

Abstract:

Die Entwicklung des Internets hin zur interaktiven Plattform des World Wide Web bringt eine immer größer werdende Informationsflut mit sich. Rezipienten können aus einer Vielzahl an Informationsmöglichkeiten und Angeboten wählen. So wird die Aufmerksamkeit der User zu einem begehrten Gut in der Informationsgesellschaft. Dies stellt neue Herausforderungen an im Web agierende Unternehmen. Doch dies gilt nicht nur für die Beziehung zwischen einem Unternehmen und seinen externen Kunden. Auch die Kommunikation über Online-Kanäle innerhalb eines Unternehmens mit den eigenen Mitarbeitern ist von diesem Wandel geprägt. Nutzerfreundliche Anwendungen im unternehmensinternen Kontext sind daher genauso gefragt wie einfache zu bedienende Online-Shops. Während die Erkenntnisse zu einem positiven Nutzererlebnis in der Kommunikation von Unternehmen mit externen Stakeholdern bereits Anwendung finden, ist diese Entwicklung bei den Instrumenten der internen Kommunikation erst im Anfangsstadium.

Bisher beziehen sich Forschungsarbeiten im Bereich Usability und User Experience hauptsächlich auf Websites und Geräte für private Anwender und Nutzer. Im Bereich der unternehmensinternen Anwendungen gibt es bislang nur wenig öffentlich zugängliche Erkenntnisse. Ziel der Masterarbeit ist es, speziell die User Experience von unternehmenseigenen, internen Kommunikationsinstrumenten näher zu betrachten. Dies geschieht am Beispiel des Unternehmensbereichs Qualitätsmanagement.

Zunächst wird auf die Bedeutung der User Experience in diesem Unternehmenszweig eingegangen. Die erste Forschungsfrage lautet daher:

Welche Bedeutung hat die User Experience bei der Nutzung von internen Kommunikationsmitteln im Bereich des Qualitätsmanagements eines Unternehmens?

Da bereits internationale Standards der Gebrauchstauglichkeit und des Nutzererlebens gesetzt sind, aber keine Kenntnisse darüber vorliegen, inwiefern diese in der Unternehmenspraxis auch umgesetzt werden, wird im Rahmen dieser Arbeit außerdem folgende Forschungsfrage beantwortet:

Wie werden die Standards der Usability- und User-Experience-Forschung in der Unternehmenspraxis umgesetzt?

Diese Forschungsfragen wurden mittels einer Methodenkombination aus einer Literaturanalyse, einer Eye-Tracking-Studie sowie anschließenden Leitfadeninterviews beantwortet. Für die Untersuchung stand die Robert Bosch GmbH mit ihrem Qualitätsmanagementsystem „QMS Powertrain“ des Geschäftsbereichs Powertrain Solutions (PS) als Praxispartner zur Verfügung.

Die Ergebnisse zeigen, dass die Nützlichkeit und die Benutzbarkeit wichtige Qualitätskriterien für das QMS sind. Nur wenn die Mitarbeiter ihre gesuchten Informationen und Anweisungen schnell auffinden und einfach abrufen können, werden diese auch umgesetzt. Dies setzt eine einfache Bedienbarkeit und eine positive Einstellung zur Nutzung des QMS voraus. Aus den ermittelten Ergebnissen der empirischen Untersuchung lässt sich schließen, dass bei der Entwicklung von internen Kommunikationsmitteln in der Unternehmenspraxis die Bereiche der Usability und User Experience bereits Beachtung finden. Eine anwenderorientierte Aufbereitung der Inhalte steht, speziell am Beispiel des „QMS Powertrain“ der Robert Bosch GmbH, im Fokus. Lediglich die Messung dieser Qualitätskriterien wird aus Gründen mangelnder Kapazität häufig vernachlässigt.

Art der Arbeit: Master-Arbeit

Verfasserin: Tiziana Schuster

E-Mail: tiziana.schuster@alice.de