

UX-Professionals im Spannungsfeld zwischen Nutzern und Entscheidern

Theo Held¹, Martin Schrepp¹

SAP SE¹

theo.held@sap.com, martin.schrepp@sap.com

Zusammenfassung

Zweifellos ist die Umsetzung von Prinzipien des User Centered Design eine entscheidende Voraussetzung dafür, Endbenutzern Software zur Verfügung zu stellen, die möglichst effektiv, effizient und zufriedenstellend ist. Im Idealfall überzeugt die Gebrauchstauglichkeit eines Softwareprodukts auch den Personenkreis, der über den Kauf dieser Software entscheidet. In früheren Untersuchungen (z.B. Li, Held & Fischer, 2015) und in einschlägigen Kundenprojekten hat sich jedoch immer wieder gezeigt, dass Entscheider bei der Beurteilung einer Software nicht unbedingt dieselben Kriterien wie Endbenutzer zugrunde legen. In diesem Workshop wollen wir darstellen und diskutieren, wo diese Unterschiede liegen und welche Bedeutung diese Diskrepanz für die Arbeit von UX Designern und UX Researchern hat.

1 Einleitung

Spätestens nach dem ersten abgeschlossenen Design-Projekt ist jedem UX Professional klar, dass ein neues Design nicht nur von hoher Qualität sein sollte, sondern auch eine Reihe von beteiligten Entscheidungsträgern der eigenen Firma überzeugen muss. Und sobald diese internen Hürden überwunden sind, geht es in die nächste Runde: die Software und ihr Design muss von kundenseitigen Entscheidern akzeptiert werden, bevor es letztendlich beim Endbenutzer ankommt. Im Idealfall werden Endbenutzer bereits während der Designphase konsultiert und einbezogen und sie sollten nicht zuletzt vor der Kaufentscheidung des Kunden gehört werden. Letztendlich führt jedoch wenig an der abschließenden Entscheidung von Einkauf, IT und gehobenem Management vorbei.

Die Entscheidung für oder gegen den Kauf eines Softwareproduktes hängt potenziell von vielen verschiedenen Produkteigenschaften ab, wobei jedoch das Design und die vermutete Auswirkung auf die User Experience immer mehr in den Vordergrund gelangen. Eine wichtige Entscheidungsgrundlage für den Personenkreis, der üblicherweise entscheidet, ob eine Software gekauft wird oder nicht, sind häufig Softwaredemonstrationen auf Messen oder direkte

Vorstellungen durch Vertriebsmitarbeiter. Somit ist es auch von Interesse, welche Kriterien in solchen entscheidungsrelevanten Situationen von besonderer Bedeutung sind und ob sie sich von den Kriterien unterscheiden, denen typische Endbenutzer die höchste Priorität zuschreiben. Die Frage für uns als UX Professionals ist, inwieweit uns die ehrenvolle Rolle des „Users‘ Advocate“ dabei hilft, Software mit guter User Experience auch wirklich bis zum Endbenutzer zu bringen. Zweifellos muss es in unserem Interesse sein, dass die Entscheider auch von unserem Design überzeugt sind und z.B. auf Basis einer Produktdemonstration zu der Annahme kommen, dass das Design für ihre Endbenutzer eine attraktive und gebrauchstaugliche Lösung darstellt.

Um böse Überraschungen hinsichtlich der Beurteilung einer Software durch Entscheider, die keine Endbenutzer sind, zu vermeiden, sollten sich UX Professionals mit der Frage auseinandersetzen, wie sie potenzielle Probleme mit der Akzeptanz durch Entscheider vorhersehen und lösen können. In unserem Workshop soll diskutiert werden, inwieweit das geschilderte Problem für UX Professionals aus verschiedenen Bereichen überhaupt existiert, wie sie damit umgehen und welche Erfahrungen mit möglichen Lösungsstrategien existieren. Eine wichtige Frage ist auch, inwieweit dieser Einfluss von Entscheidern einen Einfluss auf das Berufsbild von UX Professionals hat.

