



Continuous UX im Berufsbild des Digital Design Professional

www.bitkom.org

bitkom

Herausgeber

Bitkom e. V.
Albrechtstraße 10 | 10117 Berlin
T 030 27576-0
bitkom@bitkom.org
www.bitkom.org

Ansprechpartner

Dr. Frank Termer | Bitkom e.V.
T 030 27576-232 | f.termer@bitkom.org

Verantwortliches Bitkom-Gremium

AK Digital Design

Projektleitung

Prof. David Gilbert | DB Systel GmbH
Axel Platz | Siemens AG

Titelbild

Mikita Yo Ya | unsplash.com

Copyright

Bitkom 2022

Diese Publikation stellt eine allgemeine unverbindliche Information dar. Die Inhalte spiegeln die Auffassung im Bitkom zum Zeitpunkt der Veröffentlichung wider. Obwohl die Informationen mit größtmöglicher Sorgfalt erstellt wurden, besteht kein Anspruch auf sachliche Richtigkeit, Vollständigkeit und/oder Aktualität, insbesondere kann diese Publikation nicht den besonderen Umständen des Einzelfalles Rechnung tragen. Eine Verwendung liegt daher in der eigenen Verantwortung des Lesers. Jegliche Haftung wird ausgeschlossen. Alle Rechte, auch der auszugswweisen Vervielfältigung, liegen beim Bitkom.

Continuous UX im Berufsbild des Digital Design Professional

Thomas Immich | Centigrade GmbH

Auszug aus dem »Jahrbuch Digital Design 2022«

Das vollständige Jahrbuch finden Sie unter:

[↗www.bitkom.org/Bitkom/Publikationen/Digital-Design-Jahrbuch-2022](https://www.bitkom.org/Bitkom/Publikationen/Digital-Design-Jahrbuch-2022)

5 Continuous UX im Berufsbild des Digital Design Professional

Thomas Immich | Centigrade GmbH

User Experience Design ist inzwischen zu einer *der* gestalterischen Disziplinen avanciert, die die vielzitierte Digitalisierung nicht nur beflügeln, sondern sie regelrecht alltagstauglich machen. Liefert ein digitales Produkt bessere Nutzungserlebnisse als das Produkt des Wettbewerbes, findet es auch eine höhere Akzeptanz bei seinen Nutzer:innen und generiert damit letztlich einen höheren Geschäftswert¹. Wer heutzutage als digital agierendes Unternehmen keine UX Professionals in den Projekten arbeiten hat, läuft gar Gefahr als unfortschrittlich zu gelten. UX Design als strategisches Instrument ist daher auch auf höchster Führungsebene inzwischen kein Exot mehr.

UX Design vs. Industriedesign

Dabei ist Nicht-Designer:innen der Begriff »UX Design« viel schwerer zu vermitteln, als der Begriff »Industriedesign«. Letzterer hat lange Tradition und ist scharf definiert. Industriedesign befasst sich mit der Gestaltung serienfertiger Gebrauchs- und Investitionsgüter. Damit unterscheidet sich Industriedesign von anderen Gestaltungsberufen, die auf Unikate oder vorwiegend visuelle Lösungen abzielen². Industriedesign unterliegt immer auch physischen Limitierungen und muss Herstellungsprozess und Materialeigenschaften eines Produktes somit von vorneherein mit in die Gestaltung eindenken. Ästhetische Ziele dürfen und müssen im Zweifel hinten angestellt werden, wenn hierdurch das Produktionsmaterial oder -Verfahren zu teuer, zu unbeständig oder zu schlecht reproduzierbar werden würde.

UX Design: ein Kind der Digitalisierung

Da nun aber »UX Design« als Disziplin ein Kind der Digitalisierung ist und sich in der breiten Wahrnehmung vor allem in Software-Produkten statt in physischen Gegenständen manifestiert, gibt es vordergründig auch keine der genannten Limitierungen für UX Designer:innen. Entsprechend wirkt diese Rolle von vielen bremsenden Fesseln befreit. Jedes erdachte UX Design Konzept erscheint grundsätzlich realisierbar und kann – Bits und Bytes sei dank – beliebig oft reproduziert werden: Serienfertigung per Kopiervorgang. Doch was ist UX Design dann eigentlich, wenn es weder Material-Limitierungen noch die Herausforderungen einer Serienfertigung berücksichtigen muss? Ein visuelles Wunschkonzert?

