

Usability-Test

Wie alltagstauglich ist ein Produkt oder eine Leistung?

Usability = Gebrauchstauglichkeit

User friendly = Benutzerfreundlichkeit

Dabei gibt es in der Praxis keinen Unterschied, nur wissenschaftlich exakt sollte man von **Gebrauchstauglichkeit** sprechen sollte, umgangssprachlich ist **Benutzerfreundlichkeit** nach wie vor aktuell.

Ergonomie - der Oberbegriff

Ergonomie ist schlichtweg die Disziplin, in der all diejenigen arbeiten, die **Gebrauchstauglichkeit** von Produkten sicherstellen. "Software-Ergonomie" ist demzufolge die Disziplin in der all diejenigen arbeiten, die Gebrauchstauglichkeit von Software-Erzeugnissen sicherstellen.

Definition der Gebrauchstauglichkeit

Gebrauchstauglichkeit (engl. Usability) bezeichnet das Ausmaß, in dem ein Produkt, System oder ein Dienst, zum Beispiel eine Webseite, durch bestimmte Benutzer in einem bestimmten Anwendungskontext genutzt werden kann, um bestimmte Ziele effektiv, effizient und zufriedenstellend zu erreichen. Sie ist damit eng verwandt mit dem Konzept der **Benutzerfreundlichkeit** (engl. User friendly), bildet dabei die standardisierte Basis für die Analyse und Interpretation der gesamten Nutzungserfahrung ab.

Bewertung der Qualität

Die Bewertung der Benutzerfreundlichkeit kann prinzipiell über unterschiedliche Methoden geschehen:

- Experten-Reviews (Fachleute begutachten das Produkt / die Leistung)
- Befragungen der Nutzer
- Beobachtung der Nutzer
- Usability-Test
- Remote Usability-Test

Jede dieser Methoden hat ihre spezifischen Stärken und Schwächen. So leiden Experten-Reviews darunter, dass sie auch von den Fähigkeiten des Experten abhängen und nicht immer zuverlässig durch andere Experten reproduzierbar sind.

In Usability Tests werden typische Benutzer mit ebenfalls typischen Aufgaben mit dem zu evaluierenden Produkt (eine Software, eine Website, interaktive Geräte etc.) konfrontiert und bei der Benutzung systematisch beobachtet. Dem Usability-Test wird in der Literatur bescheinigt, dass er bereits bei ca. 5 Nutzern 80 % der in einem Produkt enthaltenen Usability-Probleme identifizieren kann.

Ein Remote Usability-Test wird bei den Testpersonen in deren „natürlicher Umgebung“ z. B. zu Hause oder am Arbeitsplatz durchgeführt.

Der Test bietet im Vergleich mit einem Usability-Test im Labor diverse Vorteile:

- Die Testpersonen werden nicht durch die ungewohnte Testumgebung oder einen Interviewer beeinflusst.
- Beim Remote-Test kann im gleichen Zeitraum eine wesentlich höhere Anzahl von Anwendern beobachtet werden.
- Es ist wirtschaftlich möglich auch Anwender in abgelegenen Gebieten zu testen, solange diese über eine Internetverbindung verfügen.

Dieses Verfahren eignet sich besonders gut für Webseiten und Software.

Ein Manko dieser Remote-Tests ist allerdings, dass der Testleiter die Testpersonen nicht (oder nur durch eine Webcam) sehen kann und so wichtige Informationen aus der Reaktion der Nutzer verborgen bleiben.

Web-Usability

Eine Internetseite muss wie jedes andere technische Hilfsmittel bestimmten Anforderungen gerecht werden, um benutzerfreundlich zu sein. Es gilt, die Darbietung der Inhalte an die menschliche Aufnahmefähigkeit anzupassen.

Wahrnehmung

Der bei weitem größte Teil der Informationen über die Außenwelt (etwa 80 %) erreicht den Menschen über die Augen. Es ist wesentlich einfacher, Informationen zu verarbeiten und zu behalten, die eine bekannte Struktur aufweisen.

Gestaltungsaufgaben

Die Aufgabe einer Web-Seite ist immer zuerst, den Bedürfnissen des Kunden nachzukommen. Der Kunde möchte informiert werden, unterhalten werden, oder etwas kaufen. Um das so gut wie möglich zu gewährleisten, muss die Seite eindeutig ihren Inhalt vermitteln. (Wo bin ich? Was tut diese Seite? Wo bin ich gewesen? Wohin kann ich gehen?) Die Informationen sollten in eindeutigen Hierarchien klar dargestellt und sinnvoll gruppiert sein. Die Seite muss schnell sein, da der Benutzer ungeduldig ist und schnell an Informationen gelangen möchte. Das Ziel ist eine möglichst große Verarbeitungstiefe, eine möglichst starke Erinnerung an das Gesehene.

Die Bedienung wird durch Standards, wie ein festes Layout oder eine feste Terminologie vereinfacht. Durch die Aktivierung bereits erlernter Vorgehensweisen zu Bedienung technischer Systeme wird eine intuitive Bedienung ermöglicht.

