

# Kick-off UPA-Arbeitskreis „In-house Usability“: Zielgruppe und Schwerpunkte

**Frank Leidermann**  
Swisscom Fixnet AG  
Usability, Design & Concept  
Hardturmstrasse 3  
CH-8037 Zürich  
frank.leidermann@swisscom.com  
www.swisscom-fixnet.com

## Abstract

Der neue UPA-Arbeitskreis „In-house Usability“ zielt auf den Austausch zwischen Usability-Professionals, die bei dem Unternehmen angestellt sind, dessen Produktentwicklung sie begleiten.

Der thematische Schwerpunkt liegt auf den organisatorischen Aspekten beim Aufbau und der Integration von In-house Usability-Teams. Konkrete Themen und weiteres Vorgehen werden im Rahmen eines Kick-Off-Workshops gemeinsam erarbeitet.

## Keywords

Usability im Unternehmen, Organisatorische Aspekte, Institutionalization of Usability, Strategic Usability

## 1.0 Motivation

Im Vorjahr habe ich beim Usability-Professionals Track in Linz den Workshop „Organisatorische Verankerung im Unternehmen“ angeboten, der auf recht großen Anklang stieß. Drei In-house Usability-Teams präsentierten dort die Erfahrungen, die sie mit ihrem jeweiligen Ansatz bislang gemacht haben.

Zwei der Teams sind in die Telekommunikationsunternehmen Swisscom Fixnet bzw. mobilkom austria group eingebettet. In den Beiträgen wurden die wesentlichen Charakteristika der organisatorischen Integration gegenüber gestellt und kritische Erfolgsfaktoren herausgearbeitet (Uebelbacher, Leidermann 2005, Herrmann 2005).

Der dritte Beitrag beschrieb die Etablierung eines nutzerzentrierten Entwicklungsprozesses bei Siemens Medical Solutions. Der Fokus lag dabei auf der kontinuierlichen Verbesserung mittels eines systematischen Prozess-Assessments (Woletz, Zimmermann 2005).

Die Diskussion während und nach dem Workshop machte das Bedürfnis nach längerfristigem Austausch deutlich. Einzelne Unternehmensvertreter aus

verschiedenen Branchen (IT, Telekommunikation, Medien, Automobilindustrie) haben bereits explizit Interesse bekundet.

Daher soll 2006 ein UPA-Arbeitskreis „In-house Usability“ gegründet werden. Zukünftige Themen und Arbeitsweise werden im Rahmen des Kick-Off-Workshops in Gelsenkirchen gemeinsam erarbeitet. Ohne dem im Detail vorgreifen zu wollen, möchte ich an dieser Stelle die Zielrichtung grob skizzieren.

## 2.0 Zielgruppe: In-house Usability Professionals

Voraussetzung für eine effektive, Zusammenarbeit ist die Definition der Zielgruppe „In-house Usability Professional“:

*Ein/eine Usability Professional (UP), die angestellt ist in dem Unternehmen, dessen Produktentwicklung er/sie begleitet.*

Nicht zur primären Zielgruppe des Arbeitskreises gehören somit bspw. MitarbeiterInnen „externer“ Agenturen und Freelancer, die Usability-Dienstleistungen (temporär) für andere Un-

ternehmen anbieten oder Vertreter von Forschungs-/Lehreinrichtungen. Übrigens existiert bereits ein UPA-AK „Freiberufler“.

Als Anhaltspunkt für die Größe der Zielgruppe kann der UPA-Branchenreport 2003 dienen. In der damaligen Stichprobe waren (mind.) 32% In-house UPs vertreten, und zwar durchaus nicht nur aus großen Unternehmen (Reitmayr 2004). Zudem soll der AK nicht auf Vertreter deutscher Unternehmen begrenzt sein, sondern auch Österreich und die Schweiz einschließen – wie dies schon beim oben genannten Workshop in Linz 2005 gelungen ist.

