

# Usability Tests bei Immobilienscout24 – Aktuelle Herausforderungen im User Experience Design

**Monika Denk**  
Immobilienscout24  
Andreasstraße 10  
10243 Berlin  
monik.denk@immobilienscout24.de

**Anja Kimm**  
Immobilienscout24  
Andreasstraße 10  
10243 Berlin  
anja.kimm@immobilienscout24.de

**Dr. Steffen Klein**  
Immobilienscout24  
Andreasstraße 10  
10243 Berlin  
steffen.klein@immobilienscout24.de

## Abstract

Mit der Entwicklung der Informationstechnologie zu einem Massenmarkt haben sich auch die Anforderungen an das User Experience Design verändert. Die heutigen Entwicklungszyklen bringen hohe Erwartungen hinsichtlich Effizienz und Flexibilität mit sich, die ohne eine laufende, praxisnahe Anpassung der

Werkzeuge und Methoden kaum zu erfüllen sind. Im vorliegenden Beitrag werden einige aktuelle Herausforderungen beschrieben. Am Beispiel der internen Usability Tests bei Immobilienscout24 wird gezeigt, wie die Anforderungen durch ein pragmatisches Vorgehen erfüllt werden können.

## Keywords

User Interface Design, User Experience, Usability, Internet

## 1.0 Einleitung

Die Entwicklung des User Experience Design (UX)<sup>1</sup> hängt eng mit dem Wandel der Computernutzung zusammen. Während die Nutzung zu Beginn nur wenigen Experten vorbehalten war, ist sie heute – zumindest in den Industrieländern – ein alltägliches Gut. Die Veränderungen auf Seiten der Anwender und die damit einhergehenden Anforderungen hinsichtlich Gebrauchstauglichkeit, Verständlichkeit, emotionaler Bindung usw. sind ein wesentlicher Treiber für die kontinuierliche Weiterentwicklung der Designdisziplin. In dem Maße, wie Softwareprodukte zu Konsumartikeln werden, wächst auch die Bedeutung von Design als Differenzierungsfaktor (Klein 2001).

Mit der massenhaften Computernutzung vor allem auch im Onlinebereich ist aber nicht nur ein Wandel bei den Anwendern eingetreten. Gleichzeitig haben sich auch die Produktionsbedingungen wesentlich verändert. War die individuelle

Entwicklung von Computerprogrammen von und für Spezialisten im Wesentlichen ein „handwerklicher“ Prozess (im Sinne der Produktion von Einzellösungen), so haben sich heute in vielen Bereichen der Softwareentwicklung industrielle Entwicklungsprozesse etabliert. User Experience Design wird dabei oft zum integralen Bestandteil der Produktentwicklung.

## 2.0 Aktuelle Anforderungen an das User Experience Design

Vor allem im B2C Bereich wird die Qualität der „User Experience“ heute als kritischer Erfolgsfaktor für das extrem wettbewerbsintensive Geschäft wahrgenommen. In einem Markt, der von schnellem Wachstum und kurzen Innovationszyklen geprägt ist, werden dabei hohe Erwartungen an Produktivität und Ergebnisorientierung der UX Teams gestellt.

Zugleich passen die im akademischen Umfeld entwickelten Methoden und Werkzeuge in vielen Fällen nicht zu der spezifischen Situation einer „industriellen Produktgestaltung“. In der Praxis profitiert das User Experience Design daher nicht im gewünschten Maße von der wissenschaftlichen Metho-

denentwicklung (Rogers 2004). Die aktuellen Herausforderungen des User Experience Design lassen sich an folgenden Themengebieten festmachen.

## 2.1 Organisation und Prozesse

Die Frage, wie sich ein UX Team zusammensetzt, wie es in die Organisation eingebettet ist und wie die Schnittstellen z. B. zu Produktmanagement und Entwicklung definiert sind, ist ein bedeutender Erfolgsfaktor für das User Experience Design. Auch wenn die Aufgaben und Verantwortlichkeiten nominell über den Entwicklungsprozess festgelegt werden, so entscheidet doch oft die Art der Aufbauorganisation mit über die tatsächlichen Arbeitsbeziehungen.

