

Annika Siranusch Dolabdjian, Tobias Seidl, Cornelia Vonhof

Mitarbeitende statt Nutzende im Fokus

User Experience aus einer anderen Perspektive / Wie durch User Experience die Motivation von Mitarbeitenden erhöht werden kann¹

In den vergangenen Jahren stieg in Bibliotheken das Bewusstsein, dass durch User Experience (UX) Wünsche und Bedürfnisse der Nutzenden ermittelt und damit letztlich besser bedient werden können. Mithilfe von User Experience-Methoden gehen Bibliotheken daran, ihre Services und Dienstleistungen zu entwickeln und ein positives Erlebnis bei den Nutzenden hervorzurufen. Als Beispiele seien hier die ZBW – Leibniz-Informationszentrum Wirtschaft², der Verbund der Öffentlichen Bibliotheken Berlins (VÖBB)³ oder die Wageningen University & Research Library⁴ in den Niederlanden genannt. In den meisten User Experience-Projekten geht es genau darum: Wie muss ein Produkt oder eine Dienstleistung gestaltet sein, um beim Nutzenden ein positives Erlebnis hervorzurufen? Dabei richtet sich der Blick oft auf die technischen Aspekte eines Produktes oder einer Dienstleistung (beispielsweise das Interface) und stellt die Frage, welche psychologischen Bedürfnisse durch die Nutzung erfüllt werden. Doch mittlerweile findet ein Umdenken statt: UX wird nun auch im Arbeitskontext eingesetzt. Ziel ist es, möglichst viele positive Erlebnisse für die Mitarbeitenden zu schaffen, weil diese letztlich zu einer Steigerung der Arbeitsmotivation führen.

Gerade Dienstleistungsberufe – wozu auch die Bibliotheksarbeit zählt – wurden bis ins 20. Jahrhundert eher als unterstützende Hilfsberufe angesehen. Ihr Fokus lag vorrangig auf den Bedürfnissen und Wünschen der Kunden⁵. UX-Methoden können

jedoch dazu beitragen, diesen Fokus auf die Wünsche und Bedürfnisse der Mitarbeitenden in Bibliotheken zu erweitern.

Um das zu tun, werden Situationen im Arbeitsalltag ermittelt, die positive Emotionen bei den Mitarbeitenden hervorrufen. Diese können durch eine Person, ein Gerät oder ein Programm ausgelöst werden. Positive Emotionen entstehen aber auch, wenn psychologische Bedürfnisse wie Sicherheit, Autonomie, Popularität und Verbundenheit befriedigt werden.⁶

Bevor dies an einem praktischen Beispiel demonstriert wird, gilt es, den Begriff »User Experience« zu definieren und von anderen Begriffen wie »Usability« und »Service Design« abzugrenzen sowie die Phasen und Methoden der User Experience zu benennen.

User Experience – eine Definition

Bereits 1993 prägte Don Norman den Begriff »User Experience«. Er beschreibt User Experience folgendermaßen:

»It's everything that touches upon your experience with the product and you may not even use the product...«⁷

Diese Definition zeigt, dass sich UX, nicht allein auf eine einzelne Website, App oder Bedienoberfläche bezieht, sondern auf jede Erfahrung, die bei der Nutzung einer Dienstleistung oder eines Produkts entsteht. Dieses ganzheitliche Verständnis umfasst das Erleben vor, während und nach der Nutzung.⁸ Grundsätzlich steht bei allen User Experience-Prozessen der Mensch mit seinen Bedürfnissen im Mittelpunkt: Es handelt sich um ein nutzerzentriertes Vorgehen.⁹

Usability hingegen bezieht sich auf Erlebnisse, die während der tatsächlichen Nutzung eines Produkts oder einer Dienstleistung gemacht werden. Somit stellt es lediglich einen Aspekt der User Experience dar.¹⁰

Während durch User Experience und Usability das Erleben von Dienstleistungen und Produkten analysiert und verbessert wird, geht es bei Service Design um das Um- oder Neugestalten von Dienstleistungen.¹¹ Hierzu sind die Methoden und die Vorgehensweise der User Experience ebenfalls einsetzbar.

