

Social Design: Immer neu Maß nehmen

Social Design stellt den Menschen in den Mittelpunkt allen Handelns: Es hilft uns, gerade in den frühen Phasen von IT-Projekten geeignete Methoden und Werkzeuge auszuwählen, sie richtig einzusetzen und Ergebnisse empfangenorientiert zu gestalten. Durch den Einsatz von Social Design erkennen und verstehen wir die Situation unserer Kunden besser und leiten nachhaltigere Empfehlungen ab. Der Artikel erklärt, wo Social Design herkommt, und zeigt an konkreten Beispielen aus der IT-Beratung, wie sich Ergebnisse verständlich aufbereiten lassen und Menschen in die Entstehung der Ergebnisse aktiv eingebunden werden können.

„Der einzige Mensch, der sich vernünftig benimmt, ist mein Schneider. Er nimmt jedes Mal neu Maß, wenn er mich trifft, während alle anderen immer die alten Maßstäbe anlegen in der Meinung, sie passten auch heute noch.“ (George Bernard Shaw, 1856-1950).

Stellen Sie sich vor, Sie haben ein Projekt aufgesetzt, weil Sie Abläufe in Ihrem Unternehmen optimieren möchten. Ihre IT-Abteilung oder ein externer IT-Dienstleister beschreiben die zukünftigen Abläufe in einem Ergebnisdokument, das Sie prüfen und abnehmen. Verständlicherweise gehen Sie auf den Fachbereich zu, damit er Ihnen die Inhalte bestätigt. Die Fachbereichsmitarbeiter waren schließlich an der Erstellung des Dokuments beteiligt. Jetzt sollen sie beurteilen, ob die Inhalte richtig und vollständig sind. Doch niemand will sich festlegen, dass das Beschriebene die Anforderungen der Fachabteilung wiedergibt. Woran liegt das?

Ergebnisdokumente sind in IT-Projekten für viele Fachbereichsmitarbeiter schwere Kost. IT-Berater haben den Anspruch, korrekte und vollständige Dokumente zu verfassen. Sie verwenden Sequenz- und Objektdiagramme und Satzschablonen wie zum Beispiel: „Das System muss X erfüllen, wenn Y eingetreten ist.“ Diese formale Beschreibung stellt Prozesse und Systeme in den Mittelpunkt. Als Konsequenz können sich Mitarbeiter nicht mit dem Geschriebenen identifizieren. Social Design stellt dagegen den Menschen in den Mittelpunkt. Social Design ist kein neues Werkzeug-Set, sondern eine Haltung.

Der Begriff „Social Design“ ist in den 1970ern und 1980ern in Design und Architektur entstanden. Wichtige Vorreiter waren Viktor Papanek (vgl. [Pap71]) und Richard Buckminster Fuller (vgl. [Ful69], siehe **Kasten 1**). Mit der Zeit haben sich

verschiedene Definitionen des Begriffs entwickelt, gemeinsam haben alle jedoch zwei Leitgedanken:

- Der Mensch steht im Mittelpunkt der Gestaltung eines Ergebnisses.
- Die Nutzer sind eng in den Entstehungsprozess eingebunden.

Wir wenden diese Leitgedanken auf IT-Projekte und IT-Beratung an und zeigen anhand von drei Beispielen, wie sich Social Design ausdrückt: in einer Haltung gegenüber Menschen, in der Art, wie wir Ergebnisse festhalten, und in dem Weg, wie wir sie erarbeiten.

Eine Haltung gegenüber Menschen

- „Ich bin begeistert von dem Ergebnis, das wir erreicht haben.“

- „Ich fühlte mich wohl und bin äußerst zufrieden mit dem Ergebnis. Vielen Dank.“

- „Ich hätte nicht gedacht, dass wir in zwei Tagen so weit kommen.“

Nach unserem zweitägigen Workshop in einem Berggasthof im Chiemgau hatten wir mit 15 Fachbereichsmitarbeitern fünf neue Prozesse erarbeitet. Die Rückmeldungen zeigten uns: Wir hatten die Menschen erreicht. Im Workshop hatten wir einen Raum geschaffen, in dem alle Beteiligten sich wohl fühlten und jede Idee ihren Platz fand. Das Workshop-Format hatten wir aus der Perspektive der Teilnehmer heraus gewählt.

