

User Experience Design
Prof. Klemens Ehret, Jürgen Graef, WS 25/26

29543627 **Tamara Bock**
17443626 **Theresia Hentschel**
19243658 **Malin Pecher**
18643653 **Elina Reinsch**

Gewalt gegen Frauen

im öffentlichen Raum

Inhalt

1.0 Empathize

4 Ziel der Phase
5 Ausgangslage
7 Problemstatement
9 W-Fragen
12 Nutzungskontext
15 Zielgruppenanalyse
23 Jobs to be done
26 Konkurrenzanalyse

2.0 Define

36 Ziel der Phase
37 Use Cases & User Stories
51 Anforderungsmatrix
54 Interview
61 Umfrage
66 Vision COne
69 MoSCoW
71 How might we?
73 Problem-Vision-Statement

3.0 Ideate

76 Ziel der Phase
77 Card-Sorting-Methode
79 Informationsarchitektur
81 Skizzen
86 Interaktionsprinzipien
92 Gestaltungsprinzipien
99 A/B Test
101 Design Patterns
110 Thinking Aloud Test

4.0 Prototype

113 Ziel der Phase
114 Styleguide
119 Varianten
120 Screens
126 Prototype



1.0 Empathize

Ziel der Empathize Phase

VERSTEHEN

Ziel der Empathize-Phase ist es, die **Lebensrealitäten** von Frauen im öffentlichen Raum zu verstehen. Dazu gehört, ihre **Erfahrungen** mit Unsicherheit, sexualisierter Gewalt und strukturellen Barrieren ebenso ernst zu nehmen wie ihre emotionalen Reaktionen, Ängste, Bedürfnisse und individuellen Bewältigungsstrategien.

Durch Interviews, Umfragen und den Austausch mit Fachstellen wird sichtbar, wo **Informationslücken** bestehen, welche **Handlungsmöglichkeiten** fehlen und welche Faktoren Frauen davon abhalten, Hilfe in Anspruch zu nehmen.

Dieses tiefgehende **Verständnis** bildet die Grundlage, um eine digitale Aufklärungs- und Unterstützungsplattform zu entwickeln, die sensibel, niedrigschwellig und empowernd ist, ohne zu überfordern oder zu retraumatisieren.

Ausgangslage

Wir definieren die Ausgangslage, um gemeinsam zu klären, wo wir stehen, welches **Problem** real existiert und unter welchen **Rahmenbedingungen** wir arbeiten, damit **Lösungen** zielgerichtet und nachvollziehbar entwickelt werden können.

Ausgangslage

ALLTÄGLICHKEIT

Gewalt gegen Frauen im öffentlichen Raum ist in Deutschland nach wie vor ein **alltägliches Phänomen** [1, 4]. Gemäß den Angaben des Hilfetelefons geben **zwei von drei Frauen** an, bereits einmal **Opfer sexueller Belästigung** geworden zu sein [5]. Darüber hinaus ist festzustellen, dass **jede dritte Frau** von sexueller und/oder körperlicher Gewalt **betroffen** ist [1].
Es ist jedoch festzustellen, dass diese **Übergriffe** nach wie vor als **„Tabuthema“** gelten [2]. Dies resultiert in einer **hohen Dunkelziffer** (nicht erfasste Fallzahl in Statistiken) [6] sowie signifikanten Barrieren in den Bereichen Prävention, Hilfe und Sichtbarkeit [6, 7].

VIELFÄLTIGE FORMEN

Gewalt gegen Frauen im öffentlichen Raum kann **vielfältige Formen** annehmen [4]. Dazu zählen sexuelle Belästigung körperliche Übergriffe, Stalking, Übergriffe in Verkehrsmitteln oder nachts an Haltestellen [8].

STRUKTURELLES PROBLEM

Die Aufarbeitung der Übergriffe erfolgt in nur äußerst geringem Umfang. Lediglich eines von fünf Opfern hat mit **Hilfsorganisationen Kontakt** aufgenommen. Des Weiteren hat nur eines von acht Opfern den Fall bei den zuständigen **Behörden angezeigt**.
Vulnerable Gruppen, wie beispielsweise durch Migration oder Behinderung, sind nochmal einem **erhöhten Risiko** ausgesetzt, Opfer zu werden.
Es konnte festgestellt werden, dass Frauen mit Behinderung zum Beispiel zwei- bis dreimal häufiger sexualisierter Gewalt ausgesetzt sind [9-11].

Problemstatement

Die Problemstatement-Methode hat uns geholfen, die **zentrale Problemstellung** präzise festzuhalten und ein **gemeinsames Verständnis** für unser Thema zu entwickeln.

Problemstatment

PROBLEM

Gewalt gegen Frauen im öffentlichen Raum (insbesondere Belästigungen) sowie das **Fehlen** einer spürbaren **Präsenz helfender Personen** führen bei vielen Frauen zu massiver Unsicherheit und Einschränkungen ihrer persönlichen Freiheit [1, 12].

Dieses Problem wird durch eine **gesellschaftliche Wahrnehmung** verschärft, die verbale sexuelle Belästigung **verharmlost** und die Täter*innen nicht als Problem betrachtet [13, 14]. Trotz Präventionskampagnen gibt es weiterhin ein **Defizit** an ansprechender **Aufklärung** und **Sichtbarkeit** von Hilfsangeboten [15, 16].
Dadurch wissen Betroffene/Außenstehende oft nicht, wie sie richtig reagieren sollen.

ZIEL

Die Zielsetzung besteht darin, **Aufmerksamkeit** für das Thema zu erzeugen und (potenziellen) Opfern Hilfsmöglichkeiten zur Verfügung zu stellen.
Zu diesem Zweck ist die Schaffung einer Plattform vorgesehen, die Präventionsmaßnahmen, Unterstützung und Handlungsmöglichkeiten aufgezeigt.
Das Ziel dieser Maßnahme ist somit die **Förderung** des **Sicherheitsgefühls** von Frauen.

W-Fragen

Als effektives Analysewerkzeug half uns die Sechs-W-Fragen-Methode, das Thema umfassend **aufzuschlüsseln**. Dies ermöglichte ein vollständiges **Verständnis der Komplexität** und des **Umfangs** unserer Problemstellung.

W-Fragen

WAS IST DIE PROBLEMLAGE?

- sexuelle Belästigungen sind alltäglich vertreten [1, 4]
- Opfer fühlen sich meist schutzlos [1, 12]
- fehlende Präsenz und Sichtbarkeit

WER IST BETROFFEN?

- Frauen allgemein [1]
- diversgeschlechtliche Personen [15]
- Menschen, mit Diskriminierungsmerkmalen [10, 11]

WIE MACHT ES SICH BEMERKBAR?

- verbale Übergriffe [8]
- nonverbale Übergriffe [4, 8]

WAS WÜRDEN WIR GERNE WISSEN?

- Was gibt es für Schutzmaßnahmen?
- Auf wen kann verwiesen werden?
- Wie vermitteln wir das Gefühl von Stärke?

WER SOLL ANGESPROCHEN WERDEN?

- Frauen im allgemeinen
- marginalisierte Gruppen
- Angehörige von Betroffenden
- Interessierte/ Zivilgesellschaft
- Behörden und Fachkräfte
- Zeug*innen

WIE KÖNNTE ES GELÖST WERDEN?

- strafrechtliche Maßnahmen
- präventive Maßnahmen
- Beleuchtung in dunklen Räumen
- mehr Unterstützungsmaßnahmen
- Förderung der Zivilcourage

WAS GIBT ES FÜR ANNAHMEN, DIE HINTEFRAGT WERDEN SOLLTEN?

- Frauen seien selbst Schuld
- verbale Belästigung ist keine „echte“ Gewalt
- Falschanzeigen seien weit verbreitet

W-Fragen

WARUM IST DAS THEMA WICHTIG?

- Weltweit und alltäglich [1, 9]
- geschlechtliche Ungleichbehandlung [3]
- verursacht physische/ psychische Schäden [3, 12]
- Einschränkung des sozialen Lebens [1, 12]

WO FINDET ES STATT?

- öffentlicher Raum [4, 8]
- Einrichtungen der Behindertenhilfe [11]
- wenig beleuchtete Orte [8]

WANN FINDET ES STATT?

- findet täglich statt [1, 4]
- zu jeder Uhrzeit [1]
- kann in jedem Kontext passieren [4]

WARUM TIRTT ES AUF?

- ungleiche Machtverhältnisse zwischen den Geschlechtern [3, 15]
- zur Unterordnung der Frau [3]

WO WURDE ES SCHONMAL GELÖST?

- Frankreich, Belgien, Portugal, Niederlande: Bußgelder für Catcalling [17, 18]
- Barcelona: ÖPNV-Maßnahmen [19]

Nutzungskontext

Die Analyse berücksichtigt die **Notwendigkeit**, eine umfassende, effektive, effiziente und zufriedenstellende Nutzung der Website zu ermöglichen, um die **angestrebten Ziele** zu erreichen.

Nutzungskontext

NUTZERTYPEN

Die **primären Nutzer*innen** der Beratungsstelle sind **Mädchen und junge Frauen ab 16 Jahren**, die **sexualisierte Gewalt erfahren** haben oder sich alleine in öffentlichen Räumen unwoh/unsicher fühlen.

Die **sekundären Nutzer*innen** sind alle Personen, die **nicht direkt** von sexualisierter Gewalt **betroffen** sind, aber durch ihre Nähe zu betroffenen Personen Unterstützung benötigen oder Informationen suchen.
Dazu gehören Angehörige, Freundinnen, Freunde, Außenstehende und Fachkräfte (wie Sozialarbeiter*innen oder Berater*innen).

NUTZUNGSAUFGABEN

Neben der **Soforthilfe** für direkt Betroffene liegt der Fokus der Website auf der **Prävention** und der Mobilisierung von Unterstützung aus dem Umfeld.

Nutzer*innen suchen hier Strategien zur Vorbeugung von Gewalt, Informationen zu **Zivilcourage** und konkrete Tipps für Außenstehende, wie man Betroffene wirksam unterstützen kann. Ein zentrales Anliegen ist auch das Auffinden von Kontakten zu **Hilfsorganisationen**.

Nutzungskontext

NUTZUNGSMITTEL

Desktop-Geräte werden vor allem in einer stressfreien Phase genutzt, um sich in Ruhe und Tiefe über Präventionsstrategien, rechtliche Rahmenbedingungen und komplexe Hintergrundinformationen zu informieren.

Die auf diesem Weg gewonnenen Erkenntnisse und Links zu Hilfsangeboten können anschließend über mobile Geräte unkompliziert im sozialen Umfeld oder in Messenger-Gruppen geteilt werden, um andere zu sensibilisieren oder im Bedarfsfall schnell zu helfen.

NUTZUNGSUMGEBUNG

Die Nutzung der Website erfolgt primär in einem Umfeld, das **Vertraulichkeit und Sicherheit** zulässt, da sich die Nutzer*innen mit einem hochsensiblen Thema auseinandersetzen. Die meisten Nutzer*innen recherchieren von **Zuhause** aus und haben genügend Zeit und Konzentration, um sich intensiv mit den umfassenden Präventionsstrategien und Hilfsangeboten auseinanderzusetzen.

Für Personen, die sich heimlich informieren wollen, findet der Zugriff auch an beliebigen, aber **unbeobachteten Orten** statt. Hier ist der Zugang oft kurz und getaktet, was eine schnell erfassbare Darstellung der wichtigsten Informationen erfordert, um die persönliche Sicherheit zu gewährleisten.

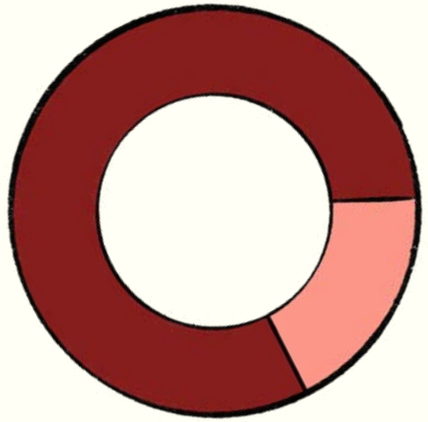
Zielgruppenanalyse

Gewalt gegen Frauen ist ein Phänomen, das **alle sozialen Schichten** gleichermaßen betrifft. Deshalb haben wir die Zielgruppe über **demografische Merkmale** definiert. Der Fokus liegt dabei auf der Gruppe, die laut wissenschaftlicher Daten das **höchste Risiko** aufweist, von sexualisierter Gewalt betroffen zu sein.

Zielgruppe

DEMOGRAFISCHER FOKUS

Die primäre Zielgruppe der Maßnahmen und Angebote sind **überwiegend weiblich**. Die Fokussierung auf Frauen stützt sich auf die Ergebnisse der Nationalen Dunkelfeldstudie zur sexualisierten Gewalt. Die Betroffenenrate bei Frauen lag mit 20,6 Prozent aller befragten Frauen deutlich höher als bei Männern (4,8 Prozent).
81,5% aller Betroffenen von sexualisierter Gewalt sind **weiblich**, was die Notwendigkeit unterstreicht, die Ansprache in erster Linie an weibliche Personen zu richten.



Weiblich
81,5%

Männlich
18,5%

JUNGE FRAUEN

Besonders exponiert sind Frauen zwischen **16 und 24 Jahren,** von denen **68 %** bereits **Opfer** sexualisierter Übergriffe wurden, und mehr als **jede dritte Frau** in dieser Altersgruppe erlebt Übergriffe **mehrmals pro Monat**.

FRAUEN MIT BEHINDERUNG

Sie stellen eine besonders **vulnerable Gruppe** dar, die ein **zwei- bis dreifach höheres Risiko** trägt, Opfer sexualisierter Gewalt zu werden.

DIVERSGESCHLECHTLICHE UND MARGINALISIERTE PERSONEN

Personen mit **Diskriminierungsmerkmalen** sind einem **erhöhten Risiko** ausgesetzt, belästigt zu werden.

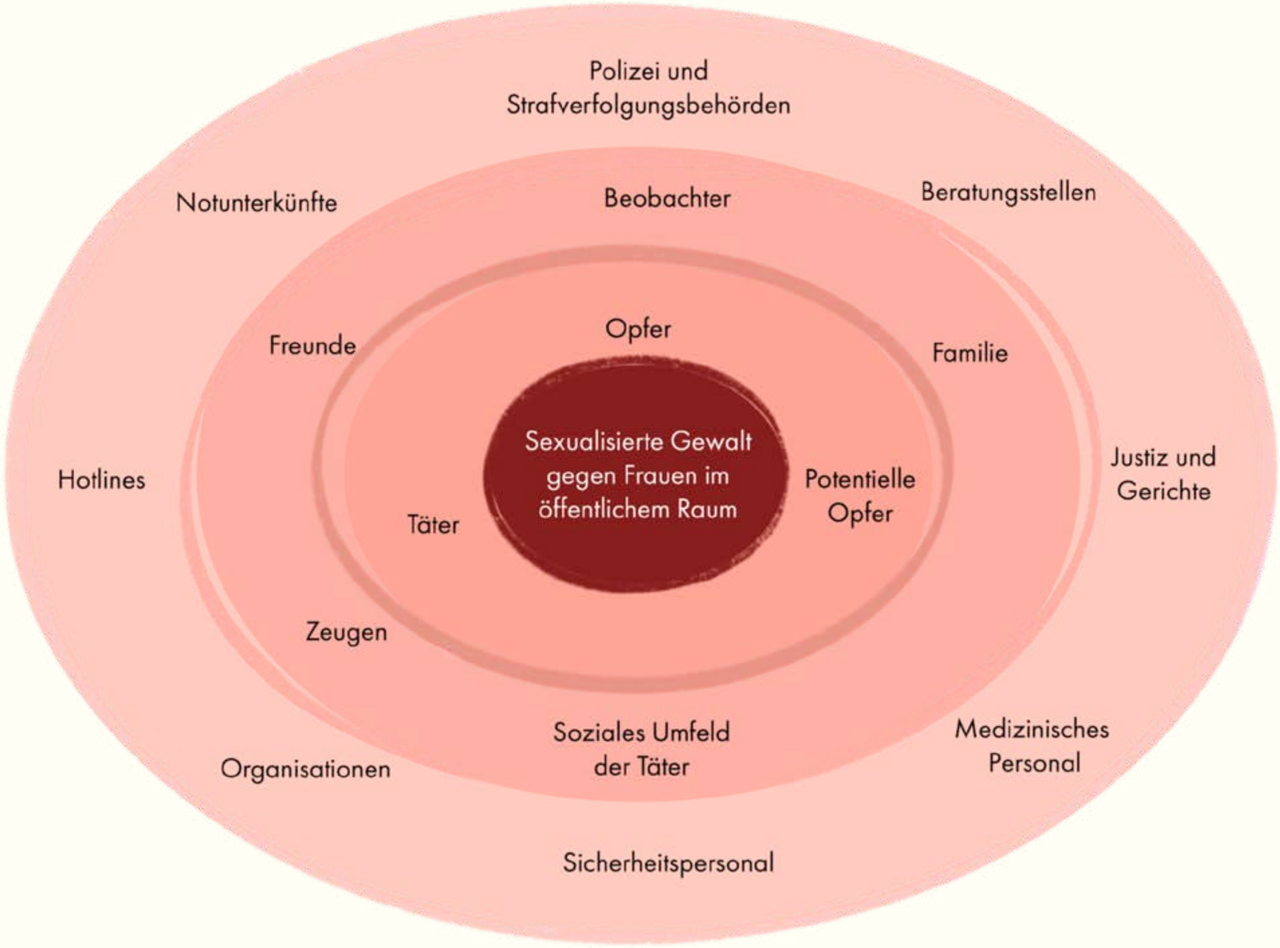
Stakeholder-Map

Diese Methode war unsere Grundlage, um alle am Thema **beteiligten Akteur*innen** zu identifizieren.
Es handelt es sich um Opfer, potentielle Opfer, Außenstehende, Täter*innen, Hilfsorganisationen und Institutionen mit Macht (Polizei).

INNEN
Direkt Betroffene
(Opfer, potenzielle Opfer, Täter)

MITTE
Unmittelbar Involvierte
(Familie, Zeug*innen, Beobachter*innen)

AUßEN
Außenstehende
(Organisationen, Institute)



[Abb. 1]

Nutzertypen

PRIMÄRE NUTZER*INNEN

- Frauen jeden Alters, tendenziell aber vermehrt junge Frauen zwischen16 und 24 Jahren
- jede Person die von Problemen wie Benachteiligung, Gewalt oder Übergriffen betroffen sind

MERKMALE UND FÄHIGKEITEN

- hohe soziale Teilhabe
- leben meist in urbanen Gebieten
- haben geringes bis mittleres Einkommen
- befinden sich häufig noch in der Ausbildung
- offen, digital affin
- streben nach unkonventionellen Erfahrungen



SEKUNDÄRE NUTZER*INNEN

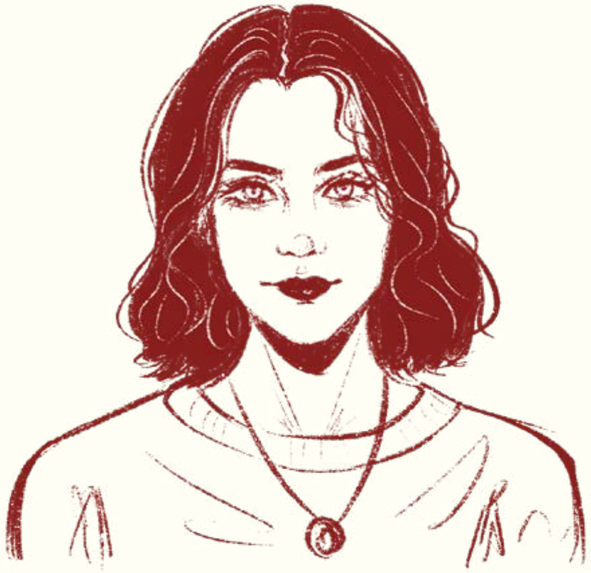
- Außenstehende, andere indirekte Betroffene wie Zeug*innen oder Engagierte Personen
- möchten wissen, wie sie helfen können
- haben ein allgemeines Interesse an der Thematik

MERKMALE UND FÄHIGKEITEN

- sozioökonomisch besser gestellt
- fester Beruf
- oft hoher Bildungsabschluss
- verfügen meist über viel soziales Kapital
- überwiegend urban verortet
- digital, aufgeklärt und gemeinwohlorientiert eingestellt

Personas

1. Primärpersona: Lena



„Meine notwendigen Fahrten im ÖPNV sind durch Belästigung zu einer Quelle der Unsicherheitgeworden, aber ich will michtrotzdem nicht einschränken müssen.“

DEMOGRAFIE UND WERTE

- 23 Jahre alt
- studiert in einer Kleinstadt
- risikobereit und leichtsinnig
- fährt oft Nachts alleine nach Hause

BEDÜRFNISSE

- möchte ihr Sozialleben nicht einschränken
- braucht dennoch ein Sicherheitsbedürfnis
- benötigt konkrete Handlungsoptionen im Moment des Übergriffs

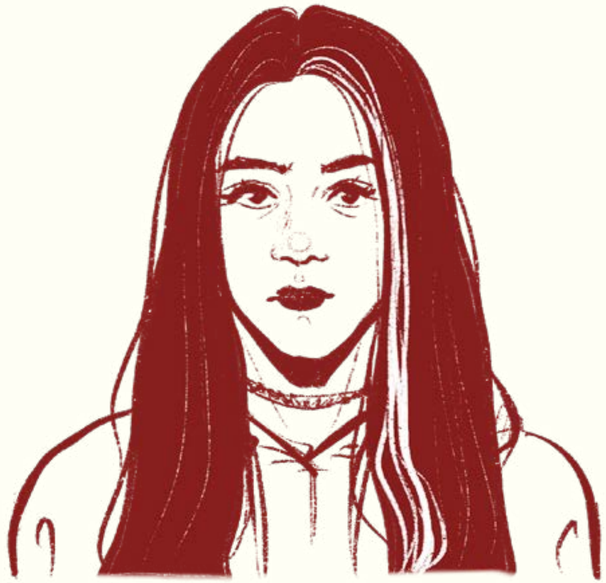
HERAUSFORDERUNGEN

- erlebt Belästigung, wie Anstarren, Hinterherpfeifen regelmäßig
- angewiesen auf den ÖPNV obwohl sie sich oft unwohl fühlt

[Abb. 1]

Personas

2. Primärpersona: Aylin



„Nach der sexuellen Belästigung bin ich emotional gelähmt und habe wegen der Sprachbarriere und der Angst vor Schuldzuweisung keinen sicheren Ort, um über diese Erfahrung zu sprechen.“

DEMOGRAFIE UND WERTE

- 16 Jahre alt
- Schülerin
- Migrationshintergrund
- wohnt im Familienhaushalt (wenig Privatsphäre)

BEDÜRFNISSE

- braucht Aufklärungsangebote in einfacher Sprache
- möchte anonyme Hilfe

HERAUSFORDERUNGEN

- wurde bereits in einer Bar sexuell belästigt
- emotional geprägt von dem Vorfall
- Sprachbarriere durch Migrationshintergrund
- Angst vor Schuldzuweisung von ihrer Familie

[Abb. 1]

Personas

1. Sekundärpersona: Martha



„Unsere Herausforderung ist, dass die Informationen über Hilfsangebotefür Betroffene unsichtbar bleiben, was unsere schnelle Reaktion im Beratungsalltag massiv behindert.“

DEMOGRAFIE UND WERTE

- 30 Jahre alt
- Mitarbeiterin in einer Hilfsorganisation für Frauen
- möchte betroffenen Frauen helfen

BEDÜRFNISSE

- schnelle Weiterleitung der Betroffenen an Hilfsorganisationen
- Plattform auf der die verschiedene Formen der Gewalt gegliedert sind und einen Anhaltspunkt für die Beratung bieten

HERAUSFORDERUNGEN

- Hilfsorganisationen wirken oft unsichtbar, wodurch Opfer nicht auf sie aufmerksam werden

[Abb. 1]

Personas

2. Sekundärpersona: Max



„Ich erlebe oft, wie andere Männer Frauen belästigen, fühle mich in diesen Moment hilflos und schäme mich dafür, nicht genau zu wissen, wie ich passend einschreiten kann.“

DEMOGRAFIE UND WERTE

- 25 Jahre alt
- studiert Soziale Arbeit
- legt Wert auf soziale Verantwortung

BEDÜRFNISSE

- braucht situative Leitfäden
- will ein positives Vorbild sein
- eine Community, die zeigt, dass männliche Verantwortung wichtig ist

HERAUSFORDERUNGEN

- erlebt Situationen, in denen andere Männer Frauen catcallen
- weiß nicht, wie er in diesen Situationen reagieren soll
- erlebt ein Gefühl von Hilflosigkeit und Scham

[Abb. 1]

Jobs to be Done

Indem die Methode den konkreten „Job“ definiert, den die **Nutzer*innen erledigen** möchten, konnten wir direkt im Anschluss an die Personas ihre wahren funktionalen, sozialen und emotionalen **Ziele** identifizieren.

Primärpersonas

	WENN ICH...	WILL ICH...	SO KANN ICH...
Lena	nachts alleine unterwegs bin	Rückversicherung und Kontrolle haben.	selbstbewusster auftreten und mich weniger verletzlich fühlen.
	im ÖPNV unterwegs bin und mich unwohl oder bedroht fühle,	schnell und unauffällig konkrete Hilfe anfordern und wissen, wie ich reagiere.	mein Sicherheitsgefühl sofort stärken und aktiv einen möglichen Übergriff verhindern.
Aylin	eine Belästigung erlebt habe,	diese niederschwellig melden und mir anonym Hilfe holen können.	besser mit der Situation umgehen und das Gefühl der Hilflosigkeit überwinden.
	durch eine Sprachbarriere behindert bin	eine Webseite auf meiner Muttersprache oder leichter Sprache.	mir selbst Informationen suchen, die mir dabei helfen können erlebte Gewaltsituationen zu verstehen und zu verarbeiten.

Sekundärpersonas

	WENN ICH...	WILL ICH...	SO KANN ICH...
Martha	Betroffene beraten muss,	ihnen eine verlässliche und gut recherchierte Webseite weiterleiten.	es ermöglichen, dass die Betroffenen sich auch privat weiter informieren können.
	Teil einer Hilfsorganisation für Frauen bin	eine Webseite an die sich Opfer wenden, die meine Hilforganisation bewirbt und Betroffene direkt weiterleitet.	möglichst vielen Betroffenen Hilfe leisten ihr Erlebtes zu verarbeiten.
Max	Belästigung im öffentlichem Raum beobachte	wie ich sicher und effektiv eingreifen kann.	schnell und unkompliziert zur Zivilcourage beitragen.
	unsicher bin, ob mein Eingreifen richtig war,	Feedback und Sicherheit über mein Handeln bekommen.	mein Verhalten reflektieren und Selbstvertrauen aufbauen.

