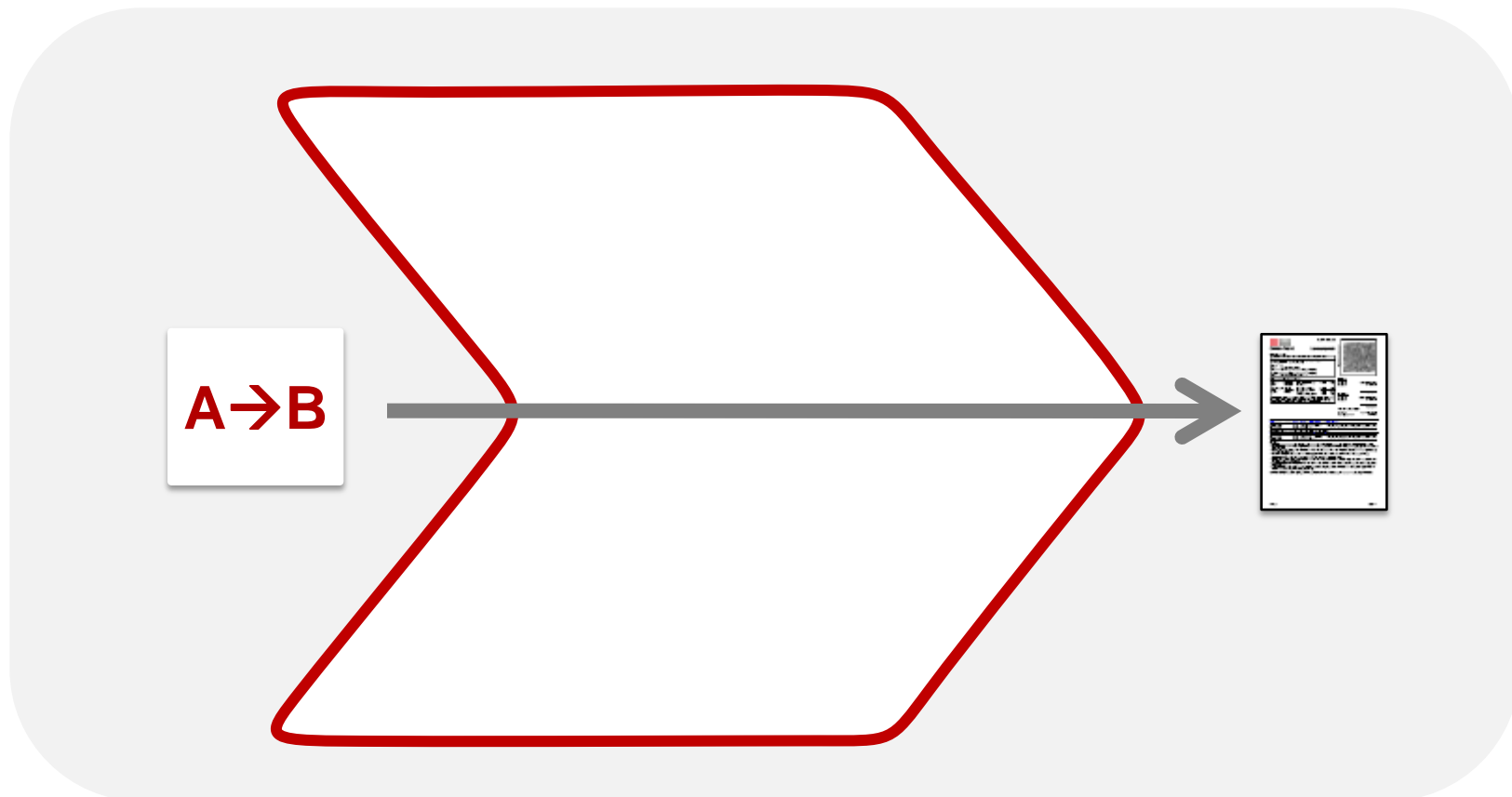
# Mentale Phasen des Verkaufsprozesses.



