



# Den Nutzer verstehen - das Erfolgsgeheimnis guter Benutzbarkeit

Die Vielfalt von Methoden zur Optimierung  
der Benutzbarkeit und ihre Vor- und Nachteile.

# Den Nutzer verstehen - Das Erfolgsgeheimnis guter Benutzbarkeit

Den Nutzer zu kennen und zu verstehen ist eine wichtige Voraussetzung, um die gute Benutzbarkeit eines Produktes und damit einhergehend ein optimiertes Nutzererlebnis zu gewährleisten. Mit unterschiedlichen Methoden lassen sich die Bedarfe, Nutzungskontexte und der Lebensalltag der jeweiligen Zielgruppe genau erkennen, so dass sie im Entwicklungsprozess berücksichtigt werden können. Leider werden die Benutzbarkeit und die systematische Erhebung des Nutzerverhaltens von vielen Unternehmen unterschätzt und nicht beachtet. In der sich dynamisch verändernden Lebenswirklichkeit reicht es jedoch inzwischen nicht mehr aus, auf bisherige Erfolge und Erfahrungen zu vertrauen. Inzwischen durchdringt die Informationstechnologie alle unsere Lebensbereiche und verändert die Bedingungen und Herausforderungen für eine gute Benutzbarkeit, zum Beispiel durch mobile Nutzungskontexte. Die unterschiedlichen Methoden sollen auch diese Nutzungskontexte erfassen, die Benutzbarkeit des Produktes optimieren und es somit noch attraktiver für die potenziellen Nutzer machen.

Im Folgenden möchten wir Ihnen einige ausgewählte Methoden und ihre jeweiligen Vor- und Nachteile vorstellen. Dabei beschreiben wir zunächst zwei Methoden, die mit Hilfe eines Experten vor Ort durchgeführt werden, um ihnen im Anschluss zwei weitere Methoden vorzustellen, bei denen die Nutzerdaten aus der Ferne erhoben werden können.

## ► Contextual Inquiry

Zunächst möchten wir Ihnen die Methode des *Contextual Inquiry* vorstellen - eine Kombination aus Befragung und Beobachtung, die darauf abzielt, die Umgebung und das Vorgehen des Kunden

genau zu erfassen, um den Nutzerkontext zu verstehen und Informationen und Daten für die Gestaltung zu sammeln. Die Untersuchung findet nach Möglichkeit in einem realen Umfeld statt, zum Beispiel in einem Geschäft, in dem



das Produkt nach der Entwicklung vertrieben werden soll. Ein Experte, der geschult ist für die Erforschung der Benutzbarkeit, ist vor Ort und kann dort – ähnlich wie ein Lehrling – die Abläufe genau beobachten: Worüber informiert sich der Kunde in Bezug auf das Produkt? Wie möchte er es verwenden? Diese und weitere Fragen können durch diese Vorgehensweise beantwortet werden. Zusätzlich kann der Experte dem Kunden auch explizit Fragen stellen. Klarer Vorteil dieser Methode ist das detaillierte Wissen, das durch sie erlangt wird. Jedoch kann die Organisation so einer Befragung sehr aufwendig sein und leider können und wollen auch nicht immer alle Kundengruppen besucht werden. Ähnliche Methoden, die gegebenenfalls weniger Aufwand erfordern, sind zum Beispiel das Interview oder die Arbeit mit Fokusgruppen.

## ► User Test im Labor



Eine weitere Methode, bei der ein Experte zur Erforschung der Benutzbarkeit erforderlich ist, ist der *User Test im Labor*. In einem dafür ausgestatteten Raum führt der repräsentative Nutzer typische Aufgaben mit dem

jeweiligen Produkt aus, um Probleme und positive Aspekte des Produktes ausfindig zu machen. Durch eine Glasscheibe, die dem Nutzer als Spiegel erscheint, können Forscher das Geschehen in Echtzeit beobachten, ohne die Teilnehmer zu stören. Der Test wird außerdem für die spätere Auswertung im Normalfall aufgezeichnet. Diese Methode gibt einen guten Einblick in die tatsächliche Nutzung des Produktes und kann relativ schnell einen Großteil der Probleme hinsichtlich der Benutzbarkeit offenlegen. Zusätzlich ist diese Methode in fast allen Phasen der Produktentwicklung möglich und dient der Erhebung von Zufriedenheit, Wünschen

## Impressum

**Herausgeber:**  
Kompetenzzentrum Usability Siegen  
Prof. Dr. Volkmar Pipek  
Kohlbettstr. 15 | 57072 Siegen  
[www.usability-siegen.de](http://www.usability-siegen.de)

**Bildnachweis:**  
Bilder: Fotolia

und Verbesserungsvorschlägen seitens der Nutzer. Der Test erfordert eine gründliche Vorbereitung und die Rekrutierung von Testpersonen. Je nach Umfang des Tests kann die Auswertung außerdem einen sehr hohen Aufwand bedeuten und erfordert somit einen größeren Umfang an Ressourcen und Budget. Der *User Test im Labor* kann durch weitere Methoden ergänzt werden, zum Beispiel die des Lauten Denkens, bei der die Teilnehmer ihre Gedankengänge während der Nutzung eines Produktes äußern.

