



Mittelstand 4.0
Kompetenzzentrum
Usability



Status Quo: UUX trifft Unternehmensstrategie

**Methoden und Wege zur Etablierung
langfristig erfolgreicher UUX-Prozesse
in der Praxis**

Mittelstand-
Digital 

Gefördert durch:



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Energie

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	02
Grußwort	03
Einleitung	04
1 Erfolge erreichen und kommunizieren	06
2 Professionelle Arbeit braucht professionelle Schulung	14
3 Berührungspunkte für UUX schaffen	20
4 Erfolge nachweisen und kommunizieren	26
5 UUX als Unternehmensstrategie	30
6 Produktentwicklung	34
7 Community	40
8 Rollen und agiles Team	44
Mittelstand Digital	48
Redaktion	49
Notizen	50
Impressum	52

Grußwort

Die **Digitalisierung und neue Technologien**, wie beispielsweise Künstliche Intelligenz (KI), fordern kleine und mittlere Unternehmen in Deutschland heraus.

Um digital veränderte und erweiterte Arbeit erfolgreich zu gestalten, ist es notwendig, dass digitale Produkte und Dienstleistungen einfach nutzbar sind und positiv erlebt werden können. So lassen sich **Produktivität, Kund*innen-zufriedenheit und Kund*innenbindung erreichen**.

Möglich ist dies mit Methoden zur Gestaltung von Usability und User Experience (kurz: UUX).

Das **Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum Usability** wurde gegründet, um sich gemeinsam mit kleinen und mittleren Unternehmen diesen Herausforderungen zu stellen. Die vorliegende Themenbroschüre soll Ihnen dabei einen kurzen Überblick über **unsere Erfahrungen und Diskussionen mit kleinen und mittelgroßen Unternehmen** zum Thema „UUX als Bestandteil der Unternehmensstrategie“ liefern. Wir freuen uns, bei unseren Veranstaltungen, Messeständen oder über unsere Webseite mit Ihnen in Kontakt zu treten.

Um mehr über unser Angebot zu erfahren, besuchen Sie uns auf:

www.kompetenzzentrum-usability.digital



Prof. Dr. Michael Burmester
Konsortialleitung des
Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrums Usability

Einleitung

Seit einigen Jahren veranstaltet das Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum Usability eine **Workshop-Reihe** auf der jährlich stattfindenden Konferenz „Mensch und Computer“ zum Thema, wie Usability und User-Experience (**UUX**) **Methodik in der Praxis angewandt** werden kann. Das Hauptaugenmerk liegt dabei auf kleinen und mittelgroßen Unternehmen (KMU).

Im Laufe der Zeit sind hier **viele Ideen und Ansätze** diskutiert und zusammengetragen worden, mit welchen Maßnahmen **UUX in Unternehmensroutinen verankert** werden kann und welche positiven Erfahrungen Unternehmen bei der Einführung von UUX-Prozessen gemacht haben. Dabei ist die Anwendung von UUX-Methoden allein kein Erfolgsrezept – mindestens genauso wichtig ist die **Etablierung in unternehmenseigenen Prozessen** sowie das **menschentrierte UUX-Mindset**, d. h. die menschlichen Bedürfnisse in Entwicklungsprozessen von digitalen Produkten in den Vordergrund zu stellen.

Das vorliegende Dokument soll UUX-Professionals, aber auch interessierten Praktiker*innen und Führungskräften aus Unternehmen **Anregungen und Ideen zur Förderung der UUX-Themen im Unternehmen** liefern. Es erhebt dabei keinen Anspruch auf Vollständigkeit, und nicht alle hier vorgestellten Ideen sind für alle Unternehmen gleichermaßen geeignet.

Vielmehr soll es **inspirieren** und durch Checklisten und Reflexionsfragen dazu anregen, die **eigene Position zu überdenken** und sinnvolle Folgeschritte zu planen.

1 Erfolge erreichen und kommunizieren

1 · 1 Hintergrund

Damit der Wert von UUX-Geschäftsmodellen, -Philosophien und -Maßnahmen deutlich wird, muss deren **Erfolg strategisch und klar kommuniziert werden**.

Nur so wird bei den internen (Mitarbeitenden) und externen Stakeholdern (Kund*innen) klar, wie wichtig UUX für den zukünftigen Unternehmenserfolg ist.

Viele **Unternehmenserfolge** können auf die konsequente **Einhaltung von mensch-zentrierter Denkweise** und Anwendung von UUX-Methoden zurückgeführt werden. Konkret trägt das dazu bei, dass UUX und die dazu gehörigen Methoden in den oberen Unternehmenshierarchien zukünftig stärker eingeplant und priorisiert werden.

Folgende Maßnahmen unterstützen diese Aspekte:

- » Marketing und Unternehmenskommunikation miteinbeziehen
- » Firmeninterne Weiterbildungsveranstaltungen
- » Quick-Win-Präsentationen im C-Level-Management
- » Leuchtturmprojekte zu strategisch wichtigen Themen
- » Quantifizierte Erfolge (als Kennzahlen) kommunizieren
- » Unternehmensinterne Kommunikationskanäle aktiv bespielen

1 · 2 Marketing und Unternehmenskommunikation miteinbeziehen

Derzeit sind **UUX-Abteilungen oft auf sich gestellt**, wenn es darum geht, den Wert ihrer Arbeit zu bewerben. Dies gilt sowohl intern für die Mitarbeiter*innen, als auch extern für die Kund*innen.

Es gibt jedoch mit **Marketing und Unternehmenskommunikation** Abteilungen, die diese Aufgaben unterstützen können und sollten. Die beiden Abteilungen verfügen

über die spezifische Expertise, die genutzt werden kann, um UUX besser zu positionieren. So geht es darum, die Kund*innen stärker auf die **Vorzüge von UUX im Produkt** aufmerksam zu machen.

