

Unterwegs im Auftrag des Anwenders

Arbeit an der Schnittstelle Mensch-Maschine: Die Berliner Preview will Technik einfacher machen

Von Jens Kohrs



Tanja Diezmann und Tobias Gremmler sehen noch viel Arbeit auf sich zukommen: Sie wollen Technik einfacher benutzbar machen.



Foto: Thonke

Berlin - Was die Konkurrenten machen und auch die meisten ihrer eigenen Kunden noch immer fordern, ist Tanja Diezmann eigentlich viel zu wenig: «Aus den digitalen Möglichkeiten lässt sich mehr herausholen», sagt die 32-jährige Geschäftsführerin der Preview GmbH. Das auf Digital Design spezialisierte Büro hat sie im April 2000 mit Tobias Gremmler gegründet und sich dabei viel vorgenommen: Statt die Realität zu kopieren und einfach nur «die Welt in den Rechner zu packen», will Diezmann die Wahrnehmung der Nutzer einbinden.

Preview gestaltet Schnittstellen, so genannte Interfaces. Das können Internetseiten sein, aber auch Displays von Mobiltelefonen und Oberflächen für interaktives Fernsehen. Zudem beraten Diezmann und Gremmler Unternehmen, die große Datenmengen auf digitalen Wegen bewegen, wie sie ihre Informationen strukturieren und für verschiedene Medien aufbereiten. Auf der Referenzliste stehen unter anderem Hypovereinsbank, KangarooNet und Pixelpark. Und immer geht es darum, die Angebote nutzerfreundlicher zu machen: Schneller, besser, verständlicher soll es werden.

Klingt gut, und doch sind noch viele Firmen vorsichtig. Übervorsichtig, wie Tanja Diezmann meint. Was ihr bei den meisten Schnittstellen zwischen Mensch und Maschine fehlt, ist die Gesamtübersicht, der Blick auf alle zur Verfügung stehenden Daten. Eine Struktur, die sie alle darstellt, ist ihr Idealbild. Dann kann jeder Surfer seinen eigenen Weg gehen: «Noch bestimmt der Anbieter, was gut für mich ist.»

Die Folgen sind für viele Firmen schlicht geschäftsschädigend: Unzählige potenzielle Aufträge gehen verloren, weil die Nutzer kapitulieren. Zu kompliziert, zu lang, zu viele Eingabefelder -

Abbruch. Dabei werden die Nutzer häufig unterschätzt, ist Tanja Diezmann überzeugt: «Aber das ist eine überhebliche Mutmaßung.» Ein anderes Medium funktioniert eben auch nach eigenen Gesetzen und müsste anders organisiert werden.

Daran arbeitet sie. Ein eigenes Testlabor soll beweisen, wie die Surfer ticken. Mit einem ausgeklügelten System, das ihre Augenbewegungen und jeden Klick aufzeichnet, wird ermittelt, wie sie sich auf Webseiten zurechtfinden. Mit kleinen Aufgaben werden Fehlerquellen aufgedeckt. Insgesamt ein zweistündiger Test - wissenschaftliche Beweise für die Kunden der Zukunft. Denn was Preview häufig noch fehlt, sind Auftraggeber, die sich das Neue trauen.

Trotzdem leistet sich das Gründerduo den Luxus, keine Aufträge anzunehmen, «die uns nicht interessieren», sagt Tobias Gremmler. Statt dessen entstand ein eigener Forschungsbereich, in dem die beiden ihren Vorstellungen schon ziemlich nahe gekommen sind. Zum Beispiel bei der Benutzeroberfläche für die Online-Plattform «Estonia», die sich mit der 1994 gesunkenen Ostseefähre beschäftigt. Zudem wurde ein Konzept entwickelt, mit dem bei wissenschaftlichen TV-Sendungen im Internet Daten gesucht werden können. Denken für die Zukunft, nennt das Duo das. Dabei ist Tanja Diezmann kein Gedanke zu abseitig: «Alles Denkbare kann man später auch machen.» Mit dem Interface-Design macht die junge Firma, die sechs Mitarbeiter beschäftigt, bislang ihren größten Umsatz, der 2001 bei etwa 650 000 Euro gelegen haben dürfte.

Gemeinsam ist beiden Gründern eine Art kreativer Ungeduld: «Meist gehen Entwicklungen nur in Minischritten voran», sagt Tanja Diezmann. Warum haben Handys noch immer die Form eines Telefonhörers? Warum muss jeder mobile Mensch mindestens fünf Geräte miteinander koordinieren? «Ein unerträgliches Zustand. Die Technik kostet uns wertvolle Zeit, weil sie sich nicht am Menschen orientiert», ärgert sich Diezmann, die ihr Sendungsbewusstsein mittlerweile bis nach Dessau trägt. Dort hat sie an der Hochschule Anhalt seit 1998 eine Professur für Interfacedesign. Mit ihren Studenten arbeitet sie an Fragestellungen, «die in der Wirtschaft keiner hören wollte». Und prompt gab es diverse Projekte, die Unternehmen hellhörig werden ließen.

[Reise] [Berlin Live] [Anzeigen] [Media-Daten] [Abonnement]
[Leser-Service] [Kontakt] [Home] [B.Z.]

© Berliner Morgenpost 2002