

# Kommunikationsnotstand und Paniksyndrom

Vom kabellosen Wasserkocher bis zur Videokamera gilt der strenge Grundsatz: Kein Produkt ohne Produktbeschreibung und Bedienungsanleitung. Doch häufig sind diese nur schlecht lesbar und auch der Orientierungswillige findet nicht immer zum Ziel. Wie kann der Dialog zwischen Hersteller und Verbraucher verbessert werden?



■ Urs Becker\*

Sie faszinieren uns. Alle diese elektronischen und anderen Geräte lassen ganz besonders Männerherzen höher schlagen. Wir freuen uns, in diesem technischen Zeitalter leben zu dürfen. Für jedes Problem eine Maschine, ein Gerät, das ist unsere Vision der Problemlösung. Immer komplexer und leistungsfähiger werden die Geräte und die Möglichkeiten nehmen von Jahr zu Jahr zu.

Haben wir ein solches Gerät erworben, vom elektronischen Übersetzer bis zur Brotbackmaschine, dann wollen wir die Sache sofort in Gebrauch nehmen und uns daran erfreuen. Hoffentlich schaffen wir das ohne Blick in die Bedienungsanleitung oder wenn schon, dann mit einem möglichst kurzen Nachschlagen.

Bedienungsanleitungen sind unbeliebt. Der Hersteller schreibt sie nicht gern und der Kunde liest sie nicht gern oder anders gesagt: Dem Kommunikationsnotstand des Herstellers steht das Paniksyndrom des Anwenders gegenüber.

## Die Bedienungsanleitung als spielerisches Nachschlagewerk

Als Grundlage für die Benutzerdokumentation realisiert der Hersteller eines marktfähigen Produkts eine Restrisikoanalyse. Auf dieser Basis erfüllt er die gesetzliche Instruktionspflicht über Restrisiken. Er beauftragt dann das Dokumentationsteam damit, in den Benutzerdokumenten vor diesen Restrisiken im Umgang mit seinem Produkt zu warnen, damit die Benutzer nicht zu Schaden kommen. Dabei kann es auch vorkommen, dass die Dokumentationsfachleute Restrisiken erst beim Dokumentieren entdecken, welche sie dann in die Produktentwicklung einbringen.

Bei einem Spitzenprodukt bilden Funktionalität und Design eine Synthese im Dienste des Benutzers: Nutzen – Sicherheit – Komfort. Im Idealfall hat das Produkt eine selbsterklärende Benutzeroberfläche, welche eine ausführliche Anleitung überflüssig macht. Trotzdem verlangt der Gesetzgeber, dass der Hersteller sein Produkt mit einer Anleitung ausliefert, welche die zentralen Fragen des Benutzers zum Produkt beantwortet.

\* Urs Becker ist Jurist, Kommunikationsberater, Mediator und Coach in Lenzburg, [urs.becker@beckerkom.ch](mailto:urs.becker@beckerkom.ch), [www.beckerkom.ch](http://www.beckerkom.ch)

Eine gute Betriebs- oder Gebrauchsanleitung darf kein Lesebuch mit sieben Siegeln sein, sagt Dokumentations-Spezialist Dr. Konrad Staudacher, Geschäftsleiter der Firma VKS + Partner AG in Zürich. Es ist ein Nachschlagewerk erwünscht, sagt er, welches das spielerische Orientieren und das effiziente Zugreifen auf die Information unterstützt. Das trifft dann zu, wenn das Dokumentationsteam seine Themen und Aussagen in jeder Hinsicht konsequent ausgestaltet, mit klaren, benutzerorientierten Strukturen im Informationsaufbau, beim Formulieren der Aussagen und bei der Begriffswahl. Gerade in diesem Bereich stellt der Leser häufig Mängel fest und bekommt keine raschen Antworten auf seine Fragen.

