

# Industry UX ist cool

## Erfahrungen über den Wechsel vom Web zur Industrie UX

Isabella Fröhlich

Siemens AG - I DT MC R&D SDC7, Benzstr. 1, 71272 Renningen, isabella.froehlich@siemens.com

Susanne Hanst

proALPHA Software GmbH, Auf dem Immel 8, 67685 Weilerbach, susanne.hanst@proalpha.de

### Abstract

Wir berichten über das, was passiert, wenn man als Usability Verantwortliche vom timeboxed scrum-getriebenen Web zur Industrie wechselt. Dies ist spannend, komplex und ungewollt entschleunigend. Wir stehen vor neuen und ungewohnten Herausforderungen, die wir gerne teilen. Zugleich hoffen wir auf Austausch unter den Usability Kollegen im Industrie Umfeld.

In diesem Beitrag werden die Erfahrungen zweier ehemaliger Web-Usability Experten geschildert, die sich die Shopfloor- und ERP-Welt erobern. Es werden die Punkte genannt, die uns am meisten irritieren und inspirieren.

### Keywords

Industry UX, Web, Wechsel, Collaboration, Strategie

### Hintergrund

Wir kamen vor ca. 2 Jahren zur Industrie aus dem klassischen Web-Umfeld. Unser Web-Mantra war: „Fail fast, fail often“. Den Luxus des Web-Umfelds haben wir rückblickend sehr genossen. Genauer gesagt heißt das: ein vorhandenes Usability-Team, ein zusätzliches Design-Team, kleine Scrum-Teams in 2-Wochen-Taktung, mit täglichen Releases und vor allem: 5 Millionen Anwender pro Monat, schnell abrufbar für Usability Research. Zum Beispiel war es kein Problem für uns einen Usability Test oder eine Kundenumfrage innerhalb einer Woche mit validen Ergebnissen durchzuführen.

### Motivation

Die Entscheidung sich vom Web weg, hin zur Industrie, zu bewegen war von vielen Wünschen geprägt. Allen voran sich mit komplexeren größeren Nutzungslandschaften auseinanderzusetzen. All das Spannende und Abwechslungsreiche, was ein Wechsel der inhaltlichen Domäne mit sich bringt, war verlockend: andere Nutzer, neue Aufgaben und Kontexte, sowie andere Produkte und Teams. Große Neugier hatten wir, was die Usability Prozesse, Methoden und Artefakte in der Industrie angeht. Zu entdecken wie es um den Usability Reifegrad der Industrie bestellt ist und wie dieser sich auf die

internen Erwartungen an die Usability Rolle auswirkt, schien uns eine große spannende Herausforderung - ein brandneues Feld.

## Neue Zielgruppe: Industrie Nutzer - dankbar & noch genügsam

Ein Web-Anwender hat die absolute Kontrolle, denn mit einem Klick ist er weg und bei der Konkurrenz. Daher sind im Web-Umfeld Ästhetik und Modernität des Angebots entscheidend - sowie Usability als feste Anforderung gesetzt. Der Industrie Bereich hingegen hat Nutzer, die täglich mit einem vorgegebenen Produkt Geld verdienen und harte Vorgaben erreichen müssen. Das gesetzte Produkt ist oftmals mit kritischen Geschäftsprozessen stark verwoben. Es gibt für diese Nutzerschaft im Arbeitsalltag keine schnelle Alternative. Daher handelt es sich hier um - zumindest derzeit - noch genügsame Nutzer.

