

OKTOBER 2020

ANTIDISKRIMINIERUNGSWEGEREISER

Projektdokumentation

Ben Gläser
Steffi Gütling
Neslihan Kilic
Jingyi Lisa Zhang

[Inhaltsverzeichnis]

Executive Summary/Case Study	4
1 Das Antidiskriminierungsprojekt	6
1.1 Ausgangslage	6
1.2 Über Tech4Germany	7
2 Research und Analyse	8
2.1 Kern Fragestellungen	8
2.2 Vorgehen	9
2.2.1 Analyse vorhandener Lösungen	9
2.2.2 Desk Research	11
Materialien von extern	11
Materialien von intern	11
2.2.3 Datenanalyse	13
2.2.4 Interview / User research	13
ExpertInnen	14
Ratsuchende	15
3 Konsolidierung und Erkenntnisse	17
3.1. Zielgruppen	17
3.2. User-Journey und Empathy Map	18
BeraterInnen	18
Ratsuchende	19
3.3. Kernerkenntnisse	20
3.3.1 Problemfelder	21
3.3.2 Bedürfnisse von Beraterinnen	21
3.3.3 Bedürfnisse von Ratsuchenden	23
4 Ideation	24
4.1 How-might-we's	24
4.2 Bestimmung des Umfangs und Priorisierung	26
4.2.1 Problem and solution mapping	26
4.2.2 Bestimmung der Priorisierung	27
5 Konzept und Entwicklung	29
5.1 Konzept und Prototypen	29
5.1.1 Konzeptionsphase 1 - Drei Konzeptideen	29
5.1.2 Konzeptionsphase 1 - Entscheidung	30
5.1.3 Konzeptionsphase 2 - Weiterverfolgen einer Idee	30
5.1.4 Der Entscheidungsbaum	33
5.1.5 Definition des MVP's (Minimum Viable Product)	34
5.2 User Testing	35
5.2.1 Nützlichkeitstest	36

5.2.2 Präferenztest	36
5.2.3 Pfadtest	36
5.2.4 Usability-Test	37
5.2.5 Implementierte Version (MVP)	38
5.3 <i>Designkonzept</i>	39
5.3.1 Design Elemente	39
5.3.2 Barrierefreiheit	41
6 Der Wegweiser	42
6.1 <i>Allgemein/Funktionsweise</i>	42
6.2 <i>Technische Entwicklung</i>	45
6.3 <i>Features</i>	46
7 Nächste Schritte	48
7.1 <i>Zukünftige Vision</i>	48
7.2 <i>Bsp. Weitere Funktionalitäten</i>	49
7.2.1 Design	49
7.2.1 Technik	50
7.3 <i>Sonstige Empfehlungen</i>	51
8 Methodenteil	53
9 Danksagung, Team & Kontakt	54

Executive Summary/Case Study

Die Antidiskriminierungsstelle des Bundes (ADS) ist die zentrale Anlaufstelle für Menschen die Diskriminierung erfahren haben. Sie haben die Erwartung Hilfe zu erhalten und begleitet zu werden, müssen jedoch meistens lange warten ohne zu wissen, was konkret zu erwarten ist. Denn viele Beratungsanfragen sind bei der ADS nicht an der richtigen Stelle, sondern müssen weiterverwiesen werden. Außerdem ist ein Großteil der Anfragen wiederkehrend und fordert repetitive Arbeit. Gleichzeitig verfügt das Beratungsteam der ADS über eine einzigartige juristische Expertise und viel Beratungserfahrung. Gerade diese Kernkompetenzen sollten mehr zum Vorschein kommen und den BeraterInnen die Zeit zur Verfügung stehen, den eigentlichen Ratsuchenden zu helfen.

Unsere Herausforderung lautet: Wie können wir den Zugang so gewährleisten, dass die Hilfesuchenden möglichst schnell passende Hilfestellungen für ihr Anliegen bekommen und die BeraterInnen ihr Know-How an den richtigen Stellen einsetzen können?

In 12 Projektwochen wurde unter Verwendung agiler Arbeitsmethoden, ergebnisoffen an dem Thema gearbeitet. Der Prozess wurde stets durch Nutzerbedürfnisse geleitet. Nach der Analysephase wurden die Problemfelder konsolidiert und anschließend wurde die Lösung iterativ entwickelt. Ziel war es, den betroffenen BürgerInnen möglichst viel Hilfe anzubieten. Daher erarbeitete das Team mit ihnen gemeinsam im user-zentrierten Designprozess ihre Bedürfnisse heraus.

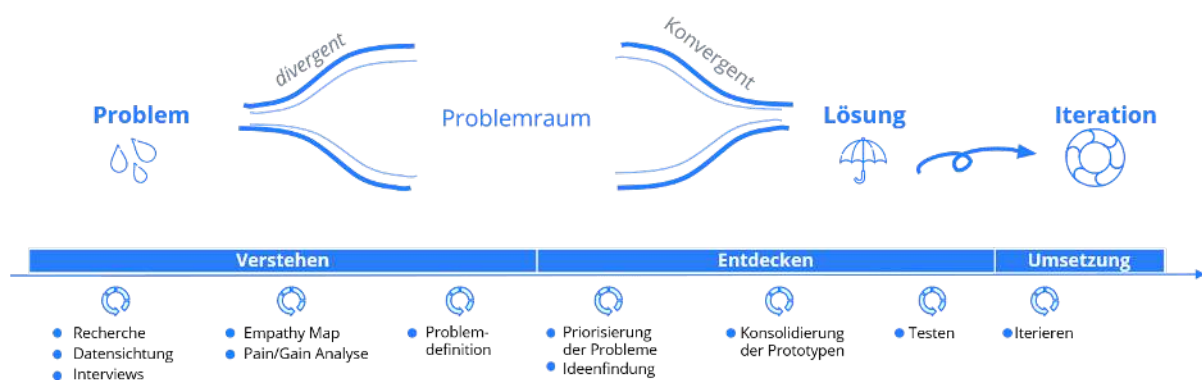
Die Datenanalyse der Beschwerdedatenbank gab Einblick darin, dass die Fallzahlen stark aber sprunghaft wachsen. Aufgrund teilweise nicht gefüllter Datenfelder, ist diese jedoch für die statistische Auswertung weitestgehend ungeeignet und wäre für die zukünftige politische Arbeit eine wichtige Baustelle. Die Recherchen und Interviews ergaben ebenfalls einige Erkenntnisse. Generell lassen sich drei Problemfelder zusammenfassen: diffuse Beratungsstellensuche, zeitaufwändige Verweisfälle und ein fehlender Standardprozess. Es wurde klar, dass die BeraterInnen übermäßig viele Anfragen ohne direkten AGG-Bezug bekommen, welches dazu führt, dass viele verwiesen werden müssen. Das Wissen wird dabei nicht systematisch erfasst und geteilt, weswegen ein Großteil der Arbeit repetitiv und manuell erfolgt. Bei den Ratsuchenden ist eine große Zufriedenheit mit der geleisteten Unterstützung seitens ADS zu erkennen. Ebenfalls war der Wunsch nach größerer juristischer Schlagkraft deutlich. Einer der wichtigsten Gründe für eine Enttäuschung ist, dass die Prozesse, Leistungen und Informationen nicht klar kommuniziert sind.

Auf Basis der gesammelten Erkenntnisse wurden erste Prototypen generiert, welche die Bedürfnisse der Nutzer ansprechen. Nach zahlreichen Testings, Feedback-Sessions und Ideenfindungswshops wurde **der Wegweiser** ins Leben gerufen.

Er ermöglicht es den Ratsuchenden über einen automatisierten Einstieg schnell an wichtige Informationen und Handlungsempfehlungen zu kommen. Zu der Vision gehört es ebenfalls, dass die BeraterInnen der ADS damit entlastet werden und somit ihre Kernkompetenzen punktueller und effizienter einsetzen können. Der Wegweiser führt die Ratsuchenden durch eine kurze Reihe an Fragen, um einzuschätzen, wie der Fall am besten eingeordnet wird. Aktuell werden drei Kategorien abgefragt. Das Merkmal, der Lebensbereich und das Datum der Diskriminierung. Nach Beantwortung der Fragen, erhält der/die Ratsuchende eine erste Handlungsempfehlung. Durch den Wegweiser verbessert sich die Effizienz bei Verweisfällen, gibt den Ratsuchenden mit wenigen Klicks eine erste Einschätzung und ermöglicht eine übersichtlichere Beratungsstellensuche. Die Ratsuchenden bekommen ebenfalls direkte Handlungsanweisungen und Werkzeuge zum Selbsthandeln.

Aus dem Projekt wurde klar, dass die BürgerInnen volles Vertrauen in die ADS haben und diese somit eine große Verantwortung trägt. Umso wichtiger ist es, die BürgerInnen an die Hand zu nehmen und einen Zugang zu den Fachkompetenzen zu gewährleisten. Darüber hinaus ist innerhalb der ADS Wissensmanagement ein Fokusthema. Eine strukturierte Vorfalls- und Wissensdatenbank und eine vollständige Beratungsstellenliste sind bei der steigenden Anzahl von Diskriminierungsvorfällen in der heutigen Gesellschaft entscheidend. Außerdem erwarten Nutzer mehr Empathie (weniger Fachjargon) in der Kommunikation. Die Nutzer sollen stets im Mittelpunkt stehen und nach jeder Lösungsiteration sollte hinterfragt werden, ob es verständlich ist. Icons, Informationen und Beschreibungstexte u. Ä. sollen mehr getestet und geändert werden. Es ist ebenfalls erwähnenswert, dass die identifizierten Problemfelder auch bei vielen anderen Beratungsservices auftreten, u.A. beim BMFSFJ, und der Lösungsansatz somit auch vielseitig einsetzbar ist.

Grafik: Unsere Projektstruktur wird durch den untenstehenden Prozess angeleitet.



1 Das Antidiskriminierungsprojekt

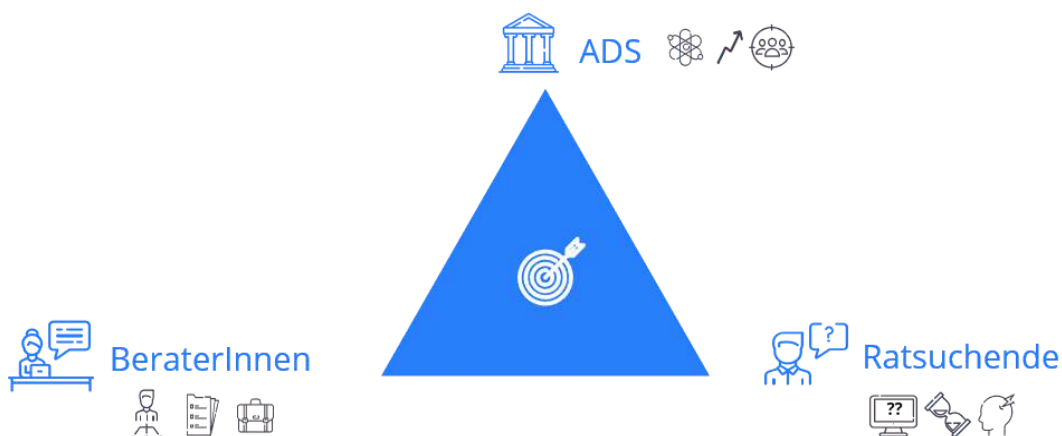
Die Antidiskriminierungsstelle des Bundes (ADS) übernimmt eine zentrale Rolle in der Arbeit gegen Diskriminierung in Deutschland. Das kleine BeraterInnen-Team arbeitet auf der Grundlage des Allgemeinen Gleichbehandlungsgesetzes (AGG). Die gesetzlichen Aufgaben der Antidiskriminierungsstelle des Bundes sind Beratung, Forschung und Öffentlichkeitsarbeit. In der Beratung sieht das Team sich mit einem Mangel an Ressourcen konfrontiert, der die Bewältigung der großen und steigenden Fallzahlen erschwert. Zusammen mit unserem Digitallotsen suchte das Tech4Germany-Team nach Möglichkeiten, die Arbeitslast effizienter zu verteilen. Entscheidend dabei ist, dass die Qualität der Beratungsleistungen nicht abnimmt. Im Folgenden sind Ausgangslage und Information zum Projekt Tech4Germany beschrieben.

1.1 Ausgangslage

Allgemein

Die Ausgangslage besteht aus einer Konstellation mit drei Stakeholdern, die ADS, die BeraterInnen und die Ratsuchenden. Die ADS unterstützt und berät Ratsuchende, die einen Diskriminierungsfall erlebt haben und spielt eine zentrale Rolle in der Arbeit gegen Diskriminierung. Seit Jahren steigen die Fallzahlen an. Für das kleine Team der BeraterInnen, die über hohe juristische Fachkompetenzen verfügen, bedeutet das eine hohe Arbeitslast. Viele Beratungsanfragen sind bei der ADS eigentlich nicht an der richtigen Stelle, sondern müssen weiterverwiesen werden.

Des Weiteren ist die Arbeit oft repetitiv und wird manuell erledigt. Das nimmt zusätzlich viel Zeit in Anspruch. Aus diesen Gründen wurde sogar von Kampagnen abgesehen. Auf der Seite der Ratsuchenden herrscht gleichzeitig Verwirrung und Frustration. Sie sehen sich mit lange Wartezeiten konfrontiert, können Informationen schwer auffinden und oft ist ihnen nicht klar, was sie erwarten können. Das Ziel des Projektes ist es, in die Mitte zu treffen und einen Zugang zu schaffen, der die momentane Situation auf beiden Seiten verbessert.



Prozess

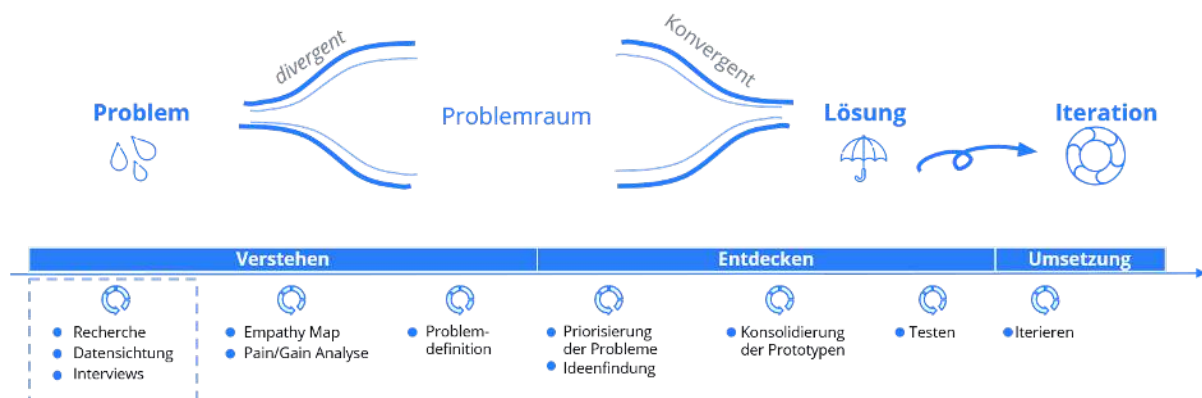
Die Ratsuchenden haben die Erwartung Hilfe zu erhalten und begleitet zu werden, müssen jedoch meistens lange warten ohne zu wissen, was konkret zu erwarten ist. Denn viele Beratungsanfragen sind bei der ADS nicht an der richtigen Stelle, sondern müssen weiterverwiesen werden. Außerdem ist ein Großteil der Anfragen wiederkehrend und fordert repetitive Arbeit. Gleichzeitig verfügt das Beratungsteam der ADS über eine einzigartige juristische Expertise und viel Beratungserfahrung. Gerade diese Kernkompetenzen sollten mehr zum Vorschein kommen und den BeraterInnen die Zeit zur Verfügung stehen, den eigentlichen Ratsuchenden zu helfen. Die Situation momentan ist also, dass die Ratsuchenden emotional betroffen, verwirrt, uninformiert und frustriert sind, während die ADS BeraterInnen mit Verweisen sowie zeitaufwändiger manueller und repetitiver Arbeit überlastet sind.

Unsere Herausforderung lautet: Wie können wir den Zugang so gewährleisten, dass die Hilfesuchenden möglichst schnell passende Hilfestellungen für ihr Anliegen bekommen und die BeraterInnen ihr Know-How an den richtigen Stellen einsetzen können? Mit dieser Challenge ist das Tech4Germany Team in das Projekt gestartet.

1.2 Über Tech4Germany

Das Ziel von Tech4Germany ist ein digitalerer Staat, der einerseits BürgerInnenzentrierte Services, also einfach zu bedienende Leistungen anbietet, andererseits seine Mitarbeitenden dazu befähigt, gute digitale Produkte zu entwickeln. Hierzu bringt das Tech4Germany Fellowship jedes Jahr die landesweit besten Digital-Talente und kreativen Köpfe in einem 12-wöchigen Programm mit Behörden und Ministerien zusammen, um gemeinsam mit modernen Arbeitsweisen und konsequenter Nutzerzentrierung prototypische Digitalprodukte zu entwickeln. Das Fellowship steht unter der Schirmherrschaft des Chef des Bundeskanzleramts, Prof. Dr. Helge Braun.

2 Research und Analyse



Das Ziel der Verstehen-Phase ist es, durch das Zusammentragen und Analysieren von Informationen ein besseres Verständnis für das/die Problem(e) der Antidiskriminierungsstelle des Bundes sowie deren NutzerInnen zu bekommen.

Um die Thematik vollumfänglich zu erfassen, bedienen wir uns in dieser Phase sowohl qualitativer als auch quantitativer Methoden. Dazu gehörten Interviews, Datenanalyse sowie das recherchieren von Benchmarks. Auf diese Punkte wird in den nachfolgenden Seiten näher eingegangen.

2.1 Kern Fragestellungen

Zu Beginn des Projektes war es wichtig, sich einen Überblick darüber zu verschaffen, wie die Antidiskriminierungsstelle des Bundes arbeitet. Neben den internen Abläufen, den involvierten Rollen und den bereits von Beratungsseite identifizierten Problemen und möglichen Lösungsideen versuchten wir herauszufinden, wie sich die Antidiskriminierungsstelle des Bundes in die Beratungslandschaft neben den zivilen Beratungsstellen und Initiativen einfügt. Welche Unterschiede und Gemeinsamkeiten auf Beratungsebene existieren und welche Bestrebungen es von anderen Seiten gibt, dem Thema mehr Aufmerksamkeit zu geben und eine bessere nutzerzentrierte Fallberatung zu schaffen.

Neben der ExpertInnen-Sicht war es wichtig, sich ein Verständnis dafür zu erarbeiten, wie sich die Ratsuchenden fühlen, welche Bedürfnisse sie haben und mit welchen Erwartungen sie an die Antidiskriminierungsstelle herantreten. Wir mussten wissen, welche Schritte sie gehen, an welchen Stellen sie zusätzliche Informationen benötigen oder an welchen Punkten sie bisher schon zufrieden waren.