Beispielsweise kann **durch gute Usability Zeit gespart** werden. Diesen Nutzen können und sollten Unternehmen **als Produktmerkmal bewerben**. Sowohl intern als auch extern kann die Unternehmenskommunikation das mit Produktinformations-E-Mails o. ä. bewerben. Durch diese Maßnahmen wird die Akzeptanz von UUX erhöht und den Anwender*innen der Nutzen klargemacht.

Reflexion UUX versucht Nutzende zu unterstützen und bringt dabei einen Mehrwert für diese. Primär ist es also kein Marketingtool. Marketingabteilungen müssen den Mehrwert von UUX aber verstehen, um diese Produktdetails bewerben zu können.

1 · 3 **Firmeninterne Weiterbildungsveranstaltungen**

Menschzentrierte Denkweisen sollten in einem Unternehmen nicht alleine einer Abteilung vorbehalten bleiben. Entwicklungsabteilungen und andere Bereiche können die UUX-Methoden, wie beispielsweise Design-Thinking-**Workshops, selbst in internen Weiterbildungsveranstaltungen erleben** und für die eigenen Ziele nutzen.

Dadurch wird der **Mehrwert dieser Methoden** für das Unternehmen in vielen unterschiedlichen Köpfen verankert – wie es auch der Design-Thinking-Denkweise mit ihrer **interdisziplinären Herangehensweise** entspricht.

1 Erfolge erreichen und kommunizieren

1 · 4 Quick-Win-Präsentationen für das obere Management

Um UUX besser zu etablieren, sollten nicht nur die Geschäftsführung, die eine wichtige Rolle bei der Etablierung von UUX im Unternehmen hat, sondern auch **alle Mitarbeitenden mit einbezogen werden** und über den Erfolg von UUX-Maßnahmen informiert werden.

Zu diesem Zweck können UUX-Expert*innen **regelmäßig kurze Vorträge zu Erfolgsgeschichten** (sogenannte Quick-Win-Präsentation) von UUX bei fachfremden Abteilungen und Teams durchführen. Hierbei geht es explizit nicht darum, beim gehobenen Management für UUX zu werben, sondern auf diesem Weg in der Breite des Unternehmens **für Unterstützung zu sorgen**.

Reflexion Eine derartige Aufgliederung in verschiedene Managementebenen findet sich erst bei mittelgroßen Unternehmen. In kleineren Unternehmen ist es gleichermaßen wichtig, in der Breite des Unternehmens für Unterstützung zu sorgen – dann bei allen Mitarbeitenden gleichermaßen.

1 · 5 Leuchtturmprojekte zu strategisch wichtigen Themen

Leuchtturmprojekte haben, wie der Name schon sagt, einen weithin sichtbaren Charakter. Das bedeutet, dass sie im Unternehmen **Signalwirkung erzeugen** und allen Mitarbeitenden zeigen, wenn etwas positiv gelaufen ist. Sie stehen dabei **sinnbildlich für den Unternehmenserfolg** und die Richtung, in die das Unternehmen steuert. Die Geschäftsleitung könnte daher strategisch **interessante und erfolgreiche UUX-Projekte auswählen** und sie als sogenannte Leuchtturmprojekte identifizieren und kommunizieren.

1 · 6 Quantifizierte Erfolge (als Kennzahlen) kommunizieren

Der einfachste Weg, um Erfolg zu messen, ist über **quantitative Kennzahlen** (siehe auch 4 · 2 „Quantitative Erfassungsmethoden“). Diese lassen sich sehr einfach kommunizieren und leuchten Mitarbeiter*innen und Kund*innen schnell ein.

Sind UUX-Projekte erfolgreich, sollte dieser **Erfolg auch quantifiziert kommuniziert** werden, um den Mitarbeiter*innen und Kund*innen klarzumachen, wie viel Wert in der Methode steckt. Dies **erhöht die Akzeptanz** und macht es möglich, UUX auch mit anderen Aktivitäten im Unternehmen zu vergleichen.

1 · 7 Unternehmensinterne Kommunikationskanäle aktiv bespielen

Um **UUX als Wertschöpfungsquelle zu verankern**, reicht es nicht aus, dass die UUX-Abteilung einen guten Job macht. Wie bei allen disruptiven Entwicklungen muss dies auch kommuniziert und verbreitet werden.

Unternehmensinterne Kanäle bieten dazu die optimale Möglichkeit. Gemeinsam mit der Unternehmenskommunikation hat die UUX-Abteilung daher die Aufgabe, diese **Kanäle zu nutzen und Erfolge zu kommunizieren**.

Als Beispiel lassen sich die internen sozialen Netzwerke, interne Rundmails, aber auch physische Events wie das wöchentliche Update-Meeting nennen. Es bietet sich an, hierfür einen **strategischen Plan zu entwerfen** und diesen **konsequent umzusetzen**.

1 Erfolge erreichen und kommunizieren

Status-Check

1 **Stehen bei uns Marketing und Unternehmenskommunikation schon heute im Austausch mit der UX-Abteilung?**

ja

nein

Auf welcher Hierarchieebene?

Führungsebene

Mitarbeiterenebene

alle Ebenen

Wie findet der Austausch statt?

regelmäßig

informell

Sollte der Austausch intensiviert werden?

ja

nein

Wenn ja: Wie könnte der Austausch intensiviert werden?

andere Personenkreise

häufigere Frequenz

intensivere Treffen

strategische Offsite-Treffen

oder

2 **Quantifizieren und kommunizieren wir Erfolge?**

ja

nein

Gibt es Kennzahlen?

ja nein

Welche Kennzahlen gibt es?

Sind diese aus Ihrer Sicht sinnvoll und überzeugend?

Welche weiteren Kennzahlen wären denkbar?

Was würden wir dafür benötigen?

Auf welche Art und Weise werden Erfolge kommuniziert?