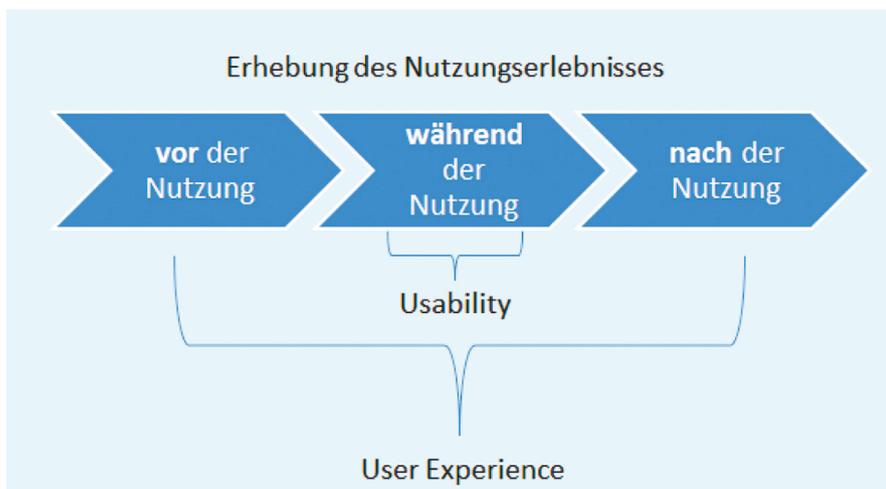


Abbildung 1: Unterschiede bei der Erhebung des Nutzungserlebnisses bei der User Experience und der Usability (eigene Darstellung).

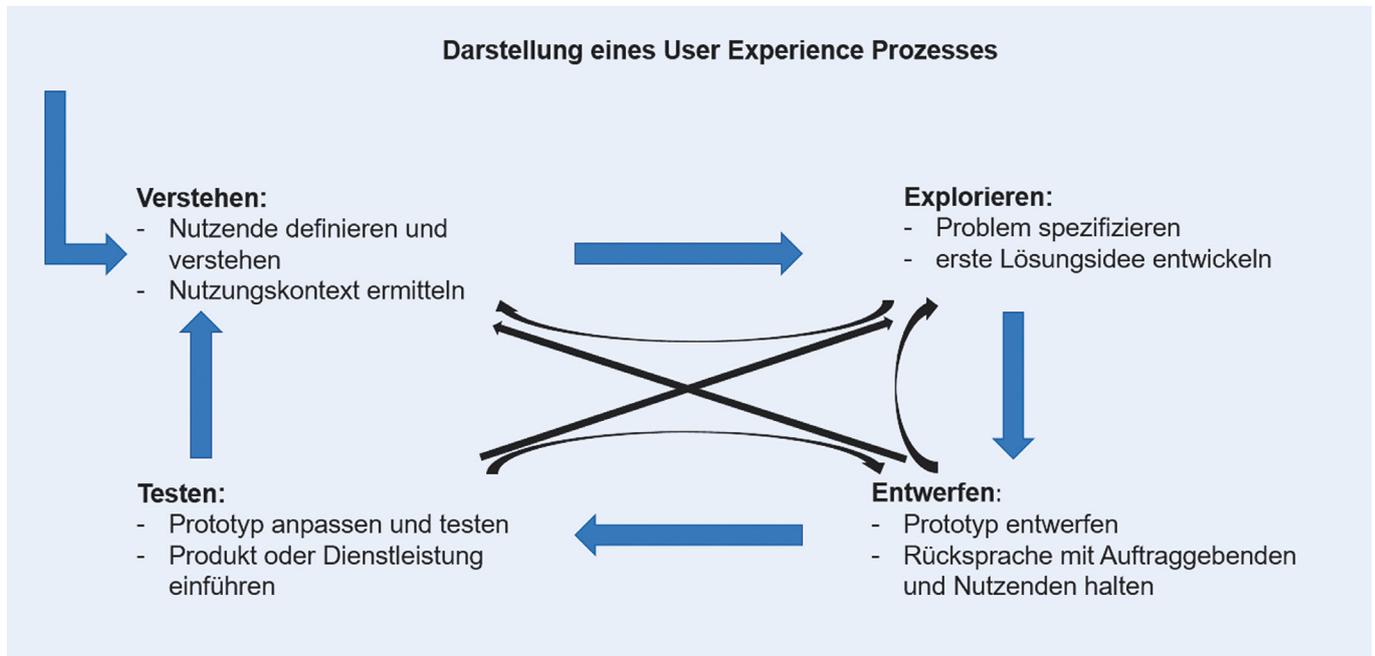


Abbildung 2: Der iterative User Experience Prozess (eigene Darstellung).

