

# Interface Design im Kontext von Produkt- und Serviceinnovation

**Markus Turber**  
Intuity Media Lab GmbH  
Königsallee 43  
D-71638 Ludwigsburg  
turber@intuity.de  
www.intuity.de

## Abstract

Dieser Beitrag behandelt wesentliche Erfolgsfaktoren eines User Interface Design Projekts. Neben der systematischen Berücksichtigung der Anforderungen des Anwendungskontexts und der

zukünftigen Nutzer ist die Zusammenarbeit in einem interdisziplinären Team, das die im Projekt geforderten spezifischen Kompetenzen abdeckt, von entscheidender Bedeutung.

## Keywords

Interface Design, Innovation, Team, 5-Lenses-Model

### 1.0 Einleitung

Intuity ist ein Spezialist für innovative Interfaces in digitalen Medien. Die Mehrheit unserer Entwicklungsprojekte bewegt sich im Feld der Produkt- und Serviceinnovationen. Etwa die gemeinsame Entwicklung neuer On-Board-Interfaces und -Services mit Forschern und Ingenieuren von DaimlerChrysler, oder die Neukonzeption der Software von Licht- und Lasermikroskopen gemeinsam mit den Entwicklern von Carl Zeiss. Intuity fungiert dabei als Moderator für große Innovationen, ebenso wie für kleine evolutionäre Verbesserungen im Detail, die Akzeptanz und Benutzbarkeit der Interfaces verbessern. Kein Projekt gleicht dabei dem vorangegangenen - deshalb vergrößert sich jeden Tag der Erfahrungsschatz unserer Mitarbeiter, der uns hilft Parallelen zu erkennen, die richtigen Kompetenzen zusammenzuführen und gut gestaltete Lösungen zu finden.

### 2.0 Anforderungen an das UI

#### 2.1 Anforderungen aus Auftraggebersicht

Zu Beginn unserer Arbeit wollen wir zunächst sicher gehen, dass wir unsere Aufgabe und den Kontext unserer Arbeit verstehen. Intensive Workshops mit dem

Kunden helfen uns eine Vorstellung der Anforderungen zu entwickeln. Darauf aufbauend erstellen wir ein Re-Briefing, das dem Kunden wiederum vorgestellt wird und sicherstellt, dass wir die Anforderungen unserer Auftraggeber richtig verstehen.

#### 2.2 Anforderungen aus Nutzersicht

Im zweiten Schritt folgt die Auseinandersetzung mit dem Nutzer.

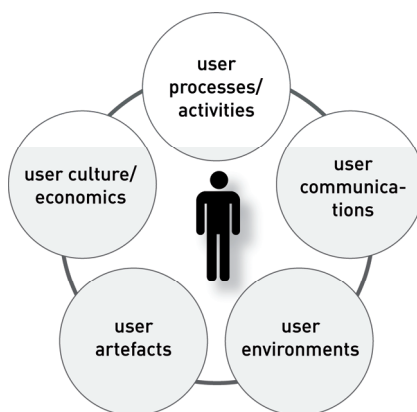


Abbildung 1: 5-Lenses-Model

Das von Intuity entwickelte 5-Lenses-Model (vgl. Abbildung 1) hilft uns den Nutzer besser kennen zu lernen. Aufgabenabhängig erfolgt die Gewichtung der einzelnen Aspekte. Ebenso sind die Methoden aufgaben-

abhängig. Wir haben in der Vergangenheit gute Erfahrungen mit den Methoden des "Ethnographic Research" gemacht. Damit lassen sich sehr einfach und schnell zuverlässige Erkenntnisse über den Nutzer in Erfahrung bringen. Ein unschätzbare Vorteil dieser Methoden ist, dass sich unter Anleitung eines Usability Professionals auch die übrigen Entwickler leicht in die Recherche involvieren lassen. Somit lernt jeder Beteiligte die künftigen Nutzer und deren spezifisches Umfeld kennen. Es wird dabei viel weniger Wissenstransfer zwischen Researcher und Entwicklungsteam nötig. Dies ist insbesondere deshalb von großem Vorteil, da die Erkenntnisse, die in Interviews gesammelt werden auch in Form impliziten Wissens gesammelt werden und nur schwer kommuniziert werden könnten.

