

Erfolgsfaktor UX: Einführung und Verankerung von User Experience im Unternehmen

Thema:

Erfolgsfaktor UX: Einführung und Verankerung von User Experience im Unternehmen

Art:

MA

Betreuer:

Christian Wolff / Thomas Ebert (OSRAM)

Student:

Jessica Wiegers

Professor:

Christian Wolff

Status:

in Bearbeitung

Stichworte:

UX, Unternehmen, Erfolgsfaktorenforschung, Methoden, "Etablierung von UX"

angelegt:

2018-10-29

Beginn:

2018-10-29

Hintergrund

Das Thema User Experience ist in der heutigen Zeit wichtiger denn je. Ob eine Anwendung Erfolg hat oder nicht und daher regelmäßig genutzt wird, hängt von der Erfahrung ab, die der Nutzer vor, während und nach der Interaktion mit Produkten und Services macht. Die sich schnell ändernde Systemlandschaft und den laufend neu erscheinenden Devices führen zu neuen Herausforderungen und Erwartungen der Nutzer. Nicht nur privat, sondern auch in Unternehmen steigt der Anspruch auf benutzerfreundliche und moderne Anwendungen. Im Unternehmen OSRAM Opto Semiconductors GmbH trafen mehrere Faktoren zusammen, welche dieses Verlangen und die daraus resultierende Relevanz verdeutlichen. Eine Online-Mitarbeiterumfrage zeigte, dass eine allgemeine Unzufriedenheit mit gewissen Anwendungen vorherrscht, da diese als veraltet betrachtet werden. Auch das inkonsistente "Look and Feel" der Interfaces und die teils schlechte Performance, sind häufige Kritikpunkte. Ein weiterer Faktor ist die oftmals zu lange Entwicklungszeit von Anwendungen, da die Nutzer nicht frühzeitig einbezogen werden. Die Folgen sind falsche Annahmen über Nutzeranforderungen und daher häufige Überarbeitungen der Anwendungen. Zudem richteten sich viele interne Kunden aus unterschiedlichen Fachabteilungen direkt an das IT Management, um ihre negativen Erfahrungen, die sie während der Interaktion mit Anwendungen und Services erlebt haben, zu schildern. Das Zusammenwirken dieser Faktoren führte zu einem Bewusstsein, dass sich das Unternehmen nutzerzentriert ausrichten muss. Das IT Management priorisierte diesen Bedarf mit höchster Relevanz und entschied sich im Rahmen eines IT Strategie Meetings zur Einführung von User Experience Prozessen im Unternehmen. Dabei soll eine UX-Organisation aufgebaut werden, welche das Thema plant, steuert und leitet.

Zielsetzung der Arbeit

Die leitende Frage bei dieser Masterarbeit ist "Wie kann User Experience bei einem Konzern wie OSRAM Opto Semiconductors GmbH eingeführt und verankert werden?". Dabei werden alle Maßnahmen beschrieben, die für diesen Prozess notwendig sind. Als grundsätzliches Ziel soll die Nutzerzufriedenheit und Akzeptanz gesteigert werden, um eine erhöhte Motivation für den Gebrauch der internen Anwendungen zu erhalten. Die Nutzer sollen in Zukunft ihre Aufgaben optimal erledigen können, sodass die Produktivität gesteigert wird. Alle User Interfaces sollen zeitgemäß und einheitlich werden. Potenzielle Nutzer sollen von Beginn an in den Entwicklungsprozess von Anwendungen einbezogen werden, um auf ihre Bedürfnisse und Anforderungen einzugehen. Dadurch soll die Implementierung und Nachbesserung von Anwendungen effizienter realisierbar werden. Außerdem sollen die Schulungsaufwände und der Support durch intuitive Bedienkonzepte auf ein Minimum reduziert werden. Da diese Masterarbeit in Kooperation mit der OSRAM Opto Semiconductors GmbH erstellt wird, können praxisnahe Erfahrungen und Herausforderungen gesammelt werden, die dem Unternehmen als Stütze und Leitfaden für die nachhaltige Einführung von User Experience dienen. Dadurch soll vermieden werden, dass das Unternehmen in alte Muster zurückfällt und sich Fehler wiederholen. Außerdem soll diese Masterarbeit allen Firmen mit gleichem Vorhaben und Ziel dienen, die Einführung von User Experience effizient und effektiv umzusetzen.