Bei unserer Vorbereitung sahen wir uns als erstes die Teilnehmerliste an. Von einigen Fachbereichsmitarbeitern wussten wir, ob sie eher extrovertiert oder introvertiert sind, aber nicht von allen. Wir machten uns

Victor Papaneks Werk „Design for the Real World: Human Ecology and Social Change“ zählt zu den meist gelesenen Designbüchern weltweit. Papanek kritisiert darin die Konsumorientierung des Industriedesigns und fordert, Design stattdessen nach sozialen und ökologischen Prinzipien auszurichten. In der Essay-Sammlung „Bedienungsanleitung für das Raumschiff Erde und andere Schriften“ widmet sich Richard Buckminster Fuller den Herausforderungen der Menschheit, wie zum Beispiel „Wie sichern wir das Überleben der Menschheit?“ und „Wie nutzen wir unsere Ressourcen so, dass wir die Armut beseitigen?“ Seine These lautet, dass die Menschheit eine Welt erschaffen kann, in der die Bedürfnisse aller Menschen erfüllt sind. Dieses Ziel wird durch ein innovatives Design erreicht, das „mehr durch weniger“ erzeugt und so das Leben der Menschen verbessert. Beide Autoren fordern mit ihren Ansätzen, Produkte bedarfsorientiert zu gestalten: Im Gestaltungsprozess muss sich der Designer intensiv mit dem Nutzer auseinandersetzen. Dadurch werden die Kultur und das soziale Umfeld des Nutzers in den Gestaltungsprozess einbezogen. Dieses Prinzip stellt somit nicht das Produkt, sondern den Menschen in den Mittelpunkt – es wird *Social Design* genannt.

Kasten 1: Ursprünge des Social Designs.

Gedanken über das Workshop-Format: Erarbeiten wir die fünf Prozesse in Form einer offenen Diskussion im Plenum? In diesem Format kann jeder mitreden und sich einbringen, aber erfahrungsgemäß dominieren wenige Teilnehmer das Gespräch in großen Gruppen. Das hemmt andere, sie äußern sich nicht. Also entschieden wir uns gegen dieses Format.

Wie wäre es mit Gruppenarbeit? In kleineren Gruppen sinkt die Hemmschwelle, sich zu äußern. Das Format hat allerdings einen Nachteil: Wenn jede Gruppe einen der fünf Prozesse bearbeitet, wirkt nicht jeder an allen Inhalten mit. Das Wissen etlicher Fachbereichsmitarbeiter wäre nicht in die Prozesse eingeflossen. Deshalb verwarfen wir auch dieses Workshop-Format.

Um jeden einzelnen Fachbereichsmitarbeiter einzubinden und zu aktivieren, haben wir uns für einen Rotationsworkshop entschieden: Die Teilnehmer bearbeiteten in Dreiergruppen jeweils einen Prozess. Anschließend ließen wir die Gruppen wandern, jede Gruppe machte bei jedem Prozess Halt und analysierte und überarbeitete die Vorarbeit der anderen Gruppen. Dadurch konnte jeder Teilnehmer sein Wissen in alle fünf Prozesse einfließen lassen. Wie erwartet, erhielten wir viele wertvolle Beiträge, gerade auch von den eher introvertierten Teilnehmern. In den kleinen Gruppen hatte niemand Angst, eine andere Meinung zu vertreten als Kollegen in der gleichen oder einer vorherigen Gruppe. Am Ende besprachen wir die Prozesse im Plenum. Da jeder mindestens den Stand kannte, den die erste Gruppe erarbeitet hatte, konnten wir uns auf die Änderungen konzentrieren, die die späteren Gruppen vorgenommen hatten. Jeder prüfte, bewertete und bestätigte die finalen Prozesse. Das Ergebnis war Konsens unter allen Beteiligten.