Die Analyse vorhandener Daten sollte uns dabei helfen ein besseres Gefühl dafür zu bekommen, wie sich die Fallzahlen in den vergangenen Jahren entwickelt haben, wie gut

die Antidiskriminierungsstelle des Bundes die Ratsuchenden kennt und wie viele der Fälle bei der ADS an der richtigen Stelle sind.

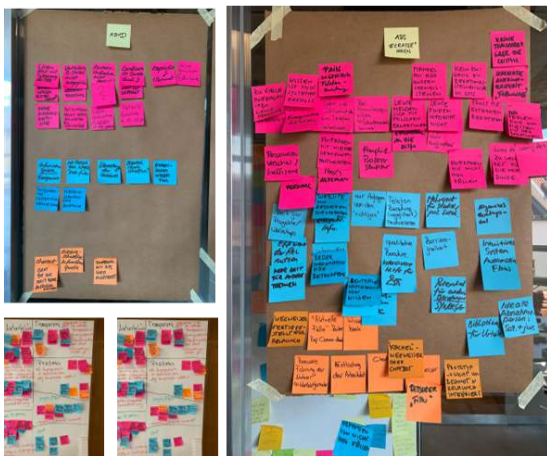
Des Weiteren begaben wir uns auf die Suche nach schon vorhandenen Lösungen. Wir schauten uns an wie in anderen Ländern ähnliche Beratungsangebote aufgebaut sind und suchten nach Analogien. Die Studie einer Unternehmensberatung (2019) sowie das Lastenheft für den für Ende 2020 geplanten Relaunch sollten weitere Fragen zum möglichen technischen Rahmen beantworten.

2.2 Vorgehen

Bei unseren Recherchen hatten wir Zugang zu verschiedenen Quellen. Diese haben wir inhaltlich aufgeteilt in folgende Abschnitte:

- Analyse vorhandener Lösungen
- Desk Research
- Datenanalyse
- Interviews / User Research

2.2.1 Analyse vorhandener Lösungen



Bei der Analyse vorhandener Lösungen haben wir Gespräche mit drei engagierten Organisationen geführt (siehe Tabelle). Unser Ziel war es herauszufinden, inwieweit die Produkte entwickelt sind, bereits genutzt werden und auf welcher Basis die Entscheidungen für das jeweilige Produkt getroffen wurden. Welche Herausforderungen Sie bewältigen mussten und wo Sie noch Verbesserungsbedarf sehen.

	1	2	3
Name	Chatbot	AnDi	Groundrules chatbot
Org	Zivil /Hack4justice (Antidiskriminierungsverband Deutschland e.V. (advd))	Berliner Landesstelle für Gleichbehandlung – gegen Diskriminierung (LADS)	Deutschen Baseball- und Softball-Jugend (DBJ)
Ansprechpartner	Said & Meryam	Frau Solki und Frau Meistrowitz	Thomas Bieth
Lösung	Chatbot	App (beta)	groundrules.de Webseite der Wegweiser

ADVD

Wir haben von Daniel Bartel, Said Haider und Meryam Can von ADVD / Hack4Justice mehr über das Chatbot Projekt erfahren. Ziel des Chatbots ist es, Betroffene über ihre Rechte zu informieren, Beratungsstellen anzuzeigen und Diskriminierungsmeldungen zu sammeln. Sie wollen damit eine Erstberatung anbieten. Der Chatbot soll dabei helfen



Daten zu sammeln, um diese später auswerten zu können. Vision: Struktur aufzubauen - mit der ein Social Business entsteht, das einen eigenen Datenbank hat.

Daniel Bartel gab uns nähere Informationen über die aktuellen Herausforderungen in den Beratungsstellen. Die Beratungsstellen sind nicht miteinander verknüpft, so dass sie keine genauen Fallzahlen besitzen. Sie arbeiten an einem Fallfassungssystem, das es ihnen ermöglichen soll, alle 24 Organisationen miteinander zu vernetzen. Es gibt keine

vollständige Liste der Beratungsstelle. Mit dem Chatbot wollten sie eine niedrigschwellige Informationsquelle für den Beratungssuchenden schaffen. Die Anforderungen für den Chatbot kommen aus der Beratungsarbeit. Hier wurden keine Nutzer befragt.

AnDi

Die AnDi App wurde von der LADS entwickelt. Zum Zeitpunkt unseres Gesprächs war die App noch nicht online. Da die App von der Landesstelle Berlin entwickelt wurde, ist sie

auch nur in Berlin nutzbar.

Die Entscheidung eine Mobile App zu entwickeln, wurde getroffen, weil sie möglichst unabhängig von dem Berlin

Corporate Design sein wollten.

Nutzer wurden nicht befragt, in Workshops

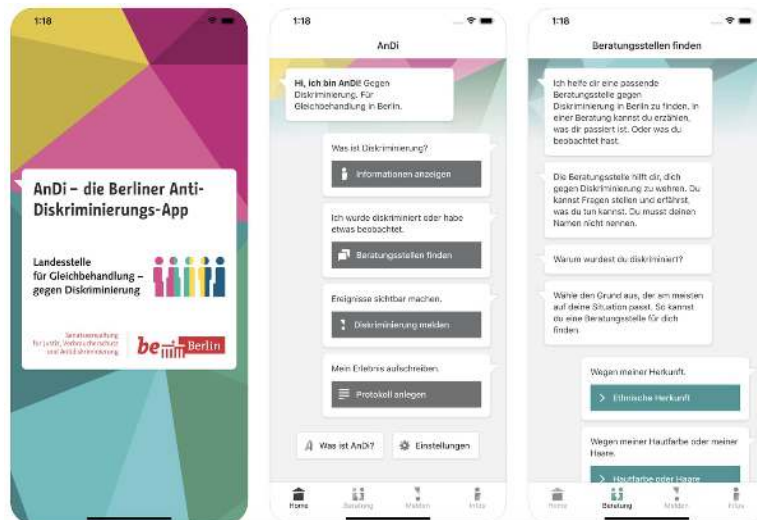
wurden mit verschiedenen Stakeholdern

Personas entwickelt. Vision der App: sie soll niedrigschwellig und

persönlich zugänglich sein, sie soll

informieren, Beratungsstellen

finden,



Diskriminierung melden, ein Gedächtnisprotokoll sein, die die Diskriminierung an die Beratungsstellen weiterleitet, sofern von dem Nutzer gewünscht. Es findet keine

detaillierte Datenerhebung statt, es wird erfasst, wie viele Mails an die Meldestellen weitergeleitet werden. Mit den Zahlen möchten Sie auf die geringe Anzahl von

Beratungsstellen aufmerksam machen, damit langfristig mehr Beratungsstellen entstehen.

Groundrules Chatbot

Thomas Bieth von der DBJ hat ein Chatbot rein aus ehrenamtlichen Gründen entwickelt. Er wollte damit den Sportlern die Möglichkeit geben, sich 24/7 nähere Informationen zu verschaffen oder sich Hilfe zu suchen. Er hat seine Beratungsstellenliste von der ADS erhalten und würde sich eine vollständigere Liste wünschen. Der Verein möchte mit z.B. dem Junior-BotschafterInnen Programm, eine Sensibilisierung gegenüber Diskriminierung schaffen.

Die Interviews haben uns geholfen, die Mängel in der Beratungslandschaft zu entdecken. Jedoch wurde bei keinem der Lösungsansätze der Nutzer aktiv befragt. Umso wichtiger ist es bei unserem Vorgehen, herauszufinden, was die Nutzer möchten und einen nutzerzentrierten Ansatz zu verfolgen.

2.2.2 Desk Research

Um ein Verständnis und Übersicht für die Arbeit der ADS und anderer Akteure zu bekommen, haben wir Materialien von frühen Workshops angeschaut. Zudem haben wir zusätzliche Materialien erhalten wie Lastenheft für das Relaunch oder Report der Beratungshäuser. In Ergänzung zu den zur Verfügung gestellten Materialien haben wir online nach Best Practices, Publikationen, Zeitungsartikel und Statistiken recherchiert.

Materialien von extern

Bei dem Desk Research wollten wir schauen, welche anderen Akteure es gibt, die gegen Diskriminierung aktiv sind und wollten wissen was andere Länder in Hinblick auf Diskriminierung machen und haben die folgenden best practices gefunden (Anhang 12):

- [Kanada](#)
- [Neuseeland](#)
- [Australien](#)
- [Ungarn](#)

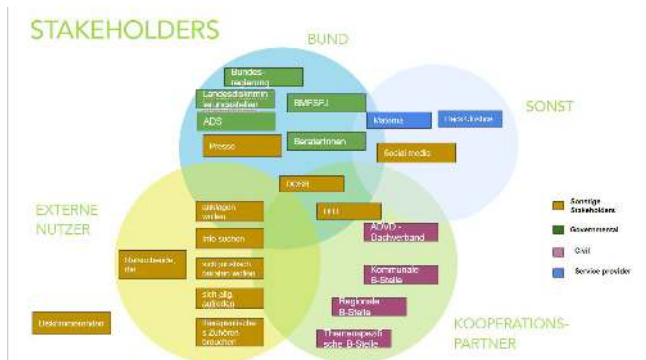
Materialien von intern

Bei der Recherche interner Materialien haben wir unter anderem das Sozio-Ökonomische Panel (Anhang 13) angeschaut. Das ist eine longitudinale Umfrage, die seit 1984 durch das DIW durchgeführt wird. Das SOEP-IS ist eine Erweiterung, die unabhängig von der Hauptumfrage durchgeführt wird. In 2016 beinhaltete die Umfrage zum ersten mal dezidierte Fragen zu subjektiv erfahrener Diskriminierung. In einem Bericht bespricht der ADS die Ergebnisse. Diese Ergebnisse gaben uns einen Einblick in die Statistiken der unterschiedlichen Diskriminierungsformen.

Wir haben auch die Unterlagen aus der Forschungsstelle gesichtet und haben nähere Informationen hinsichtlich der benötigten Daten erhalten. (Anhang 14) Denn für die Forschungsabteilung sind die Anforderungen an eine Beschwerdedatenbank etwas

anders als bei der direkten Beratung. Hier werden mehr und manchmal detaillierte Daten benötigt.

Stakeholder map (Anhang 10)



Mit der Stakeholder Map wollten wir eine Projektumfeldanalyse ermöglichen und alle betroffenen Interessensgruppen eines Projekts identifizieren.

Untersuchungsbericht (Anhang 4c)



Der Untersuchungsbericht, zwischen August 2018 und März 2019 erstellt, gab uns einen groben Überblick, welche Bereiche der ADS mit welchen Methoden analysiert wurden. Die umfangreichen Inhalte waren für unser Projekt nicht von größerer Relevanz.

Zusammenfassung Relaunch Webseite (Anhang 4b)

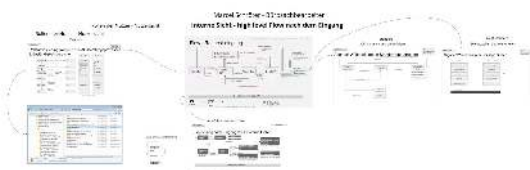


Unterlagen zu Relaunch der Webseite zeigten uns, auf welcher konzeptionellen Grundlage die neue Webseite gebaut wird, welche Grundlegenden Ziele für die neue Webseite bestehen und dass es einen Fokus auf Nutzerfreundlichkeit gibt.

Forschungsdaten (Anhang 4a)

Die Forschungsdaten gaben uns Informationen über den Bericht, der für den Bundestag erstellt wird. Welche Informationen die Beratungsstellensuche / Deutschlandkarte beinhalten, welche Forschungsdaten erhoben wurden und Guidelines für Datensammlungen.

Workflow (Anhang 5 & 5a)



Der Workflow war eine der wichtigsten Übersichten, die wir anfangs benötigten, weil er uns ein besseres Verständnis der Arbeitsabläufe innerhalb von ADS gab. Anhand des Workflows konnten wir gezielter Fragen zu

den einzelnen Prozessen stellen. Das gezielte Fragen erleichterte es uns, Arbeitsabläufe zu identifizieren, die Optimierungsbedarf haben.

2.2.3 Datenanalyse

Die ADS hat uns einen anonymisierten Auszug der Falldatenbank für eine Analyse zur Verfügung gestellt. Der Datensatz enthält 40.000 Einträge aus den letzten 10 Jahren. Die Auswertung hat einige interessante Erkenntnisse zutage gebracht, dabei aber auch große Schwächen der Datenbank offenbart.

Die Anzahl an Anfragen ist in den letzten Jahren erheblich gestiegen. Dabei ist auffällig, dass der Anstieg nicht linear sondern oft sprunghaft ist. Vermutlich das Ergebnis gesellschaftlicher oder politischer Ereignisse. Besonders im laufenden Jahr sind die Anfragen in Reaktion auf die SARS Pandemie signifikant gestiegen.

Die Daten verdeutlichen auch, dass mit 69% ein großer Anteil der Anfragen tatsächlich AGG-relevant ist. Auffällig ist auch, dass die Prozentzahl in den vergangenen Jahren gestiegen. Darüber hinaus erfahren wir einige interessante Details über die Form der Diskriminierung, Art und Weise der Kontaktaufnahme oder vorherige Schritte der Ratsuchende. Eine [ausführliche Auswertung](#) ist separat verfügbar.

Trotz einiger erwähnenswerter Erkenntnisse lässt der Datensatz eine tiefergehende statistische Auswertung kaum zu. An vielen Stellen sind die Datenfelder nur sehr unvollständig ausgefüllt. Über 40% der Spalten sind in weniger als 10% der Einträge angegeben. Über die vergangenen 10 Jahre scheint es, keinen einheitlichen oder konsequenten Umgang mit den Daten gegeben zu haben. Aus der Perspektive der Berater:innen ist das nachvollziehbar. Priorität ist eine angemessene Beratungsleistung. Erfassung der Falllage und des Ausgangs ist in der konkreten Beratungsarbeit zweitrangig und zum Teil auch kontraproduktiv, wenn eine ratsuchende Person möglichst anonym bleiben möchte. Für die politische und wissenschaftliche Arbeit der Stelle wäre eine belastbare Datengrundlage dagegen wichtig und wünschenswert. Dieser Interessenkonflikt bleibt eine Herausforderung für zukünftige Abstimmungen innerhalb der Stelle.

Die Auswertung des Daten ist festgehalten in einer Reihe an Pythonskripten, die auf [Github](#) öffentlich zugänglich sind.

2.2.4 Interview / User research

Das Interview ist eine qualitative Forschungsmethode, in der dem Interviewten möglichst offene Fragen (Narratives Interview) gestellt werden.

Indem diese(r) zum Erzählen aufgefordert wird, erhält man einen umfangreichen

Einblick in seine/ihre Lebenswelt, Bedürfnisse und Motivationen und kann durch gezieltes Nachfragen relevante Themenbereiche vertiefen.

Wir führten insgesamt 21 Interviews mit drei unterschiedlichen Zielgruppen - den ExpertInnen der Antidiskriminierungsstelle des Bundes, Akteuren im zivilen Bereich und Ratsuchenden, die bereits mit der Antidiskriminierungsstelle in Kontakt getreten waren. Die Art und Dauer der Durchführung, sowie der Umfang und die Fragestellungen wurden auf die InterviewpartnerInnen der jeweiligen Gruppen angepasst.

Für jede Zielgruppe erarbeiteten wir vorab einen Interviewleitfaden, um die wichtigsten Fragestellungen im Fokus zu behalten, dem Gespräch eine Struktur zu geben sowie eine schnelle und unkomplizierte Auswertbarkeit zu gewährleisten.



ExpertInnen

Wir führten insgesamt sechs Präsenz Interviews mit den MitarbeiterInnen der Antidiskriminierungsstelle. Darunter waren drei BeraterInnen und jeweils eine ExpertIn aus den Bereiche Sachbearbeitung, Forschung und Öffentlichkeitsarbeit.

Fragestellungen für diese Gespräche waren unter anderem:

Wie arbeitet die Antidiskriminierungsstelle des Bundes? Wie sind die internen Abläufe? Welche Rollen sind involviert? Und wo sind die Verknüpfungspunkte zu anderen Initiativen? Wo werden Probleme gesehen? Wo gab es bereits Bestrebungen und ggf. Lösungsansätze? Sind quantitative/statistische Datenerhebungen gemacht worden, an denen man Tendenzen ablesen kann? Wieviele Menschen sind von Diskriminierung betroffen und wie groß ist der Anteil derer, die sich bei der Antidiskriminierungsstelle melden?

Zentrale Erkenntnisse:

- Zu viele Anfragen - oft ohne direkten AGG Bezug
- Kein/e Ratsuchende/r soll abgewiesen werden
- Wissen wird nicht systematisch erfasst/geteilt

Weitere Erkenntnisse, die wir aus den Interviews mitnehmen konnten waren:

- Personalressourcen werden ineffizient genutzt - wenig Zeit für "sinnvolle" Aufgaben
- Ineffizient, da wiederkehrender Anfragen händisch bearbeitet werden

- Keine zentrale, einheitliche und standardisierte Datenerfassung (manuell)
- Nutzer kommen nicht an die Infos, die sie benötigen
- Nutzer sind über die Kompetenz der ADS uninformatiert (Transparenz der Leistungsübersicht & Handlungsfähigkeit fehlt)
- Beratungseingangsschleife (Hotline) stellt ein Bottleneck da
- allgemein komplizierter Workflow
- keine zentrale, vollständige Beratungssellenliste mit Zuständigkeit und Schnittstellen
- machtlos, unterbesetzt, unverbunden

Weitere Akteure im Antidiskriminierungsbereich



Wir sprachen mit Daniel Bartel (ADVD), Meryam Can & Said Haider (Hack4Justice), mit Thomas Bieth (Ground Rules) und der LADS, die die AnDi App entwickelten.

Fragestellungen für diese Gespräche waren unter anderem:

Welche Interessen verfolgen die anderen Akteure/Initiativen/Beratungsstellen?
Wie ist deren Arbeitsweise? Und wie unterscheiden sie sich von der ADS?

Wo ergeben sich möglicherweise Synergien?

Wichtige Erkenntnisse, die wir aus den Interviews mitnehmen konnten waren:

- die Verteilung der Beratungsangebote in regionalen Bereichen sind unausgeglichen
- das Beratungswissen geht mit Weggang der Mitarbeitenden
- Nur 10% der Fälle kommen zur Klage und max 20% von diesen Fällen würden überhaupt juristische Involvierung haben
- Zivile Initiativen nutzen die Beratungsstellenlandkarte der Antidiskriminierungsstelle des Bundes - teilweise auch als Grundlage für ihre Entwicklungen (Chatbot - Ground Rules)
- es fehlt jedoch eine vollständige Liste mit allen Beratungsstellen (mit Keywords, Zuständigkeiten/Merkmalen)

Ratsuchende

Wir hatten die Möglichkeit, telefonische Interviews mit 11 Ratsuchenden durchzuführen, die bereits mit der Antidiskriminierungsstelle des Bundes in Kontakt getreten waren.