2 Was sind eigentlich die relevanten UX Qualitäten?

Welche UX Qualitäten für ein Produkt relevant sind, d.h. wie stark diese auch im Design-Prozess berücksichtigt werden sollten, hängt von einer Reihe von Faktoren ab.

2.1 Sichten unterschiedlicher Rollen

In einer Untersuchung wurde der Fragestellung nachgegangen, wie schwerwiegend unterschiedliche Interessensgruppen die Verletzung von Kriterien für die Verwendung von Texten auf Benutzungsschnittstellen einschätzen (Li, Held & Fischer, 2015). Hintergrund dieser Unternehmung war die Annahme, dass z.B. Endbenutzer im Vergleich zu Kaufentscheidern oder Informationsentwicklern möglicherweise andere Kriterien für User Interface Texte als wichtig ansehen. Ziel der Untersuchung war, den Informationsentwicklern brauchbare Anhaltspunkte dafür zu geben, worauf sie bei der Entwicklung von User Interface Texten ganz besonders achten müssen, um den Bedürfnissen der Endbenutzer entgegen zu kommen. Außerdem sollte geklärt werden, welche Verletzungen von Gestaltungsprinzipien für User Interface Texte aus der Perspektive von (Kauf-)Entscheidern ganz besonders schwerwiegend sind.

Für die Untersuchung wurden fünfzehn der wichtigsten potenziellen Probleme, die bei User Interface Texten auftreten können, selektiert und es wurde für jedes der Probleme ein konkretes Beispiel als UI-Mockup konstruiert. Die folgenden Kriterien wurden berücksichtigt: Rechtschreibung, Groß-/Kleinschreibung, Grammatik, Zeichensetzung, Abkürzungen, Verwendung idiomatischer Sprache, Sprachkomplexität, Klarheit der Sprache, Parallelität der Sprachfor-

men, zeitliche Reihenfolge, passivische Konstruktionen, Begrifflichkeit entsprechend Industriestandard, Verwendung (un)nötiger Texte, Zielfokussierung der Texte, direkte Verfügbarkeit von Information.

An der Untersuchung nahmen 12 Endbenutzer, 10 Kaufentscheider und 18 Informationsentwickler teil. Aufgabe jedes Teilnehmers war es, diese 15 Kriterien bzgl. ihrer Wichtigkeit für die Qualität der Benutzungsschnittstelle in eine Rangreihe zu bringen. In methodische Hinsicht wurden dafür sowohl direkte Rangreihung und vollständige Paarvergleiche verwendet. Abbildung 1 stellt einen Überblick der Ergebnisse dar.