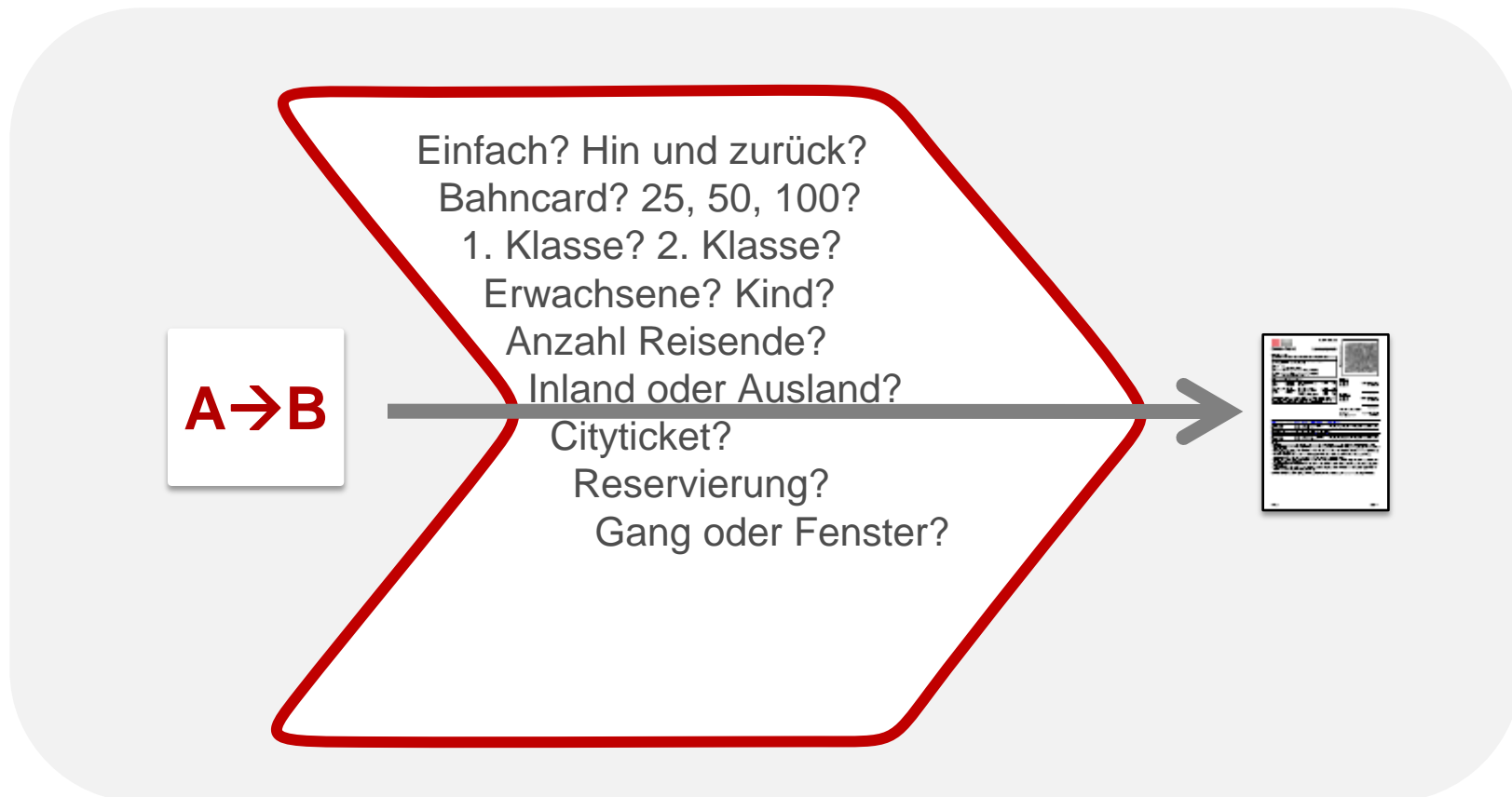
# Mentale Phasen des Verkaufsprozesses.



