

„Nutzerzentriertes Design? Gerne, aber bitte ohne Nutzer“

Wenn das UX-Projekt nicht ganz so läuft wie im Lehrbuch

Dr. Markus Weber
Centigrade GmbH
Science Park 2
66123 Saarbrücken
markus.weber@centigrade.de

Abstract

Usability Professionals müssen von den Vorteilen der nutzerzentrierten Gestaltung interaktiver Systeme nicht überzeugt werden. Und auch bei der Projektanbahnung mit Auftraggebern scheint das Thema zumeist auf offene Ohren zu stoßen. Werden die Planungen konkreter, so erweisen sich jedoch zuweilen entsprechende Aussagen eines Auftraggebers als Lippenbekenntnisse. Die Einbeziehung von Nutzern wird dann z.B. als Projekthemmnis gesehen oder als optionale Aktivität, die auch „später noch“ durchgeführt werden kann. Der Beitrag beschäftigt sich mit verschiedenen Ausprägungen dieser Problematik und zeigt auf, wie Usability Professionals damit umgehen können, um unter gegebenen Rahmenbedingungen optimale Ergebnisse zu erzielen oder auch auf eine Veränderung der Rahmenbedingungen in Richtung der stärkeren Einbeziehung von Nutzern hinzuwirken.

Keywords

User Centered Design, User Research, Projektmanagement, Dienstleister, Auftraggeber

1 Einleitung

Über die Sinnhaftigkeit und Nützlichkeit von nutzerzentriertem Design muss in der UX Community nicht lange diskutiert werden. Auch bei der Kommunikation mit (potenziellen) Auftraggebern wird der Ansatz üblicherweise thematisiert. Jedoch kann es im Zuge der praktischen Projektdurchführung vorkommen, dass sich die anfängliche Begeisterung eines Auftraggebers für ein nutzerzentriertes Vorgehen früher oder später als Lippenbekenntnis entpuppt. Die Einbeziehung von Anwendern kann sich dann aus verschiedenen Gründen als schwierig erweisen. Jedoch ist der Verzicht auf die Einbeziehung von Anwendern für ein User Interface Design Projekt kein dauerhaft adäquater Ansatz. Andererseits ist es jedoch auch nicht immer möglich, sofort den Idealzustand der kontinuierlichen Einbeziehung realer Anwender in ein Projekt herzustellen. Unter Umständen muss sich der Usability Professional dem Idealziel über Zwischenschritte annähern, das heißt mittel- und langfristig darauf hinwirken, die Einbeziehung von Endanwendern in ein Projekt zum Normalzustand zu machen. Der Beitrag befasst sich exemplarisch mit Bedenken von Auftraggebern hinsichtlich der Einbeziehung von Anwendern und stellt Möglichkeiten dar, wie der Usability Professional auf diese Bedenken reagieren kann, um das Ideal der Nutzerbeteiligung zu erreichen oder sich diesem zumindest anzunähern.

2 „Die interne Perspektive reicht aus“

Zuweilen vertritt ein Auftraggeber die Meinung, dass die Sichtweise des betreffenden Teams auf ein Projekt umfassend genug ist, insbesondere, wenn das Team eine gewisse Größe hat. Das Missverständnis hierbei besteht in der Ansicht, dass es genügt, mehrere in ihren jeweiligen Bereichen kompetente Personen zusammenzubringen, die ihre Perspektiven in Diskussionen und Bewertungen einbringen, um schließlich zu einem optimalen Ergebnis – in diesem Falle ein User Interface – zu gelangen. Selbst wenn man Phänomene wie „Gruppendenken“ (Janis 1972) außer Acht lässt, die bekanntermaßen dazu führen können, dass Gruppen suboptimale Entscheidungen treffen, besteht noch ein grundsätzliches Problem: Es ist für jemanden, der kein wirklicher Endnutzer eines (zukünftigen) Produkts ist, unmöglich, die Perspektive eines solchen Nutzers vollständig zu übernehmen. So ist es zum Beispiel nicht möglich, so zu tun, als wisse man bestimmte Dinge über die Funktionalitäten eines User Interface nicht, wenn man mit dem betreffenden System seit Jahren oder sogar Jahrzehnten vertraut ist. Der Versuch der Perspektivübernahme durch das Projektteam kann daher immer nur ein mehr oder weniger guter Behelf sein, niemals jedoch ein Ersatz für die Einbeziehung realer Endnutzer. Jedoch kann ein Usability Professional nicht jeden Auftraggeber von Anfang an für diese Problematik rein durch Erläuterungen sensibilisieren, wenn der Auftraggeber die entsprechenden (negativen) Erfahrungen mit einer „stellvertretenden“ Übernahme der Anwenderperspektive noch nicht gemacht hat, beziehungsweise sich dessen nicht explizit bewusst wurde.

