

Case Study

TANNER



Ohne Worte: Hilti setzt auf grafische Anleitungen

Bedienungsanleitungen für Dübel? „Kinderkram“, wird der selbstbewusste Heimwerker denken. Doch weit gefehlt: Dübel sind in vielen Anwendungsfällen alles andere als Spielzeug. Die sichere Auswahl der richtigen Befestigungstechnik und ihre korrekte Anwendung können Leben retten.

Vor diesem Hintergrund bekommt das Konzept von Hilti, die Anleitungen für „Durchsteckanker“ weitestgehend sprachneutral zu halten, besondere Bedeutung. TANNER durfte den spannenden Weg dorthin in einigen Etappen aktiv mitgestalten.



Kunde
Hilti AG

Branche & Produkte
Produkte, Systeme und Dienstleistungen für die Bauindustrie

Aufgabenstellung
Unterstützung bei der Erstellung grafischer Anleitungen

Herausforderung

- Bis dahin sehr textlastige Anleitungen sollten künftig maximal 10 Prozent Textanteil enthalten
- Entwicklung einer leicht erfassbaren, international verständlichen Symbolik und Bildsprache

Lösung

- Umstrukturierung der Informationen
- Reduzierung der Inhalte auf das aus Anwendersicht Wesentliche
- Anwendertests zur Überprüfung der Verständlichkeit

Vom Text zum Bild – nicht einfach, aber lohnenswert

Wenn es um Dübel geht, gelten bei Hilti für alle Bedienungsanleitungen die selben Kernaspekte: Kundenzufriedenheit, Produkthaftung, bauaufsichtliche Zulassungen, gesetzliche Haftung. Demzufolge mussten all diese Aspekte auch berücksichtigt werden, als es um die Neukonzeption der Anleitungen ging. Trotzdem stellte sich das Unternehmen die Frage, ob es bei den Anleitungen nicht auch ohne Text auskommen könnte. Eine folgenschwere Überlegung: Textelemente fanden sich in 99 Prozent aller Anleitungen für Dübelprodukte.

Die zu erwartenden Vorteile überzeugten die Projektbeteiligten jedoch: „Durch die visuelle Darstellung erhält der Kunde einen einfachen und schnellen Zugang zu unseren Produkten. Gleichzeitig reduzieren wir Übersetzungs- und Druckkosten“, so Martin Kuhn, Head of Testing bei der Hilti Entwicklungsgesellschaft mbH in Kaufering. Der Wechsel zur Bildanleitung bedeutete für Hilti also auch ein Umdenken in der Herangehensweise. Nur noch maximal 10 Prozent der Anleitung sollten aus Text bestehen – Zahlen inbegriffen.

Radikal reduziert und nutzer-optimiert: Inhalte auf dem Prüfstand

Als bald begann ein befreiendes Reduzieren und Eliminieren: „Wir haben alles gestrichen, was unsere Kunden nicht direkt bei der Anwendung des Produktes unterstützt, zum Beispiel Redundanzen und unnötige Verweise zu anderen Hilti-Produkten“, so Kuhn. Dargestellt werden nur noch die Arbeitsschritte, die für den Kunden und seine spezifische Anwendung wirklich relevant sind – und zwar in ihrem Ablauf aus Anwendersicht.

Da grafische Bedienungsanleitungen einheitlich und klar verständlich sein müssen, war die Entwicklung der richtigen Bildsprache eine große Herausforderung: Eine international verständliche Symbolik musste gefunden werden. Gleichzeitig sollten die Bauteile realistisch illustriert sein, und die Gestaltung weit über technische Strichskizzen hinausgehen. Gerade die Visualisierung solch kurzer, aber folgenreicher Worte wie „Ja“, „Nein“, „Erlaubt“ oder „Nicht erlaubt“ musste eingehend besprochen werden. Die letztlich beschlossenen Lösungen wie ein schwarzer Haken für „Ja“ oder das rote Verbotsschild für „Nein“ setzten sich in Tests mit Anwendern durch, weil sie gut verstanden wurden. Zudem sind sie in allen Bereichen der neuen Anleitungen, also auch Tabellen oder Illustrationen, verwendbar.

Mit Farben wird in dem neuen Konzept ebenfalls sparsam umgegangen – und das nicht nur, um das Corporate Design von Hilti einzuhalten: Der Anwender soll nicht mit bunten Flickenteppichen verwirrt werden.

Bessere Anleitungen + einfache Anwendung = zufriedene Kunden

Nach einer Projektdauer von rund acht Monaten beschloss Hilti, sämtliche neue sowie diverse existierende Bedienungsanleitungen für alle Dübelarten gemäß dem neuen Konzept zu gestalten. Martin Kuhn zieht eine positive Bilanz: „Unsere Aufwendungen für Illustrationen der Abläufe, Grafiken und Symbole sind überschaubar. Wir haben bewusst investiert und stellen nun fest, dass sich der Aufwand rechnet.“

Martin Kuhn,
Head of Testing, Hilti Entwicklungsgesellschaft mbH

„Wir wollten nicht nur Texte aktualisieren und ändern, sondern einen großen Schritt nach vorne gehen. Und das ist uns gelungen: Für unsere Kunden gestaltet sich die Anwendung unserer Produkte jetzt einfacher und vor allem auch sicherer.“

TANNER AG
Von-Behring-Straße 8A
D-88131 Lindau

Telefon +49 8382 272-119
Fax +49 8382 272-900

info@tanner.de
www.tanner.de