Druckmedium Intranet Mailing
Infoplakate oder

1 **Erfolge erreichen und kommunizieren**

Status-Check

Wen erreichen wir auf diesem Kommunikationsweg?

3 **Gibt es firmeninterne Weiterbildungsveranstaltungen aus dem UUX-Umfeld?**

Wie viele und welche Art von Veranstaltungen finden statt?

Welcher Teilnehmer*innenkreis ist bei den Veranstaltungen involviert?

Welchen Prozentsatz der an der Entwicklung beteiligten Mitarbeitenden erreichen wir damit?



**Professionelle
Arbeit braucht
professionelle
Schulung**

2 Professionelle Arbeit braucht professionelle Schulung

2·1 Hintergrund

Um **UUX zu verstehen** und zu verinnerlichen, müssen Mitarbeitende **sich damit auseinandersetzen** und Kernbegriffe kennen. Bisher reicht das oft nicht über das Bereitstellen von Flugblättern hinaus.

Wie in anderen Bereichen üblich, **bieten Schulungen** die notwendige und **optimale Grundlage**, um dieses Ziel zu erreichen. Etablierte Vorgehensweisen, die innerhalb des Unternehmens als Blaupause dienen und wiederverwendet werden können, helfen dabei, den **Aufwand zu verringern** und **Qualitätsstandards hochzuhalten**.

Vertriebskolleg*innen bestmöglich schulen (Vertriebsmaterial) im Consulting-Kontext

Mit HR zusammenarbeiten, um HCD-Sichtweise bereits bei Einstellung einzufordern bzw. abzufragen – oder im Onboarding konkret darauf eingehen (Weiterbildungsmaßnahme direkt am Anfang).

2·2 Vertriebskolleg*innen bestmöglich schulen

Um **UUX** besser im Unternehmen zu verankern, muss es ein fester **Bestandteil des Geschäftsmodells** und damit auch des Produkts sein. Denn nur so kann es auch seinen Wert entfalten.

Gleichzeitig hat UUX einen **großen Wert für das Produkt**, denn hohe Usability und positive User Experience machen das Produkt besser, kurzum: UUX **erhöht den Unternehmenserfolg**. Der Verkauf von Produkten und die Verwertung der

Produkteigenschaften ist Aufgabe des Vertriebs. Vertriebsmitarbeitende kennen sich jedoch in der Regel nicht mit UUX aus.

Um die **Vorzüge von UUX vermarkten** zu können, ist es aber wichtig, dass Vertriebsmitarbeitende UUX genauso gut verstehen, wie sie andere Produkteigenschaften kennen. Daher muss sich die Unternehmensführung zur Aufgabe machen, den Vertrieb in diesem Bereich zu schulen.

Zudem ist es sinnvoll, **professionelles Vertriebsmaterial hinsichtlich der UUX-Eigenschaften** bereitzustellen. Diese Aufgaben können UUX- und Personalabteilungen gemeinsam übernehmen und so UUX stärker im Unternehmen verankern.

2 · 3 **Mit der Personalabteilung zusammenarbeiten**

Um die menschenzentrierte Denkweise neuen Mitarbeitenden von ihrem ersten Arbeitstag an nahezubringen, bietet sich eine **Zusammenarbeit mit der Personalabteilung** an.

Sofern eine derartige Sichtweise nicht bereits ohnehin vorhanden ist, kann sie im Rahmen der bei **Neueinstellungen** häufig vereinbarten **Schulungsmaßnahmen** erreicht werden. Es ist am einfachsten, neuen Mitarbeitenden UUX-Prozesse von Anfang an nahezubringen, um sie direkt in dieser **Arbeitsweise zu verankern**.

2 Professionelle Arbeit braucht professionelle Schulung

2·4 Vorgehensweisen etablieren und wiederverwenden

Bei der Umsetzung eines menschenzentrierten Gestaltungsprozesses liegen **hohe Aufwände in Details versteckt**, beispielsweise:

- » bei der Arbeit mit Teilnehmenden an Untersuchungen,
- » Fragestellungen des Datenschutzes, der Ethik und der Proband*innenrekrutierung.

Eine **Vereinheitlichung** dieser Prozesse (z. B. „Research-Ops“ oder „DesignOps“) führt zu einer **Entlastung der Mitarbeitenden** von Standardaufgaben und gleichzeitig zu einer Erhöhung der allgemeinen Qualität der UUX-Arbeiten.

Reflexion Standardisierung ist erst ab einer bestimmten Unternehmensgröße sinnvoll – für kleine Unternehmen ist der Aufwand zu hoch.

Status-Check

1 Welche Schulungen haben unsere Mitarbeitenden im Hinblick auf UUX in den letzten drei Jahren erhalten?

2 Gibt es einen festen Schulungskatalog oder Weiterbildungskonzepte hinsichtlich UUX?

ja nein

3 Spielt die Thematik UUX bei Neueinstellungen eine Rolle (auch bei fachfremden Bereichen wie Vertrieb, Marketing)?

ja nein

Wird der aktuelle Stand der neuen Mitarbeitenden aufgenommen?

ja nein

Wurde ein Schulungskonzept entworfen?

ja nein

Werden neue Mitarbeiter, beispielsweise in Form von Trainingstagen, mit UUX-Themen in Verbindung gebracht?

ja nein

2 Professionelle Arbeit braucht professionelle Schulung

Status-Check

4 Fördern wir Weiterbildung in Eigeninitiative?

ja nein

5 Welche Maßnahmen können wir einführen, um die Schulung von UUX zu verbessern?

kurzfristig

mittelfristig

langfristig

6 Haben wir unternehmensinterne Standards für UUX?

ja nein

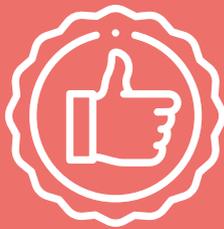
7 Wissen wir, wo wir im Hinblick auf UUX stehen und was die nächsten Schritte hin zur Etablierung von UUX sind?