Unserer Erfahrung nach sind diese Nutzer extrem erfreut auf Usability Verantwortliche zu treffen, die sich darum kümmern sein Leben leichter zu machen. Für diese Nutzer gilt es echte Mehrwerte zu finden, die Zeit sparen beim Einlernen und im täglichen Arbeiten, sowie Handlungskompetenz im Umgang mit der Hard- bzw. Software aufbauen. Wir bemerken in Gesprächen, dass der Business-Nutzer mit reinen Facelifts nicht viel anfangen kann. Gleichzeitig formen Ansprüche und Ästhetik - erfahren aus dem eigenen privaten Alltag heraus - immer stärker die Erwartungshaltung in Bezug auf das Produkt mit dem er arbeitet. Zudem hat sich ein Wandel vollzogen: Früher war die Arbeitsausstattung in den Firmen stets aktuell und modern. Mittlerweile kämpft man in der Industrie mit scheinbar antiquierten IT-Themen, wie z.B. der Support-Einstellung von Microsoft XP [Microsoft, 2014]. Die privaten Haushalte hingegen bleiben durch ihre modernen Endgeräte und stetigen Software-Updates, z.B. bei den Browsern oder mobilen Endgeräten, immer aktuell. So werden Themen wie „bring your own device“ (BYOD) nicht nur auf Veranstaltungen wie der CeBIT [CeBIT, 2014] unter dem Aspekt der Datensicherheit, heiß diskutiert. Aus dieser Entwicklung baut sich Druck hinsichtlich besserer Usability (und auch Design) auf. Usability ist auch im Industrieumfeld zunehmend ein Argument für Kaufentscheidungen.

## Neuer Kontext: Der lange Weg zum Nutzer

Verwöhnt im Web von Umfrage-Ergebnissen in sieben Tagen, wurden wir in der neuen Situation unfreiwillig erst einmal entschleunigt. Wir orientierten uns nach und nach am Rhythmus der Industrie-Kunden und stellten dabei zwei Dinge fest:

Erstens, die Nutzerschaft ist verglichen zum kommerziellen Web deutlich kleiner und geprägt von besonderen Anforderungen. Die Nutzer arbeiten in hochspezialisierten und nur Experten bekannten Arbeitsabläufen. Sicherheit – sei es was Knowhow, Wettbewerb oder Leben angeht – spielt bei den Business Kunden der Industrie seit langem eine große Rolle. Bei Endanwendern im Web hingegen gewinnen Sicherheitsaspekte erst nach und nach an Beachtung. Aus Sicherheitsbedenken versuchen Industrie-Kunden Ihrerseits das Internet - wenn überhaupt - restriktiv einzubinden. Jeder einzelne Kunde wird für sich genommen extrem wichtig.

Zweitens: die Beziehung zwischen Unternehmen und Kunden funktionieren anders; es ist beschwerlicher als im Web innerhalb zeitlicher Rahmenbedingungen an Nutzer im Industrie Umfeld

heranzukommen. Geschäftsbeziehungen bestehen oftmals schon Jahrzehnte. Einige Kunden und Nutzer sind seit langem in die eigenen Entwicklungsprozesse oder aktuelle Projekte tief mit eingebunden. Die Kunden sind mit einem Sales-Vorgang verbunden und hinter jedem Gespräch steht sozusagen eine Rechnung.

In diesem Umfeld ist es eine große Herausforderung in time an die richtigen Nutzer heranzukommen. Panelbefragungen oder Rekrutierung für Usability Tests finden nun anders als im Web statt. Oftmals braucht es viel Geduld sich in der langen Kontakt-Kette – von internen Experten und Vertriebs-Kollegen, zu Entscheidern bis hin zum Firmenkontakt und dem dortigen Endkunden – durchzufragen. Dabei ist viel Fingerspitzengefühl vonnöten für die verschiedenen Hierarchien, Bedürfnisse und dem oft fehlenden Wissen über Usability („Was machen Sie nochmal genau?“). Für Interviews und Tests steigen wir zum Beispiel ins Auto für eine „UX-Tour de Deutschland“, um unsere Zielgruppe zu erreichen, die keine wertvolle Arbeitszeit verlieren darf. Da finden wir uns anstatt in einem Lab – in einer lauten Produktionshalle wieder, mit komplexen Abläufen, Blaumännern und Vesperpause. Bei Umfragen ist es zum Beispiel sehr wichtig sicherzustellen, dass diese auch wirklich den beabsichtigten Nutzer erreicht und nicht den Manager davor. Hierfür planen wir mehr Fragen zum Überprüfen des Profils ein. Der Weg zum Nutzer ist länger. Aber – wie auch im Web – er lohnt immer.