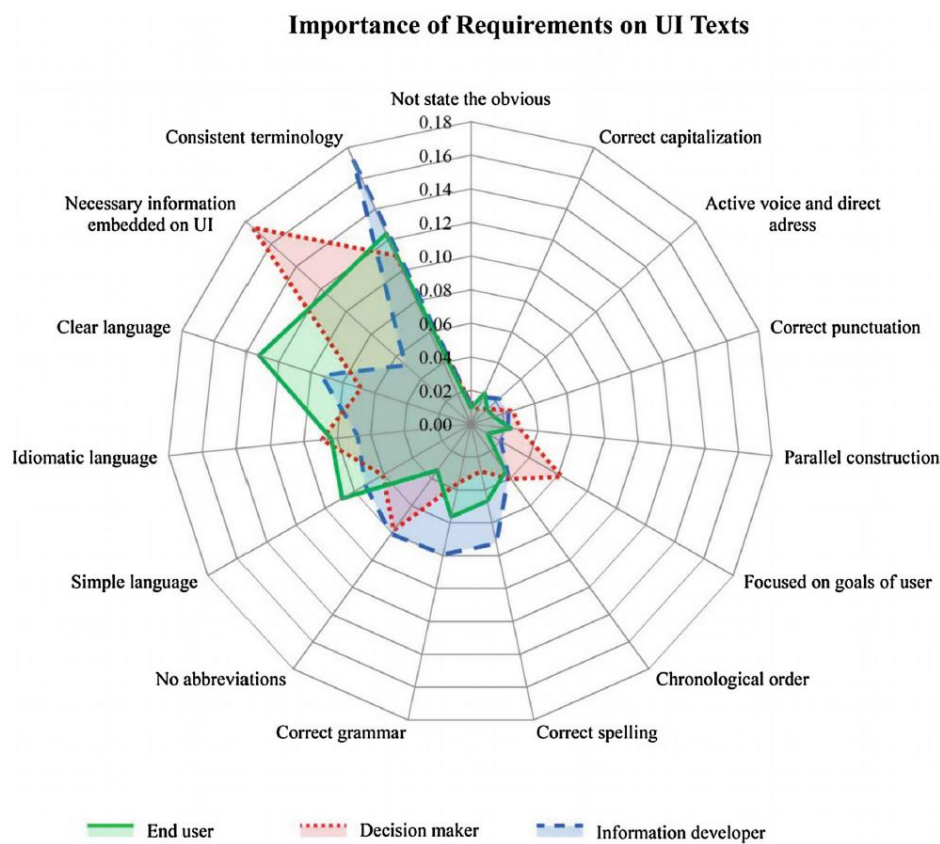


Abbildung 1: Ergebnisse der Beurteilung von Kriterien für UI-Texte durch Endbenutzer, (Kauf-)Entscheider und Informationsentwickler (Li, Held & Fischer, 2015; S.82).

Generell zeigen die Ergebnisse, dass die Einschätzungen zwischen einzelnen Beurteiler-Gruppen teilweise deutliche Unterschiede aufweisen. Z.B. das Kriterium „direkte Verfügbarkeit

von Information“ („Necessary information embedded on UI“) wurde von den Kaufentscheidern als äußerst wichtig angesehen, wird aber von den Endbenutzern als deutlich weniger wichtig eingeschätzt. Die „Klarheit der Sprache“ ist dagegen den Endbenutzern besonders wichtig – im Gegensatz zu den Entscheidern und auch zu den Informationsentwicklern.

Insgesamt korrelieren die Rangreihungen von Endbenutzern und Entscheidern relativ hoch ($r=.74$), ebenso die Reihungen von Endbenutzern und Informationsentwicklern ($r=.77$). Zwischen Entscheidern und Informationsentwicklern ist die Übereinstimmung aber deutlich geringer ($r=.51$). Insbesondere diese Diskrepanz ist von unmittelbarer Bedeutung für Informationsentwickler – sie liefert Anhaltspunkte dafür, auf welche Textkriterien bei Kundenpräsentationen ein besonderes Augenmerk gelegt werden sollte.

2.2 Abhängigkeiten vom Produkt

Es ist vermutlich jedem erfahrenen UX Professional klar, dass die Wichtigkeit verschiedener UX Aspekte (z.B. Effizienz, Schönheit des Designs, leichte Erlernbarkeit, etc.) zwischen unterschiedlichen Produkten variiert. Für eine betriebswirtschaftliche Software, mit der der Nutzer täglich mehrere Stunden arbeitet, ist Effizienz ein sehr zentraler Punkt für die UX Gesamtqualität. Für einen Self-Service, z.B. Stellen eines Urlaubsantrags, den der Nutzer nur alle paar Monate bedient, spielt Effizienz keine Rolle. Hier sind eher Aspekte wie intuitive Bedienung zentral (Schrepp, 2018).

In einer Studie von Winter et al. (2017) wurde die Abhängigkeit der Wichtigkeit verschiedener UX Aspekte von der Art des Produkts systematisch untersucht. Studenten hatten die Aufgabe für 16 UX Aspekte (die jeweils in einem kurzen Text beschrieben waren) und 15 Produktkategorien (die durch einen Namen, z.B. Textverarbeitung, und mehrere Beispiele, z.B. MS Word und LaTeX erklärt wurden), die Wichtigkeiten der verschiedenen UX Aspekte für die jeweilige Produktkategorie einzuschätzen. Die Einschätzung erfolgte dabei auf einer 7-stufigen Likert-Skala.