Ein guter Anhaltspunkt dazu: Der Usability Reifegradtest des UIG e.V.

ja nein

8 Müssen sich Mitarbeitende rechtfertigen, wenn sie Arbeitszeit zum UUX-Netzwerken verwenden?

ja nein



**Berührungspunkte
für UUX schaffen**

3 Berührungspunkte für UUX schaffen

3 · 1 Hintergrund

Um UUX zu etablieren, ist es wichtig, dass die **Arbeit der UUX-Professionals** und UUX im Allgemeinen im Unternehmen **sichtbar und erfahrbar** gemacht wird.

Um dies zu gewährleisten, gilt es neue Berührungspunkte mit der UUX-Arbeit im Unternehmen zu schaffen.

Ziel ist es, für die Arbeit von UUX-Professionals **unternehmensintern zu werben**.

Durch die **direkte Erfahrung** von UUX-Einrichtungen (z. B. Labore), Methoden (z. B. Persona), von wirtschaftlichem Mehrwert von UUX für das Unternehmen (z. B. Erfolgsgeschichten) oder einem Einblick in die Nutzung von Anwendungen (z. B. Videos aus Tests, siehe Punkt 3 · 5 „Highlight-Videos“) kann dies ermöglicht werden.

Die eingeladenen Mitarbeiter*innen werden so **für UUX sensibilisiert** und sind eher bereit, UUX in eigene Unternehmensprozesse zu integrieren.

Interne Kolleg*innen als Zuschauende und/oder Zuhörende bei Nutzungskontextinterviews und Usability-Tests einladen.

„UUX Day(s)“ veranstalten, um Lab, UUX, CX allen (interessierten) Mitarbeiter*innen zu präsentieren, die sonst nie Kontakt mit HCD haben.

Personas sichtbar machen (agil oder klassisch als Pappaufsteller, Poster, etc.).

„Die Nutzenden“ präsent(er) im Unternehmen machen: z. B. mit kurzen Mini-Highlights-Videos so oft wie möglich Reaktionen aus UUX-Tests an alle Stakeholder verschicken.

3 · 2 Interne Veranstaltungen

Eine Möglichkeit auf die Arbeit der UUX-Professionals im Unternehmen aufmerksam zu machen, sind **interne Veranstaltungen**, bei denen die UUX-Professionals ihre Arbeit UUX-fremden Abteilungen

präsentieren. Dies kann durch **interne „UUX Days“** oder einen **„Tag der offenen Tür“** geschehen, bei denen UUX-Labore (sofern vorhanden) oder Design-Thinking-Räumen allen Mitarbeitenden offenstehen.

Dies trägt dazu bei, dass **Hemmschwellen und Unsicherheiten abgebaut** werden und das Wissen über menschenzentriertes Design steigt.

Reflexion Dies ist vor allem für größere Unternehmen geeignet, bei denen nicht mehr alle unternehmensinternen Gruppen bekannt sind.

3 · 3 **Personas sichtbar machen**

Eine menschenzentrierte Ausrichtung kann auch so im Unternehmen vermittelt werden, dass **die Nutzenden** mit Ihren Eigenschaften, Wünschen und Aktivitäten **für alle transparent** gemacht werden.

Personas werden häufig im Rahmen von Projekten entwickelt und stellen dann die Menschen, die das Produkt nutzen werden, **anschaulich und konkret dar**.

Eine Möglichkeit ist, dass Personas **als lebensgroße Pappaufsteller oder Poster ausgestellt** werden und damit Gruppen von Nutzenden „greifbar“ gemacht werden. Sie könnten beispielsweise in der Kantine oder in der Eingangshalle zur Schau gestellt werden. So werden die **relevanten Gruppen von Nutzenden** für alle im Unternehmen **gegenwärtig** und

3 Berührungspunkte für UUX schaffen

können verdeutlichen, dass die Entwicklung der jeweiligen Produkte oder Dienstleistungen auf bestimmte Nutzende zentriert ist.

Das schafft zum einen Transparenz, da besser bekannt wird, was die **Arbeitsergebnisse der UUX-Abteilung** sein können. Zum anderen wird aber auch für andere Projekte sichtbar, wo der **Mehrwert der menschenzentrierten Denkweise** liegt und wie solche Personas dazu beitragen können, die Entwicklung stärker an den Menschen auszurichten.

3 · 4 Beteiligung an UUX-Aktivitäten

Einen Schritt weiter geht die Idee, die Mitarbeitenden in Unternehmen direkt an UUX-Aktivitäten zu beteiligen.

So können **Vertretende z. B. aus Softwareabteilungen** an Contextual Inquiries (d. h. Beobachtungen, verbunden mit Interviews vor Ort am Arbeitsplatz von zukünftigen Nutzenden, die in die Entwicklung eines Systems einfließen) vor Ort **als Beobachtende** oder sogar bis zu einem gewissen Grad als **aktive Interviewende** beteiligt werden.

Sehr beeindruckend ist auch, wenn „**live**“ **Usability-Tests** beobachtet werden können. Interessanterweise scheint der Eindruck sogar stärker zu sein, wenn es „live“ geschieht und nicht asynchron über ein Video.

Diese Maßnahmen vermitteln sehr direkt und für viele Teilnehmende beeindruckend die **Perspektive der Nutzenden**. Der **intensive Eindruck** kommt vermutlich durch die hohe

Authentizität zustande: „Ich habe es selbst gesehen.“

3 · 5 **Highlight-Videos**

Aufzeichnungen aus UUX-Aktivitäten können so aufbereitet werden, dass ein **kompakter Einblick** in die Arbeit mit den Nutzenden geboten wird.

Diese Highlight-Videos zeigen besonders **prägnante Situationen oder Äußerungen von Nutzenden**, die demonstrieren sollen, wie deren Perspektive aussieht, und dass eine Applikation entsprechend gestaltet oder optimiert werden sollte.

