

AUS OPEN SOURCE

DIE USER EXPERIENCE DESIGNERIN VERENA WÜRFEL
BEDIENT SICH MODERNER GESPRÄCHS- UND FRAGETECHNIKEN, UM
PUNKTGENAUES DESIGN ZU ENTWICKELN.

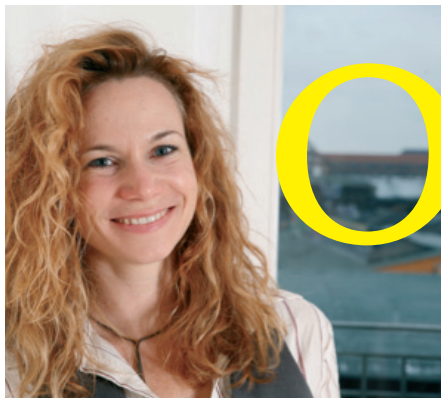


Foto: Markus Esser, www.markusesser.com

WIRD OPEN MIND

Hallo Verena. Design und Coaching – wie passt das zusammen?

In der Ausbildung zum Coach habe ich gelernt mit Offenheit und Neugier auf Menschen zuzugehen. Ich lasse also alle Vorurteile weg und konzentriere mich auf meinen Gesprächspartner. Ein Schwerpunkt im Coaching war für mich Personal Change Work, also die Möglichkeit bei immer wieder auftauchenden Mustern eines Menschen über richtige Fragestellungen den Kern zu finden.

*Ein Coach löst normalerweise Probleme anderer Leute.
Wolltest du mal einer werden?*

Wollte ich. Aber ich habe festgestellt dass ich den Job des Designers gerne mache.
Es geht ja genauso darum, Probleme zu lösen.

Ein Coach löst normalerweise Probleme anderer Leute.

Wolltest du mal einer werden?

Wollte ich. Aber ich habe festgestellt dass ich den Job des Designers gerne mache. Es geht ja genauso darum, Probleme zu lösen.

Ursprünglich fing mein Interesse schon in der Schule an. Dort habe ich begriffen dass Menschen auf unterschiedliche Weise lernen. Ich zum Beispiel begriff Lernstoff mit Filmen wesentlich schneller als über Bücher oder Gesprochenes.

Deshalb habe ich Grafikdesign studiert: Ich wollte komplexe Information visuell darstellen um Menschen mit ähnlichen Vorlieben das Lernen zu erleichtern. An der Uni habe ich festgestellt dass es vielen Designern weniger darum geht, Information zu vereinfachen. Sie sehen vielmehr den Kunst- oder Werbeaspekt. Meine Diplomarbeit 1998 bestand aus einer Website, die interaktiv wissenschaftliche Zusammenhänge erläuterte, was damals noch ein eher ungewöhnliches Medium für solche Themen war.

In USA habe ich später den User Centered Design Prozess kennengelernt: wir besuchten die Endbenutzer und beobachteten und befragten sie über ihre Arbeit. Über das persönliche Gespräch erfährt man was die Leute denken und man kann herausfinden, was sie tatsächlich brauchen. Hier habe ich gemerkt dass es hilfreich sein kann zu verstehen wie unterschiedliche Menschen denken und begann Kurse in Coaching und Leadership Training zu belegen.

Braucht es eine extra Ausbildung, um eine Zielgruppe zu verstehen?

Kommunikation mit Menschen passiert ja nicht nur über das Gespräch, zu einem großen Teil kommunizieren wir nonverbal. Mein Gegenüber verrät mir über die Körpersprache mehr als er sagt. Unterbewusst registrieren wir diese Gesten durchaus, wir können sie aber oft nicht klar benennen und einordnen.

Es gibt eine Menge Methoden die einem helfen, diese und viele andere Verhaltensweisen einzuordnen. Man kann beispielsweise charakterliche Tendenzen von Zielgruppen herausarbeiten und so Software an diese Eigenschaften anpassen.