Konkurrenzanalyse

Durch die systematische Untersuchung der Wettbewerber*innen konnten wir klare **Wettbewerbsvorteile** identifizieren und unsere strategische **Marktpositionierung** optimieren.

Kriterien: Inhalt

FACHLICHE TIEFE UND AKTUALITÄT

Dieses Kriterium bezieht sich darauf, ob wissenschaftlich fundierte und **aktuelle Informationen** bereitgestellt werden.

INTERSEKTIONALE PERSPEKTIVEN

Es wird geschaut, ob berücksichtigt wird, dass Gewalt gegen Frauen je nach Dimension unterschiedlich schwerwiegend ist und somit alle **Zielgruppen angesprochen** werden.

HILFSANGEBOTE

Das Kriterium überprüft, ob klare **Kontaktinformationen** sowie direkte Links zu Beratungsstellen angeboten werden.

PRÄVENTION

Das Kriterium sagt aus, dass konkrete, praktische **Tipps** und **Handlungsstrategien** für Betroffene und Außenstehende angeboten werden.

ZIELGRUPPENANSPRACHE

Die **Sprache** wird analysiert, um sicherzustellen, dass sie **sensibel, stärkend** ist sowie **a**ngemessen an die verschiedenen Nutzer*innen angepasst wird.

Kriterien: Design

INTUITIVE NAVIGATION

Das Kriterium bezieht sich darauf, ob Nutzer*innen wichtige **Informationen schnell finden.**

KLARHEIT/ PHYCHOLOGISCHE WIRKUNG

Die Auswahl von **F**arben, Bildern und Schrifttypen wird analysiert, um zu gewährleisten, dass sie **Ruhe** vermitteln und **Vertrauen** schaffen.

BARRIEREFREIHEIT

Dieses Kriterium bezieht sich darauf, ob die **Inhalte leicht zugänglich** sind (z.B. Farbkontrast).

HIERACHIE UND LESEFLUSS

Die **visuelle Struktur** wird analysiert, um sicherzustellen, dass der **Blick** des Nutzers auf die wichtigsten Infos **gelenkt** wird.

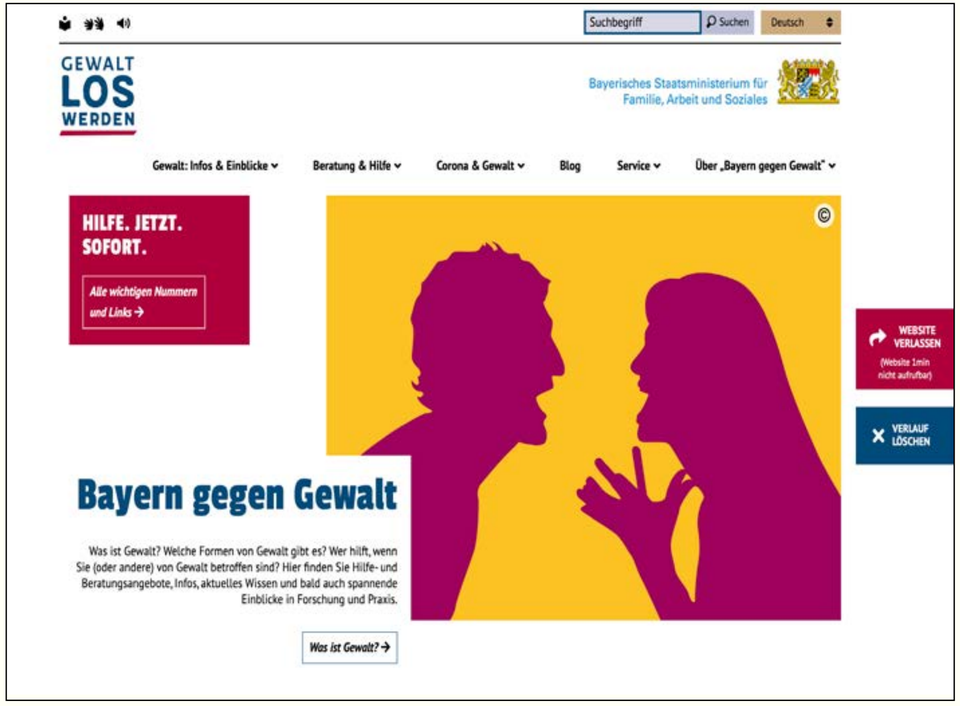
DESIGN-KONSISTENZ

Dieses Kriterium bezieht sich darauf, ob ein **durchgängiges Farbschema** und eine **konsistente Ikonografie** verwendet wird.

Konkurrenzanalyse

Bayern gegen Gewalt

Intuitive Navigation	●●●●○
Hierarchie & Lesefluss	●●●●●
Barrierefreiheit	●●●○○
Klarheit & Psychologische Wirkung	●●●●○
Design-Konsistenz	●●●●●
Fachliche Tiefe & Aktualität	●●●○○
Hilfsangebote	●●●●○
Zielgruppenansprache	●●●●●
Intersektionale Perspektive	●●●●○
Prävention	●●●○○
Gesamtbewertung	●●●●○



SCHWÄCHEN

- veraltete Studien
- keine spezifischen Alltagstipps
- Farbüberladung

STÄRKEN

- Bildsprache durch Illustrationen
- intuitive Nutzung
- großes Hilfsangebot

[Abb. 1]

Konkurrenzanalyse

Big Berlin

Intuitive Navigation	●●○○○
Hierarchie & Lesefluss	●●○○○
Barrierefreiheit	●●●●○
Klarheit & Psychologische Wirkung	●●●○○
Design-Konsistenz	●●●○○
Fachliche Tiefe & Aktualität	●●○○○
Hilfsangebote	●●●●○
Zielgruppenansprache	●●○○○
Intersektionale Perspektive	●○○○○
Prävention	●●●●●
Gesamtbewertung	●●●○○



STÄRKEN

viele Sprachen

- gute Präventionsangebote
- Einstieg in das Thema
- viele Informationen

SCHWÄCHEN

- überladen, keine klaren Buttons
- wenig Hilfsangebote
- intersektionale Perspektive

zu gering

[Abb. 1]

Konkurrenzanalyse

Klischeefreie Zone FFM

Intuitive Navigation	●●●○○
Hierarchie & Lesefluss	●●●●○
Barrierefreiheit	●○○○○
Klarheit & Psychologische Wirkung	●●●●○
Design-Konsistenz	●●●●○
Fachliche Tiefe & Aktualität	●●●○○
Hilfsangebote	●○○○○
Zielgruppenansprache	●●○○○
Intersektionale Perspektive	●●○○○
Prävention	●○○○○
Gesamtbewertung	●●●○○



STÄRKEN

- Einstieg ins Thema
- stärkender Ton
- modernes Design
- Sprüche fördern Interesse

SCHWÄCHEN

- kein Hilfebutton
- nicht barrierefrei
- themenspezifische Begriffe sind nicht erklärt
- wenige Themenbereiche für marginalisierte Gruppen

[Abb. 1]

Konkurrenzanalyse

Klischeefreie Zone FFM

Intuitive Navigation	●●●●○
Hierarchie & Lesefluss	●●●●○
Barrierefreiheit	●●●●○
Klarheit & Psychologische Wirkung	●●●○○
Design-Konsistenz	●●●●●
Fachliche Tiefe & Aktualität	●●●●●
Hilfsangebote	●●●○○
Zielgruppenansprache	●○○○○
Intersektionale Perspektive	●●●○○
Prävention	●●○○○
Gesamtbewertung	●●●○○



STÄRKEN

- intuitiv
- Information hiding
- bewegtes Design
- Statistiken
- Themenbereich für marginalisierte

SCHWÄCHEN

- keine Notrufbutton
- zu lange Texte
- zu wenigen Absätzen

[Abb. 1]

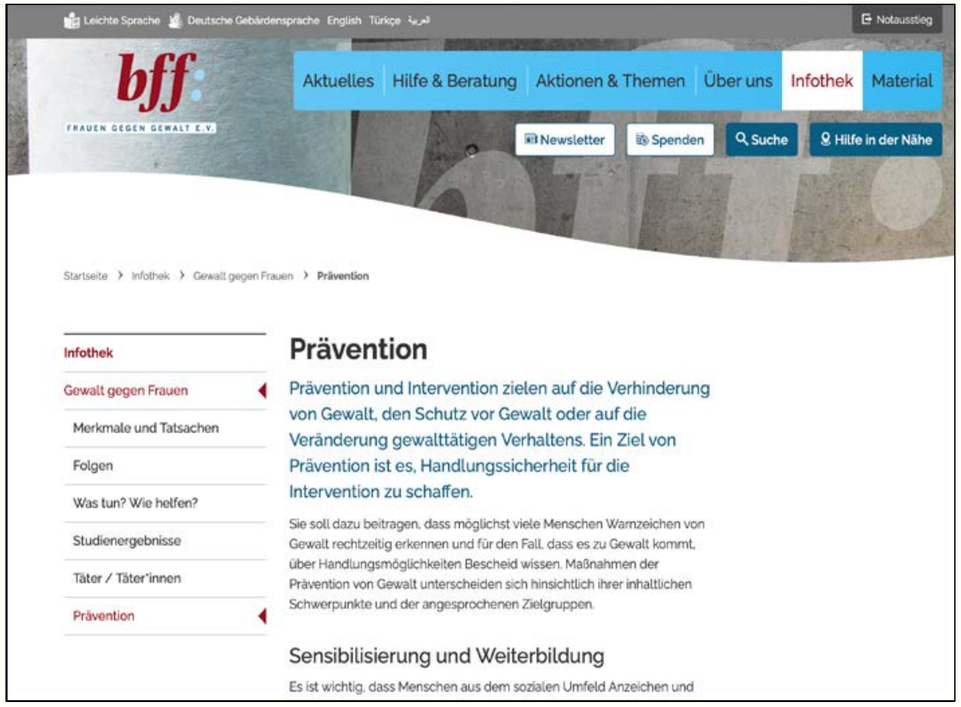
Konkurrenzanalyse

Frauen gegen Gewalt e.V.

Intuitive Navigation
Hierarchie & Lesefluss
Barrierefreiheit
Klarheit & Psychologische Wirkung
Design-Konsistenz

Fachliche Tiefe & Aktualität
Hilfsangebote
Zielgruppenansprache
Intersektionale Perspektive
Prävention

Gesamtbewertung



STÄRKEN

- fachliche Tiefe
- verschiedene Perspektiven
- stärkende Sprache
- Einstieg ins Thema
- viele Unterthemen

SCHWÄCHEN

- keine klaren Handlungstipps
- sehr viel Text
- unansprechendes Design

[Abb. 1]

Fazit der Analyse

ERKENNTNISSE

Die Konkurrenzanalyse hat eine deutliche **Marktlücke** bei der Bereitstellung einfacher und leicht **zugänglicher Präventionsideen** aufgezeigt. Insbesondere das wichtige Thema der **Zivilcourage** ist in der praktischen Anwendung **unzureichend präsent.**

Diese Lücke bietet unserem Projekt die Möglichkeit, einen signifikanten **Mehrwert** zu schaffen und die Handlungsfähigkeit der Nutzer zu stärken, indem wir eine handlungsorientierte Lösung anbieten.



2.0 Define

Ziel der Define Phase

FOKUSSIEREN

Ziel der Define-Phase ist es, die in der Empathize-Phase gewonnenen qualitativen und quantitativen Erkenntnisse **systematisch auszuwerten,** zu strukturieren und zu priorisieren.

Auf dieser Grundlage werden **zentrale Bedürfnisse,** wiederkehrende Unsicherheiten sowie strukturelle Barrieren von Frauen im öffentlichen Raum herausgearbeitet und zu einem klaren, handlungsleitenden **Problemverständnis** verdichtet.

Dieses Problemverständnis bildet den inhaltlichen Rahmen für alle weiteren Designentscheidungen und stellt sicher, dass die Entwicklung der digitalen Aufklärungsplattform sensibel, zielgerichtet und nutzerinnenzentriert erfolgt, ohne zu vereinfachen oder zu überfordern.

Use Cases & User Stories

Der Use Case hilft dabei, die gewünschten **Funktionen** und **Anforderungen** aus der Sicht der Nutzer*innen zu klären und festzuhalten. Dieser Ansatz hilft uns, die **Anforderungen** und die **Ziele** unserer Personas klar zu strukturieren. Darauf aufbauend konzentrieren sich die User Stories auf den relevanten Mehrwert für die Zielgruppe.

Use Case – A1

Lena sucht nach verständlichen Präventionsstrategien, um sich sicherer zu fühlen.

AKTEUR

Lena – Eine junge Frau die praktische **Präventionsstrategien** und **Informationen** sucht.

ZIEL

Sie möchte konkrete **Handlungsstrategien** finden, die ihr **Sicherheit** vermitteln und ohne lange Texte erfasst werden können.

AUSLÖSER

Bei der **Recherche im Internet** gelangt Lena auf die Website.



[Abb. 1]

ZITAT 01

„Als **junge Frau** möchte ich situative **Handlungsstrategien** für Situationen wie Fahrten im ÖPNV oder das Alleinsein nachts finden. So kann ich aktiv und selbstbewusst einen möglichen Übergriff verhindern und **Handlungsfähigkeit** gewinnen."

ZITAT 02

„Als **potenzielles Opfer** sexualisierter Gewalt, möchte ich **Präventionsmaßnahmen** in kurzen, strukturierten Absätzen. So kann ich die situativen Leitfäden schnell erfassen und verinnerlichen, um **vorbereitet** zu sein, bevor eine akute Bedrohung eintritt."

Use Case – A1

Lena sucht nach verständlichen Präventionsstrategien, um sich sicherer zu

ABLAUF- STANDART

Lena öffnet die Website und gibt „Präventionsstrategien“ in die Suchfunktion ein.

Die Website liefert:

- konkrete Tipps, wie man sexualisierte Gewalt umgeht oder sich aus Situationen befreit
- gegliedert in unterschiedliche öffentliche Räume

ABLAUF- ALTERNATIV

Die Inhalte sind als lange Textblöcke dargestellt, schwer erfassbar und wichtige Informationen sind nicht direkt sichtbar. Sie fühlt sich **nicht abgeholt** und muss sich mühsam durch die Texte arbeiten.

ABLAUF- FEHLER

Lena findet keinen Bereich, der hilfreiche Inhalte zur **Selbstbehauptung** bietet.

ERGEBNIS

Lena gewinnt mithilfe der Präventionsstrategien **Rückversicherung und Kontrolle** über ihre Sicherheit. Durch Erfahrungsberichte erkennt sie, dass sie nicht allein ist.

Use Case – A2

Lena möchte aus den Erfahrungen anderer Frauen lernen und sich über das Thema informie-

AKTEUR

Lena – Eine Studentin, die verbal sexuell **belästigt** wurde.

ZIEL

Sie möchte wissen, wie sich andere Frauen nachts fühlen, um so aus deren **Erfahurngen** zu **lernen**.

AUSLÖSER

Sie fühlt sich teilweise hilflos und möchte aktiv etwas tun, um mehr **Sicherheit im Alltag** zu gewinnen.



[Abb. 1]

ZITAT 01

„Als **Studentin**, die oft abends unterwegs ist, suche ich nach **Bestätigung**, dass ich mit meinen Ängsten nicht allein bin und auch **andere Frauen** manchmal das Gefühl haben, nachts nicht sicher zu sein.“

ZITAT 02

„Als interessierte und wissbegierige **Person** möchte ich anonymisierte **Erfahrungsberichte** anderer Frauen lesen. So gewinne ich **neue Perspektiven** und habe das Gefühl, nicht allein zu sein.“

Use Case – A2

Lena möchte ihr Selbstvertrauen stärken und zukünftige Situationen souveräner meistern.

ABLAUF- STANDART

Lena öffnet die Website und wählt im Menü den Bereich „Erfahurngsberichte & FAQ“.

Die Website liefert:

- Berichte von diversen Situationen unterschiedlicher Menschen und deren Umgang damit

ABLAUF- ALTERNATIV

Lena möchte sich nachts **sicher** fühlen. Sie wählt in der Menüleiste den Reiter „Prävention“ aus. Nachdem sie den Inhalt der Seite erfasst hat, entdeckt sie die Verlinkung „Weiter zu **Erfahrungsberichten**“.

ABLAUF- FEHLER

Lena findet **keine Erfahrungsberichte**, die zu ihrer **aktuellen Situation** passen.

ERGEBNIS

Lena fühlt sich **gestärkt**. Durch Erfahrungsberichte erkennt sie, dass sie nicht allein ist und gewinnt zusätzliche Perspektiven.

Use Case – B1

Aylin sucht diskrete und leicht verständliche Aufklärung nach einer sexuellen Belästigung.

AKTEUR

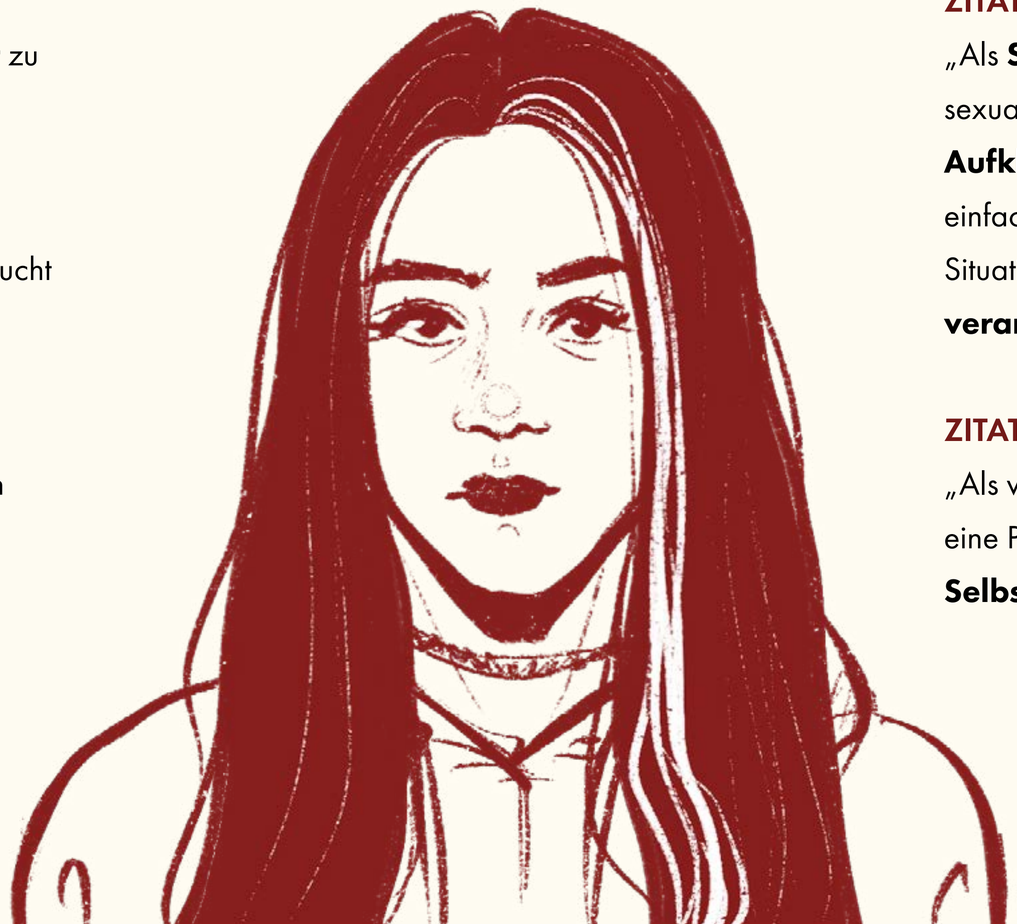
Aylin – Eine Schülerin mit Sprachbarrieren und der **Angst**, von ihrer traditionellen Familie **beschuldigt** zu werden.

ZIEL

Sie möchte sich eigenständig **informieren** und braucht dafür die Informationen in leichter Sprache.

AUSLÖSER

Aylin fühlt sich **emotional gelähmt** und hat keinen vertrauten Ansprechpartner*innen. Sie braucht **Selbsthilfe** und sucht nach einer Website.



[Abb. 1]

ZITAT 01

„Als **Schülerin** mit Migrationshintergrund, die sexualisierte Gewalt erlebt hat, möchte ich **Aufklärungsmaterial** in meiner Muttersprache oder in einfacher Sprache abrufen können. So kann ich die Situation einordnen und den Vorfall für mich **verarbeiten**.“

ZITAT 02

„Als von **Schuldgefühlen** geplagte Person möchte ich eine Plattform, die mich stärkt und mir hilft, mein **Selbstwertgefühl zurückzugewinnen**.“

Use Case – B1

Aylin sucht diskrete und leicht verständliche Aufklärung nach einer sexuellen Belästigung.

ABLAUF- STANDART

Aylin öffnet die Website an einem Ort, an dem sie ungestört ist.

Die Plattform bietet:

- Inhalte in leicht verständlicher Form
- kurze Informationstexte und Erklärungen

ABLAUF- ALTERNATIV

Aylin wählt „**Einfache Sprache**“ oder eine Fremdsprache. Die Seite zeigt die Hilfsangebote und Kontaktstellen in der gewählten Sprache an.

ABLAUF- FEHLER

Die verfügbaren Inhalte sind zu komplex, und sind sprachlich nicht angepasst. Aylin kann die Informationen nicht verstehen und bleibt **unaufgeklärt**.

ERGEBNIS

Im positiven Ablauf gewinnt Aylin ein erstes **Verständnis** ihrer Situation und fühlt sich weniger hilflos.

Use Case – B2

Aylin sucht anonymen Zugang zu psychologischer Unterstützung nach einem sexuellen

AKTEUR

Aylin – Eine emotional belastete Jugendliche mit Sprachbarrieren, die **diskret Hilfe** benötigt.

ZIEL

Sie möchte sofortige, anonyme und sprachlich verständliche **Kontaktmöglichkeiten** zu psychologischer Beratung finden.

AUSLÖSER

Aylin hat Angst, sich jemandem aus ihrem familiären Umfeld anzuvertrauen und braucht **externe Hilfe**. Sie sucht nach einer Website.

ABLAUF- STANDART

Aylin öffnet die Website und wählt „Anonyme Hilfe und Beratung“.

Die Plattform biete:

- Filterfunktion zum Anklicken
- Liste passender Beratungsstellen im Umkreis

ERGEBNIS

Aylin erhält erfolgreich **anonymen Zugang** zu einer passenden **Hilfsorganisation**. Sie fühlt sich weniger allein und kann emotional besser mit der Situation umgehen.

ZITAT 01

„Als **Opfer** sexueller Gewalt möchte ich, über eine einfache Suche alle verfügbaren, anonymen **Hilfs- und Beratungsangebote** filtern und angezeigt bekommen, damit ich schnell eine Anlaufstelle finde, die genau zu meinen aktuellen Bedürfnissen passt.“

ZITAT 02

„Als **traumatisiertes** Mädchen, möchte ich anonymisierten **Kontakt** zu anderen Betroffenen über eine Chat-Funktion aufnehmen können, damit ich mich in einem geschützten Rahmen **austauschen** und erfahren kann, wie andere den Heilungsprozess bewältigen.“

Use Case – C1

Martha möchte, dass ihre Hilfsorganisation für Betroffene sichtbar und leicht auffindbar ist.

AKTEUR

Martha – Mitarbeiterin einer Organisation, die Frauen nach **Gewalterfahrungen unterstützt.**

ZIEL

Sie möchte, dass **Kontaktinformationen und Hilfsangebote** ihrer Organisation schnell und prominent auf der Webseite erscheinen.

AUSLÖSER

Martha erlebt im Beratungsalltag, dass Betroffene ihre Organisation nur schwer finden. Sie sucht nach einer Website wo sie ihre **Kontaktdaten darstellen** kann.



[Abb. 1]

ZITAT 01

„Als **Mitarbeiterin** einer Hilfsorganisation möchte ich, dass die Kontaktinformationen meiner Organisation prominent, klar und sofort sichtbar auf der Website platziert sind. So kann ich sicherstellen, dass Betroffene unser Hilfsangebot schnell finden und die **Unsichtbarkeit** unserer Dienste überwunden wird."

ZITAT 02

„Als **Hilfsorganisation** möchte ich, dass die Plattform unsere **offiziellen Zertifikate** neben unseren Kontaktdaten anzeigt, damit Betroffene sofort die Seriosität und Qualität unseres Angebots erkennen und wir dadurch das **Vertrauen** in unsere Organisation stärken können."

Use Case – C1

Martha möchte, dass ihre Hilfsorganisation für Betroffene sichtbar und leicht auffindbar ist.

ABLAUF- STANDART

Martha öffnet die Website und navigiert zur Sektion „Hilfsangebote /Unterstützung“.

Die Plattform zeigt:

- prominente Platzierung ihrer Kontaktinformationen
- weitere Informationen ihrer Arbeit

ABLAUF- ALTERNATIV

Informationen sind vorhanden, aber nur über **verschachtelte Links** oder über die Suchfunktion auffindbar.

ABLAUF- FEHLER

Die Seite ist **schwer navigierbar** und textlich überladen. Martha findet die Hilfsangebote nicht und bricht frustriert ab.

ERGEBNIS

Bei erfolgreicher Darstellung ist Marthas Organisation gut sichtbar und kann Betroffene **schneller erreichen**.

Use Case – C2

Martha möchte sich einloggen, um die Daten ihrer Hilfsorganisation aktuell zu halten.

AKTEUR

Martha – Mitarbeiterin einer Hilfsorganisation, die ihre **Organisationsdaten** verwaltet und aktualisiert.

ZIEL

Sie will sich sicher in die **Website einloggen**, um wichtige Informationen ihrer Organisation aktuell zu halten.

AUSLÖSER

Martha muss kurzfristig **Daten aktualisieren**, damit Betroffene schnell an zuverlässige Informationen gelangen. Sie navigiert zu der Website.

ABLAUF- STANDART

Martha öffnet die Login-Seite und meldet sich an.

Die Plattform ermöglicht:

- Weiterleitung zu geschütztem Administrationsbereich
- Organisationsdaten zu bearbeiten

ERGEBNIS

Bei erfolgreichem Login kann Martha die Daten ihrer Organisation **verwalten und aktuell** halten kann.

ZITAT 01

„Als **Mitarbeiterin** einer Hilfsorganisation möchte ich mich schnell und ohne Umwege auf der Website **anmelden,** um wichtige **Informationen** zu unseren Hilfsangeboten **aktuell** zu halten.“

ZITAT 02

„Als **Mitarbeiterin** möchte ich, dass das System meine **Anmeldedaten s**icher und eindeutig validiert. So wird gewährleistet, dass nur ich **Zugriff** auf die **Verwaltungsfunktion** erhalte und die Daten der Organisation bearbeiten kann.“

[Abb. 1]

Use Case – D1

Max möchte einen klaren Leitfaden zur Zivilcourage abrufen.