Reflexion Solche Videos können problematisch sein, da sie leicht die Anonymität der Nutzenden und damit den Datenschutz verletzen können.

Dies ist besonders brisant, wenn es sich um unternehmensinterne Nutzende handelt. Daher stellt sich immer die Frage: Beachten wir den Schutz personenbezogener Daten bei der Weiterverwendung von UUX-Ergebnissen?

3 **Berührungspunkte für UUX schaffen** **Status-Check**

- 1 **Wie kommen unsere Mitarbeiter*innen mit UUX in unserem Unternehmen in Berührung?**

Gibt es zeitliche Fixpunkte (z. B. Veranstaltungen), an denen UUX eine wichtige Rolle spielt?

ja nein

Gibt es örtliche Fixpunkte (z. B. eine Plakatausstellung) zu UUX?

ja nein

Gibt es digitale Fixpunkte (z. B. ein ansprechender Intranet-Auftritt, ein Wiki, eine Diskussionsgruppe)?

ja nein

- 2 **Wie groß sind die Einstiegshürden?**
Kann jeder einfach Kontakt / Zugriff erhalten?



**Erfolge nachweisen
und kommunizieren**

4 Erfolge nachweisen und kommunizieren

4 · 1 Hintergrund

Trotz des erwiesenermaßen großen Nutzens von UUX-Methoden und mensch-zentrierter Gestaltung wird oft erwähnt, wie schwer fassbar dieser für die Beteiligten ist. Dies liegt daran, dass eine **erhöhte UUX das ganze Produkt verbessert**, dieser Qualitätssprung aber oft nicht so offensichtlich ist wie ein funktionales Feature. **Erfolge durch UUX** sind damit **schwer nachweisbar** und lassen sich schlechter kommunizieren.

Quantitative Methoden:

Erfolge quantitativ sichtbar machen, z. B. einen UEQ-Score von Nutzenden iterativ erfassen und als Datenvisualisierung aufbereiten und im Unternehmen verbreiten.

4 · 2 Quantitative Erfassungsmethoden

Als ein sehr effektives Mittel, um den Nutzen von UUX-Methoden zu vermitteln, gilt die **Darstellung quantitativer Daten aus UUX-Aktivitäten**. Das Management ist häufig zahlengetrieben und arbeitet mit KPIs (Key Performance Indicators/Leistungsindikatoren). Es soll gezeigt werden, dass UUX-Methoden tatsächlich Effekte erzeugen, die z. B. die Qualität des Produkts erhöhen.

Für diese Zwecke werden häufig **standardisierte UUX-Fragebogeninstrumente** (z. B. UEQ, AttrakDiff, MeCUE, SUS etc.) genutzt, da diese sich leicht in Studien einsetzen lassen und dann leicht darstellbare Ergebnisse erzielen.

Quantitative Daten lassen sich auch aus Beobachtungen generieren. Es können z. B. **Indikatoren für Effektivität** (z. B. Anteil von Testaufgaben, bei denen das Aufgabenziel erreicht wurde) oder **Effizienz** (z. B. Aufgabenbearbeitungszeit oder Fehlerraten) genutzt werden.

Reflexion Damit solche Darstellungen aussagekräftig sind, müssen nicht nur Instrumente eingesetzt werden, sondern auch entsprechende Untersuchungsdesigns gewählt werden, wie z. B. A/B-Tests zum Vergleich des eigenen Produkts mit denen von Mitbewerbenden oder aber Vorher-Nachher-Tests, um zu zeigen, dass UUX-Methoden ein bestehendes Produkt verbessert haben.

4 Erfolge nachweisen und kommunizieren

Status-Check

- 1 Welche quantitativen Methoden für die Messung von UUX-Nutzen haben wir in der Vergangenheit verwendet?

Wie haben wir die Zahlen, die wir erhalten haben, eingeordnet und zu welchen Ergebnissen in Bezug gesetzt?

Verfolgen wir bestimmte quantitative Werte regelmäßig?

ja nein

- 2 Wissen wir genug über quantitative Methoden für die Messung von UUX-Nutzen, um sie verwenden zu können?

ja nein



UUX als Unter- nehmensstrategie

5 UUX als Unternehmensstrategie

5 · 1 Hintergrund

UUX als Unternehmensstrategie zielt darauf ab, dass **menschzentrierte Gestaltung** nicht nur eine Vorgehensweise einer Fachabteilung ist, sondern **als eine Geschäftsstrategie verankert** werden muss. Nur dann werden notwendige Ressourcen für UUX im Unternehmen selbstverständlich zur Verfügung gestellt, und der **Mehrwert von UUX** kann sich ganz **entfalten**.

Dazu gehört, dass menschzentrierte Gestaltung als Unternehmensziel verankert ist. **UUX wird zur Selbstverständlichkeit** bei der Entwicklung von Produkten und Dienstleistungen. Die Umsetzung ist jedoch komplex und erfordert eine stringente Umsetzung der anderen Cluster.

5 · 2 UUX-Strategie

Ziel ist die **nachhaltige Involvierung von UUX in die allgemeine Geschäftsstrategie**. Das bedeutet, dass UUX in allen Bereichen etabliert ist und beispielsweise genauso wichtig ist wie die Entwicklung neuer Produktfunktionalitäten.

Zu diesem Zweck muss zunächst die **UUX-Strategie verdeutlicht werden**. Hier gilt es die Frage zu klären, welche Ziele durch eine solche Strategie gesetzt werden und wie UUX in die allgemeine Geschäftsstrategie integriert werden kann. Dazu gehört auch, dass festgelegt wird, wie UUX-Innovations- und UUX-Entwicklungsprozesse im Unternehmen eingeführt werden und wie sich dies auf nicht direkt involvierte Abteilungen wie Vertrieb, Marketing oder Human Resources auswirkt.