Fragestellungen für diese Gespräche waren unter anderem:

Wie gelangten Sie zur Antidiskriminierungsstelle?

Welche Erfahrungen haben sie im Umgang mit dieser gemacht?

Mit welchen Erwartungen haben sie Kontakt aufgenommen und wurden diese erfüllt?

Zentrale Erkenntnisse:

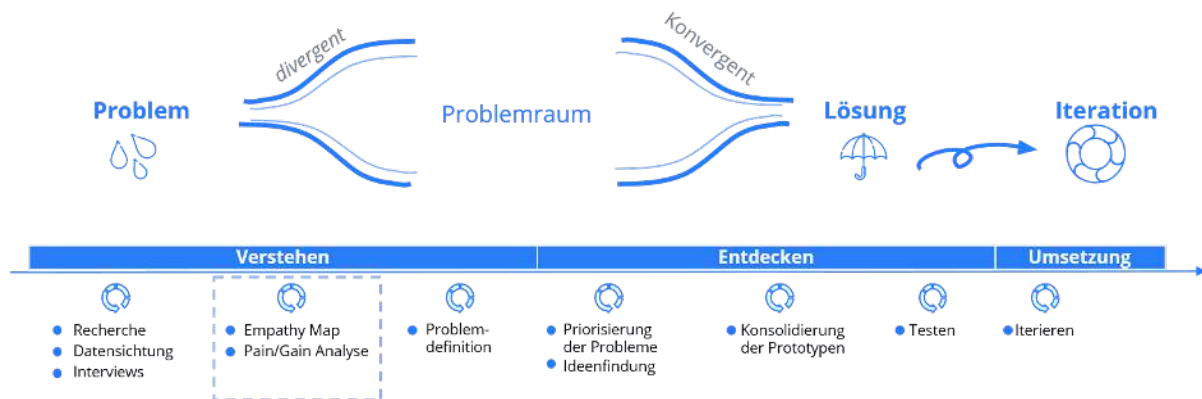
- Große Zufriedenheit mit der geleisteten Unterstützung
- Prozesse und Information oft nicht klar kommuniziert
- Wunsch nach größerer juristischer Schlagkraft

Weitere Erkenntnisse, die wir aus den Interviews mitnehmen konnten waren:

- das Bedürfnis nach persönlicher Beratung ist von Fall zu Fall unterschiedlich
- zivile Beratungsstellen nutzen ebenfalls die ADS-Hotline
- Leistungsumfang der ADS ist vielen Ratsuchenden nicht klar

Leitfaden, sowie die Zusammenfassungen der Gespräche befinden sich im Anhang 24a-c.

3 Konsolidierung und Erkenntnisse



3.1. Zielgruppen

Wir konzentrierten uns in unserer Arbeit auf zwei Kernzielgruppen. Zum einen, die BeraterInnen der Antidiskriminierungsstelle des Bundes und zum anderen auf die Ratsuchenden, die tagtäglich mit ihren Anliegen an die BeraterInnen herantreten.

BeraterInnen

Die BeraterInnen der Antidiskriminierungsstelle sehen sich zunehmend mit einer sehr hohen Arbeitsbelastung konfrontiert. Diese ergibt sich aus den immer weiter steigenden Fallzahlen, sowie daraus, dass die Arbeit auf eine sehr geringe Anzahl an Arbeitskräften verteilt wird. Covid19 begünstigt diese schon sehr schwierige Situation zudem noch zunehmend. Wiederkehrende Anfragen zu Diskriminierungen aufgrund neuer Pandemie-Regelungen erhöhten die schon vorher in hohem Maße anfallenden repetitiven Arbeiten der BeraterInnen, die ihre juristischen Fachkompetenzen aufgrund dieser Situation und der aktuellen Struktur nicht gezielt und effizient einsetzen können. Das schafft Unzufriedenheit und erhöht das Risiko einer Überbelastung.

Ratsuchende

In engem Zusammenhang mit der Arbeit der BeraterInnen stehen die Bedürfnisse der Ratsuchenden. Diese benötigen Hilfe in Ihren Anliegen, wissen mitunter jedoch nicht welche Leistungen sie von der Antidiskriminierungsstelle erwarten können. Welche Schritte vor ihnen liegen und ab welchem Punkt die ADS nicht weiter unterstützen kann. Das schafft Verwirrung und kann bei langen Wartezeiten und anschließendem Verweis zu einer anderen Beratungsstelle zu Frustration führen. Stark Diskriminierungsfallabhängig treten sie ebenfalls mit unterschiedlichen Vorkenntnissen, Emotionen und über unterschiedliche Kontaktmöglichkeiten an die ADS heran.

Beide Zielgruppen bezogen wir von Beginn an in allen Phasen des nutzerzentrierten Designprozesses (UCD) mit ein und versuchten mit dem Blick aus beiden Perspektiven eine Lösung zu gestalten, die sowohl der einen, als auch der anderen Gruppe einen hohen Mehrwert bieten kann.

Um ein Gefühl dafür zu bekommen, welche Schritte die BeraterInnen während ihrer Arbeit erledigen und was sie dabei empfinden, versetzten wir uns mit Hilfe zweier Research-Methoden (User Journey und Empathy Map) in diese Situationen. Dies taten wir auch auf der Seite der Ratsuchenden, die mit der Antidiskriminierungsstelle Kontakt aufnehmen.

3.2. User-Journey und Empathy Map

Die User Journey beschreibt den Weg des Nutzers vom Beginn bis zum Abschluss einer Handlung, hierbei werden positive und negative Erlebnisse entlang aufgezeigt. Das hilft um Probleme zu identifizieren und klar zuzuweisen an welcher Stelle des Prozesses mögliche Schwierigkeiten auftreten und welche Auswirkungen sie auf die nächsten Handlungsschritte haben. Für das Erstellen der User Journeys für die BeraterInnen und die Ratsuchenden dienten die Insights aus den Interviews.

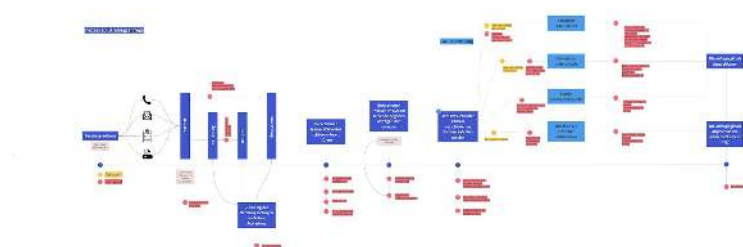
Bei der Methode Empathy Map versetzen sich die TeilnehmerInnen in eine Situation, in der sich die NutzerInnen befinden. Was denken und fühlen diese, was hören sie, was sehen sie und was sagen und wie handeln sie?

Daraus lässt sich ableiten, was sie als positiv und negativ (Pains und Gains) empfinden, sodass in weiteren Schritten Lösungsideen zu diesen Punkten generiert werden können.

BeraterInnen

User Journey BeraterInnen (Anhang 1a)

Workflow der BeraterInnen (Anhang 5)

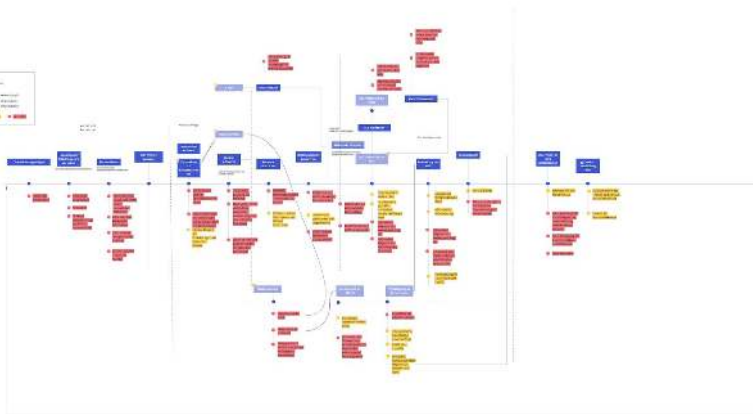


Empathy Map BeraterInnen (Anhang 2b)

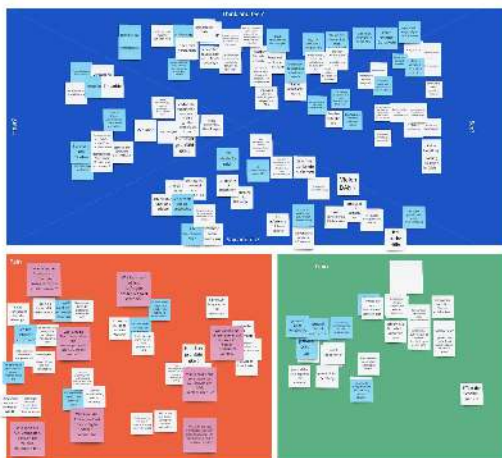


Ratsuchende

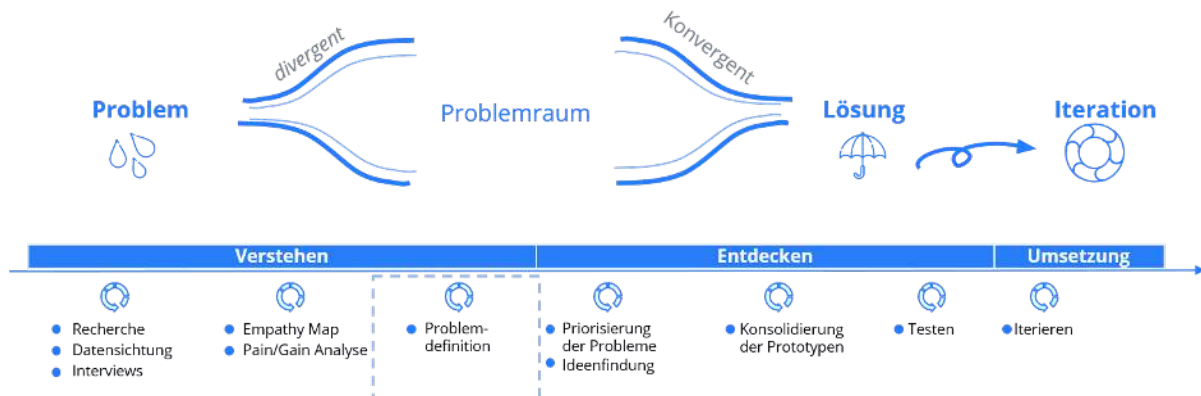
User Journey Ratsuchende (Anhang 1b)



Empathy Map Ratsuchende (Anhang 2a)

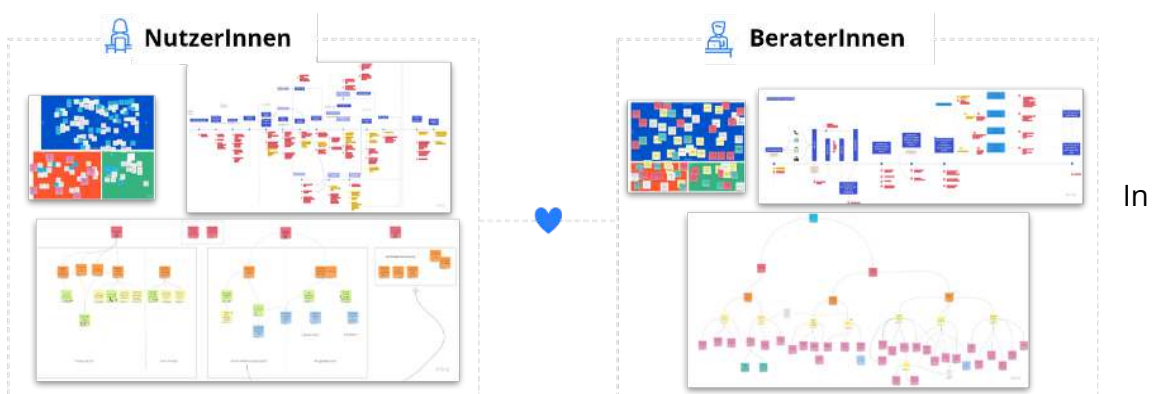


3.3. Kernerkenntnisse



Aus den durchgeführten Analysen konnten wir eine Reihe an Kernerkenntnissen gewinnen. Diese beziehen sich sowohl auf Prozesse als auch auf die Kommunikation im Rahmen der Beratungsvorgänge. Wir haben die Problemfelder thematisch und nach Perspektive der BeraterInnen und der Ratsuchenden aufgeteilt.

Um Problemfelder zu identifizieren, haben wir unterschiedliche Methoden angewandt. Nach unseren Gesprächen und anderen Recherchen haben wir für beide Nutzergruppen, BeraterInnen wie Ratsuchende, eine sogenannte Empathy Map erstellt. Bei der Empathy geht es darum, sich in die Perspektive einer bestimmten Nutzergruppe zu versetzen und die Problemlage aus ihrer Position wahrzunehmen.



Verbindung mit der User-Journey haben wir aus der Empathy Map einen Problembaum entwickelt. Der Problembaum stellt Problemfelder einer Nutzergruppe hierarchisch und in ihren Abhängigkeiten dar. Ziel ist es, ein besseres Verständnis für die Relevanz und Zusammenhänge unterschiedlicher Problemstränge zu erarbeiten.

3.3.1 Problemfelder

1	2	3	
Beratungsstellenliste	Verweissfälle	Standardprozesse	
 ADS	<ul style="list-style-type: none">• Unvollständige Information• schlechte Suchfunktion	<ul style="list-style-type: none">• Zeitaufwand• Eingeschränkte Hilfeleistung	<ul style="list-style-type: none">• Manuelle Arbeit• Repetitive Arbeit
 User	<ul style="list-style-type: none">• Schwierige Suche nach Beratungsstellen• Unvollständige Information• Diffuses Angebot	<ul style="list-style-type: none">• Spätes Verweisen• Lange Wartezeit• Kein Status-Update	<ul style="list-style-type: none">• Unauffindbarkeit der Information• Kompetenzen unklar• Fehlende Intuitivität und Verständlichkeit

Aus der Analyse der Problembäume ergeben sich drei zentrale Problemfelder für BeraterInnen und Ratsuchenden. Das erste große Problemfeld betrifft die Liste und Suche nach anderen Beratungsstellen. Zum einen fehlen eine Vielzahl an relevanten Stellen in der Liste, zum anderen tauchen oft Stellen auf, die für die angegebene Situation ungeeignet sind. Erschwerend hinzu kommt, dass Informationen zu den eingetragenen Stellen oft unvollständig sind und die verfügbare Suchfunktion für eine fachfremde Person kaum zu bedienen ist.

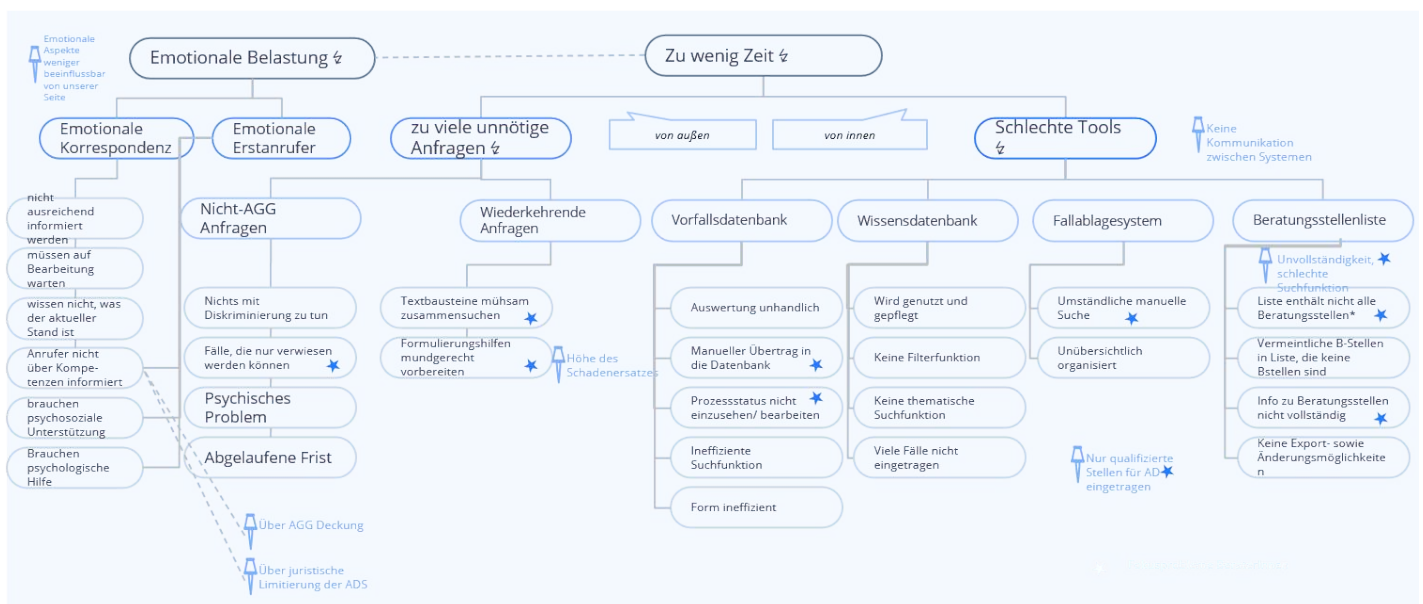
Ein weiteres zentrales Problem sind die vielen Verweissfälle. Dazu zählen alle Anfragen, die nicht in den Bereich der Kompetenzen der ADS fallen. Problematisch ist hier, dass Ratsuchende im Vorfeld selten über die Unterscheidung AGG versus Nicht-AGG informiert sind. Sie melden sich bei der ADS mit einem Anliegen, mit dem sie sich schlussendlich an eine andere Stelle wenden müssen. Das kostet sowohl die BeraterInnen als auch die Ratsuchenden oft viel Zeit.

Als letztes größeres Problemfeld hat das Team die vielen repetitiven Standardprozesse der ADS identifiziert. Viele Anfragen an die ADS fallen in wenige, häufig vorkommende Kategorien. Leider fehlt es hier an Protokollen, um diese Vorgänge schnell abzuwickeln. Die BeraterInnen verbringen einen signifikanten Teil ihrer Zeit damit, die gleichen Textbausteine und Formulierungsvorlagen herauszusuchen und abzuschicken.

