

Evangelisieren, Testen, Optimieren – Erfolgsmodell Usability Clinic

Usability Optimierungen bei der comdirect bank AG

Kilian Hughes

comdirect bank AG
Pascallehre 15
25451 Quickborn
kilian.hughes@comdirect.de

Karsten Skuppin

GfK SirValUse Consulting GmbH
Burchardstraße 19
20095 Hamburg
skuppin@sirvaluse.de

Abstract

Eine hervorragende Usability der Webseite ist für den Erfolg der comdirect bank AG als Direktbank maßgeblich. Klassische Nutzertests eignen sich als Werkzeug zur Qualitätssicherung, scheitern jedoch gerade bei kleinen Themen oft an dem hohen zeitlichen und finanziellen Aufwand.

Als Lösung hat die comdirect Mitte 2010 die sogenannte „Usability Clinic“ ins Leben gerufen. Die Usability Clinic ist ein monatlich stattfindender 90-minütiger Usability Test. In jeder Clinic werden etwa 4 Themen á 20 Minuten aus den unterschiedlichen Fachbereichen getestet. Sie richtet sich explizit an kleine Themenbereiche. Durch die standardisierte Durchführung liegen der Fachabteilung sehr schnell Ergebnisse vor – nach Anmeldung i.d.R. innerhalb von zweieinhalb Wochen. Weitere Vorteile sind 1) Sensibilisierung der Fachabteilungen in Sachen UX, 2) die Möglichkeit eines iterativen Testens und 3) geringere Kosten pro getestetem Thema verglichen mit klassischen Tests. Die Usability Clinic hat sich im Praxisalltag der comdirect bank bestens bewährt und ist fester Bestandteil des Entwicklungsprozesses.

Keywords:

/// Usability Testing
/// Evangelisieren
/// Discount Usability
/// Agile

1. Einleitung

Die Webseite stellt für die comdirect bank AG als Direktbank den direkten Kontakt mit dem Kunden dar. Eine hervorragende Usability der Webseite ist daher für den Erfolg der comdirect maßgeblich. Im Arbeitsalltag stehen die Fachabteilungen jedoch immer wieder vor der Herausforderung, die – teilweise komplexen – Finanzprodukte in einer nutzerfreundlichen Art und Weise zu präsentieren. Zur Sicherstellung der hohen Usability der online gestellten Inhalte haben sich klassische qualitative Usability Labortests bewährt. Nielsen schrieb schon 1993: „Any object, product, system or service that will be used by humans has the potential for usability problems and should be subjected to some form of usability engineering“ (Nielsen 1993, S. xi). Daher kommen bei großen Projekten wie z.B. Einführung einer neuen Smartphone-App Usability Tests regelmäßig zur Anwendung und helfen dabei, ein Maximum an Nutzerfreundlichkeit

zu gewährleisten. Bei kleineren Themen haben diese Tests jedoch Nachteile, auf die im Folgenden näher eingegangen wird.

2. Nachteile des klassischen Usability Tests

Ist das zu testende Thema von eher geringerem Umfang, ergeben sich durch den klassischen Usability Test drei Nachteile:

a) Hohe Kosten eines Usability Tests
Ein Usability Test mit einem externen Dienstleister verursacht nicht unerhebliche Kosten. Liegt ein größeres Projekt wie z.B. die Neuentwicklung einer Smartphone-App vor, können Kosten für den Test im Vorfeld eingeplant und bei der Budgetierung des Projekts berücksichtigt werden. Kleinere Projekte hingegen verfügen meist nicht über das nötige Budget, um die Kosten für einen Usability Test tragen zu können. Somit können hier oftmals keine eigenständigen Tests durchgeführt werden.

b) Überdimensionierung
Usability Tests sind für ein kurzes Thema zu groß dimensioniert – eine Kürzung der Interviewlänge führt nur zu einer verhältnismäßig geringen Kostenreduktion: Ist das zu testende Thema weniger aufwendig, wird kein Test von z.B. 90 Minuten benötigt – Interviews von max. 20 – 30 Minuten reichen hier meist völlig aus. Diese Verkürzung des Tests führt natürlich zu geringeren Testkosten, jedoch steht diese Kostenreduzierung nicht im linearen Verhältnis zur Testzeitreduzierung, da die Kosten für Projektorganisation, Rekrutierung, Incentivierung und Leitfadenerstellung nahezu konstant bleiben; lediglich für die Feldphase und die Auswertung verringern sich die Aufwände. Kürzere Tests sind also relativ teurer als längere Tests.