Status-Check

- 1 **Haben wir eine UUX-Strategie mit spezifischen Zielen entwickelt?**
ja nein

- 2 **Können wir UUX-Ziele messen und die UUX-Strategie damit evaluieren?**
ja nein

- 3 **Haben wir diese Ziele mit den Zielen unserer allgemeinen Geschäftsstrategie abgeglichen?**
ja nein

- 4 **Wer befasst sich bei uns im Unternehmen mit UX, und wer mit strategischen Fragestellungen?**

Kennen sich diese Leute? Sprechen sie miteinander und stimmen sie die Ziele miteinander ab?

Wie können wir die Zusammenarbeit intensivieren?

5 UUX als Unternehmensstrategie Status-Check

Kann ich den Mehrwert von UUX auf die Unternehmensentwicklung beschreiben?

ja nein

Gibt es Beispiele aus unserem Unternehmen aus der Vergangenheit, in denen UUX für die strategische Unternehmensentwicklung eine wichtige Rolle gespielt hat?

ja nein

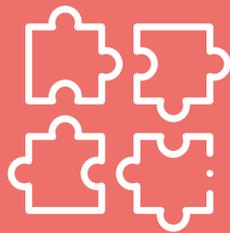
Wenn ja, welche?

Haben wir für unser Unternehmen Werte definiert, hinter denen wir stehen wollen?

ja nein

Sind diese Werte für UUX, Produktinnovation, strategische Unternehmensentwicklung und Vertrieb gleichermaßen gültig?

ja nein



Produktentwicklung

6 Produktentwicklung

6 · 1 Hintergrund

Die Produktentwicklung ist ein zentraler Bestandteil der Wertschöpfung von Unternehmen, und ebenso der zentrale Unternehmensbereich, in dem **UUX-Strategien besonders nutzbringend** eingesetzt werden können.

Gleichzeitig lässt der in der Produktentwicklung **üblicherweise vorhandene Zeitdruck** oft eine Konzentration auf vermeintliche Nebenkriegsschauplätze wie die menschenzentrierte Gestaltung nicht zu. Um so wichtiger ist es, dass UUX-Aktivitäten auch hier **als strategische Gestaltungskomponente** verstanden werden.

Personas sichtbar machen (agil oder klassisch als Pappaufsteller, Poster etc.).

Für das Produkt festhalten, wie UX sein soll. Woran erkennen wir, dass die UX so ist? Info im Backlog verankern, sodass die Items auch nach UX-Einflüssen sortiert werden können.

6 · 2 Personas stärker integrieren

Personas sind ein **abstraktes Abbild von Nutzenden** des eigenen Produkts (siehe Kapitel 3 · 3 „Personas sichtbar machen“). Die **Nähe zu Nutzenden und das Verständnis** dieser Nutzenden sind essentiell für die UUX-Strategie.

Eine konkrete Möglichkeit, UUX-Mitarbeitenden nahbar zu gestalten, sind **lebensgroße Pappaufsteller oder Poster**, aufgestellt an frequentierten Bereichen im Unternehmen. Diese sichtbar gemachten Personas werden nicht nur als

Überzeugungsmedium im Unternehmen genutzt, sondern auch als Verdeutlichung der Gruppen von Nutzenden für Gestalter*innen und Entwickler*innen.

So kann sichergestellt werden, dass **die Nutzenden tagtäglich** bei der Arbeit an Konzepten und bei den Gestaltungsentscheidungen **gegenwärtig sind**.

Reflexion Eine solche Maßnahme kann zu einer gelebten Zentrierung auf die Nutzenden beitragen. Risikoreich ist jedoch die Annahme, dass diese Maßnahme ausreicht. Das gesamte Gestaltungs- und Entwicklungsteam sowie alle Mitarbeiter*innen müssen das UUX-Mindset verinnerlicht haben und es umsetzen. Dies ist nur durch eine Kombination von Maßnahmen möglich.

6 · 3 Erstellen von UUX-Zielen bzw. Nutzungsanforderungen

Durch Maßnahmen innerhalb des menschenzentrierten Gestaltungsprozesses müssen zunächst **Nutzungserfordernisse erhoben** und dann **in Nutzungsanforderungen übersetzt** werden.

Es lassen zudem noch **UUX-Ziele festlegen**, d. h. Qualitätsziele, die sich **qualitativ oder quantitativ erfassen** lassen und deren Erreichen in Evaluationsstudien geprüft werden kann. Nutzungsanforderungen und UUX-Ziele sollen bei agilem Entwicklungsvorgehen **im Backlog erfasst** werden, sodass diese **bei der Sprint-Planung berücksichtigt** werden können.

6 Produktentwicklung Status-Check

1 Welche konkreten Maßnahmen haben wir in der Produktentwicklung umgesetzt?

2 Wie gestalten wir unsere Produktentwicklungs-Roadmap?

Stehen rein funktionelle oder UUX-Produkteigenschaften im Fokus? Ist eine Balance sinnvoll?

3 Wenn ich mir ganz konkret das letzte Produktentwicklungsprojekt, in dem ich tiefer eingebunden war, wieder in Erinnerung rufe:

Welche Rollen haben UUX-Aspekte in diesem Projekt gespielt?

Wie frühzeitig wurden die Anforderungen der Nutzenden aufgenommen? Wurden die Anforderungen wiederholt erfasst oder nur einmalig?

Wie hat es mit der „menschzentrierten Denkweise“ über das Projektteam hinweg funktioniert?

Was würde ich – aus UUX-Gesichtspunkten – bei einem neuen Projekt anders machen?

6 Produktentwicklung

Status-Check

4 Wie werden UUX-Maßnahmen in der Produktentwicklung bei mir im Unternehmen wertgeschätzt?

5 Erfahre ich positives Feedback, wenn ich UUX-Maßnahmen in den Produktentwicklungsprozess einbringe?

7 Community

7 · 1 Hintergrund

UUX muss in Unternehmen oft erst etabliert oder weiter ausgebaut werden.