3.3.2 Bedürfnisse von Beraterinnen

Der Problembaum der BeraterInnen lässt sich auf einer ersten Ebene aufteilen in emotionale Belastung und Mangel an Ressourcen. Die emotionale Belastung ergibt sich in erster Linie aus der Natur der Arbeit. Viele Ratsuchende haben kurz vor Kontaktaufnahme eine traumatische Erfahrung erlebt. BeraterInnen verfügen über Expertise, um juristisch Unterstützung zu leisten, für die psychologische Betreuung sind sie aber im Grunde nicht ausgebildet. Oft kommt erschwerend hinzu, dass intransparente und langsame Prozesse bei den Ratsuchenden zusätzlich Frust erzeugen.

Das zweite, gewichtigere Problemfeld betrifft den Mangel an zeitlichen Ressourcen. Die hohe Anzahl der Anfragen gepaart mit der geringen Anzahl an BeraterInnen erzeugt zwangsläufig erhebliche Engpässe. Diese werden aber verstärkt durch unzureichende Tools und ineffiziente Prozesse. Die größte prozessuale Herausforderung entsteht aus Anfragen, die die BeraterInnen der ADS nicht angemessen verarbeiten können. Das hat in der Regel eine von zwei Ursachen. Zum einen erreichen viele Anfragen die BeraterInnen, die außerhalb des Geltungsbereichs des AGG liegen. Nicht-AGG Anfragen können nur an eine besser geeignete Stelle weitergeleitet werden, sofern diese existiert. Zum anderen bearbeiten die BeraterInnen eine Vielzahl an Anfragen, die einem sehr ähnlichen Profil und Schema folgen. Die Arbeitsschritte hier sind in der Regel nahezu identisch. Es fehlt jedoch an einem, zumindest teilweise, automatisierten Prozess.



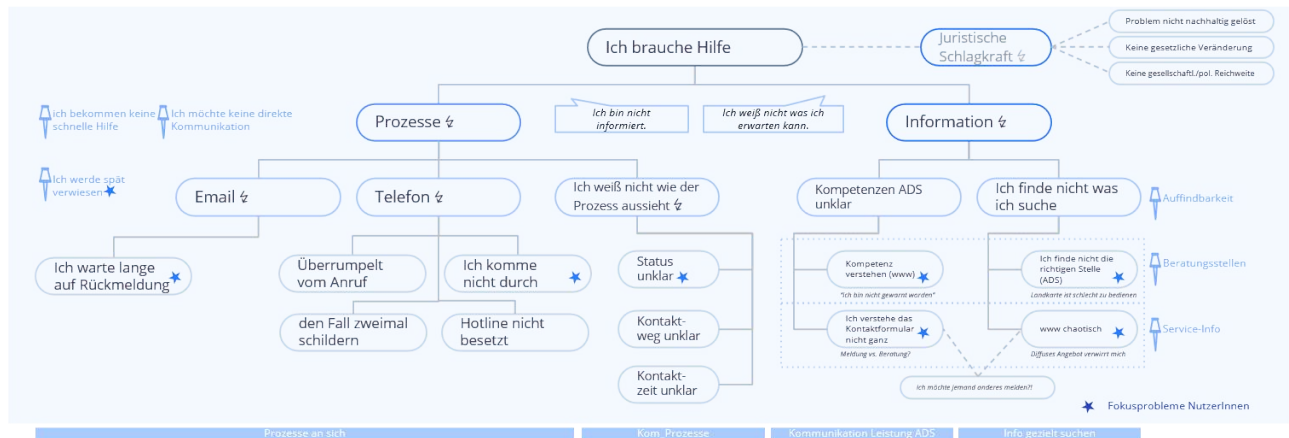
Die BeraterInnen der ADS sind auf eine Reihe an digitalen Tools angewiesen, die weder bedienungsfreundlich noch effizient sind. Jeder Fall, der die ADS erreicht, wird in einer Falldatenbank abgelegt. Die Einrichtung und Pflege eines Falls geschieht ausschließlich manuell. Dabei ist auch eine schnelle Einsicht in den aktuellen Status eines Vorgangs nicht möglich, genauso wenig wie eine strukturierte Suche nach einem bestimmten Fall.

Ein Großteil der juristischen Expertise der BeraterInnen ist das Resultat von langjähriger Recherche und Beratungsarbeit. Das angesammelte Wissen wird aber weder systematisch unter den BeraterInnen geteilt, noch in einer Wissensdatenbank abgelegt. Ein dauerhafter oder auch temporärer Ausfall einer BeraterIn bedeutet damit einen empfindlichen Kompetenzverlust für gesamte ADS.

Fälle, die nicht unter das AGG fallen, werden von den BeraterInnen an eine andere, besser geeignete Stelle verwiesen. In der Regel kennen die BeraterInnen die jeweils zuständigen Stellen aus Erfahrung und Austausch mit anderen Mitarbeitenden der Stelle. Ist das nicht der Fall, greifen die Berater:innen auf eine Liste zurück, die sämtliche Beratungsstellen in Deutschland mit Zuständigkeitsbereichen auflisten sollte. Die Liste

ist auch auf der Website der ADS öffentlich zugänglich. Leider ist die Liste weder vollständig, noch ist sie immer mit richtigen Informationen ausgefüllt. Dazu kommt, dass die Suchfunktion der Liste unhandlich und kompliziert ist.

3.3.3 Bedürfnisse von Ratsuchenden



In der Auseinandersetzung mit der ADS stehen die Ratsuchenden vor zwei großen Problemfeldern. Die Prozesse sind zum Teil Nutzer-unfreundlich gestaltet und benötigen zu viel Zeit. Auf der anderen Seite sind weder Vorgänge noch Leistungsumfang der Arbeit der ADS transparent an Ratsuchende kommuniziert.

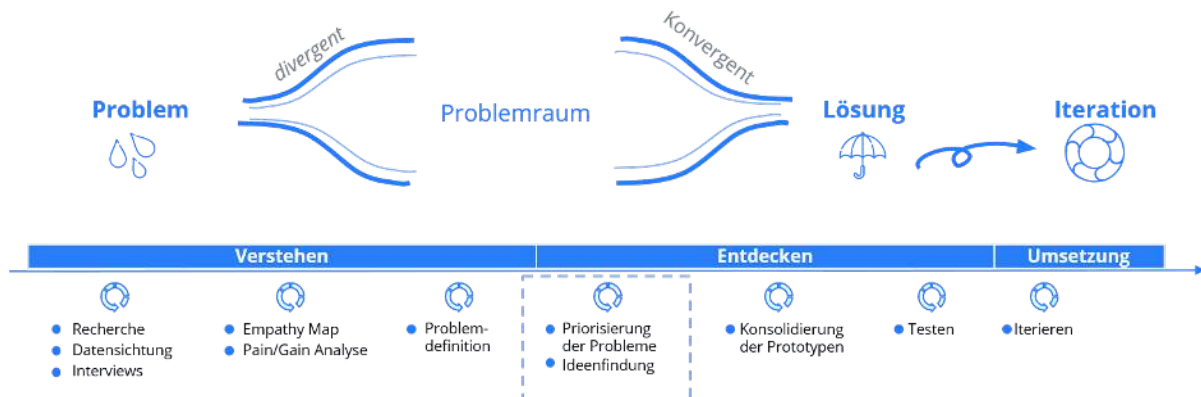
Die Problempunkte des Prozesses lassen sich aufteilen in die unterschiedlichen Formen der Kontaktaufnahme. Erfolgt die Kommunikation über Email oder das Kontaktformular entstehen oft erhebliche Wartezeiten für die Ratsuchenden. Die Kontaktaufnahme über das Telefon stellt Ratsuchende vor zwei große Herausforderungen. Zum einen ist die Hotline nur zweimal die Woche überhaupt erreichbar. Durch das begrenzte Zeitfenster und das hohe Aufkommen entstehen dabei Engpässe und Ratsuchende kommen nicht zu den BeraterInnen durch. Zur Zeit ist die Hotline tatsächlich gar nicht mehr verfügbar, weil das aktuell dezimierte Personal den Betrieb nicht mehr aufrecht erhalten kann.

Ein weiteres großes Problem für viele Ratsuchende ist die intransparente Kommunikation der Prozesse. An vielen Stellen des Beratungsvorgangs ist den Ratsuchende nicht ersichtlich, welchen Status der eigene Fall hat und welche Schritte zu welchem Zeitpunkt folgen werden. Das geht so weit, dass Ratsuchenden teilweise unklar ist, ob ihr Fall sich noch in Bearbeitung befindet oder bereits abgeschlossen ist.

Nicht nur der Prozess ist intransparent vermittelt. Grundsätzlich ist Ratsuchenden, die sich an die ADS wenden, oft nicht klar, welche juristischen Kompetenzen die ADS hat. Das betrifft sowohl die Art der juristischen Vertretung als auch die Merkmale und Lebensbereiche, zu denen die ADS Beratungsleistungen anbietet. In der Folge werden unrealistische Erwartungen der Ratsuchenden erst im persönlichen Gespräch oder E

Mail Korrespondenz enttäuscht. Die notwendigen Informationen sind nur nach einer aufwendigen Suche auf der aktuellen Website der Stelle zu finden.

4 Ideation



In der Phase der *Ideengenerierung* (engl. *Ideation*) werden, anhand identifizierter NutzerInnen-bedürfnisse, Ideen generiert. Neben geläufigen Brainstormingmethoden, wie dem "Silent Brainstorming" und dem "Hot Potato" Verfahren hat das Team weitere Ideationmethoden angewendet. Diese werden im nachfolgenden Abschnitt sowie im Methodenteil der Dokumentation genauer erläutert. Somit war es uns möglich über 50 Ideen für Prototypen zu entwickeln, von den wir durch Analyse und Konsolidierung 20 näher betrachtet haben. Eine Liste unserer Ideen sind im *Anhang 8a* und *Anhang 8b* mit Beschreibung, Hypothesen und *Papier Prototypen* zu finden.



In den folgenden Abschnitten werden zuerst die Leitfragen des Brainstorming-Prozesses erläutert, danach die Ideenfindungsphase kurz beschrieben und schließlich die Priorisierung und Konsolidierung erklärt. Die methodische Vorgehensweise wie z.B. das Team auf die Ideen gekommen sind, ist im Anhang *Methoden_Dokumentation* zu finden.

4.1 How-might-we's

Die "How might we"-Fragen (HMW) werden in der Literatur als eine der wichtigsten Techniken im Design Thinking Prozess beschrieben. (vgl. Uebernickel et al. 2015, S. 145) Die "How might we"-



Fragen hinterfragen, wie man einer bestimmten *Persona* helfen kann, ihre Probleme zu lösen. Die Bestandteile der HMW-Fragen sind neben dem Fragenteil "Wie können wir" eine Spezifikation des Users. Im Fall der ADS wäre das der/die BeraterIn.(User) Ein Insight dieser Person ist „hohe Arbeitslast“ und ihr Bedürfnis (Need) ist "mehr Zeit in wichtigere und komplexere Themen investieren". Die unten stehenden Grafik hebt die Bestandteile noch einmal hervor.



Im folgenden werden die Leitfragen aufgelistet, welche needs/ How Might We Fragen das Team erarbeitet hat und wie die Ideen der Design Challenge entstanden sind. Sie sind nach Zielgruppen, nach Ratsuchenden und BeraterInnen, unterteilt.

Ratsuchende (Pain Reliever)

- Wie kann die ADS vermeiden, dass ich beim Verweis enttäuscht bin?
- Wie kann die ADS schnell auf die richtigen Stellen verweisen?
- Wie kann die ADS vermeiden, dass ich über den Mangel an juristischer Beihilfe enttäuscht bin?
- Was kann die ADS sonst noch tun (Außerhalb des AGG, Nachhaltigkeit ...)?
- Wie können die Informationen auf der Website besser strukturiert werden?
- Wie kann auf ad hoc Anfragen besser reagiert werden?
- Wie kann die Transparenz über die Prozessschritte erhöht werden?
- Wie kann die Transparenz über das Leistungsangebot der ADS erhöht werden?

Ratsuchende (gain Creator)

- Wie kann ich meine Situation besser juristisch einschätzen?
- Wie kann ich als ratsuchende Person von juristischen Kompetenzen maximal profitieren?
- Wie kann ich als ratsuchende Person mehr Tipps erhalten, so dass mir besser geholfen wird?
- Wie kann ich einfacher an Formulierungshilfen und andere Informationen kommen?
- Wie kann mehr vom "Adlereffekt" profitiert werden?
- Wie kann ich als ratsuchende Person das Gefühl bekommen, ernst genommen zu werden?
- Wie schaffe ich es die Gesellschaft zu sensibilisieren?

BeraterInnen

- Wie kann ich die Zeit für recherche verringern, sodass mehr Zeit für die Beratung bleibt?
- Wie kann ich weniger Wissensverluste /mehr Transfer erreichen?
- Wie kann ich besseres Fall-Tracking erzielen?
- Wie kann ich gezieltere Forschung treiben, um politische Hebel zu schaffen?
- Wie kann ich gezielteres Verweisen schaffen?(horizontal und vertikal)
- Wie kann ich Daten schneller konsolidieren?
- Wie kann ich weniger Zeit für Eintrag & Beratung brauchen?
- Wie kann ich einfacheres Eintragen in Beratungsstellen-Datenbank ermöglichen?

- Wie kann ich mehr/intensive konkrete Hilfe anbieten und mit dem Wissen helfen?
- Wie kann ich als ADS/AGG mehr gewissenhaft arbeiten?
- Wie kann ich weniger Frust bei der Verweisung von Betroffenen erzeugen?
- Wie kann ich effizienter bei wiederkehrenden Anfragen (40%) arbeiten?
- Wie kann ich den Betroffenen das Gefühl geben, wahr- und ernstgenommen zu werden?
- Wie kann ich den richtigen Ton treffen?
- Wie kann ich die Nutzung der Beratungsstellen-Datenbank vereinfachen?
- Wie kann ich den Schmerz bei der Telefonhotline minimieren?

Mit diesen Fragestellungen sind wir in die Ideenfindungsphase gestartet. Danach wurden die Ideen sortiert, kategorisiert und bewertet. Anhand von Umfang und Anforderungen wurden die Ideen priorisiert.

4.2 Bestimmung des Umfangs und Priorisierung

In dieser Phase war es an der Zeit die Probleme zu priorisieren und herauszufinden, wie der Lösungsansatz aussehen könnte.

4.2.1 Problem and solution mapping

Um gezielter an einem Lösungsansatz zu arbeiten, war es notwendig Probleme zu priorisieren. Es war uns sehr wichtig sowohl die internen, also die Probleme der ADS, als auch die externen Probleme, also die der Ratsuchenden zu berücksichtigen. Dafür haben wir die Probleme gemerzt und gemappt. Genauer gesagt haben uns angesehen, an welchen Stellen es bei beiden Gruppen Problem-Überschneidungen gibt.

Wie haben zwei übergeordnete Problemfelder identifiziert:

- Beratungsstellen
- Verweis & Prozesse

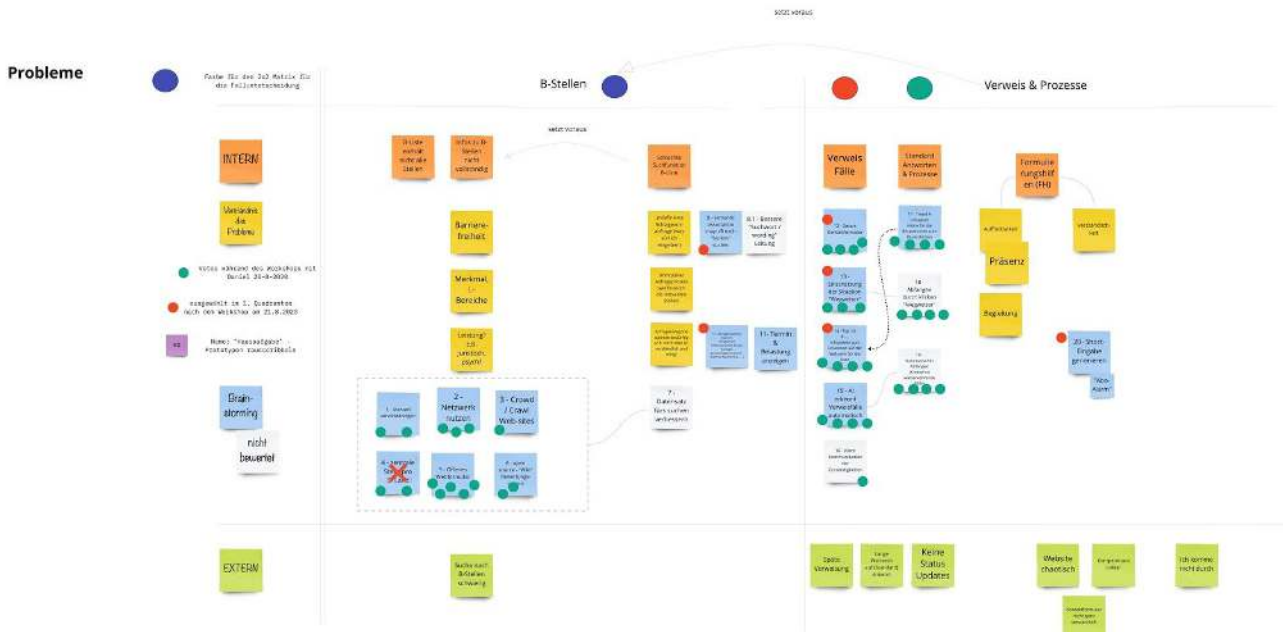
Bei den Beratungsstellen wurde definiert, dass die Liste nicht alle Stellen enthält, die Informationen zu den Beratungsstellen nicht vollständig sind und dass die Suchfunktion mangelhaft ist. Daraus resultiert für die Ratsuchenden, dass sich die Suche nach den richtigen Beratungsstellen sehr schwierig gestaltet.

Bei Verweis und Prozessen wurde festgehalten, dass Verweisfälle, Standardantworten und Prozesse die BeraterInnen sehr viel Zeit kosten und zeitgleich Frust bei den Ratsuchenden erzeugen. Die Ratsuchenden müssen lange auf eine Standardantwort warten und werden im Verweisfall erst spät an eine andere Stelle verwiesen. Zudem hat die ADS auf Ihrer Webseite Formulierungshilfen, die leider nicht von den Nutzern gefunden werden und in den Mails meistens als Anhang mitgeschickt werden.

Das Mapping hat uns eine sehr gute Übersicht über die gemeinsamen Probleme der Ratsuchenden und BeraterInnen verschafft. Mit Hilfe von Brainstorming konnten wir erarbeiten welches Problem mit welchem Prototypen gelöst werden könnte und in

einer darauffolgenden Abstimmung mit unserem Digitallotsen haben wir uns für einen Favoriten entschieden.

