

EINFACH?

Wo können wir ansetzen, um einfache Lösungen zu entwickeln? Was heisst eigentlich «einfach»? Ein Fallbeispiel aus der Produktinnovation.

«Reduce to the max!», «Simplicity!», «Einfachheit schafft Wert!» – Vereinfachung liegt im Trend, so scheint es. Aber: Haben Sie kürzlich ein neues Produkt gekauft? Einen Fernseher, ein Navigationsgerät fürs Auto, eine Digitalkamera oder etwas Ähnliches? Mussten Sie sich dabei durch den Dschungel von Features und Funktionen kämpfen, um zu verstehen, ob der neue super-smarte Begleiter zu Ihnen passt? Ist es nicht unglaublich, wie komplex viele neue Produkte sind?

Der Funktionsumfang scheint nach wie vor eine geeignete Messgrösse für die Qualität eines Produkts zu sein. Je mehr, desto besser. Die Produktinnovation in Unternehmen erfolgt deshalb häufig über neue und immer mehr Features. Die Schwierigkeiten, die sich daraus ergeben, sind allerdings kaum abschätzbar.

Es gibt durchaus Fälle, in denen Komplexität gefährlich werden kann. Denken wir zum Beispiel an medizinische Geräte, an die Luftfahrt oder an die Automobilindustrie. Gravierende Folgen durch Fehlbedienungen müssen um jeden Preis vermieden werden. Aber auch wenn kein Leben auf dem Spiel steht, ist Einfachheit in der Bedienung erwünscht und für neue Produkte ein wesentlicher Wettbewerbsvorteil. Nur: Welche Funktionen können weggelassen werden und welche sind unverzichtbar? Es gilt, den Funktionsumfang gegen die daraus resultierende Bedienkomplexität abzuwägen, wie das folgende Beispiel zeigt.

**«ALLES SOLLTE SO
EINFACH WIE MÖGLICH GEMACHT
WERDEN, ABER NICHT EINFACHER»,
FREI NACH ALBERT EINSTEIN**

Apple brachte im Jahr 2005 mit dem iPod Shuffle eine radikale Vereinfachung des beliebten Musikplayers iPod auf den Markt. Das Gerät bot im Wesentlichen nur noch die Grundfunktionen zum Abspielen von Musik. Keine Titelauswahl, kein Blättern in Wiedergabelisten, nicht einmal die Anzeige des laufenden Titels war mehr vorhanden. Das Gerät wurde trotz aller Unkenrufe ein riesiger Erfolg. 2006 wurde der Shuffle noch weiter reduziert und verkleinert. Im Jahr 2009 versuchte Apple eine weitere Vereinfachung: Die dritte Generation bot gar keine Bedienelemente mehr. Musik und Lautstärke konnten nur noch über Tasten am Kopfhörerkabel gesteuert werden. Doch diese Rechnung ging nicht auf. Bereits im darauffolgenden Jahr musste Apple das Gerät wieder vom Markt nehmen. Denn diese Reduktion wurde von den Benutzern nicht akzeptiert – sie war ein Flop. Das Nachfolgeprodukt hatte wieder die bewährten fünf Buttons zur Bedienung.



WAS IST EINFACH?

Dieses Beispiel verdeutlicht eine wichtige Erkenntnis: Ob eine Vereinfachung gelungen ist, kann kaum im Voraus beurteilt werden. Nicht einmal die erfahrenen Apple-Ingenieure waren in der Lage, abzuschätzen, welcher Grad der Reduktion zu einer tatsächlichen Vereinfachung führen würde. Die Einfachheit eines Produkts kann nur in der tatsächlichen Anwendung von den Benutzern selbst beurteilt werden. Dazu bieten Disziplinen wie Usability Engineering und User Centered Design zahlreiche bewährte Methoden, welche die Benutzer ins Zentrum der Entwicklung stellen. Die Anwendung eines Produkts wird dabei mit den potenziellen späteren Benutzern überprüft.

BENUTZERORIENTIERTE INNOVATION

Noch einen Schritt weiter gehen Methoden, die den Benutzer bereits in der frühen Produktinnovation einbeziehen. Der Clou: Die spätere Anwendung des Produkts wird für die Benutzer möglichst realitätsnah simuliert.