Vielfach ist der Entwicklungsprozess – wenn überhaupt – nur informell definiert. Das erschwert die Anwendung von formalen Prozessmodellen, wie sie in der Literatur beschrieben sind. Zudem treffen diese Modelle bei der Anwendung im Unternehmen vielfach auf historisch gewachsene Gegebenheiten, die berücksichtigt werden müssen und die Anpassungen und Kompromisse erfordert.

<sup>1</sup> Der Begriff User Experience Design oder UX wird hier und im gesamten Artikel als Klammer für die unterschiedlichen Tätigkeitsbereiche User Interface Design, Usability Engineering usw. verwendet.

## 2.2 Kommunikation

Gerade in heterogenen Teams fällt es oft schwer, geeignete Kommunikations- und Darstellungsformen zu finden, die einerseits den jeweiligen fachlichen Anforderungen entsprechen (Vollständigkeit, Widerspruchsfreiheit, Konsistenz, ...) und die andererseits von allen Mitgliedern eines Projektteams verstanden und selbst kompetent angewandt werden können. Darstellungsstandards, die das richtige Zusammenspiel von formaler Beschreibung und erlebbarer Darstellung ermöglichen, haben sich im UX Design bisher nicht etablieren können. Die Dokumentation von Arbeitsergebnissen hat oft eher illustrativen als formalen Charakter oder erfolgt ebenso ungenau in Prosaform.

Aus vermeidlichen Zeitgründen wird vielfach – vor allem in der Konzeption – auf eine hinreichende Dokumentation verzichtet, statt nach effizienteren Formen der Dokumentation und Darstellung zu suchen, die beispielsweise die Formalisierung bietet. Nicht selten führt dann dieser Mangel an Formalisierung dazu, dass Lücken und Inkonsistenzen im Konzept erst spät aufgedeckt werden und dann zu zusätzlichen Kosten und Verzögerungen führen.

## 2.3 Wissensbasis

Im Hinblick auf die Informationsbasis der Gestaltung zeigt sich ein Vorteil der internen Arbeit gegenüber der rein projektbezogenen Zusammenarbeit (z. B. mit Agenturen): Die kontinuierliche Arbeit innerhalb des Unternehmens ermöglicht die sukzessive Entwicklung einer Wissensbasis (z. B. hinsichtlich der Zielgruppe und des Nutzungskontextes) und passender unternehmensinterner Standards (Styleguide, Design Patterns, etc.). Der projektspezifische Aufwand wird dadurch reduziert und der Nutzen für andere Bereiche des Unternehmens erlebbar.

Gleichzeitig stellen der Aufbau und die Vermittlung solcher Ressourcen vor dem Hintergrund der zeitlichen Anspannung eine gewaltige Herausforderung dar. Da es gerade im Bereich der Anforderungsanalyse vielfach inhaltliche Überlappungen mit anderen Bereichen gibt (Produktmanagement, Marktforschung, Produktmarketing), besteht immer auch die Gefahr von Abgrenzungsdiskussionen, die den Informationsfluss blockieren statt die unterschiedlichen Perspektiven produktiv zu nutzen.

## 3.0 Usability Tests bei Immobilien-Scout24

Die beschriebenen Herausforderungen betreffen prinzipiell alle Phasen und Tätigkeitsbereiche des User Experience Design. Die verschiedenen Bereiche sind aber in unterschiedlichem Maße auf diese Herausforderungen vorbereitet. In der Usability ist der Wunsch nach schnellen und flexiblen Ansätzen frühzeitig erkannt worden (Nielsen, 1990) und hat mittlerweile zu einer Reihe von Veröffentlichungen zu diesem Thema geführt (Krug 2000). Nichtsdestotrotz stellt die erfolgreiche Integration von Usability Tests innerhalb eines Unternehmens eine stete Herausforderung dar. Im Folgenden wird am Beispiel unserer eigenen Erfahrungen dargestellt, wie wir bei ImmobilienScout24 den Herausforderungen im Bereich Usability Tests begegnen.