#### 3.0 Vorgehensweise bei der Konzeption / Gestaltung

Auch wenn die Aufgaben, mit denen uns unsere Auftraggeber betrauen sehr unterschiedlich sind, so lassen sich doch übergeordnete Standards für die Vorgehensweise identifizieren. Die Vorgehensweise ist keine Raketenwissenschaft - sondern ein einfacher 5-stufiger Prozess, der vollständig oder in Teilen in

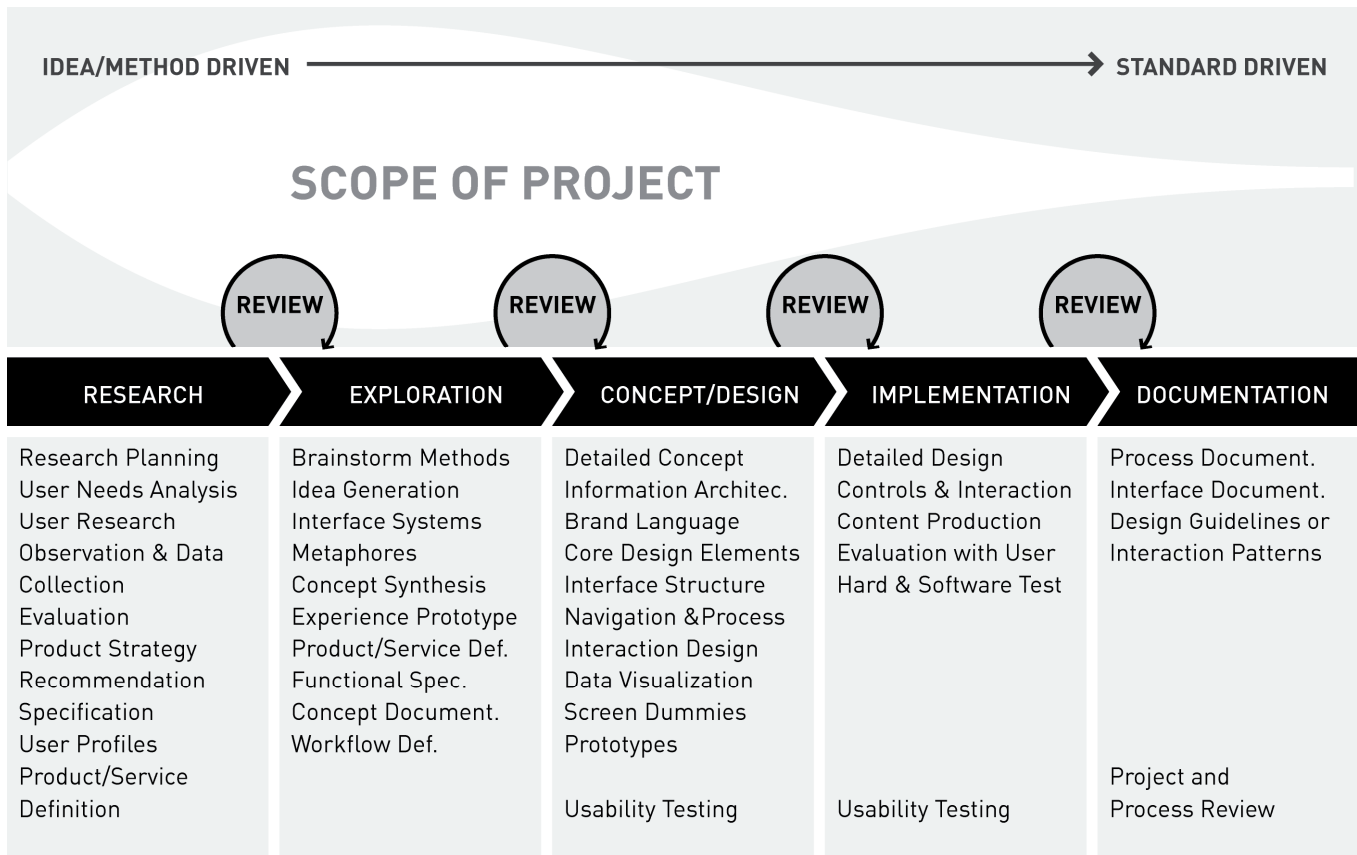


Abbildung 2: 5-stufiger Entwicklungsprozess

allen Projekten Einsatz findet (vgl. Abbildung 2). Der Prozess, der von Research und Exploration über Konzept/Design zur Implementierung und schließlich zur Dokumentation reicht, unterstützt dabei die zielgerichtete Entwicklungsarbeit. Die Methoden in den ersten beiden Entwicklungsschritten helfen dem Team von Entwicklern den Blick (Scope of Project) für Innovation zu öffnen. In kurzer Zeit wird eine Vielzahl von Ideen geboren. Im nächsten Schritt werden die Ideen bewertet. Aus der Summe der Ideen werden die Besten ausgewählt, weiterentwickelt und zu Konzepten kombiniert. In den meisten Fällen entwickeln wir Prototypen - teils um uns selbst ein Bild davon zu machen - teils aber auch, um mit Nutzern die Akzeptanz, Benutzbarkeit und den Spaßfaktor zu testen. Wenn sich ein

Konzept bewährt, wird es in den folgenden Entwicklungsschritten verfeinert und ausgearbeitet.