Die Grafik ist ein zentrales Element in jeder Anleitung. Der Leser soll das Produkt und seine Bestandteile auf einen Blick identifizieren und seine Funktion im Grundsatz verstehen können. Ein Bild ersetzt 1000 Worte, sagt der Volksmund. Ein gutes Bild, müsste man, in Bezug auf die Bedienungsanleitung, präzisieren. Denn erfahrene Dokumentationspezialisten und Juristen wissen: Zum Erklären eines «verunglückten Bildes» braucht es nochmals 1000 Worte. Deshalb darf der Leser erwarten, dass er an zentraler Stelle in der Anleitung geeignete Übersichtsfiguren findet, welche ihm das Verständnis des Produkts erleichtern, am



Möglichst schnell ausprobieren: Neue Geräte wollen sofort in Gebrauch genommen werden – meist ohne Blick in die Bedienungsanleitung.

besten mit Zugriffshilfen auf die Erklärungen in der Anleitung.

In vielen Anleitungen fehlen geeignete Angaben zum Kontext. Dann versteht der Leser die Aussagen der Dokumentationsfachleute schlecht. Das ist kritisch, wenn sich hinter den Aussagen ein Restrisiko verbirgt. In solchen Fällen kann eine schlechte Anleitung bei einem Unfall eine kausale Rolle spielen. Kommt es tatsächlich zum Unfall ist der Schaden gross und effiziente Konfliktlösung angesagt.



Übersichtliche Kurzanleitung: mit kurzem Blick mit dem Wesentlichsten vertraut.

Am besten einigen sich Hersteller und Kunde in einem solchen Fall aussergerichtlich, zum Beispiel in einem Mediationsverfahren. Wo dies nicht möglich ist, stehen sich dann Kunde und Hersteller in einem aufwändigen Gerichtsprozess gegenüber und streiten um Schadenersatz und Genugtuung. Der Verband der Schweizerischen Dokumentationsschaffenden, TECOM, möchte solche Probleme vermeiden und hat dazu einen Leitfaden veröffentlicht. Er ist, so Dr. Konrad Staudacher, für technische Dokumentationen bis zur mittleren Komplexität ein probates Hilfsmittel.

### Professionelle Produktkommunikation als Notwendigkeit

Produktkommunikation schlägt die Brücke zwischen Technik und Verkauf. Es ist deshalb vorteilhaft, ja sogar notwendig, dass Produktkommunikation konzeptionell verankert, massnahmenbezogen und zielgruppenspezifisch ausgestaltet ist. Es ist empfehlenswert, für den ganzen Prozess, von der Entwicklung über die Produktion, Dokumentation, den Verkauf und den Kundendienst bis zur Anwendung eine konzeptionelle Vorstellung der Kommunikation zu entwickeln und die nötigen Massnahmen mit gleichwertigen Qualitätsansprüchen zu vollziehen, wie sie für die Herstellung und den Vertrieb des Produktes selber massgebend sind.

Häufig ist es nämlich so, dass die technische Dokumentation und Instruktion als lästig empfunden und entsprechend vernachlässigt wird. Dann muss in letzter Minute ein externer Partner nachholen, was versäumt wurde. Wird dagegen zu Beginn des Entwicklungs- und Herstellungsprozesses ein Konzept für die Produktkommunikation insgesamt erstellt, ist auch festgelegt, wer – in welchem Zeitpunkt – welche Massnahmen umzusetzen hat und wer intern das Beschlossene koordiniert und kontrolliert.

### Die Zusammenarbeit von Ingenieur, Kommunikationsfachmann, Fachautor, Redaktor, Übersetzer und Texter

Produktkommunikation ist dann erfolgreich, wenn Ingenieure und Kommunikationsfachleute professionell zusammenwirken, also konzeptionell und arbeitsteilig vorgehen, ohne den Blick auf das Ganze zu verlieren. Am Anfang steht das Gesamtkonzept, von der technischen Dokumentation über die Verpackung bis zur Werbung. Dann folgt das Feinkonzept des Fachautors. Dieser ist Ingenieur in der internen Dokumentationsabteilung oder des exter-

nen Partners. Diese Texte sind, vor allem aus Gründen der Verständlichkeit, zu redigieren.