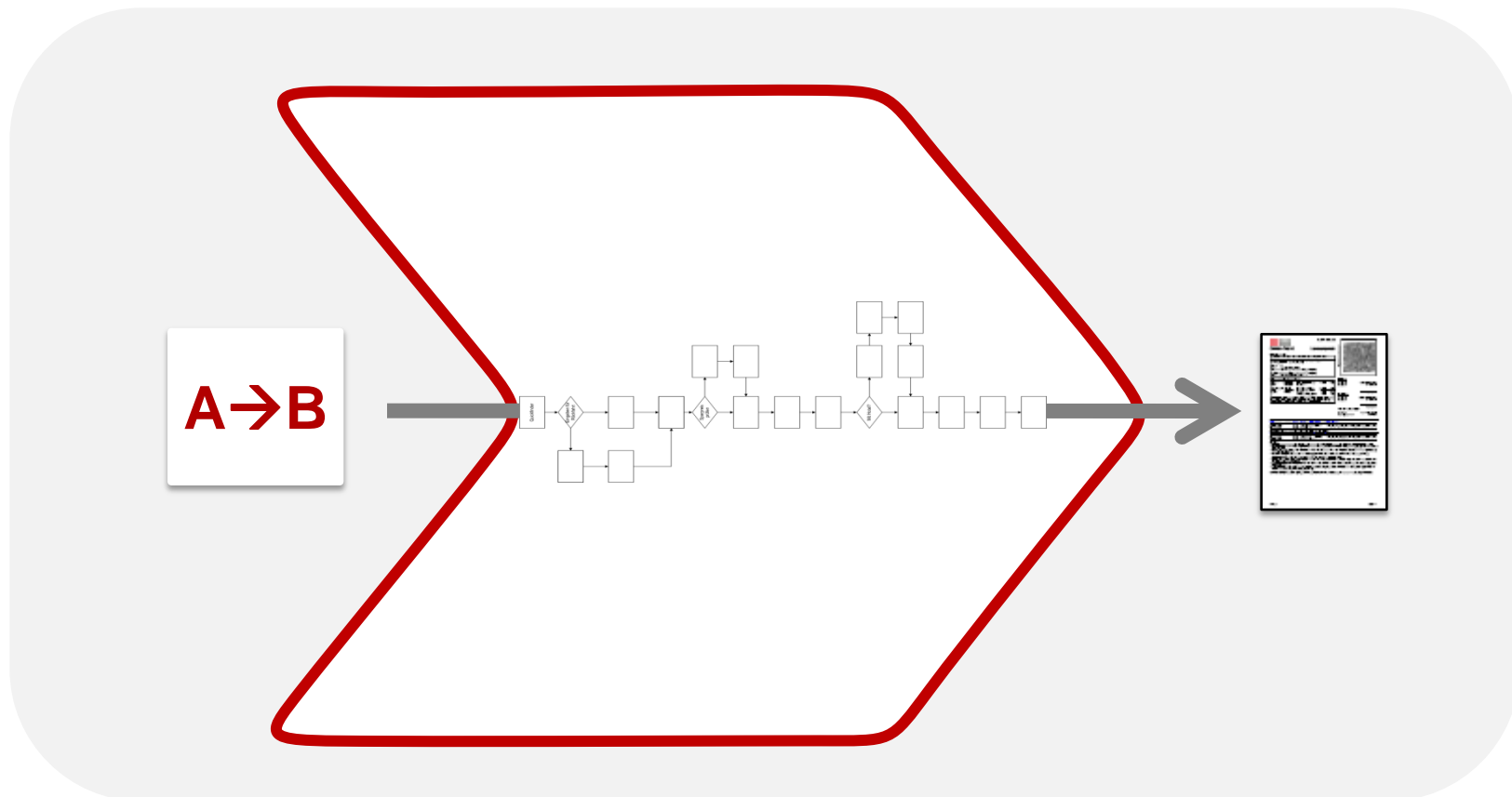
# Die Buchungstrecke.



