

Ganzheitliche Citizen Experience

Neue Erwartungen an den Public Sector: Fünf Leitlinien für eine wirkungsvolle, digitale Citizen Experience. Wie Behörden und Ministerien die Interaktion mit den Bürgern optimieren können.

Gastautor: Philip Knittler, Digitas Pixelpark

In den letzten Jahren ist die Geschwindigkeit des technologischen Wandels noch weiter gestiegen und Bürgerinnen und Bürger erwarten zunehmend nahtlose und intuitive digitale Erfahrungen bei öffentlichen Dienstleistungen und Informationsangeboten.

Es gibt keinen Wirtschaftszweig und keinen Lebensbereich, der nicht von den Einflüssen der zunehmenden Technologisierung und Vernetzung betroffen ist. Dieser Wandel umfasst nicht nur soziale, kulturelle und gesellschaftliche Aspekte, sondern formt vor allem neue Kundenerwartungen und -anforderungen. Unternehmen sehen sich mit Nutzern konfrontiert, die ein intuitives, interaktives und vertrauensschaffendes Marken- oder Produkterlebnis über alle Kanäle hinweg erwarten.

Auch Ministerien, Behörden und Institutionen aus dem öffentlichen Sektor sind gezwungen, die Beziehung zu Bürgerinnen und Bürgern neu zu erfinden. Sie müssen sich auf Erwartungen einer neuen Art von Nutzern einstellen: Bürger als digital versierte Konsumenten. Diese anspruchsvolle, moderne Spezies erwartet, dass die digitalen Erfahrungen mit staatlichen Dienstleistungen ebenso reibungslos verlaufen wie ihre Interaktionen mit kommerziellen Marken.

ORIENTIERUNG UND KLARHEIT

Bürgerinnen und Bürger erwarten von den öffentlichen Diensten, dass sie einfache, nahtlose und personalisierte Erlebnisse mit minimalem Zeit- und Arbeitsaufwand bieten und gleichzeitig Vertrauen erwecken. Sie wollen Autonomie, suchen aber gleichzeitig Nähe durch einen direkten, persönlichen

Dialog. Der Schutz der eigenen Daten wird dabei stets vorausgesetzt.

Damit unterscheiden sich die typischen Nutzungsszenarien von Konsumenten und Bürgern nur geringfügig. Trotz aller Gemeinsamkeiten gibt es jedoch einen zentralen Unterschied: Während die Customer Experience stark mit einer klaren Kaufabsicht oder Kundenbindung verbunden ist, haben Plattformangebote öffentlicher Einrichtungen nicht das Ziel, den Besucher zu einem Käufer, Fan oder Content Creator zu konvertieren. Vielmehr geht es in der Citizen Experience darum, Orientierung und Klarheit zu schaffen, umfassend zu informieren und schlussendlich den Nutzer zu befähigen.

KLARES INFORMATIONSBEDÜRFNIS

Bürgerinnen und Bürger haben keine kommerzielle Motivation bei der Interaktion mit öffentlichen Institutionen, sondern ein →

Die typischen Nutzungsszenarien von Konsumenten und Bürgern unterscheiden sich nur geringfügig. In der Citizen Experience geht es unter anderem darum, Orientierung zu schaffen und umfassend zu informieren

