

Sarah Blömer

Usabilitytests als Grundlage des täglichen Website Managements Status Quo in deutschen Unternehmen und Leitfaden zur optimalen Implementierung

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek: Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Copyright © 2009 Diplomica Verlag GmbH
ISBN: 9783842806153

Usabilitytests als Grundlage des täglichen Website Managements: Status Quo in deutschen Unternehmen und Leitfaden zur optimalen Implementierung

Sarah Blömer

Usabilitytests als Grundlage des täglichen Website Managements Status Quo in deutschen Unternehmen und Leitfaden zur optimalen Implementierung

Sarah Blömer

Usabilitytests als Grundlage des täglichen Website Managements: Status Quo in deutschen Unternehmen und Leitfaden zur optimalen Implementierung

ISBN: 978-3-8428-0615-3

Herstellung: Diplomica® Verlag GmbH, Hamburg, 2010

Zugl. Hochschule Darmstadt · University of Applied Sciences, Darmstadt, Deutschland, Diplomarbeit, 2009

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt. Die dadurch begründeten Rechte, insbesondere die der Übersetzung, des Nachdrucks, des Vortrags, der Entnahme von Abbildungen und Tabellen, der Funksendung, der Mikroverfilmung oder der Vervielfältigung auf anderen Wegen und der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen, bleiben, auch bei nur auszugsweiser Verwertung, vorbehalten. Eine Vervielfältigung dieses Werkes oder von Teilen dieses Werkes ist auch im Einzelfall nur in den Grenzen der gesetzlichen Bestimmungen des Urheberrechtsgesetzes der Bundesrepublik Deutschland in der jeweils geltenden Fassung zulässig. Sie ist grundsätzlich vergütungspflichtig. Zuwiderhandlungen unterliegen den Strafbestimmungen des Urheberrechtes.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Die Informationen in diesem Werk wurden mit Sorgfalt erarbeitet. Dennoch können Fehler nicht vollständig ausgeschlossen werden und der Verlag, die Autoren oder Übersetzer übernehmen keine juristische Verantwortung oder irgendeine Haftung für evtl. verbliebene fehlerhafte Angaben und deren Folgen.

© Diplomica Verlag GmbH

<http://www.diplomica.de>, Hamburg 2010

Kurzreferat

„The benefits of usable technology include reduced training costs, limited user risk, and enhanced performance [...] . American industry and government will become even more productive if they take advantage of usability engineering techniques.“ Al Gore (vgl. Weinschenk 2005, S.4)

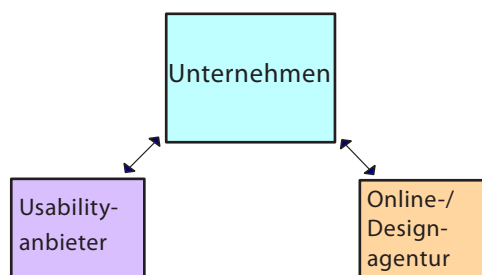


Abbildung 1: Beteiligte Parteien bei Usabilityüberprüfungen des Web-Angebotes

Die Vorteile und die Notwendigkeit von benutzerfreundlichen Entwicklungsprozessen im Bereich Soft- und Hardwareengineering sind schon länger aktuell und viel präsenter als im Bereich Webseitenoptimierung. Literatur gibt es hierfür genügend und in den Ingenieursstudiengängen ist das Thema ein wichtiger Bestandteil, da es ein späterer Garant für weniger Aufwand, für reduzierte Kosten und höhere Abnahmezahlen ist.

Die Prozessabläufe des Engineeringbereichs lassen sich aber nicht 1:1 auf die Webseitenentwicklung übertragen. Deshalb gibt es zahlreiche Bücher wie z.B. „Web-Usability“ von Jakob Nielsen, die aufzeigen, wie man am besten benutzerfreundliche Webseiten erstellt. Da es aber in deutschen Unternehmen auch üblich ist, dass Webseiten von externen Online-/Designagenturen erstellt werden und nicht intern im Unternehmen, gibt es kaum Literatur darüber, wie die Kommunikation zwischen den verschiedenen Parteien ablaufen müsste, bzw. welche Probleme es geben kann, wenn eine bestehende Unternehmenswebseite nach Usabilitykriterien überprüft und optimiert werden soll. Hierbei sind mindestens drei Parteien beteiligt: Auftragsunternehmen, externe/interne Online-/Designagentur und ein Usabilityanbieter. Dabei wird oft vergessen, dass die Probleme auch schon viel früher beginnen können, z.B. bei der Auswahl des richtigen Usabilityanbieters oder mit der Frage, ob die Voraussetzungen für einen Usabilityeinsatz gegeben sind.

