



Usability-Methoden in der Praxis

Ergebnisse einer Umfrage zu Einsatz und Bewertung von Usability-Engineering-Verfahren

Monique Janneck

Fachhochschule Lübeck,
Fachbereich Elektrotechnik und Informatik
Mönkhofer Weg 239
23562 Lübeck
monique.janneck@fh-luebeck.de

Anika Röhrich

Fachhochschule Lübeck,
Fachbereich Elektrotechnik und Informatik
Mönkhofer Weg 239
23562 Lübeck
anika.roehrich@stud.fh-luebeck.de

Abstract

Wann und wozu setzen Usability-Experten und Unternehmen aktuell Usability-Methoden ein, wie verbreitet sind die einzelnen Verfahren, und wie wird ihre Nützlichkeit bewertet? Um diese Fragen zu beantworten, wurde eine Online-Umfrage unter Usability Professionals und Unternehmen durchgeführt, an der sich 82 Personen beteiligten. Dabei wurden Faktoren wie der Zeitpunkt und Zweck des Einsatzes, notwendige Ressourcen, Budget, Kundenwünsche etc. mit erhoben. Die Ergebnisse zeigen einige Überraschungen: So haben der klassische Usability-Test sowie der Cognitive Walkthrough (etwa im Vergleich zur Erhebung von Nielsen, 1995) an Bedeutung verloren, während Verfahren aus dem Bereich des Requirements Engineering und Prototyping häufig zum Einsatz kommen und auch besonders positiv bewertet werden. Nach wie vor großer Beliebtheit erfreut sich zudem die Heuristische Evaluation. Sowohl hinsichtlich des Einsatzes der verschiedenen Methoden als auch ihrer Bewertung gibt es einige Unterschiede je nach Herkunftsdisziplin der Usability-Experten (Informatik, Psychologie, Design etc.).

Keywords:

/// Usability-Evaluation
/// Methoden
/// Usability Engineering
/// Praxiseinsatz

1. Einleitung

Seit der nach wie vor viel zitierten Untersuchung von Jakob Nielsen zur Verbreitung und Bewertung von Usability-Methoden im Jahr 1995 haben sich sowohl Usability-Evaluations- und -Engineering-Methoden

als auch die entwickelten und evaluierten interaktiven Systeme und Anwendungen stark weiterentwickelt und verändert: Anwendungen für das Web und mobile Geräte stellen neue Anforderungen an die Evaluationsmethodik. Vorgehensmodelle zur agilen Softwareentwicklung wie XP oder Scrum, die iterative Entwicklung,

schnelle Entwicklungszyklen und Prototyping betonen, bringen neue Methoden des Usability Engineering mit sich (vgl. Wolf & Bleek, 2011).

Um zu untersuchen, wie sich seit der Untersuchung von Nielsen der Einsatz und die Bewertung von Usability-Methoden verändert haben, wurde im Frühsommer 2012 eine Online-Umfrage durchgeführt, deren Ergebnisse wir hier vorstellen.

Der Beitrag ist wie folgt aufgebaut: Zunächst gehen wir auf die ursprüngliche Untersuchung von Nielsen (1995) ein. Anschließend stellen wir die Ergebnisse unserer eigenen Untersuchung vor. Diskussion und Fazit beschließen den Beitrag.

2. Die Untersuchung von Nielsen (1995)

Nielsen führte seine Untersuchung im Anschluss an einen Workshop zu Usability-Methoden durch, den er im Rahmen der INTERCHI'93-Konferenz in Amsterdam geleitet hatte. Er verschickte Fragebögen

Methoden	Prozentsatz der Teilnehmer, die diese Methode nach dem Workshop einsetzten	Angabe, wie oft die Methode bislang eingesetzt wurde (vor oder nach dem Workshop)	Durchschnittliche Bewertung
Nutzer-Tests	55%	9,3	4,8
Heuristische Evaluation	50%	9,1	4,5
Feature Inspection	31%	3,8	4,3
Heuristic Estimation	26%	8,3	4,4
Consistency Inspection	26%	7,0	4,2
Standards Inspection	26%	6,2	3,9
Pluralistischer Walkthrough	21%	3,9	4,0
Cognitive Walkthrough	19%	6,1	4,2

Tab. 1.
Einsatzhäufigkeit und Bewertung der Methoden (Nielsen, 1995)

an alle Teilnehmer des Workshops. 42 Fragebögen wurden ausgefüllt; dies entsprach einer Rücklaufquote von 52%.

