

# En @bsurd historie

Der er kommet en ny butik nede i centeret. Flot facade. Festlige farver. Blinkende skilte. Jeg går ind ad den store hoveddør.

Næppe er jeg kommet ind ad døren før jeg præsenteres for butikkens indehaver - i en fin guldramme. Rundt omkring hænger andre fint indrammede billeder af butikkens seneste årsregnskab, butikkens seneste pressemeddelelse og butikskædens 1-års jubilæums-konkurrence. Hmm, der er vist ingen døre til selve butikken. Jeg rusker hårdt men forgæves i flere dørhåndtag.

Jeg passerer et vægstort reklameskilt. *Der* er jo døren til butikken! To automatiske døre går op for mig, endelig inde - hvor *er* jeg dog dum.

Okay, jeg er vist alligevel ikke helt inde i butikken endnu, der er flere døre i lokalet. "Til butikken" står der på den ene. Det er jo nemt nok..... Efter nogen søgen finder jeg ud af at jeg skal ringe på den klokke, der sidder ovre på den modsatte væg, for at åbne døren. Gad vist hvorfor man skal det? Nå, det er nok bare mig der er dum.

Nu nærmer jeg mig virkelig, men først skal jeg hviske et

kodeord til en stor muskuløs mand for at slippe ind i butikken. "Nååh, du er ny her," siger muskelbuntet lidt brysk. Det indrømmer jeg. "Det er så i orden," siger han nådigt. Jeg skal blot svare på en række simple spørgsmål om navn, adresse, telefon og e-mail adresse. Jeg skal også fortælle muskelbuntet, om jeg har hund, kat eller fugl. Han vil desuden vide, om jeg interesserer mig for film, teaterkunst eller ideer til boligindretning. Til sidst får jeg bind for øjnene og skal recitere et langt salmevers.

## Ost og frokostservietter

Endelig inde i butikken!! Jeg spørger en ekspedient om hvor jeg finder osten. Intet svar. Har jeg mon sagt noget forkert? Eller måske har de slet ikke ost? Jeg spørger igen. Stadig intet svar.

Jeg er en tålmodig kunde, så jeg ser mig om i butikken, men varerne er stablet i uoverskuelige bunker, og jeg kan ikke finde rundt. Hvis bare de store reklamer ville holde op med at blinke... Jeg leder længe. Nej, de har nok slet ikke ost.

På vej ud spørger jeg igen efter ost. Pludselig får jeg en hel

masse svar: "Fejekost - den vej, æblemost - den anden vej, døstick - derhenne, frostvarer - i køledisken, Van Oosten bitter ½ liter - i kiosken, frokostservietter, 3 pk. for 20, - derovre..." Jeg bliver lidt forvirret: "Jeg ville egentlig bare vide, om I havde et stykke vellagret Gamle Ole". "Error 404", vrisser ekspedienten, tager mig under armen og følger mig ud af butikken - helt ud på centergaden.

Jeg går ind igen. Forbi den guldindrammede butiksindehaver. Ind ad døren med den hemmelige klokke. Forbi muskelbuntet: Yes - efter kun et mislykket forsøg kunne jeg fremsige salmeverset. Ost!?

Jeg finder omsider osten under Skimmelprodukter. Der er ikke noget prismærke på. Jeg spørger forsigtigt en anden servicemedarbejder, hvad varen koster? Han peger ud ad vinduet på en telefonboks, ude på centergaden: "Tak for din henvendelse. Deres anmodning har #5376. Oplysninger om priser fås på telefon 4217 1708 (tast 1,3,7). Vi undskylder besværet. Hvis De ønsker, at vi skal fortsætte arbejdet med

Deres anmodning, bedes De starte med at angive ovenstående nummer."

Jeg går til kassen. Der står "Tøm indkøbskurven". Jeg tømmer indkøbskurven, som jeg plejer. Straks kommer en ekspedient farende, griber min ost og sætter den resolut tilbage på hylden. Jeg henter stædigt osten igen, betaler og smækker lidt med døren, da jeg forlader butikken.

## En absurd historie?

Er denne historie absurd? Ja, selvfølgelig er den det. En butikschef, hvis butik ydede en sådan service, ville blive fyret på stedet.

Men historien er ikke mere absurd end at samtlige scener kan opleves forskellige steder på Internettet. I den højt besungne Internethandel møder man jævnligt den slags uvenlige og absurde krav - oven i købet på web-steder, som branchen under megen trompeteren præmierer for deres "brugervenlighed".

## Fri os for meningsteater

En seriøs og professionel test af brugervenlighed af ét web-sted

tager 30-50 timer. Til den nylige konkurrence om Det gyldne @ var der 638 tilmeldinger. Dommerkomiteen har altså haft mindre end et minut til at vurdere hvert web-sted. Det kan ikke være særligt dybt, de får stukket snablen ned!

Den største anerkendelse der kan overgå et web-sted, er brugernes anerkendelse - ikke et skulderklap fra en selvudnævnt dommerkomité.

Fri os for meningsteater, hvor branchen præmierer branchen. Brugervenlighed kan kun præmieres af én - brugeren.

- Hjemme opdager jeg, at emballagen er tom. Ingen ost, kun en seddel: "Osten er desværre i restordre. Den kan afhentes i butikken om 14-63 dage."

Rolf Molich  
*DialogDesign*