

FLORIERENDE BRANCHE

[Kommentare: 0]

Usability: Der menschliche Faktor

Usability-Agenturen machen Produkte bedienungsfreundlich. In Berlin floriert die Branche.



Reise-Tester. Beim „World Usability Day“ überprüften Workshop-Teilnehmer, wie gut sich Bahnkunden im Berliner Hauptbahnhof zurechtfinden. Foto: Thilo Rückels

Handys, Digitalkameras oder Computer haben viele Funktionen, die kaum jemand nutzt, weil sie schwer zugänglich oder schlecht erklärt sind. Fahrscheinautomaten sind oft umständlich zu bedienen und bringen Bahnkunden, die es eilig haben, zur Verzweiflung. Solche Probleme sind nicht Tücken der Technik, sondern zeigen Mängel beim Produktdesign. „Früher hieß es in Firmen: Darum kümmern sich unsere Entwickler“, sagt ein Sprecher der Berliner Firma Useeds. Heute wenden sich Hersteller, Händler oder Dienstleister immer öfter an sogenannte Usability-Agenturen.

Useeds gehört zu dieser Branche, die in Berlin seit Jahren wächst – das Unternehmen hilft vor allem dabei, Webseiten und Software leicht bedienbar zu machen.

VON CAY DOBBERKE
18.11.2009 0:00 Uhr

Der Bedarf an benutzerfreundlichen Lösungen ist groß, wie jetzt auch eine Tagung anlässlich des internationalen „World Usability Day“ zeigte. Für einen Praxistest wurde diesmal der Hauptbahnhof ausgewählt, mehrere Teams versetzten sich in die Rollen von Reisenden. Ausgerechnet der Workshop über die Fahrkartenautomaten fiel zwar aus, doch dafür wurden andere Mängel festgestellt. Vielen Reisenden falle die Orientierung schwer, stellten die Teilnehmer fest – häufig beobachteten sie Bahnkunden, die sich bei anderen Fahrgästen nach dem Weg erkundigten. Das Wegeleitsystem sei „überkomplex“ und biete zu viele Optionen, hieß es. So zeigt ein Schild, das auf einen Bahnsteig hinweist, sowohl nach links als auch geradeaus. Beide Wege führen zum Ziel, doch erst einmal stutzt fast jeder Fahrgast.

Positiv fiel im Test das Reisecenter der Bahn auf, wo sich ein angeblicher Geschäftsmann nach den Vorzügen der „BahnCard comfort“ erkundigte. Eine Empfangsdame beriet ihn sofort und suchte einen Prospekt heraus, das Anstehen in der Schlange blieb dem Kunden erspart. Für Berlins Tourismusexperten ist Usability längst kein Fremdwort mehr. „Handlungsbedarf“ sieht Christian Tänzler von der Berlin Tourismus Marketing GmbH vor allem beim Umgang mit fremdsprachigen Gästen. Deshalb ist die BTM an der Initiative „Service in the City“ beteiligt, die Hotelmitarbeitern, Kellnern, Taxifahrern und anderen Dienstleistern kostenlose Online-Sprachkurse anbietet.



ANZEIGE
Partnersuche bei
DER TAGESSPIEGEL

Startseite
Nachrichten (6)
Partnervorschläge (37)
Mein PARSHIP
Neugierig wer zu Ihnen passt? > Guided Tour
→ Kostenloser Persönlichkeitstest > Erfolgsstorys

Weitere Themen



Verbrauchertauschung à la carte
VON HEIKE JAHBERG
Käse ohne Milch, Zitronenkuchen ohne Zitronen – wie Kunden abgespeist werden. **mehr...**

Jeder dritte Hartz-IV-Widerspruch ist erfolgreich
Die Jobcenter der Bundesagentur für Arbeit mussten vergangenes Jahr fast 270. **mehr...**



„Sozial ist, was Kaufkraft schafft“
Am Mittwoch starten in Potsdam die Tarifverhandlungen des öffentlichen Diensts. **mehr...**

Von der Leyen nimmt Schlecker ins Visier
Die Drogeriekette Schlecker steht im Verdacht des Lohndumpings. **mehr...**