AKTEUR

Max – Ein Zeuge von sexueller Belästigung, der lernen möchte, wie er **verantwortungsvoll eingreifen** kann.

ZIEL

Er will konkrete, situativ passende **Interventionsstrategien** finden, um seine **Hilflosigkeit abzubauen** und in Zukunft wirksamer handeln zu können.

AUSLÖSER

Max hat mehrfach beobachtet, wie Frauen belästigt wurden. Er sucht deshalb einen **praktischen Leitfaden** für richtiges Verhalten und findet die Website.



[Abb. 1]

ZITAT 01

„Als **Zeuge** eines sexuellen Übergriffs möchte ich schnell und unkompliziert einen klaren **Leitfaden** zur Zivilcourage abrufen können. So weiß ich, wie ich sicher und **angemessen reagieren** kann, ohne mich oder andere zu gefährden."

ZITAT 02

„Als jemand, der **Zivilcourage lernen** und üben möchte, möchte ich Fallbeispiele durchspielen können, damit ich meine **Handlungsschwelle senke** und im Ernstfall automatisch sichere Reaktionsmuster abrufen kann."

Use Case – D1

Max möchte einen klaren Leitfaden zur Zivilcourage abrufen.

ABLAUF- STANDART

Max öffnet die Website und navigiert zum Bereich „Zivilcourage“

Die Website liefert:

- Situationsauswahl
- konkrete Handlungstipps

ABLAUF- ALTERNATIV

Max findet keinen passenden Leitfaden. Er nutzt die **FAQ**, um **individuelle Fragen** zu stellen und emotionale Unsicherheit zu klären.

ABLAUF- FEHLER

Der Leitfaden besteht aus **langen theoretischen Texten** ohne klare Schritte. Er erhält keine praktischen Optionen und bleibt hilflos.

ERGEBNIS

Im positiven Verlauf bekommt Max konkrete und umsetzbare **Strategien**, die ihn stärken und auf reale Situationen **vorbereiten**.

Use Case – D2

Max möchte Zivilcourage-Tipps mit seinem Freundeskreis teilen, um Verantwortung zu fördern.

AKTEUR

Max – Ein junger Student, der seinen Freundeskreis für **Zivilcourage sensibilisieren** möchte.

ZIEL

Er wünscht sich handlungsorientierte **Leitfäden** zur Zivilcourage direkt an Freunde weiterleiten zu können.

AUSLÖSER

Max möchte etwas **verändern** und sucht nach einer passenden Website.

ABLAUF- STANDART

Max öffnet die Website und navigiert zum Bereich „Zivilcourage“

Die Website liefert:

- Situationsauswahl
- konkrete Handlungstipps
- teilen-Funktion

ERGEBNIS

Bei gut aufbereiteten Inhalten gelingt es Max, seine **Freunde zu sensibilisieren** und sich selbst als positives Vorbild zu stärken.

ZITAT 01

„Als **positives Vorbild** möchte ich einen spezifischen Bereich auf der Website finden, den ich mit klaren, faktenbasierten Begründungen zeigen kann, warum Zivilcourage wichtig ist. Damit möchte ich meine Freunde mit konkreten Beweisen **überzeugen** und ihre Verantwortung betonen.“

ZITAT 02

„Als **verantwortungsbewusster Mann**, möchte ich sicherstellen, dass die Webseite ansprechend gestaltet ist. So vermeide ich, dass meine Freunde die geteilten Inhalte als belehrend ablehnen, und erreiche mein Ziel der **Sensibilisierung** effektiv.“

Anforderungsmatrix

Mithilfe der Anforderungsmatrix konnten wir die spezifischen **Bedürfnisse** aller Nutzergruppen strukturiert erfassen und einen klaren **Überblick** gewährleisten. Sie visualisiert die **Zusammenhänge** zwischen den **Anforderungen** und den notwendigen **Lösungsansätzen**.

Anforderungsmatrix

QUELLE: **Lena ist auf der Suche nach Präventionswissen.**

Datenanforderung	Funktionale Anforderung	Qualitätsanforderung	Rahmenbedingungen
• Präventionsinformationen	• situative Tipps zur Prävention von sexualisierter Gewalt • schnelles erfassen	• klare Verhaltenstipps • verständliche Sprache • kurzer, strukturierter Inhalt	• Mobil und Desktop

QUELLE: **Lena will ihr Selbstvertrauen stärken.**

Datenanforderung	Funktionale Anforderung	Qualitätsanforderung	Rahmenbedingungen
• praktische Tipps • kurze Erfahrungsberichte	• Bereitstellung von Tipps • Such-/Filterfunktion	• Authentizität • aktuelle Berichte • Stärkung	• Mobil und Desktop

QUELLE: **Aylin benötigt diskrete Informationen und Aufklärung.**

Datenanforderung	Funktionale Anforderung	Qualitätsanforderung	Rahmenbedingungen
• Inhalte zu sexualisierter Gewalt • Inhalte zur Bewältigung	• informierende Texte • aufklärende Inhalte	• Barrierefreiheit • intuitiv navigierbar	• Mobil und Desktop • einfache Sprache

Anforderungsmatrix

QUELLE: **Aylin wünscht sich anonyme Weiterleitung zu psychologischer Beratung.**

Datenanforderung
- Datenbank mit Hilfsorganisationen

Funktionale Anforderung
- Auflistung von Beratungsstellen
- Filterfunktion

Qualitätsanforderung
- Anonymität

Rahmenbedingungen
- Mobil und Desktop

QUELLE: **Martha wünscht sich mehr Sichtbarkeit ihrer Hilfsorganisation.**

Datenanforderung
- Übersicht über Kontaktdaten

Funktionale Anforderung
- prominente Platzierung
- einfach zugänglich

Qualitätsanforderung
- intuitiv navigierbar
- schnelle Auffindbarkeit
- Seriösität

Rahmenbedingungen
- Mobil und Desktop

QUELLE: **Max möchte einen Leitfaden zur Zivilcourage abrufen und teilen.**

Datenanforderung
- situationsbasierte Verhaltensleitfäden

Funktionale Anforderung
- Filterfunktion
- Teilfunktion

Qualitätsanforderung
- schnell abrufbar
- kurz und konkret

Rahmenbedingungen
- Mobil und Desktop

Interview

Um **tiefergehende Einblicke** in die Erlebnisse, Bedürfnisse und Herausforderungen von Opfern sexualisierter Gewalt zu gewinnen, haben wir ein **Interview** mit einer **Betroffenen** geführt, die in unsere primäre Zielgruppe fällt. Zudem haben wir uns mit einer **Mitarbeiterin** von Frauen und Kinder in Not e. V. in Ravensburg zusammengesetzt. Das Ziel besteht darin, die Zielgruppe empathisch zu **verstehen** und fundierte **Grundlagen** für die Gestaltung zu schaffen.

Interviewpartnerin 01

SITUATION

Aufgrund des Wunsches unserer Interviewpartnerin, die namentlich nicht genannt werden möchte, werden wir sie von nun an als „**Anonym**“ bezeichnen.
Anonym ist **20 Jahre** alt und studiert seit etwa zwei Jahren in Tübingen, wo sie gerne und oft abends ausgeht. Den **Heimweg** tritt sie dabei in vielen Fällen **ohne Begleitung** an.
Am Abend des sexuellen Übergriffs war sie **mit Freunden** in Stuttgart auf einer **Party**. **Alkoholisiert** entschied sie sich **nachts alleine** mit der Bahn zurück nach Tübingen zu fahren. Auf dem Weg zum Bahnhof **verlor sie die Orientierung** und der Akku ihres Handys ging aus. Als ein **Mann auf sie zukam**, der ihr anbot sie **zum Bahnhof zu bringen,** folgte sie ihm aus Erleichterung.
Dieser führte sie jedoch in **eine dunkle Gasse,** wo er sie **an die Wand drängte und sexuell misshandelte**. Sie konnte sich aus der Situation lösen und rannte sofort zum nächsten Taxi, in das sie einstieg und bis zurück nach Tübingen fuhr.
Anonym erstattete Anzeige bei der Polizei, doch der Täter wurde bis zum jetzigen Zeitpunkt nicht gefasst.

ERKENTNISS

- zu wenig Sichtbarkeit von Präventionstipps
- unzureichende Klarstellung des Risikos von Gewalt
- Beratung und psychologische Hilfe wird eher von Menschen genutzt, die in ihrem eigenen Umfeld keine passenden Ansprechpersonen haben
- betroffene Personen wollen nach dem Vorfall meist nur Zuspruch und Beistand ohne Wertung

ZITAT

„Ich dachte, wenn ich selbstbewusst loslaufe, dann kommt schon niemand auf mich zu.“

Interviewpartnerin 01

FRAGEN	ANTWORTEN
Hattest du vor dem Vorfall schonmal **Angst oder Bedenken,** dass so etwas passieren könnte?	Nein gar nicht, ich dachte mir immer, wenn ich selbstbewusst loslaufe, dann kommt schon niemand auf mich zu.
Wurdest du davor von deinem Umfeld/ deinen Eltern über **Präventionsmaßnahmen informiert**?	Nein, nicht spezifisch. Nur in die Richtung „sei vorsichtig und pass auf dich auf".
Sind dir **Präventionstipps** in sozialen Medien oder im Alltag **begegnet**?	Nein, nicht dass ich mich erinnern könnte. Aber ich hatte auch nie darauf geachtet. Ich bin nie davon ausgegangen, dass ich jemals in so eine Lage kommen würde.
Was war dein **dringendstes Bedürfnis** nach dem Vorfall? Was brauchtest du **emotional**?	Ich wollte vor allem nicht alleine sein, aber auch nicht zwingend darüber reden müssen.

Interviewpartnerin 01

FRAGEN	ANTWORTEN
Hast du im Internet nach **psychologische Hilfe** in Anspruch genommen?	Ich habe von der Polizei Broschüren und Kontakte von Beratungsstellen bekommen, aber die habe ich nicht in Anspruch genommen. Ich hatte über den Vorfall schon mit mehreren aus
Hättest du in deinem **Umfeld keine Ansprechpersonen** gefunden?	In dem Fall hätte ich das Angebot bestimmt angenommen.
Was genau hat dir bei der **Verarbeitung** in den Gesprächen geholfen?	Anstatt irgendwelchen Vorwürfen habe ich viel Zuspruch bekommen. Es gab keine Wertung. Sie haben mir zugehört und Beistand geleistet.

Interviewpartnerin 02

FRAUEN UND KINDER IN NOT E.V. - ORGANISATION

Die Organisation **Frauen und Kinder in Not e.V.** wurde 1983 gegründet und unterhält ein **Frauen- und Kinderschutzhaus** sowie **Beratungs- und Interventionsstellen** in Ravensburg.
Der Verein **unterstützt** Frauen, Kinder sowie trans*, inter* und non-binäre Personen, die von häuslicher oder sexualisierter Gewalt betroffen sind.
Das Angebot umfasst Schutz, psychosoziale Beratung, rechtliche Orientierung, Traumabegleitung und praktische Unterstützung.

ZITAT

„Wir hinterfragen nicht was passiert ist, sondern wir glauben."

ZUR ORGANISATION

Für unser Projekt sprachen wir mit Frau **Natascha Schupp**, einer **Mitarbeiterin** der Organisation. Ihre Expertise ermöglichte es uns, tiefe Einblicke in die tägliche Arbeit und die Philosophie der Organisation zu gewinnen.

Frau Schupps Perspektive war entscheidend für die Erfassung zentraler, stärkender Botschaften, die Betroffenen helfen, Scham und Schuldgefühle zu überwinden.

Interviewpartnerin 02

FRAGEN	ANTWORTEN
Welche **Altersgruppe** meldet sich am häufigsten in ihrer Organisation?	Wir können keine Altersgruppe benennen, die heraussticht. In der Beratung sehen wir alle Altersgruppen. Festhalten können wir jedoch, dass sich überwiegend Frauen und teilweise Trans-Personen melden, die finanziell schlechter gestellt sind. Das liegt oft daran, dass sie sich eineprivate Unterstützung oder Therapie nicht leisten können und unsere Organisation somit ihre einzige Anlaufstelle ist.
Wie kann man **Frauen** am besten **stärken**?	Unsere Unterstützung richtet sich immer nach den individuellen Bedürfnissen der Betroffenen. Wir bieten therapeutische Hilfe, vermitteln wichtige Informationen zu Rechten und Möglichkeiten und achten darauf, keinen Druck auszuüben.

Interviewpartnerin 02

FRAGEN	ANTWORTEN
Mit welchen **Herausforderungen** sind Frauen konfrontiert, die sich nach einer Gewalterfahrung **selbst die Schuld geben**?	Frauen geben sich nach Gewalterfahrungen oft selbst die Schuld. Die Unterstützung zielt darauf ab, Verständnis für dieses Gefühl zu zeigen, es aber zugleich entlastend einzuordnen. Das unterstützende Umfeld (wie Freunde oder die Organisation) spielt eine entscheidende Rolle, um Frauen dabei zu helfen, diese Schuldgefühle zu bewältigen.
Welche zentrale **Botschaft** würden Sie gerne der Öffentlichkeit bezüglich des Themas Gewalt gegen Frauen mit **auf den Weg geben**?	Unsere Botschaften sind stärkend: Frauen sollen wissen, dass sie keine Schuld tragen und dass ein Übergriff nicht das Ende ihres Lebens bedeutet. Wir vermeiden bewusst belastende Details. Wichtig ist uns, Frauen zu vermitteln, dass es Wege aus der Situation gibt und dass sie Unterstützung verdienen und Beistand geleistet.

Umfrage

Zusätzlich zum Interview führten wir eine **allgemeine Umfrage** in unserer primären Zielgruppe durch. So erhielten wir eine breitere, quantifizierbare **Datenbasis** zu relevanten **Verhaltens- und Wahrnehmungsmustern**, welche als ergänzende, zahlenbasierte Grundlage für unserePräventions- und Unterstützungsstrategien dienen.

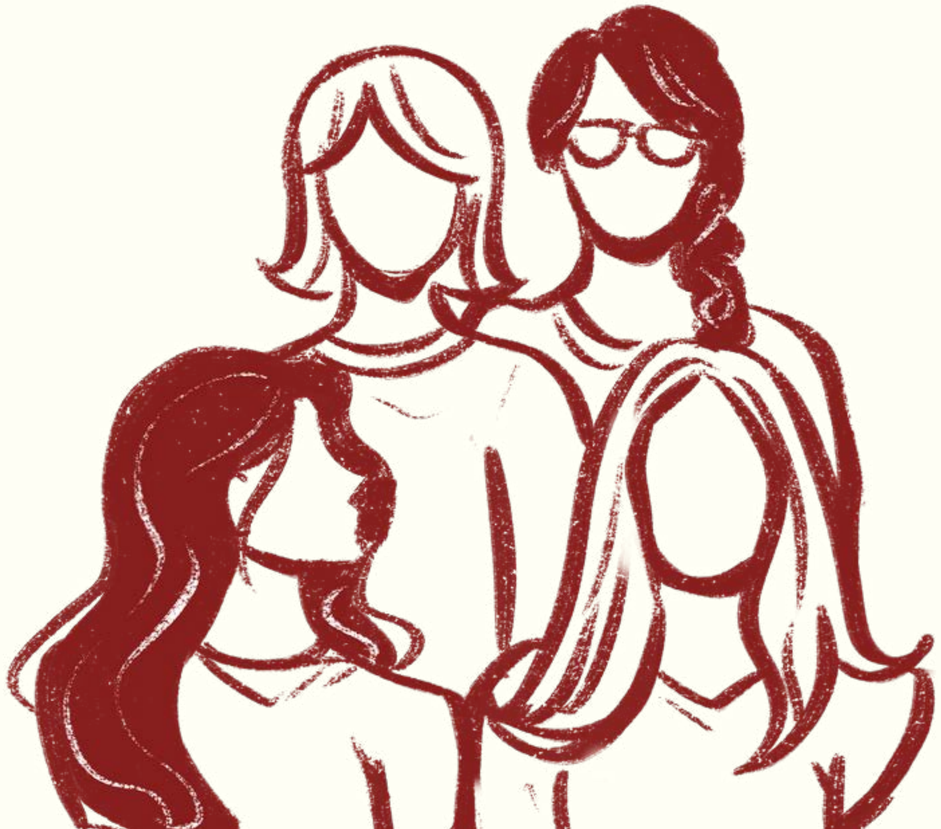
Allgemeine Fakten

ABLAUF

- 74 Teilnehmer*innen
  darunter 94,2 % weiblich
- primär zwischen 16 - 24 Jahren
- Durchführungszeitraum: 10.11. - 27.11.2025
- Verbreitung via Sozial Media

TECHNISCHE DATEN

- 16 Fragen
- überwiegend Ankreuzaufgaben

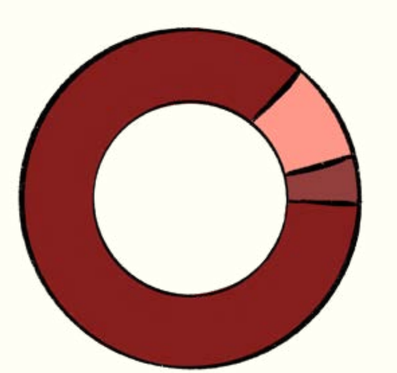


[Abb. 3]

Präsenz von sexueller Gewalt

FRAGE

Wurdest du schonmal Opfer von verbaler sexueller Belästigung?



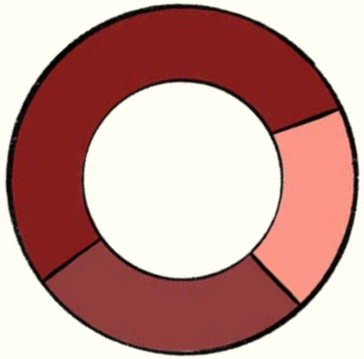
Ja: 86%

Nein: 10%

Unsicher: 4%

FRAGE

Wurdest du schonmal Opfer von nonverbaler sexueller Belästigung?



Nein: 56%

Unsicher: 16%

Ja: 28%

ERKENNTNISSE

- Zahl der Opfer von verbaler Belästigung ist hoch
- ein Viertel der Befragten erfuhr schon sexuelle Belästigung
- nur 6 % fühlen sich im öffentlichen Raum sicher
- die Angsträume sind dabei vielfältig

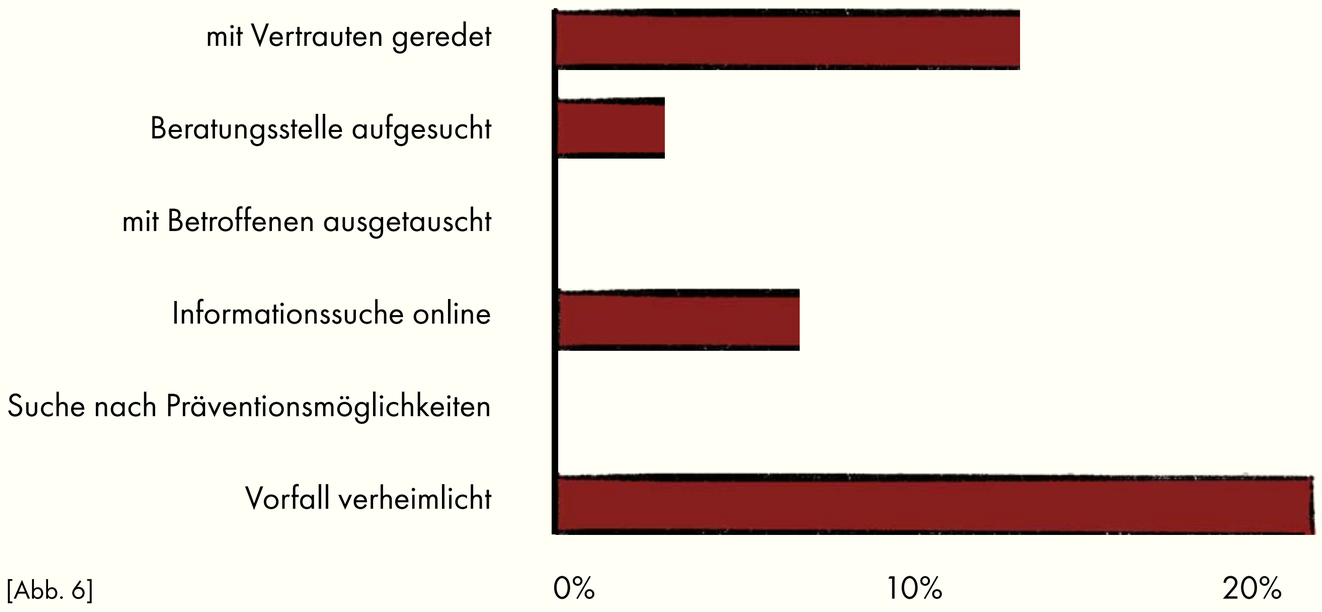
SCHLUSSFOLGERUNG

- Thema besitzt hohe Relevanz
- sexualisierte Gewalt ist vielschichtig
- kann jede*n treffen

Verhalten der Opfer

FRAGE

Wie bist du nach dem Vorfall mit der Situation umgegangen? (Mehrfachauwahl)



[Abb. 6]

ERKENNTNISSE

- im Tatmoment reagieren Opfer meist perplex
- mehr als die Hälfte der Opfer ignorierte die Belästigung
- das Schweigen der Betroffenen ist hoch
- nach dem Vorfall spielen sich vielschichtige Emotionen ab

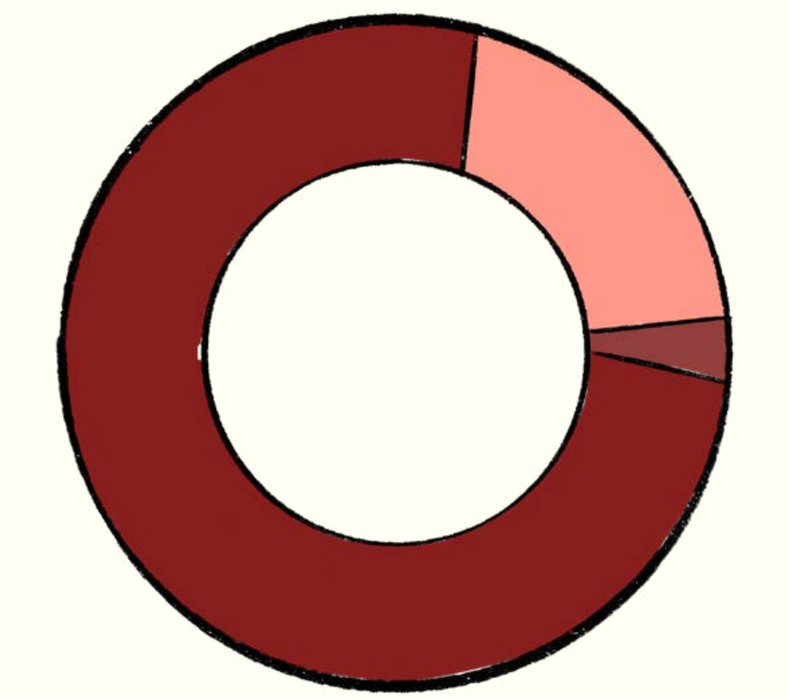
SCHLUSSFOLGERUNG

- sexualisierte Gewalt ist ein Tabu-Thema
- Tat wird häufig nicht richtig aufgearbeitet
- Opfer brauchen vor allem emotionale Unterstützung

Wissen über Hilfsangebote

FRAGE

Wie gut bist du über Hilfs-und Beratungsangebote zum Thema informiert?



grundlegendes Wissen: 20%

hohes Wissen: 2%

kein bis kaum Wissen: 78%

ERKENNTNISSE

- Wissen über Prävention/ Hilfsangebote gering
- Aufklärung über mögliche Hilfe ist sehr gering
- knapp die Hälfte der potenziell Betroffenen wollen mehr über Präventionsmaßnahmen lernen
- Dreiviertel der Befragten wollen sich selbst verteidigen können
- Wunsch nach mehr Zivilcorage liegt bei 58%

SCHLUSSFOLGERUNG

- Aufklärung erfolgt nur nach Eigeninitative
- Wunsch nach eigener Stärke
- es herrscht wenig Zivilcorage

Vision Cone

Vision Cone hilft den **Fokus** zu schärfen und den **Lösungsraum** abzustecken, indem sie die Beziehung zwischen **Vergangenheit**, **Gegenwart** und verschiedenen **Zukunftsszenarien** visualisiert.

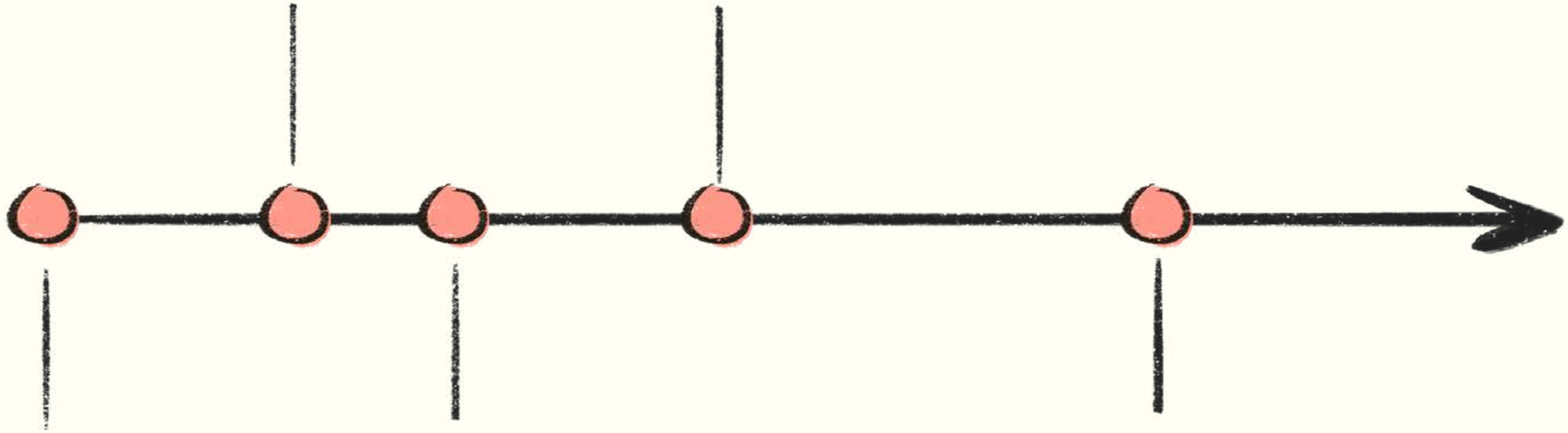
Vision Cone

2001: Gewaltschutzgesetz

Gewaltschutzgesetz trat in Deutschland in Kraft

2016: Reform des Sexualstrafrechts

Mit der Reform wurde das Sexualstrafrecht unter das Prinzip „Nein heißt Nein“ gestellt (§ 177 StGB)



[Abb. 8]

1970: Enttabuisierung

Bewegung Reclaim the Night („Frauen erobern sich die Nacht zurück“)

2013: Start des Hilfetelefons

bundesweite Hilfetelefon „Gewalt gegen Frauen“ wurde im März 2013 eingerichtet

Zukunft

größeres gesellschaftliches Bewusstsein für das Thema, mehr staatliche Schutzmaßnahmen sowie Zivilcourage

Vision Cone

MÖGLICHE ZUKUNFT

- größeres gesellschaftliches Bewusstsein für das Thema
- mehr staatliche Schutzmaßnahmen sowie Zivilcourage
- jedoch fühlen sich Frauen immer noch z.T. unsicher und die Problematik bleibt bestehen

WAHRSCHEINLICHE ZUKUNFT

- Strafrecht wird weiterhin angepasst
- verstärkte Medienpräsenz
- gesellschaftlicher Wandel

WÜNSCHENSWERTE ZUKUNFT

- Bewusstsein über sexualisierte Gewalt
- allgemeine Auseinandersetzung mit Prävention
- erhöhte Bedeutung der Thematik in der Politik
- Frauen fühlen sich sicher

MoSCoW

Die MoSCoW-Methode ist ein **Priorisierungssystem**,
das Funktionen nach **Relevanz** ordnet, so können wir entscheiden,
was unbedingt umgesetzt werden muss. Dadurch kann das Projekte
fokussiert und ressourcenschonend gesteuert werden.