Häufig finden sich in verschiedenen Bereichen eines Unternehmens **Personen, die das Thema vorantreiben** oder sich dafür interessieren.

Wenn die UUX-Professionals und UUX-Interessierende sich in einem Unternehmen und vielleicht auch **mit externen Zusammenschlüssen** (wie z. B. der [German UPA e. V.](#), dem Berufsverband für User Experience und Usability Professionals, oder dem [UIG e. V.](#), dem Verband „Usability und User Experience in Germany“) verbinden, dann fällt das viel leichter. **Austausch von Ideen und Anregungen helfen** dann allen Angehörigen der „UUX-Community“.

Als überzeugter UUX-Profi Mitstreiter*innen suchen und einen „Community“-Effekt erzeugen.

Interne Testevents organisieren (analog zu Usability-Testessen).

7 · 2 Community-Effekt

UUX-Kompetenz kann im Unternehmen **breit verteilt** werden. Wenngleich es schön ist, Spezialist*innen dafür zu haben, so ist es darüber hinaus wichtig, dass das menschenzentrierte Mindset von vielen Personen geteilt wird.

Ein **Zusammenhalt der menschenzentrierten Denkenden** kann über verschiedene

Community-Aktivitäten gefördert werden, beispielsweise UUX-(Mittags-)-Stammtische oder ähnliches.

So können bei neuen Projekten einfach Mitstreitende gesucht und gefunden werden.

7 · 3 **Interne UX-Events**

Auch die **Durchführung von UX-Events** rein intern (z. B. interne UX-Testessen) mit (am aktuellen Projekt unbeteiligten) Unternehmensmitarbeitenden kann dazu führen, dass die **Sichtbarkeit erhöht** und die Identifikation mit dem Themenfeld verstärkt wird.

In Abgrenzung zur Schaffung neuer Berührungspunkte, führen interne UUX-Events auch zu einem **Gemeinschafts-erlebnis**. Dieses fördert die Fokussierung auf UUX-Ziele.

7 Community Status-Check

- 1 Haben wir das Gefühl, dass sich alle mit dem menschenzentrierten Gestaltungsparadigma identifizieren?

ja nein

- 2 Habe ich im Unternehmen Anlaufstellen, um mich mit UUX-interessierten Mitarbeitenden zu vernetzen?

ja nein

- 3 Gibt es bei uns im Unternehmen mehrere Personen, die sich mit UUX-Themen beschäftigen?

ja nein

Wie eng sind diese Personen vernetzt?

Sind wir offen und einladend auch anderen Abteilungen gegenüber, wenn sie dort Personen mit der Thematik beschäftigen (wollen)?

ja nein

- 4 Gibt es dedizierte UUX-Events?

ja nein



Rollen und agiles Team

8 Rollen und agiles Team

Hintergrund

Häufig stellt sich die Frage, wie der menschenzentrierte Gestaltungsprozess und agile Arbeitsweisen miteinander in Einklang gebracht werden. Gerade in agilen Teams ist es besonders wichtig, dass das **UUX-Mindset von allen Teammitgliedern getragen** wird.

Dazu kann beitragen, wenn ein UUX-Professional im agilen Team verankert wird und **UUX-Aufgaben in das Backlog** (die geplanten Produkterweiterungen) aufgenommen werden.

Gleichzeitig sollte jedoch auch das gesamte **Team in den UUX-Prozess miteinbezogen** werden.

Reflexion Die Einführung von agilen Teams hängt von der Größe und Art des Unternehmens und des Produkts ab. Wir empfehlen jedoch diese Umsetzung, da so Nutzende stärker im Fokus der Entwicklung stehen.

UX-Professional fest in agilen Teams verankern und Arbeit im Backlog planen. Der Rest des Teams kann dabei helfen.

Status-Check

1 Wie sind unsere Entwicklungsteams aufgebaut?

Haben wir UUX-Professionals in den
Produktentwicklungsteams?

ja nein

2 Arbeiten wir agil?

ja nein

Wenn ja, wie ergänzen sich Agilität und
menschzentriertes Denken?

