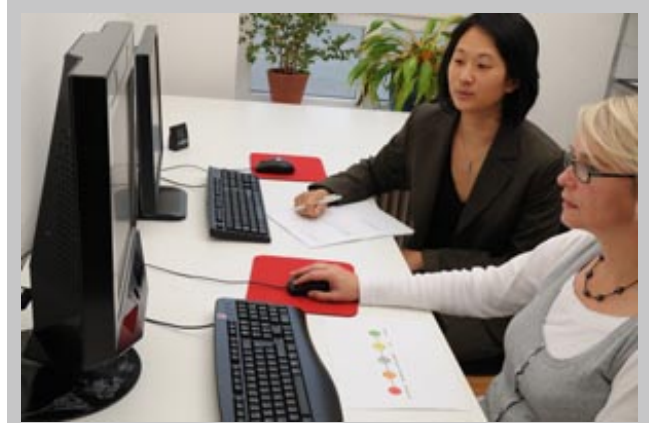


Methode des lauten Denkens

Mehr als Beobachtung: Nutzer kommentieren ihr eigenes Verhalten

Mit der Methode des lauten Denkens wird das Verhalten und Erleben der Befragten direkt aus dem Interaktionszusammenhang heraus exploriert. Unmittelbar während der Anwendungs- bzw. Rezeptionssituation verbalisieren die Teilnehmer, was ihnen spontan durch den Kopf geht, was sie denken und empfinden. Im Anschluss an die Nutzung wird das Erlebte in einem ausführlichen Nachgespräch vertieft.

Die Aussagen der Teilnehmer werden mit den Beobachtungen gespiegelt, die unsere Forscher während der Interaktionsphase machen oder gemacht haben: Gezielt sprechen sie die Befragten auf deren spontane Kommentare, Ausrufe oder kritische Momente während der Nutzungssituation an und lassen sich die Hintergründe dazu erklären. Dieses Verfahren ermöglicht nicht nur, die Introspektion der Befragten auf zentrale Aspekte zu lenken, sondern auch die zugrunde liegenden Nutzungsmotive, Absichten, (oft unbewussten) Bewertungsmaßstäbe sowie die emotionale Verfassung der Befragten während der Nutzung aufzudecken.



Einsatzbereiche

- Usability-Test
- Out-of-the-Box-Test
- Rapid Prototyping
- Regal- und Storetest
- POS-Check

Spezielle Vorteile der Methode des lauten Denkens

Die Verknüpfung aus Beobachtung und spontaner Kommentierung sichert eine hohe Validität der Daten. Das laute Denken ist thematisch offen und eignet sich daher für alle Fragen der Produkt-, Nutzungs- und Medienwirkungsforschung.