

User Centered Design als Strategie

16 Juli 2019 | User Experience | [Michael Richter](#)

Lesezeit: 5 Minutes

Wie kann sich ein Unternehmen aufstellen, damit die User Experience (UX) zu einem nachhaltigen Erfolgsfaktor wird? Wir haben sieben konkrete Handlungsfelder für Organisationen und deren Strategie identifiziert, die einen massgeblichen Einfluss auf das Nutzererlebnis haben. Wie sieht es in Ihrem Unternehmen aus?

Firmen wie Apple und Amazon machen es vor: Produkte und Services, die konsequent auf die tatsächlichen Nutzerbedürfnisse zugeschnitten sind, [führen im digitalen Zeitalter zu einem entscheidenden strategischen Vorteil](#). Es sind nicht länger technische Alleinstellungsmerkmale, die über Erfolg und Misserfolg entscheiden. Organisationen, denen es gelingt, sich den stetig ändernden Anforderungen ihrer Zielgruppen anzupassen, bleiben langfristig erfolgreich. Die anderen werden von der Konkurrenz überholt. Sind Sie bereit für die Zukunft?

Organisatorische Handlungsfelder für User Experience

[Nutzerzentrierung auf Unternehmensebene zu etablieren](#), bedeutet in der Regel, einige zementierte Ansichten aufzubrechen. Erfahrungsgemäss finden sich ähnliche Herausforderungen in jedem grösseren Unternehmen, unabhängig vom angewendeten Vorgehensmodell. Die folgenden sieben Bereiche haben einen entscheidenden Einfluss auf die User Experience. Sie bilden den Nährboden für Innovationen, die Nutzer nachhaltig begeistern:



Organisatorische Handlungsfelder zur Verbesserung der User Experience. (Quelle: Zühlke)



Die organisatorische Feedbackschleife

Nutzerorientierung hat zum Ziel, optimal auf die Benutzer zugeschnittene Lösungen zu kreieren. Dazu müssen Informationen über die Nutzer, deren Verhalten, Gewohnheiten, Bedürfnisse, Ziele und Umgebung systematisch in die Produktstrategie und -entwicklung einfließen. Aus organisatorischer Sicht heisst dies nichts anderes, als eine möglichst effiziente Feedbackschleife zwischen den Endnutzern und den verantwortlichen Einheiten im Unternehmen zu etablieren. Unabhängig vom eingesetzten Entwicklungsprozess können folgende Fragestellungen untersucht werden:

- Wie lange dauert eine Iteration von der Produktidee oder einem neuen Feature bis zum ersten Nutzer-Feedback?
- Welche geeigneten nutzerorientierten Methoden werden eingesetzt?
- Welche organisatorischen Hindernisse verhindern oder verlangsamen den Informationsfluss, etwa aufgrund von Zwischenstellen, organisatorischer Entfernung und methodischen Lücken?

Die gemeinsam getragene User-Experience-Vision



«Wie soll das Nutzererlebnis mit unseren Produkten und digitalen Kanälen in fünf Jahren aussehen? Wie sehen die primären Nutzergruppen aus und welchen Mehrwert liefern wir diesen Nutzern?»

Es ist erstaunlich, wie unterschiedlich die Vorstellungen zu solchen Fragen in Unternehmen sein können. Ein gemeinsames Zielbild der angestrebten User Experience ist jedoch essenziell, damit Teams ihre volle Wirkung entfalten. Dieses Zielbild muss sichtbar und fassbar gemacht werden, sowohl auf strategischer Ebene als auch für die Produktentwicklung und das Service-Design.

- Sind die verschiedenen Nutzergruppen erfasst und der Nutzen der neuen Lösungen für diese Zielgruppen aufgezeigt und priorisiert?
- Existiert ein einheitliches Verständnis der angestrebten User Experience über die gesamte User Journey aus Endkundensicht, etwa anhand realistischer Nutzungsszenarien?

User-Experience-Standardisierung im Unternehmen



Um passende Lösungen zu erreichen, müssen Business-Einheiten, Fachstellen und Entwickler ein gemeinsames Verständnis für die Bedürfnisse der Nutzer entwickeln. Damit Teams nicht immer wieder von Neuem anfangen müssen, können Standards, Methoden und Hilfsmittel etabliert werden, die nutzerorientierte Tätigkeiten unterstützen.

- Sind hilfreiche Design-Vorgaben, Styleguides und Patterns verfügbar, die ein konsistentes Nutzererlebnis sicherstellen? Tragen die Hilfsmittel dazu bei, dass Lösungsvorschläge

schneller und einfacher erstellt werden können?

- Beim Erstellen informeller, bildlicher und auf Prototypen basierender Ergebnisse können geeignete Werkzeuge helfen. Wie kann man von bestehenden Tools profitieren, welche Werkzeuge müssen zusätzlich eingeführt werden?
- Sind nutzerorientierte Methoden eingeführt, die in den verschiedenen Phasen der Produktentwicklung den grössten Mehrwert entfalten?
- Wie erfolgt die UX-Weiterbildung der Mitarbeitenden, welche Karrierepfade gibt es?