UX vs. UI Design

Nein – ein visuelles Wunschkonzert ist digitales Design sicherlich nicht, denn UX Designer:innen gestalten in der Wahrnehmung von Personal- und UX Agenturen nicht die visuell augenscheinlichen Aspekte einer Benutzeroberfläche, sondern vorwiegend den zugrundeliegenden Informati-

1 Sheppard, B. (2018)

2 VDID (2021)

onsaufbau und Interaktionsfluss. Um die Ästhetik von Oberflächen-Elementen kümmern sich in dieser Betrachtungsweise die sogenannten »UI Designer«. Letztere fokussieren ihre Arbeit auf visuelle Merkmale wie Typografie, Farbgestaltung, Layout, Bemaßungen oder Ikonographie.³

Der Unique Selling Point von UX Design

Wenn nun also UX Designer:innen sich weder ästhetischen Zwängen noch Herstellungsprozessen unterwerfen müssen, wo liegt dann eigentlich der »Unique Selling Point« – oder vielmehr der »Unique Challenge Point« – dieser Disziplin in Abgrenzung zu anderen Design-Disziplinen? Die Ausgestaltung des Informationsaufbaus und die Berücksichtigung des Interaktionsflusses kann es strenggenommen nicht sein, denn diese beiden Aspekte sind ja seit jeher auch im klassischen Industriedesign vertreten.

Bleibe noch der Fokus auf die Nutzer:innen. UX Designer:innen möchten, dass Menschen die Nutzung von Produkten als positiv erleben. Aber, wollen das Industriedesigner nicht auch? Natürlich! Doch interessanterweise hat sich in den UX Disziplinen aufgrund ihres Ursprungs in der angewandten Psychologie eine bereits im Kern mensch-zentrierte Vorgehensweise und Methodik herausgebildet⁴. Es werden Nutzerstudien eingeplant, Personas und Szenarien modelliert oder Usability Tests durchgeführt. Hier kann und sollte Industriedesign noch dazulernen und ist auch bereits im Begriff dies zu tun. Mensch-Zentrierung ist daher aber eben noch lange keine Eigenheit von UX Design.

Herausforderungen im Digital Design

Wenn sich UX Design nun aber weder durch die mensch-zentrierte Herangehensweise, noch durch die Gestaltung des Informationsflusses noch durch visuelle Ästhetik und auch nicht durch die Berücksichtigung von Herstellungsverfahren vom Industriedesign abgrenzt hat UX Design dann überhaupt einen eigenen Kern?

Freiheit als größte Limitierung

Ja! Doch die hier angerissene Betrachtungsweise ist gerade in Bezug auf Material-Limitierungen und Herstellungsverfahren viel zu oberflächlich. Aus den Freiheiten, die sich bei der Entwicklung digitaler Produkte aufgrund unbegrenzter Reproduzierbarkeit ergeben, folgen gleichzeitig auch die größten Herausforderungen. Oder anders ausgedrückt: in einer Welt, in der alles möglich scheint, wird auch alles gefordert.

Die Limitierungen, denen sich ein Industriedesigner bei der Auswahl von Materialien oder Produktionsverfahren gegenüber gestellt sieht, gibt es sehr wohl auch für UX Designer:innen. Diese Limitierungen sind nur leider viel subtiler und abstrakter und der geschulte Umgang mit

³ Garrett, J. J. (2010)

⁴ Sheridan, T.B. and Ferrell, W.R (1974)

ihnen ist durch Ermangelung entsprechender Studiengänge zudem unterrepräsentiert. An diesem Punkt setzt das Berufsbild des »Digital Design Professional«⁵ (DDP) an, indem es alles Digitale als Material versteht und so die abstrakte Software-Welt verdinglicht.