Die Teilnehmer wurden gefragt, welche Usability-Methoden sie vor und nach dem Workshop einsetzten und wie oft. Zudem sollte eine Bewertung der Methoden anhand einer 5-stufigen Likert-Skala (von 1= völlig unbrauchbar bis 5 = sehr brauchbar) erfolgen. Dabei sollten nur Methoden bewertet werden, die den Befragten tatsächlich bekannt waren. Tabelle 1 zeigt die Ergebnisse. [Tab. 1]

Hinsichtlich der Bewertung schnitten alle Methoden gut bis sehr gut ab. Bei der Einsatzhäufigkeit zeigten sich hingegen einige Unterschiede: Der klassische Usability-Test sowie die Heuristische Evaluation wurden sowohl am häufigsten als auch von den meisten Teilnehmern eingesetzt und mit 4,8 bzw. 4,5 von 5 möglichen Punkten auch am besten bewertet. Der Cognitive Walkthrough sowie der Pluralistische Walkthrough wurden mit 19% bzw. 21% von den wenigsten Befragten eingesetzt, wenngleich auch diese beiden Methoden mit 4 von 5 Punkten sehr positiv bewertet wurden. Bezüglich der Einsatzhäufigkeit sind wiederum der Pluralistische Walkthrough sowie die Feature Inspection die Schlusslichter.

Abbildung 1 zeigt das Verhältnis zwischen der Einsatzhäufigkeit (Angabe, wie oft eine Methode bislang eingesetzt wurde) der jeweiligen Methode und deren Bewertung. Dabei sind zwei „Verlierer“ zu erkennen – der Pluralistische Walkthrough, sowie die Feature Inspection. Zwar wurden beide Methoden mit mehr als 4 von 5 Punkten bewertet, jedoch weisen diese nur eine Einsatzhäufigkeit von knapp 4 von 10 Punkten auf. [Abb. 1]

Abbildung 2 zeigt analog die Relation zwischen der Bewertung der Methoden und dem prozentualen Anteil der Befragten, die die jeweilige Methode eingesetzt haben. Auch hier schneiden Pluralistischer Walkthrough sowie Feature Inspection am schlechtesten ab, hinzu kommt die Heuristische Estimation. [Abb. 2]

Abb. 1. Relation von Brauchbarkeit und Einsatzhäufigkeit (Nielsen, 1995)

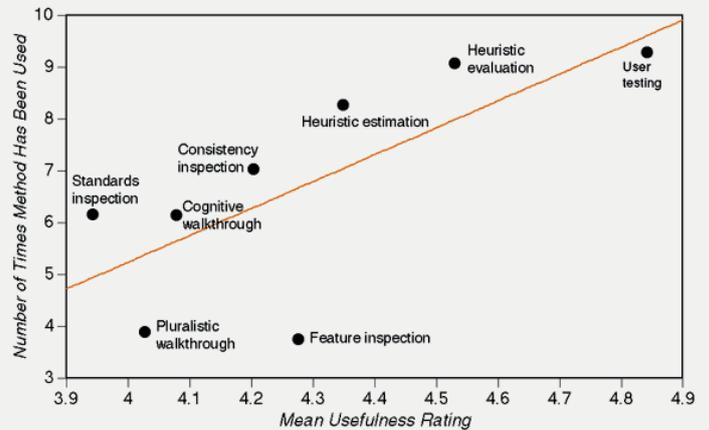


Abb. 2. Relation von Brauchbarkeit und Anteil der Probanden, die die jeweilige Methode eingesetzt haben (Nielsen, 1995)