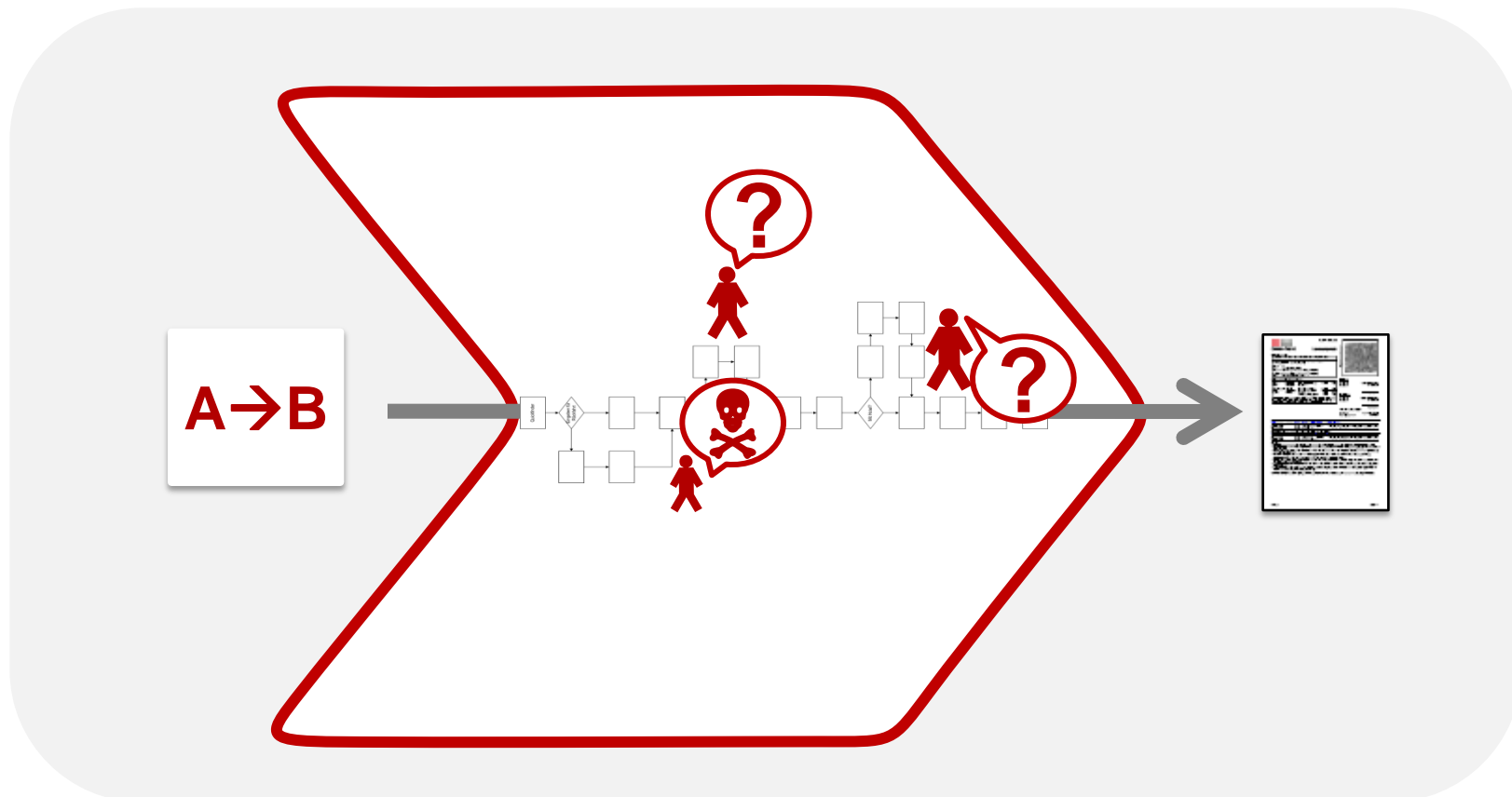
## Die Buchungstrecke.



# Die Buchungstrecke.



# Die Buchungstrecke.



# Von Anfang an: Permanente Tests.

**Bahn** | Mietwagen | Hotel | *← Das sind Reiter*

1. Schnellanfrage

Abfahrt von... | ... nach Ankunft | Dehnen jetzt | Zeit | Anknüpf | Kalender icon

---

2. Reisende

A. 1 Erwachsene - Kinder

Ohne Bahncard | 2. Klasse

Günstig | Schnell

→ Was bedeutet das?

Bei Auswahl mehr als 1...  
 1. Erwachsene | 1. Kinder  
 1. Ohne Bahncard | 1. Bahncard 2.25 | 1. Bahncard 2.50  
 2. Bahncard 2.25 | 2. Bahncard 2.50  
 ... bekommt man die zusätzliche Propaganda eingebunden

---

2. Reisende

B. 1 Erwachsene

1. Ohne | BC 2,25 | BC 2,50 | BC 1,25 | BC 1,50

- Kinder

2. Klasse

Günstig | Schnell

→ Was bedeutet das?

Bei Auswahl eines Kindes wird ebenfalls eine Reihe Bahn cards (Verfügbar für Kinder) eingebunden

---

3. Weitere Optionen

- Besondere Wegstrecke
- Besondere Anforderungen
- Besondere Services

**START!**

Bahn | Mietwagen | Hotel

**Schnellanfrage**

Von | Nach

TT.MM.JJJJ (heute) | Zeit (jetzt) | Abfahrt | Anknüpf

**Eingeben Preis**

1 Erwachsene

1 Ohne - BC 25, 2. Kl - BC 50, 2. Kl - BC 25, 1. Kl - BC 50, 1. Kl

- Kinder

2 Klasse

1 Klasse

Günstig | Schnell

[Was bedeutet das?](#)

**Eingeben Reisekomfort**

- Besondere Wegstrecke: Icons Via, Routerplaner (Tür zu Tür), Fahrrad
- Besondere Anforderungen: Icons Hund, Kinderwagen, Rollwagen Behinderte
- Besondere Services: Icons Parkhaus, Gepäck, Hot Spot