c) Hoher Zeitbedarf
Die Vorbereitungen für einen Usability Test – von Angebotseinholung über Entscheidung für einen Dienstleister, Rekrutierung der Probanden und Leitfadenabstimmung nehmen viel Zeit in Anspruch. Zusammen

mit der Feldphase, Auswertung der Ergebnisse und Aufbereitung in Berichtform vergehen etwa 5 – 6 Wochen, bis die Ergebnisse schließlich der Fachabteilung vorliegen. Dieser große zeitliche Mehrbedarf lässt sich meist nur schlecht mit dem Projektalltag vereinen, da alle Elemente, welche den Launch-Termin nach hinten schieben, per se kritisch gesehen werden. Dieser Nachteil kommt immer dann zum Tragen, wenn Tests nicht regelmäßig, sondern eher sporadisch stattfinden und sich daher keine fließenden Prozesse eingeschliffen haben.

Diese Nachteile hatten zur Folge, dass in der Vergangenheit Webseiten-Inhalte oft ohne Usability-Optimierung online gestellt wurden. Dies birgt natürlich das Risiko, benutzerunfreundliche Prozesse online zu stellen. Werden diese Probleme des Interfaces dann im Nachgang erkannt, ist dies natürlich erst mal zu begrüßen – führt jedoch zwangsläufig zu einem Änderungsauftrag an die IT (Change Request), welcher grundsätzlich mit hohem Aufwand für Nacharbeiten verbunden ist. Frühzeitiges Kundenfeedback könnte hier die Ergebnisqualität nachhaltig erhöhen.

3. Lösungen

Als mögliche Lösungen bieten sich klassischerweise die Einführung agiler Entwicklungsmethoden und/oder A/B-Tests an.

4. Agile Entwicklungsmethoden

Agile Entwicklungsmethoden wurden in den 1990er Jahren entwickelt und deren Grundannahmen wurden 2001 im Agilen Manifest (Schwaber & Sutherland, 2001) niedergeschrieben. Eine dieser agilen Entwicklungsmethoden ist Scrum. Obwohl Scrum ursprünglich für die Produktentwicklung vorgesehen war (Takeuchi & Nonaka, 1986), wird es inzwischen hauptsächlich bei Web- und Softwareentwicklungsprojekten eingesetzt. Als iteratives Entwicklungsmodell eignet sich Scrum hervorragend für User Centered Design-Prozesse, die grundsätzlich

denselben Ansatz verfolgen.

In der Praxis von insbesondere großen Unternehmen, in denen oft noch ein Wasserfall-Entwicklungsmodell zum Einsatz kommt, hat es sich allerdings als bestenfalls langwieriges Unterfangen erwiesen, agile Entwicklungsprozesse einzuführen. Für eine Änderung des Entwicklungsmodells bedarf es in der Regel einer Entscheidung des oberen Managements, die weder alleine von der UX-Abteilung noch ohne erhebliche Vorarbeit herbeizuführen ist. Sofern agile Entwicklungsmethoden wie Scrum also nicht bereits etabliert sind, scheiden sie für eine kurzfristige Beseitigung der oben beschriebenen Probleme aus.

5. A/B-Tests

A/B-Tests wurden als Testmethode für die Maximierung des Erfolgs von Online-Werbekampagnen entwickelt, bei der die Originalversion eines Werbemittels im laufenden Betrieb einer Website gegen eine veränderte Version getestet wird. Dadurch dass jeweils ein bestimmter Anteil der Besucher der Website eins der Werbemittel zu sehen bekommt, lässt sich direkt vergleichen, welche der Varianten die bessere Konversionsrate aufweist. Dieselbe Methode lässt sich auch für die Weiterentwicklung von anderen Seitenelementen bzw. des gesamten Seitenlayouts einsetzen und bietet sich daher gerade für die Untersuchung der hier diskutierten kleineren Usability-Fragestellungen an. Gleichwohl müssen auch für A/B-Tests bestimmte Voraussetzungen erfüllt sein, damit diese zum Einsatz kommen können, namentlich muss die IT in der Lage sein eine bzw. bei multivariaten Tests diverse Weichen in der Auslieferung von Webseitenelementen zu unterstützen sowie die Zugriffe zu loggen. In einigen Branchen – so auch im vorliegenden Bankenbereich – kommen hohe Anforderungen an die IT-Sicherheit hinzu, die im Zweifel gegen die Einführung eines A/B-Testsystems sprechen.