Der Redaktor ist nicht zwingend Ingenieur, es kann – je nach Grad der Komplexität – auch eine Texterpersönlichkeit sein, wie sie zum Beispiel im Schweizerischen Texterinnen- und Texterverband SCRIPT organisiert sind. Entscheidend ist, dass die Person über den produktspezifischen technischen Sachverstand verfügt. In diesem Fall bündigt der Texter seinen lebendigen Schreibstil aus produktthaftpflichtrechtlichen Gründen, denn das Produkthaftpflichtrecht verlangt nach präziser, sachlicher Sprache.

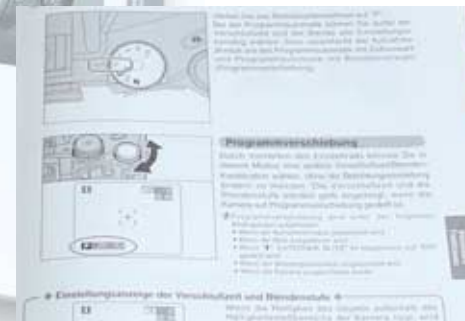
Ferner spielt im Viersprachen- und Exportland Schweiz, überhaupt in der globalisierten, multikulturellen Welt, die Übersetzung der Texte eine wichtige Rolle. Dabei kann die Übersetzung – infolge der Differenzierungen in den verschiedenen Sprachen – wieder auf den Ursprungstext zurückwirken und eine Änderung auslösen.

Im nächsten Schritt, der Produktinformation auf der Verpackung, spielt der Texter eine wichtige Rolle. Hier geht es darum, erneut Komplexität zu reduzieren, selbstverständlich ohne den Textinhalt zu verfälschen. Am Schluss ist dann der Werber und nochmals der Texter gefragt, mit seiner meist emotionalen Werbebotschaft. Das Produkt ist beim Kunden angekommen.

### Glaubwürdige Produktkommunikation als Marktchance

Mangelhafte Bedienungsanleitungen können zu fehlerhafter Inbetriebnahme und Bedienung führen, lösen Kundenunzufriedenheit, Reklamationen und finanzielle Einbussen für den Hersteller aus. Deshalb spielt sich der

Werden meist erst bei Problemen konsultiert: ausführliche Bedienungsanleitungen in verschiedenen Sprachen.



Auch Details sollten klar und verständlich sein: Bilder und Grafiken helfen zur Verständigung.

Kampf um Marktanteile mehr und mehr auf dem Feld der Produktkommunikation ab. Vorteile sind auch hier nur mit glaubwürdiger Kommunikation zu gewinnen.

Grundlage glaubwürdiger Kommunikation ist das Produkt selbst. Wenn der Hersteller auf sein Produkt stolz sein darf, weil es von bester Qualität, sicher und bedienungsfreundlich, ästhetisch und nachhaltig ist, dann sind die Marktchancen intakt. Glaubwürdig ist in der Folge die Kommunikation dann, wenn der Käufer und Anwender erkennen kann, dass der Hersteller die Produktkommunikation genau so professionell betreibt, wie die Entwicklung und Herstellung des Produktes selbst. Sie ist erkennbar am benutzerorientierten Aufbau und an der sprachlichen Verständlichkeit der Bedienungsanleitung, an der auf den Kern reduzierten, leicht verständlichen Produktinformation auf der Verpackung und an der Identität von Produktqualität und Werbebotschaft.

### Dr. Konrad Staudacher

ist Dokumentationspezialist bei der VKS + Partner AG, Zürich, Technische Dokumentationen, Organisationshandbücher, Benutzeroberflächen, und bei der Information Windowing Group, Zürich, Doku-Technik-Firma mit eigenen Doku-Technik-Produkten auf der Basis der Information Windowing Method (IWM). [www.iwm-docu.com](http://www.iwm-docu.com)

### SCRIPT

Schweizerischer Texterinnen- und Texterverband, Weinbergstrasse 95, 8006 Zürich, Telefon 043 288 50 61 [www.scriptweb.ch](http://www.scriptweb.ch)

Anzeige

Insert E 575 200x35 mm