User Experience – der Prozess und die Methoden

User Experience besteht aus mehreren Phasen, die immer wieder durchlaufen werden, um zu einem möglichst guten Ergebnis zu kommen. Dieser iterative Prozess, bei dem jede Phase zu jeder Zeit erneut durchgeführt werden kann, lässt sich nie vollständig abschließen. Der Einbezug der potenziellen Nutzenden während der verschiedenen Phasen ist eines der wichtigsten Elemente der User Experience.¹²

Die Phasen des User Experience-Prozesses lassen sich durch die folgenden Leitfragen strukturieren und abgrenzen:¹³

Verstehen

- In welchem Zusammenhang wird ein Produkt oder eine Dienstleistung von Nutzenden verwendet?
- Wie sehen die typischen Nutzenden aus und welche Bedürfnisse haben sie?
- Welche Probleme gibt es bei der Nutzung?

Explorieren

- Um welche Art des Problems handelt es sich?
- Erfordert die Problemlösung eine Neuentwicklung oder genügt eine Erweiterung oder Verbesserung?
- Gibt es erste Lösungsideen?

Entwerfen

- Wie sieht ein erster Prototyp aus?
- Haben Nutzende oder Auftraggebende und die Projektausführenden das gleiche Verständnis des Produkts oder des Services?
- Wie kann es weiter verbessert werden?

Testen

- Welche Erkenntnisse ergaben sich aus dem Test des Prototypen?

- Entspricht das Produkt oder der Service den Anforderungen der Nutzenden?
- Gibt es nach einer Testphase weitere Vorschläge zur Verbesserung?

Die Methoden, die in einem User Experience-Prozess eingesetzt werden, stammen teilweise aus dem ethnografischen Methodenset. Bei ihnen geht es hauptsächlich darum, soziale Strukturen und Verhaltensweisen zu erfassen. Dabei wird darauf geachtet, dass bei der Befragung oder Beobachtung möglichst keine Beeinflussung der Person oder Personengruppe stattfindet, diese aber von sich selbst so viel wie möglich preisgibt.¹⁴ Ziel ist es, die Nutzenden besser kennenzulernen und sich in ihre Gedankenwelt hineinzusetzen. Zu den bekanntesten UX-Methoden gehören beispielsweise User Experience Questionnaires, Tagebuchstudien, User Stories, Customer Journeys und Brainstormings.

User Experience – Arbeit erleben

Um die Erlebnisse und damit verbundenen Emotionen im Arbeitskontext sichtbar zu machen, führte die Forschungsgruppe Information Experience and Design Research Group (IXD) an der Hochschule der Medien Stuttgart die Untersuchung »Identifying Experience Categories to Design for Positive Experiences with Technology at Work«¹⁵ durch. Ziel war es, solche Situationen im Arbeitsalltag zu ermitteln, in denen positive Erlebnisse stattfinden und diese als Basis zu verwenden, um weitere positive Erlebnisse hervorzurufen. Hierzu wurden durch narrative Interviews Erlebnisse ermittelt, die anschließend in daraus abgeleitete Erlebniskategorien geclustert wurden. Des Weiteren hielt die Forschungsgruppe fest, wer am jeweiligen Erlebnis beteiligt war, ob der Einsatz von Technologien eine

Erlebniskategorie	Gruppe
Feedback bekommen	Resonanz
Feedback geben	
Wertschätzung	
Helfen	Unterstützung
Hilfe bekommen	
Anderen etwas beibringen	
Herausforderung meistern	Herausforderung
Herausforderung bekommen	
Etwas austüfteln	Kompetenz
Kreativität erleben	
Etwas erleben	Organisation
Überblick haben	
Mit Leuten in Kontakt kommen	Kommunikation und neue Erfahrungen
Gegenseitiger Austausch	
Neues kennenlernen	
Gemeinsam etwas schaffen	
Zu etwas Höherem beitragen	

Tabelle 1: Auszug der Erlebniskategorien und Gruppen (eigene Darstellung nach Burmester¹⁷).

Rolle spielte und welche Emotionen erlebt wurden. Um die Emotionen innerhalb einer Erlebniskategorie sichtbar zu machen, wurden sie zu Gruppen zusammengefasst und den Erlebniskategorien zugeordnet. Anhand der Erlebniskategorie

»Feedback« wird dies deutlich: Diese Kategorie umfasst unter anderem, die Erlebnisse »Feedback geben« und »Feedback erhalten«. Die Gefühle, die mit »Feedback geben« verbunden sind, sind Wertschätzung und Verbundenheit. Mit »Feedback erhalten« sind die Gefühle Erleichterung, Zuversicht und Stolz verbunden. Diese Gefühle werden zusammenfassend als »Resonanz« bezeichnet.¹⁶