A/B-Tests eignen sich daher auch nicht in allen Fällen zur Lösung des beschriebenen Problems.

6. Die Usability Clinic

Als Lösung des Dilemmas hat die comdirect Mitte 2010 die sogenannte „Usability Clinic“ ins Leben gerufen. Die Usability Clinic ist ein monatlich stattfindender Usability Test, bestehend aus 10 Interviews à 90 Minuten. Jede Fachabteilung ist eingeladen, ein kurzes Briefing-Dokument auszufüllen und sich damit für die Clinic anzumelden. In jeder Clinic werden etwa 4 Themen à 20 Minuten getestet – sie richtet sich also explizit an kleine Themenbereiche. Durch die standardisierte Durchführung liegen der Fachabteilung sehr schnell Ergebnisse vor – nach Einreichung vergehen i.d.R. nur zweieinhalb Wochen, bis die Ergebnisse vorliegen – eine klare Beschleunigung des Prozesses im Vergleich zu herkömmlichen Tests.

Dieses regelmäßige Testformat hat mehrere klare Vorteile:

a) Evangelisierung in Sachen UX
Den Kollegen in den einzelnen Fachabteilungen wird durch die Institution der Usability Clinic teilweise überhaupt erst bewusst, dass so etwas wie Usability Testing möglich ist. Was dem versierten Usability Experten völlig selbstverständlich ist – nämlich dass verschiedene Methoden zum Testen auf Nutzerfreundlichkeit existieren – ist für die Kollegen aus anderen Bereichen meist unbekannt. Die Begeisterung für die Methodik des Nutzertests wird durch die Teilnahme am Test als Beobachter noch verstärkt: Das Beobachten der Interviews durch den Einwegspiegel im Testlabor führt die oftmals vorliegende Fachblindheit eindrücklich vor Augen und wird durchweg als sehr lehrreich angesehen. Dem Phänomen, welches Uldall-Espersen (2007 S. 628) beschreibt, „it seems that feedback from industrial usability work lacks persuasiveness, i.e. it fails to convince the key stakeholders that actions need to be taken“ kann durch Einbeziehen der Fachabteilung in den Test durch aktives Beobachten der Interviews begegnet werden. Die beobachteten Nutzer bleiben sehr plastisch in Erinnerung und der Nutzer wird als überzeugende



Instand wahrgenommen. Die Vorzüge des Observierens der Interviews beschreibt auch Spool (2011) in seinem Artikel: "The teams with members who spent the minimum of two hours every six weeks saw far greater improvements to their design's user experience than teams who didn't meet the minimum. And teams with more frequent exposure, say two-hours every three weeks, saw even better results." Ein regelmäßiges Beobachten von Usability Interviews scheint sich also tatsächlich in der Ergebnisqualität der aktuellen und zukünftigen Arbeit positiv niederzuschlagen.

b) Möglichkeit, auch kleine Änderungen zu testen
Die Usability Clinic richtet sich wie beschrieben explizit an Bereiche mit kleinen Fragestellungen und ermöglicht somit auch diesen Themen eine kritische Prüfung auf Nutzerfreundlichkeit nebst Usability-Optimierung. Da das Budget von einer zentralen Abteilung übernommen wird, müssen die einzelnen Fachabteilungen kein Budget beisteuern, wodurch die Hemmschwelle zur Teilnahme an der Usability Clinic stark gesenkt wird.

c) Kosteneffizienz
Die Kosten fallen pro Produkt geringer als bei einem klassischen Test aus, der ROI steigt. In jeder Usability Clinic werden mehrere Themen getestet, so dass im Endeffekt die volle Testzeit von 90 Minuten ausgeschöpft werden kann. Durch dieses Kumulieren von Themen entstehen für jedes Thema geringere Kosten, als wenn man die Fragestellungen jeweils in einem separaten Test untersuchen würde.

d) Iteratives Testing
Analog zu einem Rapid Prototyping (Boling & Frick, 1997) kann ein Produkt im Rahmen der Usability Clinic in mehreren, iterativen Entwicklungsstufen getestet werden. Die festen Termine wirken sich in der Gesamtbetrachtung positiv aus. Durch die relativ hohe Taktung vergehen in der Regel maximal vier Wochen bis zur nächsten Clinic. Auch zwingen diese festen Termine zu disziplinierter Entwicklung zwischen den Prototyp-Wellen.