Folgen für UX Designer:innen

Was bedeutet die Etablierung dieses neuen Berufsbildes nun konkret für UX Designer:innen? Im übertragenen Sinne, sollten sie die Materialeigenschaften und Limitierungen ihrer digitalen Werkstoffe kennen, bevor sie ihre Konzepte darauf fußen lassen. Wenn sie beispielsweise eine Browser App gestalten, die von den Nutzer:innen über mehrere Tabreiter hinweg verwendet wird, dann müssen sie sich der Limitierung bewusst sein, dass eine Browser App nicht per se immer die frischsten Daten auf dem UI darstellt. Löscht man in einem der Tabreiter ein Item, so ist dieses Item ohne eine auf diese Interaktion abgestimmte Softwarearchitektur im anderen Tabreiter noch zu sehen und führt zu allerhand technischen Inkonsistenzen und mentalen Verwirrungen. UX Designer:innen müssen also durchaus darüber Bescheid wissen, was es mit Push vs. Pull Modellen, mit Websocket-Verbindungen sowie mit UI Frameworks und deren Komponentenverhalten auf sich hat. Wenn UX Designer:innen sich in ihrem Selbstverständnis also nicht gleichzeitig auch als »Digital Design Professionals« im »Digitalmaterial-kundigen« Sinne verstehen, dann wird ihr Stimmgewicht in modernen Entwicklungsteams in Zukunft schrumpfen, weil ihre Konzepte bereits im Kern zum Scheitern verurteilt sind.⁶

Limitierungen der digitalen Welt

Es lohnt sich also, die Limitierungen und Herausforderungen, die digitales Material für die Konzeption von Software bereithält, genauer unter die Lupe zu nehmen. Just im Verständnis dieser speziellen digitalen Material-Eigenschaften, liegt der eigentliche USP von UX Design in Abgrenzung zum Industriedesign. Die Limitierungen, die die digitale Welt bereithält, nimmt unterschiedlichste Formen an und so sollten Digital Design Professionals auch unterschiedliche Strategien im Umgang mit diesen Limitierungen anwenden. Auf vier dieser Limitierungen soll im folgenden eingegangen werden.

Limitierung der Verarbeitbarkeit von digitalen Konzepten

Software Engineers können bereits durch einige wenige Konzepte eines Digital Design Professionals an die Grenzen ihrer Kapazität gebracht werden. Schnell formuliert ist z.B. die Idee, dass Nutzer:innen einen Elektroscooter per Smartphone ausleihen und die Kosten ihrer Fahrt darüber abrechnen – und einleuchtend klingt diese Idee sicherlich auch. Doch bereits diese wenigen überschaubaren Konzeptansätze büden den Software Engineers aller Wahrscheinlichkeit nach viele Wochen Recherche, technische Evaluation, Programmierung, Testing und Fehleranalyse auf. Der Digital Design Professional kann also nicht lange im stillen Kämmerlein breite Konzepte

5 IREB (2021)

6 Immich, T. (2021)

ausarbeiten, sondern muss früh in die Tiefe gehen und kontinuierlich auch kleinste Konzeptfortschritte bereitstellen – nur so bleiben diese für den Software Engineer verarbeitbar.

Limitierung der Stabilität von digitalen Produkten

Auch wenn Software Engineers gerne vom »Stable Release« sprechen und damit ein aktuelles Softwareentwicklungsstadium bezeichnen, welches die wenigsten Fehler oder Abstürze produziert⁷, müssen sich digitale Produkt-Teams eingestehen: ein Produkt ist nie fertig und Stabilität eine Illusion. Digitales Material ähnelt eher einem organisch wachsenden Baum als einem toten Stück Holz. Ist das digitale Produkt an einem Tag noch passgenau und fehlerfrei, so kann es nur wenige Zeit später bereits überbordend und unbenutzbar sein. Das einstige »Minimum Viable Product«⁸ wird zum »Fat Dead Product«. Zudem ändern Nutzer:innen während und durch die Nutzung eines digitalen Produktes ihr Nutzungsverhalten, welches in der Konsequenz wieder neue Erwartungen schürt und entsprechend neue UX Konzepte erforderlich macht. Digital Design Professionals müssen also immer wieder die aktuelle Bedürfnislage mit der aktuellen Lösung in Einklang bringen. Die Corona Warn App beispielsweise hat in großem Stil bewußt gemacht: eine Software muss sich kontinuierlich mit aktuellen Gegebenheiten mitentwickeln, da sie sonst gar ihre Daseinsberechtigung verlieren kann.⁹

Limitierung der Spezifizierbarkeit von digitalen Anforderungen

Stoßen Software Engineers auf größere Lücken in einem UX Konzept, so werden sie (im besten Fall) mit dem zuständigen Konzepter in Kontakt treten und diese Lücken im Rahmen einer Frage-Antwort-Runde kollaborativ füllen. Oder sie werden (im schlechtesten Fall) einen nicht abgestimmten eigenen Lösungsansatz an die Stelle der Lücke setzen, welcher aller Wahrscheinlichkeit nach nicht mensch-zentriert sein wird.