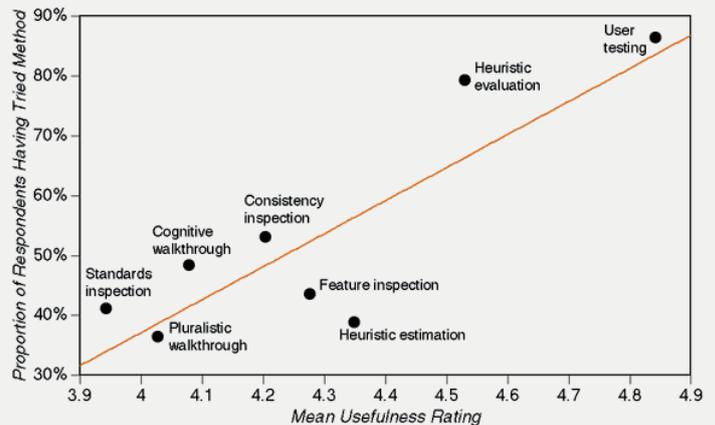
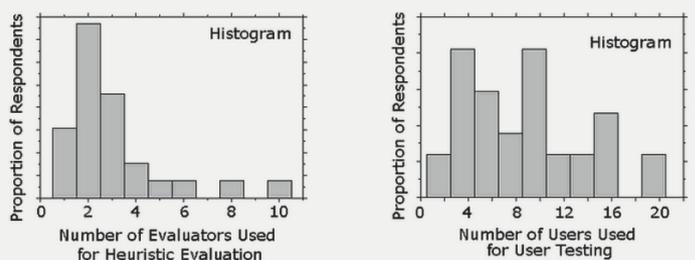


Abb. 3. Anzahl der eingesetzten Experten und Testpersonen (Nielsen, 1995)



Nielsen fragte weiterhin nach der Anzahl der Evaluatoren (beim Einsatz von Inspektionsmethoden) bzw. der Anzahl der Testpersonen (beim Usability-Test). Abbildung 3 zeigt die Ergebnisse. [Abb. 3]

Demnach folgen lediglich 35% der Befragten der Empfehlung, dass mindestens drei unabhängige Evaluatoren zum Einsatz kommen sollen. Weitere 38% setzen auf

zwei Evaluatoren, während 15% lediglich einen Experten einsetzen.

Auch die Anzahl der eingesetzten Testpersonen während eines Usability-Tests variiert. 35% der Befragten führen Usability-Tests mit durchschnittlich 3–6 Probanden durch. 50% setzen auf 10 oder mehr Testpersonen. Der sogenannte „Deluxe Usability-Test“ wird in großen



Maßen durchgeführt. Die Abbildung 3 zeigt die Anzahl der Testpersonen, die von den Befragten bei einem Usability-Test eingesetzt werden.

In einer offenen Frage am Ende des Fragebogens wurden die Teilnehmer gebeten, ihre Gründe für die Nutzung bzw. Nichtnutzung einer Methode anzugeben. Die genannten Gründe wurden in sieben Kategorien unterteilt:

- Methoden erbringen gute/schlechte Informationen
- Benötigte Ressourcen und/oder Zeitaufwand
- Benötigte Expertise und/oder Skills
- Spezifische Merkmale eines individuellen Projekts
- Kommunikation, Teambildung, Marketing
- Methode durch das Management beauftragt
- Interaktion zwischen mehreren Methoden

Die Auswertung (siehe Nielsen, 1995 für Details) zeigt, dass die wichtigste Eigenschaft eines Usability-Verfahrens die Qualität der Daten ist, die es erzeugt. Benutzer-tests wurden in dieser Hinsicht am besten bewertet. Damit eine neue Methode erfolgreich ist, muss diese in der Lage sein nützliche Informationen zu generieren. In den beiden folgenden Kriterien **Zeitaufwand** und **Benötigte Expertise** bewerteten die Befragten die Heuristische Evaluation am positivsten und äußerten Vorbehalte in Bezug auf Cognitive und Pluralistischen Walkthrough.

Erwähnenswert ist weiterhin, dass offenbar die Flexibilität einer Methode im Hinblick auf veränderte Bedingungen und spezifische Bedürfnisse einzelner Projekte ein wichtiges Kriterium darstellt. Dafür spricht, dass nur 18% der Befragten die Methoden „lehrbuchmäßig“ einsetzten, während 68% geringfügige und 15% größere Modifikationen vornehmen.