MoSCoW

MUST

- Aufmerksamkeit generieren
- Übersicht von Hilfsorganisationen
- Barrierefreiheit, Mehrsprachigkeit, leichte Sprache
- sachliche Präventionsmaßnahmen
- einfache Navigation und klare Seitenstruktur
- Informationen zu Zivilcourage

SHOULD

- positive Erfahrungsberichte von Hilfsmaßnahmen
- modernes, ansprechendes Design
- vertiefende Infoseiten zu rechtlichen Grundlagen, Statistiken und Studien
- Betroffene stärken, ohne Schuldzuweisung
- Informationen zum Umgang mit Betroffenen

COULD

- Verhaltensvorschläge für bestimmte Situationen
- filterbare Beratungsstellensuche
- FAQ-Bereich für allgemeine Fragen und Antworten
- Integration von Social-Media
- Chat-Funktion

WON'T

- umfangreiche Registrierung/Profilfunktion
- Chatbot-Funktion
- anonyme Kommentarfunktion
- Verhaltenschecklisten
- direkte Notfall-Verbindung zur Polizei
- lange, komplexe Artikel

How might we?

Die How-Might-We-Methode ist ein **Frageformat**, das ein Problem so umformuliert, dass daraus lösungsorientierte und klar fokussierte **Designfragen** entstehen.
Das Ziel ist es, ein gemeinsames **Verständnis** des Problems zu schaffen und so eine **Konzeptentwicklung** zu visualisieren.

How might we?

ZU BREIT

- Wie könnten wir das Thema insgesamt öffentlicher machen?
- Wie können wir mit unserer Website in Stresssituationen helfen?

ZU ENG

- Wie könnten wir eine Handlungsempfehlung integrieren, die erklärt, was man tun soll, wenn man nachts verfolgt?
- Wie könnten wir auf der Startseite jede Gefahrensituation eindeutig einstufen?
- Wie kann ein Hilfebutton platziert werden?

GENAU RICHTIG

- Wie könnten wir Nutzer*innen sofort dorthin führen, wo sie in ihrer aktuellen Situation am dringendsten Unterstützung brauchen?
- Wie könnten Verlinkungen zu Hilfsorganisationen aussehen?
- Wie könnten wir Informationen gestalten, dass sie für Menschen mit unterschiedlichen sprachlichen Voraussetzungen zugänglich bleiben?
- Wie könnten wir sensiblen Content kommunizieren, dass er Stabilität, Glaubwürdigkeit und Handlungssicherheit vermittelt?
- Wie können wir eine Plattform schaffen, die Benutzer*innen stärkt?
- Wie könnten wir Betroffenen ermöglichen passende Hilfsangebote in ihrer Nähe zu finden?

Problem-Vision-Statement

Das Problem-Vision-Statement dient dazu, das **Problem** und die **Zukunftsvorstellung** zu verbinden, damit allen Beteiligten klar wird, warum das Projekt notwendig ist und welchen **Zustand** es am Ende herstellen soll. So schaffen wir einen **gemeinsamen Fokus** und ein klares **Ziel**, auf das wir gemeinsam hinarbeiten.

Problem-Vision-Statement

PROBLEM

Die derzeitige Situation ist gekennzeichnet durch eine grundlegende **Unsicherheit** von Frauen im öffentlichen Raum, die direkt ihre Lebensqualität und ihre Freiheit **beeinträchtigt**. Diese Unsicherheit wird durch zwei Hauptfaktoren befeuert: erstens durch eine **gesellschaftliche Verharmlosung** von Belästigungen und Bedrohungen, die das Problem marginalisiert, und zweitens durch ein **Mangel an Empowerment** der Betroffenen, kombiniert mit einem **Defizit an Zivilcourage** der Mitmenschen, was ein Klima der Untätigkeit schafft.

VISION

Unsere Vision ist es, eine Gesellschaft zu etablieren, in der das **Sicherheitsgefühl** von Frauen nachhaltig gefördert wird und die **Gleichstellung der Geschlechter** in allen Lebensbereichen Realität ist. Dies wird erreicht durch die **Stärkung der Selbstbestimmung** jedes Einzelnen und die Etablierung eines hohen Stellenwerts von **Zivilcourage** in der Gesellschaft. Wir legen Wert auf die **Stärkung der Opfer** durch umfassende Unterstützung und die konsequente Beendigung jeglicher Tabuisierung von sexueller Belästigung, um Prävention und offene Aufarbeitung zu gewährleisten.



3.0 Ideate

Ziel der Define Phase

ENTWERFEN

Ziel der Ideate-Phase ist es, auf Grundlage des klar definierten Problems vielfältige, nutzerinnenzentrierte **Lösungsansätze** für eine digitale Aufklärungsplattform zu entwickeln, die **Sicherheit** vermittelt, **Orientierung** bietet und **Handlungskompetenz** stärkt.

Dabei werden unterschiedliche **Perspektiven und Formte** bewusst zugelassen, um sensible, niedrigschwellige und stärkende Wege der **Informationsvermittlung** und **Unterstützung** zu entwerfen, ohne frühzeitig zu bewerten oder einzuengen.

Card-Sorting-Methode

Bei der Card-Sorting-Methode werden Informationsinhalte von Nutzer*innen in **logische Gruppen** sortiert, um eine intuitive **Navigationsstruktur** zu entwickeln. Wir haben die Methode genutzt, um Themen wie Prävention, Zivilcourage und Hilfsangebote so zu bündeln, damit Betroffene sofort die für sie **relevanten Bereiche** finden.

Card-Sorting-Methode

ERGEBNIS

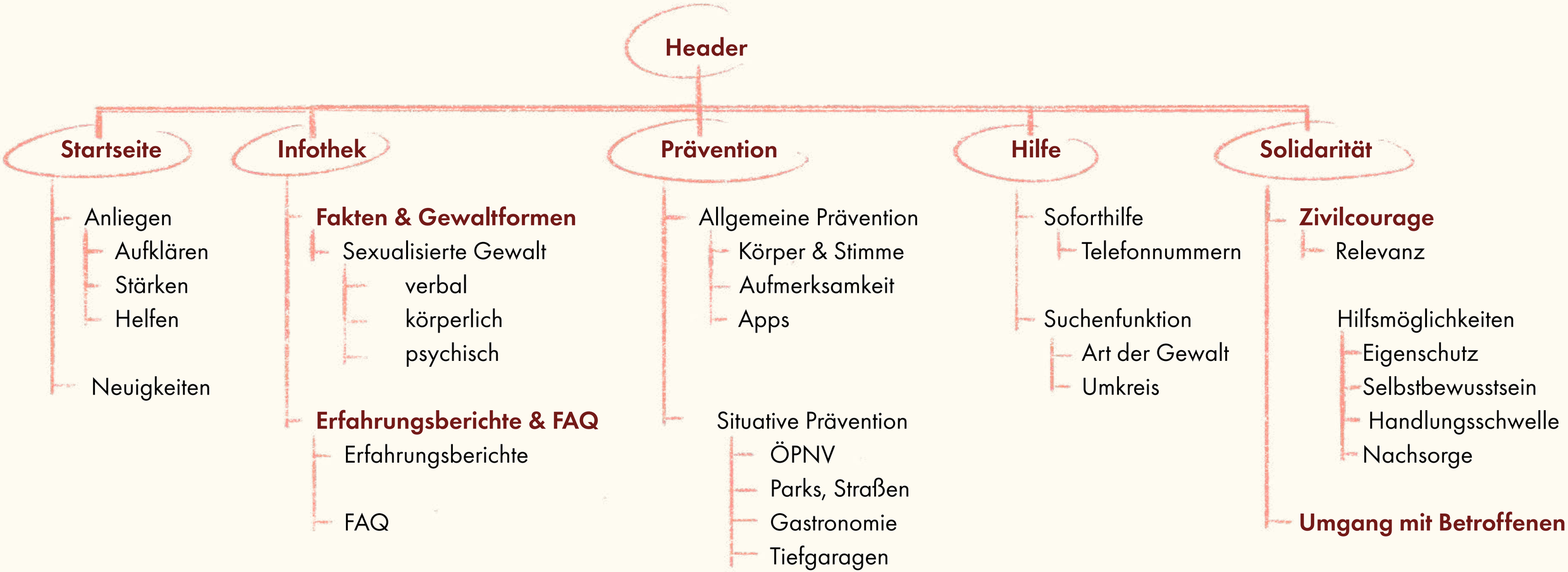
In zwei Durchläufen (geschlossenes und offenes Sorting) haben die zwei Teilnehmenden eine **konsistente Struktur** für die Website-Inhalte entwickelt, die in neun Kernbereiche unterteilt wurden. Die Hauptkategorien wie „Infothek“, „Prävention“ und „Zivilcourage“ wurden in beiden Varianten inhaltlich identisch benannt. Die Ergebnisse der jeweiligen Durchläufe befinden sich im Anhang.

Die Menü-Bereiche haben wir basierend auf Grundlage der Card-Sorting-Methode definiert. Wir haben die Menü-Bereiche so strukturiert, dass sie für unsere Primärpersonas besonders leicht zu navigieren sind. So kann sichergestellt werden, dass die Hauptnutzer*innen der Website, sich schnell **zurechtfinden** und der **Fokus** auf den Informationen liegt und nicht auf der Suche nach diesen. Im Prozess der Erstellung der Wireframes haben wir diese Struktur nochmal **optimiert**.

Informationsarchitektur

Die Informationsarchitektur legt den **Grundbaustein** für eine klare, durchdachte Navigation auf unserer Website. Wir schaffen dadurch eine strukturierte **Ordnung**, ermöglichen eine leichte **Bedienbarkeit** und stimmen die Website auf die Bedürfnisse der Zielgruppe ab.

Informationsarchitektur



Skizzen

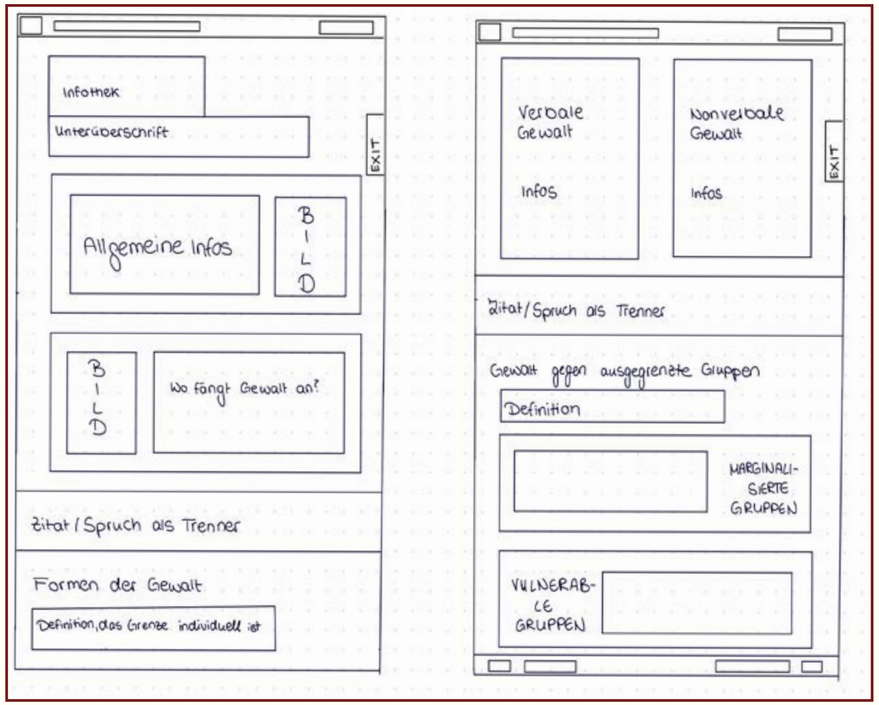
Skizzen dienen dazu, den **Denkraum** zu erweitern und möglichst schnell viele unterschiedliche **Varianten** von den möglichen Designs zu bilden. Deshalb fertigten wir dieverse Entwürfe an und erarbeiteten zusammen eine erste Idee der visuellen Umsetzung unserer Website.

Skizzen

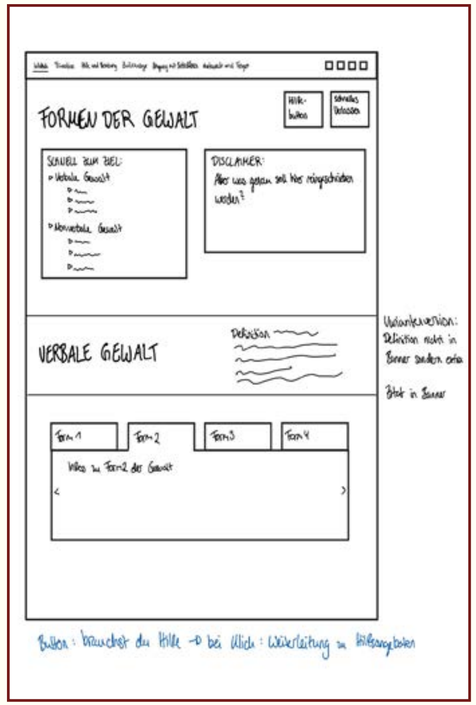
Startseite



Infothek 01

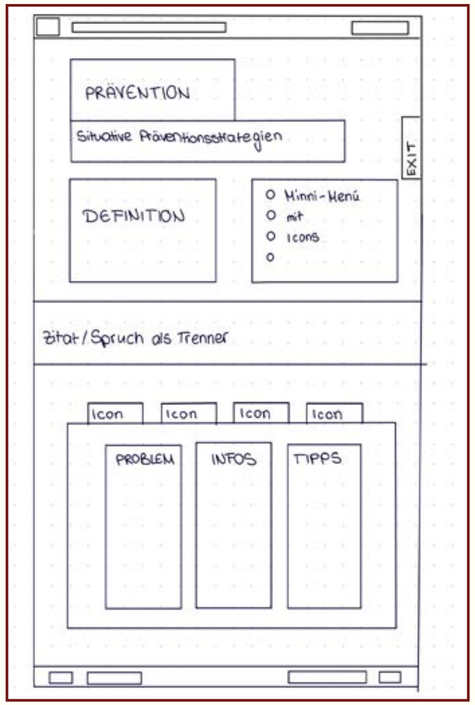


Infothek 02

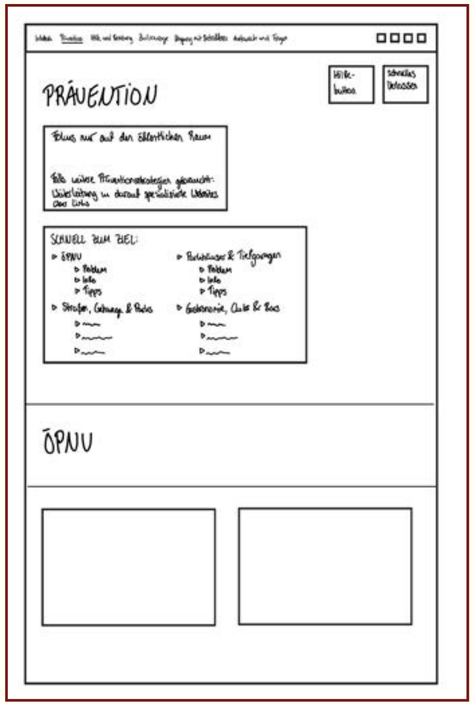


Skizzen

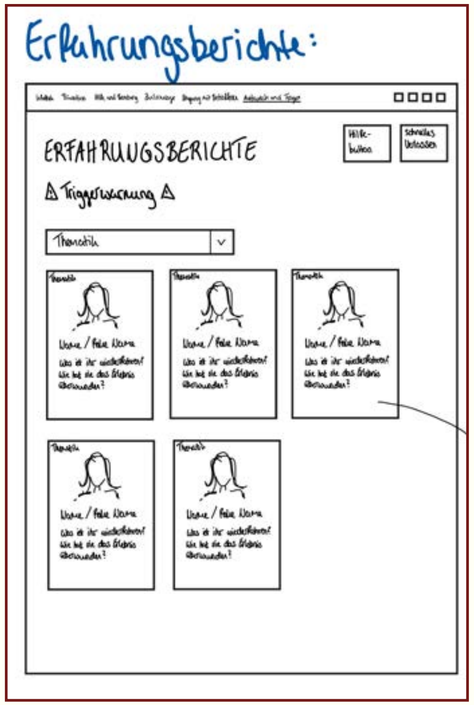
Prävention 01



Prävention 02

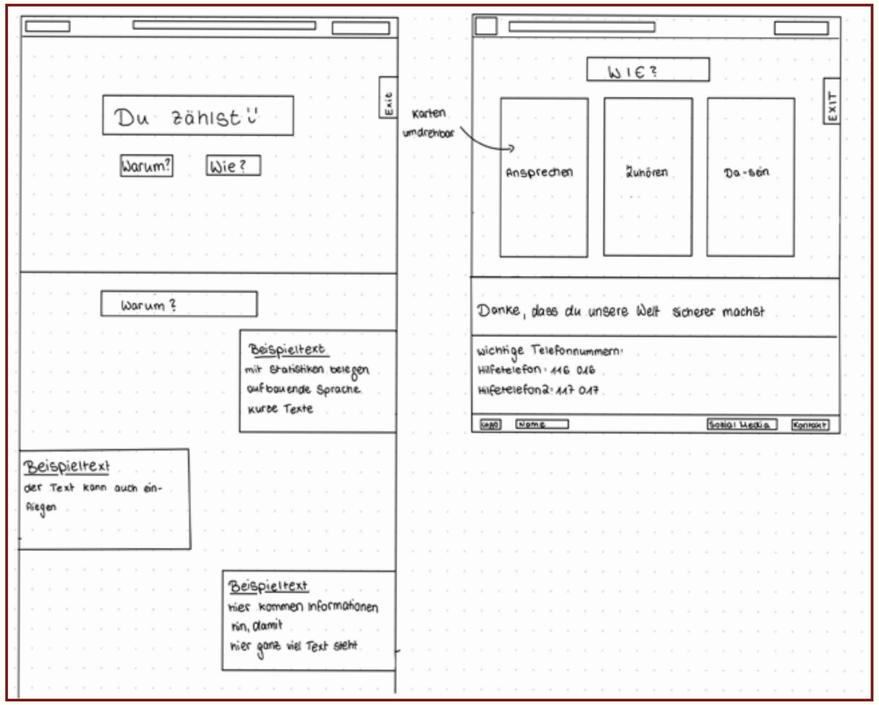


Erfahrungsberichte



Skizzen

Zivilcourage 01

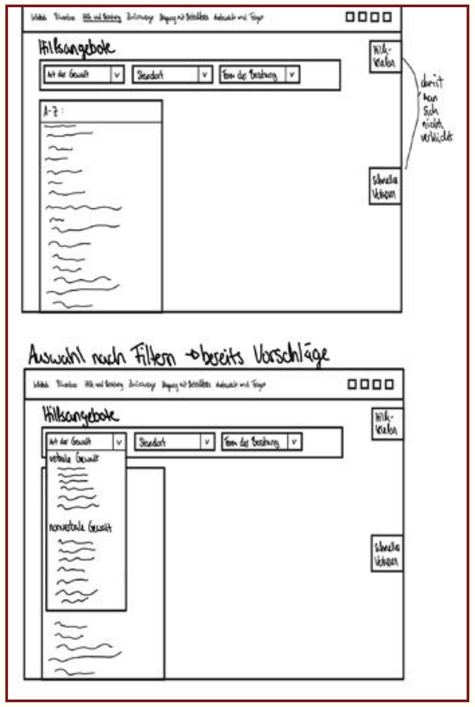


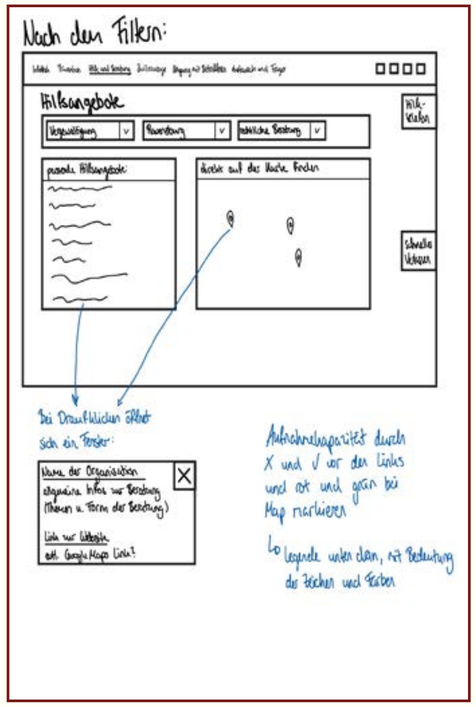
Zivilcourage 02



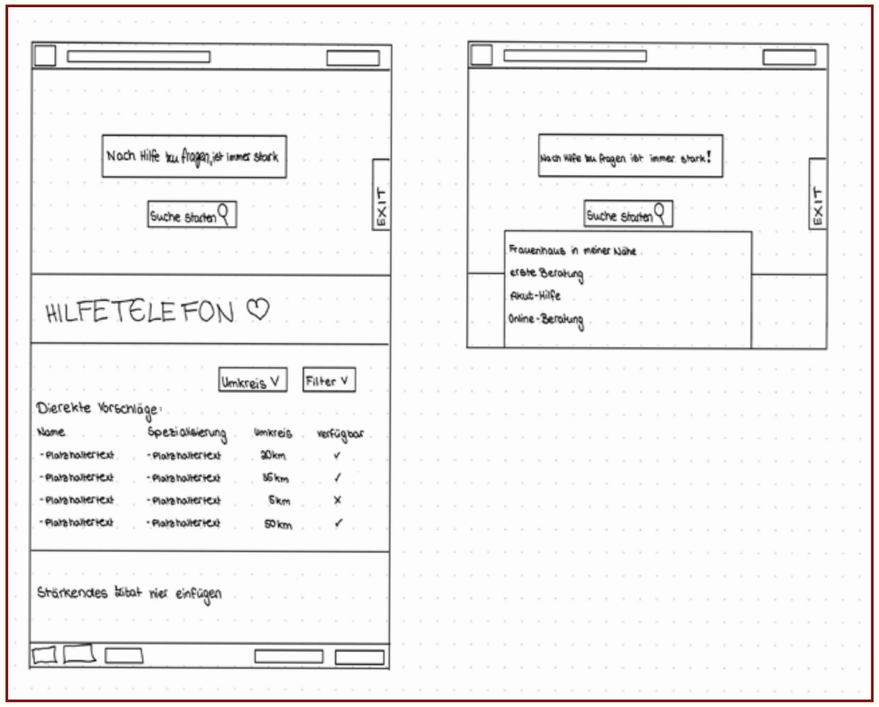
Skizzen

Hilfe und Beratung 01





Hilfe und Beratung 02

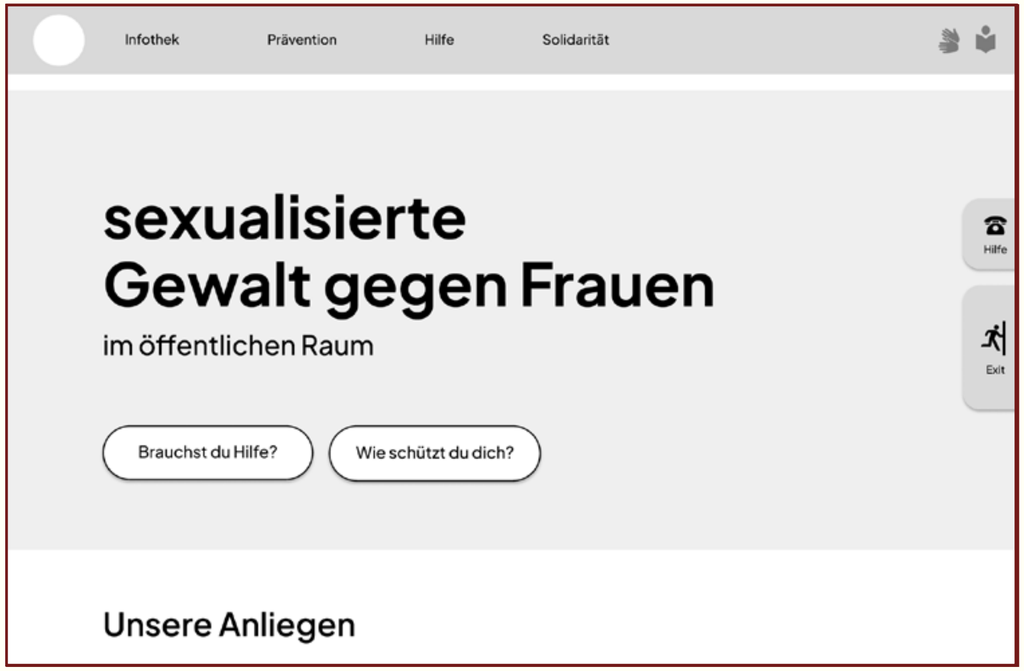


Interaktionsprinzipien

nach DIN 9241-110

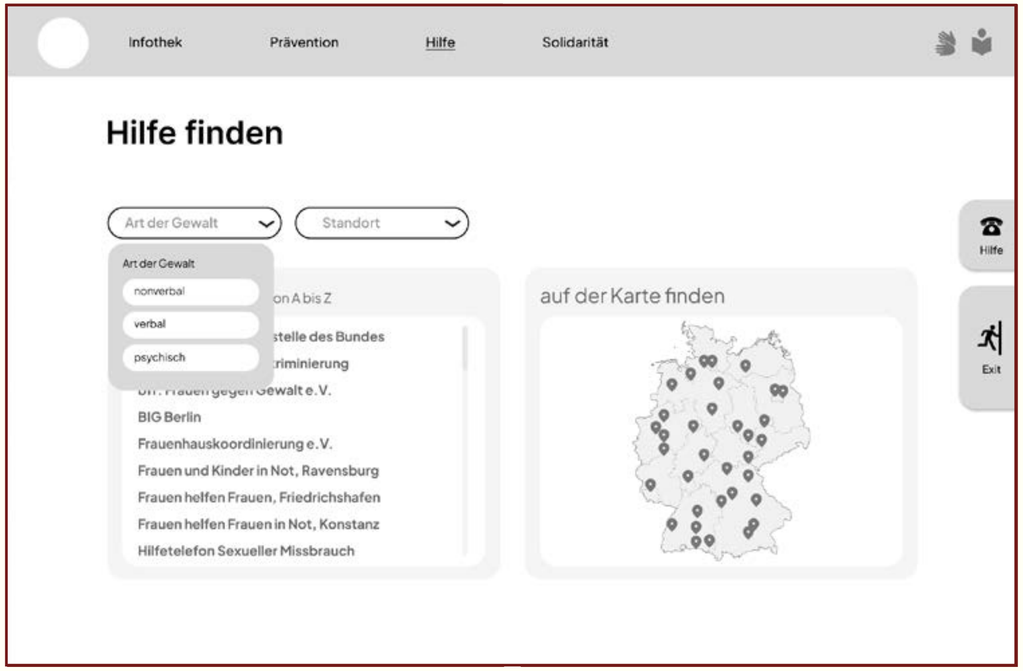
Die sieben Interaktionsprinzipien dienen als zentrale Kriterien für **benutzerfreundliche Gestaltung** und bilden die Grundlage für die Konzeption und Umsetzung unserer Website.