## 3.0 Themenschwerpunkt: Organisatorische Aspekte

Neben der Zielgruppe ist auch der Themenschwerpunkt zu definieren. Nicht dazu gehören rein methodische Fragen, z.B. „Wie führe ich eine Fokusgruppe durch?“ Denn dabei sollte auf die Erfahrungen von externen UPs oder der Forschung selbstverständlich nicht verzichtet werden.

Der Schwerpunkt liegt vielmehr auf organisatorischen Aspekten. Kurz gesagt: Wie baut man In-house Usability-

Teams erfolgreich auf und integriert sie langfristig ins Unternehmen? Eric Schaffer umschreibt dies mit dem Begriff „Institutionalization of Usability.“

Keine einfache Aufgabe! Zur Strukturierung existieren Phasenmodelle (Schaffer 2004, Mayhew 1999, Trenner, Bawa 1998), die sich zu folgenden drei Phasen kondensieren lassen:

1. „*Start-Up*“: Die Notwendigkeit benutzerzentrierter Entwicklung im Unternehmen aufzeigen, Verbündete suchen, Funding, Pilotprojekte, etc.
2. „*Set-Up*“ / „*Implementation*“: Teamaufbau, Rollen, geeignete Prozesse, Methoden, Tools etc.
3. „*Establishment*“ / „*Survival*“: Ziel dieser vermutlich schwierigsten Phase: „Become a standard part of the way your whole development organization does business.“ (Mayhew 1999, S. 32)

#### 4.0 Drei exemplarische Themen

Jede der Phasen bringt zahlreiche Herausforderungen mit sich. Exemplarisch seien im Folgenden drei mögliche Themen für den Arbeitskreis skizziert. Diese lassen sich nicht einer einzigen Phase zuordnen, sondern sind meist durchgängig relevant.

#### 4.1 Beispielthema: Organisatorische Aufhängung

So unterschiedlich die organisatorische Struktur der Unternehmungen sein kann, so auch die Positionierung des Teams. Typische übergeordnete Einheiten sind IT, Qualitätssicherung (QS), Marketing oder Produktmanagement.

Darüber hinaus variiert die Integration auch u.a. bzgl. folgender Parameter:

- ein zentrales Team vs. dezentralisierte Struktur vs. Matrix-Struktur

- Konzentration auf Usability-Dienstleistungen vs. Erweiterung auf Marktforschung, QS o.ä.

Auch wenn die prinzipielle organisatorische Aufhängung oft vorgegeben sein dürfte, sollte analysiert werden, wie die jeweiligen Chancen genutzt und Risiken minimiert werden können – im Rahmen des Gestaltungsspielraumes.

#### 4.2 Beispielthema: Strategische Projektselektion und –planung

Insbesondere in der Start-Up- und der Implementations-Phase werden nicht sämtliche Entwicklungsprojekte unter voller Beteiligung von UPs laufen. Welche Projekte sind in der jeweiligen Phase strategisch wichtig für das Team, welche eher riskant? Wie stark bringt sich das Team dort ein? Auf welche Weise kommuniziert man dies nach außen? Auch die Entscheidung welche Methoden eingesetzt werden, kann – jenseits inhaltlicher Erwägungen – strategische Aspekte beinhalten.

#### 4.3 Beispielthema: Outsourcing von Usability-Dienstleistungen

Zumindest punktuell Outsourcing ist oftmals erforderlich, sei es, um Auftragsspitzen abzufedern, Betriebsblindheit vorzubeugen oder weil spezielle Kompetenzen nicht verfügbar sind.

Das bringt zahlreiche Fragen mit sich, die sorgfältig abgewogen und geklärt werden müssen, um nicht die oft mühsam erworbene Stellung des internen Teams im Unternehmen zu gefährden:

- In welchen Projekten setzt man Externe ein, wo besser nicht?
- Möglichst immer derselbe Dienstleister vs. Diversität?
- Einhaltung interner (Qualitäts-) Standards?

- Autonomiegrad der Externen?

