



Berufswege-Veranstaltungen: Sommersemester 2020

Ethnologinnen und Ethnologen in User Experience und Design

Dr. Frauke Mörike, Ulla Geisel, Evin Bozbayir

13.07.2020

*Am 13. Juli 2020 luden das Institut für Ethnologie der Universität Tübingen sowie Praxis und Beruf an der Philosophischen Fakultät zum Zoom-Meeting des Seminars „Kultur als Beruf“ ein. Die Referentinnen berichteten von ihren aktuellen Tätigkeiten, ihrem Einstieg ins Berufsleben und die Möglichkeiten, die ein Studium der Ethnologie mit sich bringt. Die Teilnehmenden gewannen Einblicke in die Arbeit rund um Nutzer*innenperspektiven aus angewandter Forschung und Praxis.*

Nach einer kurzen Begrüßung durch **Frauke Mörike** vom Institut für Psychologie und Arbeitswissenschaft der TU Berlin, begann das Meeting mit einer kurzen begrifflichen Annäherung an „Human Factors“ und „Human Computer Interaction“. Frau Mörike definierte „Human Factors“ als das Design von Produkten, Prozessen und Systemen, wobei die Zielsetzung aus der Verminderung menschlicher Fehler, erhöhter Sicherheit, Produktivität und dem Komfort für Nutzer*innen liegt. Der Oberbegriff „Mensch-Technik-Interaktion“ lässt sich noch einmal aufgliedern in die Begriffe „Mensch-Maschine-Interaktion“ (HMI/MMI) und „Mensch-Computer-Interaktion“ (HCI/MCI). Die Zielsetzung von angewandter Forschung und dem Industry Research ist es, Ergebnisse in Form von Evaluationsberichten, also wie gut verstehen Nutzer*innen die App?, Designempfehlungen, (Was könnte besser verstanden werden? Wie sollte das Design für eine Anwendung oder beispielsweise ein neues Display aussehen?), Trainingskonzeptionen und Interventionsansätzen zu liefern.

Ulla Geisel, Design Anthropologin in der SAP User Experience Organisation Bereich SAP Fiori Designsystem und User Research, berichtete über ihren Werdegang als Ethnologin in der Software

Industrie. Die Design-Anthropologie ist eine Form der angewandten Anthropologie in der Softwarebranche, die sich ethnographischer Methoden bedient, um neue Produkte, Dienstleistungen und Umgebungen zusammen mit Designern, aber auch anderen Disziplinen zu entwickeln. Der Fokus liegt hierbei in der User Experience, also bei den Fragestellungen, wie gehen Menschen mit Technologie um? Welche Bedürfnisse und Anforderungen haben sie, denen Rechnung getragen werden sollte und muss, damit die Technologie gut angewandt werden kann. Vor allem in der Anwendung ethnographischer Forschung, die gemeinsam mit (potentiellen) Nutzern des geplanten Produkts durchgeführt wird, um etwas über die alltäglichen Praktiken, symbolischen Bedeutungen und Formen der Sozialität zu erfahren, leisten Design Anthropologen einen Beitrag. Hier wird also von der Produktplanung bis hin zur Produktion und Weiterentwicklung in Interaktion mit Menschen an den Produkten gearbeitet.

Als kurzen begrifflichen Einschub erklärte Frau Geisel die Termini Usability, User Experience und User Research. Danach zeigte sie einige Beispiele für die Anwendung ethnographischer Methoden in der User Experience und User Research auf. Hierzu zählen Interviews (Field Research), Shadowing Observation, Focus Groups, Use Case Validation, Survey & Questionnaire und Usability Testing.

Kulturelle User Experience – warum überhaupt braucht das SAP eine Ethnologin/ Anthropologin? Mit der Businesssoftware von SAP werden alle Industrien weltweit bedient und erfordert ein grundlegendes Verständnis davon, was Kultur ist, da Menschen nicht nur Nutzer sind, sondern auch ihren eigenen kulturellen Hintergrund mitbringen. Technologie ist daher immer in einer Kultur kontextualisiert, wobei



die Benutzer Produkte auf der Grundlage ihres kulturellen Hintergrunds interpretieren und erleben. Das hat Auswirkungen auf die Akzeptanz und Benutzerfreundlichkeit der Software. Da Kultur kein statisches Konzept ist, sondern sich entwickelt und verändert, muss man sich der eigenen Voreingenommenheit und der stereotypen Denkweise bewusst sein, um Aspekte zu vermeiden, die sich negativ auf lokale Bedeutungen und Handlungen auswirken können. Es müssen also so viele kulturelle Anforderungen wie notwendig erfüllt werden, damit Menschen ihre Aufgaben effizient, effektiv und zufriedenstellend erfüllen können. Als Beispiele werden hier Arbeitsweisen und mentale Modelle, wie beispielsweise Genehmigungsschritte in Workflows im Unterschied China und Deutschland, Nutzung von Symbolen oder Icons, die Infrastruktur, wie die vorhandene Bandbreite, oder auch Technologie, also welche Endgeräte wofür genutzt werden.

Frau Geisel leitet außerdem eine Arbeitsgruppe, die kulturelle User Experience in den Kontext „inclusive design“ eingefasst hat, in dem sich SAP etablieren möchte. „Inclusive Design“ ist ein menschenzentrierter Ansatz, der die größtmögliche menschliche Diversität berücksichtigt, wie persönliche Fähigkeiten, Sprache, Kultur, Geschlecht, Alter und andere Formen menschlicher Charakteristika. Ziel ist es, die SAP-Produkte in jeglicher Hinsicht barrierefrei zu machen.