Bei der Auswahl des Workshop-Formats haben wir die Teilnehmer in den Mittelpunkt gestellt. Eine Vertrauen schaffende Umgebung, die Fehler erlaubt, fördert die Kreativität. Jeder Einzelne kann sich einbringen – unabhängig vom individuellen Temperament.

Eine Richtschnur, wie wir Ergebnisse gestalten

Im Anschluss an unseren Prozess-Workshop vereinbarten wir mit dem Kernteam unseres Projekts, welche Prozessschritte künftig durch IT-Systeme unterstützt werden sollen. Die Nutzergruppen haben wir mit Personas greifbar gemacht: *Personas*

Literatur

- [Ful69] R.B. Fuller, Bedienungsanleitung für das Raumschiff Erde und andere Schriften, Rowohlt, Reinbek 1973 (englisches Original bei Southern Illinois University Press, 1969)
[Pap71] V. Papanek, Design for the Real World: Human Ecology and Social Change, Pantheon Books, 1971

sind fiktive Personen, die stellvertretend für ihre Gruppe von Anwendern stehen. Jede Persona hat einen Namen, ein Gesicht, eine Familie, einen Lebenslauf, einen Wohnort, Hobbys und Charaktereigenschaften.

Personas ergänzen die Anwender-Klassifizierungen, die unser Kunde in früheren Projekten genutzt hatte:

- den Unerfahrenen
- den Fortgeschrittenen
- den Expertenanwender

Die Einstufungen waren abstrakt. Fachbereichsmitarbeitern fiel es schwer, sich in die Anwendergruppen hineinzuversetzen. Personas machen die Anwenderklassen greifbar. Wir alle hatten viel Spaß, den Personas Eigenschaften, Stärken und Schwächen anzudichten: Sie wurden menschlich – sympathisch und lebendig.

„Das ist meine Tante Hildegard, die ihr da beschrieben habt“, war die Reaktion eines Fachbereichsmitarbeiters. Auch andere bestätigten, dass sie jemand ähnlichen kennen.

Dadurch konnten sich alle sehr gut in die Personas hineinversetzen und ihre Bedürfnisse nachempfinden. Im Projekt sprachen wir nicht mehr von Anwendergruppen, sondern über die Personas. Wir argumentierten aus ihrer Sicht: „Was würde Hans dazu sagen?“ Später übernahmen Kollegen in anderen Projekten unsere Personas. Offenbar wurden sie gerne verwendet und nachhaltig genutzt. Die abstrakten User-Definitionen wurden durch Social Design zu lebendigen, eingängigen Persönlichkeitsprofilen.

Ein Wegweiser, wie wir Ergebnisse erarbeiten

Unser drittes Beispiel befasst sich mit dem Weg, wie wir mit Social Design Ergebnisse erarbeiten.

Der nächste Schritt unseres Projekts bestand darin, die Benutzungsoberflächen zu entwerfen. Wir wollten Workshops mit den Fachbereichsmitarbeitern durchführen und überlegten: Wir können in den Workshops ein Oberflächen-Designwerkzeug wie



„Axure RP“, „Balsamiq“ oder „iRise“ auf unserem Laptop starten, den Bildschirminhalt an die Wand des Besprechungsraums projizieren und gemeinsam mit den Fachbereichsmitarbeitern die Benutzungsoberfläche entwerfen. Oder wir können die Benutzungsoberfläche mit Papier, Stiften, Schere und Klebstoff zusammenbauen.