Für einen Kunden habe ich einmal viele Interviews mit Usern geführt und habe gemerkt, dass mir diese Kenntnisse enorm weitergeholfen haben. Ich konnte an den richtigen Stellen noch einmal genau nachhaken und verstehen, wo die eigentlichen Probleme liegen. Oft mischen die Leute fachliche mit persönlichen Probleme, die mit dem Projekt nichts zu tun haben. Durch die Interaktion im Interview kann diese Vermischung aufgedeckt werden, standardisierte Umfragen, können dies nicht leisten.

Bereitest du so ein Research vor?

Selbstverständlich bereite ich mich auf meine Interviews vor, allerdings ist es ein wichtiges Element von Coachingmethoden, Offenheit für das Gespräch zu bewahren und sich auf den Interviewpartner einzustellen. Dementsprechend kann man gute Interviews nicht komplett vorplanen. Es gibt zum Beispiel Menschen, die im bestimmten Kontext darüber nachdenken, *wohin* sie möchten, andere hingegen sind eher auf augenblickliche Probleme fokussiert. Versucht man nun eine Zukunftsvision zu erfragen, so wird man es mit erstgenannten einfacher haben. Das heißt es ist hilfreich, wenn man sich auch inhaltlich auf den Gesprächspartner einstellen kann.

Vorgefertigte Fragebögen versuchen oft das Thema breit auszuleuchten. Das ist eine horizontale Fragetechnik. Ich frage lieber vertikal. Hake an einem bestimmten Punkt ein und geh' der Sache auf den Grund. Letztlich bekommst du einen tiefer gehenden Querschnitt.

Qualitative User-Interviews, also längere Gespräche mit einzelnen Leuten sind in der IT Branche bisher leider noch eine Ausnahme. Wenn es mir aber irgendwie möglich ist, mache ich die, zur Not auch Privat.

Erst wenn ich die Benutzer eines Produktes persönlich kenne, kann ich intuitiv arbeiten. Diese Arbeitsweise ermöglicht mir erst meine Kreativität!

Qualitative User-Interviews, also längere Gespräche mit einzelnen Leuten sind in der IT Branche bisher leider noch eine Ausnahme. Wenn es mir aber irgendwie möglich ist, mache ich die, zur Not auch Privat.

Erst wenn ich die Benutzer eines Produktes persönlich kenne, kann ich intuitiv arbeiten. Diese Arbeitsweise ermöglicht mir erst meine Kreativität!

Du gibst Interface Design Kurse an der Design Akademie Berlin. Wie fließt deine Arbeitsweise dort ein?

Ich lehre einmal die Woche Webdesign. Dort versuche ich in erster Linie, meinen Studenten ein paar Grundwerte zum Thema Zielgruppe und benutzerzentrierter Denkweise zu vermitteln. Ich habe oft mit Designern zusammengearbeitet, die kein Gespür und kein Interesse an den Leuten hatten, die ihre Produkte benutzen sollten. Die Designwelt ist kein Elfenbeinturm. Gute Designer verbinden sie mit der Welt da draußen - erst die Verknüpfung wird interessant. Das ist im Prinzip der momentan so gern zitierte ganzheitliche Ansatz.

Ich hatte einmal eine Auseinandersetzung mit einigen Studenten, die auf Interviews verzichten wollten, weil man eine vollkommen neue Software entwickeln wollte. „Research brauchen wir nicht, wir wollen schließlich Spaß haben“. Es ist nicht nur bei den Studenten schwierig, diese Notwendigkeit zu vermitteln.

Einige Leute halten also nichts von deinem Ansatz?

Sie halten solange nichts davon, bis ich die Interviews durchgeführt habe und sie die Ergebnisse sehen. Sie wissen einfach wenig darüber und ich sehe meine Aufgabe darin es ihnen zu vermitteln und näher zu bringen.

Wichtig ist einfach, dass man als Designer ein Interesse für seine Zielgruppe hat. Mir fällt es schwer, mich Tagelang über Dropdowns und Buttons zu unterhalten, während mir nicht klar ist, für wen ich das eigentlich mache. Ob der WEITER Button wirklich WEITER heißen muss, ist schnell klar wenn man die User kennen- und verstehen gelernt hat. Man spart sich so eine Menge Diskussionen...