User Experience – eine praktische Anleitung

Vor dem Hintergrund der Erläuterungen zu User Experience und Erlebniskategorien, wird nun eine Brücke zum Einsatz dieser Methoden im Arbeitskontext und damit zu den Mitarbeitenden in Bibliotheken geschlagen. Mit den Methoden der User Experience ist es möglich, Situationen im Bibliotheksalltag zu lokalisieren, die zu Problemen und damit zu negativen Erlebnissen führen. Darauf aufbauend lassen sich mit den Mitarbeitenden Lösungsansätze erarbeiten, die oft ohne große Schwierigkeiten umgesetzt werden können. Wie kann ein solcher Prozess in einer Bibliothek ablaufen? Die Anwendung des UX-Prozesses im Praxiseinsatz startet mit der Auswahl eines gemeinsam identifizierten Bereichs, der zukünftig durch positives beziehungsweise positiveres Erleben gekennzeichnet sein soll. Er folgt dann den oben beschriebenen Phasen: Verstehen, Explorieren, Entwerfen, Testen. Parallel dazu werden die Erlebniskategorien herangezogen, um zu ermitteln, welche Bedürfnisse gedeckt werden sollen.

- 1 Der vorliegende Beitrag basiert auf der Bachelorarbeit von Annika Siranusch Dolabdjian: Motivation von Bibliotheksmitarbeitern durch Methoden der User Experience Methoden. Stuttgart, Hochschule der Medien, Bachelorarbeit, 2020, URN: urn:nbn:de:bsz:900-opus4-66563. In der Bachelorarbeit finden sich weiterführende Materialien wie zum Beispiel ein Leifaden.
- 2 Nicole Classen, Alena Behrens: Jetzt lernst du mich richtig kennen: Nutzerbefragung mal anders mit dem »User Experience-Baukasten« der ZBW. 108. Deutscher Bibliothekartag in Leipzig 2019 = 7. Bibliothekskongress, Leipzig, vom 19. März 2019. 2019, URL: <https://opus4.kobv.de/opus4-bib-info/frontdoor/index/index/docId/16315>. Letzter Zugriff: 23.09.2021
- 3 Pixel Saloon: Berliner Bibliotheken – Pixel Saloon. 2019, URL: <https://pixel-saloon.com/de/portfolio/berliner-bibliotheken/?-cookie-state-change=1569070186208>. Letzter Zugriff: 23.09.2021
- 4 Annika Siranusch Dolabdjian, Rob van Genderen: Bericht zur User Experience an der Wageningen University & Research – Library. In: o-bib. 6(2019)4, S. 225-229. <https://doi.org/10.5282/o-bib/2019H4S225-229>. Letzter Zugriff: 23.09.2021
- 5 Birgit Mager, Michael Gais: Service Design. Paderborn: Fink, 2009, S. 22-28
- 6 Michael Burmester, Magdalena Laib, Katharina Zeiner: Positive Erlebnisse und Wohlbefinden in Arbeitskontexten durch Gestaltung der Mensch-Computer-Interaktion. In: Michaela Brohm-Badry, Corinna Peifer, Julian. M. Greve [Hrsg.], Positiv-Psychologische Forschung im deutschsprachigen Raum - State of the Art. Lengerich: Pabst Science Publishers, 2017, S. 160-167
- 7 Don Norman: The term »UX«. In: YouTube, 2016, July 2, 0:40 - 0:51, URL: www.youtube.com/watch?v=9BdtGjoIN4E.

- Letzter Zugriff: 23.09.2021
- 8 Norman (Anm. 6) 0:40 - 1:37
 - 9 Steffen Weichert: Quick Guide UX Management: So verankern Sie Usability und User Experience im Unternehmen. Wiesbaden: Springer Fachmedien, 2018, S. 24
 - 10 Jens Jacobsen, Lorena Meyer: Praxisbuch Usability & UX (2. akt. Aufl.). Bonn: Rheinwerk Computing, 2019, S. 33-34
 - 11 Mager (Anm. 5) S. 42
 - 12 Deutsches Institut für Normung [Hrsg.]: Ergonomie der Mensch-System-Interaktion – Teil 210: DIN EN ISO 9241-210 – Prozess zur Gestaltung gebrauchstauglicher interaktiver Systeme (ISO 9241-210:2010). Berlin: Beuth, 2011, S. 11
 - 13 Weichert (Anm. 8) S. 22-28
 - 14 Stefan Thomas: Ethnografie: Eine Einführung. Qualitative Sozialforschung. Wiesbaden: Springer Fachmedien, 2019, S. 69-92
 - 15 Katharina Zeiner, Magdalena Laib, Katharina Schippert, Michael Burmester: Identifying Experience Categories to Design for Positive Experiences with Technology at Work. In: Jofish Kaye, Allison Druin, Cliff Lampe, Dan Morris, Juan Pablo Hourcade [Hrsg.], Proceedings of the 2016 CHI Conference Extended Abstracts on Human Factors in Computing Systems – CHI EA, 16. New York, USA: ACM Press, 2016, S. 3013–3020, <https://doi.org/10.1145/2851581.2892548>. Letzter Zugriff: 23.09.2021
 - 16 Burmester (Anm. 4) S. 158-175
 - 17 Burmester (Anm. 4) S. 168