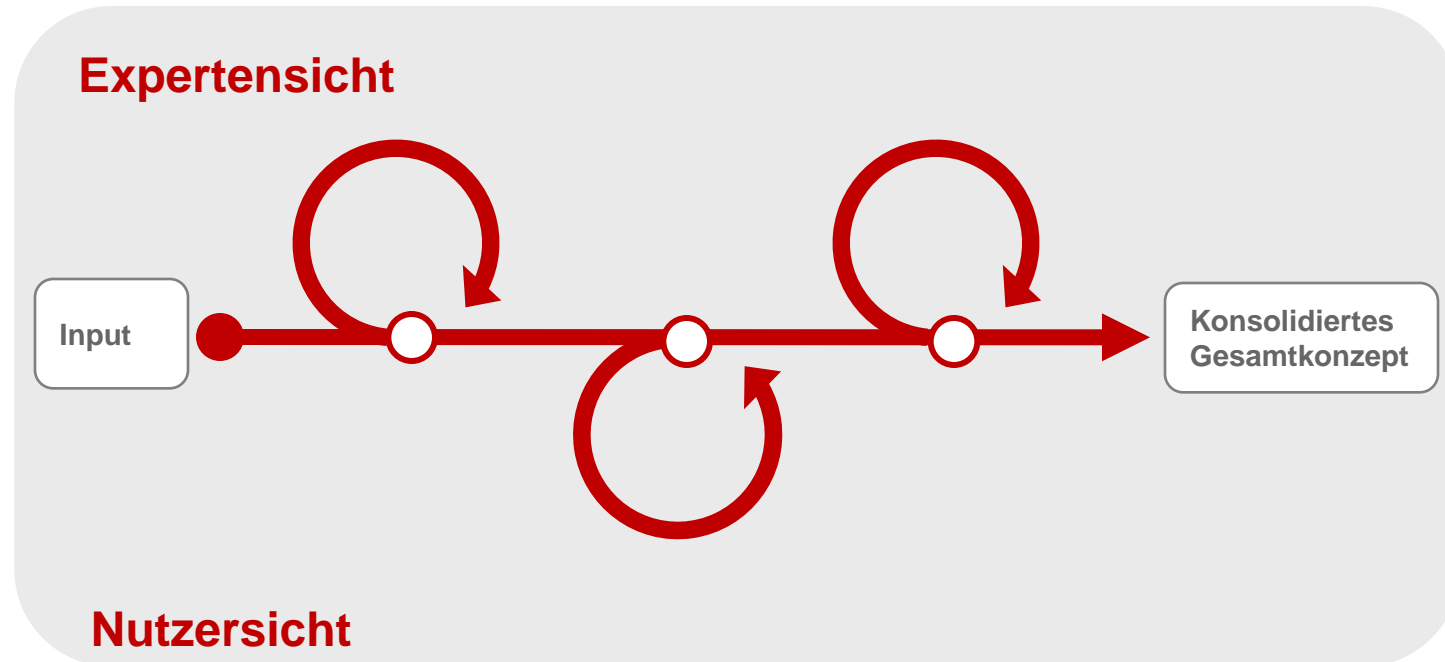
**Start!**

[Ankunft/Abfahrt pünktlich](#)  
[Persönlicher Fahrplan](#)  
[Ökovergleich: Bahn/Flug/Auto](#)

Banner/Teaser Mobile Services

Banner/Teaser Pushing „Meine Bahn“

## Iteratives Vorgehen während der Konzeption.



- » Stetiges, interaktives Testen der Einzelkomponenten gewährleistet die Nutzerorientierung des konsolidierten Ergebnisses.
- » Dennoch darf auch die Expertensicht nicht vernachlässigt werden.

## Beispiel: Anzahl Reisende.

- » Anzahl Erwachsene, Kinder, Sohn/Tochter/Enkelkind
- » Anzahl BahnCards (1./2. Kl., 25/50/100)
- » Verbindung ins Ausland? → Abfrage Alter
- » 1. Klasse / 2. Klasse