Problem Mapping Anhang 17



4.2.2 Bestimmung der Priorisierung

Durch unsere drei definierten Problemfelder, die sowohl die BeraterInnen als auch die Ratsuchenden berücksichtigt, wollten wir herausfinden, welcher der Prototypen der Geeignetste ist.

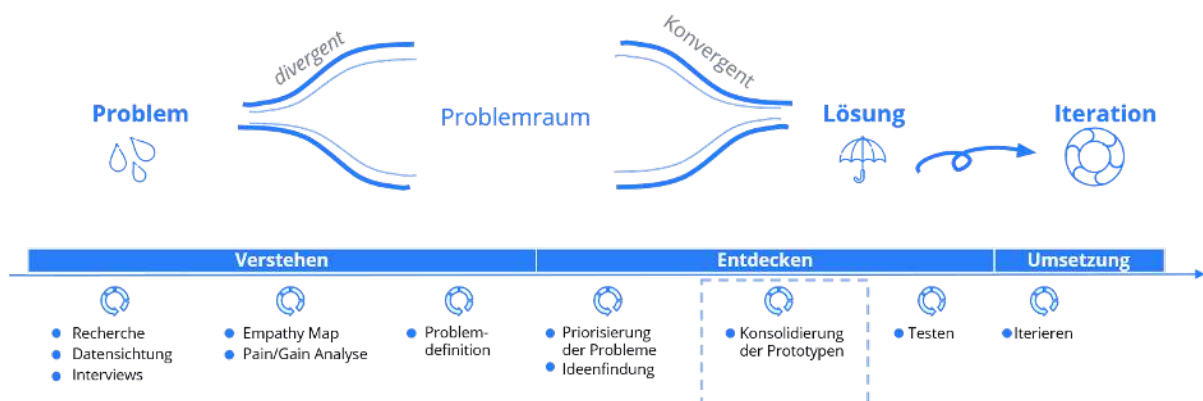


Wir wollten bestimmen, wie viel Nutzen aus dem Prototypen resultiert, ob er in Anbetracht der kurzen Projektdauer technisch umsetzbar ist und wie zufrieden die Ratsuchenden mit dem Lösungsansatz wären. Dabei haben wir mit einer Matrix gearbeitet die auf der x-Achse die technische Umsetzbarkeit aufzeigt und auf der y-Achse den Nutzen den er für die BeraterInnen bringen würde. Zudem haben wir die einzelnen Prototypen danach bewertet,

welche Zufriedenheit die einzelnen Lösungsansätze den Ratsuchenden bringen würden.

Wir haben uns auf die drei Punkte links oben im Feld konzentriert. Diese würden, den größten Nutzen für die BeraterInnen bringen, mit einer geringeren technischen Komplexität im Vergleich zu den anderen Prototypen, mit denen auch die Zufriedenheit der Ratsuchenden berücksichtigt wäre. Aus dieser Phase resultierten die drei Prototypen Top-Themen, SAM-Semantic Association Map und Wegweiser.

5 Konzept und Entwicklung



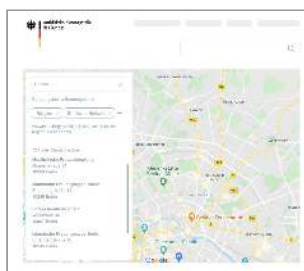
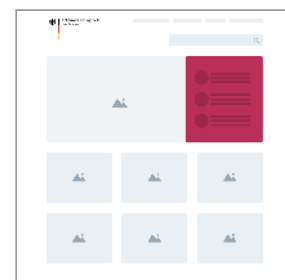
5.1 Konzept und Prototypen

In der Konzeptionsphase werden die ersten Ideen zuerst in Grobkonzepte, später in Feinkonzepte überführt. Hier ist es von Vorteil, mit *Scribbles* zu beginnen und eine breite Varianz an Lösungen aufzuzeigen. Die vielversprechendsten Ideen können dann in den nächsten Schritten in Prototypen überführt werden. Für einen Test grundlegender Funktionalitäten sollte man mit leichten *Papier-Prototypen* oder *Wireframes* (*Lowfidelity*-Prototypen) beginnen und sich mit Hilfe von Usertestings Schritt für Schritt bis zum *Highfidelity* Prototypen heranarbeiten, der von der Benutzeroberfläche und den Funktionalitäten dem später entwickelten System gleicht.

5.1.1 Konzeptionsphase 1 - Drei Konzeptideen

Nachdem wir die Lösungsideen priorisiert hatten und drei von ihnen weiter verfolgen wollten, entwickelten wir zu jeder der Ideen ein Grobkonzept in Form von Invision-Prototypen. Diese sind hier aufgelistet.

Top Themen - [Invision-Link](#) - Für wiederkehrende Anfragen wird auf der Website der ADS ein Bereich definiert, an dem alle Unterlagen und Rechtseinschätzungen öffentlich zugänglich sind, sowie Formulierungshilfen zum Download bereit stehen.



Semantic Association Map - [Invision-Link](#) - SAM unterstützt Ratsuchende bei der Suche nach geeigneten Beratungsstellen, dabei gelangen sie intuitiv an die richtigen Informationen.






Wegweiser - [Invision-Link](#) - Er dient als Orientierungshilfe beim Erstkontakt von Ratsuchenden und bietet die Möglichkeit diese schneller zu Verweisen.

5.1.2 Konzeptionsphase 1 - Entscheidung

Die Prototypen wurden in der Zwischenpräsentation vorgestellt und besprochen. Das Feedback aus dieser Runde, das Feedback aus dem *Demo-lunch* bei tech4germany, die Ergebnisse aus den [Nützlichkeitstests](#), sowie die Einschätzung der technischen Umsetzbarkeit im Rahmen unseres Programms und der vorhandenen Infrastruktur wurden zusammengetragen und flossen in die Entscheidung ein, welchen der Prototypen wir umsetzen wollen.

Die Ergebnisse des Feedbacks sind ebenfalls dokumentiert und sind im Anhang 21a-b zu finden.

Tabelle: Einschätzung der technischen Umsetzbarkeit

	Top Themen 	SAM 	Wegweiser 
Technische Schwierigkeit alleinstehend	● ● ○	● ● ○	● ○ ○
Integrierbarkeit Materna und GSB	● ● ○	● ○ ○	● ● ○
Haupt-Challenges Stolpersteine	Bereitstellung der benötigten Informationsmaterialien	Finetuning des Algorithmus für Begriff-mapping	Niedrigschwellige und informative Leitung der NutzerInnen

Aufgrund der technischen Komplexität und dem damit verbundenen zeitlichen Aufwand entschieden wir, mit *SAM* im Rahmen von Tech4Germany nicht weiterzuarbeiten. Des weiteren deckt diese Lösung nur einen Punkt in der User Journey ab, und zwar den, die passenden Beratungsstelle zu finden. Den BeraterInnen verschafft das vorerst keine direkte Arbeitserleichterung.

Daher entschieden wir uns dafür *SAM zur Adoption freizugeben*, hatten aber schon eine passende Familie für ihn ausgesucht: Das BMFSFJ.

Ein Anforderungsheft wurde im Rahmen der Spezifikationsübergabe an das BMFSFJ erstellt und ist im Anhang 22 zu finden.

5.1.3 Konzeptionsphase 2 - Weiterverfolgen einer Idee

Die Lösungsansätze Wegweiser und Top Themen beinhalteten die ersten

Ideen, von denen, so viele wie möglich, in der sich nun anschließenden Konzeptionsphase 2 in eine Lösung überführt und ausgearbeitet werden sollten.

Wir definierten dafür unsere [Produktvision](#).

Anhand dieser erarbeiteten wir die Möglichkeit Features aus den beiden Prototypen Wegweiser und Top Themen zu kombinieren und konnten im Austausch mit Materna Möglichkeiten der technischen Integration unseres Prototypen in die bestehende Umgebung klären. Dabei bestehen ebenfalls Kombinationsmöglichkeiten der ausgewählten 3 Prototypen.

Während der Konzeption arbeiteten wir von den Ideen, über das Grobkonzept bis zum Feinkonzept agil, iterativ und in Varianten Lösungen heraus. Im ersten Schritt erstellten wir skizzenhaft den Userflow mit den Basisfunktionalitäten, der dann im nächsten Schritt in ein Low/Mid Fidelity Prototypen (*Clickdummy*) in Sketch übertragen wurde und über *Invision* klickbar, als Grundlage für den ersten Pfad-Usabilitytest des Wegweisers diente.

Low/Mid Fidelity Prototyp ([Clickdummy](#))

Antidiskriminierungsstelle des Bundes

Presse English العربية Leichte Sprache Gebärdensprache Vorlesen

Über Diskriminierung Wir beraten Sie Was wir machen Über Uns

Über Diskriminierung > Beratungsangebot > Einschätzung

Aufgrund welchen Merkmals sind Sie diskriminiert worden?

Ethnische Herkunft/
Rassistische Diskriminierung

Sexuelle Orientierung

Religion /
Weltanschauung

Geschlecht

Behinderung /
Chronische Krankheiten

Sozialer Status (Finanzen,
Bildung, Sozialleistungen)

Alter

Ich bin mir nicht sicher /
Sonstiges

Weiter

Schritt 1: Merkmal

Neben dem Prototypen erstellten wir unterschiedliche Varianten unter anderem für die Auswahlbereiche, die Positionierung von Zusatzinformationen, sowie Farben und näherten uns mit jedem Test an die finale Lösung heran. Die Varianten sind im Folgenden aufgezählt.

Zeitgleich zum Clickdummy beschäftigten wir uns mit dem Styleguide für den Relaunch der Website. Um für die NutzerInnen später keinen visuellen Bruch zu erzeugen,

achteten wir darauf, so weit wie möglich Elemente (Schrift, Größen, Farben, Auswahlbereiche) aus den bereits vorhandenen Designs zu nutzen.

Variante 1 / Auswahlbereiche

Antidiskriminierungsstelle des Bundes

Pressen English العربية | Leichte Sprache Gebärdensprache Vorlesen

Über Diskriminierung Wir beraten Sie Was wir machen Über Uns Q

Über Diskriminierung Wegweiser

Für die juristische Einschätzung benötigen wir eines der folgende Angaben von Ihnen:

Aufgrund welchen Merkmals sind Sie diskriminiert worden?

- Ethnische Herkunft / Rassistische Diskriminierung
- Sexuelle Orientierung
- Religion / Weltanschauung
- Geschlecht
- Behinderung / Chronische Krankheiten
- Sozialer Status (Finanzen, Bildung, Sozialleistungen)
- Alter
- Ich bin mir nicht sicher / Sonstiges

Variante 2 / Auswahlbereiche

Antidiskriminierungsstelle des Bundes

Pressen English العربية | Leichte Sprache Gebärdensprache Vorlesen

Über Diskriminierung Wir beraten Sie Was wir machen Über Uns Q

Über Diskriminierung Wegweiser

Für die juristische Einschätzung benötigen wir eines der folgende Angaben von Ihnen:

In welchem Lebensbereich haben Sie die Diskriminierung erfahren?

Freizeit (Vereine, Ehrenamt)	Arbeit	Verträge (Einkauf, Fitnessstudio, Club, Kino)	Ich bin mir nicht sicher / Sonstiges
Gesundheit & Pflege (Arztbesuch, Krankenhaus, Pflegedienstleistung)	Wohnen	Bildung (Kita, Schule, Hochschule)	Behörden / Ämter / Justiz
Versicherung	Öffentlicher Raum / Nachbarschaft / Familienstreit		

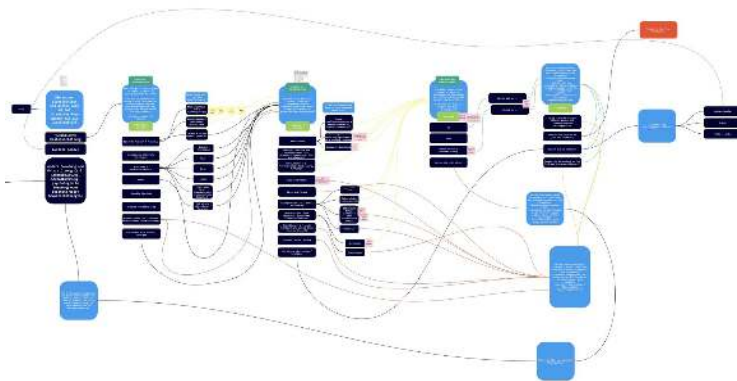
< Schritt 1: Merkmal > Weiter >

Variante 3 / Auswahlbereiche

The screenshot shows the website of the Antidiskriminierungsstelle des Bundes. At the top, there are navigation links for 'Über Diskriminierung', 'Wir beraten Sie', 'Was wir machen', and 'Über Uns'. Below this, a breadcrumb trail reads 'Über Diskriminierung > Wegweiser'. The main heading asks: 'Für die juristische Einschätzung benötigen wir eines der folgende Angaben von Ihnen: In welchem Lebensbereich haben Sie die Diskriminierung erfahren?'. There are ten selection boxes, each with an icon and text: 'Freizeit (Vereine, Ehrenamt)', 'Versicherung', 'Arbeit', 'Verträge (Einkaufen, Fitnessstudio, Club, Kino)', 'Behörden / Ämter / Justiz', 'Wohnen', 'Gesundheit & Pflege (Arztbesuch, Krankenhaus, Pflegedienstleistung)', 'Öffentlicher Raum / Nachbarschaft / Familienstreit', 'Bildung (Kita, Schule, Hochschule)', and 'Ich bin mir nicht sicher / Sonstiges'.

5.1.4 Der Entscheidungsbaum

Die konzeptuelle Grundlage für den Wegweiser ist das Allgemeine Gleichbehandlungsgesetz (AGG). Die Inhalte aus diesem galt es in eine abfragbare Struktur zu bringen (Merkmale, Lebensbereiche, sowie der Zeitpunkt der Diskriminierung) und mit dem Wissen der BeraterInnen zu kombinieren. Für eine bessere Anschaulichkeit hielten wir dies in einem Entscheidungsbaum fest, der für die Funktionsweise des Wegweisers essential ist und Mehrwert erbringt.



Um den Ratsuchenden nach dem Durchlaufen der Schritte das ihnen hilfreichste Ergebnis anzeigen zu können, müssen die Angaben so detailliert wie möglich abgefragt werden. Das Strukturierten des Wissens gilt als der erste Schritt für die Übersetzung des juristischen Fachwissens seitens BeraterInnen. Dies bedeutet sehr viel inhaltliche Arbeit der BeraterInnen, da viel Wissen auf Erfahrungen beruht und aktuell nirgendwo niedergeschrieben ist. Dies kann ein erster Schritt dahin sein, das Wissen aller BeraterInnen in einem Tool zusammenzutragen und davon gemeinsam zu profitieren.

Zur Ausarbeitung des Entscheidungsbaums fanden mehrere interne Workshops, sowie einer mit Daniel Barthel vom ADVD und Said Haider statt.

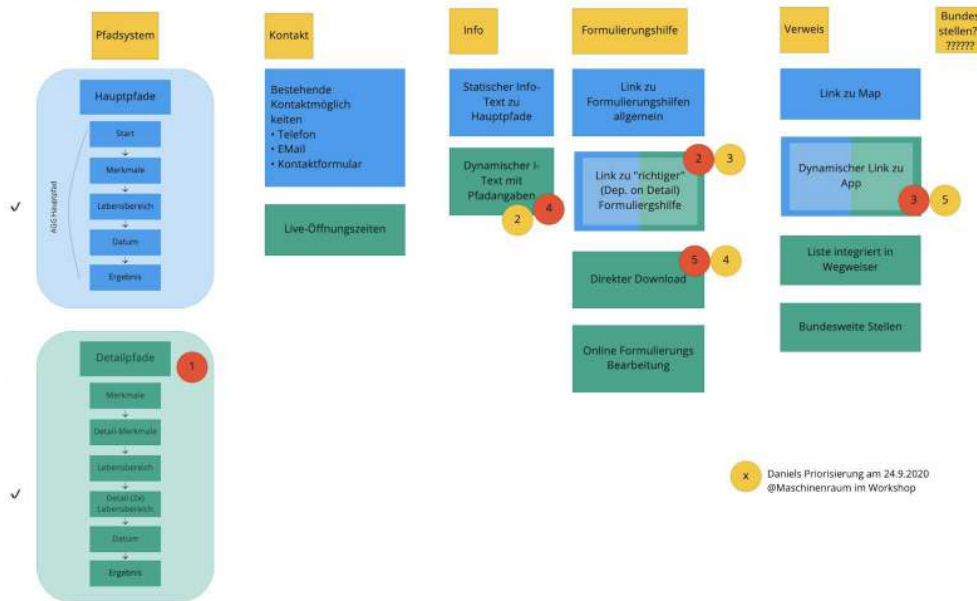
Der Entscheidungsbaum ist im *Anhang 9* zu finden.

5.1.5 Definition des MVP's (Minimum Viable Product)

Für die verbleibende Zeit von fünf Wochen legten wir uns nun auf die Mindestanforderungen unserer Lösung fest. Wir priorisieren die Features und teilten sie in zwei Stufen ein. Die erste Stufe (blau) soll das MVP (*Minimum Viable Product*) darstellen, welches wir mit Abschluss unseres Projektes übergeben.

Die zweite Stufe (grün) enthält alle Features, die wir umsetzen würden, sofern es der zeitliche Rahmen zulässt. Die Priorisierung ist im Anhang 23 im Detail dokumentiert. Sollte nach Abschluss Programmierung an der ersten Stufe noch Zeit für die Implementierung weiterer Features sein, einigten wir uns darauf, dass diese aus dem Backlog gezogen werden können.

Priorisierung & MVP



x Daniels Priorisierung am 24.9.2020 @Maschinenraum im Workshop

Definition von Deliverables und deren Arbeitsstatus		Konzept	Design	Funktionierendes Frontend	
* Mindestanforderungen	=MVP	✓	✓	✓	Prio 1
* Advanced	nice to have / Shiny/Präsi	✓	✓	If time	Prio 2

3 use cases

* Advanced Priorisierung

5.2 User Testing

User Testing ist ein Prozess bei dem die Benutzeroberfläche und die Funktionen einer Webseite, einer Anwendung oder eines Produkts von realen Benutzern getestet werden, die bestimmte Aufgaben ausführen. Zweck eines User Testings ist es die Nutzbarkeit der Anwendung zu bewerten und zu entscheiden, ob das Produkt einsatzbereit ist. Ob sie intuitiv, komfortabel und benutzerfreundlich ist.

