

Marc Hassenzahl und Andreas Beu

## Jammern – öffentlich

Tue Gutes und rede darüber – das ist sicher auch für Usability Professionals eine wichtige Regel. Wir wollen, dass das Thema Usability bekannter wird. Wir wollen, dass mehr Konsumenten Usability einfordern und wir wollen, dass noch mehr Unternehmen Usability als das zentrale Qualitätsmerkmal ihrer Produkte verstehen.

Der World Usability Day (WUD, [www.worldusabilityday.de](http://www.worldusabilityday.de)) ist als ein solcher „Kommunikationsanlass“ gedacht. Er ist eine Möglichkeit, Usability der Öffentlichkeit näher zu bringen. Und dazu ist natürlich der Kontakt mit der Presse ein erster wichtiger Schritt. Nur leider gestaltet sich dieser Kontakt nicht immer einfach. Dazu eine kleine Geschichte.

Die Redakteure eines bekannten Magazins des öffentlich-rechtlichen Fernsehens hatten die Organisatoren eines World Usability Days eine Woche vor Termin mit einer Anfrage aufgemischt. Sie wollten eine Story mit Unterhaltungselektronik oder Haushaltselektronik. Das German Chapter der Usability Professionals ([www.gc-upa.de](http://www.gc-upa.de)) sollte dazu wütende und zeternde Kunden liefern, sowie eine bekannte Persönlichkeit des öffentlichen Lebens, die sich für das Thema Usability einsetzt; Vorlaufzeit: 2 Tage. Also wurden verschiedene Institute und Firmen angefragt. Ein Usability-Dienstleister hat dann zwei komplette Testszenarien mit Benutzern vorbereitet – nur leider war das nicht genau das, was sich das Fernsehen vorgestellt hatte. Auch das Argument, dass man nicht einfach – ohne Rückfrage – die Produkte der Kunden ins Scheinwerferlicht zerren könnte, zählte nicht. Stattdessen kam am Vorabend eine Absage, ohne irgendeine Entschuldigung. Für den Beitrag fand sich dann doch noch ein Experte, der in einem Mediamarkt verschiedene Produkte hochheben und über zu kleine Tasten

meckern durfte. Den Rahmen des Beitrags lieferte ein älterer Herr, der versuchte seinen Videorekorder (oder war's doch ein DVD-Rekorder?) zu programmieren. Eine Geschichte, so hartnäckig und platt, wie die Frage nach dem allgegenwärtigen, unbedienbaren Fahrkartenautomaten. Am Ende des Beitrags gab der ältere Herr erwartungsgemäß auf und wünschte sich sein altes Gerät zurück (als ob dieses besser gewesen wäre). Schlussfolgerung: moderne Technik ist \*\*\*\*. Danach dann noch ein Interview mit Reinhard Fendrich.

Moderator: „Herr Fendrich, Sie sind ja – mit Verlaub – auch schon etwas ‚älter‘. Wie halten Sie's denn mit der neuen Technik?“

Fendrich: „Ach wissen Sie, darüber muss ich mir keine Gedanken machen, ich habe ja genug Mitarbeiter, die machen das für mich.“

Das sind keine Einzelerfahrungen. Die Rahmenhandlung eines anderen Beitrags zum WUD zeigte ältere Menschen, milde verzweifelt, bei dem Versuch in der Fußgängerzone auf Zuwurf ein Mobiltelefon zu bedienen (dass diesen Benutzern vorher die Brille abgenommen wurde, ist eine unbestätigte Vermutung). Der Moderator leitete den Beitrag so ein: „Jedes Handy funktioniert anders und ist damit eine Zumutung.“ Aha!

Bei näherer Betrachtung fallen zwei Dinge auf. Zum einen scheint die Presse nur an bestimmten Produkten interessiert – Handies, Unterhaltungselektronik, Kühlschränke, Fahrkartenautomaten. Zum anderen wird da gerne eine Front aufgebaut: hier die „bösen“ Anbieter, dort die armen „Kunden“ – und Usability Professionals sollen Stimmung machen. Die Stimme des Volkes schreit „Technikfrust“, obwohl wir doch wohl eher Interesse an „Techniklust“ haben (sonst wären wir leider überflüssig).

So jetzt aber genug der Polemik. Fassen wir uns an die eigene Nase – die He-

rangehensweise der Presse kommt nicht von ungefähr. Lange war die Usability Community geradezu besessen von ihrer Sauren-Zitronen Mentalität. Es wurde die Interface Hall of Shames gepflegt und Richtig-Falsch-Beispiele bildeten die – oft einzige – Argumentationsstrategie. Alles könnte so leicht sein, man müsse es nur tun, war die Botschaft.

Dabei wissen es Usability Professionals eigentlich besser. Die Welt ist nicht Schwarz-Weiß, nicht jede vermeintlich „richtige“ Lösung entpuppt sich dann auch als alltagstauglich – Meckern ist leicht, Machen viel schwerer. Warum also so tun, als gäbe es einfache Antworten auf schwere Fragen? Zeigt nicht eigentlich die Tatsache, dass Usability ein komplexes Problem darstellt, wie notwendig unsere Dienste sind? Wenn es jeder richtig machen könnte, wenn er nur wollte, würde das unsere Expertise doch schon sehr in Frage stellen.

Was also tun? Oder konkreter gefragt: Wie beantworten wir die Standardfrage nach dem „Fahrkartenautomaten“? Sicher nicht indem wir uns hinstellen und unfundiert über einen schlechten Fahrkartenautomaten jammern (dessen Bedienkonzept wahrscheinlich der Dissertation eines uns fremden Kollegen entsprungen ist). Uns scheint es wichtig, klar zu machen, dass einfach nicht einfach ist. Jeder Usability Professional kann einen Fahrkartenautomaten so gestalten, dass dann auch (fast) jeder Benutzer beim ersten Mal erfolgreich ist. Was ist aber, wenn es schnell gehen muss? Was ist, wenn jemand jeden Tag zum selben Ort fährt? Unterschiedliche Benutzer haben eben unterschiedliche Anforderungen. Sie möglichst alle zu kennen und zu berücksichtigen – das ist das eigentliche Thema. Dafür brauchen wir unsere Methoden. Und dafür brauchen wir unsere Expertise. Wir sehen es so: Die Zeit des hilflosen, undifferenzierten Jammerns über „schlechte“ Technik ist vorbei. Wir sind schon viel weiter.



1



2

**1 Dr. Marc Hassenzahl**, ist Juniorprofessor für Wirtschaftspsychologie und Mensch-Technik Interaktion an der Universität Koblenz-Landau und Präsident des German Chapters der Usability Professionals ([www.gc-upa.de](http://www.gc-upa.de)). Seine wissenschaftlichen Interessen liegen besonders bei der Verbindung von Konsumenten/Marktpsychologie mit Mensch-Technik-Interaktion.

E-Mail: [hassenzahl@uni-landau.de](mailto:hassenzahl@uni-landau.de)  
[www.gc-upa.de](http://www.gc-upa.de)

**2 Andreas Beu** ist Senior Usability Consultant und Leiter der UID Geschäftsstelle in München. Im Rahmen dieser Tätigkeit berät er Unternehmen bei der benutzergerechten Gestaltung von Software Produkten und interaktiven Dienstleistungen. Als langjähriges Vorstandsmitglied der GC UPA e.V. kennt er die Usability Szene in Deutschland genau.

E-Mail: [andreas.beu@uidesign.de](mailto:andreas.beu@uidesign.de)