## In anderem Rhythmus arbeiten

Im Web gab es jeden Tag ein Release, alle 2 Wochen Sprintabschluss; sprich: eine hohe Taktung. Im Industrie Bereich ist der Rhythmus ein anderer.

Zum einen sind oftmals die Entwicklungszyklen notwendigerweise länger als im Web. Im Maschinenbau wird oftmals die deutlich längere Entwicklungszeit von involvierter Hardware als Begründung für das eigene gefühlt zähe Voranschreiten in der Softwareentwicklung genannt. Zum anderen ist das Fachwissen überwältigend. Die Fertigungs- und Planungsprozesse sind ungeheuer komplex und in unzählige eigene Domänen aufgespaltet. Welcher UX hat schon ein Maschinenbau-Studium, eine CNC-Dreher Ausbildung und einen MBA? Es gilt also, sich als Usability Verantwortliche Zeit zu nehmen, um sich in die verschiedenen Domänen einzuarbeiten; zumindest soweit, um verstehen und helfen zu können. Gleichzeitig sei gewarnt davor, sich zu tief einzuarbeiten zu wollen. Denn dann, geht die hinterfragende Haltung verloren und der Lösungsspielraum wird drastisch kleiner.

Um in diesem hochspezialisierten Umfeld die richtigen Usability Entscheidungen zu fällen, ist es unabdingbar, sehr eng mit den internen Experten und Key Usern zusammenzuarbeiten. Erst daraus entsteht eine optimale Synergie zwischen Tiefe im fachlichen Verständnis und hinterfragender Haltung aus Sicht der Usability. In der Regel sind genügend interne Experten vorhanden, um die Aufgabe an sich zu beschreiben. Nur manchmal hinterfragen die langjährigen Experten die Aufgaben tatsächlich nicht mehr. Oder sie sind sich durchaus nicht immer einig, wie man diese optimal konkret bewältigt. In jedem Fall hilft es in der Zusammenarbeit nicht die inhaltliche Abhängigkeit von diesen Experten zu fokussieren, sondern sich selbst als Sparringpartner für diese zu positionieren, um ein optimales Ergebnis zu erreichen.

Ein weiterer Aspekt, der ebenfalls Zeit benötigt, ist die Überwindung der Haltung: „Das war schon immer so“. Die Wichtigkeit und Unterstützung des Managements bezüglich Usability ist vorhanden. Eine einzelne Usability Stelle ist dabei besser als keine, aber es bleibt eine einzige Stelle. So braucht es als „Team of One“ – was wir gerade sind – eine gewisse Zeit und viele positive Erlebnisse. Damit lassen sich nach und nach die Anzahl der Befürworter an der Basis steigern und Skeptiker einer nach dem anderen überzeugen.

Hinzu kommt, das Industrie Umfeld bewegt sich insgesamt langsamer. Industrie-Kunden gehen aufgrund von erhöhtem Aufwand, Kosten oder Risiko nicht immer auf die neueste Softwareversion oder führen eine neue Maschine ein. Viele wollen ihre derzeitige gewohnte Effizienz nicht gefährden, denn nicht jede neue Version wurde besser als die Alte erlebt. An dieser Stelle fragen wir uns: Bewegt sich die Industrie langsamer als der B2C-Bereich – wegen oder trotz seiner Businesskunden? In welchem Rhythmus würden sich diese Businesskunden gerne bewegen? Wie ‚lassen‘ sie sich am liebsten bewegen?

Antworten darauf gibt es derzeit von unserer Seite keine. Wir stellen nur fest, dass die Frustration über die längeren Zeiten der Produktentwicklung und der Feedbackschleifen, bis eine Idee wirklich zum Endanwender gelangt, auf beiden Seiten herrscht (Business Kunden und Hersteller). Die Motivation der Kunden zum ‚Fortbewegen‘ ist derzeit letztendlich leider rein funktionsgetrieben. Das nutzerzentrierte Verkaufsargument – klare Effizienzsteigerung gegenüber der letzten Version – zieht nicht unbedingt. Denn es gibt immer eine Lernphase, die durchlaufen werden muss und erst einmal Zeit und Mühe kostet.