3. Usability-Methoden 2012: Ergebnisse der Befragung

Angelehnt an die Befragung Jakob Nielsens wurde im Frühsommer 2012 eine Online-Befragung unter Unternehmen und Usability-Experten in Deutschland durchgeführt, um herauszufinden, welche Methoden diese heute bevorzugt verwenden und warum. 150 Unternehmen und Experten, die anhand des Portals usability-in-germany.de identifiziert wurden, wurden per E-Mail um ihre Teilnahme an der Befragung gebeten, weiterhin wurde der Fragebogen über soziale Medien wie Twitter und Facebook verbreitet. Insgesamt 82 Personen beteiligten sich an der Befragung.

Der Fragebogen umfasste die folgenden Bereiche:

- Hintergrund des Befragten (Arbeits-situation, Fachdisziplin, Erfahrung im Bereich Usability, Tätigkeitsschwerpunkte, Branche),
- Einsatzzwecke und -Bereiche für Usability-Methoden,
- Bekanntheit verschiedener Methoden und Häufigkeit ihres Einsatzes,
- Bewertung der Methoden,
- Faktoren, die bei der Auswahl der Methoden eine Rolle spielen,
- Kosten und Budgets.

Im Folgenden werden die Ergebnisse zu den einzelnen Fragebereichen dargestellt. Insbesondere wird auch eine Auswertung

nach Branchen und Fachdisziplinen vorgenommen, da sich hier einige Unterschiede zeigten. Ebenso erfolgte eine getrennte Auswertung der Antworten von Usability-Unternehmen und freiberuflichen Experten.

3.1. Stichprobe und Hintergrund

Knapp 60% der Befragten arbeiteten als Angestellte in einem Unternehmen, gut 40% als Freiberufler bzw. Inhaber. Die Befragten waren überwiegend erfahrene Usability-Experten: Ca. 35% sind bereits länger als 10 Jahre in diesem Bereich beruflich tätig, 25% zwischen fünf und 10 Jahren, 28% zwischen ein und fünf Jahren und nur 12% seit weniger als einem Jahr.

Die Befragten stammten überwiegend und etwa zu gleichen Teilen aus den Fachdisziplinen Psychologie, Design sowie Informatik/Ingenieurwissenschaften; weiterhin wurden die Bereiche Marketing, Marktforschung, Kommunikations- und Sozialwissenschaften genannt.

Die Unternehmen, in denen die Befragten arbeiten, sind überwiegend im Bereich Dienstleistungen, IT/Internet, Medien sowie Telekommunikation tätig, auch Forschung und Lehre wurden häufiger genannt.

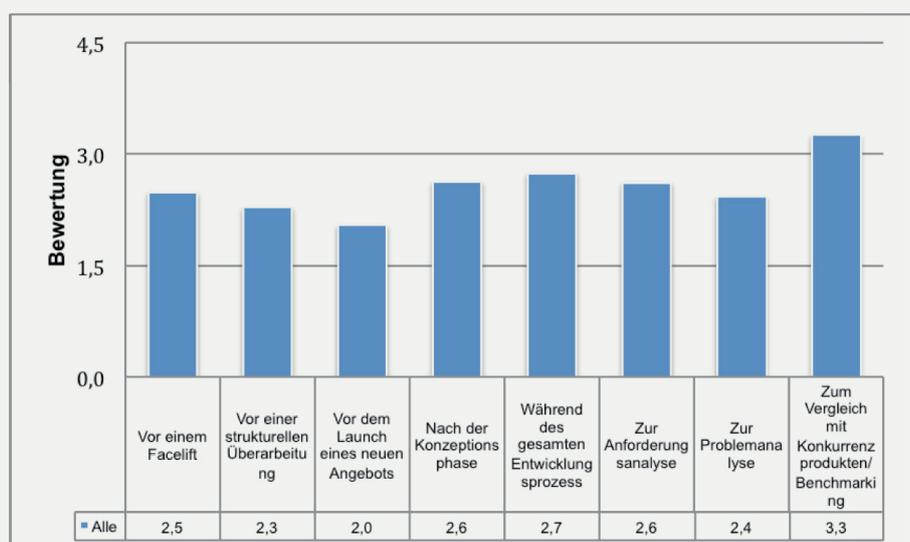


Abb. 4. Einsatz einer Usability-Analyse (von 1 = sehr oft bis 6 = nie)