Reduktion anstatt Feature-Druck



Jede neue Lösung soll den Anwender in der Ausführung seiner Ziele optimal unterstützen und wird genau dafür konzipiert. Dies erfordert eine strikte Priorisierung und Entscheidungsfindung für neue Angebote und Funktionen auf dem Weg von der Idee bis zur Implementierung. Diese Reduktion auf das Wesentliche kommt nicht von selbst und die Entscheidung, welche Funktionen angeboten und welche weggelassen werden, erfordert in der Regel viel Arbeit und Abstimmung.

- Wie wird die Auswahl und Priorisierung neuer Funktionen und Features für die zu entwickelnden Produkte und Services vorgenommen? Erfolgt dabei eine systematische Nutzenbetrachtung?
- Werden neue Angebote, Vorhaben und Updates systematisch aus Kunden- und Nutzersicht priorisiert?

Zusammenwirken: Die Beteiligten alignieren



Sowohl das Wissen über die Kunden und Nutzer als auch der Einfluss auf die User Experience sind oft stark fragmentiert und auf viele Köpfe verteilt. Je besser es einer Organisation gelingt, vorhandenes Wissen zu integrieren, gezielt zu erweitern und gemeinsam zu nutzen, desto erfolgreicher können die Lösungen langfristig sein.

- Welche Stellen und Köpfe haben Einfluss auf die User Experience der neuen Lösungen?

Sind diese Einflussgrößen aligniert oder arbeiten sie – im schlechtesten Fall – gegeneinander?

- Wie wird das Wissen über die Nutzer konsolidiert und zur Verfügung gestellt?
- Welches sind die organisatorischen Kraftfelder in Bezug auf UX? Wie erfolgt die Zusammenarbeit von UX-Experten mit anderen Einheiten, insbesondere Facheinheiten und Entwicklungsteams?
- Wie werden die beteiligten Stellen incentiviert? Bestehen Anreize für nutzerfreundliche Lösungen?

Die User-Experience-Strategie priorisieren



Die Entscheidung für eine nutzerzentrierte Strategie und der Aufbau einer entsprechenden Organisation sind wesentliche Voraussetzungen, dass nutzerorientierte Aktivitäten mit der erforderlichen Priorität durchgeführt werden können. Nur dann können Usability und UX zum Unternehmenserfolg beitragen, Kunden nachhaltig begeistern und der Grundstein für effiziente Anwendungen sein. Die Führungsebene kann der User Experience ein strategisches Gewicht verleihen und die Nutzungsqualität gegenüber anderen Interessen durchsetzen, etwa gegenüber einer allzu technologiegetriebenen Innovationsstrategie oder gegenüber zu kurzfristig gedachten Business-Zielen.

- Ist der Geschäftsnutzen der angestrebten User Experience bekannt? Wurden Business Cases durchgerechnet, etwa aufgrund der erwarteten Anzahl Neukunden, einer Reduktion der Support-Fälle oder eines geringeren Ausweichens der Nutzer auf andere Kanäle und Konkurrenzprodukte?
- Sind die Ziele bezüglich der User Experience in die Gesamtstrategie des Unternehmens integriert?
- Wird der Bezug zwischen Erkenntnissen zu den Nutzerbedürfnissen, den Businesszielen und der Geschäftsstrategie hergestellt?

Eine gelebte User-Experience-Kultur



Der Wandel zu einer nutzerzentrierten Kultur bedeutet häufig eine Abkehr von festgefahrenen Praktiken und Strukturen. An die Stelle von Kritik tritt eine konstruktive Haltung: Das Feedback aus Nutzersicht wird als wichtiges Fundament für konstante Verbesserungen angesehen. Wer nutzerorientierte Aktivitäten in Organisationen auf diese Weise versteht, löst sich von der isolierten Betrachtung des Datensammelns, User-Interface-Gestaltens oder Usability-Testens. Eine aktive Feedback- und Lernkultur schafft Wert für Kunden und Nutzer.

- Werden Erkenntnisse aus dem User Research aufbereitet und im Unternehmen in anschaulicher Form zur Verfügung gestellt?
- Besteht eine aktive Community of Practice? Findet ein regelmässiger Austausch und Wissenstransfer im Rahmen von unternehmensweiten Veranstaltungen statt? Wie wird UX-Wissen an Beteiligte und Interessierte weitergegeben?
- Welches Selbstverständnis der UX-Beteiligten bezüglich Verantwortung, Impact und Rolle im Unternehmen ist etabliert?

Wie sieht es in Ihrem Unternehmen aus?

Überlegen Sie sich als Denkanstoss die folgenden Punkte für Ihr Unternehmen:

- Richten sich Ihre Produkte und Services nach den tatsächlichen Nutzerbedürfnissen? Woher wissen Sie das?
- Auf welchem Weg gelangen Informationen über die Nutzer in die Produktstrategie und Entwicklung? Welches sind die beteiligten Stellen, Prozesse und Instrumente?
- Spiegelt die Vision Ihres Unternehmens die originären Bedürfnisse Ihrer Kunden wider?
- Wo können Sie mit einer bewussten Institutionalisierung nutzerorientierter Aktivitäten Verbesserungen erreichen?

Mit einer gezielten Unterstützung durch Experten können Sie Schwachstellen und Stärken in Ihrer Organisation besser beurteilen, Massnahmen ableiten und iterativ einführen. Ein fachliches Coaching der beteiligten Teams und Führungspersonen sowie die methodische Begleitung ausgewählter Umsetzungsprojekte liefert Ihnen die notwendige Sicherheit.