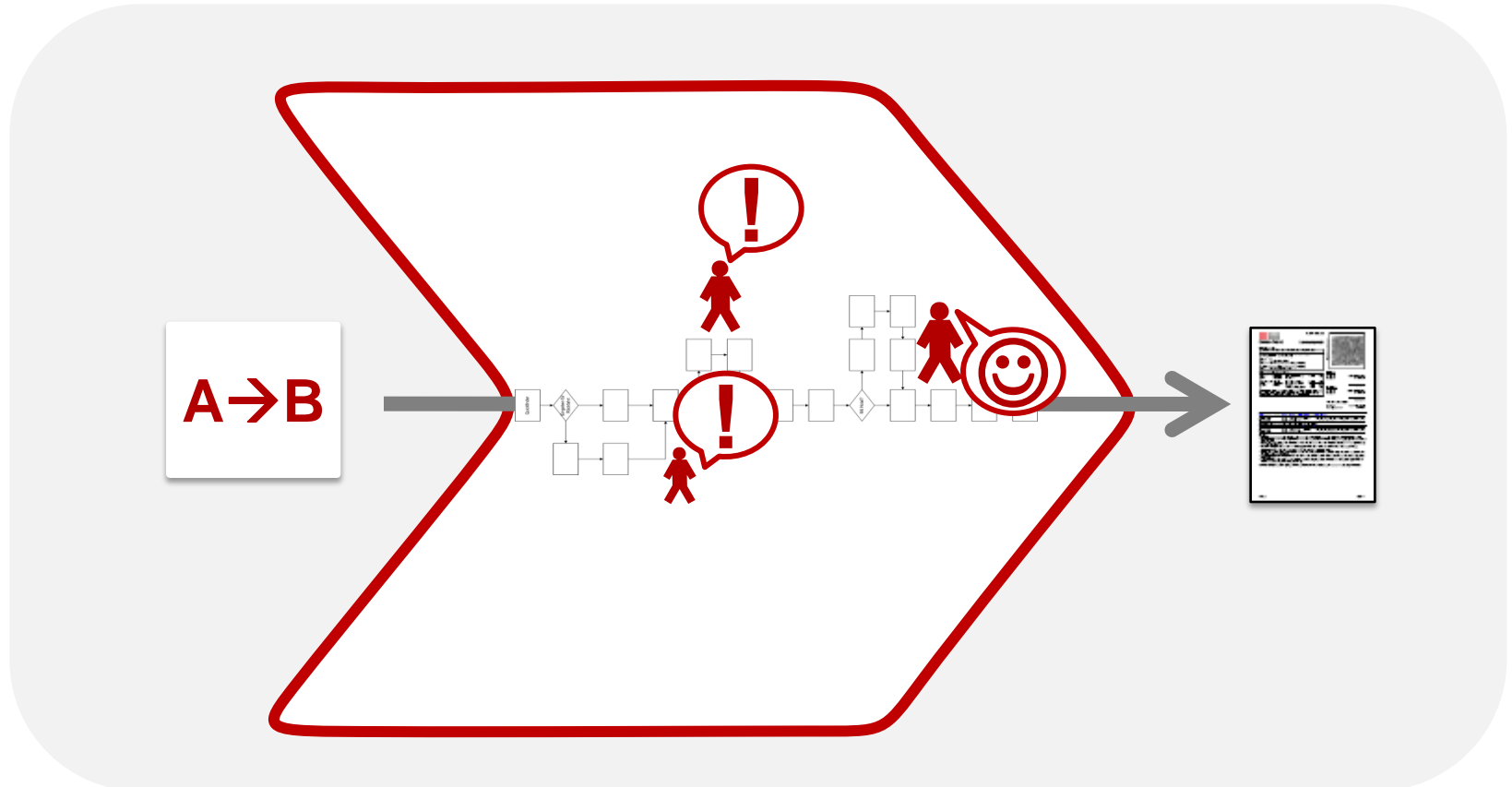
<b>Reisende:</b>	1 Erwachsener ▼	Keine BahnCard-Ermäßigung ▼	2. Klasse ▼
	→ Reisende hinzufügen	→ Auslandspreise	

Erwachsene	Kinder 6-14 J.	Kinder 0-6 J.
1 ▼	0 ▼	0 ▼
1. Erwachsener	Keine BahnCard ▼	
<input checked="" type="radio"/> 2. Klasse reisen	<input type="radio"/> 1. Klasse reisen	