#### 5.0 Ablauf des Kick-Off-Workshops

Wie schon erwähnt, sollen sich die AK-InteressentInnen im Rahmen des Kick-Off-Workshops auf ein gemeinsames weiteres Vorgehen einigen.

Geplanter Ablauf:

1. Kurze inhaltliche Einführung
2. Kurze Vorstellung der anwesenden In-house UPs anhand eines vorgegebenen Rasters
3. Gemeinsames Konzept
4. Welche Themen sind im Scope des Arbeitskreises, welche nicht (inkl. Priorisierung)?
5. Genaue Definition der Zielgruppe
6. Praktikable Art der Zusammenarbeit
7. Nächste Schritte

#### 6.0 Vergleichbare Arbeitskreise

Vergleichbare Arbeitskreise sind mir in anderen UPA Chapters oder auch arbeitswissenschaftlichen Organisationen (z.B. HFES, IEA oder GfA) nicht bekannt.

Gewisse Parallelen weisen aber die praxisnahen, teils aufeinander aufbauenden Workshops auf, die Stephanie Rosenbaum unter dem Label "Strategic Usability" Mitte der Neunziger in den USA durchgeführt hat. „Strategic Usability“ definiert sie folgendermaßen:

*„Embedding usability engineering in the organizational processes, culture, and product roadmaps. In strategic usability, usability data contributes to corporate-wide decision-making, such as product priorities and make vs. buy decisions.“* (Rosenbaum et al. 2000, S. 337).

## 7.0 Referenzen

Herrmann, T. (2005): (Erfolgs)Faktoren einer nachhaltigen organisatorischen Etablierung von User Experience Teams in Unternehmen am Beispiel der mobilkom austria group. In: Hassenzahl, M., Peissner M. (Hrsg.): Usability Professionals 2005. Stuttgart: German Chapter der Usability Professionals' Association e.V., Stuttgart.

Mayhew, D.J. (1999): Strategic development of the usability engineering function. In: interactions, Volume 6, Issue 5, S. 27 – 34.

Reitmayr, E. et al. (2004): Branchenreport und Honorarspiegel 2003 - Befragung zur Situation der Usability-Professionals in Deutschland. Stuttgart: German Chapter der Usability Professionals' Association.

Rosenbaum, S. et al. (2000): A Toolkit for Strategic Usability: Results from Workshops, Panels, and Surveys. In: Proceedings of the SIGCHI conference on Human factors in computing systems, S. 337-344.

Schaffer, E. (2004). Institutionalization of Usability: A Step-by-Step Guide. Boston: Addison-Wesley Professional.

Trenner, L., Bawa, J. (1998). The Politics of Usability: A Practical Guide to Designing Usable Systems in Industry. London: Springer.

Uebelbacher, A., Leidermann, F. (2005): Nachhaltige organisatorische Verankerung von Usability im Unternehmen – ein Fallbeispiel aus der Schweiz. In: Hassenzahl, M., Peissner M. (Hrsg.): Usability Professionals 2005. Stuttgart: German Chapter der Usability Professionals' Association e.V., Stuttgart.

Woletz, N., Zimmermann, D. (2005): Bewertung von User-Centered-Design Prozessen: Erfahrungen und Nutzen in Wissenschaft und Praxis. In: Hassenzahl, M., Peissner M. (Hrsg.): Usability Professionals 2005. Stuttgart: German Chapter der Usability Professionals' Association e.V., Stuttgart.

»Es ist erlaubt digitale und Kopien in Papierform des ganzen Papers oder Teilen davon für den persönlichen Gebrauch oder zur Verwendung in Lehrveranstaltungen zu erstellen. Der Verkauf oder gewerbliche Vertrieb ist untersagt. Rückfragen sind zu stellen an den Vorstand des GC UPA e.V. (Postfach 80 06 46, 70506 Stuttgart). Proceedings of the 4th annual GC UPA Track Gelsenkirchen, September 2006 © 2006 German Chapter of the UPA e.V.«