Abschließend erzählte Ulla Geisel von einem ihrer aktuellsten Projekte – der Mitentwicklung und Validierung der Corona-Warn-App. Hier zeigt sich ihr Tätigkeitsprofil deutlich: Ziel war und ist es, eine Anwendung herzustellen, die der kompletten Bandbreite einer Bevölkerung zur Verfügung gestellt werden kann. Es galt also zu klären, was beachtet werden muss, wer könnte potentiell ausgeschlossen werden, der die App nicht benutzen kann (da kein mobiles Endgerät vorhanden, nicht die notwendige Betriebssoftware, ...), Sprachprobleme, kognitive Fähigkeiten/Einschränkungen, Seheinschränkungen, Alter, o.Ä. Zur Validierung hierzu wurden Interviews direkt mit Nutzern in einem Testlabor geführt, wobei den Probanden der Prototyp der App gegeben wurde,

mit welchem sie sich von der Installation bis hin zur Handhabung und Nutzung auseinandersetzen sollten. Das erhaltene Feedback konnte somit in der Optimierung der Anwendung umgesetzt werden.

Evin Bozbayir ist mittlerweile User Experience Researcher, CDA Research and Innovation der Valeo Schalter und Sensoren GmbH. 2009 bis 2014 studierte sie an der Universität Heidelberg Ethnologie im Hauptfach und Soziologie im Nebenfach. Nach ihrem Studium war sie anfangs unschlüssig, welchen Weg sie einschlagen sollte. Durch eine Werkstudententätigkeit bei der TTS GmbH hatte sie die Möglichkeit, als administrative Hilfskraft bei einem Usability Test mitzuarbeiten, wodurch sie letztlich ihre Spezialisierung und Vertiefung in der Produktentwicklung fand. Anschließend hat Frau Bozbayir ihren Master als duales Studium an der Steinbeis Hochschule Berlin und dem Unternehmen Valeo absolviert und ist seit 2016 bei Valeo angestellt. Ihre Aufgaben umfassen User Tests planen, organisieren und durchführen sowie die Anwendung von ethnographischen Methoden, Nutzerbedürfnisse erforschen und die Organisation von Trainings und Workshops für Entwickler, um diese mit Nutzerbedürfnissen und der Feldforschung vertraut zu machen.

Aber wer ist denn überhaupt Valeo? – Valeo ist ein Automobilzulieferer, der Produkte und Technologien produziert, die direkt an den Hersteller und den Nachrüstungsmarkt geliefert werden. Valeo hat vier große Geschäftsgruppen: die Visibility Systems, Powertrain Systems (Motorantriebssysteme), Thermal Systems (Klima- und Motorkühlsysteme) und Comfort and Driving Assisting Systems (Fahrassistenzsysteme). In Letzterem ist Frau Bozbayir im Bereich Research and Innovation tätig. Hier geht es um vernetztes und automatisiertes Fahren und Produkte, die dieses möglich machen. Wie wird aber Ethnologie hier angewandt? In den letzten Jahren hat sich die Nutzererfahrung und wie der Fahrer die Zeit im Auto anders nutzt und auch nutzen kann in den Fokus gerückt. Somit änderte sich auch der Fokus im Innovationsprozess, bei der die entwickelte Idee rückgefragt wird mit dem Nutzer und erst dann in die Implementierungsphase zu



gehen. Hier greift die ethnographische Forschung, um undefinierte Bedürfnisse des Nutzers zu erkennen. Methoden wie ethnologische Interviews, Tagebuchstudien, Observationen, Netnographie oder auch Simulationen finden hier Verwendung. Die Referentin zeigte verschiedene Beispiele auf, wie Ethnologie in einem solchen Unternehmen zum Tragen kommt. Unter anderem stellte sie ihre Masterarbeit vor, bei welcher sie die Nutzerbedürfnisse von Autofahrern der Zukunft und die Erwartungen der Zukunftsmobilität von Teenagern ausfindig und untersucht hat. Zielsetzung war die Erforschung des heutigen Verhaltens, die sie per Beobachtungen, Interviews und Netnographie durchgeführt hat, um später Cockpit-Konzepte von Teenagern zu entwerfen.

Als Message gibt Evin Bozbayir den Studierenden mit: verwendet das, was ihr gelernt habt und versucht, Werkstudententätigkeiten auszuüben, um ein besseres Bild von der Anwendung von Ethnologie zu fassen. So könnt ihr außerdem ein Netzwerk um euch herum aufbauen – das ist ein Muss. Geht auf Konferenzen und bleibt nicht nur im theoretischen Bereich.

Fazit

Die Referentinnen und die teilnehmenden Studierenden waren sich einig: die Ethnologie muss bekannter werden und bei potentiellen Arbeitgebern muss klargemacht werden, wer Ethnologen sind und was Ethnologen können.

Abschließend wird für eine erfolgreiche Suche nach Stellenausschreibungen der Tipp gegeben, erst einmal bei der Universität nachzufragen, oder selbst durch eine Netzsuche mit dem Stichwort „Working Student Ethnologie“ oder „User Research“ Ausschreibungen zu suchen. Auch schon während des Studiums ein Praktikum zu machen ist hilfreich.

Lisa Faber