3.2. Einsatz und Bewertung von Usability-Methoden

Die Teilnehmer wurden zunächst gefragt, wann bzw. wofür sie in ihrem Unternehmen typischerweise Usability-Methoden einsetzen. Abb. 4 zeigt die Ergebnisse. Usability-Analysen werden demnach vor allem vor dem Launch eines neuen Angebotes sowie vor einer strukturellen Überarbeitung und zur Problemanalyse eingesetzt. Zum Vergleich des eigenen Produktes mit Konkurrenzprodukten kommen Usability-Analysen seltener zum Einsatz. Unterschiede nach Branche / Fachdisziplin zeigten sich hierbei nicht. [Abb. 4]

Im Anschluss wurden die Teilnehmer gefragt, welche Methoden sie einsetzen und wie sie diese bewerten. [Abb. 5] Eine Bewertung wurde dabei nur abgegeben, sofern die Methode bekannt war.

Bezogen auf die **Einsatzhäufigkeit** schneiden Aufgabenanalyse, Heuristische Evaluation und Rapid Prototyping am besten ab. Usability-Tests liegen – etwas überraschend – nur im Mittelfeld, ebenso wie Fragebögen, Cognitive Walkthrough und Fokusgruppen. Am seltensten eingesetzt werden der Soziotechnische Walkthrough (wobei dieses Verfahren auch 40% der Befragten nicht bekannt war), Eye- / Behavior- sowie Attention Tracking, Nutzertagebücher sowie Remote Usability Tests. Auch Letzteres erscheint durchaus überraschend.

Interessanterweise gibt es einige Unterschiede im Hinblick auf den Einsatz der Methoden durch freiberufliche Experten bzw. Usability-Unternehmen. [Abb. 5] Usability-Tests (sowohl im Labor als auch Remote), Fragebögen sowie Fokusgruppen kommen demnach häufiger in Unternehmen zum Einsatz, ebenso wie aufwändigere Aufzeichnungsmethoden (Eye Tracking, Attention Tracking). Hinsichtlich der insgesamt am häufigsten eingesetzten Methoden – Aufgabenanalyse, Heuristische Evaluation und Rapid Prototyping – gibt es jedoch kaum Unterschiede.

Methode	Freiberufler	Unternehmen	Gesamt
Aufgabenanalyse	2,6	2,5	2,6
Kontextanalyse	3,1	2,6	2,9
Fokusgruppen	3,8	2,8	3,3
Nutzertagebücher	4,8	3,5	4,2
Usability-Test im Labor	3,5	2,4	3,0
Remote Usability-Test	4,4	3,8	4,1
Eye Tracking	4,4	3,8	4,1
Attention Tracking	4,9	3,9	4,4
Behavior Tracking	4,1	3,7	3,9
Heuristische Evaluation	2,7	2,4	2,6
Cognitive Walkthrough	3,0	2,7	2,9
Soziotechnischer Walkthrough	4,1	3,7	4,1
Card Sorting	3,4	3,0	3,2
Rapid Prototyping	2,4	2,6	2,5
Fragebogen	3,5	2,3	2,9

Abb. 5.
Auswertung der Einsatzhäufigkeit (von 1 = sehr oft bis 6 = nie)

Methode	Informatik	Design	Psychologie	Marketing
Heuristische Evaluation	3,0	2,8	1,4	2,0
Rapid Prototyping	2,5	2,0	2,7	3,0
Usability-Test im Labor	4,2	3,4	2,4	3,4

Abb. 6.
Einsatzhäufigkeit nach Fach-Disziplin (von 1 = sehr oft bis 6 = nie)

Auch im Hinblick auf den fachlichen Hintergrund der Befragten sind einige Unterschiede erkennbar. [Abb. 6] So wird die Heuristische Evaluation in den Bereichen Psychologie und Marketing viel häufiger angewandt. Usability-Tests werden besonders häufig von Befragten mit fachlichem Hintergrund in der Psychologie genutzt. Rapid-Prototyping-Verfahren erfreuen sich insbesondere bei Designern großer Beliebtheit.

Abb. 7 zeigt die Bewertung der Methoden (auf einer Skala von 1 = sehr gut bis 6 = schlecht). Erneut wird das Rapid Prototyping besonders gut bewertet. Auch Aufgaben- und Kontextanalyse, Usability-Test, Heuristische Evaluation sowie Cognitive Walkthrough schneiden gut ab. Die übrigen Methoden liegen im Mittelfeld.