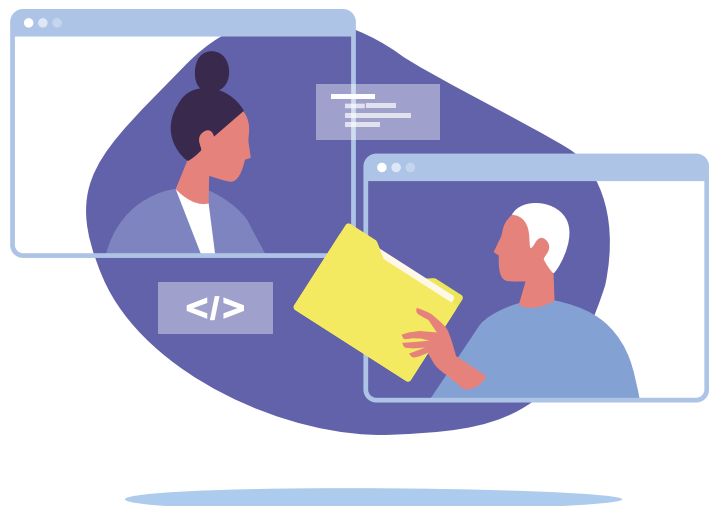


Foto:radia_smpok-AdobeStock.com

klares situatives Informationsbedürfnis: „Wie hoch ist der Mindestlohn?“, „Wie beantrage ich Kindergeld?“, „Was bedeutet Kurzarbeit?“, „Welche Rechte habe ich bei einer Kündigung?“ Das Ziel einer erfolgreichen Citizen Experience ist es demnach, Informationen so zugänglich zu machen, dass Bürgerinnen und Bürger befähigt werden, die richtigen Entscheidungen für sich zu treffen. Diese Informationen, Daten und Entscheidungsgrundlagen schnell, einfach, verständlich und vor allem frei von Barrieren zugänglich zu machen, ist damit das zentrale Wertangebot von Ministerien, Behörden und Institutionen aus dem öffentlichen Sektor.

FÜNF LEITLINIEN

Durch interaktive und integrierte Plattformlösungen schaffen öffentliche Einrichtungen eine nahtlose, digitale Bürgererfahrung. Die nachfolgenden fünf Leitlinien zeigen auf, welche strategischen Überlegungen bei der Schaffung einer ganzheitlichen Citizen Experience beachtet werden sollten:

1 – Die Bedürfnisse der Bürgerinnen und Bürger kennen und verstehen

Anstatt sich ausschließlich auf soziodemographische Merkmale zu fokussieren, sollten die Motivationen der Zielgruppe betrachtet werden. Nur mit einem klaren Verständnis, was die eigene Zielgruppe antreibt und welche Wünsche und Probleme sie hat, kann wirksame Nutzererfahrung geschaffen und die Ausrichtung des Produktes geschärft werden. Gleiches gilt demnach auch für Bürgerinnen und Bürger und deren Erfahrungen mit digitalen Angeboten aus dem öffentlichen Sektor.

Bürgerbedürfnisse sind häufig abhängig von individuellen Lebenssituationen und damit vielfältig und komplex. Es wäre zu kurz gedacht, von „den Bürgern“ als eine homogene, in sich geschlossene Zielgruppe auszugehen. Es sind Menschen, die nach Antworten auf ganz konkrete Fragen suchen und dabei explorativ vorgehen. Daher sollten stets zu Beginn typische Fragestellungen und Motivationen analysiert werden. Diese Erkenntnisse können dann als Grundlage für die Erstellung von Personas, Jobs-to-be-done oder User Journey Maps genutzt werden.

2 – Kein Bauchgefühl, sondern datenbasierte Entscheidungen

Basis für passgenaue Strategien und Maßnahmen ist eine individuell aufgesetzte Datenanalyse – datenschutzkonform über alle zugänglichen Informationsquellen hinweg. Auch im Public Sector können durch die Betrachtung von Daten wertvolle Insights generiert werden, ohne dabei die Rechte der Nutzerinnen und Nutzer auf Schutz ihrer Daten zu verletzen.

Das hilft letztlich dabei zu verstehen, an welchen Kontaktpunkten die Nutzer mit den Webangeboten von Ministerien in Beziehung treten und welche Erwartungshaltung damit verbunden ist. Auf welchem Weg und aus welchem Grund werden die Websites besucht? Welcher Anteil der Besucher kommt von Suchmaschinen, welcher aus den sozialen Netzwerken? Und mit welcher Intention? Gibt es andere Touchpoints innerhalb der User Journey die wichtig sind und ebenfalls bedient werden müssen?

Unsere Lösungen bestehen immer aus der Verbindung von Technologie und Automatisierung mit Kreativität und journalistisch hochwertigen, für alle Zielgruppen mehrwertbietenden Inhalten – selbstverständlich aus einer ganzheitlichen Betrachtungsweise heraus!

3 – Auf das Wesentliche fokussieren

Bürgerinnen und Bürger brauchen Informationen mit konkretem Nutzen. Redundanzen und Selbstreferenzen müssen dabei vermieden werden. Um das zu erreichen, braucht es visuelle und inhaltliche Reduktion. Etwas einfach aussehen zu lassen, ist einfach. Etwas einfach bedienbar zu machen, ist hingegen viel schwieriger – insbesondere wenn die zugrundeliegenden Systeme komplex sind. Gerade politische Entscheidungsprozesse sind vielschichtig und kompliziert. Daher müssen für die Bürgerinnen und Bürger Komplexität reduziert und einfache Zugänge geschaffen werden, die es ermöglichen, einzelne Maßnahmen in einem größeren Zusammenhang zu verstehen.

