

Küchentischgespräche online - Frauen in digitalen Jobs

Eine Veranstaltungsreihe von Frau und Beruf und KOBRA

Zu Gast war: Britta Ullrich, User-Experience Researcherin

Gespräch 10 / 02.12.2022. Das Interview führte Gabriele Witzernath, Frau und Beruf e.V.



Britta Ullrich ist ausgebildete Industriekauffrau, Diplom-Wirtschaftspsychologin und ganzheitliche Coachin. Während ihres Studiums hörte sie zum ersten Mal etwas über UX Research. Die Referentin berichtete damals darüber, wie sehr eine Handpuppe dabei helfen kann, Interviews zu sensiblen Themen wie einer Hämorrhiden-Crème führen zu können. Dass Menschen über diesen Trick bereit sind, sich zu schwierigen Themen befragen zu lassen, hat sie sofort fasziniert. Also machte sie in einer Unternehmensberatung, die auf User Experience spezialisiert war, ein Praktikum und blieb nach dem Diplom als Consultant für zwei Jahre in der Firma. Später holte sie ein ehemaliger Kollege zu XING, wo sie als UX Researcherin angefangen und nach fünf Jahren die Teamleitung in einem wachsendem Team übernommen hat.

Heute ist Britta Ullrich selbstständig tätig als User-Experience Researcherin, als Expertin für Visualisierung und als Coachin. Sie führt User-Experience Studien durch, um Kund*innen in dem Nutzer*innen-zentrierten Produktentwicklungsprozess zu unterstützen.

[LinkedIn-Profil von Britta Ullrich](#)

Was bedeutet User-Experience im Unterschied zu Usability?

Usability bezieht sich auf die *Nutzerfreundlichkeit* eines technischen Produkts während der Nutzung, d.h. ob es einfach zu bedienen ist oder nicht. Das kann eine Website sein oder ein technisches Gerät. *User Experience* (im Folgenden mit UX abgekürzt) ist das komplette *Nutzererlebnis*, das bereits vor der Nutzung beginnt und danach noch weitergeht, zum Beispiel was die Person später über das Produkt denkt.

Was machst Du als User-Experience Researcherin?

Als UX-Researcherin nutze ich vielfältige Methoden, um herauszufinden welche Wünsche und Probleme Nutzer*innen haben und bereite diese Informationen für Produktentwickler*innen, das Marketing, Designer*innen oder die Stakeholder auf. Der Arbeitsprozess UX lässt sich gut an dem Design Thinking Modell des Hasso-Plattner-Instituts zeigen:



EMPATHIE/VERSTEHEN: In dieser Phase geht es darum, das zu erforschende Phänomen zu verstehen, d.h. die Bedürfnisse der Nutzer*innen herauszukitzeln. Am besten geht das durch „Jobs to be done“-Interviews mit Menschen. Man kann sie auch bitten, Dinge auszuprobieren und dabei „laut zu denken“ und sie dabei beobachten. In einem Gespräch lernt man viel mehr als nur, ob ein Produkt funktioniert oder nicht, z.B. welche Werte und Einstellungen jemand hat und ob es Spaß macht, das Produkt zu benutzen. Dafür kann man auch Umfragen nutzen. Ich führe aber am liebsten 1:1-Interviews. Zum Beispiel könnte man fragen, was Ängste und Sorgen von Frauen sind, die sich nach der Elternzeit beruflich neu orientieren möchten. Mit dem gesammelten Wissen kann man dann strategische Entscheidungen treffen (**SICHTWEISE DEFINIEREN**): Welches Problem kann der/die Auftraggeber*in für sie lösen? Später müssen noch weitere Fragen geklärt werden, um wirklich gute Lösungen zu entwickeln: Wie kann sie/er damit Geld verdienen? Und wie kann sie/er das technisch umsetzen? **IDEEN FINDEN:** Danach werden in interdisziplinären Teams mit Hilfe kreativer Methoden Ideen gesammelt und ausgewertet bis ein **PROTOTYP ENTWICKELT** werden kann, der am Ende **GETESTET** wird. In der Verstehens- und in der Test-Phase sind UX-Researcher besonders aktiv. Weiterhin moderieren sie häufig die Ideenfindungsphase.