Aufgabenangemessenheit



Direkter Einstieg mit **klaren Handlungsoptionen**

- statt langer Einführungstexte zeigt die Startseite zwei große Buttons: Brauchst du Hilfe? und Wie schützt du dich?



Kontextabhängige Hilfevorschläge

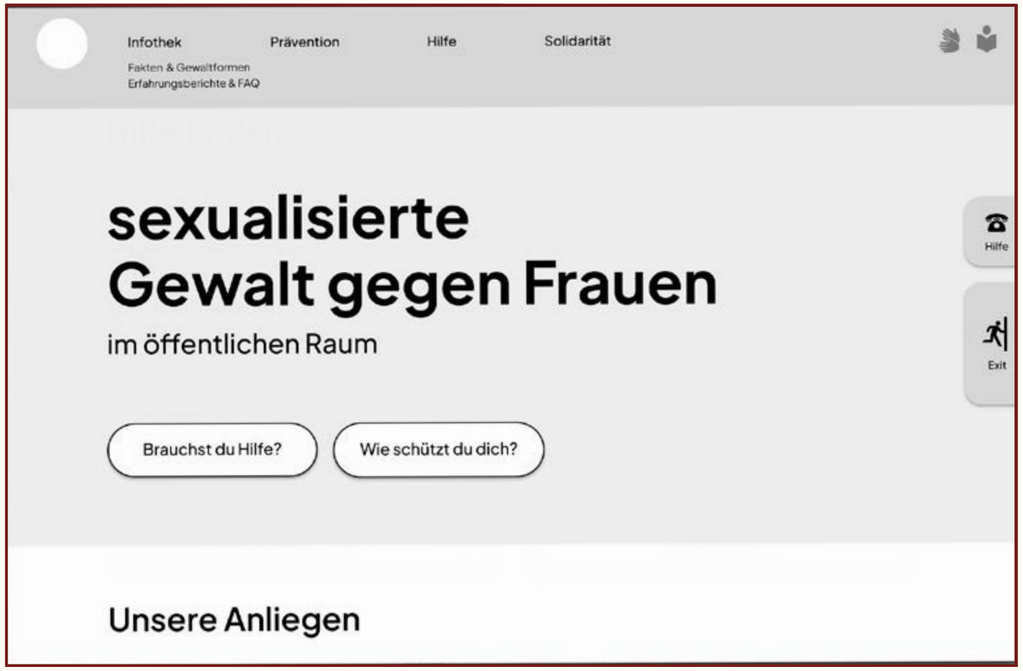
- nach Auswahl der Art der Gewalt werden Beratungsstellen angezeigt

Selbstbeschreibungsfähigkeit



Buttons mit **eindeutigem Ergebnisversprechen**

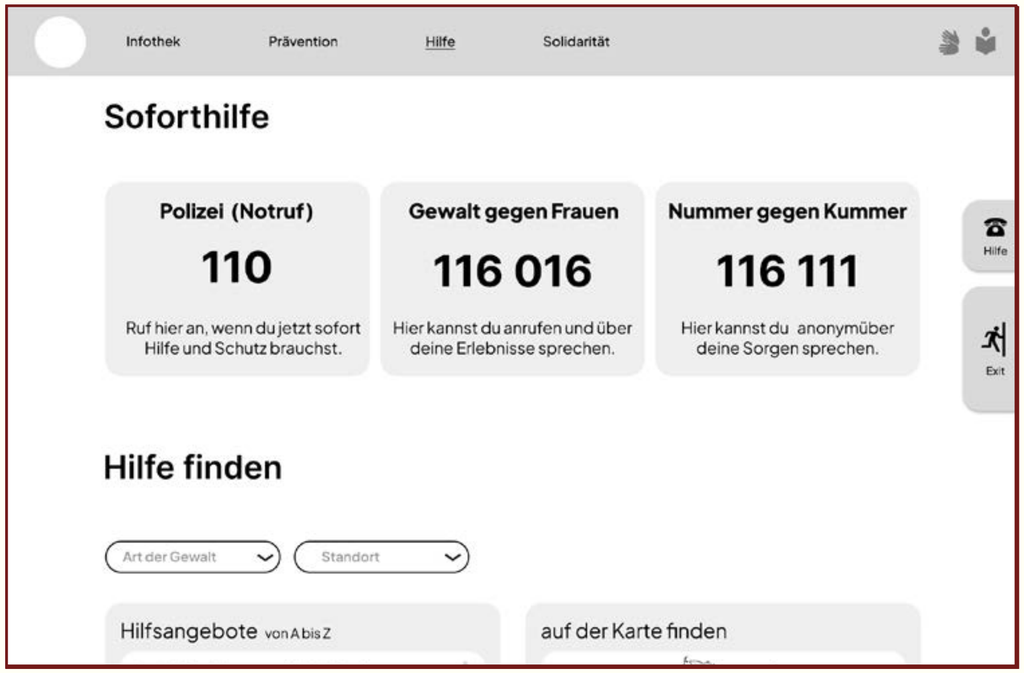
- über die Buttons zu den Bereichen auf der Seite springen



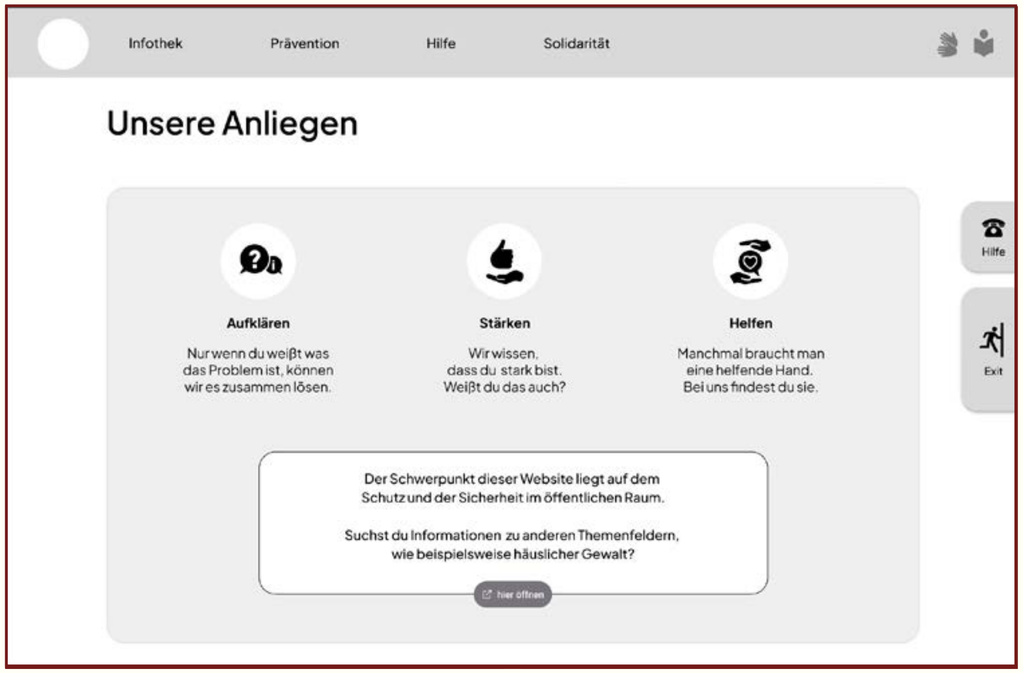
Eindeutige **Menübezeichnungen**

- beim Hovern sieht man die weiteren Unterseiten

Erwartungskonformität



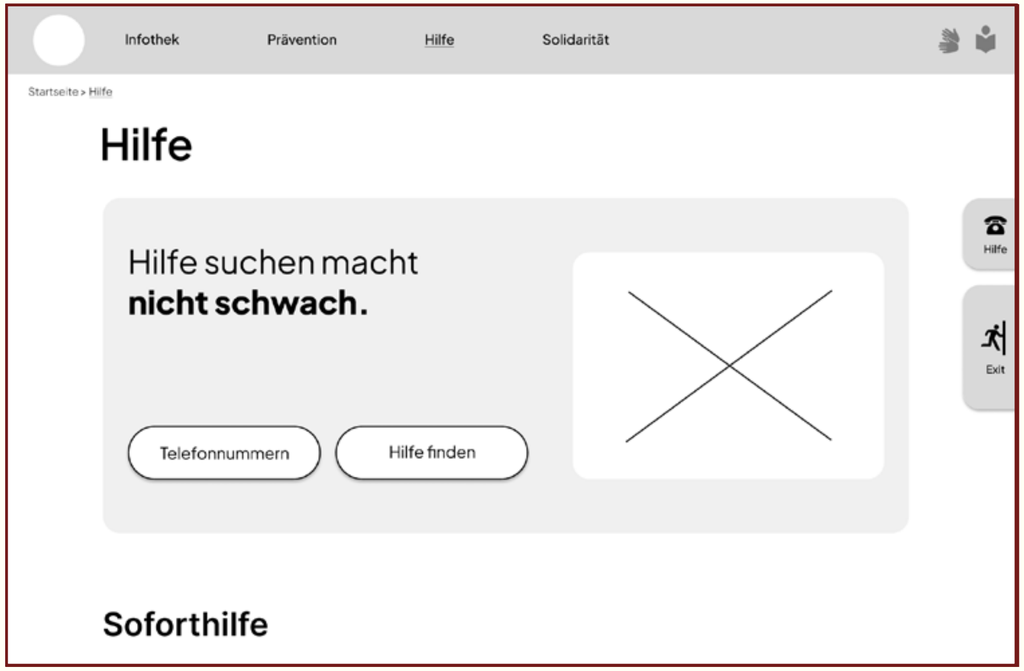
Hilfsangebote sind present und **oben platziert**



Externen Links zeigen an, dass sie die **Website verlassen**

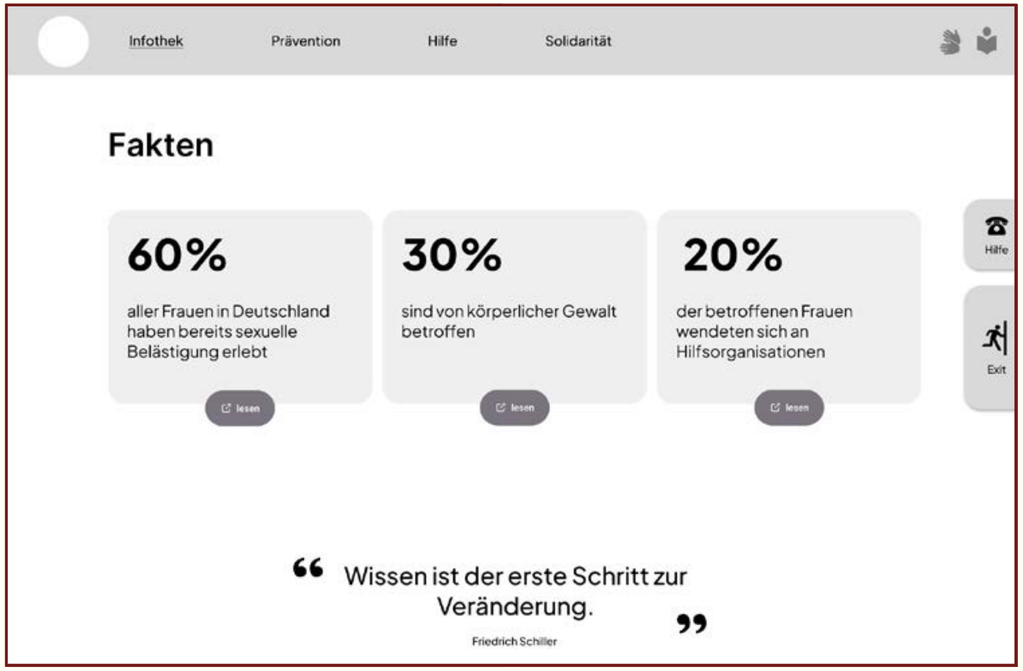
- durch integriertes Icon

Erlernbarkeit



Wiedererkennbare Gestaltung und **vertraute Abläufe**

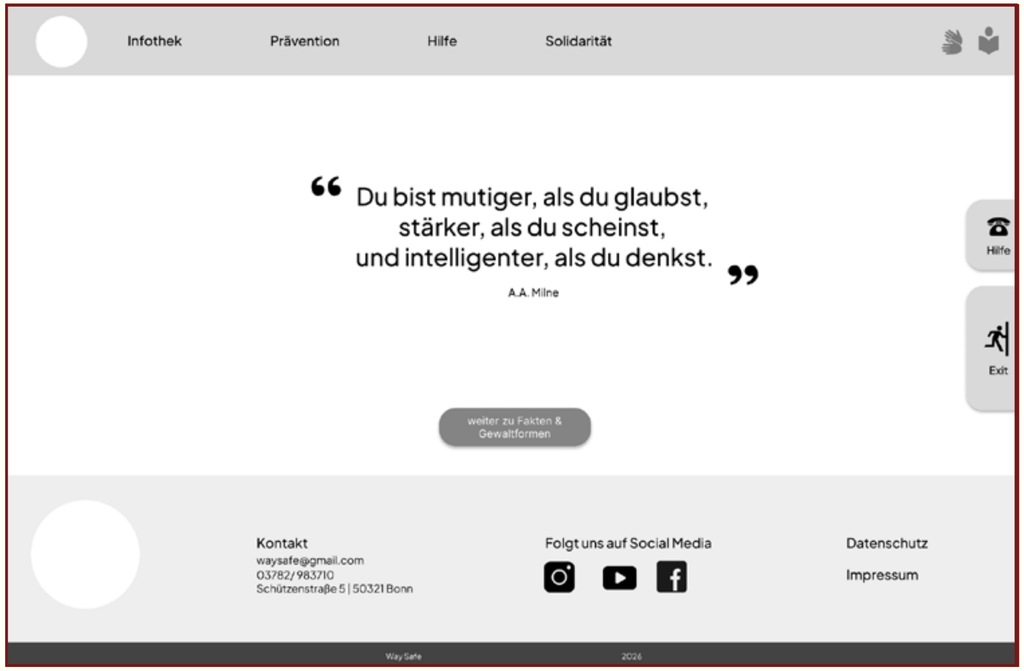
- bekannte Seitenstruktur (Bereich mit Titel, Spruch, Bild sowie Buttons)



Wiedererkennbare Gestaltung und **vertraute Abläufe**

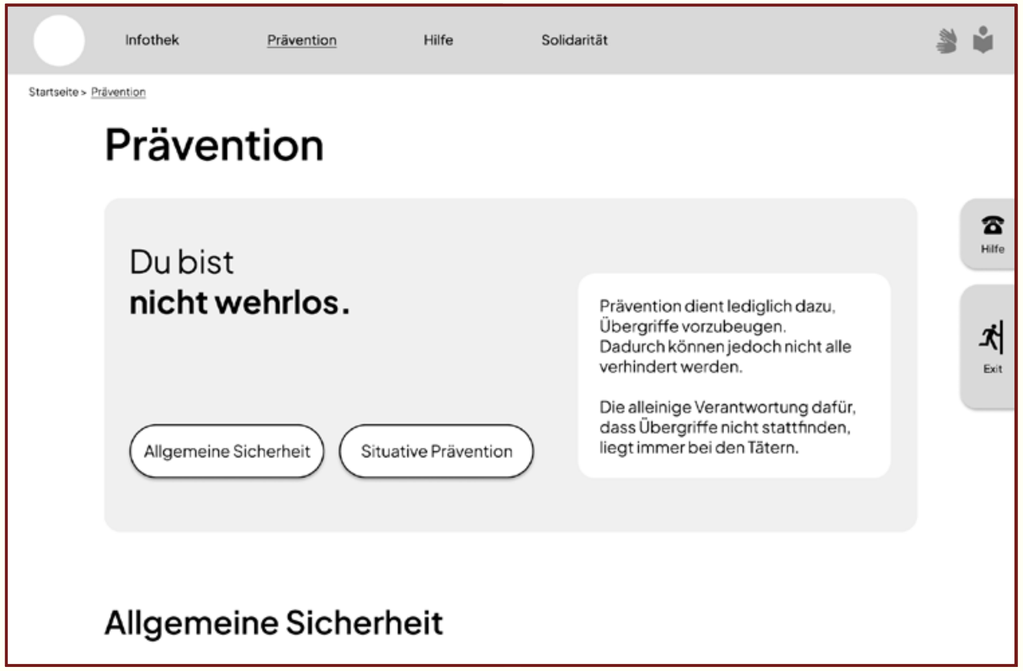
- gleiche Button-Bezeichnung (bei identischen Weiterleitungen)

Benutzerbindung



Motivierende Zitate für eine positive Grundeinstellung

- Nutzer*innen fühle sich gestärkt



Direkte Ansprache durch die Verwendung des Pronomens „Du“

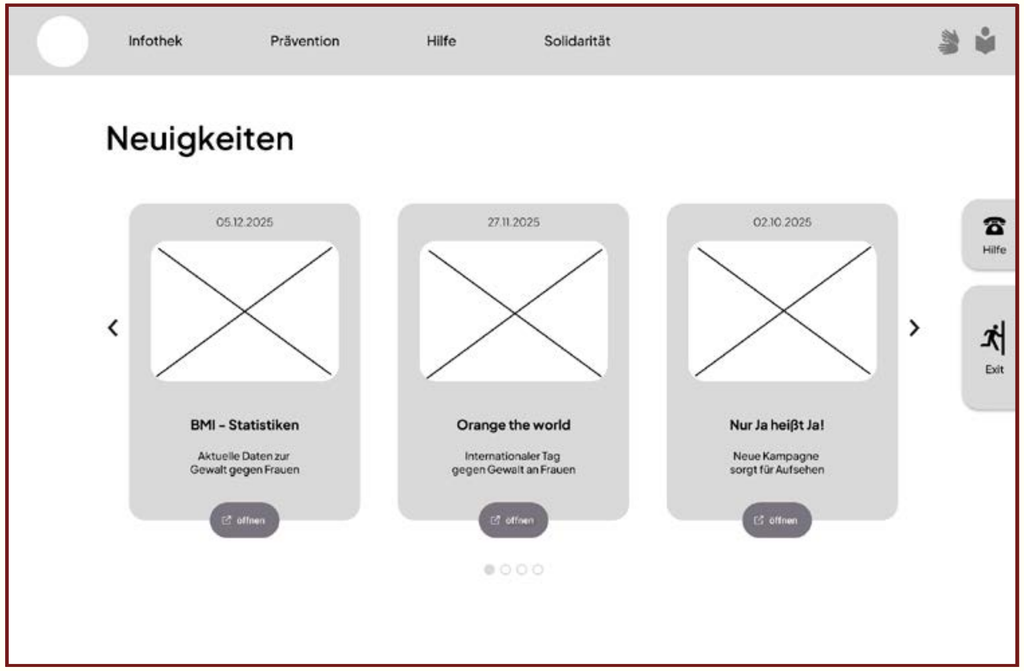
- Nutzer*innen fühle sich direkt angesprochen

Gestaltungsprinzipien

Ben Shneidermann & Jakob Nielson

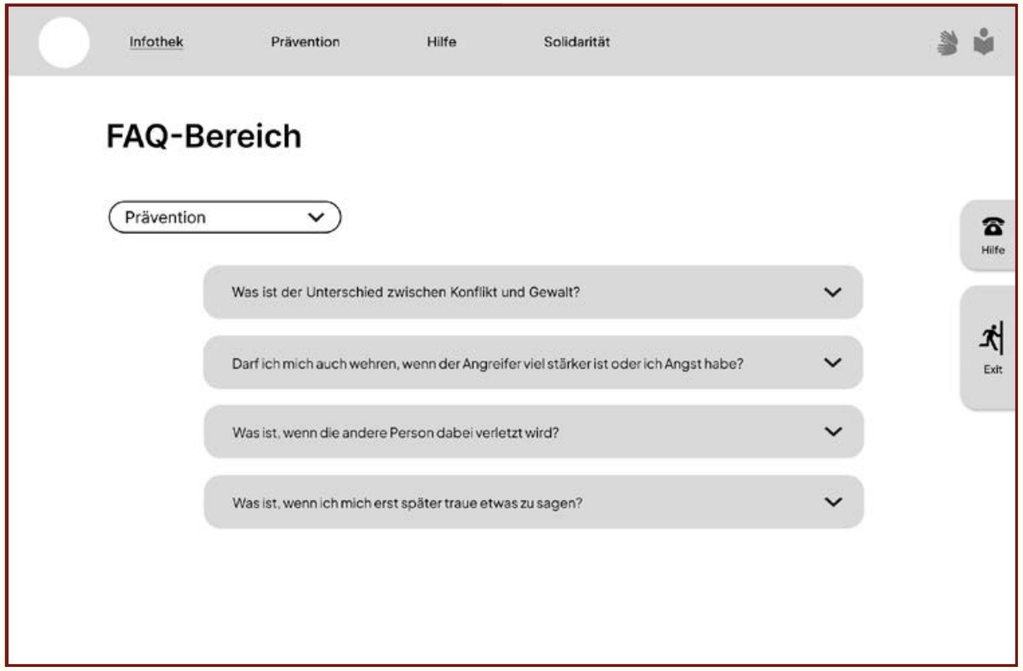
Wir verwenden die Gestaltungsprinzipien von Ben Shneiderman sowie Jakob Nielson, da sie eine **systematische Grundlage** bieten, um unsere Website benutzerfreundlich, kontrollierbar und robust gegenüber Fehlern zu gestalten.