Erneut werden Unterschiede in der Bewertung durch freiberufliche Experten bzw. Unternehmen deutlich: So werden



Fokusgruppen, Nutzertagebücher, Card Sorting und Fragebogen sehr unterschiedlich bewertet. Alle diese Methoden schneiden bei den Unternehmen mit der Note zwei ab, bei den Experten hingegen mit der Note drei. [Abb. 7]

Auch im Hinblick auf die Fachdisziplin zeigen sich Unterschiede. [Abb. 8] So werden Fokusgruppen im Bereich Marketing am besten bewertet, bei Psychologen ist dies erneut der Usability-Test. Rapid Prototyping wird in allen Fachdisziplinen mit sehr gut bis gut bewertet. Diese Methode ist somit eine der am häufigsten genutzten und am besten bewerteten.

Ähnlich wie in der Umfrage von Jakob Nielsen (1995) wird somit einer Vielzahl der Methoden eine sehr gute bis gute Bewertung zugesprochen, doch werden diese in der Praxis selten angewandt.

3.3. Rahmenbedingungen und Kosten

Weiterhin wurden die Teilnehmer nach verschiedenen Faktoren bei der Methodenauswahl – angelehnt an die Auswertung von Nielsen (1995) – befragt. Abbildung 9 zeigt die Ergebnisse. Der Erkenntnisgewinn sowie die zugrunde liegende Fragestellung spielen somit die größte

Rolle. Die benötigte Zeit und die anfallenden Kosten einer Usability-Analyse sind ebenfalls wichtige Faktoren, die über den Einsatz der Methoden entscheiden.

Erneut zeigen sich einige Unterschiede in der Bewertung durch freiberufliche Experten bzw. Unternehmen sowie nach Fachdisziplin. [Abb. 9] So ist der Zeitfaktor für die Unternehmen bedeutsamer als für die Freiberufler, ebenso wie Erkenntnisgewinn und Fragestellung. Im Hinblick auf die Fachdisziplin fällt auf, dass die Bedeutsamkeit sämtlicher Faktoren in den Bereichen Psychologie und Marketing höher eingeschätzt wird als im Bereich Informatik. Besonders deutlich sind die Unterschiede bei den Faktoren Kundenwunsch, Erkenntnisgewinn und Fragestellung.

Der Faktor „Kosten“ wurde in weiteren Fragen noch etwas genauer beleuchtet. Abb. 10 zeigt die Einschätzung der Bedeutung der Kosten, wiederum unterteilt nach Fachdisziplinen bzw. Freiberufler / Unternehmen. Generell sind die Kosten einer Analyse ein wichtiges Thema, jedoch stehen diese überwiegend nicht an erster Stelle. Eine Ausnahme bilden dabei die Freiberufler sowie die Befragten aus dem Marketing-Bereich. [Abb. 10]

Die Teilnehmer wurden zudem gebeten einzuschätzen was eine Usability-Analyse, gemessen am Gesamtetat des (Entwicklungs-) Projekts, typischerweise kosten darf. [Abb. 11] Die Kosten liegen demnach bei 10–15% des Gesamtetats oder weniger. Jedoch kann ein erheblicher Teil der Befragten die Kosten nicht beurteilen. Dies mag daran liegen, dass Usability-Experten oft lediglich „ihre“ Kosten kennen und nicht die Finanzplanung eines ganzen Projektes (z.B. Grafiker, Programmierer, usw.).

4. Diskussion und Fazit

Während in Usability-Lehrbüchern und Fachpublikationen der Usability-Test oft nach wie vor als „Königsweg“ der Usability-Evaluation beschrieben wird (vgl. z.B. Sarodnick & Brau, 2010; Shneiderman & Plaisant, 2010), der wie kaum ein anderes

