

# Inhaltsverzeichnis

<b>1 Worum geht es?</b>	1
1.1 Warum ein Buch über User-Experience-Management?	2
1.2 Zielgruppe: Für wen ist dieses Buch?	9
1.3 Begriffe: User-Experience-Management, User, User Experience und User-Centered Design	12
1.3.1 U wie User-Experience-Management	12
1.3.2 U wie User	17
1.3.3 U wie User Experience	20
1.3.4 U wie User-Centered Design	25
Literatur	31
<b>2 Das UX-Management-Framework: Was gehört dazu, wirklich nutzerzentriert zu sein?</b>	33
Literatur	40
<b>3 Der UX-Status-Quo: Wie bereit ist meine Organisation für User Experience?</b>	41
3.1 UX-Reifegrad: Was ist das?	42
3.2 Wie lässt sich der aktuelle UX-Reifegrad einschätzen?	45
3.2.1 UX-Reifegrad Stufe 1: Fehlendes UX Bewusstsein	47
3.2.2 UX-Reifegrad Stufe 2: Ad-hoc UX	51

v

## VI Inhaltsverzeichnis

3.2.3	UX-Reifegrad Stufe 3: Projektbasierte UX	56
3.2.4	UX-Reifegrad Stufe 4: Gemanagte UX	60
3.2.5	UX-Reifegrad Stufe 5: Integrierte UX	65
3.2.6	UX-Reifegrad Stufe 6: Institutionalisierte UX	70
3.3	Die Probe aufs Exempel: 12 Leitfragen für ein besseres Verständnis des UX-Reifegrades Ihres Unternehmens	74
	Literatur	77
<b>4</b>	<b>Die UX-Vision: Wohin soll die Reise gehen?</b>	79
4.1	Vorüberlegungen zur UX-Vision	81
4.2	UX-Vision erarbeiten – Dimension Produkt oder Service	85
4.2.1	Prototyp	85
4.2.2	Zeitungsaufgabe der Zukunft	87
4.3	UX-Vision erarbeiten – Dimension Nutzer	89
4.3.1	Empathy Map	89
4.3.2	Future-Journey-Map	91
4.4	UX-Vision erarbeiten – Dimension Unternehmen	92
4.4.1	Future-Ecosystem-Map	92
4.4.2	Code of conduct	94
4.5	Mit der UX-Vision arbeiten	95
	Literatur	96
<b>5</b>	<b>Menschen: Wie verändern sich Teamzusammensetzungen und Kompetenzen?</b>	99
5.1	UX, wo bist du? Vom UX-Einzelkämpfer bis zum UX-Team	100
5.1.1	Konstellation 1: Der UX-Einzelkämpfer	101
5.1.2	Konstellation 2: Zentrales UX-Team	110
5.1.3	Konstellation 3: UX im Projekt- oder Produktteam	126
5.2	Das Who-ist-Who der wichtigsten UX Rollen	137
5.2.1	UX Manager	138
5.2.2	User Researcher	144
5.2.3	UX Designer	152
5.2.4	UX-Teamleiter	158

5.2.5	Externe UX-Instanz	161
5.2.6	Produktverantwortlicher oder Projektleiter	166
5.2.7	Geschäftsführung/Management-Ebene	168
Literatur		173
<b>6</b>	<b>Prozesse: Wie verändern sich Vorgehensweisen?</b>	175
6.1	Verstehen	178
6.2	Explorieren	183
6.3	Entwerfen	184
6.4	Testen	188
6.5	Beispiel für Prozessveränderungen im agilen Kontext	190
Literatur		196
<b>7</b>	<b>Kultur: Wie verändert sich die Unternehmenskultur?</b>	199
7.1	Status-Quo bestimmen: Wie ist unsere aktuelle Unternehmenskultur?	201
7.2	Ziele festlegen: Welche Unternehmenskultur ist für gute UX notwendig?	204
7.2.1	Arbeitserleichterung beim User wichtiger als Arbeitserleichterung bei uns	205
7.2.2	Qualität wichtiger als Geschwindigkeit	206
7.2.3	Austausch wichtiger als Kommunikation in eine Richtung	207
7.2.4	Experimentieren und Lernen wichtiger als Fehlervermeidung	208
7.2.5	Vertrauen wichtiger als Hierarchie	210
7.2.6	Faktor Mensch wichtiger als Zahlen	211
7.2.7	Visualisieren wichtiger als Diskutieren	212
7.2.8	Kompetenzen wichtiger als Rollen	213
7.3	Kulturwandel anstoßen: Welche Veränderungen nehmen wir vor?	215
Literatur		217

<b>8 Die UXM-Potentialfeld-Analyse: Wie es nach dem Reifegrad-Check weitergehen kann</b>	219
8.1 Vom Reifegradcheck zur Potentialfeld-Analyse	220
8.2 Die UXM-Potentialfelder	222
8.2.1 Potentialfeld 1: Vollständigkeit menschzentrierter Gestaltung	222
8.2.2 Potentialfeld 2: Anwendungsfelder menschzentrierter Gestaltung	224
8.2.3 Potentialfeld 3: Kompetenzen und Rollen	227
8.2.4 Potentialfeld 4: UX-Entscheidungen und Kommunikation	229
8.2.5 Potentialfeld 5: Messbarkeit von UX	233
8.2.6 Potentialfeld 6: Zielbild und Vision	237
8.2.7 Potentialfeld 7: UX-Wissensmanagement	239
8.3 Der UXM-Potentialfeld-Workshop	246
Literatur	250
<b>Ein letzter Tipp zum Schluss</b>	251