Benutzerkontrolle gewährleisten



Schnelles-Verlassen-Funktion ist jederzeit aktiv

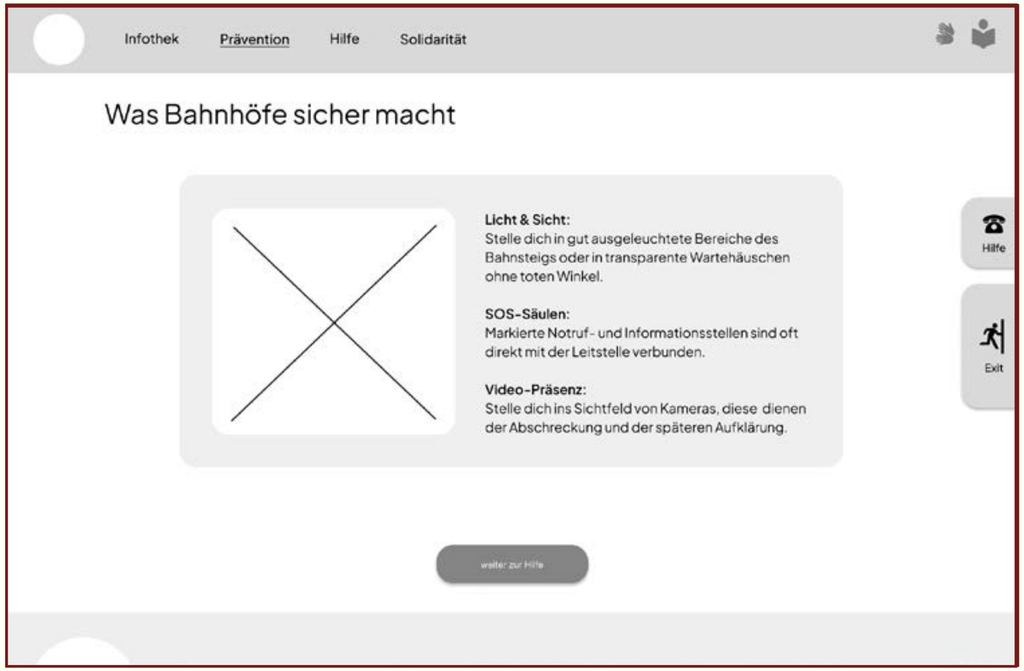
- sofortiger Seitenwechsel auf neutrale Seite
- keine Rückfrage, unabhängig vom aktuellen Prozess

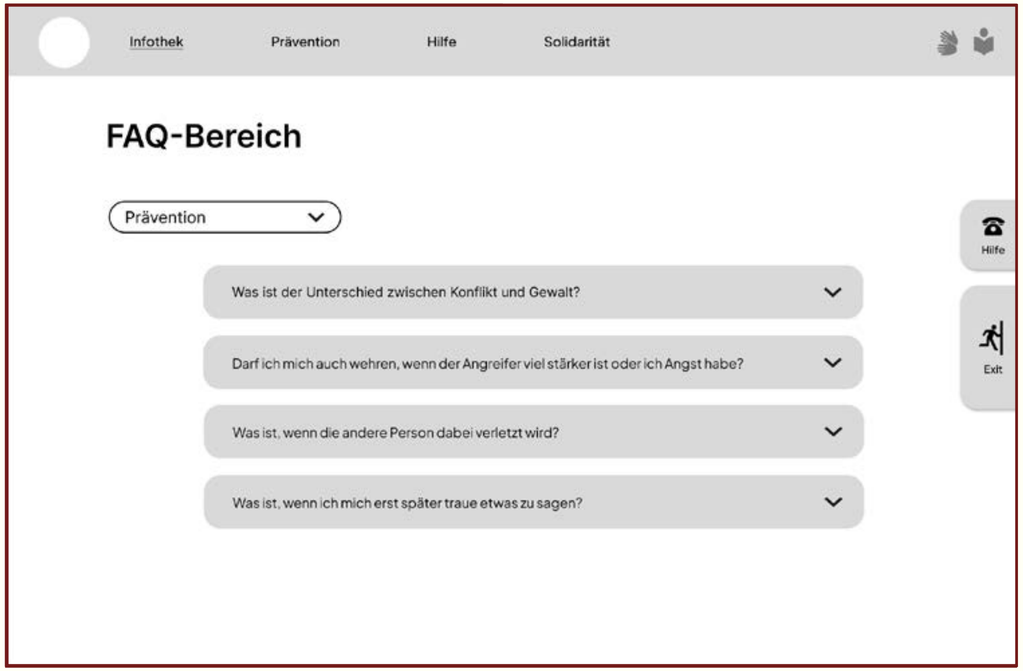


Inhalte werden **nicht automatisch** eingeblendet oder abgespielt

- keine Auto-Scrolls
- manuelles Aufklappen der Informationen

System und reale Welt

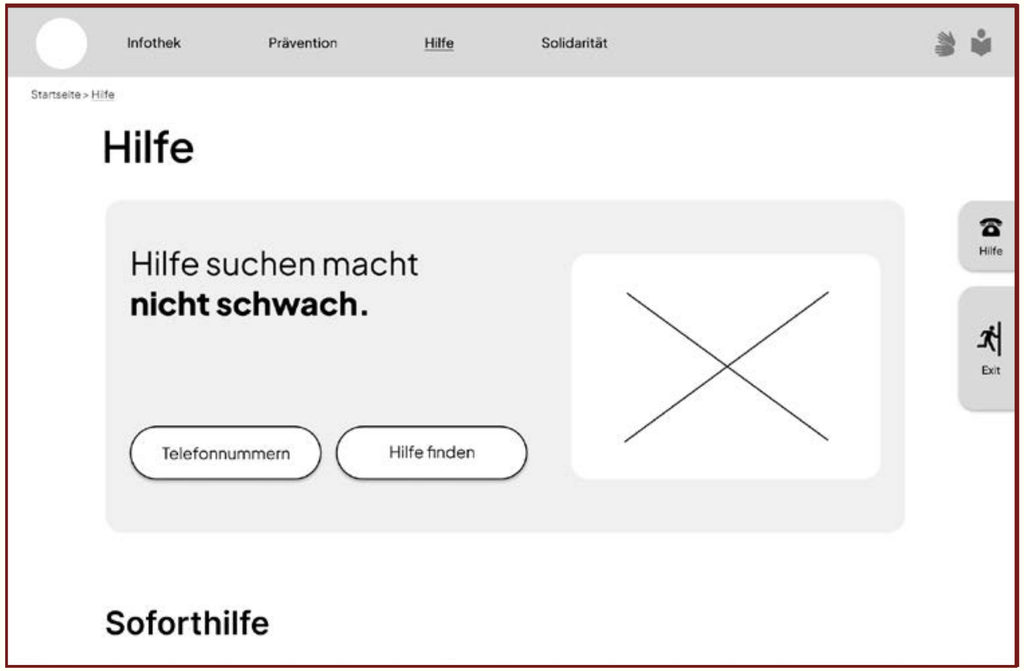


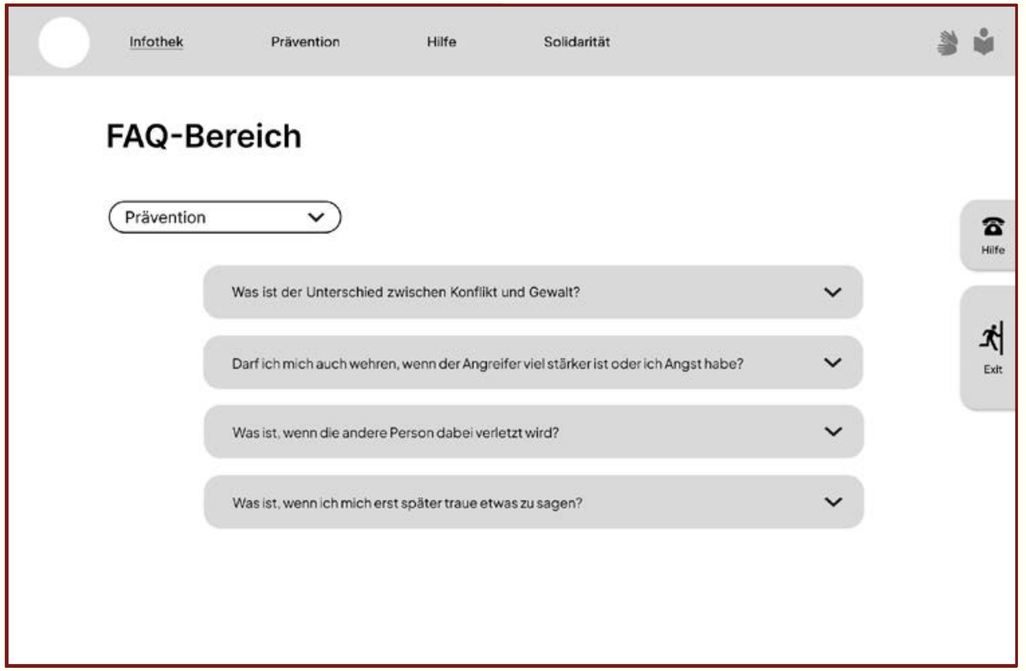


Sprache, die die Nutzer*innen emotional abholt
- gezielt für sensible Themen
- stärkender Ton

Inhalte greifen **konkrete Alltagssituationen** auf
- direkt in der realen Welt anwendbar

Konsistenz

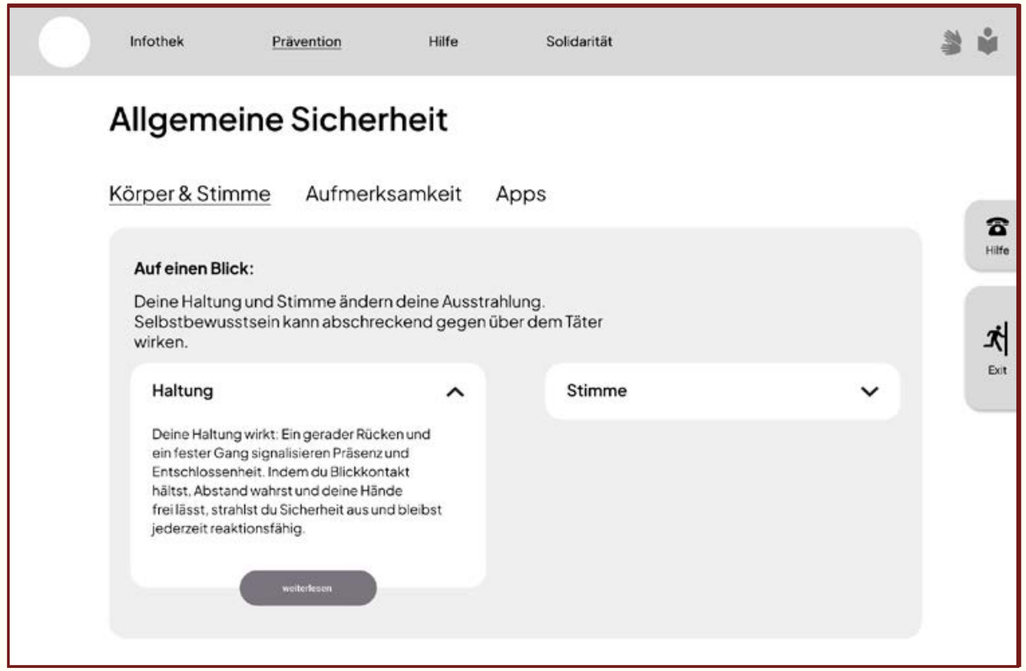




Alle Seiten starten mit dem **selben Aufbau:**

- intuitiver für die Nutzer*innen bedienbar

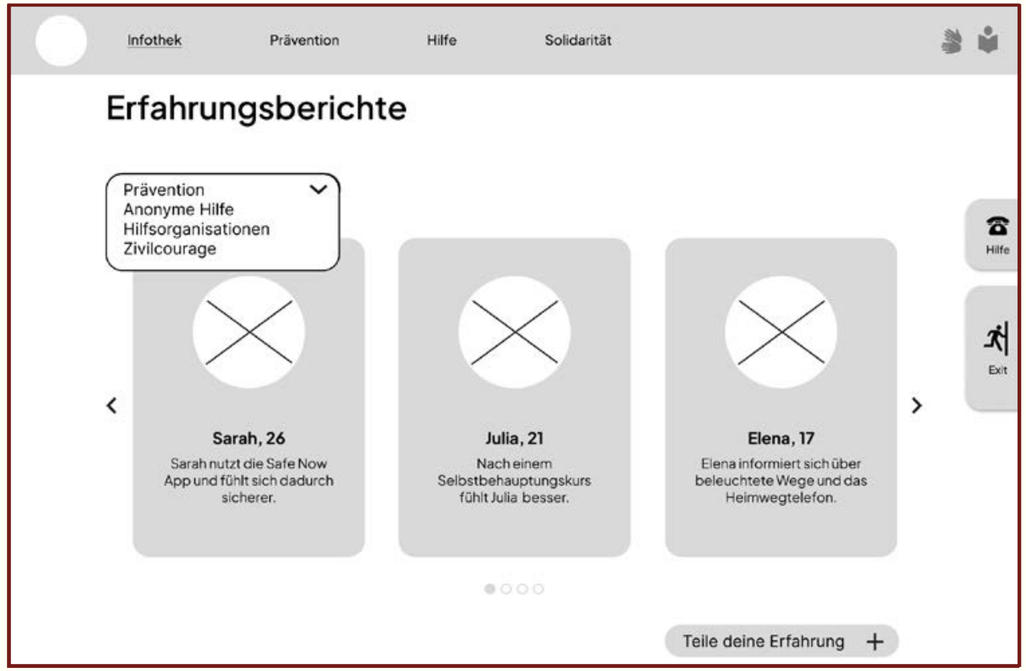
Universelle Anwendbarkeit



Mehrstufige Informationstiefe

- Nutzer*innen können durch Informationhiding selber entscheiden wie viel sie lesen möchten

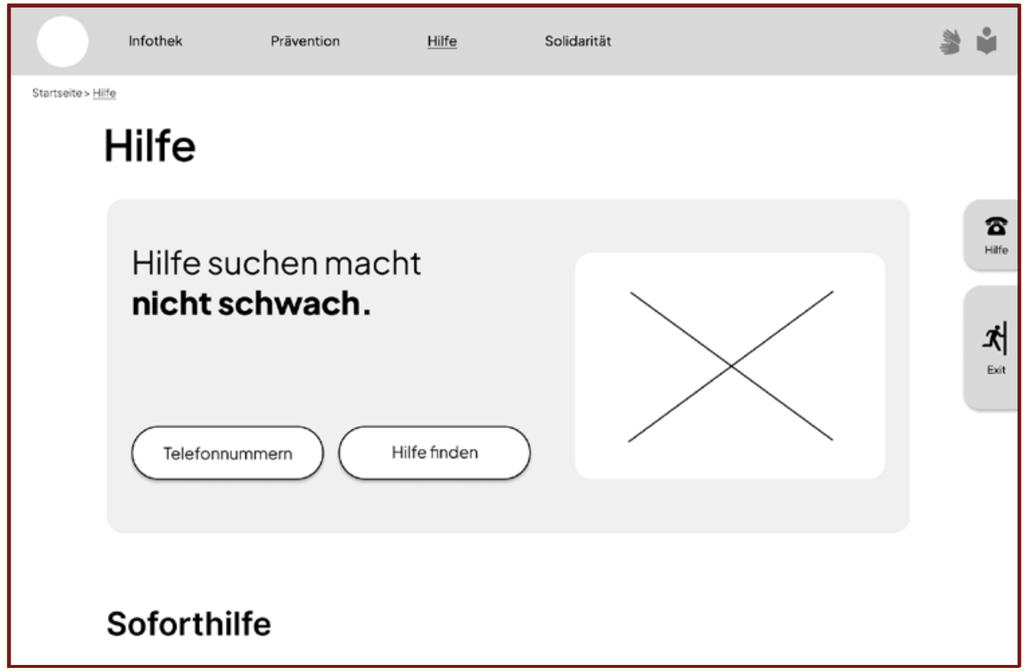
Kurzzeitgedächnis entlasten



Filtern, statt alles auf einmal anzuzeigen

- Thematik auswählbar
- nur passende Erfahrungsberichte werden angezeigt

Sicherheit des Systemstatus



Aktive **Hervorhebung** der **aktuellen Seite** im Menü

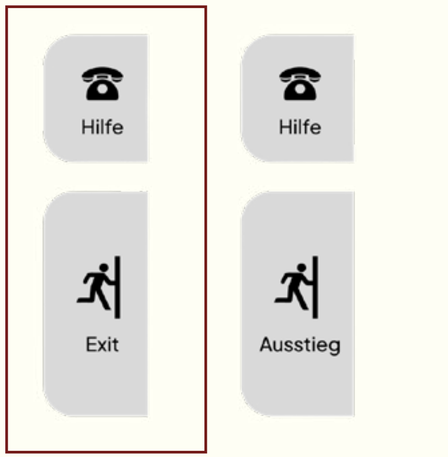
- Bereich auf dem man gerade ist wird Unterstrichen dargestellt
- Breadcrumbs zeigen auf welcher Unterseite man sich befindet

A/B- Test

Wir vergleichen **zwei Varianten** der Gestaltung einer Funktion miteinander, indem wir sie unterschiedlichen Testpersonen zeigen und ihr **Verhalten auswerten.** So können wir nachvollziehbar beurteilen, welche Version **verständlicher und überzeugender** ist. Die Ergebnisse flossen direkt in die Erstellung unserer Benutzeroberfläche ein.

Erkentnisse

Wording der Buttons



Aufbau des Headers



Icons zur Veranschaulichung

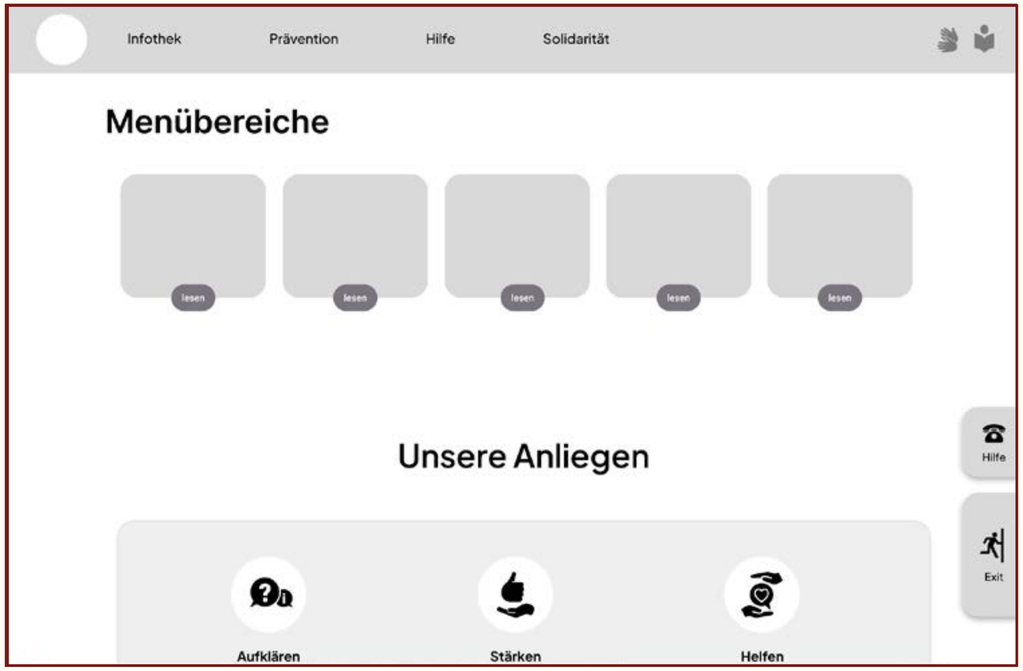


Design Patterns

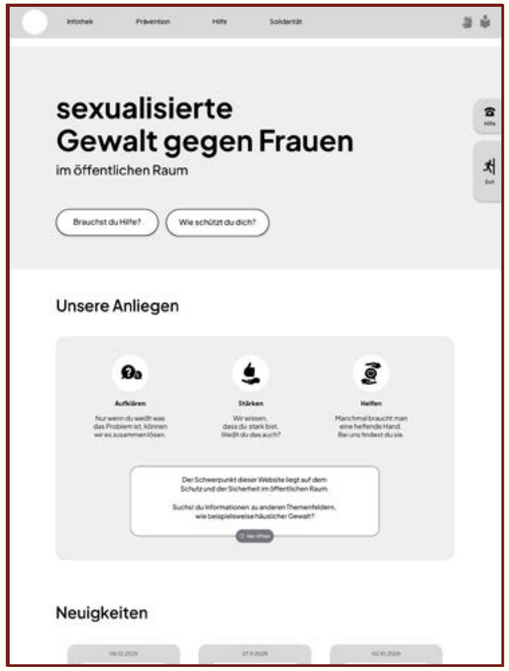
Schlüsselseiten

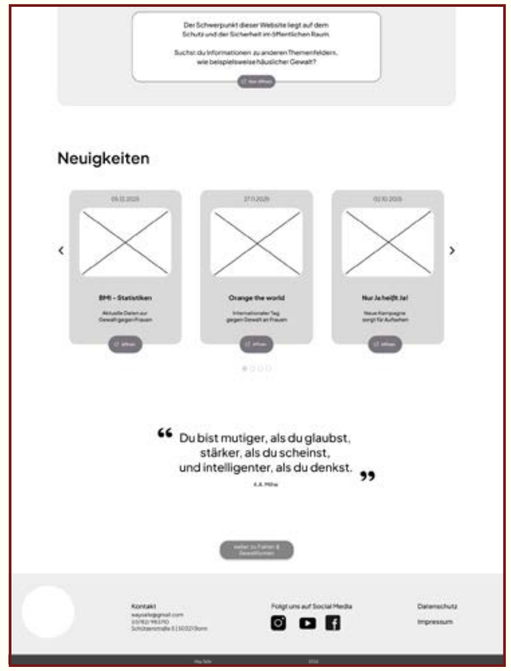
Durch den Einsatz unterschiedlicher Design Patterns entwickeln wir benutzerfreundliche **Interfaces** und identifizieren durch den **Vergleich** die am besten geeigneten Lösungen für unsere Nutzer*innen.

Startseite



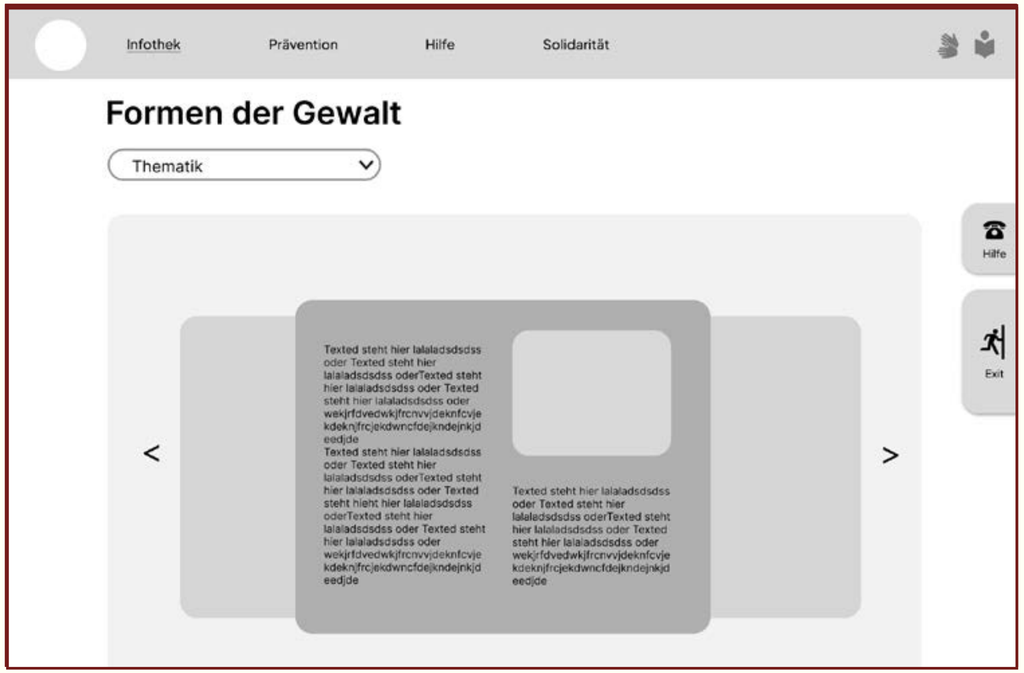
Die ursprüngliche Startseite priorisierte eine **vollständige Themenübersicht** der Menübereiche. Dies war jedoch **redundant** mit dem Header.

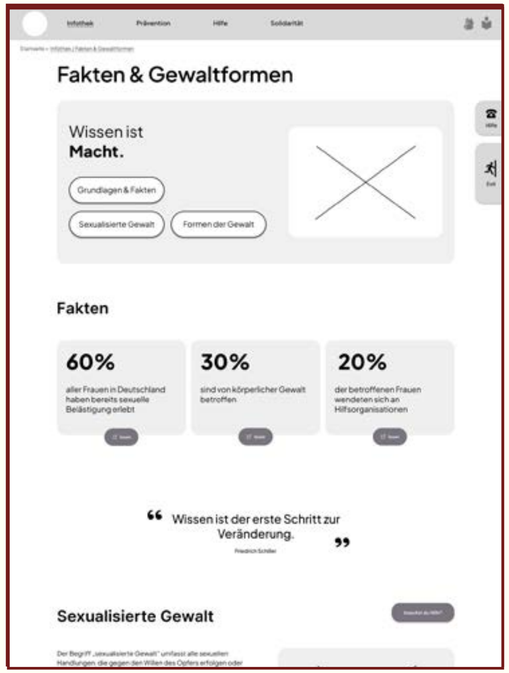




Durch das Entfernen der Menülisten liegt der Fokus nun auf den **Kernanliegen**, **aktuellen News** und direkten **Call-to-Actions** für Prävention und Hilfe.

Fakten & Gewaltformen



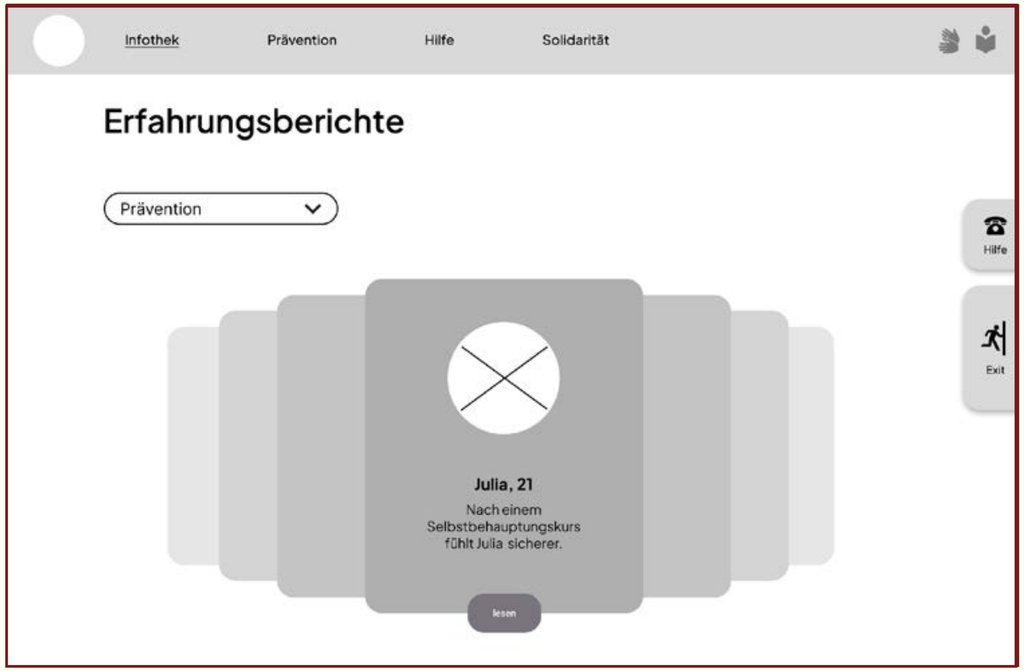




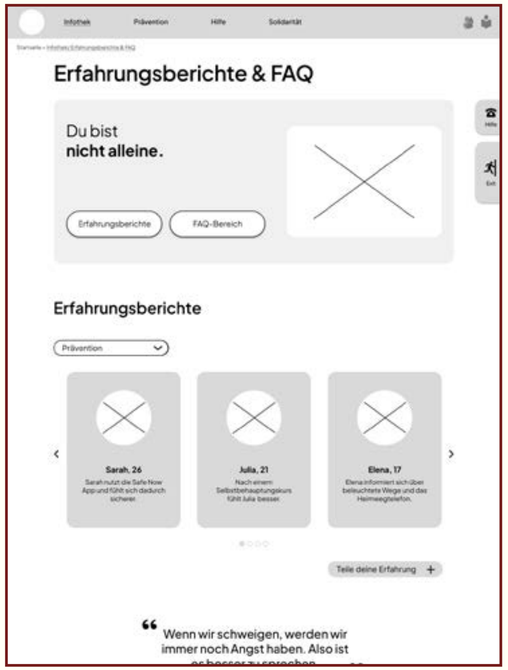
Ursprüngliches **Informationhiding erschwerte** die **Orientierung**. Nutzer*innen benötigen für den Überblick über die Formen der Gewalt alle Kategorien auf einen Blick.

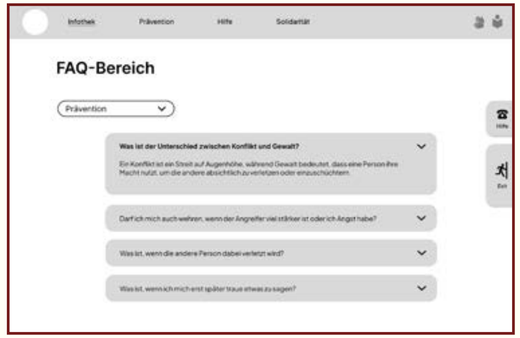
Um alle Formen auf einen Blick zu sehen, haben wir mit dem **Hover-Effekt** gearbeitet. So sind **alle Infos** der Gewalt direkt **erkennbar** und.