Vorteile die User Testing mitbringt ist eine unvoreingenommene Perspektive, die:

- hilft Usability Problemen zu identifizieren
- Daten generiert, die zur Verbesserung des Designs führen
- Entwicklungskosten reduziert
- Änderungen schnell (und kostengünstig) vornehmen

Bei unserer Prototypen Entwicklung haben wir verschiedene Phasen des Testings mit eingebaut. Im Folgenden wird erläutert in welcher Phase, welche Test durchgeführt wurden, was die Erkenntnisse aus den jeweiligen Test war und wie es unsere weitere Prototypen Entwicklung beeinflusst hat.

Die Tabelle enthält eine Übersicht der durchgeführten Testing-Session und der jeweiligen Ergebnisse.

Name des Tests	Wann	Wie viele Leute	Wer	Tools & Methoden	Ergebnis nach dem Test
Nützlichkeitstest	1. Sept. 2020	3	3 ausgewählte UserInnen	Google Meet, Invision Prototyp, Anhang 21	Feedback zu den 3 Prototypen und erste Eindrücke wie die Prototypen empfangen wurden; Auswahl Prototypen
Präferenztest	18.9.2020	25	alle Fellows	UsabilityHub, Anhang 20 , 20a , 20b , 20c	Entscheidung bzgl. Priorisierung der Designelemente
Pfad-test	21.- 22. Oktober 2020	3	Fellows	Google-meet, Adobe XD Prototyp, Anhang 19	Bewertung, Verständlichkeit der Klickpfade der Usecases
Usability test	24.-28. September 2020	5	Ratsuchende	Google-meet, Adobe XD Prototyp, Anhang 18 & 19	Feedback zu benutzerfreundlichkeit, Mängel, Verständlichkeit, Handhabung
Präferenztest / Farben	2. - 6. Oktober 2020	29	Fellows & Abschlusspräsentation	UsabilityHub, Anhang 20d	Entscheidung bzgl. Priorisierung der Farbvarianten

5.2.1 Nützlichkeitstest

Der Nützlichkeitstest fand relativ am Anfang unserer Prototypen Entwicklungsphase statt. Wir haben die drei *Mid-Fidelity* Prototypen SAM, Wegweiser und Top-Themen getestet. Ziel war es durch User Interview, mit der *Thinking-out-loud* Methode herauszufinden ob die Nutzer die Prototypen grundsätzlich verstehen, ob sie die Prototypen als nützlich empfinden und ob sie sie verwenden würden.

Die Test haben aufgezeigt, dass die drei Prototypen grundsätzlich für den Nutzer verständlich sind. Wenn es aber um das aktive Nutzen eines der Prototypen im Falle einer Diskriminierung ging, wurden die Top-Themen und der Wegweiser bevorzugt. SAM war alleinstehend für sich nicht ausreichend für die Nutzer. Aufgrund der Komplexität und der geringen Projektdauer haben wir uns dazu entschlossen SAM nicht weiter in der Entwicklung zu berücksichtigen. Die Ergebnisse führten dazu, dass wir nach einer Kombinationsmöglichkeit des Wegweisers und der Top Themen gesucht haben.

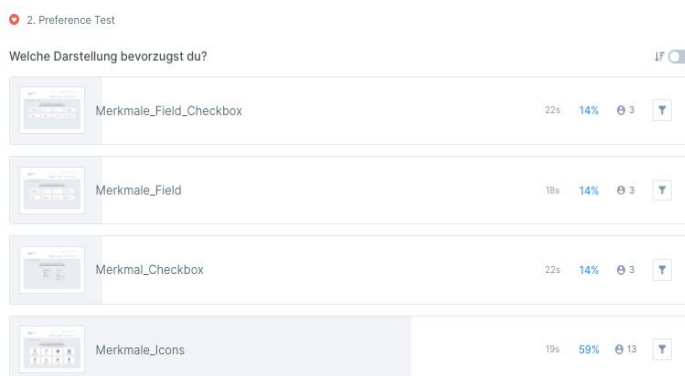


5.2.2 Präferenztest

Präferenztests hilft dabei, zwischen verschiedenen Designvarianten zu wählen, indem man einfach fragt, welches Design die Nutzer bevorzugen. Dabei wird den Teilnehmer eine Reihe von Gestaltungsmöglichkeiten gezeigt (siehe Bild) und er wird gebeten, einen Favoriten auszuwählen. Wir haben ein Tool namens usabilityhub für die durchgeführten

Test genutzt.

Die gewonnenen Ergebnisse führten dazu, dass wir Entscheidungen bzgl. der Designelemente getroffen haben. Bei einigen Designvarianten ist es uns nicht möglich in der kurze der Zeit dies in den Design mit einzubauen, aber wir würden empfehlen, diese für die zukünftigen Entwicklungen zu berücksichtigen. In [Kapitel 7](#)



finden sie genauere Empfehlungen zu den Design-Varianten. Die Ergebnisse der Präferenztests sind im *Anhang 16b* tabellarisch dokumentiert.

5.2.3 Pfadtest

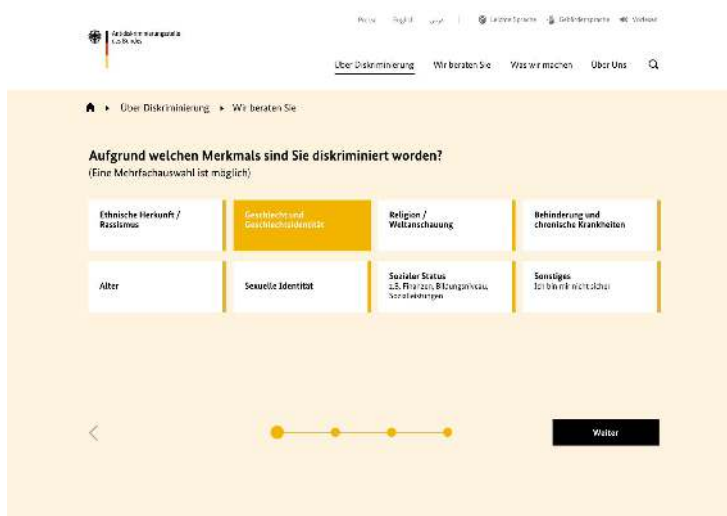
Bei diesem Pfadtest geht es darum zu schauen, ob der Pfad-Aufbau des Prototypen logisch und verständlich für den Nutzer ist. Um dies zu testen haben wir drei fiktive

Diskriminierungsfälle ([use cases](#)) von unserem Digitallotsen erhalten. Die Nutzer sollten im Interview, sich die vorgegebenen Fälle anschauen und sich durch den Wegweiser klicken.



Hier haben wir beobachtet, ob für den Nutzer etwas unklar ist, Fragen auftauchen oder etwas evtl gar nicht verstanden wird. Dabei war es wichtig den Prototypen so einfach wie möglich zu halten, der Nutzer sollte keine Ablenkung durch Designelemente haben. Es gab keine gravierenden Fehler die behoben werden mussten. Der Wegweiser war verständlich und schnell anzuwenden. Jedoch war

die Erwartungshaltung eine größere, die Nutzer waren relativ enttäuscht, wenn sie ein nicht AGG Fall eingegeben haben. Diese Ergebnisse führten dazu, dass wir für das nächste Testing, also unseren Usability-Test ein vorgeschaltetes Text eingebaut haben. Der Text sollte über die Kompetenzen von ADS informieren und mitteilen, was der Nutzer am Ende des Wegweisers für Ergebnisse zu erwarten hat. Die Ergebnisse der Pfadtests sind im *Anhang 16a* tabellarisch dokumentiert.

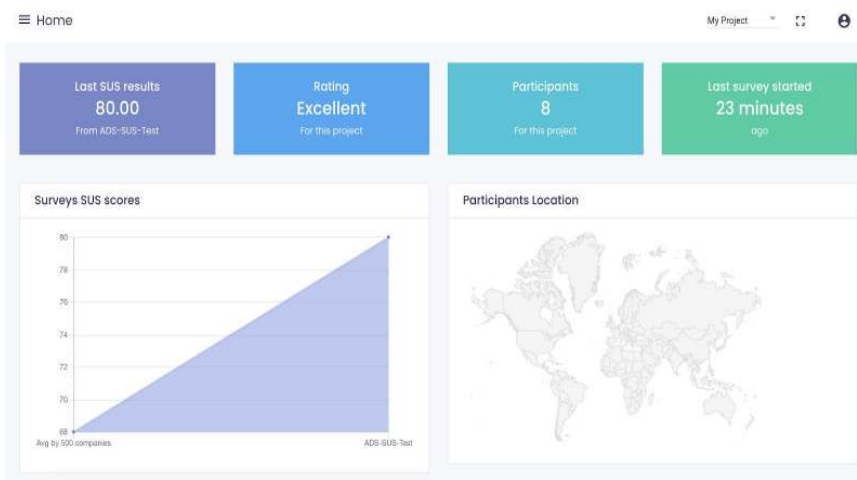


5.2.4 Usability-Test

Der Usability Test, ist eine Testmethode, um zu messen, wie einfach und benutzerfreundlich die Software Lösung ist. Eine kleine Gruppe von Ziel-Endbenutzern wurde interviewt, sie sollten den Prototypen verwenden, um Usability-Mängel aufzudecken. Usability Test konzentriert sich hauptsächlich auf die Benutzerfreundlichkeit der Anwendung, die Flexibilität der Anwendung bei der Handhabung von Bedienelementen und die

Fähigkeit der Software Lösung, ihre Ziele zu erreichen. Wir haben durch die Interviews Feedback zu Benutzerfreundlichkeit, die Mängel, die Verständlichkeit und der Handhabung erhalten.

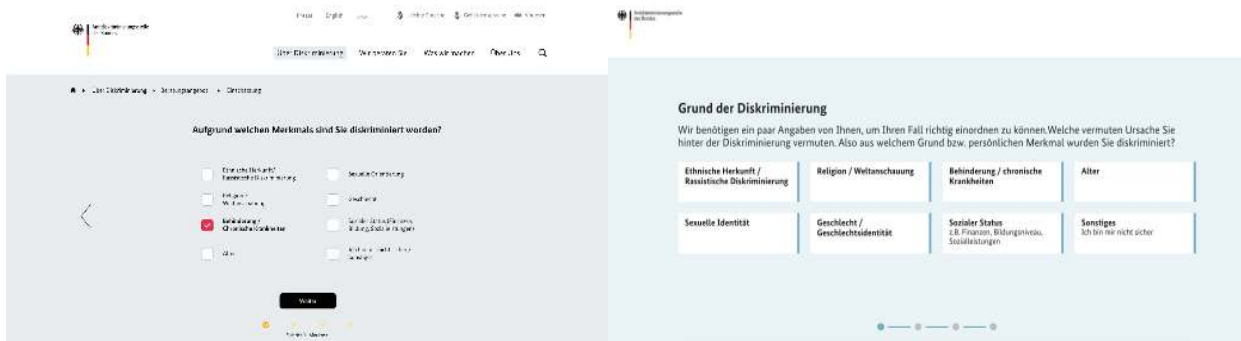
Im Anschluss zu den geführten User-Interviews haben wir den Nutzern ein *SUS-Test* zugesendet. *SUS - System Usability Scale* ist ein beliebtes Maß für die wahrgenommene Benutzerfreundlichkeit. Es handelt sich um einen 10-Punkte Fragebogen, der auf einer 101-Punkte-Skala bewertet wird und ein Maß für die Wahrnehmung der Benutzerfreundlichkeit eines "Systems" durch die Benutzer darstellt. Der Wegweiser hat



einen SUS-Score von 80.00 erreicht, was ein sehr gutes Ergebnis für die Benutzerfreundlichkeit darstellt. Die Fragen sind im *Anhang 15* aufgezeigt. Ebenso sind der Leitfaden sowie das Ergebnis der Usabilitytests im *Anhang 16c1* und *Anhang 16c2* jeweils dokumentiert.

5.2.5 Implementierte Version (MVP)

Durch die Usertest geleitete Entwicklung des Prototypen konnten wir iterativ Anpassungen vornehmen. Dabei haben wir die Auswahlfelder entsprechend angepasst (siehe Bild). Diese sind leichter auszuwählen anstelle eines kleineren Check-Boxes.



Zudem wurden die Schriftgrößen angepasst, um eine bessere Lesbarkeit zu gewährleisten. Entsprechend der Styleguide Farbtabelle wurden die Farben ausgewählt und getestet. Für die verbesserte Nutzererfahrung wurde der Weiter-Button entfernt. Der Weiter-Button hatte in dieser Version des Prototypen eine Mehrfachauswahl ermöglicht.

In welchem Zusammenhang fand die Diskriminierung genau statt?

Sie haben den Lebensbereich Bildung ausgewählt

Kita	Privatschule / Privatunterricht	Öffentliche Schule Grundschule oder weiterführende Schule	Hochschule
------	------------------------------------	---	------------

< ✓ — ● — ● — ●

Wir haben hier ein Prototyp, der nicht auf Annahmen basiert, was der Nutzer bevorzugen würde, sondern es wurde mit den Feedbacks der Nutzer entwickelt. Wir haben stets darauf geachtet, dass das Prototyp, niedrigschwellig und barrierefrei ist, genauere Informationen zu der Barrierefreiheit gibt es unter Designkonzept.

5.3 Designkonzept

5.3.1 Design Elemente

Dadurch das der Wegweiser in den Relaunch der aktuellen ADS Webseite eingegliedert werden soll. War es unser Ziel, den Wegweiser dem Style der geplanten Webseite anzupassen, damit der Wegweiser mit dem Rest der Webseite harmoniert und die Nutzer nicht verwirrt werden.

Dabei haben wir uns an dem [Corporate Design Manual](#) (Stand: Juli 2020) orientiert. Das Gestaltungshandbuch der Antidiskriminierungsstelle beinhaltet Gestaltungsrichtlinien die den Umgang mit den wichtigsten Basiselementen definiert.

Typografie

BundesSans Regular	abcdefghijklmnopqrstuvwxy ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ 1234567890ß.,;(*!?'",/)	BundesSans Bold	abcdefghijklmnopqrstuvwxy ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ 1234567890SS.,;(*!?'",/)
--------------------	--	-----------------	---

Die BundesSans ist eine Groteskschrift.

Rationalität und äußerste Klarheit kennzeichnen ihre Formsprache.

Schriftverwendung

Die Schriftgröße wurde durch die Barrierefreiheit-Test ([Wave, siehe 5.3.2](#)) angepasst.

1. 28px, Bold
2. 22px, Regular
3. 18px, Bold
4. 16px, Regular / line-height 1.15



1

Grund der Diskriminierung

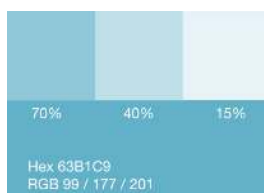
Wir benötigen ein paar Angaben von Ihnen, um Ihren Fall richtig einordnen zu können. Welche Ursache vermuten Sie hinter der Diskriminierung. Also aus welchem Grund bzw. persönlichen Merkmal wurden Sie diskriminiert? **2**

Ethnische Herkunft / Rassistische Diskriminierung	Religion / Weltanschauung	Behinderung / chronische Krankheiten	Alter 3
Sexuelle Identität	Geschlecht / Geschlechtsidentität	Sozialer Status z.B. Finanzen, Bildungsniveau, Sozialleistungen	Sonstiges Ich bin mir nicht sicher 4

● — ● — ● — ● — ●

Farbpalette

Anhand der vorhandenen Farbpalette haben wir verschiedene Farbvarianten erstellt, die dann in einem Präferenztest ausgewählt wurden.



1. verwendet 15%
2. Hex 63B1C9
3. Button Text Color: aktiv - #FFF | inaktiv - #000

1

Grund der Diskriminierung

Wir benötigen ein paar Angaben von Ihnen, um Ihren Fall richtig einordnen zu können. Welche Ursache vermuten Sie hinter der Diskriminierung. Also aus welchem Grund bzw. persönlichen Merkmal wurden Sie diskriminiert?

Ethnische Herkunft / Rassistische Diskriminierung	Religion / Weltanschauung	Behinderung / chronische Krankheiten	Alter
Sexuelle Identität	Geschlecht / Geschlechtsidentität	Sozialer Status z.B. Finanzen, Bildungsniveau, Sozialleistungen	Sonstiges Ich bin mir nicht sicher

2

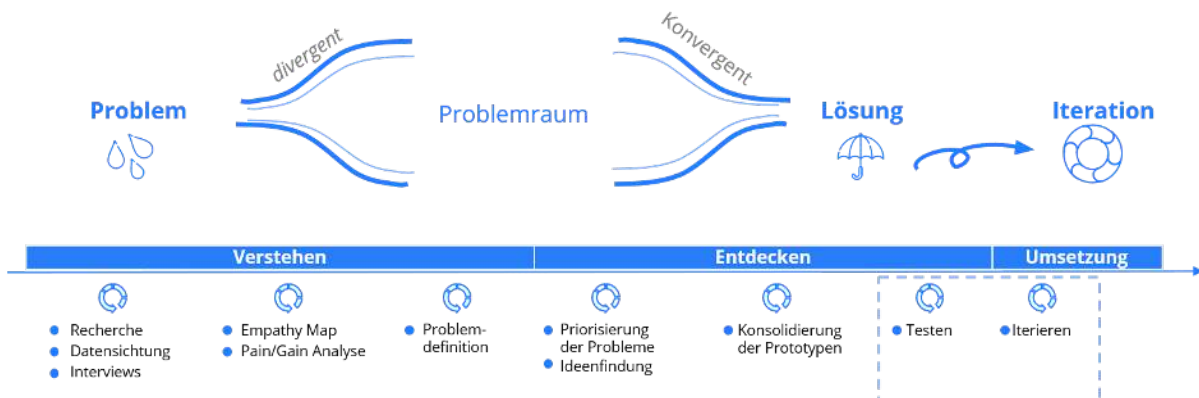
3

● — ● — ● — ●

5.3.2 Barrierefreiheit

Bei Entwicklung des Wegweisers hat das Team darauf geachtet, dass es Barrierefrei ist. Die Barrierefreiheit haben wir mit [WAVE-Web Accessibility Evaluation Tool](#) getestet. WAVE ist eine Kombination von Evaluations Werkzeugen, die dabei unterstützt, Web-Inhalte für Menschen mit Behinderungen besser zugänglich zu machen. WAVE kann viele Fehler in Bezug auf Zugänglichkeit und Zugänglichkeitsrichtlinien für Web-Inhalte (WCAG) identifizieren, erleichtert aber auch die Bewertung von Web-Inhalten durch Menschen.

