Nothing Lost In Translation

Das hochschulübergreifende Forschungsprojekt UseTree, gefördert durch das Bundeswirtschaftsministerium, hilft kleinen und mittelständischen Unternehmen, die Usability ihrer Software zu verbessern. Arbeitspsychologe + Designer + Entwickler = bessere mobile Anwendung.

Von Claudia Dirks

Die Welt schreit nach mobilen Anwendungen. Okay, das ist nicht ganz richtig. Die Welt schreit nach kostenfreien mobilen Anwendungen mit dem gleichen Komfort (?), den die gewohnten DesktopSysteme bieten. Das Gesundheitswesen bildet da keine Ausnahme – doch wer beispielsweise einmal Citrix auf seinem Mobile Device geöffnet hat, dem leuchtet ein, dass das nicht im Einklang mit den Maßstäben eines modernen Handlings steht und schon gar nichts mit User Centered-Design zu tun haben kann.

Usability sollte zwar nicht nur in den mobilen Anwendungen eine besondere Rolle spielen, sondern auch bei der Desktop-Variante – es ist nur so, dass im mobilen Bereich durch die Consumerization des Arbeitsplatzes die Fallhöhe erheblich höher ist. Eine App ist eben mehr als eine mobile Desktop-Variante. Nicht nur im Medizinbereich kommt hinzu, dass intuitives Nutzen einhergeht mit erhöhter (Patienten-)Sicherheit. Hersteller tun also gut daran, die Usability ihres Produktes mitzudenken.

Interview mit Burkhard Schmitz, Professor, und Ariane Jäger, Künstlerische Mitarbeiterin, an der Universität der Künste Berlin für das Lehrgebiet „Interaktive Systeme“ im Studiengang Design, über kleine Schrauben mit großer Wirkung.

Welche Auswahlkriterien liegen dem Forschungsprojekt UseTree zugrunde und was kostet Sie die Untersuchung?

Jäger: Wenn wir uns für eine Lösung entschieden haben, ist es kostenfrei. Aber wir müssen Daten für unsere Forschung erheben und nutzen dürfen. Auch einer Veröffentlichung muss zugestimmt werden – eine Art Vorher-Nachher-Bericht. Es muss eine betriebliche Software für mobile Endgeräte sein, entwickelt von einem kleinen beziehungsweise mittelständischen Unternehmen. Wir nehmen jedoch nur einen Teilaspekt, den wir unter die Lupe legen – es ist aber möglich, sich mit mehreren Teilaspekten einer Software zu bewerben.

Woher kam das Initial für dieses ungewöhnlich praxisorientierte, interdisziplinäre Forschungsprojekt?

Jäger: Das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie hat diese Projekte eingerichtet, als es feststellte, dass insbesondere kleinere und mittelständische Unternehmen Schwierigkeiten haben, Usability-Maßnahmen zu realisieren. Was vor allem daran liegt, dass der Usability, wenn überhaupt, erst ganz am Schluss ein Gedanke geschenkt wird. Was dann die Motivation und restlichen Geldmittel übersteigt.

Macht die anwenderfreundliche Entwicklung das Produkt teurer, oder warum wird dieser Teilaspekt ignoriert?

Schmitz: Investition in die Entwicklung macht die Produkte prinzipiell nicht teurer, das Gegenteil ist der Fall; teuer sind die Änderungen, die notwendig sind, wenn eigentlich schon alles steht. Usability ist ein Aspekt der Entwicklungsqualität. Ich spare mit guter, umfassender Entwicklungsarbeit immer Geld. Gerade im App-Segment können sich nur hochwertige, durchdachte Produkte halten. Teuer wird es allein schon durch die Tatsache, dass wir in Deutschland produzieren – wir haben keine andere Wahl, wir müssen besser sein, als die anderen!

Wie wird denn eine schlechte mobile Anwendung durch Ihr Forschungsprojekt besser gemacht?

Jäger: Wir praktizieren mit den Unternehmen eine Art Staffellauf unter optimalen Bedingungen. Wir nehmen einen Teilaspekt ihrer Lösung, springen in den agilen Arbeitsprozess rein und schauen, ob es funktioniert. Wir haben drei Kompetenzen. Die Arbeitspsychologen, die vom Anwender ausgehend eine Anforderungsanalyse machen, die sich den reinen Arbeitsablauf anschauen und Beobachtungsinterviews auswerten. Und Arbeitspsychologen, die die Usability des Produktes mit Nutzern testen. Dann kommen wir Gestalter und bewerten das Produkt nach unseren Kriterien und überlegen gemeinsam mit den Entwicklern, wie das Produkt verbessert werden kann. Dann arbeiten wir iterativ, erarbeiten Vorschläge und setzen die auch um.