e) Kosten- und Zeitersparnis durch relativ schlichtes Reporting
Durch die prinzipielle Einbindung aller Produktbeteiligter während der Feldphase genügt ein relativ schlichtes Ergebnisreporting. Eine sogenannte Usability Liste, in welcher alle Usability Probleme nebst Optimierungsempfehlungen in Listenform aufgeführt werden und ein kurzer, grafisch aufbereiteter High-Level Report sind daher in der Regel ausreichend. Da das Erstellen dieser Dokumente durch den Usability Dienstleister in der Regel sehr schnell erfolgen kann, bedeutet dies, dass die Ergebnisse bereits ein bis zwei Tage nach Ende der Feldphase vorliegen und somit die Weiterentwicklung sehr zeitnah erfolgen kann. Durch diese schlanke Gestaltung lässt sich die Usability Clinic einfach in den Projektalltag integrieren und das im Arbeitsalltag oft gehörte Vorurteil "Usability Tests sind sehr zeitaufwendig" gehört in diesem Zusammenhang der Vergangenheit an.

7. Nachteile bzw. kritische Punkte

Natürlich ergeben sich durch das Format der Usability Clinic auch Herausforderungen, die es zu bewältigen gilt. Einige werden im Folgenden näher beleuchtet

a) Rekrutierung
Es müssen einheitliche Rekrutierungskriterien für unterschiedliche Produkte gefunden werden. Der große Vorteil der Usability Clinic besteht darin, dass die unterschiedlichsten Themen in einem Test behandelt werden können. Dies führt aber dazu, dass Produktkombinationen denkbar sind, bei denen es zumindest fraglich scheint, ob es hinsichtlich der Zielgruppe eine ausreichend große Schnittmenge zwischen den einzelnen Themen gibt. Sollten sich die Zielgruppen als sehr inhomogen erweisen, muss ggf. ein Thema auf die nächste Clinic verschoben werden, um die erforderliche Mindest-Homogenität der Zielgruppe wieder herzustellen. In der Praxis sind bis zu diesem Zeitpunkt (9 abgeschlossene Wellen) aber nur verhältnismäßig geringe Unterschiede hinsichtlich der Quotenmerkmale aufgetaucht, die

jeweils zufriedenstellend gelöst werden konnten. Dieses Problem ist bis dato daher lediglich theoretischer Natur.

b) Flexibilität
Ein weiterer Vorteil der Usability Clinic ist die schnelle Durchführung der Tests. Diese straffe Taktung des Formats bedingt, dass das finale Testmaterial teilweise erst am Tag vor Beginn der Feldphase vorliegt, was eine hohe Flexibilität bei Leitfadenerstellung und Briefing erfordert. Der Leitfaden wird oftmals nur anhand von Screenshots erstellt und die Interviewer müssen in der Lage sein, sich schnell in teilweise komplexe Themen einarbeiten zu können. Weiterhin ist auch denkbar, dass sich nicht genügend Themen für einen angesetzten Termin finden. Eine spontane Verkürzung der Testdauer von 90 auf 60 Minuten bei entsprechender Reduzierung der in Rechnung gestellten Zeit sollte also jederzeit möglich sein nötig.

c) Anforderungen an den UX-Dienstleister
Die Regelmäßigkeit der Tests bedeutet einen großen Auftrag für den Usability Dienstleister, was natürlich auch mit hohem Ressourceneinsatz verbunden ist. Eine z. B. aus 8 Wellen pro Jahr bestehende Usability Clinic darf nicht alleine zu einer signifikanten Auslastung des Instituts führen, da sonst die beschriebene nötige Flexibilität (z. B. bei spontanen Absagen/Verschiebungen) verloren geht. Hieraus ist zu folgern, dass das durchführende UX-Institut eine gewisse Mindestgröße aufweisen muss.

d) Lokalität
Neben dem Testen und Optimieren des aktuellen Testgegenstands ist das Evangelisieren in UX-Themen ein weiteres Ziel der Clinic. Dies erfordert, dass möglichst viele Projektbeteiligte, Verantwortliche und Entscheider die Interviews beobachten können. Es muss daher möglich sein, schnell und kostengünstig zum Testort zu gelangen. Hohe Reisekosten stellen hier ein nicht zu vernachlässigendes Hindernis dar und senken die Bereitschaft der Kollegen, sich die Interviews vor Ort anzusehen. Alternativ kann in Erwägung gezogen werden die Interviews zu streamen, um auch