Wie kommt ein Unternehmen überhaupt darauf, seine Seite/ Onlineanwendungen zu überprüfen? Das Interesse eines Einzelnen im Unternehmen reicht hierfür nicht aus! Er braucht das nötige Wissen und überzeugende Argumente, um die Verantwortlichen im Unternehmen, von der Wichtigkeit und den Vorteilen, die Usability bringt, zu überzeugen; denn sie werden später auch das Budget für Usabilitymaßnahmen freigeben. Dabei kommt es zunächst nicht darauf an, ob die Webseite, das Intranet oder bestehende Webapplikationen nach Usabilitykriterien überprüft werden, oder ein Prozess von Anfang an nach dem Prinzip des User-Centered-Design begleitend entwickelt werden soll. Um Usability im Unternehmen, egal in welcher Art und Weise, zu thematisieren, benötigt man einen Usability-Verbündeten.

Die Diplomarbeit liefert das nötige Wissen und unterstützende Beispiele für gute Argumentationsketten gegenüber skeptischen oder noch nicht mit dem Thema vertrauten Verantwortlichen. Des Weiteren enthält sie zehn Kriterien die man beachten sollte, wenn man vor der Auswahl eines Usabilityanbieters steht. Ferner untersucht

sieden Aspekt „Angeboteinholen oder Pitch veranstalten?“ Die Arbeit gibt ebenfalls Tipps für den Fall, dass man bereits mit einem Anbieter zusammenarbeitet; zum Beispiel, wie man einen guten Ergebnisbericht von einem mit schlecht geschriebenen Handlungsempfehlungen unterscheiden kann oder wie man von der Erfahrung der Usabilityanbieter profitieren kann.

Die Diplomarbeit beantwortet folgende Fragen:

1. Wie sieht der Status Quo bei deutschen Unternehmen in Hinblick auf Usabilityeinsatz im Laufe des Websitemanagementprozesses aus?
2. Wie kommt das Thema Usability überhaupt ins Unternehmen?
Welche Gründe gibt es, um Usabilitymaßnahmen durchzuführen oder durchführen zu lassen?
Aufstellung der häufigsten Usabilityprobleme, die Nutzer mit Webseiten / Onlineangeboten haben.
3. Wie überzeugt man als interner Mitarbeiter die Unternehmensverantwortlichen, dass Usability Umsätze steigern und Kunden zufriedenstellen?
4. Wer kann ein kompetenter Partner in Fragen Usability sein, bzw. woher weiß ein Unternehmer, ob ein Usabilityanbieter den Anforderungen entspricht? Nach welchen Kriterien sollten Usabilityanbieter ausgesucht werden und wird hierbei zwischen Usabilitydienstleister und Anbieter unterschieden?
5. Wie läuft ein typischer Webseiten-optimierungsprozess in Zusammenarbeit mit einem externen Usabilityanbieter ab?
Wo liegen in diesem Prozess die Probleme und Herausforderungen zwischen Auftraggeber und Usabilityanbieter? Was sollte man beachten?

Die meisten Fragen haben Unternehmer und Usabilityanbieter insbesondere aufgrund ihrer praktischen Erfahrungen beantwortet. Um die wichtigsten Punkte der Arbeit zu veranschaulichen, wurde zusätzlich ein interaktiver Leitfaden entwickelt, der online zur Verfügung stehen wird unter folgender URL: www.onleinwand.net

Danksagung

Diese Diplomarbeit wäre ohne den regen Emailkontakt, aber insbesondere ohne die persönlich und telefonisch geführten Gespräche mit den hier aufgelisteten Unternehmen bzw. Usabilityanbietern nicht möglich gewesen. Ich danke allen für die tolle Unterstützung und die interessanten, teilweise sehr ausführlichen Gespräche¹.

Usabilityanbieter

CommWeCon

Claus Wagner
Geschäftsführer

facit digital

Christian Bopp
Managing Partner

netaspect

Jennifer Apitz
Geschäftsführerin

DMC – Digital Media Center

Peter Flämig
Marketing Manager

HFI: Human Factors International

Arno Bublitz
Executive Director,
North & Central Europe

NetFlow

Karen Lindemann
Geschäftsführerin

eResult

Martin Beschnitt
UX-Consultant & Managing Partner

kuelhaus

Christian Becker
Usability Engineer

UID – User Interface Design

Andreas Selter
Manager Web-Solutions

eResult

Elske Ludewig
Research Consultant

5gestalten

Trixy Freude
Spezialisiert auf Web-Usability

Unternehmen, die Usability einsetzen

Audi

Tim Gotthardt,
Teamleiter Konzeption / Innovation

Jochen Schweizer

Thomas Henssler
Website Management

SBKK – Schwenninger BKK

Daniel Repp
Referent Marketing

Baur-Versand

Moritz Habermann
Projektleiter e-Commerce und
User Centered Design

Mexx

Jesko Breuer
Managing Director Mexx
Direct & Connect

Siemens

André Epstein
Corporate Technology

Daimler

Gerald K. Mack
Manager Daimler Media Site
Web Communications

Postbank

Dr. Claire Dreihues-Uter
Verantwortliche eFinance

Herzlichen Danke der Firma 3spin (www.3spin.de) in Darmstadt, die mich bei der technischen Umsetzung des interaktiven Letifadens unterstützt haben.