Wir fühlen uns bei diesem Rhythmuswechsel wie Sprinter, die nun Marathon laufen. Gleichzeitig blieb vieles – aus Usability Sicht – zu lange liegen. Täglich stellt sich deswegen die Frage, was strategisch wichtiger ist: Einen Usability Test zu organisieren, oder hypothesen-basierte Personas zu skizzieren? Sollten erst extrem auffällige Design Probleme gefixed werden (für ein einheitliches Look&Feel) oder die MobileFirst B2B Strategie skizziert werden? Fokussieren, Priorisieren & Nachhalten sind dabei überlebenswichtig, um die Qualität Stück für Stück zu heben, um selbst als Usability nicht unterzugehen und um den roten Faden in der Hand zu behalten.

## Dienstleister für die Kollegen

Das Rezept ist in der Industrie das Gleiche wie im Web: Direktes Nutzerfeedback in die Entwicklung zurückspielen auf kollaborative Art und Weise. Für viele Kollegen im Industrie-Umfeld jedoch ist die Lösungsfindung unterstützt von Visualisierung und Moderation eine völlig neue Erfahrung. Dieses positive Erlebnis führt zu einem viel größeren Ausmaß an Anerkennung und Respekt für den Usability seitens der Kollegen als im Web; es wird zu einem wahren Türöffner.

Viele Kollegen folgen der gut begründeten Usability Empfehlung. Sie begreifen die Arbeitersparnis oder lassen sich von der Qualität der Usability Erkenntnisse, Ideen & Lösungen überzeugen. Dass Prototypen nicht mehr auf Code basieren müssen, es günstiger ist Papier wegzuschmeißen als Code, ein Whiteboard-Wireframe tausend Lösungen birgt - sind willkommene neue Arbeiterleichterungen. Als „Team of One“ (Buley, L., 2013). sind wir auf unsere Kollegen zudem in besonderem Maße angewiesen.

Bis wir ein echtes Usability Team haben, werden wir die interne Befähigung intensiv fördern Usability zu denken und zu machen.

## Strategie: Mein neuer Freund, das Management

Im Web-Umfeld sind Usability-Rollen weitgehend etabliert sowie zunehmend differenziert; auch das Management hat dort Usability als schlagkräftiges Differenzierungsmerkmal gegenüber der Konkurrenz begriffen und plant dementsprechend Ressourcen. Usability Projekte im Webbereich führen laut Branchenreport UX/Usability 2013 (Diefenbach, 2013). Unsere derzeitige Situation in der Industrie stellt sich wie folgt dar: wir bewältigen extreme Höhenunterschiede innerhalb unserer Organisation im täglichen Arbeiten. Wir arbeiten zum Teil auf „Pixelbasis“ oder in konkreten Detailabläufen; fünf Minuten später auf strategischer Ebene und helfen mit die Produktstrategie zu planen. Die Wechsel stellen sich als extrem fordernd heraus.

Unserer Erfahrung nach, ist im Industrie-Umfeld das Wissen über den effizienten Einsatz von Usability weniger verbreitet insbesondere auf Management Ebene. Daher müssen wir nicht nur die Entwickler Kollegen mit Usability Knowhow befähigen, sondern auch das Management. Als „Team of One“ im Industrie Bereich können wir ohne Usability Budget unser Ziel niemals erreichen. Hilfe von Extern für Rekrutierung, Testing, Design, Incentives, Materialien, Schulungen, Studien – kostet Geld. Budget bekommt man aber nicht vom Entwickler, sondern nur vom Management. Auf Industrie Seite werden wir also stärker in die Pflicht genommen unternehmerisch zu denken und den Usability Return on Investment zu erklären. Dabei helfen Schlüsselerlebnisse, die das Management dort abholen, wo es steht:

- Highlight-Videos mit echten Nutzern, die dem Management den Begriff Nutzung sowie Nutzungsbedürfnisse auf empathische Weise erklären und im Kopf haften bleiben.
- UX Maßnahmen mit Preisschild, die dem Management nicht nur konkret sagen, was fehlt und was die Maßnahme bringt – sondern auch zu welchem Preis es extern eingekauft werden kann.
- Lösungsspielraum eröffnen, was dem Management mehr Freiheit & Qualität für die Produktgestaltung gibt, Bewertungskriterien vermitteln, Konflikte schlichtet.
- Benchmarks, die das Management auf Basis von aktuellen externen Usability Best Practice Beispielen „enablen“ sich selbst eine Meinung zu bilden, welcher Usability Reifegrad vorliegt; gemeinsam den Usability Gap als Herausforderung erkennen und konstruktiv überbrücken helfen.