... und erleichtert damit das Teamwork.

Ich arbeite als User Experience Designer meist in Teams mit dem Endkunden, Entwicklern und Sales und verstehe mich auch hier als Vermittlerin. Schnittstellenkommunikation existiert ja nicht nur in der Software die wir entwickeln, sondern auch mitten im Team. Jeder im Team hat seine Spezialisierung. Während ein Entwickler zuerst in Programmabläufen denkt ist es meine Aufgabe, die Benutzeranforderungen mit einzubringen.

In einem Team sollten alle von Anfang bis Ende am Prozess beteiligt sein. Wenn jeder allein einen Schritt bearbeitet, geht in der Übergabe immer ein Stück Information verloren. Alle meine zum Teil auch unterbewussten Erlebnisse mit einem Endbenutzer kann ich in einer Dokumentation nie vollständig erfassen. In den USA erlebte ich, wie unsere Entwickler mit in den Interviews saßen und so bestens über die Situation bescheid wussten. Es war nicht mehr viel Wissenstransfer nötig. Während in deutschen Büros gerne mal extra Wände aufgezogen werden, um sich abzugrenzen und seine Disziplin zu verteidigen.

Teamarbeit heißt für mich, sich anderen Disziplinen zu öffnen anstatt sich damit zu beschäftigen, seine eigene zu verteidigen. An einem Strang ziehen bedeutet sich zu ergänzen und sich zu verstehen. Das verbessert die Kommunikation und spart unglaublich viel Zeit.

Das klingt, als müsse die Branche noch an ihren Soft Skills arbeiten.

Die IT Branche ist eine sehr junge Branche und hat sich rasend schnell entwickelt. Dabei sind traditionelle Arbeitsweisen über den Haufen geworfen worden und man hat einfach mit einem enormen Tempo drauf los programmiert.

Wichtig ist, dass du zuerst am Markt bist. Ob Menschen mit der Software umgehen können war - bis vor kurzem - nicht so wichtig. Bisher ließ sich nach diesem Motto gutes Geld verdienen, also wurde so weitergemacht.

Die IT Branche ist eine sehr junge Branche und hat sich rasend schnell entwickelt. Dabei sind traditionelle Arbeitsweisen über den Haufen geworfen worden und man hat einfach mit einem enormen Tempo drauf los programmiert.

Wichtig ist, dass du zuerst am Markt bist. Ob Menschen mit der Software umgehen können war - bis vor kurzem - nicht so wichtig. Bisher ließ sich nach diesem Motto gutes Geld verdienen, also wurde so weitergemacht.

Inzwischen ist der Markt halbwegs gesättigt und nun kommen langsam neue Kriterien hinzu. Heute entscheidest du dich für Software die vielleicht weniger kann, dafür aber sympathisch ist. Ich bin gespannt ob man beim neuen Windows noch immer auf einen START-Knopf drücken muss um abzuschalten.

Der START-Knopf ist allerdings inzwischen ein Standard.

Das ist keine Entschuldigung. Sicherlich muss man Gewohnheit berücksichtigen. Aber nur weil Microsoft seine Software seit Jahren so gestaltet heißt das nicht, dass man es nicht besser machen kann. Gestalte deine Software mit Standards, aber besser benutzbar.

Gutes Interfacedesign ist in erster Linie Einstellungssache. Gehe nicht von Annahmen oder Trends aus sondern frage gezielt nach.

In diesem Sinne vielen Dank, dass du unsere Fragen beantwortet hast. Interview & Gestaltung: Max Lisewski

VERENA WÜRFEL

arbeitet als freie User Experience Designerin in Berlin. Sie berät als Coach & Trainer, User Researcher, Konzepter, Information Architect und Visual Designer nationale und internationale Kunden aus der Software-, Medien- und Automobilbranche zu den Themen Applikationsdesign, Mobile Applikationen und Onlineportale. Seit 2008 lehrt sie an der Design Akademie Berlin Gestaltung für interaktive Medien.