In einem ersten Schritt kann der Usability Professional jedoch ein Bewusstsein dafür schaffen, dass Aussagen über Bedürfnisse und Verhaltensweisen von Anwendern, die aus dem Projektteam stammen, immer nur Annahmen sind, deren Überprüfung aussteht. Hierzu können dann beispielsweise derartige Annahmen explizit als solche dokumentiert werden – insbesondere diejenigen, auf denen essenzielle Designentscheidungen aufgebaut werden sollen. Hierzu wird dann eine Annahme formuliert und mit der entsprechenden Designentscheidung verknüpft. Zusätzlich wird namentlich dokumentiert, wer aus dem Projektteam die Annahme für richtig hält, also quasi wer persönlich für die Korrektheit bürgt. Diese Projekttaktik der Zuschreibung einer Verantwortlichkeit für kritische Annahmen erhöht die Hemmschwelle, Vermutungen des Projektteams einfach (implizit) als korrekt zu akzeptieren und die Verantwortung hierfür diffus zu verteilen. Dies wiederum steigert die Attraktivität der Einbeziehung echter Nutzer, zum Beispiel im Zuge von Anwenderbesuchen, um eine valide Kontrollinstanz zu haben und die Verantwortung gewissermaßen an diese auszulagern. Denn letztendlich kann die Kontrollinstanz der Anwender über User Research auch die besten Daten über die Anforderungen in der realen Welt liefern.

3 „Geheimhaltung hat oberste Priorität“

Selbst wenn die Nützlichkeit der Einbeziehung von Anwendern prinzipiell deutlich geworden ist, so bedeutet dies nicht automatisch, dass der Auftraggeber diese sofort mit in das Projekt einbezieht. Eine Abwägung der Einbeziehung von Endanwendern mit Überlegungen zur Projekt-Geheimhaltung kann dazu führen, dass „Außenstehende“ keinen Zugang zur Projektarbeit haben sollen. Dann sollen zum Beispiel keine Prototypen im Zuge von Usability Tests nach außen dringen, da der Auftraggeber befürchtet, dass kritische Informationen zu Wettbewerbern gelangen, die das entsprechende Wissen zum Schaden des Auftraggebers verwerten.

Die schrittweise Annäherung an den Idealzustand kann hier so aussehen, dass in einem ersten Schritt interne Usability Tests mit Mitgliedern der Organisation des

Auftraggebers durchgeführt werden, die nicht im Projektteam sind. Zwar werden auf diese Weise keinen realen Nutzer des betreffenden Systems in die Analyse einbezogen, jedoch wird der Blick des Projektteams durch die Einbeziehung Außenstehender zumindest erweitert und es besteht die Chance, Designproblemen frühzeitig auf die Spur zu kommen. Neben dem inhaltlichen Effekt des Aufdeckens von Problemen haben derartige Usability Tests auf der Meta-Ebene auch den Effekt, die Notwendigkeit und Ergiebigkeit einer Design-Validierung offenkundig zu machen. Zuweilen werden bei solchen „internen“ Validierungen auch die Limitierungen und Verzerrungen offenkundig, denen Erkenntnisse unterliegen, die auf die Einbeziehung organisationszugehöriger Teilnehmer zurückzuführen sind. Diese sollten vom Usability Professional bei der Kommunikation der Testergebnisse immer mit kommuniziert werden, um die Einordnung der Befunde für den Auftraggeber zu ermöglichen. Fällt beispielsweise während der Testdurchführung auf, dass die Zeit zur Erledigung einer Aufgabe sehr kurz ist, so sollte der Usability Professional schon während des Tests klären, ob dies auf eine Vertrautheit der Teilnehmer mit bestimmten Konzepten zurückzuführen ist, die bei repräsentativen Anwendern außerhalb der Organisation des Auftraggebers nicht vorausgesetzt werden kann. Stellt sich dies tatsächlich als wesentlicher Einflussfaktor heraus, so muss das bei der Präsentation der Befunde zur korrekten Interpretation kommuniziert werden. Wenn der Auftraggeber für derartige Limitierungen hinreichend sensibilisiert ist, kann der Usability Professional in einem zweiten Schritt darauf hin arbeiten, den Blick über die Organisation des Auftraggebers hinaus zu erweitern. Hier kann ein Ansatz beispielsweise darin bestehen, einen Kreis ausgewählter Pilotkunden mit in ein Projekt einzubeziehen, die formell auf Geheimhaltung verpflichtet werden. Kunden sind hierzu durchaus bereit, wenn sie den glaubwürdigen Eindruck haben, dass sie durch ihre Mitwirkung an derartigen vertraulichen Evaluationen auch einen persönlichen Vorteil für ihre eigene Organisation aus dem betreffenden Projekt ziehen können. Ein solcher Vorteil besteht zum Beispiel darin, dass Feedback zu Anforderungen in zukünftigen User Interfaces berücksichtigt wird. Gerade in größeren Organisationen gibt es oft Kunden mit (Pilot-)Sonderstatus, die in solche Maßnahmen mit einbezogen werden können. Hierzu sollte sich der Usability Professional möglichst frühzeitig informieren, um die entsprechenden Maßnahmen ergreifen zu können. Dazu sollte er dem Auftraggeber außerdem darlegen, dass die Einbeziehung von Kunden in derartige Evaluationen auch ein wertvolles Instrument zum Marketing und zur Kundenbindung darstellen kann, wenn es den betreffenden Kunden angemessen kommuniziert wird.

