

Ist User-Centered Design eine Commodity geworden?

Die Nachfrage nach User-Centered Design wächst. Bald jede Ausschreibung für ein IT-Projekt enthält Vorgaben bezüglich Usability und Accessibility. Es ist eine willkommene Entwicklung, dass die User im Allgemeinen und solche mit besonderen Anforderungen im Speziellen ernst genommen werden.

Bei Projektvergaben stehen zunehmend Usability und Accessibility im Pflichtenheft. Gute Informationsarchitekten verstehen es, von den Usern zu lernen, was gutes Interface-Design ist. Das Testen und Verbessern von Konzepten Dritter mag im Leistungskatalog zum Allgemeingut geworden sein. Wirkliches User-Centered Design ist es aber nicht.

Die Nachfrage übersteigt das Angebot

Die Nachfrage nach Usability übersteigt das Angebot. Dies ist auch den Ausbildungsstätten nicht entgangen. So bietet etwa das renommierte Fraunhofer-Institut eine Ausbildung zum «zertifizierten Usability Engineer» an – in sage und schreibe sechs Tagen, inklusive Prüfung. Zertifiziert oder nicht: Usability-Experte ist kein geschützter Beruf. Und eine Bescheinigung



Jacqueline Badran

«User-Centered Design heisst, von den Usern zu lernen, was gutes Interface-Design ist.»

wie die von Fraunhofer zeigt gerade die Paradoxie der Situation: Ohne wenigstens in der Ausbildung Erfahrungen gesammelt zu haben, erhalten Menschen ohne Praxis ein offiziell wirkendes Dokument. Fairerweise muss man sagen, dass sich die Ausbildung von Fraunhofer insbesondere an Personen richtet, die auf Auftraggeberseite die Prozesse koordinieren und die Qualität sichern. Und es ist nichts dagegen einzuwenden, dass auch Auftraggeber etwas von Usability verstehen, so wie sie über Projektmanagement-Kenntnisse verfügen sollten.

Keine Usability-Expertise ohne Erfahrung

Die Anwendung der Methode User-Centered Design für die Konzeption benutzerfreundlicher Applikationen ist jedoch ohne langjährige Erfahrung mit Usern schlicht nicht möglich. Denn während es für quantitative Befragungen gründliche Kenntnisse der Stichprobenerhebung und der Statistik braucht, sind die Anforderungen an den richtigen Einsatz qualitativer Methoden nicht so einfach zu formulieren. Qualitative Forschung – und dazu gehören User-Tests – bedeutet immer, eine kleine Anzahl von Benutzern intensiv zu beobachten und zu befragen. Dies aber funktioniert nur, wenn die richtigen Testpersonen für die Usability-Tests ausgewählt wurden, ihnen

die richtigen Fragen gestellt werden, die Testleiter die Ergebnisse richtig interpretieren können und sie daraus die richtigen Schlüsse für Funktionalitäten, Inhalte und das Interface ziehen.

Vom Interface her denken und vom User lernen

Von einem Kunden hörten wir kürzlich, dass User-Centered Design eine Commodity – also Allgemeingut – geworden sei, und dass nun alle diese Methode anbieten würden. Doch ist es nicht damit getan, wenn man dies auf der Website ins Dienstleistungsportfolio schreibt und bestenfalls ein Methodenbuch gelesen hat. Ebenso wenig reicht es, während der Konzeption einen Prototypen zu bauen und diesen von einem externen Usability-Partner testen zu lassen. Denn User-Centered Design ist keine Alibiübung.

Die Konzeption von Applikationen mit dieser Methode – mit einem benutzerfreundlichen und bedarfsgerechten Interface-Design als Ziel – ist nämlich erstens reines Erfahrungswissen und muss zweitens von Informationsarchitekten ausgeführt werden, die die User kennen. Man darf die Rollen des Interaktionsdesigners und des Usability-Experten keinesfalls trennen – beide Aufgaben müssen von ein- und derselben Person wahrgenommen werden.

User-Centered Design heisst auch, die User von Anfang an in die Konzeption miteinzubeziehen. Die Trennung von Konzeptern, Designern, Businessanalysten und Usability-Experten wird somit konstitutiv hinfällig. Denn alle diese Rollen verschmelzen in den sogenannten Informationsarchitekten. Die Übersetzungsaufgabe von «was beobachte ich?» zu «wie muss das Interface gestaltet sein?» (und umgekehrt!) ist die grosse Leistung guter Informationsarchitekten. Nur wer 30-mal gesehen hat, wie Menschen etwa auf einer Geokarte navigieren, was User wahrnehmen oder eben nicht, oder wie sie sich bei einem Misserfolg verhalten, kann effizient ein benutzerfreundliches Interface bauen.

Gute Informationsarchitekten müssen das jeweilige Business gründlich verstehen. Auch hier stösst jegliche Rollenteilung an klare Grenzen. Dies allein schraubt das Anforderungsprofil eines Informationsarchitekten, der mit der Methode des User-Centered Design entwickelt, in die Höhe und macht deutlich, dass User-Centered Design niemals eine Commodity sein kann, sondern ein von grosser Allgemeinbildung und langjähriger Erfahrung genährtes Spezialistenkönnen vom Feinsten.

Jacqueline Badran ist Neurobiologin, Verhaltensforscherin und Staatswissenschaftlerin HSG sowie Geschäftsführerin und Partner der Zeix AG, Agentur für Usability und User Education.