Erfahrungsberichte & FAQ



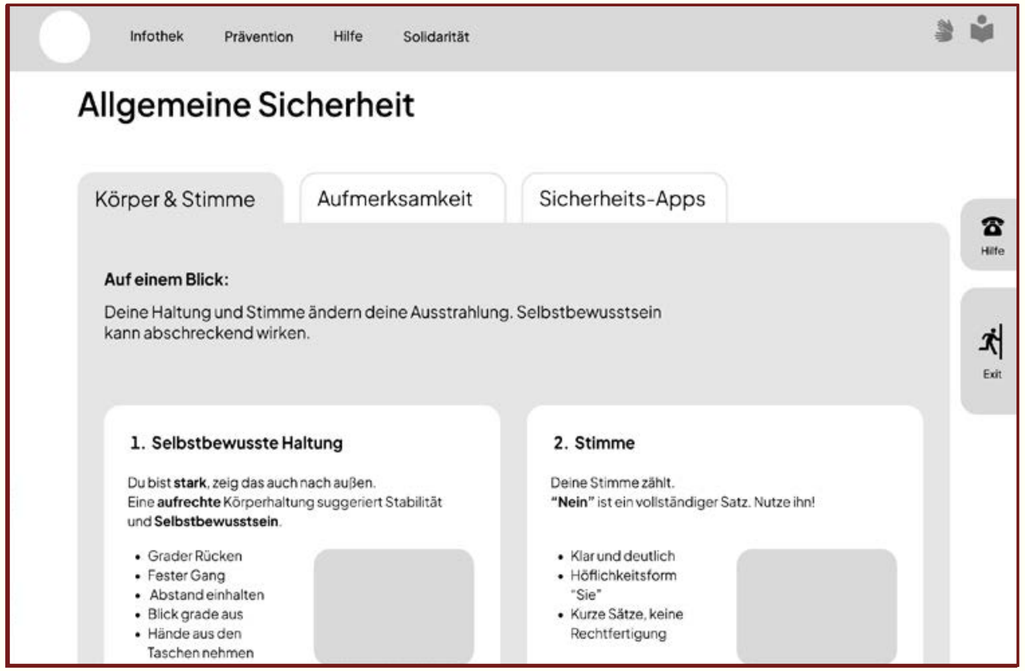
Das spielerische Stacked-Card-Design sorgt zwar für Abwechslung, führt aber zu einem **inkonsistenten Design.**



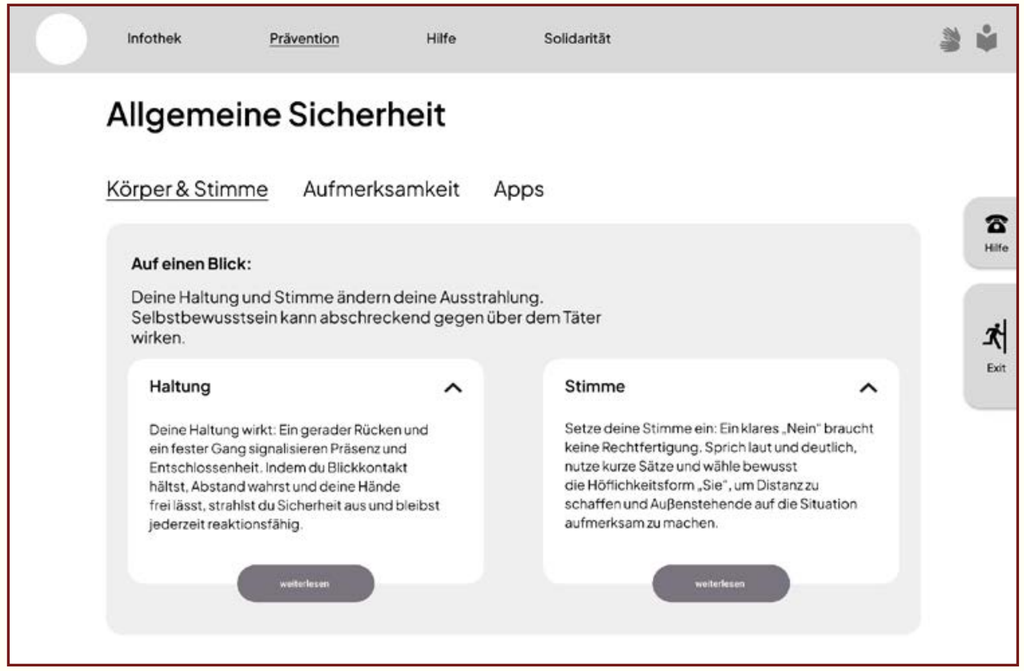


Durch das mehrfache Nutzen von **Filter-Grids** und **Hover-Effekten** erzielen wir ein **konsistentes Erscheinungsbild**.

Prävention 01



Trotz **übersichtlicher Gliederung** erfüllte das klassische Tab-Design nicht unseren Anspruch an einem **modernen** Design.



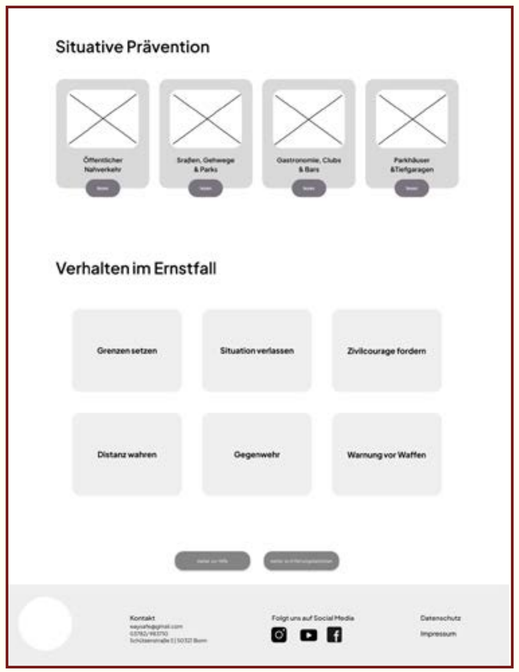
Bei unserem aktuellen Design haben wir das Layout einfacher dargestellt und nutzen wieder den **Hover-Effekt,** um nicht direkt alle Informationen darzustellen.

Prävention 02



Die vertikale Liste machte die Seite **unübersichtlich** und **erschwert** die **Orientierung**, weshalb wir uns gegen dieses Layout entschieden haben.

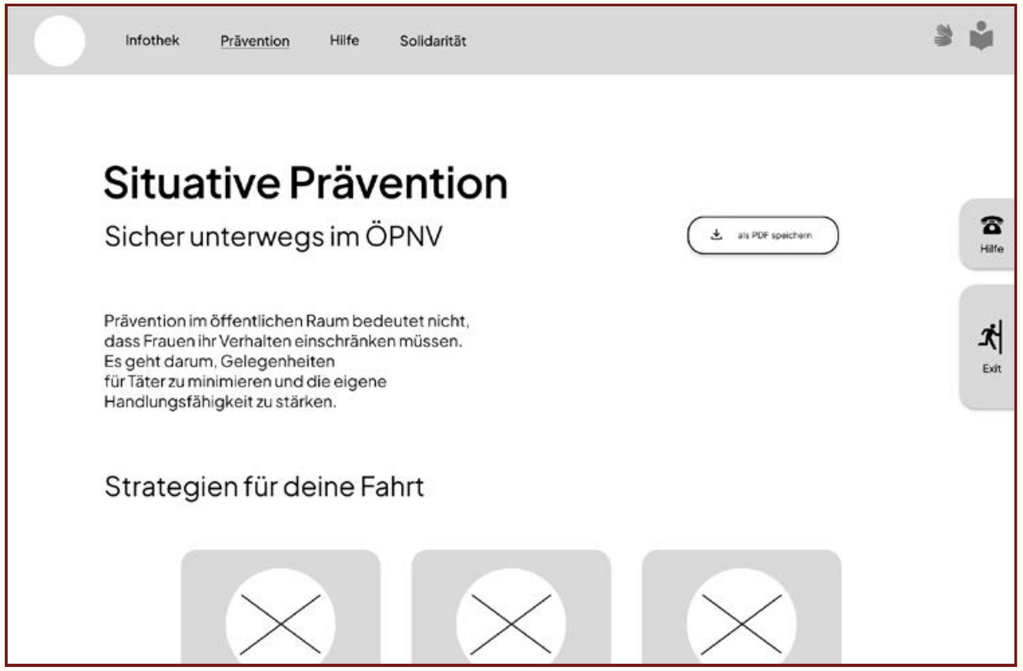




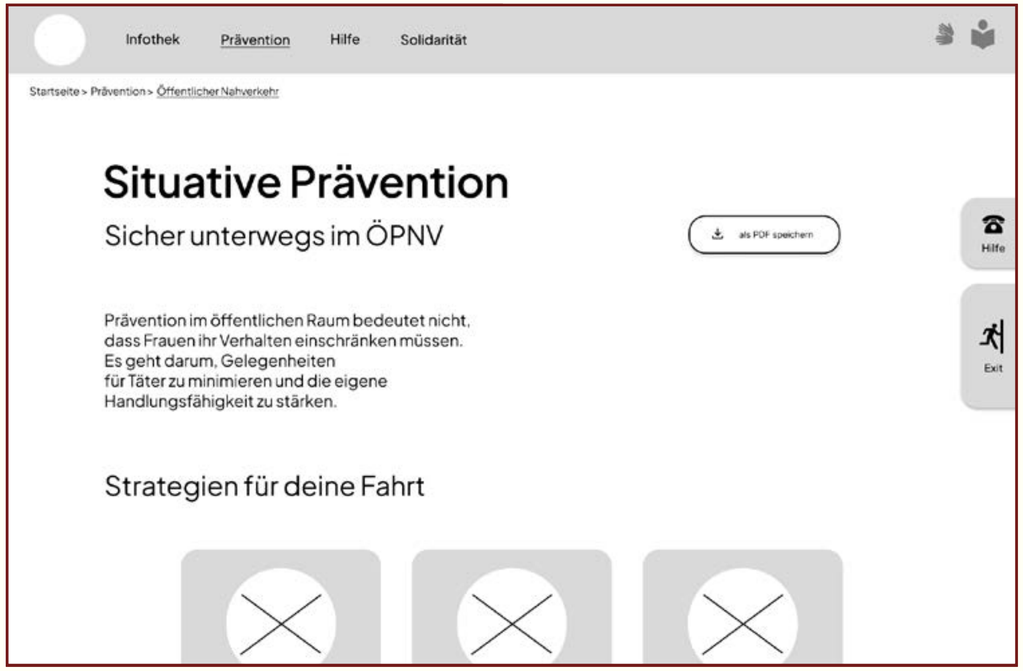
Kompakte Kacheln ersetzen die Liste:

- alle Themen sind **sofort sichtbar** und per Klick im Detail aufrufbar

Situative Prävention, ÖPNV

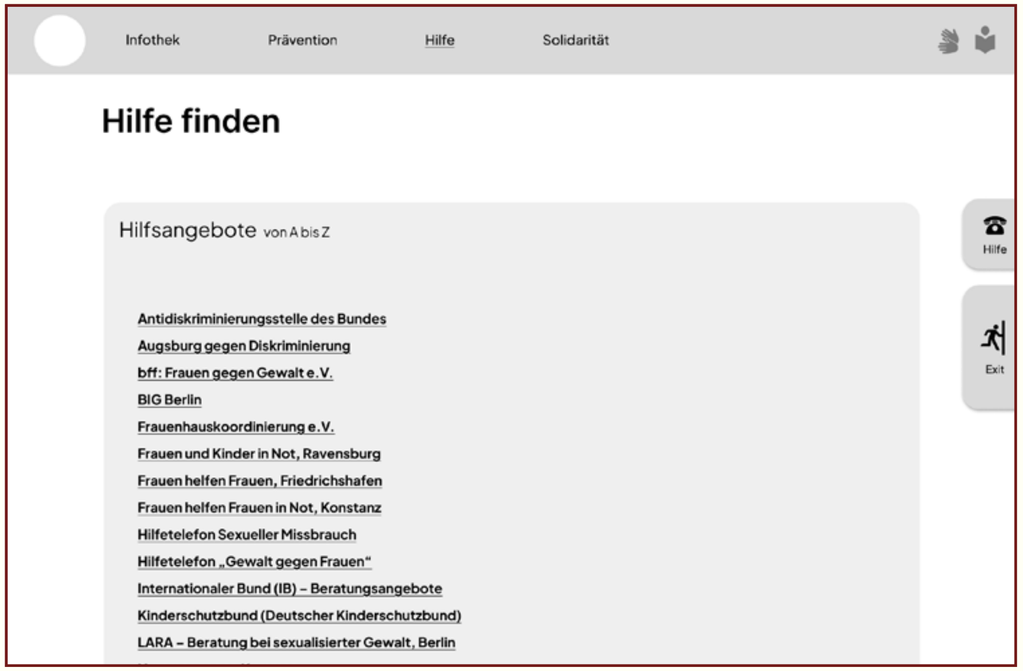


Es fehlt eine **klare Anzeige** der **aktuellen Position** innerhalb der Informationsstruktur.

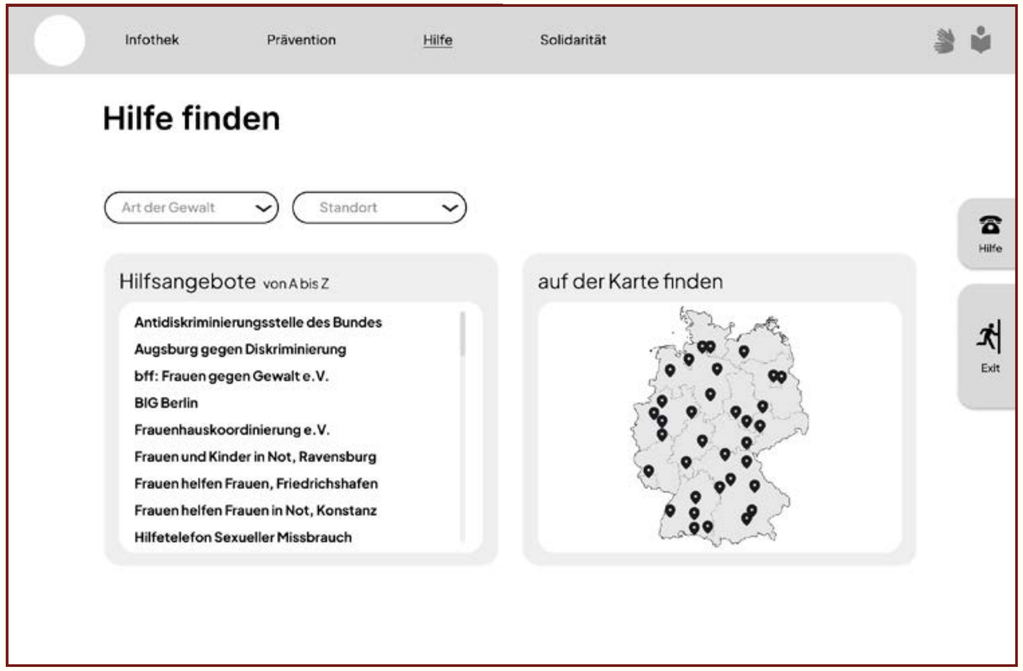


Wir haben **Breadcrumbs** integriert, die den Nutzer*innen jederzeit den aktuellen Standort anzeigen.

Hilfe



Mangelnde Struktur und **fehlende Filteroptionen** machten die Hilfeleistung **zeitaufwendig** und erhöhen die **kognitive Last** bei der Informationssuche.

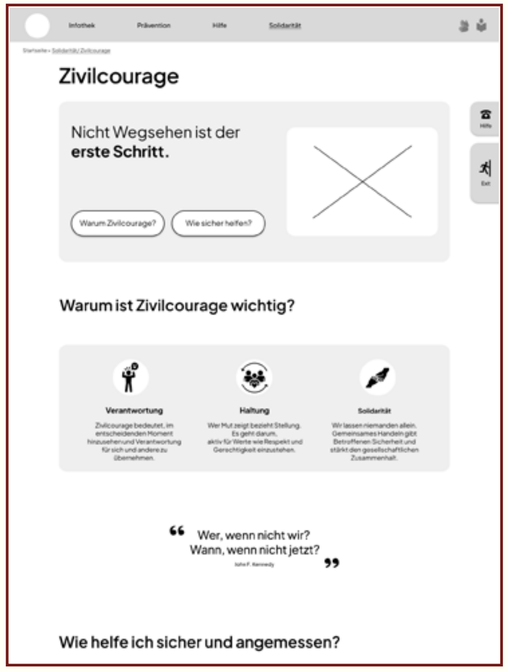


Das neue Design steigert die Nutzerorientierung durch gezielte **Filteroptionen** (Art der Gewalt, Standort, Beratungsform), die eine **schnelle** Hilfe ermöglichen.

Zivilcourage



Textliche Überladung der Kacheln erschweren die schnelle Erfassung der Inhalte und überfordern die Nutzer*innen.



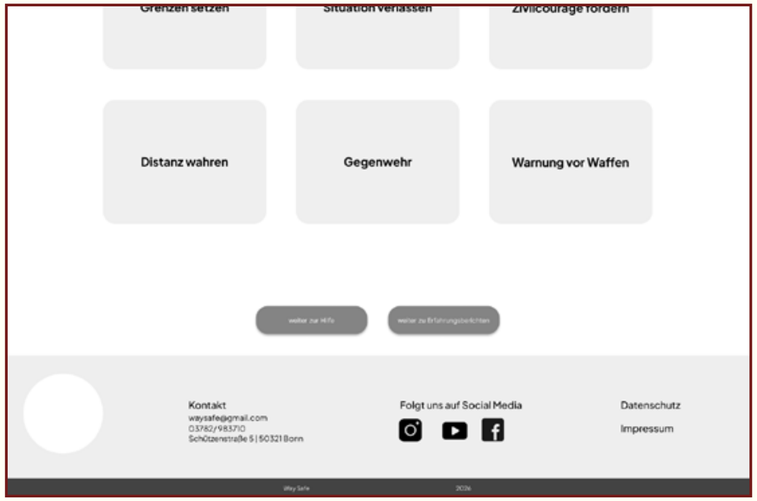


Durch die Gliederung komplexer Inhalte in modulare Einheiten und die Nutzung von **Informationhiding** wird die Lesbarkeit optimiert.

Thinking Aloud Test

Um unsere Website auf ihre **Usability** zu überprüfen, haben wir den Thinking-Aloud Tests durchgeführt mit **2 Personen,** die unsere Zielgruppe repräsentieren. Die Auswertung der Durchgänge wird in das Design eingearbeitet.

Erkentnisse





Es stellte sich heraus, dass das **Finden** der Erfahrungsberichte zu Prävention bei unseren Nutzer*innen noch zu Problemen führt. Wir fügten einen **Weiterleitungsbutton** unter der Kategorie Prävention hinzufügen, welcher direkt zu den Berichten leitet. In einem zweiten Test stellte sich aber heraus, dass dieser noch **auffälliger** sein muss.

Derzeit ist unser Header noch **nicht intuitiv** genug. Ein anderes **Wording** für die Kategorie Solidarität sowie das **Verschieben** von dem Unterpunkt „Umgang mit Betroffenen“ zur Infothek sollen für mehr Klarheit und Struktur sorgen. Um mehr klarheit zu schaffen werden wir die ausklappbaren Menü Punkte mit Pfeilen verstehen.



4.0 Prototype

Ziel des Prototypen

ÜBERPRÜFEN

Ziel des Prototyps ist es, die im Ideationsprozess entwickelten Konzepte in eine **greifbare und testbare Form** zu überführen, um die Wirkung, Verständlichkeit und Nutzbarkeit der digitalen Aufklärungsplattform **realitätsnah** zu überprüfen.

Der Prototyp ermöglicht es, Struktur, Navigation, Inhalte und Sicherheitsmechanismen zu **erproben** und zu **evaluieren**, ob sie Orientierung bieten, Vertrauen schaffen und Handlungskompetenz stärken.

Styleguide

Moodboard



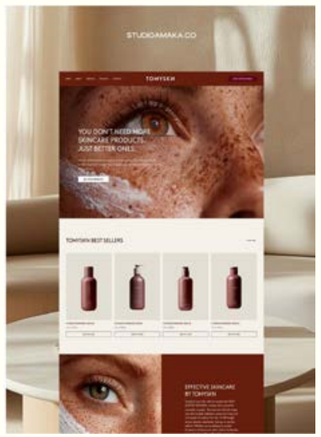






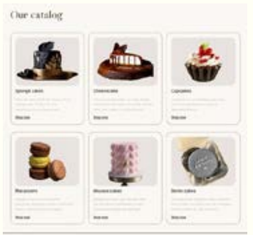












Styleguide

Grid

Raster: 8px

Spalten: 13/88px

Zeilen: 80px

Ränder: 40px





Styleguide

Color

Chalk-White
#fffffd

Iron-Red
#6c251e

Sand-Beige
#f6f0ea

Ink-Black
#3B3B3B

Styleguide

Typography

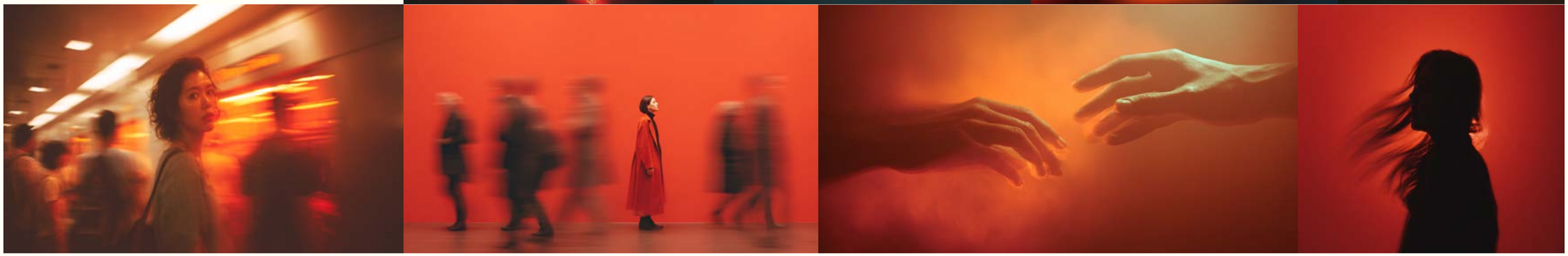
HEADING 1	Plus Jakarta Sans, ExtraBold ; 80px
Heading 02	Plus Jakarta Sans, SemiBold ; 48px
Heading 03	Plus Jakarta Sans, SemiBold; 30px
Subheading	Plus Jakarta Sans, Bold; 24px
Zitat	Plus Jakarta Sans, Medium Italic; 36px
Button	Plus Jakarta Sans, Medium; 16px
Schnell-Zum-Ziel	PlusJakartaSans, Medium; 20px
Body-Text, Highlights	Plus Jakarta Sans, Medium; 20px
Body-Text	Plus Jakarta Sans, Bold; 20px

Styleguide

Bilder

Die gewählte Bildsprache folgt einem **stärkenden** Stil, der bewusst von einer klassischen Opfer-Darstellung Abstand nimmt. Durch dynamische Unschärfen, warme Farbtöne und eine fokussierte Lichtführung wirken die Bilder ästhetisch **ansprechend** und kraftvoll, um die **Selbstwirksamkeit** der Nutzer*innen zu betonen.

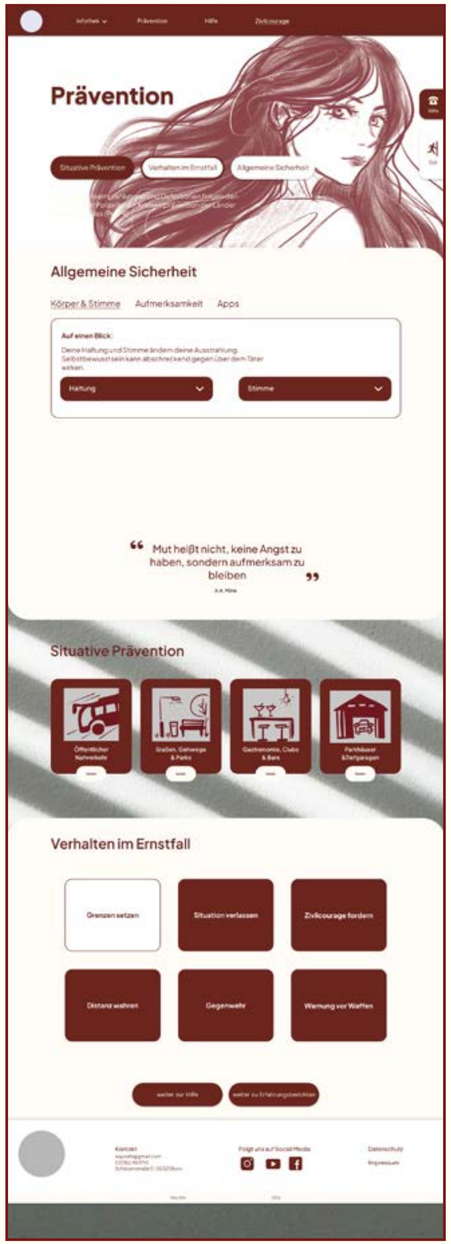


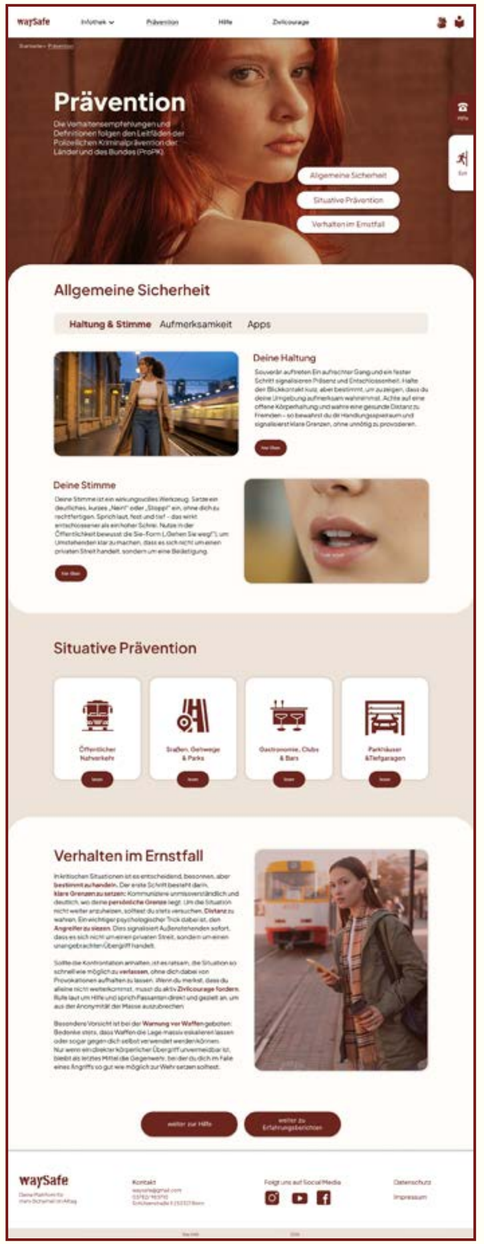


Varianten

Prävention

Die **ersten Entwürfe** unserer Präventionsseite, sowie Tests unterschiedlicher Farbkombinationen.