Abbildung 2 zeigt einen Ausschnitt der Ergebnisse für 10 der 16 untersuchten UX Aspekte und 6 der 15 untersuchten Produktkategorien.

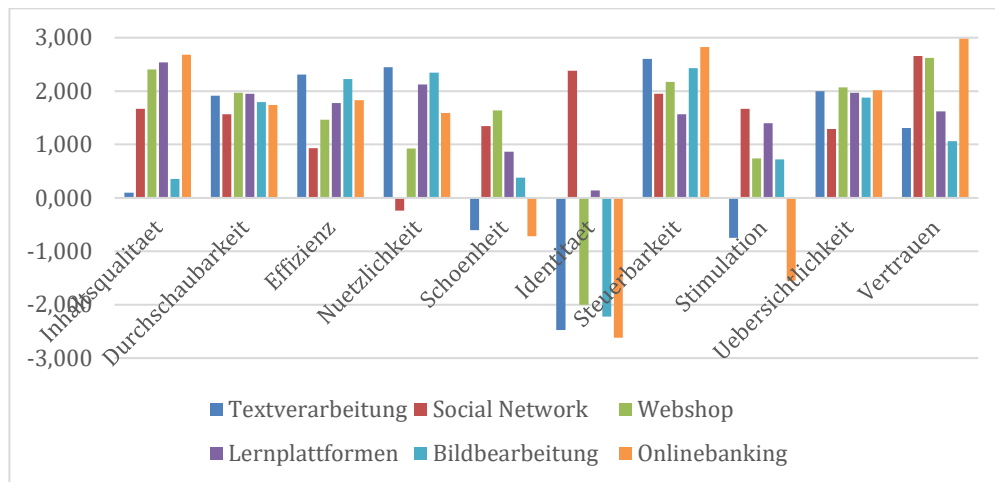


Abbildung 2: Ergebnisse für 10 der 16 untersuchten UX Aspekte und 6 der 15 untersuchten Produktkategorien aus Winter et al. (2017).

2.3 Nutzersicht versus Marketing

In einer Untersuchung von Mayer (2018) wurde überprüft, inwieweit Experten aus dem Bereich User Experience (Design und Research) bestimmte Dimensionen für User Experience als unterschiedlich wichtig für ein Produkt einschätzen, wenn das Produkt zum einen aus Endbenutzersicht und zum anderen bzgl. seiner Eignung für eine überzeugende Produktdemonstration beurteilt wird. Beispielsweise könnte es sein, dass das Kriterium „intuitive Bedienung“ aus Endbenutzersicht sehr hoch gewichtet ist, es aber im Rahmen einer Produktdemonstration weniger stark ins Gewicht fällt. Ein umgekehrtes Verhältnis könnte eventuell für das Kriterium „Schönheit“ gelten.

Abbildung 3 zeigt Skalenwerte für die Wichtigkeit einer Reihe von UX-Kriterien die für eine typische professionelle „Self-Service“-Anwendung (in diesem Fall ein Urlaubsantrag) erhoben wurden. Ein Vergleich der Skalenwerte zeigt, dass in einigen Bereichen erhebliche Unterschiede bzgl. der Wichtigkeit der Kriterien postuliert werden, wie z.B. beim Kriterium „Schönheit“ (SC) oder „Wertigkeit“ (WE). Generell besteht die Tendenz, dass eher oberflächliche Kriterien, die das visuelle Erscheinungsbild einer Anwendung beeinflussen, als wichtig für den Demonstrationskontext angesehen werden. Im Endbenutzer-Kontext kommen dann vor allem die Kriterien zum Tragen, von den angenommen wird, dass sie die Gebrauchstauglichkeit des Produkts stark beeinflussen.