In den Usability-Tests werden Prototypen in verschiedenen Projektstadien evaluiert, aber auch die bestehenden Website und die Angebote von Mitbewerbern. Mit den Tests werden Handlungsbedarfe identifiziert und Designentscheidungen abgesichert. Die Zielgruppen von ImmobilienScout24 können in zwei Bereiche unterteilt werden: Immobiliensuchende einerseits und

private oder gewerbliche Anbieter von Immobilien andererseits. Eine der Herausforderungen bei beiden Zielgruppen ist es, den Aufwand für die Tests in einem vertretbaren Rahmen zu halten und gleichzeitig flexibel auf die Anforderungen hinsichtlich zeitlicher Planung und zu testender Produkte zu reagieren. Aufgrund der unterschiedlichen Rahmenbedingungen werden die Usability Tests mit diesen beiden Probandengruppen auf unterschiedliche Art und Weise durchgeführt.

Die Usability Tests mit Immobiliensuchenden (und teilweise auch privaten Anbietern) werden im Haus durchgeführt. Auf Grund der räumlichen Situation im Unternehmen existiert kein Usabilitylabor. Die Tests finden stattdessen in einem normalen Besprechungsraum statt. Die notwendige technische Ausstattung wird kurz vor Beginn der Tests im Raum aufgebaut. Neben dem Versuchsleiter, der zugleich Protokollant ist, und dem Probanden befinden sich teilweise zusätzliche Besucher mit im Raum, die die Tests mitverfolgen. Alle Tests werden für nachträgliche Auswertungen per Video und Mikrofön aufgezeichnet.

Die Tests finden in einem 14-tägigen Rhythmus statt. Hierfür wird von den registrierten Usern des Portals monatlich eine passende Stichprobe von ca. 400 Personen ausgewählt und per E-Mail angeschrieben. Von dieser Auswahl melden sich in der Regel 8-30 Interessenten zurück, die dann zu den jeweiligen Testterminen eingeladen werden. Mit diesem Verfahren ist sichergestellt, dass die richtige Zielgruppe für den jeweiligen Test eingeladen wird. Durch den regelmäßigen Rhythmus können Tests zuverlässig im Designprozess eingeplant und ggf. mehrere Varianten in relativ kurzen Abständen getestet werden.

Die Tests mit gewerblichen Anbietern werden in den Büros der Anbieter durchgeführt. Die zu testenden Anwendungen sind dabei auf einem Laptop installiert, welches vom Versuchsleiter mitgebracht wird. Diese mobile Testausrüstung erleichtert die Tests vor Ort, ohne dass dadurch die Qualität der Testergebnisse leidet (vgl. Nielsen 1993, S. 202). Bei der Untersuchung sind der Versuchsleiter und oft zusätzlich ein Projektleiter anwesend. Letzterer übernimmt dabei häufig die Aufgabe des Protokollanten und erfährt zeitgleich, welche Prozesse bereits besonders gut funktionieren und an welchen Stellen noch Schwachpunkte existieren.

Auch die Probanden der Anbieterbezogenen Tests werden anhand eines Mailings rekrutiert. Zusätzlich werden Seminare und Veranstaltungen genutzt, um weitere Anbieter als Probanden zu gewinnen. Um den notwendigen Reiseaufwand in Grenzen zu halten, ist die Durchführung der Tests in der Regel auf den Raum Berlin beschränkt. Auf Grund der begrenzten Zahl verfügbarer Probanden lassen sich häufige Testiterationen jedoch bei den gewerblichen Anbietern schwieriger realisieren als bei den Nachfragern. Infolgedessen werden zunehmend auch Remote-Tests durchgeführt.