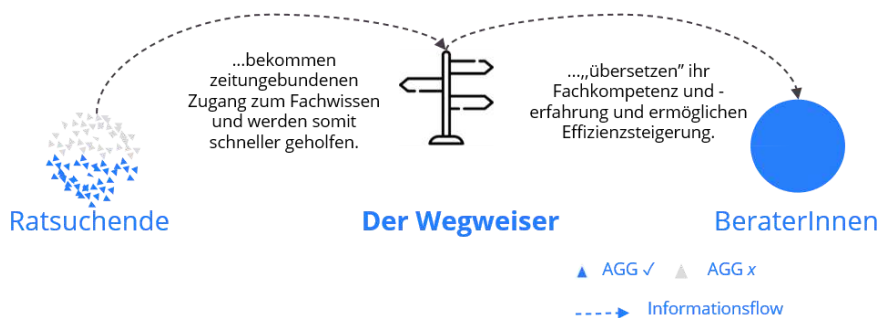
6 Der Wegweiser



Das Ergebnis der vorangegangenen Konzeptionsphase ist der Wegweiser in seiner aktuellen Form als MVP. (MVP-Minimum Viable Product: beschreibt einen Prototyp, der noch nicht vollständig, aber im Kern schon die zentralen Features des Produkts den NutzerInnen zur Verfügung stellt) Der folgende Abschnitt beschreibt die Funktionsweise, den technischen Aufbau und die Deployment Infrastruktur des Prototyps. Eine Auswahl von Optionen für eine Weiterentwicklung im Anschluss an das Fellowship führen wir in der nächsten Sektion aus.

6.1 Allgemein/Funktionsweise

Der Wegweiser führt die Ratsuchende über die Abfolge weniger Fragen zu einer individualisierten Ergebnisseite. In der aktuellen Variante des Prototyps geht es im Grunde darum, zwei Fragen zu klären: Erstens, fällt der Fall unter den Geltungsbereich des AGG. Zweitens, liegt der Vorfall nicht länger zurück als zwei Monate. Je nachdem welche Antworten ausgewählt werden, erhält die Ratsuchende eine Ersteinschätzung nach dem AGG, Empfehlungen für nächste Schritte oder einen Hinweis auf möglicherweise besser geeignete Beratungsstellen.



Der Wegweiser ersetzt nicht die Beratungsleistung der BeraterInnen der ADS. Er übersetzt den Teil der juristischen Einschätzung, der einer umfangreichen

Beratung vorgelagert ist, in eine digitale Lösung. Ratsuchende erhalten damit Informationen zu ihrem Diskriminierungsfall und eine Grundlage, auf deren nächste Schritte wie beispielsweise eine Kontaktaufnahme einleiten können.

Die erste Stufe des Wegweisers erfasst, für welches Merkmal die ratsuchende Person diskriminiert wurde. Zu den Auswahlmöglichkeiten zählen neben anderen *ethnische Herkunft / rassistische Diskriminierung*, *Alter* oder *Behinderung*. In einigen, wenigen Fällen folgt auf die erste Auswahl eine weitere, detaillierte Abfrage.

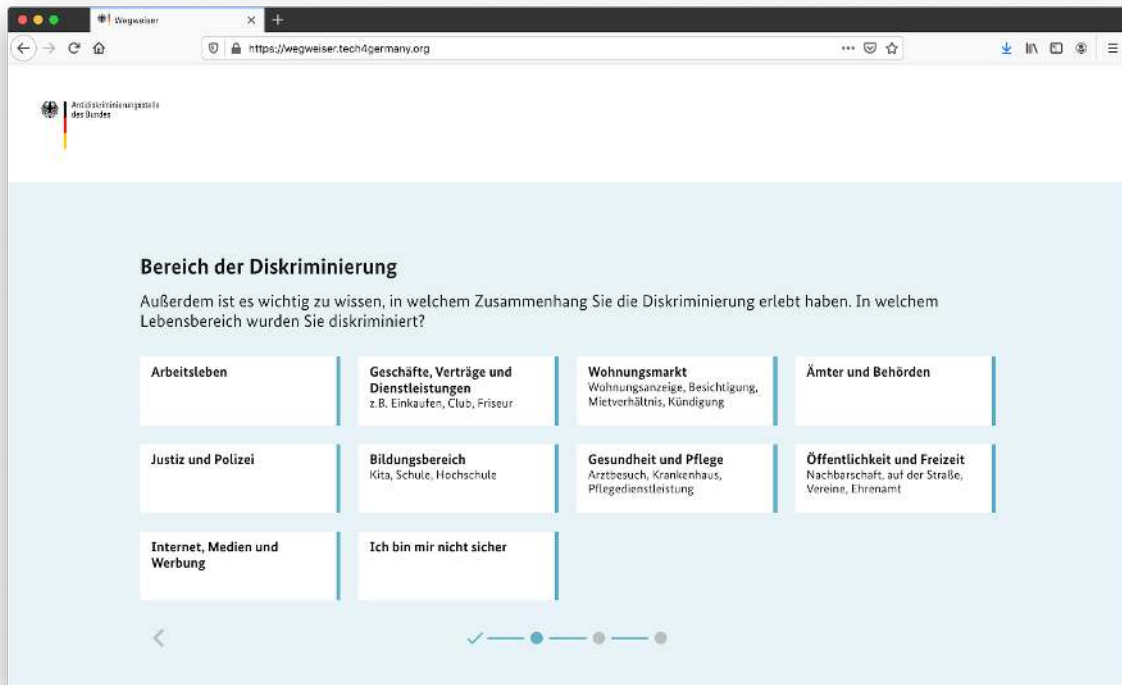
The screenshot shows a web browser window with the URL <https://wegweiser.tech4germany.org>. The page header includes the logo of the 'Antidiskriminierungsstelle des Bundes' (Federal Anti-Discrimination Office). The main heading is 'Grund der Diskriminierung' (Reason for Discrimination). Below the heading is a text prompt: 'Wir benötigen ein paar Angaben von Ihnen, um Ihren Fall richtig einordnen zu können. Welche Ursache vermuten Sie hinter der Diskriminierung. Also aus welchem Grund bzw. persönlichen Merkmal wurden Sie diskriminiert?' (We need a few details from you to be able to categorize your case correctly. Which cause do you suspect behind the discrimination. Also from what reason or personal characteristic were you discriminated against?).

The selection area consists of eight buttons arranged in two rows of four:

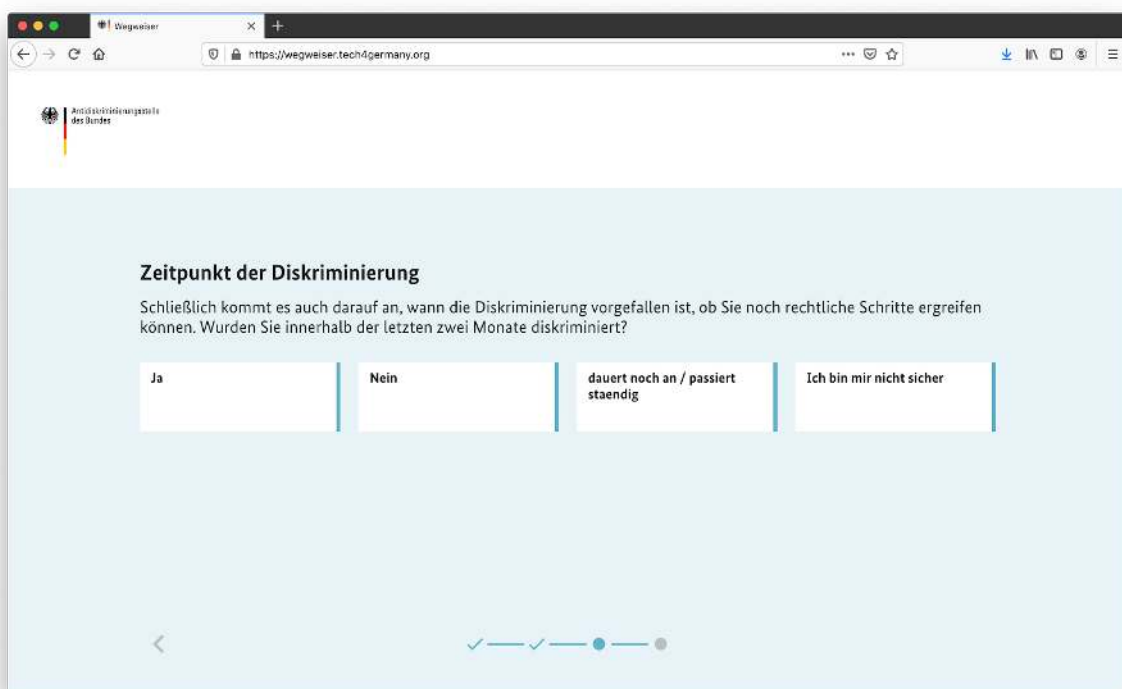
- Ethnische Herkunft / Rassistische Diskriminierung
- Religion / Weltanschauung
- Behinderung / chronische Krankheiten
- Alter
- Sexuelle Identität
- Geschlecht / Geschlechtsidentität
- Sozialer Status
z.B. Finanzen, Bildungsniveau, Sozialleistungen
- Sonstiges
Ich bin mir nicht sicher

At the bottom of the form, there is a progress indicator consisting of four dots, with the first dot on the left being filled, indicating the current step.

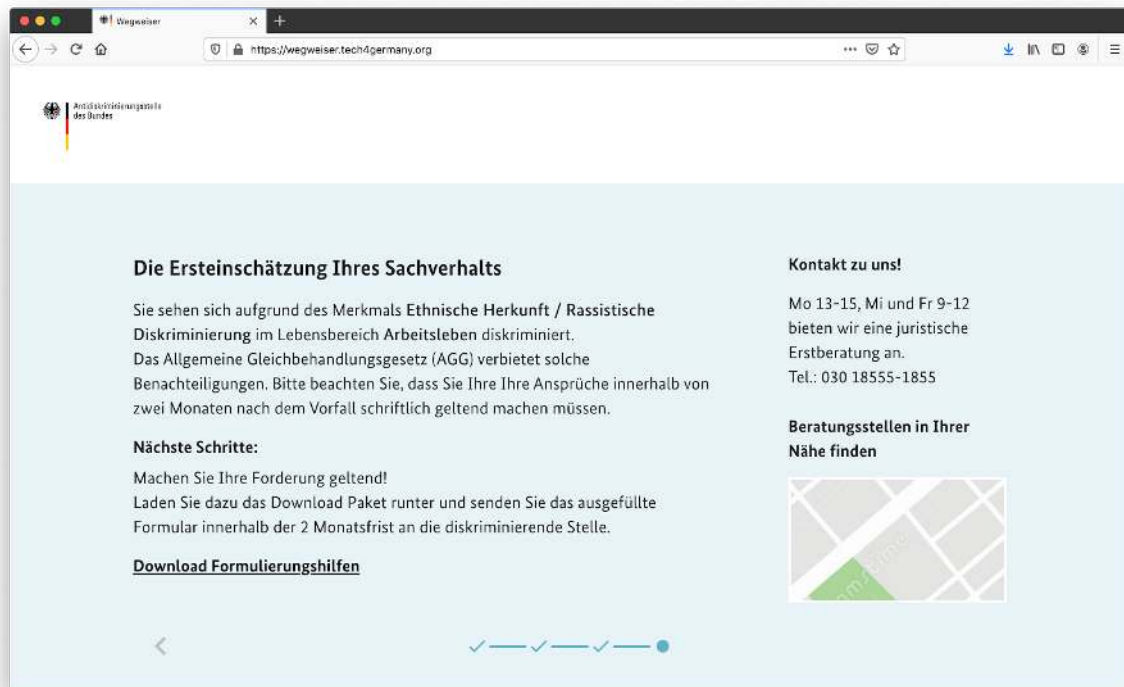
Die nächste Stufe widmet sich dem Lebensbereich, in dem die Diskriminierung geschehen ist. Dazu zählen beispielsweise das *Arbeitsleben*, *Ämter und Behörden* oder der *Gesundheitsbereich*. Auch hier gibts es für einzelne Bereiche eine zweite Detailfrage.



Stellt sich nach Abfrage von Merkmal und Lebensbereich heraus, dass der Vorfall unter das AGG fällt, wird nach dem Zeitpunkt der Diskriminierung gefragt. Im Anschluss erreicht die ratsuchende Person eine Ergebnisseite mit zugeschnittenen Informationen zu ihrem Fall. Falls der Vorfall nicht durch das AGG gedeckt ist, entfällt die Abfrage der Frist.



Die schrittweise Abfrage der Fallkonstellation löst eine Reihe an Herausforderungen. Ratsuchende werden informiert zu den Kompetenzen der ADS, zu ihrem individuellen Vorfall und zu möglichen nächsten Handlungsoptionen. Auf der anderen Seite erreichen weniger Anfragen die ADS, die weder durch das AGG abgedeckt sind noch die Kernkompetenzen der BeraterInnen benötigen.



6.2 Technische Entwicklung

Lange stand nicht fest in welchem Rahmen, der MVP technisch umgesetzt werden kann. Grundsätzlich bestand die Überlegung, den Wegweiser in der neuen Website der ADS zu integrieren. Die neue Webseite wird aktuell von einem externen Dienstleister, Materna, entwickelt. Unklar war daher, in welcher Form der Prototyp aus dem Fellowship an die Entwicklerteams von Materna übergeben werden kann. Letztlich fiel die Entscheidung auf eine Integration über einen iFrame. Ein iFrame ist eine gesetzte Box, in einer Website, die die Inhalte einer externen WebApp darstellen kann.

In der Folge ist der MVP als eine responsive WebApp entwickelt worden. Responsiv bedeutet, dass sich die Frontend Elemente an die Größe des Bildschirms anpassen. Damit ist auch eine Nutzung über das Mobiltelefon möglich. Umgesetzt ist das Frontend mit dem React Framework. React ermöglicht EntwicklerInnen die agile Implementierung moderner WebApps durch die Bereitstellung modularer Frontend Elemente, die effizient miteinander kommunizieren können und sich hierarchisch verknüpfen lassen. Der Code ist bis auf wenige Ausnahmen in Typescript geschrieben.

Da es keine Einbindung einer Datenbank gibt, verzichten wir auch auf ein Backend und spielen die Webapp serverless über AWS Amplify aus. Ein Backend ist dann notwendig, wenn die WebApp Daten speichert, löscht oder verändert. Die Daten, die der Prototyp für die Abfolge der Fragen benötigt, existieren als statische Files in der Codebase und können nicht über die Webapp manipuliert werden. Serverless bedeutet, dass der Prototyp in der aktuellen Form weder einen physischen Computer noch eine dedizierte Servereinheit benötigt. Der AWS Service Amplify übernimmt diesen Aspekt des Hostings und kümmert sich im Hintergrund um die notwendigen Ressourcen für einen reibungslosen Betrieb des Wegweisers. Der Code liegt in der Codedatenbank Github und ist öffentlich einsehbar. AWS Amplify kann direkt auf das Github Repository zugreifen und eine Weiterentwicklung des MVP somit automatisch erfassen und an die NutzerInnen ausspielen.

6.3 Features

Der MVP besteht im Grunde aus zwei Bestandteilen. Auf der einen Seite steht die Abfolge der Fragen, die eine erste Einschätzung des Falls ermöglichen soll. Auf der anderen Seite gibt es die Ergebnisseite. Im folgenden wird erst die Abfolge der Fragen, dann die Ergebnisseite besprochen.

Jeder Schritt in der Abfolge speist sich aus einer JSON-Datei, in der der Schritt beschrieben wird. Dazu zählen beispielsweise der Wortlaut der Frage, eine Erklärung und die möglichen Antwortoptionen. In der aktuellen Form hat die Ratsuchende nicht die Möglichkeit, in einem Schritt mehr als eine Option auszuwählen. Dabei beziehen sich aber einige der Diskriminierungsfälle auf mehr als ein Merkmal. Hier stellt sich die Frage, ob eine weitere Entwicklungsstufe des MVP eine Mehrfachauswahl verfügbar macht.

Nach jeder Auswahl erfolgen im Hintergrund zwei Abfragen. Zum einen wird ermittelt, ob sich aus der Antwort eine weitere Detailfrage ergibt. Wird beispielsweise das Merkmal *ethnische Herkunft / rassistische Diskriminierung* ausgewählt, wird eine zusätzliche Detailfrage zum Merkmal gestellt. Zum anderen prüft ein Skript, ob der Fall durch die Antwort AGG-relevant bleibt. Ist das nicht der Fall, verschwindet die Frage nach der Frist aus der Abfolge. Durch einen Zurück-Button hat die NutzerIn zu jedem Zeitpunkt die Möglichkeit, sich in der Abfolge der Fragen rückwärts zu bewegen und eine früher getroffene Antwort zu ändern.

Der zweite zentrale Mechanismus des MVP umfasst die Ergebnisseite. Die Ergebnisseite besteht aus vier Elementen, die sich je nach den ausgewählten Antworten unterschiedlich ausgestalten. Das erste Element ist ein Infotext, der die Ersteinschätzung des Falls wiedergibt. Hier wird unter anderem darauf hingewiesen, dass ein Fall AGG-relevant ist oder sich noch innerhalb der gesetzlichen Frist befindet. Das zweite Element ist eine Downloadoption für relevante Formulierungsvorlagen und Informationsbroschüren. In der aktuellen Ausbaustufe des MVP ist die Downloadoption nicht nach konkreter Fallkonstellation differenziert und auch nur in AGG-relevanten

Fällen verfügbar. Ob die Ratsuchende das Merkmal *Alter* oder *Behinderung* auswählt, hat keinen Einfluss auf den Link zu den Downloads. Das dritte Element beinhaltet notwendige Informationen, um mit der ADS Kontakt aufzunehmen. Die jetzige Ausbaustufe weist dabei aber nur auf die Anrufzeiten der Telefon-Hotline hin. In einer weiteren Entwicklungsstufe ließe sich beispielsweise auch ein Link zu dem Kontaktformular einbinden. Der Hinweis auf eine mögliche Kontaktaufnahme ist aktuell in allen Fallkonstellationen gegeben. Das letzte Element ist eine Verlinkung auf die Liste der deutschlandweiten Beratungsstellen für Diskriminierungsfälle. Aktuell muss die NutzerIn auch hier wieder die Suchmaske mit den relevanten Informationen befüllen. Für eine weitere Ausbaustufe ist angedacht, dass die Antworten aus dem Wegweiser die Liste der Beratungsstellen vorfiltern.