Methode	Freiberufler	Unternehmen	Gesamt
Aufgabenanalyse	2,4	2,4	2,4
Kontextanalyse	2,6	2,3	2,5
Fokusgruppen	3,4	2,5	3,0
Nutzertagebücher	3,4	2,5	3,0
Usability-Test im Labor	2,5	2,0	2,3
Remote Usability-Test	3,4	3,0	3,2
Eye Tracking	3,2	2,9	3,1
Attention Tracking	3,2	3,2	3,2
Behavior Tracking	3,1	3,3	3,2
Heuristische Evaluation	2,8	2,1	2,5
Cognitive Walkthrough	2,4	2,5	2,5
Soziotechnischer Walkthrough	2,8	3,0	2,9
Card Sorting	3,1	2,0	2,6
Rapid Prototyping	2,2	1,9	2,1
Fragebogen	3,2	2,4	2,8

Abb. 7. Bewertung der Usability-Methoden (von 1 = sehr gut bis 6 = schlecht)

Methode	Informatik	Design	Psychologie	Marketing
Fokusgruppen	3,0	3,0	2,9	2,2
Usability-Test im Labor	2,7	2,4	1,6	2,5
Rapid Prototyping	1,6	1,7	1,7	2,2

Abb. 8. Methodenbewertung gefiltert nach Fach-Disziplin (von 1 = sehr gut bis 6 = schlecht)

Methode	Inf.	Design	Psychol.	Marketing	Freiberufl.	Untern.	Gesamt
Erfahrung d. Versuchsleiters	2,1	2,0	2,1	1,8	2,5	2,3	2,4
Kosten	2,5	2,1	2,2	1,8	2,1	2,0	2,1
Zeit	2,4	2,0	2,0	1,9	2,4	1,7	2,0
Aufwand	2,2	2,0	2,2	1,6	2,1	2,3	2,2
Kundenwunsch	3,0	2,3	2,3	2,3	2,2	2,5	2,3
Erkenntnisgewinn	2,0	1,6	1,4	1,2	1,9	1,3	1,6
Fragestellung	1,7	1,9	1,1	1,2	1,9	1,2	1,6

Abb. 9.
Faktoren bei der Methodenauswahl (von 1 = sehr wichtig bis 6 = gar nicht wichtig)

Bewertung	Inform.	Design	Psychol.	Marketing	Freiberufl.	Untern.	Gesamt
sehr wichtig	47,4%	31,8%	37,5%	55,6%	56,5%	37,5%	44,6%
wichtig	47,4%	63,6%	54,2%	33,3%	43,5%	46,8%	46,4%
eher unwichtig	5,3%	4,6%	8,3%	11,1%	0,0%	15,6%	8,9%
unwichtig	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%

Abb. 10.
Bedeutung des Faktors „Kosten“

Gemessen am Gesamtetat	Informatik	Design	Psychologie	Marketing	Freiberufler	Unternehmen	Gesamt
Unter 10%	21,0%	22,7%	12,0%	11,1%	27,1%	17,6%	19,0%
10 – 15%	36,8%	36,4%	32,0%	22,2%	39,0%	35,3%	36,2%
16 – 20%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Mehr als 20%	0,0%	4,5%	4,0%	0,0%	4,0%	2,9%	3,5%
Kann ich nicht beurteilen	36,8%	31,8%	36,0%	44,4%	21,7%	35,3%	31,0%

Abb. 10.
Kosten einer Usability-Analyse

Verfahren differenzierte, realistische und unmittelbare Einschätzungen von Nutzererfahrungen erlaubt, sieht die Praxis offenbar mittlerweile anders aus: Sowohl bei der Einsatzhäufigkeit als auch der Bewertung liegt das Verfahren unserer Befragung zufolge eher im Mittelfeld. Dabei offenbaren sich jedoch einige Unterschiede im Hinblick auf Fachdisziplin und Arbeitsumfeld: Sowohl Befragte mit

fachlichem Hintergrund in der Informatik als auch freiberuflich tätige Experten setzen Usability-Tests eher selten ein und bewerten das Verfahren auch schlechter als ihre angestellten Kollegen, insbesondere aus dem Bereich der Psychologie. Gründe hierfür könnten der vergleichsweise hohe Aufwand für Durchführung und Auswertung sowie die hohen Anforderungen an die verfügbare Ausstattung (Laborräumlichkeiten,

Hardware und Software für Aufzeichnung und Analyse) sowie die Expertise des Testleiters sein.