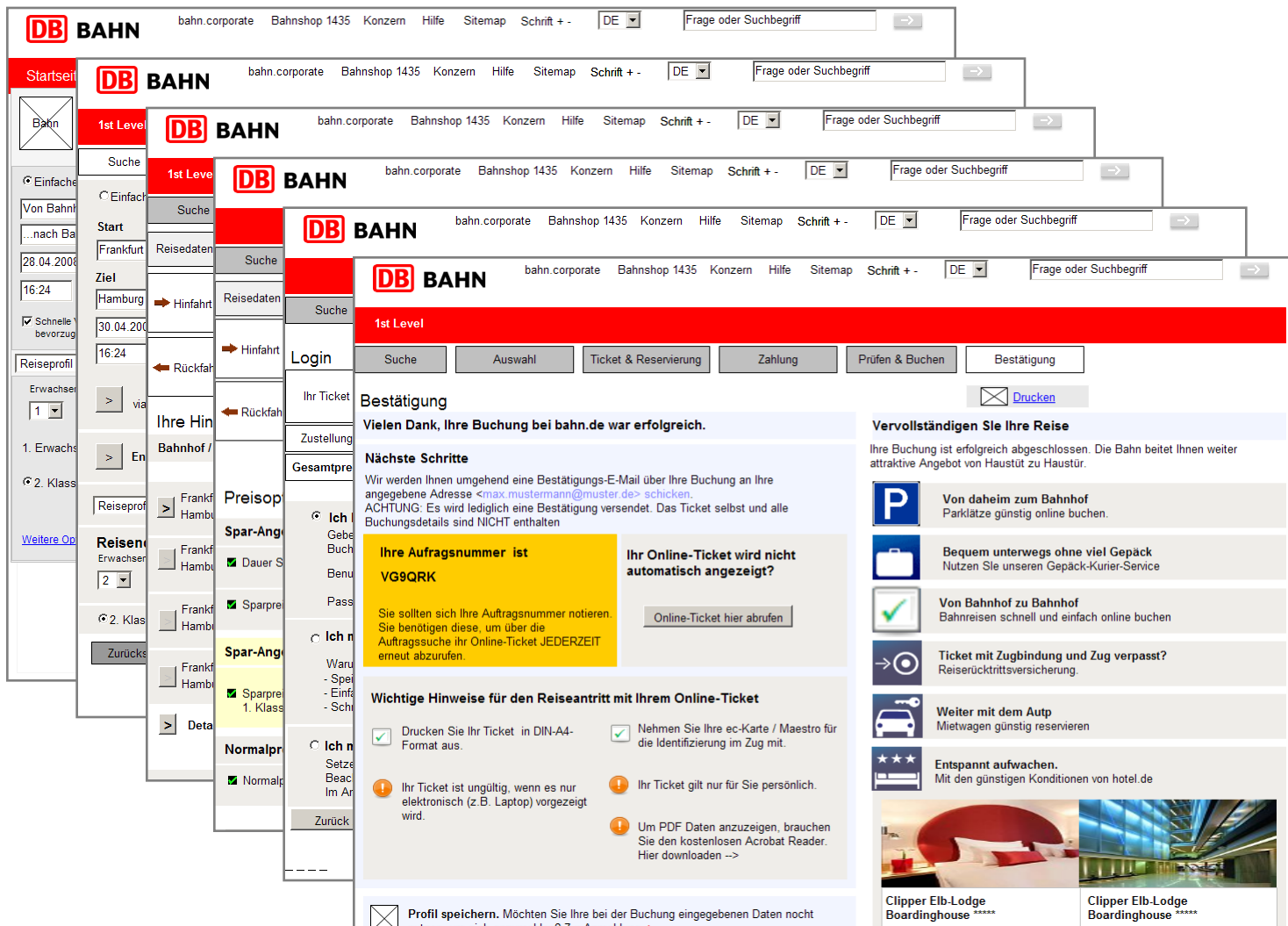
Erwachsene	Kinder (6-14)	Kinder (unter 6)
1 ▼	0 ▼	0 ▼
Anzahl BahnCards		
1 ▼	ohne BahnCard-Ermäßigung ▼	
2. Klasse reisen ▼		

<b>Reisende</b>			
Erwachsene	Kinder 6-14 J.	Kinder 0-6 J.	Alter
2 ▼	1 ▼	0 ▼	
1. Erwachsener		BahnCard 25 2. Klasse ▼	

# Die Buchungstrecke.



# Prototyping mit Usability-Tests. Ausblick auf die Ergebnisse.



The image displays a sequence of overlapping screenshots of the DB BAHN website, illustrating the user interface during a booking process. The screenshots are layered to show the progression of the user interface.

**Top Layer (Final Confirmation Page):**

- Header:** DB BAHN logo, navigation links (bahn.corporate, Bahnshop 1435, Konzern, Hilfe, Sitemap, Schrift +/-), language selector (DE), and search bar (Frage oder Suchbegriff).
- Navigation:** Buttons for Suche, Auswahl, Ticket & Reservierung, Zahlung, Prüfen & Buchen, and Bestätigung.
- Main Content:**
  - Bestätigung:** "Vielen Dank, Ihre Buchung bei bahn.de war erfolgreich." and "Nächste Schritte" section with a warning about email confirmation.
  - Yellow Box:** "Ihre Auftragsnummer ist VG9QRK".
  - Online-Ticket:** "Ihr Online-Ticket wird nicht automatisch angezeigt?" with a button "Online-Ticket hier abrufen".
  - Wichtige Hinweise:**
    - Drucken Sie Ihr Ticket in DIN-A4-Format aus.
    - Nehmen Sie Ihre ec-Karte / Maestro für die Identifizierung im Zug mit.
    - Ihr Ticket ist ungültig, wenn es nur elektronisch (z.B. Laptop) vorgezeigt wird.
    - Ihr Ticket gilt nur für Sie persönlich.
    - Um PDF Daten anzuzeigen, brauchen Sie den kostenlosen Acrobat Reader. Hier downloaden -->
- Right Side:** "Vervollständigen Sie Ihre Reise" section with various service offers like "Von daheim zum Bahnhof", "Bequem unterwegs ohne viel Gepäck", "Von Bahnhof zu Bahnhof", "Ticket mit Zugbindung und Zug verpasst?", "Weiter mit dem Auto", and "Entspannt aufwachen".
- Bottom:** "Profil speichern" checkbox and "Drucken" button.