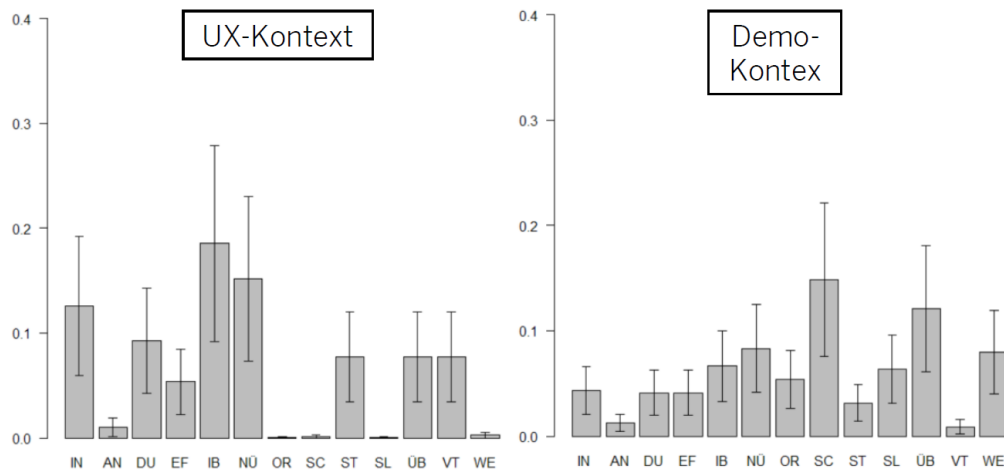


Abbildung 3: Vergleich von Skalenwerten für die Wichtigkeit von UX-Kriterien in Abhängigkeit vom Beurteilungskontext (Wichtigkeit für den Endbenutzer vs. Wichtigkeit im Demonstrationskontext, Mayer, 2018; S. 112). Die Abkürzungen haben folgende Bedeutungen: Inhaltsqualität (IN), Anpassbarkeit (AN), Durchschaubarkeit (DU), Effizienz (EF), Intuitive Bedienung (IB), Nützlichkeit (NÜ), Originalität (OR), Schönheit (SC), Steuerbarkeit (ST), Stimulation (SL), Übersichtlichkeit (ÜB), Vertrauen (VT), Wertigkeit (WE).

Derartige Ergebnisse zeigen, dass sich UX Professionals stets bewusst sein müssen, wer zu welchem Zeitpunkt die Rezipienten eines Designvorschlags sind. Endbenutzer wird eher interessieren, wie gut das Design zu den eigenen Arbeitsabläufen passt und wie gut und schnell dessen Funktionen erfasst werden können. Bei (Kauf-)Entscheidern ist es geboten, das Design ästhetisch ansprechend zu präsentieren und insbesondere die stimulierenden und originellen Aspekte hervorzuheben.

3 Zielkonflikte in Projekten

An typischen Software-Entwicklungsprojekten sind unterschiedliche Spezialisten beteiligt, die häufig unterschiedliche, ihrer Spezialisierung entsprechende Ziele verfolgen. Wie wir z.B. in Abschnitt 2.1 gesehen haben, liegt das Augenmerk von Informationsentwicklern auf Eigenschaften eines Softwareprodukts, die auf maximale textuelle Korrektheit und Konsistenz abzielen. Software-Architekten mögen diese Eigenschaften auch für bedeutsam halten, jedoch haben Kriterien wie funktionelle Vollständigkeit und Korrektheit in dieser Gruppe üblicherweise einen höheren Stellenwert. UX Researcher und Designer achten darauf, dass die im Vorfeld der Entwicklung aufwändig ermittelten und validierten Use-Cases von Endbenutzern möglichst effizient, effektiv und zufriedenstellend abgearbeitet werden können. Für die Product Owner ist natürlich auch die Erfüllung spezifischer Kundenanforderungen innerhalb des verfügbaren Budgets ein wesentlicher Faktor.