8 Rollen und agiles Team

Status-Check

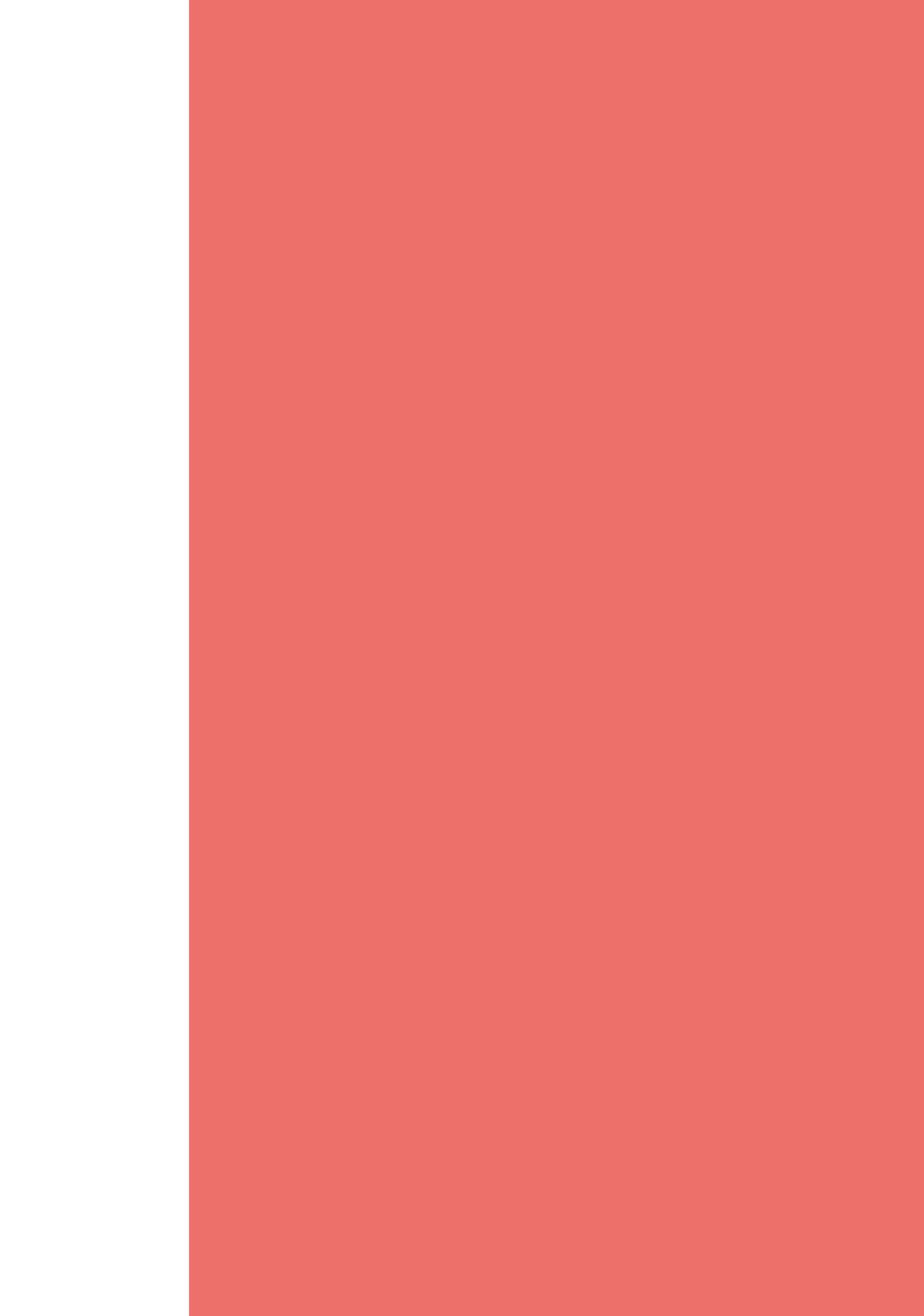
**Gibt es Konfliktpotenzial in unseren agilen Teams zwischen UUX-Professionals und dem Team?
Wie lösen wir es?**

Haben UUX-Themen einen festen Platz im Backlog?

ja nein

Ist die menschenzentrierte Denkweise im kompletten agilen Team präsent?

ja nein



Mittelstand Digital

Mittelstand-Digital informiert kleine und mittlere Unternehmen über die Chancen und Herausforderungen der Digitalisierung.

Die geförderten **Kompetenzzentren helfen mit Expert*innenwissen**, Demonstrationszentren, Best-Practice-Beispielen sowie Netzwerken, die dem Erfahrungsaustausch dienen.

Das **Bundesministerium für Wirtschaft und Energie** (BMWi) ermöglicht die **kostenfreie Nutzung aller Angebote** von Mittelstand-Digital. Der **DLR Projektträger** begleitet im Auftrag des BMWi die Kompetenzzentren fachlich und sorgt für eine bedarfs- und mittelstandsgerechte Umsetzung der Angebote. Das wissenschaftliche **Institut für Infrastruktur und Kommunikationsdienste (WIK)** unterstützt mit wissenschaftlicher Begleitung, Vernetzung und Öffentlichkeitsarbeit.

Weitere Informationen finden Sie unter:
www.mittelstand-digital.de

Gefördert durch:



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Energie



Mittelstand 4.0
Kompetenzzentrum
Usability

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

Mittelstand-
Digital



Mittelstand
4.0-Kompe-
tenzzentrum
Usability

Ivo Benke vom Karlsruher Institut für Technologie (KIT) betreut das Kompetenzzentrum Usability im Raum Karlsruhe. Er kümmert sich um die Bedarfserhebung von Mittelständler*innen rund um UUX und erforscht Potenziale für digitale Kollaboration und Zusammenarbeit. Ivo Benke studierte am KIT Wirtschaftsingenieurwesen und promoviert dort im Bereich Wirtschaftsinformatik.

i.benke@kompetenzzentrum-usability.digital



Mittelstand
4.0-Kompe-
tenzzentrum
Usability

Prof. Dr. Michael Burmester von der Hochschule der Medien in Stuttgart ist der Koordinator des Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrums Usability. Zudem befasst er sich im Themenschwerpunkt „Innovation und Arbeit der Zukunft“ mit der Gestaltung digitaler Produkte und Systeme für Arbeitsplätze, sodass arbeitende Personen sich in ihrer Arbeit als wirksam, Zusammenarbeit mit anderen positiv und ihre Arbeit als bedeutsam und sinnvoll erleben können.

m.burmester@kompetenzzentrum-usability.digital



Mittelstand
4.0-Kompe-
tenzzentrum
Usability

Doris Janssen befasst sich im Kompetenzzentrum Usability insbesondere mit Umsetzungs- und Pilotprojekten zum Thema UUX-Methodik und Kreativität. Ein weiterer Schwerpunkt ihrer Arbeit stellt die Umsetzung von menschenzentrierten und menschengerechten Informations- und KI-Systemen dar. Sie ist wissenschaftliche Mitarbeiterin im Team User Experience am Fraunhofer-Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation in Stuttgart. Zuvor studierte sie Wirtschaftsinformatik an der DHBW Stuttgart und der Universität Bamberg.

d.janssen@kompetenzzentrum-usability.digital

Notizen



Impressum

Herausgebende

Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum Usability, V. i. S. d. P.:
Ivo Benke, Michael Burmester, Doris Janssen

Weiteres

Titelseite: You X Ventures – Unsplash
Icons: Freepik – Flaticon
Layout: Milena Velić

Stand: 03/2021, Stuttgart