**Other Layers (Booking Process):**

- Search Page:** Shows search criteria: Von Bahnhof (Frankfurt), nach Bahnhof (Hamburg), Abfahrtsdatum (28.04.2009), Abfahrtszeit (16:24), Ziel (Hamburg), Ankunftsdatum (30.04.2009), Ankunftszeit (16:24), and Reiseprofil (1 Erwachsener).
- Selection Page:** Shows "Ihre Hinreise" with options for "Preisop Spar-Ang" and "Normalpr".
- Confirmation Page:** Shows "Ihr Ticket" and "Zustellung" details.

# Zusammenfassung.



## Lessons learned.

- » **Fundierte Analyse** vor der Konzeption
  - Analyse des Umfeldes mit Fokus auf die Business-Ziele
  - Kennenlernen der Zielgruppen und Betrachtung des „Ziels“ aus ihrer Sicht
  
- » **Immer wieder Nutzer-Input** einfließen lassen – Von Anfang an!
  - Nutzer helfen, die Problemfelder „richtig“ zu erkennen
  
- » **Evaluierung der Zwischenergebnisse und Iterationen**
  - Sogar ein kleiner „Hausfrauen“-Test bringt neue Ideen und Erkenntnisse!
  - Das finale Testing dient dem Feinschliff, damit die Lösung „sitzt“
  
- » **Etablierte Gedanken sind nicht immer sinnvoll**
  - Nach der Konsolidierung der Analyseergebnisse das „bewährte“ Konstrukt überprüfen

Kleiner Ausblick auf die Ergebnisse

# Bald auf bahn.de

Navigation: [Kontakt](#) | [Hilfe](#) | [Sitemap](#) | [a-](#) [a](#) [a+](#) | [DE](#) [DE](#) [DE](#)

Navigation: [Suchung](#) | [Fahrplan & Buchung](#) | [Services](#) | [BahnCard](#) | [Urlaub](#)

Hotel Vor Ort

Hin- und Rückfahrt

Adresse, Adresse ...

Station, Adresse

Abfahrt  Ankunft

Nur Nahverkehr

Wählen

Kinder 0-14 J.  Kinder 0-6 J.

Keine BahnCard

1. Klasse reisen

[→ Suchen](#)

Fahrplan  
Buchung?  
Anmelden

Bahn.

**Erster sein.**  
Genießen Sie mehr Komfort  
in der **1. Klasse.**  
→ Erfahren Sie mehr

**Aktuelle Angebote**

**Unsere Sparpreise**

- Das Dauer-Spezial **29 €**
- Spezial für Mitfahrer **ab 49 €**
- Spar Night **ab 49 €**
- Europa Spezial **ab 39 €**
- Länder Ticket für 5 **ab 25 €**
- Alle Sparpreise

**Günstige Städtereisen**

- Dresden 2 ÜF\*\*\* **ab 159 €**
- Berlin 2 ÜF\*\*\* **ab 179 €**
- Eisenach 2 ÜF\*\*\*\* **ab 184 €**
- Hamburg 2 ÜF\*\*\*\*\* **ab 259 €**
- Köln 2 ÜF\*\*\*\* **ab 199 €**
- Alle Städtereisen

**Aktuelle Nachrichten**

- Sturmschäden „Emma“ in Niederdeutschland
- Strecken sind durch Sturm beschädigt
- Bäume beschädigt
- ist z. T. stark einseitig
- Fahrpläne informiert

**Was Bahn**

- Das Handgepäck
- Der Handgepäck
- Die BahnCard
- Erste Klasse
- BahnCard



namics

Einsteigen bitte!

[elena.shalman@namics.com](mailto:elena.shalman@namics.com)

[janko.zehe@namics.com](mailto:janko.zehe@namics.com)

[www.namics.com](http://www.namics.com)

[blog.namics.com](http://blog.namics.com)

## Copyright Disclaimer

Das Copyright des gesamten Inhalts dieses Exposés ist Eigentum von namics (deutschland) gmbh. Der Zugriff darauf beinhaltet kein Recht zur Nachahmung, Wiedergabe und/oder Verbreitung, welche ohne die schriftliche Bewilligung der Autoren untersagt sind.