4 „Dafür haben wir keine Zeit“

Auch wenn der Auftraggeber prinzipiell von der Sinnhaftigkeit eines nutzerzentrierten Vorgehens überzeugt ist, so besteht dennoch die Gefahr, dass das Thema nur punktuell Beachtung findet oder völlig versandet, wenn der Auftraggeber den Eindruck gewinnt, dass die entsprechenden Maßnahmen mit hohem (Zeit-)Aufwand verbunden sind und daher die Effizienz der Projektdurchführung gefährden.

Der Usability Professional muss daher praktisch demonstrieren, dass Nutzerzentrierung nicht mit einer signifikanten Verlangsamung eines Projekts gleichzusetzen ist. Dies ist insbesondere in den Anfangsphasen eines Projekts von Bedeutung, da hier oft Aktivitäten wie zum Beispiel Anwenderbesuche durchgeführt werden sollen, die scheinbar tatsächlich die Projekteffizienz mindern, weil sie Zeit kosten und andere Aktivitäten wie etwa die Entwicklung im Projektablauf weiter nach hinten schieben. Dieser Eindruck täuscht jedoch, da durch ein nutzerzentriertes Vorgehen bestimmte

Aktivitäten zwar tatsächlich zeitlich später stattfinden verglichen mit „traditioneller“ (nicht nutzerzentrierter) Softwareentwicklung, dafür aber umso zielgerichteter und mit weniger „Verschnitt“ durchgeführt werden können. Jedoch ist dies einem Auftraggeber ohne eigene Erfahrung mit nutzerzentrierten Projekten nicht in jedem Falle initial zu vermitteln.

Der Usability Professional sollte daher – nicht nur in den initialen Phasen eines Projekts – wo möglich auf Maßnahmen setzen, die leichtgewichtig sind und die (zeit-)effizient durchgeführt werden können. Beispielsweise sollten an Anwenderbesuchen immer auch Mitglieder des Projektteams auf Seiten des Auftraggebers beteiligt sein, um auf diese Weise den nachträglichen Aufwand für Dokumentation und Kommunikation zu reduzieren und eine schnelle Verwertung der Befunde zu ermöglichen. Werden Usability Tests durchgeführt, so können diese insbesondere in frühen Phasen mit schnell erstellbaren Papierprototypen (ggf. mit Mitgliedern der Organisation des Auftraggebers, siehe oben) durchgeführt werden. Auch hier sollten Mitglieder des Projektteams auf Auftraggeberseite involviert werden, zum Beispiel derart, dass diese die Durchführung der Tests live beobachten, um auf diese Weise Informationen zu den Ergebnissen unmittelbar zu kommunizieren und den Mehrwert direkt erlebbar zu machen. Neben den positiven Effekten auf die inhaltliche Kommunikation kann eine derartige Einbeziehung des Auftraggebers auch dazu führen, dass die betreffenden Personen zu Multiplikatoren und Advokaten des nutzerzentrierten Ansatzes beim Auftraggeber intern werden, was dem Vorgehen insgesamt zugute kommt.

5 „Es reicht nicht, einfach die Anwender glücklich zu machen“

Schließlich können eventuelle Vorbehalte eines Auftraggebers hinsichtlich eines nutzerzentrierten Ansatzes auch dahingehend bestehen, dass er befürchtet, dass die Orientierung eines Projekts an Anwenderwünschen und –bedürfnissen zwar gut und schön ist, dass dabei aber relevante Geschäftsziele außer Acht gelassen werden. Natürlich handelt ein Auftraggeber bei der Beauftragung eines Usability Professionals in der Regel nicht altruistisch, sondern ist an einer Erreichung seiner Geschäftsziele interessiert, zum Beispiel in Form eines erhöhten Umsatzes. Eventuell hat er auch schon sehr konkrete Vorstellungen, wie diese Ziele erreicht werden können und sollen, wenn er an den Usability Professional herantritt. Dies kann sich etwa darin äußern, dass ein Auftraggeber ein Projekt mit dem Wunsch startet, bestimmte Features von Wettbewerbern für das eigene User Interface zu übernehmen und zu optimieren, ohne sich über die in diesem Kontext relevanten Zielsetzungen der Anwender Gedanken zu machen.