Link Tipps von Britta Ullrich

- <https://germanupa.de/jobs/stellenanzeigen>
- <https://www.user-experience-blog.de>
- <https://careerfoundry.com>
- <https://worldusabilityday.org>

Fortbildungen findet man hier (ohne Gewähr):

- Career Foundry
- Google Zukunftswerkstatt
- und auf dem UX Blog (siehe oben)

Britta hatte netterweise noch eine visuelle Coaching-Frage vorbereitet: Welche drei Hauptzutaten braucht es für deinen beruflichen Erfolg? Das hier sind Brittas drei Hauptfaktoren – was sind deine?



Wer Kontakte zu Frauen aus der IT-Branche sucht, kann sie sicherlich in einem der vielen [Frauen-IT-Netzwerke](#) finden.

Und hier noch eine Liste zu [Weiterbildungen im Digitalen Bereich](#). Viele davon sind gefördert oder können mit einem Bildungsgutschein absolviert werden.

Impressum:

Dokumentation: Rosaria Chirico, KOBRA
Alle Fotos mit freundlicher Genehmigung von Britta Ullrich

Was magst du an deiner Tätigkeit?

Ich darf als neugieriger Mensch Leuten ein Loch in den Bauch fragen und bekomme auch noch Geld dafür! Außerdem muss ich heraushören, was zwischen den Zeilen gesagt wird. Das finde ich sehr spannend und das liegt mir sehr. „Research“ als Lebensphilosophie: Fragen stellen, um Erkenntnisse zu gewinnen.

Welche Kompetenzen braucht man für diesen Job? Ist ein Quereinstieg möglich?

Auf jeden Fall Empathiefähigkeit und starke Kommunikationsfähigkeiten. Auch Neugierde und verstehen wollen. Informationen herauskitzeln, aufnehmen, analysieren, d.h. Muster erkennen und die Essenz der Erkenntnisse (insights) verständlich und interessant vermitteln, meist auf Deutsch und Englisch. Außerdem wäre es gut, quantitative und qualitative Analysefähigkeiten mitzubringen. Wenn man das nicht alleine stemmen kann, dann braucht es auf jeden Fall ein Team, das sich in diesen Kompetenzen ergänzt. Das wichtigste ist die Art und Weise des forschenden Denkens und sich etwas angelesen zu haben über UX Research, insofern ist ein Zugang für Quereinsteigerinnen durchaus möglich. Es wird breit eingestellt. Journalistinnen können recherchieren und kommunizieren, das ist auf jeden Fall übertragbar. Wissenschaftlerinnen können ihre Forschungs- oder Präsentationskompetenzen einbringen. Durch ein diverses Team können Reibungspunkte entstehen, die eine hohe Qualität ermöglichen können. Das Wichtigste beim Quereinstieg ist davon zu überzeugen, dass die mitgebrachten Kompetenzen für den neuen Job wertvoll sind.

Worauf kommt es an, damit UX-Research funktioniert?

Man sollte kein Interview ohne einen Stakeholder bzw. eine andere beteiligte Person machen, zum Beispiel aus dem Produktteam. Jede*r hört mit einem anderen fachlichen Ohr zu. Das ist eine gute Grundlage, um gemeinsam zu überlegen: Was haben wir gelernt? Was heißt das jetzt für uns? Was können wir besser machen? Es ist immer eine gemeinsame Forschung.

Was magst du nicht an deiner Tätigkeit?

Ich mag nicht der Evangelist sein. Es gibt viele Firmen, bei denen man viel Aufklärungsarbeit dafür leisten muss, weshalb UX Research nicht nur bei der Produktentwicklung, sondern ständig betrieben werden muss. Aus dem einfachen Grund, weil sich die Welt permanent ändert – es hört nie auf.

Hast du eine Botschaft an unsere Zuhörer:innen und Leser:innen?

Den Tipp meines ehemaligen Chefs an mich: „Geh doch mal mit Leuten essen, die beruflich das machen, was Du selbst gerne machen würdest und frag, was Dich interessiert.“ Das ist übrigens auch schon eine Research.

Vielen Dank für das Gespräch!