## Ausblick

Wohingegen im Web-Umfeld unser agiles Mantra – „Fail fast, fail often“ – war, haben uns die vorher geschilderten Erfahrungen zu einem neuen aktuellen Mantra geführt: fokussieren, nachhalten und entscheiden (focus, follow-up & decide). Genauer gesagt, kann es gerade im Industrie-Bereich nicht

schaden, als Usability sowohl auf Management- als auch auf Kollegenseite zielführend zu moderieren, kontinuierlich zuzuhören, um zu verstehen, wo die Gesprächspartner gerade stehen. Dabei hilft es nie müde zu werden Usability aus allen möglichen Perspektiven zu erklären und dafür zu begeistern. Denn nur so ist es uns möglich die komplexen Systeme Schritt für Schritt über Jahre hinweg zu optimieren.

## Literatur

Microsoft 2014 – Der Support für Windows XP und Office 2003 wurde am 08.04.2014 eingestellt:

<http://www.microsoft.com/de-de/windows/xp/>

CeBIT 2014 – <http://www.cebit.de/event/catching-up-with-consumerisation-the-mobile-challenge/SUM/56837>

Diefenbach, Kolb, Ullrich (2013). Branchenreport UX/Usability 2013 (S.266). Veröffentlicht im Tagungsband UPA 2013 und auf: <http://www.germanupa.de/berufsverband/branchenreport/>

Buley, L. (2013). The User Experience Team of One. Rosenfeld Media.

## Viten der Autoren



**Isabella Fröhlich**

ist Usability Engineer bei Siemens in der Sparte Industrie seit 2012. Sie ist verantwortlich dafür nutzerzentriertes Denken in den Lean-Teams der Linie SINUMERIK Integrate for Production dauerhaft zu verankern. Um die Qualität der Software- und Web-Produkte zu steigern, schafft Sie tagtäglich effiziente Impulse für den Usability Motor in den Bereichen Analyse, Design und Evaluation auf den Ebenen Prozess, Organisation und Strategie. Unglaublich hilfreich sind jeweils 4 Jahre Erfahrung als User Experience Manager bei der Online Plattform AutoScout24 und als Produkt Manager bei der Mobile Service Agentur MindMatics. Isabella ist es dabei gewohnt als Wirtschaftsingenieurin (Medienwirtschaft) mehrere Sichtweisen erfolgreich zu vereinen. Ihre Mission ist es, die Dinge gemeinsam besser zu machen.



Susanne Hanst

ist seit Anfang des Jahres 2013 als Produktmanagerin bei der proALPHA Software GmbH für die Software-Ergonomie und die Usability der umfassenden ERP-Produktfamilie verantwortlich. Die studierte Informatikerin arbeitet seit 2006 stets auf Kundenseite im Bereich Usability, Human-Centered Design und UX Strategie für Software und Web. Fundierte agile UX Erfahrung sammelte sie durch ihre vierjährige Tätigkeit bei der AutoScout24 GmbH als User Experience Manager im Endkundenbereich. In dieser Position war Susanne Hanst als starker Sparringspartner für mehrere Scrum-Teams des Online-Portals zuständig. Neben der Leidenschaft für Usability beschäftigt sie sich intensiv mit Moderations- und Kreativitätstechniken. Die Kommunikation als Schnittstellenrolle immer aufrecht zu erhalten und dabei mit Freude auch neue Ideen und Methoden auszuprobieren, prägen ihr erklärtes Ziel: die Zusammenarbeit zwischen Entwicklungs- und Anwenderseite sowie die Begeisterung für das Produkt stetig voranzutreiben. Gemäß ihrem Leitsatz: „In dir muss brennen, was du in anderen entzünden willst.“