

Mobile3DTV Meet the Users

Dominik Strohmeier

Technische Universität Ilmenau, Deutschland

dominik.strohmeier@tu-ilmenau.de



Mobile 3DTV

Mobile 3DTV
Was ist das?

Mobile 3DTV Was ist das?

Streaming von 3D Video
auf mobile Endgeräte

Entwicklung von Core
Technologies

Betrachtung der Kette
von Aufnahme bis
Wiedergabe

Problemstellung

1 Problemstellung Forschungsfrage

1 Problemstellung Forschungsfrage

Wie muss ein System Mobile3DTV
aussehen, das die Bedürfnisse
zukünftiger Nutzer befriedigt?

2 Problemstellung Forschungsansatz

2 Problemstellung Forschungsansatz

Nutzerzentrierter

Ansatz als Paradigma

„Seamless and attractive
user experience.“

Ziel: bessere
Zufriedenheit des
Endnutzers und
geringere Kosten

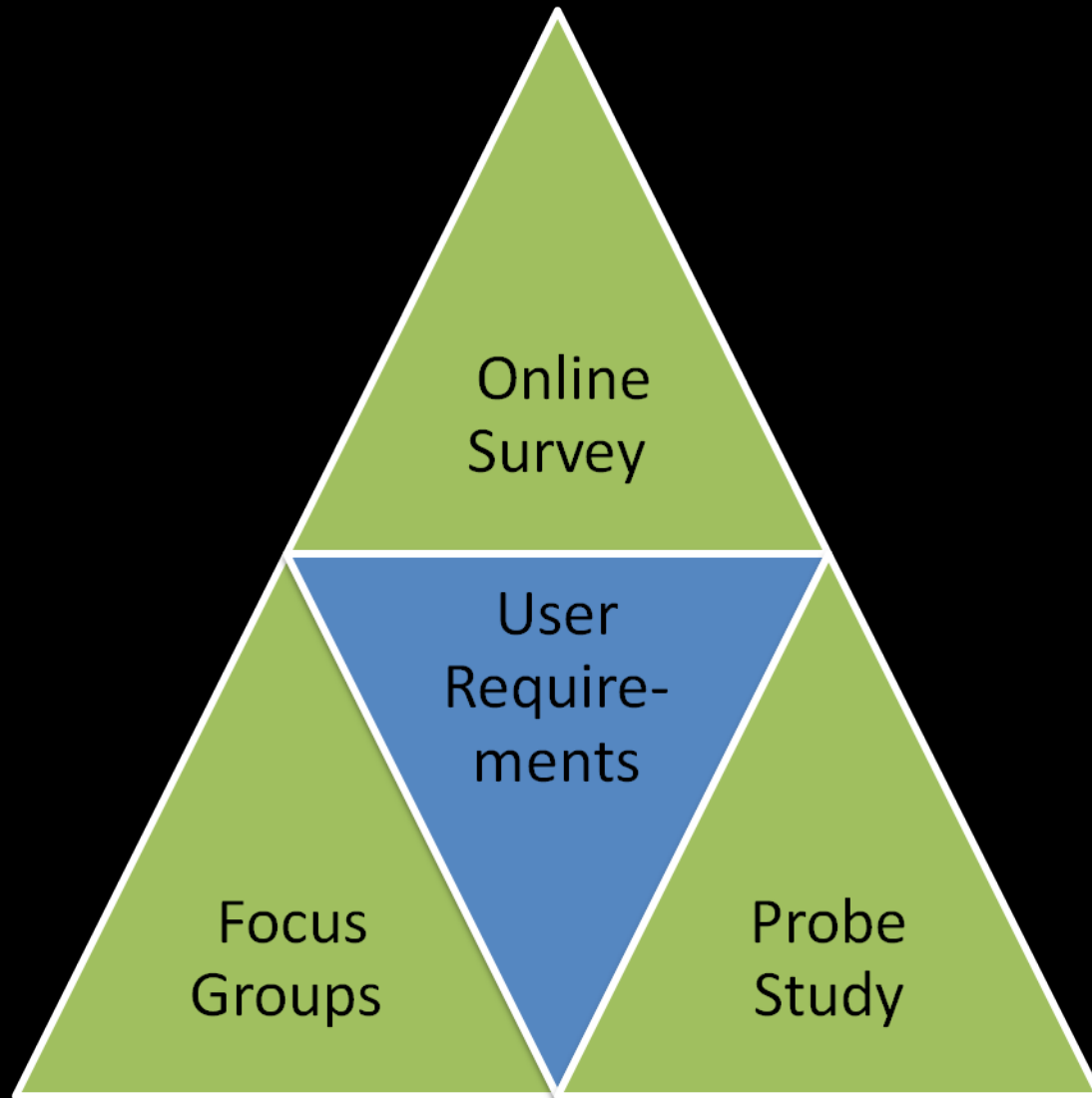
2 Problemstellung Forschungsansatz

User Requirements als
Basis der User
Experience (UX)

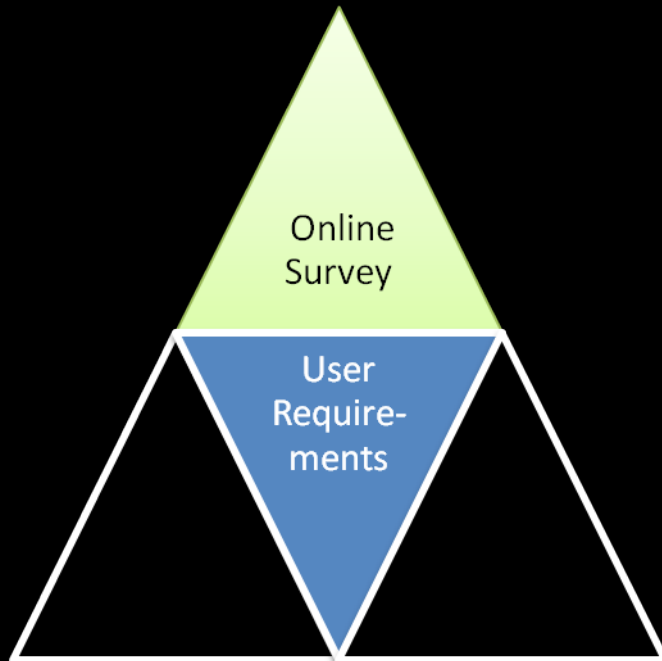
Betrachtung von Bedürf-
nissen, Erwartungen
und Bedenken der
zukünftigen Nutzer

Triangulation

1 Triangulation Methodologie



2 Triangulation Onlinebefragung



2 Triangulation Onlinebefragung

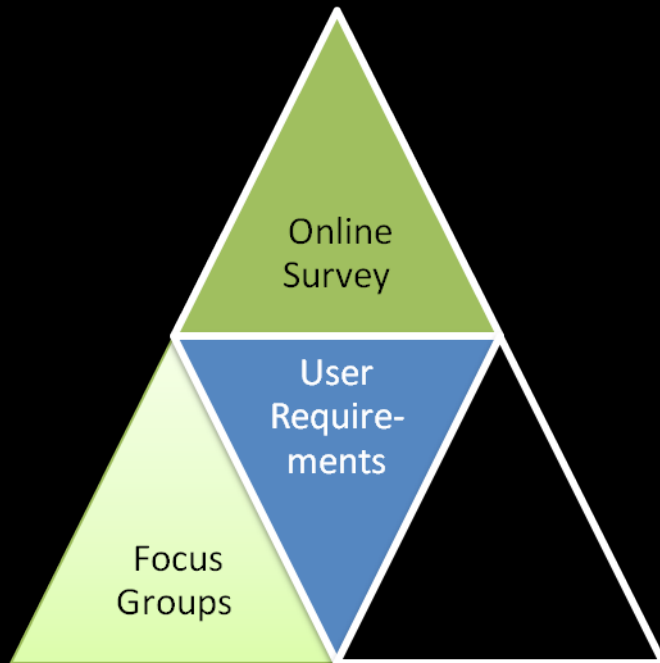
Sowohl **Entertainment-** als auch
Informationsinhalte interessant

