„NUTZERZENTRIERTES DESIGN? GERNE, ABER BITTE OHNE NUTZER“

Dr. Markus Weber
Centigrade GmbH

°CENTIGRADE

ANFRAGE EINES KUNDEN (INTERN/EXTERN)

VORSTELLUNG DER VORGEHENSWEISE

ANGEBOTSERSTELLUNG UND PROJEKTSTART

„WEGEN DIESER NUTZER-SACHE…“

°CENTIGRADE

„WIR…“

- „…machen das seit 20 Jahren und wissen, was unsere Anwender wollen.“
- „…müssen das Projekt geheim halten.“
- „…haben dafür keine Zeit.“
- „…haben ja auch Geschäftsziele.“

DUMM GELAUFEN!?

WAS TUN?

- Wie groß ist das Projekt?
- Wie vertraut ist die Domäne?
- Was steht auf dem Spiel?

°CENTIGRADE

WAS TUN?

- Was kann realistischerweise getan werden?
  - Argumentativ
- Praktisch
  - Kurzfristig
  - Langfristig

°CENTIGRADE

„WIR MACHEN DAS SEIT 20 JAHREN UND WISSEN, WAS UNSERE ANWENDER WOLLEN.“

- Oder weiß man, was die Anwender vor 20 Jahren wollten?
- Wenn Anwender sich nicht beschweren heißt das nicht, dass sie zufrieden sind.
- Gruppendenken!
- Perspektivübernahme nur sehr begrenzt möglich

°CENTIGRADE

„WIR MACHEN DAS SEIT 20 JAHREN UND WISSEN, WAS UNSERE ANWENDER WOLLEN.“

- Kurzfristig:
  - Vorliegende Informationen über Anwender (z.B. Support) nachvollziehbar für Prozess berücksichtigen
  - Verantwortung für kritische Annahmen zu Anwender-Anforderungen und -Eigenschaften übernehmen
- Langfristig: Verantwortung auslagern

°CENTIGRADE

„WIR MÜSSEN DAS PROJEKT GEHEIM HALTEN.“

- Nutzer erwarten sowieso Verbesserungen
- Dass man an Verbesserungen arbeitet dürfte für den Wettbewerb keine Überraschung sein
- Für Evaluationen müssen keine vollständigen Designs oder Businesspläne präsentiert werden
- 1:1 Kopien sind ohne Hintergrundwissen nicht einfach möglich
- Geheimhaltung ist nur bei Apple ein Marketinginstrument

°CENTIGRADE

„WIR MÜSSEN DAS PROJEKT GEHEIM HALTEN.“

- Kurzfristig: Geheimhaltung intern „aufweichen“
- Langfristig: Ausgewählten Kreis von Pilotkunden mit in das Projekt einbeziehen

„WIR HABEN DAFÜR KEINE ZEIT.“

- Man muss nicht nur schnell was entwickeln, sondern man muss auch das Richtige entwickeln
- Der Verzicht auf die Einbeziehung von Anwendern ist keine Abkürzung, sondern ein Risiko
- Anwender „später einbeziehen“ ist wie „später überlegen, was das Interface können soll“

°CENTIGRADE

„WIR HABEN DAFÜR KEINE ZEIT.“

- Kurzfristig: Leichtgewichtige Methoden einsetzen
- Langfristig: „Echte“ Usability als (ein) Effizienzkriterium des Prozesses definieren

°CENTIGRADE

„WIR HABEN JA AUCH GESCHÄFTSZIELE.“

- Es ist klar, dass Auftraggeber nicht altruistisch handeln
- Usability und UX sind auch Business
- UX Professionals befassen sich auch mit der Frage, wie ein Auftraggeber das meiste aus seinem Invest machen kann

°CENTIGRADE

„WIR HABEN JA AUCH GESCHÄFTSZIELE.“

- Kurzfristig: Verständnis für Geschäftsziele erarbeiten und demonstrieren
- Langfristig: Alignierung von Geschäftszielen und Anwenderzielen herstellen

°CENTIGRADE

SONSTIGES

- Von (zahlenden) Kunden reden statt „nur“ von Anwendern
- Multiplikatoren identifizieren
- Manchmal müssen Leute erst auf die Nase fallen
- Argumentation & Erfahrungen
- Eigene Arbeitszufriedenheit nicht aus dem Blick verlieren

°CENTIGRADE

UND BEI EUCH SO?…

°CENTIGRADE