Screens

Homepage



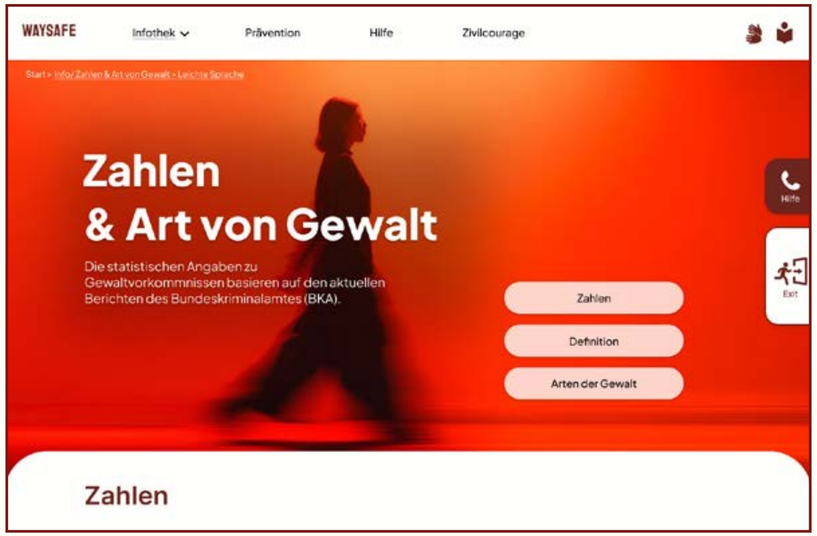


Das Design nutzt eine **stärkende Bildsprache,** die durch das prominent platzierte **Video** im Hero-Bereich maximale **Aufmerksamkeit** für das Thema schafft. Diese dynamische Gestaltung sorgt für eine unmittelbare **emotionale Ansprache** und unterstreicht den **unterstützenden** Charakter der Website.

Screens

Infothek

Durch den **konsistenten Aufbau** gewährleisten wir ein **einheitliches Erscheinungsbild** und eine intuitive Benutzerführung. Diese strukturelle Wiederholung sorgt für eine **hohe Benutzerfreundlichkeit** und ermöglicht eine **schnelle Orientierung** innerhalb der Informationsbereiche.





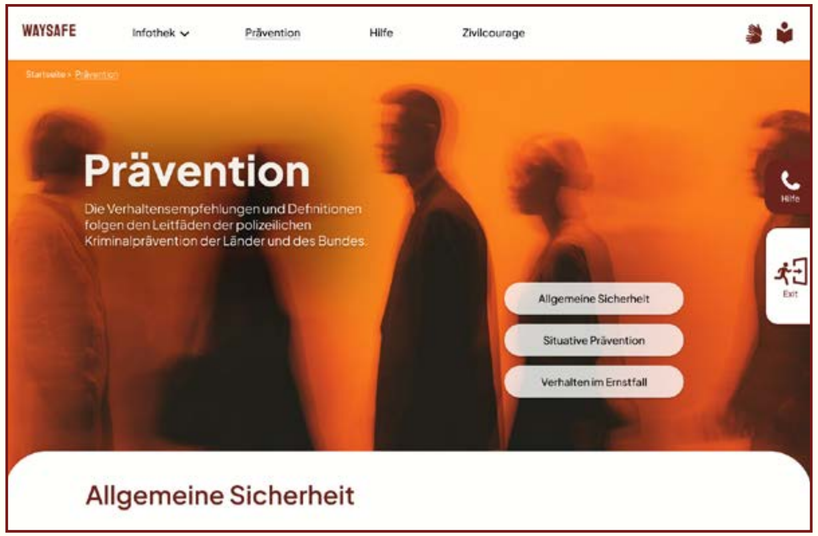




Screens

Prävention

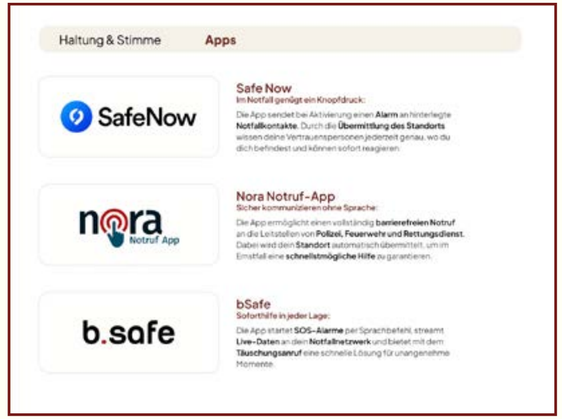
Hier vermitteln wir **konkrete Handlungsstrategien,** die auf polizeilichen Leitfäden basieren. Neben **Tipps** zur allgemeinen Sicherheit und dem Verhalten im Ernstfall stehen **spezifische Ratschläge** für unterschiedliche Alltagssituationen im Fokus.





Themaikauswahl der Detail Pages

Button Weiterleitung zur Detail Page der Thematik

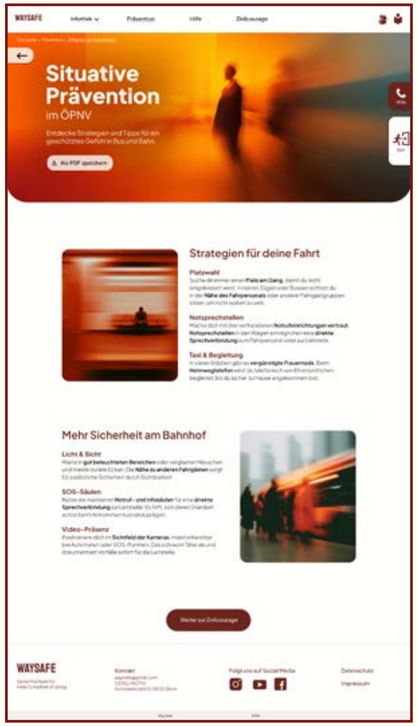


Screens

Situative Prävention

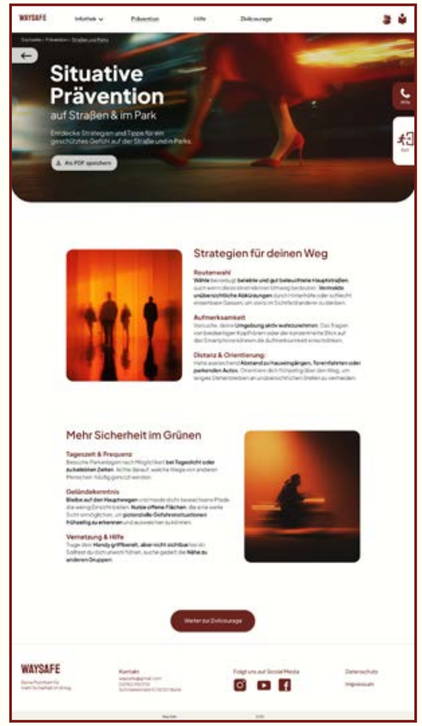
zurück zur Präventionsseite

PDF-Speichern für schnellen Zugriff







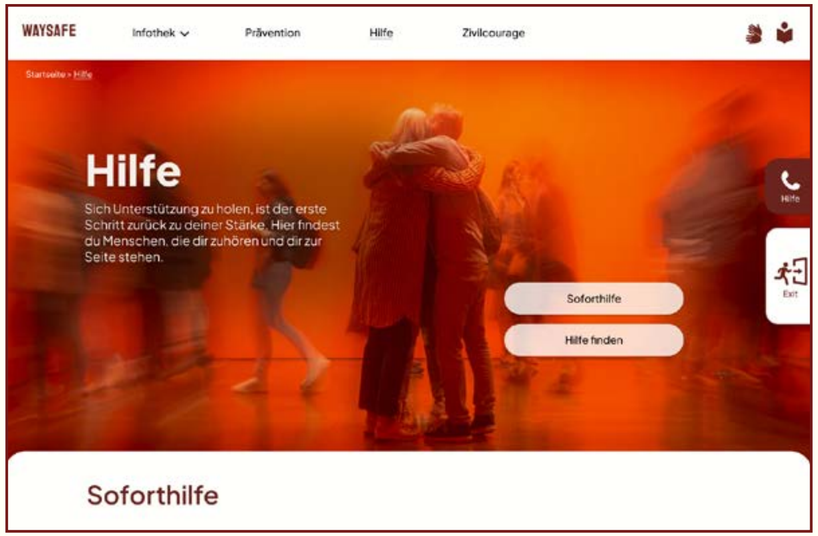


Für jede auf der Prävention Hauptseite aufgeführten situativen Präventionen existiert eine **spezifische Unterseite.** So sorgen wir mit Information Hiding für eine kognitive Entlastung. Um die Benutzerfreundlichkeit zu maximieren, sind diese Subpages alle **identisch aufgebaut.**

Screens

Hilfe

Wir legten Wert auf **schnelle Erreichbarkeit,** weshalb Notfallnummern für den Ernstfall direkt und präsent platziert sind. Ergänzend dazu bietet die Seite eine **Suchfunktion** für Beratungsstellen, damit Nutzer*innen auch gezielt nach Standort oder Hilfeart filtern können.





Filterfunktion zur Eingrenzung der Suche

visuelle Ansicht der Location in der Map

Screens

Zivilcourage

Diese Seite sensibilisiert die Bedeutung von **Verantwortung** und **Solidarität**, um ein sicheres Miteinander im öffentlichen Raum zu fördern. Sie vermittelt auf den Sub-Pages praxisnahe **Tipps**, wie man sicher und angemessen eingreift, ohne dabei sich selbst in Gefahr zu bringen.

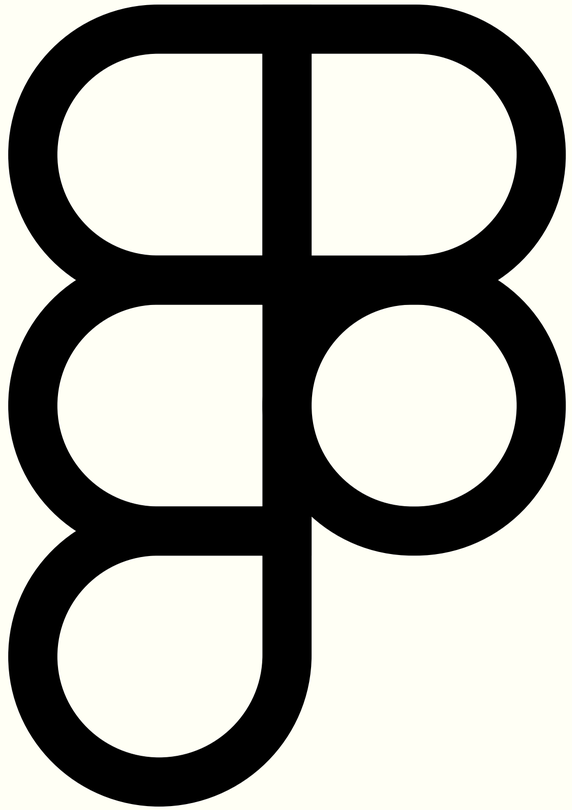




Prototype

Für eine **genauere Vorstellung** der Website ist hier unser **Prototyp** eingebunden, in welchem man selbstständig durch die verschiedenen Seiten scrollen kann.

hier klicken





5.0 Testing

Ziel des Testings

ABSICHERN

Ziel des Testings ist es, die entwickelte Lösung mit realen Nutzer*innen zu **überprüfen**. So wird sichergestellt, dass Inhalte, Struktur und Funktionen **verständlich, wirkungsvoll und sensibel** gestaltet sind und die Plattform **Sicherheit, Orientierung und Handlungskompetenz** tatsächlich unterstützt.

Testing

Aus den Fargebögen **AttrakDiff, VisaWi und UEQ** haben wir uns eine Sammlung an Fragen rausgesucht, die **spezifisch auf unsere Website abgestimmt** sind und uns ein wetvolles Feedback gibt, das uns bei der Verbesserung unseres Prototyps weiterhilft. Insgesamt haben wir **5 Personen** zwischen **21-30 Jahren** befragt.

HEDONISTISCHE QUALITÄT

minderwertig	○○○○○●○	wertvoll
lahmend	○○○○○●○	belebend
unvorteilhaft	○○○○○●○	bringt mich Leuten näher
herkömmlich	○○○○○○●	originell
abstoßend	○○○○○●○	ansprechend

PRAGMATISCHE QUALITÄT

verwirrend	○○○○○●○	übersichtlich
langsam	○○○○○○●	effizient
unpraktisch	○○○○○●○	praktisch
unvorhersehbar	○○○○○●○	vorhersehbar
kompliziert	○○○○○●○	einfach

Ergebnis des Testings

PRAGMATISCHE QUALITÄT

In der funktionalen Anwendung beweist unsere Webseite eine **hohe Krisentauglichkeit**. Die Informationsarchitektur ermöglicht einen **effizienten Zugriff auf wichtige Daten** wie Notrufnummern und das schnelle Verlassen, was den kognitiven Aufwand für die Nutzer*innen minimiert. Die **Steuerung** der Seite ist **voraussagbar und klar strukturiert**, wodurch ein hohes Maß an Sicherheit in der Anwendung entsteht.

HEDONISTISCHE QUALITÄT

Das Design schafft es, die **Nutzer*innen** in einer vulnerablen Situation **respektvoll abzuholen**, ohne eine bedrückende Atmosphäre zu erzeugen. Die Seite **hebt sich von herkömmlichen**, rein behördlichen **Informationsangeboten ab**. Dies **fördert die Bereitschaft** der Betroffenen, sich **mit den Inhalten auseinanderzusetzen** und das Gefühl der sozialen Isolation zu überwinden.

ZUSAMMENFASSEND

Die identischen Spitzenwerte in Pragmatik und Hedonistik belegen, dass die visuelle Ästhetik die Funktionalität nicht behindert, sondern die **Seriosität der Hilfsangebote unterstreicht**.

Verbesserung

VORHER

Einer der wenigen Verbesserungspunkte war die **Schnell-zum-Ziel-Funktion**, welche dem User ermöglichen soll über Buttons oben am Start der Seite ohne langes Srollen direkt zum gewünschten Unterthema zu springen.
Hierbei wurde die **fehlende Erklärung zur Funktion** dieser kritisiert.



NACHHER

Durch **Pfeil-Icons**, wird die **Funktion** der Buttons **deutlicher** und sie lassen sich besser von unseren Weitereiten-Buttons am Ende der Seite unterscheiden.



Anhang

Der Anhang dient dazu, **vertiefende Informationen**, Datengrundlagen und ergänzende Materialien bereitzustellen, die die im Hauptteil getroffenen Aussagen **transparent und nachvollziehbar** machen, ohne den Lesefluss und die inhaltliche Fokussierung der Arbeit zu beeinträchtigen.

geschlossener Durchlauf 01

INFOTHEK

- **Ausmaß**
- **Formen der Gewalt**
  - verbale Gewalt & non-verbale Gewalt
- **Merkmale & Tatsachen**
- **Grundlagen & Fakten**
- **Wo fängt Gewalt an?**
  - Warnzeichen von Gewalt
  - Gegen wen richtet sich Gewalt?
  - Täter*innen
- **Studienergebnisse**

ICONS

- **Barrierefreiheit**
- **Sprachauswahl**

PRÄVENTION

- **Situative Präventionsmaßnahmen**
- **Selbstvertrauen und Auftreten**
  - Tipps gestärktes Auftreten
  - sofort anwendbare Tipps
  - Handlungstipps verbale Belästigung
  - Handlungstipps Belästigung
  - Selbstverteidigung
  - Prävention für unterwegs
  - Prävention für Catcalling

ÜBER UNS

- **Kontakt**
- **Impressum**
- **Soziale Medien**

ZIVILCOURAGE

- **Was tun bei Gewalt im Umfeld?**
- **Erkennung von Notsituationen**
- **Helfen sicher & angemessen**
  - Förderung der Verantwortung
  - Senkung der Handlungsschwelle
  - Eigenschutz
  - Selbstvertrauen einzugreifen

SUPPORT & BERATUNG

- **akute Hilfe**
- **nach dem Vorfall**
- **anonyme Hilfsangebote**
  - Hilfetelefon
  - Umgang mit erlebter Belästigung
  - Hinweise zur staatlicher Hilfe
  - Links zu Hilfestellen

AUSTAUSCH & FRAGEN

- **Erfahrungsberichte**
  - Motivation Einzugreifen
- **Frage & Antwort Bereich**

TECHNISCHE SICHERHEIT

- **Nutzungssicherheit**
- **Datenschutzgrundlagen**
  - Datenspeicherung

geschlossener Durchlauf 02

INFOTHEK

- **Wo fängt Gewalt an?**
- **Erkennung von Notsituationen**
- **Gewalt im Umfeld**
- **Helfen sicher & angemessen**
  - Tipps Auftreten
  - Warnzeichen Gewalt
  - sofort anwendbare Tipps
  - Selbstverteidigung
  - Gegen wen richtet sich Gewalt?
  - Selbstvertrauen einzugreifen
- **non-verbale Gewalt**

ICONS

- **Barrierefreiheit**
- **Sprachauswahl**

PRÄVENTION

- **Formen der Gewalt**
- **Rechtliche und praktische Schritte**
- **Ausmaß**
- **Selbstvertrauen & Auftreten**
- **Merkmale & Tatsachen**
  - Prävention non-verbale Gewalt
  - Prävention verbale Gewalt

ÜBER UNS

- **Erfahrungsberichte**
  - Kontakt
  - Impressum

ZIVILCOURAGE

- **Nach dem Vorfall**
- **verbale Gewalt**
- **Nutzungssicherheit**

SUPPORT & BERATUNG

- **akute Hilfe**
- **Barrierefreiheit**
- **situative Prävention**
- **nach dem Vorfall**
- **anonyme Hilfsangebote**
  - Hilfetelefon
  - Umgang mit erlebter Belästigung
  - Hinweise staatlichen Hilfe
  - Links zu Hilfestellen

AUSTAUSCH & FRAGEN

- **Grundlage & Fakten**
- **Studienergebnisse**
  - Förderung der Verantwortung
  - Umgang mit Belästigung

TECHNISCHE SICHERHEIT

- **Frage & Antwort Bereich**
- **Datenschutzgrundlagen**
  - Datenspeicherung
  - Datenschutzverordnung
  -

Quellen

Bildquellen

[Abb. 1] Stakeholder-Map: Gewalt gegen Frauen im öffentlichem Raum, eigene Darstellung

[Abb. 2 - Abb. 5] Sinus-Milieus: eigene Darstellung

[Abb. 6- Abb. 9] Personas: eigene Erstellung mit Google Gemini

[Abb. 10, Abb. 11] Konkurrenzanalyse: Website „Bayern gegen Gewalt“ (Bayerisches Staatsministerium für Familie, Arbeit und Soziales),

Abgerufen unter: https://bayern-gegen-gewalt.de

Screenshot der Website (Datum des letzten Zugriffs: 05.11.2025)

[Abb. 12, Abb. 13] Konkurrenzanalyse: Website „BIG e.V. – Berliner Initiative gegen Gewalt an Frauen.“,

Abgerufen unter: https://www.big-berlin.info/en/big/berlin-initiative-against-violence-towards-women-big-e-v

Screenshot der Website (Datum des letzten Zugriffs: 05.11.2025)

[Abb. 14, Abb. 15] Konkurrenzanalyse: Website „Bundeszentrale für politische Bildung (bpb)“,

Abgerufen unter: https://www.bpb.de/themen/gender-diversitaet/femizide-und-gewalt-gegen-frauen/

Screenshot der Website (Datum des letzten Zugriffs: 05.11.2025)

[Abb. 16, Abb. 17] Konkurrenzanalyse: Website „bff. – Bundesverband Frauen gegen Gewalt e.V.“,

Abgerufen unter: https://www.frauen-gegen-gewalt.de/de/infothek/gewalt-gegen-frauen/praevention.html

Screenshot der Website (Datum des letzten Zugriffs: 05.11.2025)

Textquellen

[1] Müller, U. & Schröttle, M. (2004). Lebenssituation, Sicherheit und Gesundheit von Frauen in Deutschland. Eine repräsentative Untersuchung zu Gewalt gegen Frauen in Deutschland. Zusammenfassung zentraler Studienergebnisse. Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ).

[2] Caritas international. (o. J.). Keine Gewalt gegen Frauen und Mädchen. Caritas international.

Abgerufen unter: https://www.caritas-international.de/beitraege/keine-gewalt-gegen-frauen-und-maedchen/730260/

(Datum des letzten Zugriffs: 05.11.2025).

[3] medica mondiale e.V. (o. J.). Gewalt gegen Frauen: Ursachen und Folgen. medica mondiale e.V.

Abgerufen unter: https://medicamondiale.org/gewalt-gegen-frauen/ursachen-und-folgen

(Datum des letzten Zugriffs: 05.11.2025).

[4] Hilfetelefon Gewalt gegen Frauen. (o. J.). Hier finden Sie Informationen zu verschiedenen Formen von Gewalt gegen Frauen. Hilfetelefon Gewalt gegen Frauen.

Abgerufen unter: https://www.hilfetelefon.de/gewalt-gegen-frauen/

(Datum des letzten Zugriffs: 05.11.2025).

[5] MaLisa Stiftung. (2025). Gewalt gegen Frauen: Wie kann Storytelling in der Fiktion helfen? MaLisa Stiftung.

Abgerufen unter: https://www.malisastiftung.org/news/gewalt-gegen-frauen-wie-kann-storytelling-in-der-fiktion-teil-der-lsung-werden

(Datum des letzten Zugriffs: 05.11.2025).

Textquellen

[6] Landeszentrale für politische Bildung Baden-Württemberg (LpB). (o. J.). Gewalt gegen Frauen - Sexualisierte und häusliche Gewalt. LpB.

Abgerufen unter: https://www.lpb-bw.de/gewalt-gegen-frauen

(Datum des letzten Zugriffs: 05.11.2025).

[7] Bundesstiftung Gleichstellung. (2024). Gewalt im Geschlechterverhältnis im engen sozialen Nahraum. Stand: November 2024. Bundesstiftung Gleichstellung.

Abgerufen unter: https://www.bundesstiftung-gleichstellung.de/wissen/themenfelder/gewalt-im-geschlechterverhaeltnis-im-engen-sozialen-nahraum/

(Datum des letzten Zugriffs: 05.11.2025).

[8] Bündnis „Gemeinsam gegen Sexismus". (o. J.). Catcalling (Glossar). Bündnis „Gemeinsam gegen Sexismus".

Abgerufen unter: https://gemeinsam-gegen-sexismus.de/glossar-posts/catcalling/

(Datum des letzten Zugriffs: 05.11.2025).

[9] Agentur der Europäischen Union für Grundrechte (FRA). (2014). Gewalt gegen Frauen: eine EU-weite Erhebung. Ergebnisse auf einen Blick. Luxemburg: Amt für Veröffentlichungen der Europäischen Union.

[10] UN Women Deutschland e.V. (o. J.). Von Deutschland geförderte UN Women Projekte. UN Women Deutschland e.V.

Abgerufen unter: https://unwomen.de/bmz/

(Datum des letzten Zugriffs: 05.11.2025).

[11] Deutsches Institut für Menschenrechte. (2020). Gewalt gegen Frauen mit Behinderungen: Aktionsbedarf. Deutsches Institut für Menschenrechte.

[12] Schmid, G. (o. J.). Gewalt gegen Frauen und Mädchen. Bundeszentrale für politische Bildung (bpb).

Textquellen

[13] Deutscher Juristinnenbund e.V. (djb). (2024). Policy Paper: Sexualisierte Gewalt – Schutzlücken und Reformbedarfe. djb (st24-39).

[14] Gastautorin. (2023). Wut über verbale sexuelle Belästigung – in den Bildern davon keine Spur. genderleicht.de.

Abgerufen unter: https://www.genderleicht.de/catcalling-initiative-verbale-sexuelle-belaestigung-falsche-bilder/

(Datum des letzten Zugriffs: 05.11.2025).

[15] Deutscher Bundestag. (2025). Initiativen zum Gewaltschutz für Frauen und Kinder verabschiedet. Bundeszentrale für politische Bildung (bpb).

Abgerufen unter: https://www.bpb.de/themen/gender-diversitaet/femizide-und-gewalt-gegen-frauen/571201/gewaltschutz-fuer-alle-frauen/

(Datum des letzten Zugriffs: 05.11.2025).

[16] Deutsches Jugendinstitut (DJI). (2025). Lücken in der Prävention von Gewalt gegen Frauen schließen. DJI.

Abgerufen unter: https://www.dji.de/veroeffentlichungen/aktuelles/news/article/1596-luecken-in-der-praevention-von-gewalt-gegen-frauen-schliessen.html

(Datum des letzten Zugriffs: 05.11.2025).

[17] Odebralski, N. (2024). Strafbarkeit des sogennanten „Catcallings“. Nikolai Odebralski Rechtsanwalt.

Abgerufen unter: https://ra-odebralski.de/aktuelles/strafbarkeit-des-sogennanten-catcallings

(Datum des letzten Zugriffs: 05.11.2025).

Textquellen

[18] BUSE HERZ GRUNST Rechtsanwälte. (o. J.). Vorwurf Catcalling | Anwalt für Strafrecht. BUSE HERZ GRUNST Rechtsanwälte.

Abgerufen unter: https://www.kanzlei.law/strafrecht/sexualstrafrecht/catcalling/

(Datum des letzten Zugriffs: 05.11.2025).

[19] European Investment Bank (EIB). (2023). Spanien: EIB und TMB unterzeichnen Beratungsvertrag zur Prävention von Belästigungen im öffentlichen Nahverkehr. EIB.

Abgerufen unter: https://www.eib.org/de/stories/barcelona-transport-sexual-harassment

(Datum des letzten Zugriffs: 05.11.2025).

[20] Sinus-Institut (Hrsg.). (o. J.). Praxis der Sinus-Milieus®: Gegenwart und Zukunft eines modernen Gesellschafts- und Zielgruppenmodells. (Grundlagenwerk).

Bildquellen

[Abb. 1- Abb. 11] eigene Darstellung

Inhaltliche Quelllen Website

https://weisser-ring.de/system/files/domains/weisser_ring_dev/downloads/schulmaterialempathie.pdf

https://weisser-ring.de/system/files/domains/weisser_ring_dev/downloads/schulmaterialdemokratiewerte.pdf

https://bundespolizei.de/sicher-im-alltag/zivilcourage-zeigen

https://www.hilfetelefon.de/das-hilfetelefon/zahlen-und-fakten/

https://bayern-gegen-gewalt.de

https://www.frauen-gegen-gewalt.de/de/infothek/sexualisierte-gewalt/merkmale-und-tatsachen.html

https://www.getbsafe.com

https://www.nora-notruf.de/de-as/startseite

https://de.safenow.app

Polizeipräsidium Ravensburg

https://www.nummergegenkummer.dew