Zusätzliche Dienste wie **Navigation** oder **E-
Games** werden erwartet

Mobile 3DTV ist **Private Viewing**

Geschaut wird meist **in Warteräumen** oder **in
öffentlichen Verkehrsmitteln**

3 Triangulation Fokusgruppen



3 Triangulation Fokusgruppen

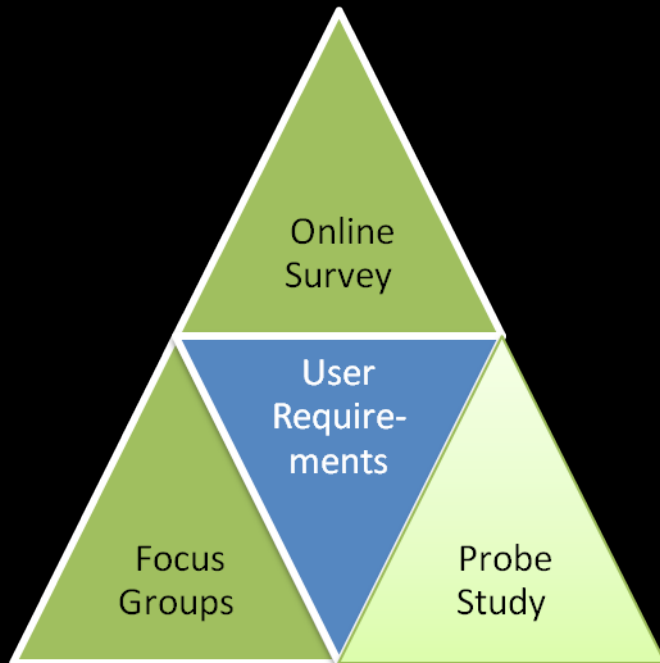
3D muss in allen Anwendungsfällen einen Mehrwert gegenüber 2D bieten

Zusatzdienste spielen eine wichtige Rolle neben dem eigentlichen TV Content

Mobile 3DTV ist Anwendung für viele unterschiedliche Nutzergruppen

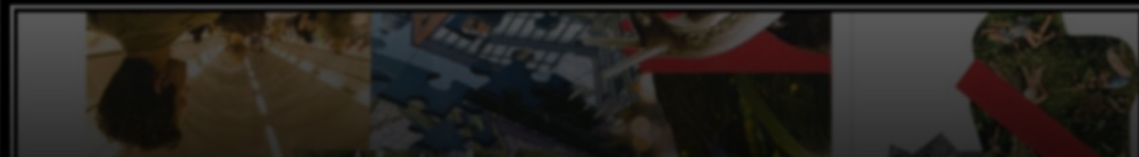
Individuelle Bedürfnisse müssen durch Service-landschaft befriedigt werden (Bezahlung, Abonnement)

4 Triangulation Probe Study



2 Triangulation Probe Study







4 Triangulation Probe Study

Zusatznutzen durch 3D als Schlüsselfaktor für
das System Mobile 3DTV

Dreidimensionalität schafft mehr Realismus und
Emotion in vielfältigen Anwendungen

Möglichkeiten zur Interaktion wie Aufzeichnen,
Speichern, Senden oder Kommentieren
werden erwartet

Und jetzt?



Und jetzt?



Personas

1 Personas Entwicklung

1 Personas Entwicklung

Personas sind Akteure in Szenarien

Persona ist kein Individuum, sondern „Gruppe von Nutzern“ repräsentieren deren Verhalten, Ziele, Bedürfnisse und Wünsche

2 Personas Sanna Virtanen

2 Personas Sanna Virtanen





2 Personas Sanna Virtanen

Alter: 28

Wohnort:

Tampere, Finland; Zwei-Raum-Wohnung

Status:

seit 4 Monate Fernbeziehung mit Raúl Gomez, ein
Arbeitskollege aus Madrid

Berufliche Tätigkeit:

seit zwei Jahren Beratertätigkeit bei WeCan OY –
mittelgroßes Softwareunternehmen