Wir entschieden uns für einen Kreativ-Workshop mit Papier-Mockups. Das weckt das Engagement der Fachbereichsmitglieder, fördert ihre Kreativität und sorgt für gute Laune. Jeder Fachbereichsmitarbeiter brachte Ideen ein, am Ende betrachtete jeder das Ergebnis als sein eigenes. Sprachlich weniger ausdrucksstarke Fachbereichsmitarbeiter brachten ihre Meinungen genauso engagiert ein wie alle anderen Teilnehmer. Die Benutzungsoberfläche und das Dialogverhalten waren für die Fachbereichsmitarbeiter greifbarer geworden als in Oberflächen-Designwerkzeugen. Jeder machte mit, „klickte“ auf Dialogelemente aus Papier und simulierte das Dialogverhalten. Um die verschiedenen Anwenderklassen zu charakterisieren, versetzten wir uns in die Personas, die wir zuvor im Projekt ausgearbeitet hatten.

Papier-Mockups sind nicht immer das Mittel der Wahl. Bei einer ausgereiften Benutzungsoberfläche hätte es die Fachbereichsmitarbeiter ermüdet, jede kosmetische Änderung mit Bastelwerkzeug umzusetzen. Wir haben das Papier-Mockup deswegen später in ein Oberflächen-Designwerkzeug übertragen und dort weiter bearbeitet. Damit haben wir das Prinzip des Social Designs umgesetzt, das Vorgehen situativ auf die Bedürfnisse der Menschen auszurichten.

Fazit

Das Workshop-Format, die Personas und die Papier-Mockups, die wir als Beispiel beschrieben haben, sind bekannte Methoden. Die Neuheit beim Social Design besteht darin, das Handeln konsequent von den Menschen aus zu denken, mit denen und für die wir arbeiten. Dazu gehört auch, Vorgehen und Ergebnisse immer wieder zu überden-

Die Autoren



|| Dr. Michael Beck
(michael.beck@maibornwolff.de)



|| Carsten Dick
(carsten.dick@maibornwolff.de)



sind erfahrene IT-Berater mit mehr als zehn Jahren Berufserfahrung. Beide betreuen Kunden über alle Phasen des Softwareentwicklungsprozesses. Schwerpunkt ihrer Arbeit bei MaibornWolff sind die frühen Projektphasen mit Geschäftsprozessberatung und -implementierung, Anforderungsspezifikation und Fachkonzeption sowie Anwenderschulungen.

ken, bis sie diesem Anspruch gerecht werden. Es gibt keine Standardmethoden. Vielmehr wählen wir aus einem Methoden-Set je nach Situation, Teilnehmerkreis und Ziel das passende Vorgehen oder Werkzeug aus. Social Design ist für uns:

- ein Arbeitsprinzip, eine Art zu denken und zu handeln
- eine Haltung gegenüber Menschen
- eine Richtschnur, wie wir Ergebnisse gestalten
- ein Wegweiser, wie wir Ergebnisse erarbeiten und Methoden und Werkzeuge einsetzen

Social Design ist eine Leitlinie, die uns hilft, das Richtige zu tun: die Bedürfnisse aller Menschen zu berücksichtigen, ihr Engagement und ihre Kreativität zu fördern, sie im Veränderungsprozess zu begleiten und ihnen Spaß zu bereiten.

Social Design lässt sich auch auf andere Phasen von IT-Projekten anwenden. Denken Sie doch einmal darüber nach, was Social Design zum Beispiel für das Projektmanagement, die Softwarearchitektur, die Softwareentwicklung, den Test oder die Einführung neuer Software in Ihrem Unternehmen bedeutet. ||

OBJEKTspektrum ist eine Fachpublikation des Verlags:
 SIGS DATACOM GmbH · Lindlaustraße 2c · 53842 Troisdorf
 Tel.: 022 41 / 23 41-100 · Fax: 022 41 / 23 41-199
 E-mail: info@sigs-datacom.de
 www.objektspektrum.de
 www.sigs.de/publications/aboservice.htm

SIGS DATACOM
 FACHINFORMATIONEN FÜR IT-PROFESSIONALS