Um derartigen Bedenken angemessen zu begegnen, ist es wichtig, dass der Usability Professional klar kommuniziert, dass die Bedürfnisse von Anwendern eine wesentliche Grundlage für die Gestaltung von Designlösungen sind, dass er sich jedoch auch der Tatsache bewusst ist, dass der Auftraggeber letztendlich Geschäftsziele verfolgt, die es zu erreichen gilt. Zum Beispiel kann zu Beginn eines Projekts eine Sitzung darauf verwendet werden, mit dem Auftraggeber zu besprechen, welche Geschäftsziele für ihn relevant sind und sodann zu betrachten, wie diese mit Anwenderzielen in Beziehung stehen. Denn auch wenn die Zufriedenheit der Anwender nicht das finale Ziel des Auftraggebers ist, so ist die Berücksichtigung von Anwenderbedürfnissen in den meisten Fällen doch ein hervorragendes Mittel, um Geschäftsziele mit einem User Interface zu erreichen. Zumindest jedoch werden die Geschäftsziele definitiv nicht mit einem User Interface erreicht, wenn dies die Anwender nicht zufriedenstellt. Kann der Usability Professional dem Auftraggeber klar darlegen, wie die Beschäftigung mit

Anwendern und deren Bedürfnissen letztendlich den Geschäftszielen zugute kommt – und dass die Vernachlässigung der Anwenderperspektive die Geschäftsziele gefährden kann – so ist dies eine gute Grundlage dafür, in einem Projekt durchgängig die Nutzersicht mit berücksichtigen zu können und mit den Geschäftszielen des Auftraggebers in Einklang zu bringen.

6 Fazit

Die angemessene Berücksichtigung der nutzerzentrierten Sichtweise ist nicht in allen User Interface Design Projekten eine Selbstverständlichkeit. In bestimmten Fällen kann sich der Usability Professional Situationen gegenüber sehen, in denen ein nutzerzentriertes Vorgehen entweder im Bewusstsein eines Auftraggebers keine Rolle spielt oder aber in denen sogar eine ablehnende Haltung diesbezüglich eingenommen wird. Dieser Tatsache muss sich der Usability Professional bewusst sein, um bei Bedarf geeignete Maßnahmen ergreifen zu können, dem Problem zu begegnen.

Erkennt der Usability Professional, dass nutzerzentriertes Design für ein konkretes Projekt kein „Selbstläufer“ ist, so muss er beurteilen, inwieweit und in welchem Zeithorizont die Rahmenbedingungen des Projekts beeinflussbar sind. Auch wenn es sich abzeichnet, dass kurzfristig keine förderlichen Rahmenbedingungen für ein echtes nutzerzentriertes Vorgehen geschaffen werden können, so kann es doch sinnvoll sein, im Rahmen der gegebenen Constraints darauf hinzuarbeiten, die Betrachtungsperspektive zunächst einmal über das Projektteam hinaus zu erweitern. Zudem sollte der Usability Professional auch verdeutlichen, dass er eventuelle Bedenken des Auftraggebers ernst nimmt und aufzeigen, wie er plant, diese im Zuge der Projektdurchführung zu berücksichtigen. Auf diese Weise kann dann in vielen Fällen eine Ausgangsbasis dafür geschaffen werden, die Rahmenbedingungen mittelfristig derart zu verändern, dass ein echter nutzerzentrierter Ansatz umsetzbar wird.

7 Literatur

Janis, I.L. (1972). Victims of Groupthink. New York: Houghton Mifflin.

8 Autor



Dr. Markus Weber leitet den Bereich Usability Engineering der Centigrade GmbH. Er studierte Psychologie an der Universität des Saarlandes, wo er auch mit einer Arbeit zum Thema Eye Tracking im eLearning Kontext promovierte. In seiner Rolle als Usability Engineer befasst er sich unter anderem mit agilen Usability Prozessen und der effizienten Kooperation von Usability Engineers, User Interface Designern und Entwicklern. Seine Tätigkeiten beinhalten die strategische Planung und Durchführung von Anforderungsanalysen, Usability Evaluationen und Interaktionsdesigns, die er in einer Vielzahl von Projekten in verschiedensten Branchen durchführte.