

G

U

V

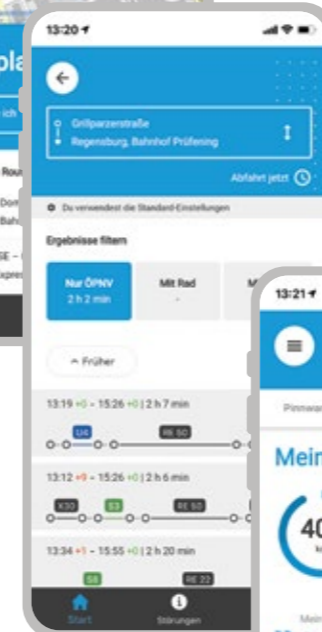
R

Mit Gullivr setzen wir neue Standards in Sachen MaaS

Gullivr ist unsere neue App, die Mobilität im Blut hat. Sie bietet viele völlig neue, innovative Funktionen, um spielend mit moderner Mobilität zurecht zu kommen. Damit wollen wir Standards setzen was Effizienz, intuitive Benutzerführung und Design betrifft. Im August haben wir bereits eine erste Testversion an interessierte Kunden ausgeliefert, jetzt arbeiten wir intensiv an weiteren Features und den ersten Live-Gängen.



Start-Screen



Verbindungsanzeige



Mobilitätsübersicht

Thema
Moderne, multimodale MaaS-App

Produkt
Mobile

Ansprechpartner
Günther Gruber
gruber@mentz.net

Wir haben hierbei eine offene Entwicklung gewählt, bei der unsere Kunden sehr früh in die Entwicklung einbezogen werden. Bereits vor den ersten Design-Entwürfen haben wir unsere Kunden nach Prioritäten für eine neue Mobilitäts-App gefragt. Das Ergebnis aus diesen Umfragen hat eine maßgebliche Rolle bei der Entwicklung von Gullivr gespielt.

Auch nach der ersten Testversion wurden Kunden intensiv in die Verbesserung und Weiterentwicklung von Gullivr einbezogen. Durch eine speziell dafür eingerich-

tete Seite soll das sogenannte »Feature Voting« mit potentiellen Auftraggebern koordiniert werden. Dabei können sie Verbesserungen und Weiterentwicklungen vorschlagen und für andere Anregungen stimmen. Dadurch bekommen wir einen guten Überblick, was unserer Zielgruppe am Herzen liegt und welche Features wir priorisiert angehen sollten. Feature Voting ist seit August für ausgewählte Kunden verfügbar und soll bei entsprechender Akzeptanz ein permanentes Werkzeug werden, mit dem die Weiterentwicklung abgestimmt und koordiniert werden kann.

Aktuell werden zahlreiche Features bezüglich Mobility as a Service (MaaS) und Mobility entwickelt, die das Herzstück von Gullivr bilden. Vor allem das Single-Sign-On-Profil (SSO-Profil) und die integrierte Buchung sind derzeit im Fokus und werden aktuell in einem User-zentrierten Prozess optimiert. Wir sind dabei in enger Abstimmung mit Nutzern. Soviel dürfen wir verraten: Sie sind bereits ebenso begeistert von Gullivr wie wir und arbeiten bereits an der Einführung. Worauf wir besonders stolz sind: Nach momentanen Planungen wird Gullivr Ende des Jahres bei den ersten Kunden in die Stores gestellt werden.

Gullivrs innovatives Design wurde zusammen mit einem Team der renommierten Design-Agentur KMS entwickelt. Dabei wurde bewusst ein User-zentriertes Design angestrebt, das dadurch hier und da mit einigen Konventionen bricht, um moderne Mobilität unbefangen aber gebrauchstauglich abbilden zu können. Markus Sauer, der für das neue Design von KMS mitverantwortlich ist, stand uns Rede und Antwort rund um User Interface und User Experience von Gullivr.

Die Entwicklung eines innovativen App-Designs ist immer eine Herausforderung. Was waren die Schwerpunkte bei der Entwicklung des Gullivr-Designs?