Speziell in Diskussionen zwischen UX Professionals und Produktverantwortlichen (Product Owner, Product Manager, Solution Manager, Projektsponsoren) zeigt sich häufig, dass mit den

jeweiligen Beiträgen zu einem Entwicklungsprojekt unterschiedliche Ziele verfolgt werden. Das primäre Ziel von UX Professionals ist gemeinhin die bestmögliche Berücksichtigung und Unterstützung der Endbenutzer. Die Produktverantwortlichen sind im Gegensatz dazu zunächst auf Kundenvertreter fokussiert, die üblicherweise keine Endbenutzer sind und es werden häufig Anforderungen dieser Interessengruppe höher priorisiert als die der Endbenutzer. Diese Diskrepanz der Sichtweisen ist völlig üblich und nachvollziehbar – entscheidend ist jedoch, dass alle beteiligten Interessensgruppen in einem Entwicklungsprojekt die Interessen und Standpunkte der anderen Gruppen bestmöglich verstehen. Es ist relativ sinnlos, ein Produkt nur so zu gestalten, dass es zwar perfekt den Vorstellungen der Kunden-IT entspricht, aber andererseits die Bedürfnisse der Endbenutzer völlig vernachlässigt. Dasselbe gilt für den umgekehrten Fall. Es gehört inzwischen zum professionellen Profil eines UX-Experten, mit genau diesem Konflikt routiniert umgehen zu können und dadurch dazu beizutragen, den maximalen Erfolg für das Produkt und für die Unterstützung des Endbenutzers zu erreichen. Der UX-Professional muss in diesem Kontext immer mehr zum zentralen Moderator eines Projekts werden, der zwar nie den Endbenutzer aus den Augen verliert aber andererseits mit den Präferenzen der Entscheider (z.B. auch im Kontext einer Produktdemonstration, siehe Abschnitt 2.3) angemessen umzugehen weiß.

Zielkonflikte entstehen nicht nur durch unterschiedliche Berücksichtigung von Interessensgruppen auf Kundenseite, sie treten auch auf, wenn unterschiedliche Projektbeteiligte ihre Entscheidungen aus unterschiedlichen verbindlichen aber teilweise inkompatiblen Regelwerken ableiten. Ein typischer Konflikt entsteht z.B. dann, wenn die vom UX-Experten verwendeten Guidelines für die Gestaltung der Softwareoberfläche nicht mit den Regeln des zur Entwicklung verwendeten technischen Frameworks für die Oberfläche konform sind. Auch in diesem Fall ist es von zentraler Bedeutung, dass UX Professionals dieses Problem verstehen und Entscheidungen im Sinne des besten Produkterfolges treffen können.

4 Ist die Darstellung unseres Berufsfelds angemessen?

Wie wir oben gesehen haben, gibt es sehr unterschiedliche Sichten auf die relative Wichtigkeit von UX Aspekten und damit implizit auch Design-Zielen für ein Produkt. Dies hängt ab von der Rolle der beteiligten Person im Unternehmen, von der Art des Produkts und auch von den Erfordernissen, das Produkt im Markt erfolgreich zu platzieren.

Es ist eigentlich auch völlig klar, dass diese unterschiedlichen Sichtweisen alle ihre Berechtigung haben. Wir sollten als Designer nicht vergessen, dass aus Sicht des Herstellers eine gute UX eines Produkts nur ein Mittel ist, dieses Produkt erfolgreich zu machen, und kein Ziel an sich. Da wir in der Regel von unserem Auftraggeber bezahlt werden und nicht vom Endbenutzer des Produkts, ist es auch keine absurde Idee, sich beim Design nicht über die Wünsche des Auftraggebers hinwegzusetzen.

Es ist allerdings einigermaßen überraschend, dass dieser Aspekt in der Darstellung unseres Berufsfeldes im Moment weitgehend fehlt. Zum Beispiel ist im User Centered Design Prozess nach ISO9241-210 (siehe auch Bogner et al., 2010) oder in den Tätigkeitsbeschreibungen der

verschiedenen UX Rollen (siehe z.B. Behrenbruch et al., 2016) oder Leitfäden zur Verwendung von Methoden des User Centered Design im Unternehmen (z.B. Hartwig et al., 2017) nur vom Erfassen von Nutzeranforderungen und deren Umsetzung in ein Design die Rede. Aspekte des Produktdesigns, die sich aus Wünschen oder Notwendigkeiten zur Produktplatzierung ergeben, sind folglich offenbar keine Aufgaben, mit denen sich UX Designer befassen müssen. In der Praxis ist das aber eigentlich nie der Fall. Natürlich spielen solche Aspekte in Projekten eine Rolle. Wieso ignorieren wir diese Komplexität und präsentieren ein eher naives Bild des UX Designers als exklusiven Advokaten des Nutzers („Wir sind die Guten, die sich um die Belange des armen Nutzers kümmern“)?