Schmitz: Um mehr Anfragen bearbeiten zu können, haben wir mitarbeiterbasiert die Uni mit eingebracht. Psychologie und Design-Studenten arbeiten in Teams an den Verbesserungen

„Wir praktizieren mit den Unternehmen eine Art Staffellauf. Wir arbeiten unter optimalen Bedingungen – nehmen einen Teilaspekt ihrer Lösung, springen in den agilen Arbeitsprozess hinein und entwickeln gemeinsam Neues.“

Ariane Jäger: Bewerben unter www.usetree.de

BURKHARD SCHMITZ ist Professor an der Universität der Künste.

ARIANE JÄGER ist Künstlerische Mitarbeiterin bei UseTree.

und entwickeln optimierte Vorschläge, die als Dummy präsentiert werden. Die Entwickler sagen dann, was Sinn macht und erarbeiten die nächsten Schritte. Das sind auch für die Studenten tolle, praxisnahe Projekte.

Welche Fehler sehen Sie als Designer denn am häufigsten bei denen, die sich bewerben?

Jäger: Erst einmal sind wir kein Serviceteam. Es geht um gemeinsames Erarbeiten. Meine konkrete Arbeit hat in Ihrem suggerierten Sinne nichts Glamouröses. Es wird leider meistens versucht, die Desktop-Variante in die mobile Welt umzubauen. Meine erste Frage ist deswegen tatsächlich immer, ob dieser Content tatsächlich relevant für eine mobile Anwendung ist. Brauchen wir tatsächlich genau diesen Teilaspekt?

Ich streich meistens die Hälfte raus und versuche Transparenz zu schaffen. Den wichtigen Button zu betonen. Farbe ist wichtig im Sinne der Lesbarkeit, der Konsistenz. Wie das visuell umgesetzt wird, hängt vom jeweiligen Trend ab. Usability hingegen lässt sich schlecht nachträglich überstülpen.

Schmitz: Der Gebrauchswert ist die Voraussetzung für das Label Design. Was in den 80ern „user friendly“ hieß, ist 2015 User Centered Design. Es ging immer um den Anwender. Das ist dann Gelungen, wenn es kopiert wird. Das ist das einzige Kompliment in der Gestaltung.

Gibt es eine Blaupause für eine usable App?

Schmitz: Natürlich nicht. Es ist die Abwesenheit von Awareness. Usability ist die vergeistigte Form der Ergonomie. Aber Intuition ist nicht das Maß derDinge.

Jäger: Ja, die Frage nach einer Checkliste hören wir oft. Es geht um die graduelle Individualisierung, den Nutzer nicht unterschätzen! Ich fühle mich besser, wenn ich ein schlaues System beherrsche, daher müssen einige Anforderungen bleiben.

> **„Wie oft habe ich hinter Glasscheiben gesessen und zuschauen müssen, wie meine Produkte getestet wurden – so stelle ich mir die Hölle vor. Aber hinterher kommt ein besseres Produkt dabei raus.“**
>
> Burkhard Schmitz

Wie reagieren die Entwickler auf Ihre Verbesserungsvorschläge?

Schmitz: Ach wissen Sie, wie oft ich hinter Glasscheiben gesessen habe und zuschauen musste, wie meine Produkte getestet wurden – so stelle ich mir die Hölle vor. Aber hinterher kommt ein besseres Produkt dabei raus. ¬

Fotos: Sibylle Baier

LEHRGEBIET „INTERAKTIVE SYSTEME“

Die Arbeit der Projektgruppe entwickelte sich aus der Produktgestaltung und dem Industrial Design. Dabei wurde das Gestalten von Objekten durch das Gestalten von Interaktionen abgelöst. Auch wenn der Umgang mit und die Nutzung von Produkten im Design immer eine wichtige Rolle spielte, erlaubte das Auftauchen der Computer und computerisierter Produkte erstmals, das Interface und die Dramaturgie der Interaktion isoliert zu betrachten.

START-UP SLAM

eHealth Summit Germany
12. Juni 2015
15.30 – 17 Uhr
www.hitcentral.eu/de/42

ehealth summit germany
HIMSS Europe

nuance.de/healthcare

Intelligente Systeme schaffen neue Möglichkeiten

Obwohl Kliniker und Administratoren über den Aufwand klagen, unterschätzen sie oft die objektive Belastung der Dokumentation. Neben Zeitverlust, liegen Unterlagen oft nicht rechtzeitig oder in angemessener Form vor. Eine neue Studie soll nun den gesamten Dokumentationsaufwand im Verlauf eines Falles ermitteln. Das Ziel ist, dem Krankenhaus einen Weg aus der Aufwandsfalle zu zeigen und Kommunikation zwischen Arzt und Patienten zu verbessern.

Melden Sie sich hier an um die Studienergebnisse exklusiv zu erhalten: www.nuance.de/go/studie oder kontaktieren Sie uns direkt unter 0049 4121 800 48 19.

Sitzen Sie in der Falle?

NUANCE