Danke sage ich auch meiner Betreuerin, Prof. Andrea Krajewski (Dekanin Fachbereich Media) und meinen Zweitbetreuer, Prof. Hubert Eisner.

¹ Die Auflistung erfolgt alphabetisch und stellt keinerlei Priorisierung dar

Inhaltsverzeichnis

1 Einleitung	10
1.1 Problemstellung	11
1.2 Zielsetzung und Methoden	12
1.3 Hinweise zur Diplomarbeit	13
2 Status Quo	14
3 Usability zum Thema machen	18
3.1 Faktoren, die Usabilitymaßnahmen hervorrufen	18
3.1.1 Ergebnisse des Webanalysetools	19
3.1.2 Interne Erkenntnisse	20
3.1.3 Neue Technologien	21
3.1.4 Externe Betrachter	21
3.1.5 Enthusiastische Mitarbeiter	22
3.2 Häufigste Usabilityprobleme	23
3.2.1 Probleme, die Experten nannten	24
3.2.2 Versteckte Probleme erkennen	24
3.3 Der Usability-Verbündete	25
3.3.1 Was muss ein Usability-Verbündeter können und wer ist es?	26
3.3.2 Aus welchem Bereich sollte der Verbündete kommen?	27
3.4 Verantwortliche überzeugen	28
3.4.1 Der ROI	30
3.4.1.1 Beispiele für ROI-Kalkulationen	31
3.4.1.2 ROI-Szenario: Produktivität intern	32
3.4.1.3 Die richtige Zielformulierung	32
3.4.2 Übergreifende Aspekte für Usabilityeinsatz	34
3.4.2.1 Loyalität und Wiederkauf	34
3.4.2.2 Servicekosten verringern	34
3.4.2.3 Reduzierungen der Anzahl der Kaufabbrüche	36
3.4.2.4 Wettbewerbsvorteile	36
3.4.3 Interne Aspekte für Usabilityeinsatz	37
3.4.3.1 Die Einsparung – Zeit, Geld, Ärger	37
3.4.3.2 Die Bestätigung – Das Expertenwissen	38
3.4.3.3 Der Nebeneffekt – Das Dazulernen	38
4 Auswahl Usabilityanbieter	40
4.1 Zehn wichtige Kriterien	40
4.2 Vorgehen zur Usabilityanbietersauswahl	43
4.2.1 Angebote einholen oder Pitch veranstalten?	43
4.2.1.1 Das Angebot / Die Anfrage	43
4.2.1.2 Der Pitch	44
4.3 Die „Artenvielfalt“	47
4.3.1 Usabilityanbieter vs. Usabilitydienstleister	47
4.3.2 Design/Onlineagentur mit Usabilitykompetenz vs. reiner Usabilityanbieter	49

5 Webseiten-Managementprozess + Usabilitymaßnahmen	51
5.1 Die Kennenlernphase	51
5.2 Durchführung der vereinbarten Usabilitymaßnahmen	52
5.3 Ergebnispräsentation beim Unternehmen	53
5.4 Umsetzung der Handlungsempfehlungen	53
5.5 Nachverfolgung als letzte, aber wichtige Instanz	54
5.6 Exkurs: Zusammenarbeit	56
6 Verständliche Dokumentation der Empfehlungen	57
6.1. Woran erkennt man als Unternehmen einen guten Ergebnisbericht?	58
6.2 Beispiele von „guten“ und „schlechten“ Handlungsempfehlungen	60
6.3 Die Objektivität	63
6.3.1 Verschiedene Usabilityanbieter	63
6.3.2 Persönliche Präsentation der Empfehlungen beim Unternehmen	64
7 Beschreibung von Usabilityabläufen bei vier Unternehmen	66
7.1 Audi	66
7.2 Daimler	67
7.3 Baur	68
7.4 Schwenninger BKK	69
8 Interaktiver Leitfaden zum Webseiten-Managementprozess	72
8.2 Layout	72
8.2.1 Hauptelemente	72
8.2.2 Raster und Bemaßung	73
8.3 Typografie	75
8.4 Farbwahl	76
8.5 Interaktion	79
8.5.1 Navigationselemente	79
8.5.1.1 Aktionsverhalten der Buttons	79
8.5.1.2 Interaktion innerhalb der Kategorien	80
8.5.1.3 Konzepttest Kategorie 3	81
8.5.1.4 Verständnisunterstützende Grafik	82
9 Quellenangabe	83
9.1 Befragungen / Interviews mit Usabilityanbietern und Unternehmen	83
9.2 Literaturverzeichnis	84
9.3 Literaturverzeichnis Onlinequellen	85
10 Anhang	88
10.1 Interviewleitfaden Usabilityanbieter	88
10.2 Interviewleitfaden Unternehmen	89
10.3 Glossar	91
10.4 Literaturliste - Methoden	94
10.5 Abbildungen (größere Darstellung)	96