Beteiligten, die nicht persönlich anwesend sein können, das Beobachten der Interviews zu erlauben. Das Streaming stellt aus unserer Sicht aber keinen gleichwertigen Ersatz für das persönliche Beobachten der Interviews dar. Dies insbesondere, da bei Anwesenheit aller Beteiligten vor Ort bereits während bzw. zwischen Interviews gemeinsam über die Findings diskutiert werden kann. Auch hat es sich als für alle Seiten hilfreich erwiesen, am Ende eines Testtages noch einmal gemeinsam die Ergebnisse aller Interviews durchzugehen. So kann etwa beschlossen werden, dass einzelne Punkte eines Prozesses am nächsten Tag nicht weiter untersucht werden müssen, da die bis dahin erzielten Ergebnisse bereits eindeutig sind. Mithin wird Zeit gewonnen, um einen anderen Aspekt genauer untersuchen zu können. Aus all dem lässt sich folgern, dass idealerweise eine gewisse räumliche Nähe zwischen Auftraggeber, Design-Agentur und UX-Institut gegeben sein sollte.

e) Grenzen der Usability Clinic

Es können nur Fragestellungen bis zu einem gewissen Komplexitätsgrad abgetestet werden.

Die Usability Clinic richtet sich explizit an Bereiche mit kleineren Fragestellungen – je Thema stehen etwa 20 Minuten Testzeit zur Verfügung. Sollten die anderen Themen weniger umfangreich sein oder weniger Themen als vorgesehen eingereicht werden, können für ein Thema auch einmal 30 Minuten Zeit bleiben. Bei umfangreichen Fragestellungen bietet es sich jedoch weiterhin an, einen eigenen klassischen 90-minütigen Usability Test oder ein normales Rapid Prototyping durchzuführen, um dem Anspruch des Themas gerecht zu werden.

8.

Fazit und Ausblick

Die Usability Clinic ist eine wertvolle Testmethode und hat sich im Praxisalltag der comdirect bank bestens bewährt. Der hohe Mehrwert dieses Formats ist ohne Zweifel die Schnelligkeit der Ergebnisfindung, die Möglichkeit, auch bei nicht hochkomplexen Fragestellungen auf Basis von Fakten und nicht nur von Meinungen argumentieren zu können und die Unkompliziertheit in der Anwendung. Die Kollegen konnten schnell von den Vorzügen der Usability Clinic überzeugt werden, so dass sie inzwischen zu einem festen Bestandteil des Entwicklungsprozesses bei der comdirect bank AG geworden ist. Durch die Clinic wurde ein Bewusstsein für die Möglichkeit des Usability-Testens geschaffen, sodass bis dato über 20 Themen in der Usability Clinic verprobt und die Optimierungen online gestellt werden konnten. Besonders schätzen die Kollegen, durch dieses Format handfeste Ergebnisse zu bekommen und die nachfolgenden Diskussionen basierend auf Wissen - statt persönlichen Meinungen - führen zu können. Auch führt die Sensibilisierung für Usability Themen zu einem generell gesteigerten Bewusstsein für nutzerzentrierte Gestaltung und eine stärkere Fokussierung auf die Bedürfnisse des Nutzers bei der Konzeption neuer Webseiteninhalte. Die Usability Clinic verfolgt daher erfolgreich die gesetzten Ziele: Evangelisieren, Testen, Optimieren.

Literatur

1. Boling, E. & Frick, T.W. (1997): Holistic Rapid Prototyping for Web Design: Early Usability Testing is essential. In B. Khan (Hrsg.): Web-based instruction. New Jersey: Educational Technology Publications, Inc.
2. Nielsen, J. (1993). Usability Engineering. San Diego: Academic Press.
3. Schwaber, K. & Sutherland, J. (2001): Manifesto for Agile Software Development. <http://agilemanifesto.org> [27.05.2011]
4. Spool, J. (2011). Fast Path to a Great UX - Increased Exposure Hours. http://www.uie.com/articles/user_exposure_hours/ [27.04.2011]
5. Takeuchi, H. & Nonaka, I. (1986): The New New Product Development Game. In: Harvard Business Review, Januar-Februar 1986
6. Uldall-Espersen, T. (2007). Exploring Multiple Usability Perspectives. In C. Baranauskas et al. (Hrsg.): Human-Computer-Interaction - INTERACT 2007, 628-632.