Konkrete Aufgaben

In dieser Masterarbeit wird die Einführung der User Experience Prozesse und des UX Teams bei der Firma OSRAM Opto Semiconductors GmbH beschrieben. Hierfür orientiert sich das Vorgehen an dem Buch "Quick Guide UX Management" von Quint und Bartel. Angelehnt an das Buch wird der UX-Reifegrad des Unternehmens festgestellt und daraus eine UX-Vision abgeleitet. Ein UX Manager wird alle Aktivitäten planen, leiten und steuern, die zu einer guten User Experience führen. Zudem wird dieser ein Team bilden, welches sich aus Personen verschiedener IT Abteilungen zusammensetzt. Das Team wird an ausgewählten Schulungen teilnehmen, um das Thema zu vertiefen. Als weitere Maßnahme wird der User Centred Design Ansatz als zentraler Prozess für die Produktentwicklung und Verbesserung implementiert. Hierbei werden potenzielle Nutzer von Beginn an einbezogen, um Produkte mit einem hohen Maß an User Experience zu erreichen. Die Methoden und Tools aus dem "Praxisbuch UX und Usability" von Jacobsen und Meyer werden in den einzelnen Phasen des User Centred Design Prozesses zum Einsatz kommen. Ebenso wird ein auf das Unternehmen abgestimmter Styleguide alle Designentscheidungen für Anwendungen beschreiben. Die Entwicklung einer internen Webseite soll die Verbreitung aller relevanten Informationen und Dokumente fördern und erleichtern. Um Aufmerksamkeit für das Thema zu erhalten, werden einige Marketing Strategien erstellt. Des Weiteren werden Kontakte zu anderen Unternehmen geknüpft, um Erfahrungen auszutauschen und eine UX Community aufzubauen. Mithilfe eines sogenannten "Leuchtturmprojektes" wird der User Centred Design Ansatz zum ersten Mal mit den neu definierten Methoden und Tools erprobt. Die Präsentation der Ergebnisse im gesamten Unternehmen soll das Interesse aller Mitarbeiter steigern. Zum Abschluss der Masterarbeit wird der erzielte Erfolg des Einführungsprozesses anhand von Metriken bemessen.

Erwartete Vorkenntnisse

HCI UX Empirische Methoden

Weiterführende Quellen

Jacobsen, J. & Meyer, L. (2017). Praxisbuch Usability und UX: Was jeder wissen sollte, der Websites und Apps entwickelt. Bonn: Rheinwerk Verlag GmbH. Leadley, B., Pao, H. & Douglas, S. (2005). Creating a user experience culture at a non-software company. DUX '05 Proceedings of the 2005 conference on Designing for User eXperience (S. 2-19). Niklas, S. & Laux, M. (2016). UX im Konzern - Usability Engineering facing Daily Business. In S. Hess. & H. Fischer (Hrsg.), UP 2016 (S. 1-11). Aachen: Gesellschaft für Informatik e.V. und die German UPA e.V.. Quint, G. & Bartel, T. (2018). Quick Guide UX Management: So verankern Sie Usability und User Experience im Unternehmen. Wiesbaden: Springer Gabler. Serra, G. B., Denke, M., Diehl, J., Dierolf, P., Emisch, J., Fehrenbach, C., Ganzhorn, M., Käfer, J., Nawrath, A., Rösner, T. & Schmidt, C., (2017). Inhouse-UX-Professionals – Missionen, Hürden, Erfolgsrezepte (UPA Arbeitskreis In-house Professionals). In Hess, S. & Fischer, H. (Hrsg.), Mensch und Computer 2017 - Usability Professionals. Regensburg: Gesellschaft für Informatik e.V..

From:
<https://wiki.mi.ur.de/> - MI Wiki

Permanent link:
https://wiki.mi.ur.de/arbeiten/erfolgsfaktor_ux_einfuehrung_und_verankerung_von_user_experience_im_unternehmen?rev=1540807200

Last update: 29.10.2018 10:00