Unter den „klassischen“ Verfahren hat weiterhin der Cognitive Walkthrough an Bedeutung verloren. Einzig die Heuristische Evaluation erfreut sich weiterhin größerer Verbreitung und Beliebtheit, wenngleich auch hier Unterschiede je



nach Fachdisziplin festzustellen sind: In der Psychologie wird dieses Verfahren weit häufiger angewandt als in Informatik oder Design. Fokusgruppen (eine Form der Gruppendiskussion) werden hingegen überwiegend im Bereich Marketing eingesetzt. Dieser Methode wäre eine weitere Verbreitung durchaus zu wünschen, erlaubt sie doch eine gute Nutzerbeteiligung sowie die Erhebung einer großen Bandbreite an Meinungen, Einstellungen und Reaktionen.

Etwas überraschend sind auch der vergleichsweise geringe Einsatz und die mäßige Bewertung von Fragebogenverfahren, wenngleich hier mittlerweile eine große Zahl standardisierter und erprobter Verfahren für die unterschiedlichsten Schwerpunkte und Fragestellungen zur Verfügung stehen. Ein Grund hierfür könnte sein, dass Fragebögen eher für großzahlige Erhebungen geeignet sind, in Usability-Analysen aber möglicherweise häufig eine kleinere, klar umgrenzte Zielgruppe untersucht wird.

Im Gegensatz zu den „klassischen“ Evaluationsverfahren gewinnen Methoden aus dem Requirements- bzw. Usability-Engineering an Bedeutung, wie die Aufgaben- und Kontextanalyse sowie insbesondere das Rapid Prototyping, das unabhängig von Fachdisziplin und Arbeitskontext der Befragten häufig eingesetzt und positiv bewertet wird. Die Stärke dieser Methode liegt im frühzeitigen Testen und Optimieren, um bereits im Vorfeld potenzielle Usability-Probleme zu vermeiden und damit die Kosten im Entwicklungsprozess zu senken. Außerdem erlauben Prototyping-Methoden viel und intensive Nutzerbeteiligung (vgl. Richter & Flückiger, 2010). Das Aufkommen dieser Methoden ist möglicherweise eine Folge der oben schon angesprochenen zunehmenden Verbreitung agiler Methoden (vgl. Wolf & Bleek, 2011), die viel Wert auf echte Nutzerbeteiligung und somit eine Verflechtung des Software-Engineering-Prozesses mit Usability-Engineering-Methoden propagieren. Interessant ist in diesem Zusammenhang, dass diese Methoden nicht nur

bei Informatikern, sondern auch Designern und Psychologen auf Zustimmung stoßen.

Die hier erfragten Usability-Methoden haben offenbar das eingesetzte Spektrum gut abgedeckt. Jedenfalls wurden nur wenige weitere Methoden genannt, darunter insbesondere die Prüfung auf Barrierefreiheit, Personas sowie das Laute Denken als Teil eines Usability-Tests.

Auch waren die hier erfragten Methoden jeweils der großen Mehrheit der Befragten bekannt, nur vereinzelt waren Methoden nicht geläufig. Eine Ausnahme bildet lediglich der soziotechnische Walkthrough, der ca. 40% der Befragten kein Begriff war.

Unser Resümee: Der Methodenwerkzeugkoffer der Usability-Professionals verändert sich. Dass vor allem Methoden mit hinein kommen, die einen starken Usability-Engineering-Bezug haben und somit Nutzerbeteiligung vorantreiben, ist aus unserer Sicht positiv zu bewerten.

Literatur

1. Nielsen, J. (1995). Technology Transfer of Heuristic Evaluation and Usability Inspection. Alertbox: June 27, 1995. <http://www.nngroup.com/articles/technology-transfer-of-heuristic-evaluation> [Abruf am 3.6.2013]
2. Richter, M., Flückiger, M. (2010). Usability Engineering kompakt, 2. Auflage. Heidelberg: Spektrum Akademischer Verlag.
3. Sarodnick, F., Brau, H. (2010). Methoden der Usability Evaluation. Bern: Huber.
4. Shneiderman, B., Plaisant, C. (2010). Designing the user interface. Strategies for effective human-computer interaction. Boston: Addison-Wesley, 5th edition.
5. Wolf, H., Bleek, W.-G. (2011). Agile Softwareentwicklung: Werte, Konzepte, Methoden, 2. Aufl. Heidelberg: dpunkt.