Konkret könnte das heißen:

Während eines Brainstormings wird von den Mitarbeitenden herausgearbeitet, dass ein verstärkter Bedarf an interner Informations- und Wissensvermittlung besteht. Mit Blick auf die Erlebniskategorien kann hieraus zum Beispiel abgelesen werden, dass Mitarbeitenden die Resonanz oder die Kommunikation und das Sammeln neuer Erfahrungen mit Kolleginnen und Kollegen fehlt.

Die Mitarbeitenden entwickeln erste Lösungsideen, die, ohne sie zu bewerten, dokumentiert werden. Diese Ideen werden auf ihre Umsetzbarkeit geprüft. Daraufhin erfolgt eine Recherche nach konkreten Methoden (im Beispiel etwa aus dem Wissensmanagement), die den Lösungsideen möglichst nahekommen. Dabei werden Methoden ausgewählt, die es den Mitarbeitenden ermöglichen, zum Beispiel verstärkt Feedback aus dem Kollegenkreis zu erhalten, um das Bedürfnis nach mehr Resonanz zu decken. Die Methoden werden

an die örtlichen Gegebenheiten und Wünsche angepasst, um sie anschließend zu testen. Nach einem Testlauf wird unter Berücksichtigung des Feedbacks der Mitarbeitenden die Methode in den Bibliotheksalltag integriert, weiterentwickelt oder verworfen.

User Experience – ein Fazit

Es kann festgehalten werden, dass User Experience nicht nur für die Ermittlung von Bedürfnissen und Wünschen von Nutzerinnen und Nutzern eingesetzt werden kann, sondern sich auch gut in den Arbeitskontext einbetten lässt, um dort positive Erlebnisse zu fördern.

Wie anhand der Erlebniskategorien zu sehen ist, stellt gerade die Gruppe »Kommunikation und neue Erfahrungen« (vgl. Tabelle 1) einen gewichtigen Bereich dar, in dem positive Erlebnisse erfahren werden. Das heißt, allein der UX-Prozess als kommunikatives Ereignis im Team, kann zu positiven Erlebnissen im Arbeitskontext beitragen. Im Ergebnis heißt das: Zufriedene Mitarbeitende sorgen für zufriedene Nutzende und zufriedene Nutzende sorgen für zufriedene Mitarbeitende.

ANZEIGE

Annika Siranusch Dolabdjian ist seit März 2020 stellvertretende Bibliotheksleiterin an der TH Rosenheim. Zu ihren Aufgaben gehören die Konzeption und Durchführung von Schulungen sowie deren Einbindung in webbasierte Anwendungen sowie Projektarbeiten zum Forschungsdaten- und Publikationsmanagement. – Kontakt: annika.dolabdjian@th-rosenheim.de



Prof. Dr. Tobias Seidl (Foto: privat) ist Professor für Schlüssel- und Selbstkompetenzen Studierender und Prodekan für Lehre an der Hochschule der Medien Stuttgart. Er ist ausgebildeter LEGO Serious Play Moderator und systemischer Coach. – Kontakt: seidl@hdm-stuttgart.de

Cornelia Vonhof (Foto: Hochschule der Medien) ist Professorin für Public Management und Leiterin des Kontaktstudiengangs Bibliotheks- und Informationsmanagement an der Hochschule der Medien Stuttgart. Ihr Arbeitsschwerpunkt liegt auf Managementinstrumenten in Bibliotheken und Informationseinrichtungen. – Kontakt: vonhof@hdm-stuttgart.de



buchpark

**IHR PARTNER FÜR
BIBLIOTHEKS-
ANKÄUFE**

**Ankauf · Bestandsbereinigung
Aussonderungen · Abtransport**

Wir kaufen Buchbestände von Bibliotheken & Institutionen aus ganz Deutschland. Dazu bieten wir den Service von der Beräumung bis zum Abtransport.

Schicken Sie uns Ihre Anfrage,
Online oder per Mail: info@buchpark.de,
buchpark.de/buchankauf-bibliotheken