Berliner Flughäfen verlieren weniger als andere
An den beiden Berliner Flughäfen sind im abgelaufenen Jahr weniger Passagiere ... **mehr...**

Unter den Gründern von Usability-Agenturen sind häufig Psychologen, etwa bei der Eye Square GmbH. Das Unternehmen habe unter anderem das Internet-Auktionshaus Ebay und das Studentennetzwerk StudiVZ beraten, sagt Sprecherin Susanne Klebba. Die Firma lädt zu Gruppentests ein, bei denen die Teilnehmer über ausgewählte Webseiten navigieren. Dabei kommen manchmal spezielle Brillen zum Einsatz, die jede Augenbewegung der Anwender registrieren.

Als Pionier und einer der Weltmarktführer in diesem Bereich sieht sich Sensomotoric Instruments (SMI): Bereits 1991 war das Unternehmen als Ausgründung aus der Freien Universität entstanden. Heute residieren die rund 60 Mitarbeiter kurz hinter der südlichen Stadtgrenze in Teltow und in einer US-Niederlassung in Boston. Mit den „Eyetracking“-Brillen wird unter anderem dokumentiert, wohin ein Kunde bei seinem Weg durch einen Supermarkt schaut. Dies ist vor allem für Marktbetreiber interessant, die Teile des Sortiments herausheben und möglichst unübersehbar machen wollen. Mitunter trügen auch Profi-Sportler die elektronischen Brillen, sagt SMI-Sprecher Christian Lappe. Sportwissenschaftler könnten so nachvollziehen, wie Tennis- oder Fußballspieler den Überblick behalten – oder verlieren.

Technik müsse sich dem Benutzer anpassen und nicht umgekehrt, betont Katrin Safarik, Branchenkoordinatorin für IT-Wirtschaft bei der IHK Berlin. Die hiesigen Usability-Agenturen seien „hauptsächlich im Onlinebereich und in der Softwareentwicklung“ tätig und gehörten damit zur Kreativwirtschaft. Konzerne wie Siemens hätten oft eigene Abteilungen, die sich der Bedienungsfreundlichkeit von Geräten widmen.

Eine externe Analyse kostet mindestens ein paar tausend Euro, laut Susanne Klebba von Eye Square liegen die Summen meistens im zweistelligen Bereich. Eine kostengünstige Alternative für kleine und mittelständische Betriebe ist eine Beratung durch das „Zentrum Mensch-Maschine-Systeme“ der TU, bei dem die ersten Beratungstage kostenfrei sind. Die Humboldt-Universität bildet an ihrem „artop“-Institut inzwischen auch Fachleute aus – Absolventen werden dort zum „Usability Consultant“.

Bei der Messe Berlin waren einst Architekten dafür zuständig, die Orientierung in den Hallen zu erleichtern. Als Ende der 90er Jahre neue Hallen entstanden, schaltete man jedoch externe Berater für die Beschilderung ein. Eine Art Usability-Messe ist die Internationale Funkausstellung: Eine Hamburger Agentur, zu der auch Useeds in Berlin gehört, testet mit Besuchern regelmäßig die Handhabung der ausgestellten Unterhaltungselektronik – und informiert die Hersteller über die Probleme.

(Erschienen im gedruckten Tagesspiegel vom 18.11.2009)

Fotostrecken



Militärtransporter - der Airbus A400M
(8 Bilder)



Opel - eine Firmengeschichte
(36 Bilder)



Der letzte Golf I
(6 Bilder)



Ausverkauf bei Quelle
(9 Bilder)



Plagiate-Ausstellung "Echt gefälscht"
(7 Bilder)



Wirtschaftsnobelpreisträger
(11 Bilder)

[alle Fotostrecken »](#)

MEIST DISKUTIERT VERSENDET

Verdi-Chef Frank Bsirske: "Sozial ist, was Kaufkraft schafft"

Leiharbeit: Von der Leyen nimmt Schlecker ins Visier

Lebensmittel: Verbrauchertäuschung à la carte

Sparkasse: EC-Karten frühestens in drei Wochen einwandfrei

Datenschutz: Bundesregierung droht Google wegen "Street View"