7 Nächste Schritte

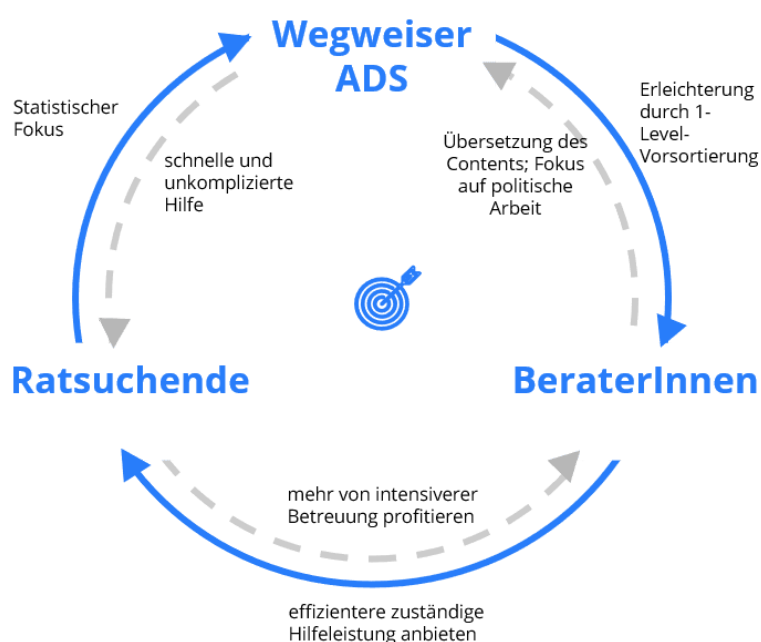
Der aktuelle Entwicklungsstand des Wegweisers ist nutzbar und entspricht das Prinzip des minimalen überlebensfähigen Produktes (MVP). In diesem Abschnitt werden weitere Schritte sowie übergreifende Produktvision des Projektes bzw. des Produktes beschrieben, wenn wir mehr Zeit gehabt hätten. Außerdem werden auch sonstige Empfehlungen bzgl. Funktionalitäten, Design- sowie Technische Aspekten geschildert.

7.1 Zukünftige Vision

Wie stellen wir uns das Produkt vor? Das Ziel einer Formulierung unserer Produktvision ist, dass ein gemeinsames Ziel formuliert wird, das einerseits genügend Richtung vorgibt, aber andererseits noch ausreichend Spielraum für Kreativität ermöglicht.

Der Wegweiser soll alle Ratsuchende unterstützen, schnell und von den öffnungszeiten unabhängig Informationen sowie eine Einschätzung ihres Falls zu erhalten. Die BeraterInnen der ADS werden dabei entlastet, indem Ratsuchende vor der direkten Kontaktaufnahme Informationen und Handlungsanweisungen erhalten. Somit ist der Wegweiser ein abfragegeleitetes, maßgeschneidertes Informationsportal, welches von schneller Fallmeldung bis hin zu Werkzeuge zum Selbsthandeln anbietet. Die Essenz für die Ratsuchende ist dabei die schnelle, zeitungebundene und unkomplizierte Hilfe, die sie aktuell leider nicht bekommen. Mit dem Produkt werden idealerweise die

Ratsuchenden an die Hand genommen und die BeraterInnen entlastet.



Die Grafik verdeutlicht noch einmal, dass der Wegweiser das Ökosystem schließt. Wir wollen alle Ratsuchenden unterstützen, schnell und intuitive Informationen und Handlungsempfehlungen zu erhalten. Die BeraterInnen der ADS werden damit entlastet und können ihre Kernkompetenzen

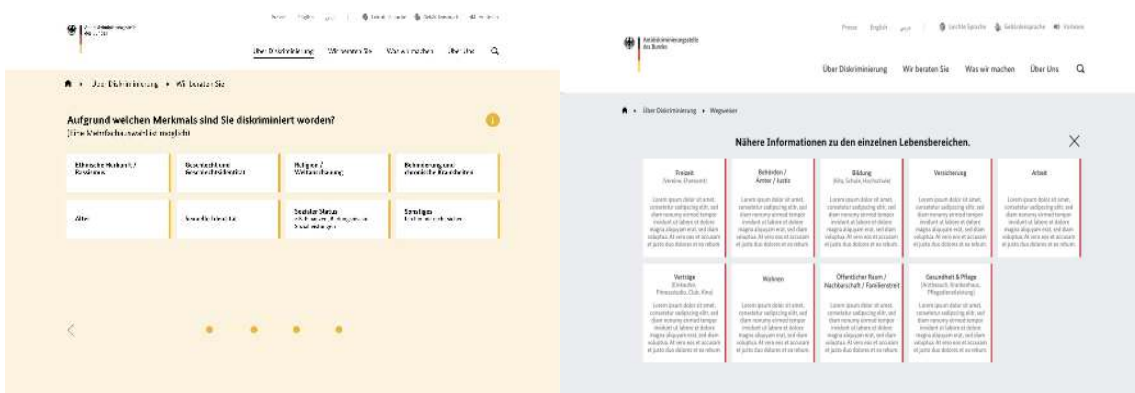
effizienter einsetzen, und somit können sie wiederum den Ratsuchenden intensivere Betreuung und Hilfeleistung gewährleisten.

7.2 Bsp. Weitere Funktionalitäten

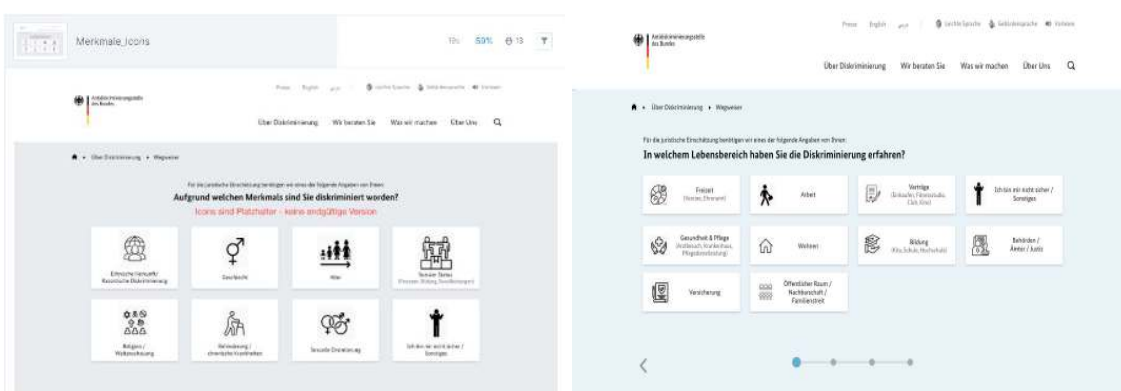
Um der Produktvision näher zu kommen, sind noch einige Funktionalitäten notwendig. Außerdem werden auch weitere Erkenntnisse bzgl. weiteren Funktionalitäten in diesem Abschnitt dokumentiert.

7.2.1 Design

- Zusatzinformationen zu den einzelnen Bereichen sollten ergänzt werden, es wäre eine der Möglichkeiten, die Informationen direkt an die Auswahlbereiche anzupinnen, jedoch kann dies bei der Mobilen Anwendung schnell kompliziert werden. Eine andere Möglichkeit, wie Informationen zu den einzelnen Bereichen zur Verfügung gestellt werden kann, sehen sie auf den Bildern.



- Bei unseren durchgeführten Präferenztest ergab die Frage wie die Bereiche dargestellt werden sollen, das die bevorzugte Darstellungsform der Lebens- &



Merkmalbereiche die ist, die mit einem Icon versehen sind. Es hilft den Nutzern die Texte mit einer Bildendarstellung / Piktogramm zu unterstützen, damit sie die gesuchten Bereiche leichter finden.

- Es ist sehr wichtig, die richtige Ansprache zu finden, da es sich um inhaltlich komplexe Themen handelt, aber nicht jeder über die gleichen Fachkenntnisse und die gleiche Ausdrucksweise verfügt. Hier gibt es zwei Unterscheidungen:

1. Versteht der Nutzer die Inhalte
2. Erreiche ich den Nutzer mit meiner Tonalität

Zu 1. Die Inhalte also das Wording sollten quantitativ getestet werden. Ziel des Tests ist es herauszufinden, ob sich die Betroffenen in dem genutzten Merkmalsbereich wieder finden. Dies sollte am besten mit vielen Teilnehmern, ca. 100 Personen, durchgeführt werden. Dabei sollten die Probanden ca. 15-20 Fälle kategorisieren. Hier wäre es wichtig, auch den demographischen Hintergrund der Teilnehmer abzufragen, um die Erkenntnisse besser kategorisieren zu können.

Zu 2. Es ist wichtig, den Nutzer nicht abzuschrecken, indem ich hochkomplexe Texte mit juristischen Fachausdrücken nutze. Der Nutzer sollte mit einer einfachen und informativen Sprache angesprochen und informiert werden. Zudem ergaben die Nutzertest, dass sich die Nutzer bei Ihren Diskriminierungsfällen etwas mehr Empathie in den Texten wünschen.

Unter den folgenden Links finden sie einige Beispiele zu den best practices:

- <https://content-guide.18f.gov/>
 - <https://civilrights.justice.gov/>
 - <https://18f.gsa.gov/2020/07/07/transforming-how-dojs-civil-rights-division-engages-with-the-public/>
- Um die Barrierefreiheit zu gewährleisten, wäre es wichtig, auch die Mehrsprachigkeit zu berücksichtigen und das Umschalten zwischen den Sprachen ermöglichen.
 - Im Arbeitsalltag kommt man leicht in den Zustand, dass man denkt, man weiss ganz genau was der Nutzer möchte. Jedoch ist es immer sehr wichtig, sich zu erinnern, dass man nicht der Nutzer ist und der aktive Austausch erforderlich ist. Aus diesem Grund ist es auch notwendig, immer wieder zu testen, testen und nochmal testen, um herauszufinden was die Nutzer brauchen.

7.2.1 Technik

Über weitere Entwicklungsstufen im Design sind auch zusätzliche, technische Funktionalitäten denkbar.

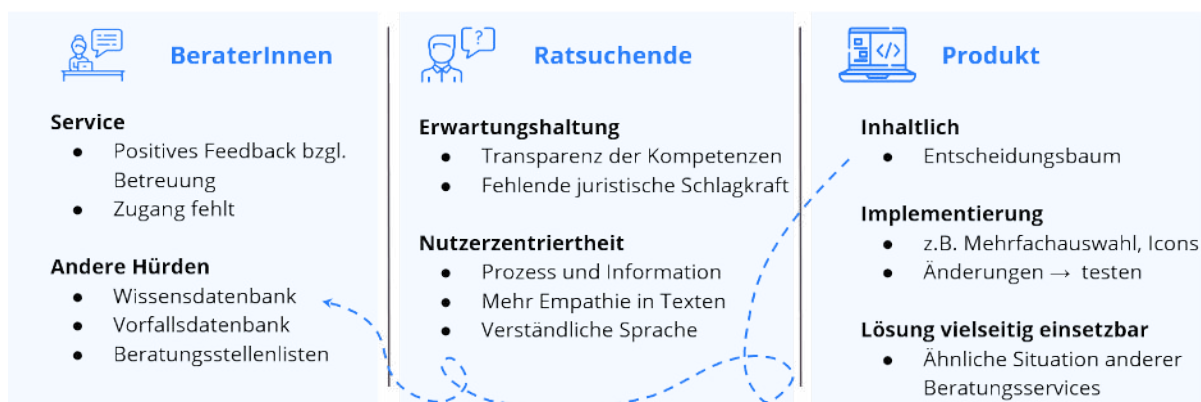
- Für die ADS sind Fälle nicht im Zusammenhang mit Beratungsleistungen interessant. Das Erfassen möglichst vieler Vorfälle würde helfen, ein besseres Verständnis der Verbreitung von Diskriminierung zu entwickeln und würde auch die politische Arbeit mit Evidenz unterstützen. Daher ist ein Feature denkbar, das

es Ratsuchende erlaubt, ihren Fall ohne Inanspruchnahme einer Beratung zu melden.

- Der Prototype in seiner aktuellen Form erlaubt es Ratsuchenden, über einen Link das Kontaktformular aufzurufen. Das Formular berücksichtigt dabei nicht die Antworten aus dem Wegweiser. In einer weiteren Ausbaustufe könnte man die Antworten nutzen, um den das Formular zumindest teilweise vorzubereiten.
- Aktuell hat die ratsuchende Person nur die Möglichkeit, über einen generischen Link Formulierungshilfen und Informationsbroschüren rauszusuchen. Ein neues Feature könnte es Ratsuchenden erlauben, Formulierungshilfen bereits online auszufüllen und dann versandfertig herunterzuladen.
- Der Prototyp in seiner aktuellen Form erlaubt es Ratsuchenden nicht, telefonisch Kontakt aufzunehmen zu den Berater:innen. Für eine weitere Ausbaustufe wäre es denkbar, ein Buchungssystem für Telefonberatungen anzubieten.

7.3 Sonstige Empfehlungen

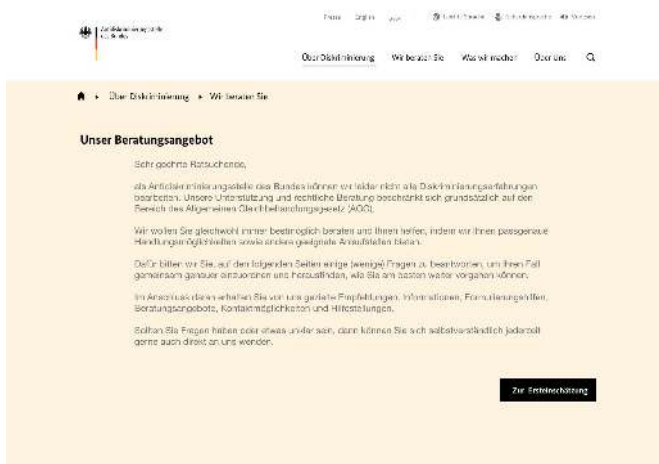
Mit diesen Empfehlungen wird die Vision, die hinter dem Wegweiser steckt, aufgezeigt und auch auf Problemfelder eingegangen, die das Team während unserer Recherchen herausgefunden hat.



- Sie haben ein tolles, kompetentes Team an BeraterInnen (und auch alle anderen Beteiligten, mit denen wir sprechen durften), die sehr viel positives Feedback bei den Nutzerinterviews erhalten haben. Jedoch fehlt den Nutzern der Zugang zu diesen Fachkompetenzen. Hier ist es wichtig, dass der Zugang erleichtert und transparenter gemacht wird.
- Bei den internen Arbeitsabläufen wäre es wichtig, dass das vorhandene Wissen der ADS Mitarbeiter nicht verloren gehen. Diese sollten durch eine Wissensdatenbank festgehalten und für internen Austausch zugänglich gemacht werden.
- Der Vorfallsdatenbank erschwert es, effizient zu arbeiten. Es sind viele manuelle und unhandliche Prozesse, die Zeit kosten. Hier wäre es notwendig, z.B. den Manuellen Übertrag in die Datenbank zu automatisieren oder den Prozessstatus

einsehbar und bearbeitbar zu machen. Nähere Informationen zu den Herausforderungen finden Sie in dem Anhang 7a.

- Die Beratungsstellen Liste ist unvollständig und es ist nicht einsehbar welche Kompetenzen die einzelnen Beratungsstellen haben. Eine vollständige Liste mit detaillierten Informationen zu den Beratungsangeboten, würde einen großen Nutzen für den Wegweiser und den Nutzern bringen.
- Um Frust und Enttäuschung bei den Ratsuchenden so gering wie möglich zu halten, ist es notwendig, die Ratsuchenden transparent über die Kompetenzen der ADS zu informieren. Die Ratsuchenden sehen die ADS als die höchste Instanz, an die Sie sich im Falle einer Diskriminierung wenden können und sehen nicht ganz, in welchem gesetzlichen Rahmen sich die ADS bewegen muss. Deshalb wäre es wichtig kurz und sehr übersichtlich über Kompetenzen zu informieren. Als Bsp. siehe Bild → wir hatten bei unseren Nutzertest zwei Versionen. Einmal keine Information zu den Zuständigkeitsbereichen von ADS und einmal mit Informationen. Die Nutzer waren weniger enttäuscht, wenn sie als Ergebnissseite bei dem Wegweiser einen Verweis an eine andere Beratungsstelle erhalten haben. Dies soll nicht bedeuten, dass so ein Text dem Wegweiser vorgeschaltet werden sollte, aber dass die Einstiegsseite, über die die Nutzer kommen, informativ sein muss, um die Erwartungshaltung zu managen.
- Inhaltlich sollte an dem Entscheidungsbaum weiter gearbeitet werden und



dieser kann in weitere Verzweigungen unterteilt werden mit den passenden Ergebnissen zu den jeweiligen Fällen.

- Der Wegweiser stellt einen Beratungskanal zwischen den Ratsuchenden und den BeraterInnen dar. Indem die BeraterInnen ihr Fachwissen in den Wegweiser einarbeiten, geben sie vielen Ratsuchenden die Möglichkeit, von Ihren

Fachkompetenzen zu profitieren. Dieser Ansatz der Beratung kann auch im BMFSFJ zur Anwendung kommen, da das Ministerium auch sehr viel Beratung in verschiedenen Bereichen anbietet.

8 Methodenteil

Im Laufe des Projektes wurden verschiedene Techniken und v. a. agile Methoden verwendet, die aus den Werten und Prinzipien des Manifests in die Praxis herauskristallisiert wurden. Dazu zählen die allgemeine Methoden, der Ablauf solcher agilen Projekte, wie agiles Projektmanagement funktioniert und wie wir als Team mit der initialen Herausforderung vorangegangen sind. Um diesen Hauptteil der Dokumentation übersichtlich zu behalten, sind die Methodischen Beschreibungen im *Methodenanhang* beigefügt. Diese schildert im Detail, wie das Projekt im Allgemeinen verlaufen ist.

9 Danksagung, Team & Kontakt



Wir möchten uns an dieser Stelle bei allen Beteiligten an diesem Projekt bedanken. Besonders hervorzuheben sind dabei unsere Projektpartner an der Antidiskriminierungsstelle des Bundes (ADS). Ebenfalls geht der Dank an das Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend und deren aktive Teilnehmer, die stets an uns geglaubt haben und uns unterstützt haben. Unser Dank geht dabei vor allem an Herrn Daniel Scherr und Frau Dr. Anna Braunroth von der ADS, die uns als Digitallotsen

bzw. Projektleiterin mit Rat und Tat zur Seite standen und ihr bestes gegeben haben, damit wir uns so schnell und effektiv wie möglich fortbewegen konnten. Außerdem möchten wir uns bei allen Personen bedanken, die für Expert*innen-, Nutzer*innen-, Berater*innen, Tester*innen und Stakeholder-Interviews zur Verfügung standen, die wertvollen Input für unser Projekt geleistet haben.



Jingyi Lisa Zhang
Product Fellow
jingyi-lisa.zhang@tech4germany.org



Ben Gläser
Engineering Fellow
ben.glaeser@tech4germany.org



Steffi Güthling
Design Fellow
steffi.guethling@tech4germany.org



Neslihan Kilic
Design Fellow
neslihan.kilic@tech4germany.org



Dr. Anna Braunroth
Projektleiterin
Antidiskriminierungsstelle des Bundes



Daniel Scherr
Digitallotse
Antidiskriminierungsstelle des Bundes

