

Internet für alle

Jacqueline Badran. Am Ende des Internet-Hype eine Firma zu starten, die die Alltagstauglichkeit von Webangeboten verbessert, dazu gehört Mut und unabhängiges Denken. Jacqueline Badran hat beides mit der Gründung der Zeix AG bewiesen. Heute kann sie die Früchte ihrer couragierten Entscheidung ernten.

Das Jahr 2000: Die ersten E-Commerce-Unternehmen machen pleite, das Ende des Internethype zeichnet sich ab. In diesem Jahr eine Firma zu starten, die Websites verbessert und Usern das Surfen beibringt, das braucht Mut. Jacqueline Badran allerdings, die damals mit Peter Hogenkamp die Zeix AG gründete, war sicher: „Viele E-Commerce-Angebote waren gerade deswegen gescheitert, weil die Websites die Nutzer heillos überforderten.“

Mit ihrer Erkenntnis war die Gründerin damals früh dran, für viele zu früh. Als Zeix für die St. Galler Kantonalbank ein Heftchen mit einer ganz einfach verständlichen Anleitung zum Onlinebanking produzierte, wurde das belächelt. „Papier statt Onlinehilfe, das galt damals als uncool“, kommentiert Badran. Dann allerdings sanken die Anrufe von E-Banking-Kunden beim Helpdesk der Kantonalbank markant. Andere Banken sahen, welche Einsparungen mit Zeix-Anleitungen möglich waren, und wurden ebenfalls zu Auftraggebern des Start-ups.

Das Know-how über die realen Nutzer von Internetangeboten stammt aus «Usability-Tests». Seit nunmehr fünf Jahren testet und optimiert Zeix existierende und im Aufbau befindliche Websites und andere Software. Dabei müssen die Testpersonen jeweils konkrete Aufgaben erfüllen. Die Ergebnisse sind häufig noch immer wenig überzeugend. Erst vor ein paar Wochen gab Badran einer Testperson den Auftrag, online ein Konto bei einem Schweizer Finanzdienstleister zu eröffnen. „Nach 20 Minuten hatte die Person noch nicht einmal den richtigen Menüpunkt gefunden“, sagt Badran.

Wenn die 43-Jährige ihr Büro direkt an der berühmt-berüchtigten Zürcher Langstrasse verlässt, beschäftigt sie das Thema Usability oft weiter. „Leute zu beobachten ist auch mein Hobby“, sagt sie. Ist sie mit dem Zug unterwegs, nutzt sie die Gelegenheit häufig, um die Mitreisenden nach ihren Erfahrungen in Sachen Nutzungsfreundlichkeit zu befragen. Wobei es nicht immer unbedingt um IT gehen muss; den Weg zur richtigen Information muss man schliesslich nicht nur im Cyberspace finden. „Ich könnte mir auch gut vorstellen, das Orientierungssystem einer Messe zu verbessern“, meint Badran. Und die Diplomarbeit ihres Biologiestudiums hat die Verhaltenswissenschaftlerin sogar zur räumlichen Orientierung von Bienen geschrieben.

Nach diesem ersten Studium hat Badran drei Jahre als Umweltwissenschaftlerin gearbeitet, war aber enttäuscht: „Meine Arbeit hatte praktisch keine Folgen.“ Das ist heute anders. Dass nutzerfreundliche Webangebote und Software mehr und zufriedener Kunden bringt und zudem weniger schnell überarbeitet werden muss, erkennen immer mehr Unternehmen. Zeix wird deswegen zunehmend schon in der Entwicklungsphase von IT-Projekten geholt. Das bescherte dem Jungunternehmen 2004 eine Wachstumsrate von 90 Prozent.