Lücken im Konzept von Anfang an zu vermeiden, klingt zunächst nach der offensichtlichen Maßnahme und lässt vermuten, man packe damit das Problem an seiner Wurzel. Doch leider ist auch das eine Illusion, denn viele konzeptuelle Lücken treten erst durch die Implementierungsaktivitäten in Erscheinung und waren daher von niemandem wirklich vorherzusehen. Nur mit Hilfe einer kontinuierlichen Kommunikation zwischen Engineering und Design können solche Lücken Stück für Stück beseitigt werden.

Limitierung des Spezialwissens innerhalb digitaler Disziplinen

Die Digitalisierung verbreitet sich inzwischen mit rasender Geschwindigkeit und ständig tauchen neue Begriffe und Ansätze auf. Egal ob Cryptowährung, künstliche Intelligenz, Micro-Services, IoT Devices, VR/AR/XR oder andere digitale Trends – am Ende des Tages kann sich kein Digital Design Professional davon freimachen, welche Prinzipien, Möglichkeiten, Interaktionsformen und Benut-

7 Bays, Michael E. (1999)

8 Ries, E. (2011)

9 Science Media Center (2020)

zuerfahrungen neue digitalen Trends bereits im Kern mit sich bringen. Es bedarf einer kontinuierlichen Weiterbildung und Spezialisierung von Kenntnissen, damit UX oder UI Konzepte nicht per se zu oberflächlich daherkommen oder gar am Ziel vorbeischießen. Somit avanciert die Recherche und Bewertung digitaler Trends selbst zu einer Kernkompetenz des Digital Design Professionals.

Kontinuität als Schlüssel

Betrachtet man alle hier aufgezeigten Limitierungen digitalen Materials im direkten Vergleich, tritt das Muster deutlich zu Tage: Jeder der Limitierungen kann nur mit Kontinuität begegnet werden: kontinuierliche Bereitstellung von Konzepten in verarbeitbarer Form, kontinuierlicher Abgleich aktueller Lösungen mit aktuellen Gegebenheiten, kontinuierliche Kommunikation und Schärfung von Spezifikationen sowie kontinuierliche Weiterbildung und Bewertung im Hinblick auf neu entstehende digitale Trends.

Haltung und Werkzeug

Es beginnt also mit der Haltung des Digital Design Professional, dass nicht Stabilität und Fixierung, sondern Kontinuität und Dynamik den größten positiven Einfluss auf die Entwicklung positiver Nutzererlebnisse haben. Das Streben nach kontinuierlicher Veränderung in jeder Gestaltungsentscheidung, ist daher eine Grundvoraussetzung für gutes Digital Design.

Doch nicht Haltung alleine, auch die Werkzeuge und Methoden eines auf UX Design und Konzeption spezialisierten Digital Design Professionals, müssen auf Kontinuität ausgelegt sein. Statt Features aus der Luft zu greifen, müssen digitale Designer:innen Ihren Gestaltungsprozess auf mensch-zentrierten User Stories aufsetzen¹⁰. Statt ausschließlich Wireframes als Konzeptbeschreibung zu produzieren, müssen sie situativ, leicht konsumierbare Diagramme an Engineers liefern. Statt kurz nach der »Design Übergabe« an den Software Engineer zur nächsten Konzeptaufgabe überzugehen, müssen Sie nah beim entstehenden Prototyp oder Produkt bleiben, dieses im Einsatz beobachten sowie kontinuierlich Fehler analysieren und beheben¹¹. Statt interessante aber halbgeare Konzepte in die Welt zu setzen, sollten sie die Augen offen halten, um sich an aktuellen Frameworks und Standards z.B. in der Open Source Community zu orientieren.