4 – Hürden abbauen, Zugänglichkeit schaffen, Inklusion fördern

Das Informationsangebot von Akteuren aus dem Public Sector muss für jeden Menschen zugänglich sein: unabhängig von Sprache, Herkunft, digitaler Kompetenz, körperlichen

“Customer Experience und Citizen Experience habe mehr gemeinsam, als es zunächst den Anschein macht: Es geht immer um Menschen und deren ganz eigene Erwartungen und Bedürfnisse in individuellen Lebensumständen. Wir können also die gleichen Design-Tools nutzen, um wirkungsvolle Nutzererlebnisse zu schaffen.

Philip Knittler,
Director Consulting UX,
Digitas Pixelpark



und physischen Einschränkungen oder Lernschwächen. Unsere klare Haltung dabei lautet Inklusion. Darunter verstehen wir nicht nur Barrierefreiheit, sondern verständliche Inhalte auf Augenhöhe. Das bedeutet nicht, dass jede kommunikative Maßnahme darauf abzielt, mit jedem zu kommunizieren. Vielmehr muss für jeden Menschen das richtige Angebot auf dem richtigen Kanal verfügbar sein.

5 – Die Punkte verbinden und Sinnzusammenhänge schaffen

Gesetze und politische Prozesse gilt es so aufzubereiten, dass sie wirklich verstanden werden. Alle Inhalte müssen die folgende, implizite Frage beantworten: „Was hat das mit mir als Bürgerin/Bürger zu tun und was habe ich davon?“ Dafür müssen die richtigen Worte, Instrumente und Kanäle gewählt werden. Einzelmaßnahmen müssen dabei immer wieder in einen größeren Sinnzusammenhang eingebettet werden. So folgen zum Beispiel viele Gesetzesvorhaben übergeordneten Prinzipien wie Gerechtigkeit, Nachhaltigkeit oder Gleichberechtigung. Diese gilt es auch kommunikativ in den Vordergrund zu stellen.

ZUSAMMENFASSUNG

Die Bedeutung vertrauensschaffender und verständlicher Botschaften wird in Zeiten, in denen Komplexität und eine hohe Dynamik das mediale Tagesgeschehen dominieren, relevanter denn je – insbesondere im politischen Kontext. Die Internetportale von Regierungsinstitutionen, ihre Aktivitäten in sozialen Netzwerken und die damit verbundene Citizen Experience nehmen hierbei eine zentrale Rolle in der Wahrnehmung der Bürgerinnen und Bürger ein, da es neben der digitalen Öffentlichkeitsarbeit nur wenige weitere analoge Kontakt- und Interaktionspunkte gibt. Eine ganzheitliche Citizen Experience ist damit von entscheidender Bedeutung für den öffentlichen Sektor. Sie ist keine kommunikative Maßnahme, sondern Teil der Identität. Diese Identität in ihrer Gesamtheit muss klar umrissen sein. Sie bildet das Selbstverständnis einer Institution. Die hier vorgestellten Leitlinien sorgen für eine konsistente Nutzererfahrung, die Vertrauen und Verständnis für politische Prozesse und Entscheidungen schaffen kann.

GASTAUTOR



Foto: Digitas Pixelpark

Philip Knittler ist Director Consulting UX bei Digitas Pixelpark in Köln. Für den öffentlichen Sektor entwickelt er Digitalstrategien und User-Experience-Projekte. Gemeinsam mit seinem Team konzentriert er sich dabei auf die neuen Erwartungen an eine moderne und wertstiftende Kommunikation zwischen Akteuren aus dem öffentlichen Sektor und den Bürgerinnen und Bürgern. Weitere Schwerpunkte seiner Arbeit bilden die Themenfelder New Work und Digitale Transformation der Arbeitswelt. Vorherige Stationen waren u. a. Daimler und VOX.
✉ philip.knittler@digitaspixelpark.com



Foto: Good Studio - AdobeStock.com