Gerade im Bereich der Mobilitäts-Apps tut sich gerade unglaublich viel. Neue Standards hinsichtlich Nutzerführung und User Experience entstehen in hoher Schlagzahl. Hinzu kommen neue Möglichkeiten hinsichtlich smarterer Funktionalitäten, die Benchmarks setzen. In diesem dynamischen Umfeld war es unser Ziel, eine App zu konzipieren, die diese erweiterten Möglichkeiten und modernen Funktionalitäten bestmöglich nutzt. Gleichzeitig war es uns aber genauso wichtig, die App nicht visuell mit Funktionen zu überfrachten. Sie sollte intuitiv bedienbar sein, den User Experience-Standards sowie modernen Nutzungsgewohnheiten Rechnung tragen, und mit neuen Services echten Mehrwert liefern. Kurz: Sie soll Spaß machen.

Entsprechend haben wir die Schwerpunkte auf den User Flow gelegt, etwa bei der Routenplanung, aber auch auf ganz neue Ideen, wie eine wetterbasierte Routenempfehlung oder Point-of-Interest Vorschläge. Doch wir explorierten auch Möglichkeiten hinsichtlich Individualisierung: Die Erstellung eines persönlichen Mobilitätsprofils auf Basis der zurückgelegten Kilometer und der entsprechenden CO₂-Ersparnis wäre so ein Beispiel. Mit diesen und weiteren Gamification-Aspekten wollen wir die Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel und damit die Nutzung von Gullivr steigern.

Wie unterscheidet sich die Entwicklung eines Designs für ein Lizenzprodukt von der Entwicklung einer kundenspezifischen Lösung?

Ein Lizenzprodukt muss natürlich Spielräume für kundenspezifische Anpassungen haben, also Farben, Schriften und skalierbare Navigationsstrukturen bieten. Daher sind einige Anwendungsszenarien und Designvarianten mehr zu berücksichtigen als bei einer Individuallösung. Gullivr



Markus Sauer, Digital Design Director KMS TEAM

ist bezüglich dieser Skalierbarkeit aber so durchdacht, dass möglichst viele Bedürfnisse abgedeckt werden können. Gleichzeitig darf eine White-Label-Lösung nicht langweilig wirken und sich auf bloße Funktionalitätsabbildung beschränken. Sie muss bis in die Details attraktiv sein, etwa in Bezug auf Micro-Animationen, Seitenübergänge und allem, was mit einer nahtlosen User Experience zu tun hat. Denn diese Details bleiben trotz aller kundenspezifischen Anpassungen gleich. Sie machen am Ende die Erlebnisqualität, das Spezifische der Anwendung aus und entscheiden oft darüber, ob man eine App gerne benutzt oder nicht.

Am Ende steht diese Erlebnisqualität auch für die Lösung aus dem Hause MENTZ. Das war auch der Grund, warum die White-Label-Variante ganz klar MENTZ-gebrandet und nicht komplett neutral gehalten ist. Das Corporate-Design-System von MENTZ erlaubt nämlich genau diese Detailarbeit.

Wie unterscheidet sich das Design von Gullivr von anderen Mobilitäts-Apps?

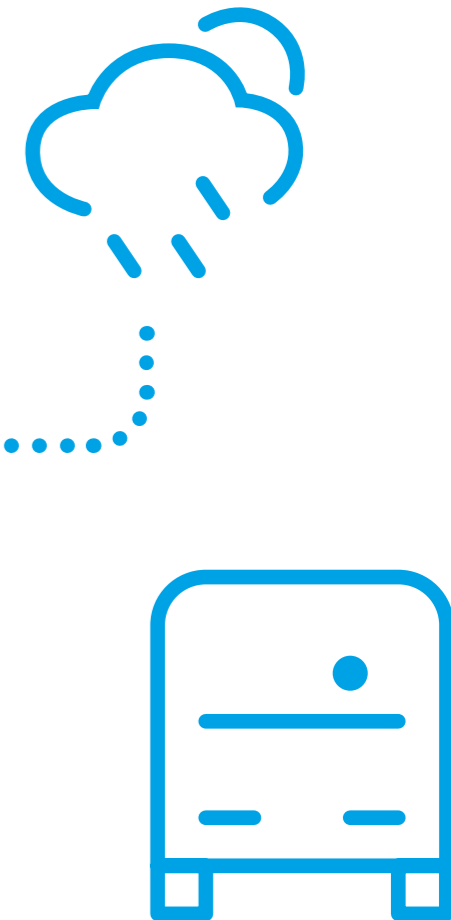
Wir glauben, dass das Gullivr-Design die Modernität und Frische aus der Start-Up-Welt hervorragend kombiniert mit allen Vorteilen, die sich durch die Strahlkraft der Erfahrung und Expertise eines führenden Anbieters ergeben. Diese Kombination stellt aus unserer Sicht ein enormes Alleinstellungsmerkmal dar, denn es braucht immer auch ein bisschen Mut, im Design bewährte, ausgetretene Pfade zu verlassen, um einen Schritt voranzugehen. Die bewusste Vereinfachung und Komplexitätsreduktion im Design – trotz des erweiterten Funktionsumfangs – ist auf jeden Fall ein solcher Schritt.