»Continuous UX« als Mindset und Framework, über das man sich diese Haltung sowie bestimmte kontinuierliche Herangehensweisen und Methodiken immer wieder bewußt machen kann, wird für Digital Design Professionals daher immer relevanter werden. Letztlich zeigt der Ansatz mit seiner zentralen Methodik der »User Booklets« einen agilen und mensch-zentrierten Weg von einem simplen Minimalprodukt zu einem komplexen Gesamtsystem auf, ohne dabei bereits vorab einen konkreten Endzustand definieren zu müssen.¹²

10 Immich, T. (2020)

11 Humble, J. and Farley, D. (2010)

12 Immich, T. (2018)

Fazit

Software verändert sich stetig, genauso wie die daraus resultierenden Nutzungserlebnisse. Digitales Material lebt und wächst also auch nach seiner Verwendung weiter. Die Vorgehensweise eines Digital Design Professionals kommt daher einer Landschaftsgestaltung näher als einer Objektgestaltung. Spezialisieren sich Digital Design Professionals auf UX Design und Konzeption, so müssen die daher eine »Continuous UX« Mentalität nebst Methodenkasten zum Einsatz bringen. UX Design hat in der Abgrenzung zu Industriedesign somit in der Tat einen eigenen »Unique Selling Point«. Doch dieser besteht nicht darin, mensch-zentriert zu arbeiten oder UI Elemente auf digitalen Displays ästhetisch anzuordnen – er besteht darin, den Herstellungsprozess digitaler Produkte und die sich daraus ergebenden Limitierungen zu kennen und damit umgehen zu können. Nur wenn Designer:innen Methoden anwenden, die sich mit einem »Continuous UX« Verständnis vereinbaren lassen, sind die Herausforderungen der mensch-zentrierten digitalen Transformation zu meistern.

Literaturverzeichnis

- Bays, Michael E. (1999): Software release methodology, Prentice Hall PTR
- Garrett, J. J. (2010): The elements of user experience: New Riders Publishing.
- Humble, J. and Farley, D. (2010): Continuous Delivery. Addison-Wesley, Upper Saddle River, NJ, (2010)
- Immich, T., (2018): Continuous UX – »Lean« und »Large« unter einem Dach. In: Hess, S. & Fischer, H. (Hrsg.), Mensch und Computer 2018 – Usability Professionals. Bonn: Gesellschaft für Informatik e.V. Und German UPA e.V.. (S. 115-126).
- Immich, T. (2020): Getting user stories right, <https://ux-day.de/getting-user-stories-right/>
- Immich, T. (2021): UX Design ist tot, lang lebe UX Design, <https://www.centigrade.de/de/blog/ux-design-ist-tot-lang-lebe-ux-design/>
- IREB (2021), Digital Design Professional: <https://www.digitaldesign.org/>
- Ries, E. (2011): The lean startup, Crown Businesses
- Science Media Center (2020): Was haben Corona Warn Apps bisher gebracht? <https://www.sciencemediacenter.de/alle-angebote/rapid-reaction/details/news/was-haben-corona-apps-bisher-gebracht/>
- Sheppard, B., (2018): The Business Value of Design, McKinsey Report, <https://www.mckinsey.com/business-functions/mckinsey-design/our-insights/the-business-value-of-design>
- Sheridan, T.B. and Ferrell, W.R., Man-Machine Systems (1974): Information, Control and Decision Models of Human Performance, MIT Press
- VDID (2021): Berufsbild Industriedesigner, <https://www.vdid.de/positionen/berufsbild.php>

Bitkom vertritt mehr als 2.000 Mitgliedsunternehmen aus der digitalen Wirtschaft. Sie erzielen allein mit IT- und Telekommunikationsleistungen jährlich Umsätze von 190 Milliarden Euro, darunter Exporte in Höhe von 50 Milliarden Euro. Die Bitkom-Mitglieder beschäftigen in Deutschland mehr als 2 Millionen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Zu den Mitgliedern zählen mehr als 1.000 Mittelständler, über 500 Startups und nahezu alle Global Player. Sie bieten Software, IT-Services, Telekommunikations- oder Internetdienste an, stellen Geräte und Bauteile her, sind im Bereich der digitalen Medien tätig oder in anderer Weise Teil der digitalen Wirtschaft. 80 Prozent der Unternehmen haben ihren Hauptsitz in Deutschland, jeweils 8 Prozent kommen aus Europa und den USA, 4 Prozent aus anderen Regionen. Bitkom fördert und treibt die digitale Transformation der deutschen Wirtschaft und setzt sich für eine breite gesellschaftliche Teilhabe an den digitalen Entwicklungen ein. Ziel ist es, Deutschland zu einem weltweit führenden Digitalstandort zu machen.

Bitkom e.V.

Albrechtstraße 10

10117 Berlin

T 030 27576-0

F 030 27576-400

bitkom@bitkom.org

www.bitkom.org

bitkom