Für Remote-Tests wird die Software *Netviewer* verwendet. *Netviewer* erlaubt es, dem Probanden ein so genanntes Fernsteuerungsrecht zu erteilen. In der Untersuchungssituation befindet sich der zu testende Prototyp auf dem PC des Versuchsleiters – der Proband sieht auf seinem PC den Bildschirm des Versuchsleiters und hat über die Fernsteuerung die Möglichkeit, den Prototypen über seine eigene Tastatur und Maus zu bedienen. Die verbale Kommunikation läuft parallel via Telefon. Obwohl sich das Remote-Testing bei ImmobilienScout24 noch in der Anfangsphase befindet, haben wir schon jetzt sehr gute Er-

fahrungen gesammelt. Besonders durch den Wegfall regionaler Beschränkungen und die enormen Zeitersparnis ist das Verfahren vor allem für den B2B-Bereich eine sehr interessante Ergänzung zu den Tests vor Ort.

### 3.1 Methodische Fragen

Die beschriebene Vorgehensweise für unsere internen Usability Tests erfordert minimalen zeitlichen und technischen Aufwand. Bei der Durchführung der Tests wird die *Thinking Aloud* Methode verwendet. Diese Methode hilft uns, das mentale Modell des Nutzers zu verstehen und auch solche Usability Probleme aufzudecken, die nicht unmittelbar im Verhalten des Probanden zum Ausdruck kommen. Unsere Erfahrungen zeigen, dass auch die Probanden kaum Probleme haben, sich auf diese Methode einzulassen – selbst dann, wenn zusätzliche Besucher im Raum sind.

Eine Erweiterung der technischen Ausstattungen, z. B. für das Eyetracking, bietet unseres Erachtens keinen wesentlichen Mehrwert. Die hohen Anschaffungskosten stehen in keinem Verhältnis zum praktischen Nutzen, den solchen Verfahren für die Gestaltung bieten (vgl. Burmester, 2006, S.8). Für Fragestellungen, die sich dieser Methodik bedienen (z.B. Reihenfolge der Wahrnehmung von bestimmten Elementen) wird auf externe Dienstleister zurückgegriffen. Gleiches gilt für umfangreiche Projekte (z.B. bundesweite Usability-Tests).

### 4.0 Zusammenfassung

Interne User Experience Teams, die Teil des Produktentwicklungsprozesses sind, stehen einer doppelten Herausforderung gegenüber. Sie müssen mit der notwendigen Pragmatik den hohen Anforderungen hinsichtlich Effizienz und Flexibilität entsprechen,

die ein industrieller Entwicklungsprozess mit sich bringt. Zugleich müssen sie die Werkzeuge und Methoden mit denen sie arbeiten kontinuierlich weiterentwickeln und an die Erfordernisse der Praxis anpassen.

Im Bezug auf die Usability-Tests hat uns die Literatur maßgeblich unterstützt, den Grundstein für die unternehmensinterne Durchführung zu legen. In der Praxis mussten wir uns jedoch an die uns zur Verfügung stehenden Möglichkeiten halten, um die internen Untersuchungen in den notwendigen Zeitabständen sowie natürlich auch rentabel durchzuführen. Dennoch sind wir überzeugt, mit den angepassten Vorgehensweisen die Zielsetzung des Usability Testings zu erfüllen.

Ziel des Beitrags ist es auch, auf die spezifischen Anforderungen hinzuweisen, die heute an interne UX Teams gestellt werden und damit einen erneuten Anstoß zu geben, diese Herausforderungen in Ausbildung und Forschung stärker zu adressieren und, wo möglich, den Austausch zwischen den Akteuren zu verstärken.

### 5.0 Literaturverzeichnis

- Burmester, M. (2006): Einführung in die Blickregistrierung. Unveröffentlichtes Skript.
- Klein, S. (2001): Differenz und Kohärenz: Gestaltung und Wahrnehmung elektronischer Medien. Heidelberg: Synchron.
- Krug, S. (2000): Don't make me think! : A common sense approach to Web usability. Indianapolis: Que.
- Nielsen, J. (1994): Guerrilla HCI: Using Discount Usability Engineering to Penetrate the Intimidation Barrier. [www.useit.com/papers/guerrilla\\_hci.html](http://www.useit.com/papers/guerrilla_hci.html)
- Nielsen, J. (1993): Usability-Engineering. Boston: Academic.
- Rogers (2004): New Theoretical Approaches for HCI. In: ARIST: Annual Review of Information Science and Technology, Nr. 3