Wäre es nicht an der Zeit, hier zu einer realistischeren Beschreibung des Berufsbildes zu kommen, die UX als ein Konzept ansieht, das die gesamte Produktwahrnehmung z.B. durch Nutzer, in Produktdemonstrationen, durch Produktverantwortliche beim Hersteller (Product Owner, Marketing, etc.) und Entscheider beim Kunden berücksichtigt? Diese Frage muss dringend offen diskutiert werden.

Faktisch wird jeder erfahrene UX Designer dieses Problem für sich schon im Rahmen seines Projekt-Umfelds gelöst haben. Aber was sind hier Best-Practices und wie fügen sich diese Aktivitäten in den oben beschriebenen Gestaltungsprozess ein? Das ist eine spannende Frage, auf die im Workshop hoffentlich eine Reihe von Antworten gefunden wird.

Literaturverzeichnis

- Behrenbruch, K., Bogner, C., Fischer, H., Geis, T., Geitner, C., Heimgärtner, R., Hofmann, B., Hunkirchen, P., Kluge, O., Litzenberg, B., Polkehn, K., Pysarenko, Y. & Zimmermann, D. (2016). *Qualitätsstandard für Usability Engineering*. German UPA, Arbeitskreis Qualitätsstandards.
- Bogner, C., Brau, H., Huber, P., Geis, T., Lutsch, C., Polkehn, K. & Petrovic, K. (2010). The Usability / UX Profession. *Berufsfeld Usability*. Fachschrift der German UPA
- Hartwig, R., Wolter, S. & Beschnitt, M. (2017). *Usability & User Experience – Software näher zum Nutzer bringen (Leitfaden)*. Bitkom e.V.
- Li, Y., Held, T & Fischer, P. (2015). *Scaling Preferences of Different Stakeholders – Using the Example of Prioritizing Quality Requirements on User Interface Texts*. DUXU 2015, Los Angeles, CA, LNCS 9187, S. 75-86.
- Mayer, D. (2018). *Entwicklung einer neuen Methode zur Evaluierung von Software bezüglich ihrer User Experience mit Expertenreviews*. Bachelorarbeit an der DHBW Karlsruhe.
- Schrepp, M. (2018). *User Experience mit Fragebögen messen*. ISBN 1-986843-76-9.

Autoren



Held, Theo

Dr. Theo Held studierte Psychologie an der Universität Regensburg. Nach der Promotion (Universität Heidelberg) war er in Forschung und Lehre an den Universitäten Heidelberg, Graz und Halle/Saale tätig. Seine Forschungsinteressen liegen in den Bereichen Wahrnehmung und Wissensrepräsentation, sowie der Evaluation von Softwareprodukten. Seit 2001 gehört er dem User Experience Team der SAP an. Bis Ende 2010 war er für eine Reihe zentraler Designkonzepte der SAP CRM Lösung verantwortlich. Seit 2011 ist er als User Experience Researcher tätig.



Schrepp, Martin

Dr. Martin Schrepp studierte Mathematik und Psychologie an der Universität Heidelberg. 1990 Abschluss als Diplom-Mathematiker. 1990 – 1993 Promotion in Psychologie. Seit 1994 bei der SAP AG tätig. Er ist einer der Autoren des User Experience Questionnaire (UEQ) und hat Erfahrungen in der praktischen Anwendung zahlreicher anderer UX Fragebögen. Er ist auch Autor zahlreicher Beiträge zu methodischen Fragen im UX Bereich.