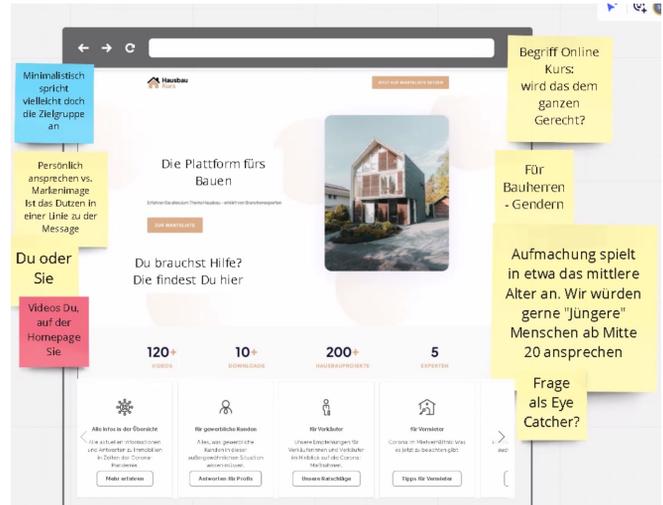


## Zielstellung

Das Ziel des Pilotprojekts war es, zu evaluieren, wie Nutzer:innen ein in der Konzeption befindliches Geschäftsmodell wahrnehmen und bewerten. Im Fokus des Pilotprojektes standen die folgenden Fragestellungen:

- Welches Informationsbedürfnis haben Nutzer:innen beim Thema „Haus bauen“?
- Wie evaluieren Nutzer:innen im Rahmen dieses Informationsbedürfnis das Geschäftsmodell von The Good Home und welchen Mehrwert sehen sie darin?



## Vorgehen und Methode

Für die Evaluation haben wir zwei Online-Fokusgruppen durchgeführt, bei denen Nutzer:innen im Rahmen von Zukunftswerkstätten das Konzept und erste Designvorschläge der Webseite bewertet haben. Die Methodik der Zukunftswerkstatt beinhaltet dabei die drei Phasen Kritikphase, Utopiephase und Strategiephase. In der Kritikphase wurde den Nutzer:innen die Geschäftsidee erklärt und die Teilnehmer:innen fingen an hierzu Kritik zu äußern. Weiterhin wurde in der nächsten Phase versucht, die Kritik in eine Phantasiephase umzuleiten, in der Nutzer:innen über eigene Wünsche und Vorstellungen diskutierten. Die letzte Phase umfasste die Umwandlung der Phantasien in konkrete Strategien, die als Handlungsempfehlungen ausgearbeitet worden sind.

## Ergebnisse

In den Fokusgruppen zeigte sich, dass Nutzer:innen den Prozess „Haus bauen“ als sehr komplex und undurchsichtig wahrnehmen. Das Informationsbedürfnis ist aus ihrer Perspektive sehr hoch und die Idee an dieser Stelle einen Hausbau Kurs in Form von Online-Videos und Checklisten anzubieten, bewerten Nutzer:innen als hilfreich. Allerdings ist Nutzer:innen auf den ersten Blick der Kernmehrwert des Geschäftsmodells noch nicht klar und sie wünschen sich zusätzliche Mehrwertdienste, wie eine Vernetzung mit beteiligten Dienstleistern (wie beispielsweise Statiker:innen, Architekt:innen). Um das Erlebnis und die User Experience positiv zu beeinflussen, wünschen sich Nutzer:innen außerdem mehr Interaktionsmöglichkeiten. Diese reichen von einem personalisierbaren

## Ergebnisse

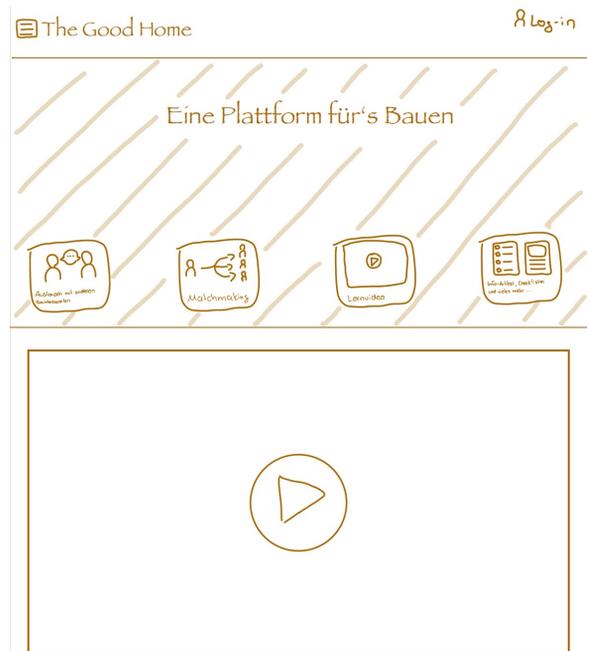
Dashboard, klickbaren Links in Videos bis hin zu einem Austausch mit anderen Nutzer:innen in Form eines Forums. Im Bezug auf die Zahlungsmodalitäten haben Nutzer:innen das Bedürfnis, eine kostenfreie Testversion zu buchen, um zu schauen, ob der gesamte Kurs aufgrund der persönlichen Präferenzen lohnenswert ist. Grundsätzlich herrschte allerdings Einigkeit darüber, dass ein solches Angebot durchaus als bezahlbarer Content angeboten werden kann, sofern die angesprochenen Interaktionsmöglichkeiten umgesetzt werden. Weitere Ergebnisse waren konkrete Designvorschläge und Wünsche im Bezug auf die Webseitgestaltung. So machten einigen Nutzer:innen darauf aufmerksam, dass es Ihnen wichtig ist, das persönliche Dashboard selbst mit zu gestalten, um gespeicherte und gesuchte Inhalte schnell wieder zu finden. Abschließend lässt sich aus den Ergebnissen ableiten, dass für die User Experience und Usability die Personalisierungs- und Interaktionsmöglichkeiten auf der Plattform von enormer Bedeutung für die Nutzer:Innen sind.

"Durch die Zusammenarbeit mit dem Kompetenzzentrum war es uns möglich in einer frühen Phase des Unternehmens wichtiges Feedback unserer Zielgruppe zum Produkt, zur Marke und zum gewünschten Kundenerlebnis zu erhalten. Ein echter Mehrwert, der uns dabei hilft, das beste Produkt für den Kunden zu bauen."

Julian Droste, The Good Home

## Über The Good Home

Es existiert kein zentraler Ort an dem sich angehende Bauherren:Innen vollumfänglich zum Thema Hausbau von Experten informieren lassen können. The Good Home soll eine Plattform bieten, auf der Nutzer:innen alles von A-Z zum Thema Hausbau erfahren können. Es wird einen Hausbaukurs mit Themengebiete, Videos, Protokollen und Checklisten geben und in einem zweiten Schritt auch um die Vermittlung passender Partner:innen zur Umsetzung des Bauvorhabens.



### Weitere Informationen:

<https://www.kompetenzzentrum-usability.digital>

Ansprechpartner:

Lena Recki

Lena.Recki@h-brs.de