Ziel einer solchen benutzerorientierten Innovation ist, unnötige Kom-



MICHAEL RICHTER

begleitet seit 15 Jahren Projekte in benutzerorientierter Entwicklung. Als Leiter der Zühlke Academy ist er für das Weiterbildungsangebot verantwortlich. Er ist Dozent an der Fachhochschule Rapperswil und Autor des Buches «Usability Engineering kompakt» [Richter&Flückiger, 2010].

Zühlke führt als unabhängiger Partner Ideen zur Marktreife und Unternehmen zu den Geschäftserfolgen der Zukunft. Dabei verbinden wir die Ziele und Stärken unserer Kunden mit unserer Umsetzungskraft in drei vernetzten Bereichen: Produkt- und Software-Engineering, Managementberatung, Start-up-Finanzierung. Der Mehrwert basiert auf der Erfahrung aus über 7000 umgesetzten Projekten für Kunden.

www.zuehlke.com

plexität zu vermeiden und die Funktionalität des Produkts auf ein Minimum zu beschränken, das ideal auf den Benutzer zugeschnitten ist. Das technische System soll den Anwender optimal unterstützen und wird genau dafür konzipiert.

EINFACH GUT HÖREN – EIN FALLBEISPIEL

Wie sich ein solches benutzerorientiertes Vorgehen gestalten lässt, zeigt eine Fallstudie zur Planung und Konzeption einer neuen Fernbedienung für Hörgeräte. Um optimales Hören zu ermöglichen, sind moderne Hörgeräte mit vielfältigen Funktionen zur situativen Anpassung ausgestattet. Gesteuert werden sie mit einer speziellen Fernbedienung, die der Benutzer bei sich trägt. Diese soll leicht zu bedienen, einfach und handlich sein. Dabei ergeben sich zahlreiche Fragen: Wie soll ein einfaches Gerät aussehen? Welche der vielen möglichen Funktionen sind die wichtigsten? Wie viele Bedienelemente sind notwendig, und wie sollen diese gestaltet werden? Wie können die Funktionen strukturiert und in einem stimmigen Gesamtkonzept angeboten werden? Welche Rückmeldungen sind für die Benutzer wichtig, und wie sollen diese erfolgen?

Um diese Fragen zu beantworten, werden Hörgeräteträger aus verschiedenen Zielgruppen einbezogen. In Usability-Tests lösen sie Aufgaben mit der neuen Fernbedienung. Eine eigens dafür erbaute Prototyping-Plattform simuliert realistische Hörsituationen in Bild und Ton, zum Beispiel: «Musik hören im Zug» oder «eine Unterhaltung im Café führen». So entsteht der Eindruck einer funktionierenden Fernbedienung, mit der die Benutzer ihr Hörerlebnis in verschiedenen Situationen steuern können.

Die Hörgeräteträger lösen ihre Aufgaben mit unterschiedlichen Hardware-Prototypen. Nebst den physischen Bedienelementen werden auch die Tastenbelegungen sowie die Funktionen und das Interaktionskonzept der Fernbedienung variiert. In mehreren Durchläufen lassen sich komplexe Features oder schwer verständliche Konzepte ausschliessen und erfolgreiche Funktionen weiter optimieren. Nach einigen Iterationen kann schliesslich ein gut verständliches, einfaches Interaktionskonzept mit einer optimalen Tastenbelegung entworfen werden.

Mit der benutzerorientierten Methodik kann jede geplante neue Funktion auf den Nutzen für die Zielgruppe kritisch hinterfragt und in der Anwendung überprüft werden, bevor sie im Produkt implementiert wird. Das Endprodukt ist eine einfache Fernbedienung mit effizienter Funktionalität und intuitiven Bedienelementen.

FAZIT

- Einfachheit kommt nicht von selbst. Sie muss in der Produktentwicklung systematisch erzielt werden.
- Nur die Benutzer selbst können beurteilen, was einfach ist und was nicht.
- Durch die Simulation der Anwendung kann ein Produkt bereits in frühen Innovationsphasen mit den Benutzern überprüft und vereinfacht werden.