Aufmerksamkeit

Die Aufmerksamkeit anregend wirken intensive Farben, starke Kontraste, scharfe Konturen sowie komplexe Formen und Elemente, die eine intellektuelle Auseinandersetzung anregen. Das andere sticht hervor. Augenfreundlich und angenehm sind dagegen große Flächen, Pastelltöne sowie gedeckte, gebrochene oder abgedunkelte Farben. Besondere „Eye Catcher“ sind hochgesättigtes Rot und Warnfarben wie Schwarz und Gelb, Animationen, Gesichter, Augen, das Kindchenschema oder sexuelle Darstellungen. Treten zu viele dieser die Aufmerksamkeit anregenden Elemente auf, wirken sie wieder ablenkend.

Gestaltung

Durch einen klaren Aufbau und einfache Bedienung soll die Seite so zugänglich wie möglich gemacht werden und dem Nutzer möglichst schnell die gewünschten Informationen vermitteln. Konventionen

Es bestehen bestimmte gestalterische Konventionen, die immer wiederkehren und deshalb vom Benutzer vermutet bzw. vorausgesetzt werden. In westlichen Kulturen wird ein Textfluss von links nach rechts erwartet. Objekte haben Bedeutung entsprechend ihrer Größe. Oben auf der Seite steht das Wichtigste.

Lesbarkeit

Das Lesen von Texten am Bildschirm ist schwieriger als das Lesen in Büchern oder Magazinen. Überschriften sollten wie in jedem Text aber in diesem Fall noch stärker, ein Destillat des Inhalts sein und keine Wortspiele oder Ironie enthalten. Es ist weiterhin günstig wichtige Informationen im ersten Wort oder Anfang des Textes auszudrücken.

Zur Erhöhung der Lesbarkeit tragen viele Einzelelemente bei:

- Kontrast zwischen Text und Hintergrund: Den besten Kontrast bietet schwarze Schrift auf weißem Grund.
- Hintergründe sollten nicht ablenken, einfarbig sein oder nur dezente Muster haben.
- Statischer Text (kein Blinken oder Ändern der Größe)
- serifenlose Schriften besonders bei kleinen Texten (Verdana, Arial)
- Hervorhebungen im Text wie Unterstreichungen und Großschreibung ganzer Worte sparsam verwenden

Navigation

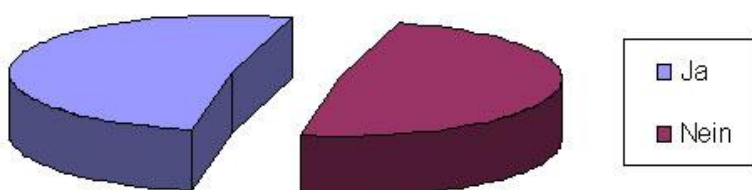
Die Navigation soll schnell erkennbar und nachvollziehbar sein. Das wird durch einen wenig verschachtelten Aufbau erleichtert. Es sollten keine alternativen Terminologien verwendet werden, die von den Konventionen abweichen und den Nutzer zu sehr verwirren.

Praxisbeispiele

Zu dem Thema FIT für Usability sind unter www.fit-fuer-usability.de Beispiele zu finden.

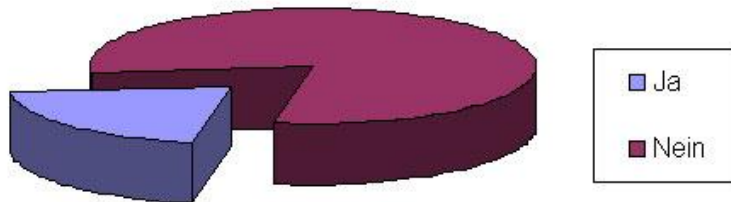
Als Beispiel wurde ein Usability-Test in Form einer Nutzerbefragung zum Thema „**Onlineapotheken - eine gute Idee?**“ ausgewählt. Die nachfolgenden Ergebnisse wurden der benannten Webseite entnommen.

Frage 1: Waren Sie schon einmal auf den Webseiten einer Internetapotheke?



Datenbasis (N) = 29
Ja = 15 (51,72%)
Nein = 14 (48,28%)

Frage 2: Haben Sie schon einmal Medikamente im Internet gekauft?



Datenbasis (N) = 29
Ja = 6 (20,69%)
Nein = 23 (79,31%)

Zusatz zu Frage 2: Wenn nein, warum nicht?

(Mehrfachnennungen möglich)

Fehlende Beratung = 17 (73,91%)

Fehlende Sicherheit = 9 (39,13%)

Unseriöser Eindruck = 7 (30,43%)

Undurchsichtiger Bestellvorgang = 6 (26,09%)

Produktangebot = 3 (13,04%)

Gründe, die jeweils nur einmal benannt wurden: *kein Bedarf, Onlineapotheke bisher unbekannt*

Weitere Ergebnisse sind unter:

www.fit-fuer-usability.de/archiv/onlineapotheken-eine-gute-idee/ zu finden.

Beauftragter für Innovation und Technologie im Handel Berlin-Brandenburg

in der Bildungszentrum Handel, Wirtschaft und Verwaltung GmbH

Fürstenwalder Poststr. 86 (Haus 1)

15234 Frankfurt (Oder)

Ihr Ansprechpartner: Bernd Thiel

Fon: 0335 41302-0 Mail: bz@handel.ff.shuttle.de

Fax: 0335 41302-22 Web: www.bzh-ff.de

Die Beauftragten für Innovation und Technologie werden aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie gefördert.