Einkommen: 50.000 € pro Jahr

Soziales Netzwerk:

Ein paar gute Freunde weltweit verteilt, ansonsten eher
lose soziale Kontakte

Personas

Ihre hohen Ansprüche an sich projiziert sie auch auf
andere; Nur das Beste ist gut genug

Verhalten:

Verhält sich entsprechend ihrem Status
Erwarte stets das beste von dir, von anderen (und von
Produkten)

Lebensstil:

zielorientiert, early adopter

Hobbies/Interessen:

Pilates, Shopping, Design, Klatsch und Tratsch

3 Personas Stefan Weber





3 Personas Stefan Weber

Alter: 36

Wohnort:

Overath bei Köln; Doppelhaushälfte

Status:

verheiratet mit Nicole Weber (31),
ein Sohn (Maximilian, 6 Jahre)

Berufliche Tätigkeit:

Außendienstmitarbeiter (Kundenbetreuung) beim
Keramikhersteller "Hoffmann & Söhne"

Einkommen: 38.000 € pro Jahr

Soziales Netzwerk:

Nice neighborhood with other young families, close relation
to other parents, sports club

3

Stefan Weber

Care for family and child; Travels a lot with family

Verhalten:

Values family; Safety thinking and future planning is very
important

Lebensstil:

Outdoor activities; late mainstream

Hobbies/Interessen:

Hiking, Culture (mainly Museums), Football, Reading

4 Personas Marcel Jung



4 Personas Marcel Jung



Alter: 36

Wohnort:

Overath bei Köln; Doppelhaushälfte

Status:

verheiratet mit Nicole Weber (31),
ein Sohn (Maximilian, 6 Jahre)

Berufliche Tätigkeit:

Außendienstmitarbeiter (Kundenbetreuung) beim
Keramikhersteller "Hoffmann & Söhne"

Einkommen: 38.000 € pro Jahr

Soziales Netzwerk:

Nice neighborhood with other young families, close relation
to other parents, sports club

4

Marcel Jung

Care for family and child; Travels a lot with family

Verhalten:

Values family; Safety thinking and future planning is very
important

Lebensstil:

Outdoor activities; late mainstream

Hobbies/Interessen:

Hiking, Culture (mainly Museums), Football, Reading

5 Personas Szenario

5 Personas Szenario

Interaktion von Persona
mit dem System

Basieren auf dem
Endprodukt

Stellen die "Critical
Tasks" der Nutzer dar

Auch Einschränkungen
und Bedenken

5 Personas Szenario

Für Mobile3DTV:
Basis für Feldstudien
Definition von Nutzern in
anstehenden Tests
Kommunikation von User
Requirements
Erste Antwort auf "Was
ist Mobile3DTV?"

6

Personas

Sannas Szenario

... "Ich mag es, hier zu sitzen und die letzten Folgen meiner Lieblingssoap oder "Finnlands Next Supermodel" in 3D anzuschauen. 3D macht alles so realistisch und ich finde es schön, wenn ich meinen harten Arbeitstag vollständig vergessen kann." ...

... Sannas Tag endet nach ihrem Pilateskurs. Doch nun ist es noch an der Zeit, mit Raúl zu telefonieren. Insgeheim war letztlich die 3D-Videophonie der entscheidende Grund für Mobile3DTV. "Weißt du, es ist einfach diese gewisse etwas mehr Intimität, wenn dein Freund vor dir in 3D auftaucht...", sagt Sanna mit einem Lächeln im Gesicht...

Danke

Danke
Mehr Infos?

Danke Mehr Infos?

dominik.strohmeier@tu-ilmenau.de

“Report on user needs and expectations for
mobile stereo-video” [Strohmeier et al. 2008]

www.mobile3dtv.eu

Infos zum Projekt

Präsentation von Ergebnissen

Download von Research Reports und Papern

Vielen Dank
für die
Aufmerksamkeit