#### 4.0 Bridging the Design Gap

Interface Design Projekte sind immer nur so gut wie die beteiligten Personen. Die meisten Gestalter verstehen sich als Generalisten. Dies wird auch durch die Ausbildung an den Hochschulen begünstigt und gefördert. Ein frischgebackener Gestalter, der von der Hochschule kommt, beherrscht im Idealfall die Grundlagen der „Guten Form“, Farbe sowie Typographie. Selbstverständlich hat er auch Werkzeug an die Hand bekommen, womit er dieses Wissen in Projekten artikulieren kann – etwa in den neuen Medien, im Produktentwurf, etc.. Er hat sich ebenso bereits mit den Mecha-

nismen von Corporate Design und Identity befasst. Trifft dieser Gestalter nun auf die Aufgabe, ein innovatives Interface für ein Produkt oder einen Service zu entwickeln, so wird er sich immer mit Spezialisten aus anderen Fachbereichen auseinandersetzen. Mit der Zeit wird auch der Designer immer mehr Erfahrungen in einzelnen Fachgebieten sammeln und lernen die richtigen Fragen an Auftraggeber, Spezialisten und auch die Nutzer stellen. Dabei sind Aufgeschlossenheit und Kommunikationsfähigkeit essenziell wichtig. Sie helfen dem Designer, bei der Auseinandersetzung mit neuer Materie, schnell vom „sympathischen Dilettanten“ zum wichtigen Impulsgeber zu avancieren – gerade weil er neu und somit nicht "betriebsblind" ist. Am Ende entscheidet natürlich die Erfahrung des Gestalters darüber, ob er in der Lage ist, die Anforderungen

von Nutzern, Auftraggebern, Marke, Technikern, ... zu einem ausbalancierten Ganzen zu formen.

Jeder Gestalter hat Stärken und Schwächen, Bereiche mit großem Erfahrungsschatz und blinde Flecken. Damit wird "der/die richtige DesignerIn" neben Prozess und Methodik zum wichtigsten Parameter für den Erfolg von Designprojekten. Für die Zusammenstellung des Designteams ist eine Kategorisierung von Projekt und Projektbeteiligten sinnvoll (vgl. Abbildung 3). Diese Vorgehensweise eignet sich vor allem gut, um Verantwortlichkeiten und Projektleitung zu definieren. Diese können sich in den Projektphasen des Entwicklungsprozesses auch ändern. Es lohnt sich also die Matrix von Zeit zu Zeit auf ihre Gültigkeit hin zu überprüfen.

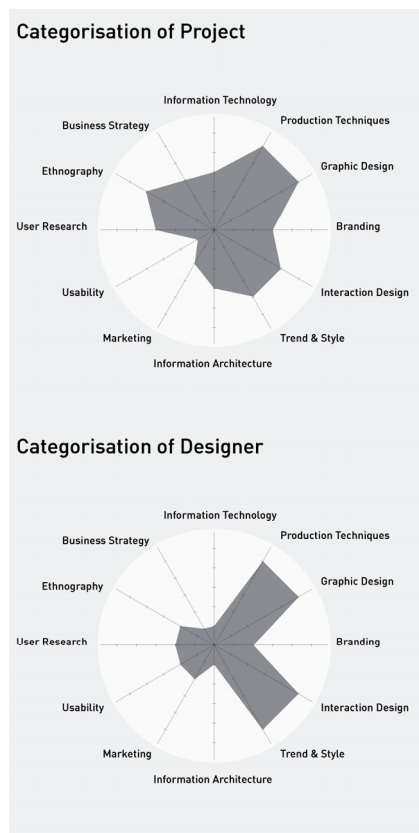


Abbildung 3: Kategorisierung von Projekten und Designern

## 5.0 Fazit

Zusammenfassend bleibt festzuhalten dass der Erfolg von Interface Design Projekten maßgeblich von 3 Faktoren abhängt:

- Strukturierte und enge Zusammenarbeit der einzelnen Kompetenzen während des gesamten Projektverlaufs.
- Das erfahrene Team deckt die erforderlichen Kompetenzen vollständig ab.
- Klare Verantwortlichkeiten und persönliche Verpflichtung zu hohen Qualitätsstandards in Entwurf, Dokumentation und Kommunikation.

»Es ist erlaubt digitale und Kopien in Papierform des ganzen Papers oder Teilen davon für den persönlichen Gebrauch oder zur Verwendung in Lehrveranstaltungen zu erstellen. Der Verkauf oder gewerbliche Vertrieb ist untersagt. Rückfragen sind zu stellen an den Vorstand des GC UPA e.V. (Postfach 80 06 46, 70506 Stuttgart). Proceedings of the 4th annual GC UPA Track Gelsenkirchen, September 2006 © 2006 German Chapter of the UPA e.V.«