### ► Tagebuchstudie

Es gibt jedoch auch die Möglichkeit Forschungsergebnisse ohne die Beteiligung eines präsenten Forschers zu erheben, zum Beispiel in Form einer *Tagebuchstudie*. Mit ihr erhält man über einen bestimmten Zeitraum hinweg



vom Nutzer Feedback zum Nutzungsverhalten und dem Nutzungserlebnis. Für diese Methode werden nur wenige Teilnehmer benötigt, die konkrete Anweisungen darüber erhalten, welche Rückmeldungen erwartet werden und von welchen Erlebnissen und Problemen sie berichten sollen. Häufig haben Tagebuchstudien eine Dauer von einer bis vier Wochen. Diese Erhebung über einen längeren Zeitraum hinweg lässt sich als ersten Vorteil dieser Methode hervorheben. Des Weiteren zeigen die Ergebnisse typische Probleme auf und ermöglichen so einen Vergleich mit der Konkurrenz. Außerdem erfordert die Methode keine großen Erfahrungswerte und nur wenige Ressourcen, da die Teilnehmer ihre Aufgabe aus der Ferne selbstständig erledigen können. Da die Methode jedoch eine kontinuierliche Auswertung der Daten erfordert, ist sie trotzdem mit einem gewissen Aufwand verbunden.

### ► (Online-Fragebogen



Eine Methode, die mit weniger Aufwand auskommt und ebenfalls nicht die Anwesenheit eines Forschers erfordert, ist die der (*Online-*) *Fragebögen*. Sie bietet die Möglichkeit Informationen zu festgelegten Fragen zu erhalten. In den

Fragebögen können verschiedene Arten von Fragen Anwendung finden: Allgemeine Fragen zu demografischen Daten des Kunden, offene Fragen aber auch Multiple-Choice-Fragen, bei denen der Teilnehmer aus verschiedenen Möglichkeiten, die Zutreffendste wählen kann. Die Fragen

sollten in jedem Fall eindeutig und verständlich formuliert werden. Die Verteilung der Fragebögen kann auf unterschiedliche Weise erfolgen, auf dem klassischen postalischen Weg oder auch Online, zum Beispiel mit einem E-Mail-Verteiler. Ein deutlicher Vorteil solcher Fragebögen ist die beinahe unbegrenzte Anzahl von Teilnehmern. Die Erstellung und Auswertung kann jedoch sehr zeitaufwändig sein. Zudem sind Fragebögen sehr einseitig, so dass keine Nachfragen möglich sind und im Zweifel kann der Nutzungskontext verloren gehen. Eine andere statistische Möglichkeit, ohne Experten die Rückmeldung vieler Leute aus der Ferne zu erhalten, ist das Zählen von Supportfällen und die Auswertungen von Kundenrezensionen.

### Fazit

Wie Sie sehen gibt es schon bei den vorgestellten Methoden große Unterschiede. Dieser Text soll die Bandbreite der zur Verfügung stehenden Methoden verdeutlichen. Jede hat ihre Vor- und Nachteile und erfordert einen unterschiedlichen Grad an Aufwand, Ressourcen und Budget – alle tragen jedoch dazu bei, den Nutzer besser zu verstehen und damit die Benutzbarkeit der Produkte zu optimieren – und das ist die Hauptsache. Neben den Vorgestellten gibt es natürlich noch zahlreiche, weitere Methoden, so dass für jedes Unternehmen, ihr Produkt und ihre Vorstellungen die Richtige dabei ist. Auf unserer Internetseite stellen wir Ihnen zahlreiche weitere Methoden mit ihren Vor- und Nachteilen und an Hand eines Beispiels im Detail vor.

Die Gründung des Kompetenzzentrums Usability Siegen ist Ergebnis des Projektes Cubes. Das Projekt war vom 01.11.2012 bis zum 31.10.2015 Teil der Förderinitiative „Einfach intuitiv – Usability für den Mittelstand“, die im Rahmen des Förderschwerpunkts „Mittelstand-Digital – IKT-Anwendungen in der Wirtschaft“ vom Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) gefördert wurde. „Mittelstand-Digital“ unterstützt gezielt kleine und mittlere Unternehmen (KMU) sowie das Handwerk bei der Entwicklung und Nutzung moderner Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT). Weitere Informationen finden Sie unter [www.mittelstand-digital.de](http://www.mittelstand-digital.de).

#### **Ansprechpartner:**

Kompetenzzentrum Usability Siegen  
Kohlbettstraße 15  
57072 Siegen  
Telefon: 0271 740 4068  
Mail: [kontakt@usability-siegen.de](mailto:kontakt@usability-siegen.de)



KOMPETENZZENTRUM  
USABILITY | SIEGEN

[www.usability-siegen.de](http://www.usability-siegen.de)