

Special Innovation

Reinhard Sefelin: „Ein intelligentes Produkt erkennt, in welchem Kontext sich sein Benutzer bewegt, und versorgt ihn je nach Situation mit mehr oder weniger Information“, erklärt der Research Coordinator des Wiener Usability Forschungszentrums Cure.

Das Universum im User-Kopf

Sonja Gerstl

economy: *Sie tragen über Ihren optischen Gläsern eine zusätzliche Brille. Verraten Sie mir, warum?*

Reinhard Sefelin: Diese Brille kommt bei unserer Forschungstätigkeit zum Einsatz, wenn wir Leitsysteme oder Räume testen. An der Brille ist vorn eine kleine Kamera eingebaut. Testpersonen tragen die Brille, die Kamera filmt mit, und ich als Benutzbarkeitsexperte kann nachher aufgrund der Aufnahmen analysieren, wie die Per-

Anwendungen, welche Technologiebereiche beherbergen Potenzial?

Gerade für Cure als Forschungseinrichtung ist es enorm wichtig, zu schauen, welche zukünftigen Möglichkeiten es noch gibt. Feststellbar ist, dass sich die Forschung weg von der reinen Usability hin zur User Experience bewegt. Sicher spielen Benutzbarkeit und technische Funktionalität eine entscheidende Rolle, ob ein Produkt auf dem Markt reüssieren kann. Aber es gibt auch andere wichtige Faktoren wie Verpackung, Emotionen, Fun-Faktor und soziale Komponenten, die zusehends in den Vordergrund treten. User Experience bezeichnet das positive Gesamterlebnis des

sonen versucht haben, sich im Raum zu orientieren. Die Brille wird bei unserem neuen Projekt eingesetzt. Da geht es um die Frage: Wie gut finden sich Menschen eigentlich auf dem Bahnhof zurecht? Wie kommen sie zu ihrem Ticket via Fahrkartenautomat, zum richtigen Bahnsteig und so weiter? Ziel ist es, möglichst umfassend den Ist-Zustand der Informationsübermittlung auf dem Bahnhof zu erfassen.

Wohin geht der Trend in der Usability-Forschung? Welche

Benutzers, vom Entstehen des Bedürfnisses über das ganzheitliche Produkt- beziehungsweise Dienstleistungs-Erlebnis bis zum Ende der Benutzung.

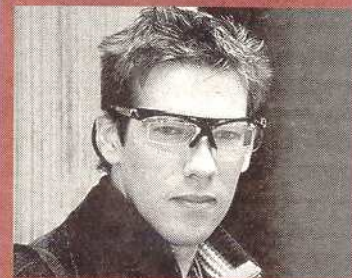
Was wäre aus Ihrer Sicht ein diesbezüglich ideales Produkt?

Ein intelligentes, quasi mitdenkendes mobiles Produkt, das erkennt, in welchem Kontext sich sein User gerade bewegt. Ein Gerät, das erkennt: Aha, jetzt befindet sich der Mensch gerade auf der Straße in einer hektischen Situation, da biete ich ihm nur relativ wenig Informationen – nämlich so viele, wie er gerade aufnehmen kann. Beziehungsweise ein Gerät, das weiß: Okay, der Benutzer sitzt jetzt entspannt im Kaffeehaus,

da kann ich ihm mehr Information bieten, weil er mehr aufnehmen kann.

www.cure.at

Steckbrief



Reinhard Sefelin ist Research Coordinator von Cure. Foto: CURE