Die Eingabe von Start und Ziel setzt sich durch ihre sequenzielle Folge von anderen Apps ab. Was waren die Gedanken dahinter?

Ja, das ist fast schon ein Paradigmenwechsel: Früher war es wichtig, möglichst viele Funktionen auf einem Screen unterzubringen, um Nutzerinnen und Nutzern möglichst alle Optionen auf einmal anzubieten. Bei modernen Apps spielt aber der schnelle User Flow eine viel wichtigere Rolle, sprich: Schnelle Erfassbarkeit der »next best action«, also des empfohlenen nächsten Interaktionsschrittes. Dabei stellt der sequenzielle Wechsel von einem Screen auf den nächsten kein Hindernis mehr dar, im Gegenteil: Er schafft mehr Klarheit darüber, an welcher Stelle im Prozess man sich befindet. Gerade im Hinblick auf den erwähnten gesteigerten Funktionsumfang war es uns wichtig, die richtigen Funktionen an den jeweils relevanten Stellen innerhalb der User Journey anzubieten, anstatt User mit zu vielen Optionen zu überfordern. Wir haben eine Menge

international erfolgreicher Mobilitäts-Apps, auch und gerade von Start-Ups, dahingehend untersucht und sehen uns in dieser Herangehensweise bestätigt.

Der Start-Screen ist für Nutzer*innen sehr wichtig, weil es das Erste ist, was sie sehen. Worauf haben Sie dabei geachtet? Uns war wichtig, dass Nutzerinnen und Nutzer sich sofort und direkt im Startscreen orientieren können und direkt in die Hauptanwendung der Routenplanung einsteigen, ohne sich lange mit App-Menüführungen beschäftigen zu müssen. Der Startscreen enthält also direkt die Routenplanung, die sich aufteilt in eine Kartenansicht des aktuellen Standorts mit der entsprechenden Eingabemöglichkeit des Routenstartpunkts. Darunter finden sich die zuletzt gewählten Routen zum schnellen Zugriff auf häufig genutzte Verbindungen. Die primäre Interaktion, also die Wahl des Routenstartpunkts, ist für Nutzer*innen deutlich hervorzuheben. Daher ist dieser Bereich in MENTZ-Blau gehalten. Für Kundenadaptionen dann entsprechend in der jeweiligen primären Corporate Color.



Auf welchen Screen oder welche Idee sind Sie besonders stolz?

Einen konkreten Screen zu nennen ist gar nicht so einfach! Aber den Ablauf bei der Routenplanung finden wir durchaus gelungen. Ansonsten finden wir super, dass unsere Ideen bezüglich Nachhaltigkeit und Klimaschutz, wie zum Beispiel die CO₂-Ersparnis-Anzeige, realisiert wurden. Man erlebt damit sehr konkret, welche positive Effekte die Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel hat. Und natürlich freuen wir uns, wenn möglichst viele Verkehrsverbünde die neue Gullivr App nutzen!

Danke für das Gespräch!
Die Fragen stellte Günther Gruber.

»Uns war wichtig, dass Nutzerinnen und Nutzer sich sofort im Startscreen orientieren können.«