

## Ergebnisse des Workshops:

# Was können Usability und User Research zu einem besseren öffentlichen Nahverkehr beitragen?

### Beteiligte:

- Dr. Katrin Dziekan, TU Berlin
- Norbert Riedelsheimer, Nokia Gate5
- Carina Lehne, eye square
- Dr. Sascha Mahlke, Useeds°
- Henning Fritzenwalder, Nokia Gate5

### Ergebnisse:

Im Workshop wurde untersucht, ob die Usability Ansätze bietet, um die Bedürfnisse der Nutzer im öffentlichen Personen-Nahverkehr effektiver zu artikulieren.

Der Beitrag von Fr. Dr. Dziekan machte deutlich, dass die Vernachlässigung der Nutzerbedürfnisse im öffentlichen Personennahverkehr quasi im System angelegt ist:

Die Situationen der Nutzer sind einfach zu vielfältig, um im Geflecht von Politik, Wirtschaft und Interessensverbänden eine klare Position zu bilden und so den nötigen Einfluss zu bekommen. Ob bei der Gestaltung von Fahrzeugen, Informationssystemen, Tarifen oder Automaten - die Nutzer werden nicht gefragt und die Resultate können daher oft nicht wirklich überzeugen.

Es zeigte sich, dass die vorhandenen Mittel der Kundenbefragung nicht ausreichen, um eine vielschichtige Wahrnehmung der Situation zu garantieren. Die Erarbeitung einer detaillierten Darstellung der vielfältigen Bedürfnisse ALLER Nutzer des öffentlichen Personennahverkehrs - z. B. mit den sogenannten Personas - könnte ein Ansatz sein um, einen verbindlichen Kanon zu bilden, der den am öffentlichen Personennahverkehr beteiligten Parteien eine gemeinsame Grundlage und Blickrichtung auf die Nutzer gibt.

Im Sinne des Ansatzes von Kaye & Taylor haben wir mit Hilfe exemplarischer Nutzer („Personas“) aufgezeigt, wie wichtig eine detaillierte, reiche Beschreibung der Erfahrungen von Nutzern ist, um die Komplexität der Situationen zu verstehen.

Dass diese unterschiedlichen Blickwinkel dann auch reale Unterschiede in der Wahrnehmung von Services erzeugen, haben wir in Usability-Tests an Buchungssystemen im Ansatz belegt: Der Kunde, der nur von seiner persönlichen Situation ausgeht und die impliziten Vorstellungen der Verkehrsanbieter nicht durchdringt, scheitert. So ging z. B. einem Familienvater während des Buchungsvorgangs wiederholt die Buchung für sein Baby verloren. Eigentlich gut, weil für den Säugling kein Fahrpreis erhoben wird, aber trotzdem verwirrend, weil der Umstand eben nicht deutlich erwähnt ist.

## Das Fazit des Workshops:

Lösungen (z. B. bei Buchungs- und Informationssystemen), die für alle gleich sein sollen, sind am Ende immer Lösungen, mit denen man niemandem einen Gefallen tut. Mit Hilfe nutzerzentrierter Methoden könnte man hier erfolgreich vermeiden, dass bei der Deutung von Nutzungserfahrungen immer wieder ein kleinster gemeinsamer Nenner erzwungen wird. Die Methoden bieten erprobte Möglichkeiten, diese Vielfalt von Nutzerbedürfnissen handhabbar zu machen und in überzeugende Lösungen zu überführen.