

Arbeitskreis User Research: Was ist User Research?

Workshop zur Mensch & Computer 2014

Anja Endmann, Steffen Hess, Laura Ackermann, Meinald T. Thielsch

Zusammenfassung

Im Rahmen des nutzerzentrierten Gestaltungsprozesses und den Berufsfeldern der German UPA existieren bisher noch keine Definitionen für das Handlungsfeld und Berufsbild User Research. Der AK User Research hat sich deshalb im vergangenen Jahr mit den Fragestellungen „Was ist das Handlungsfeld User Research?“ und „Welche Methoden werden in diesem Handlungsfeld (abhängig vom jeweiligen Verwendungskontext) eingesetzt?“ beschäftigt. Der Arbeitskreis möchte diese Erkenntnisse mit Usability Professionals, die sich für User Research interessieren oder selbst als User (Experience) Researcher tätig sind, teilen und diskutieren, sowie erste Abgrenzungsversuche zu Disziplinen wie Marketing und Projektmanagement vornehmen. Im Rahmen des Workshops soll darüber hinaus ein weiteres Ergebnis der AK-Arbeit – eine Fragebogenmatrix – vorgestellt werden. Sie enthält alle geläufigen Usability/User Experience-Fragebögen und lässt sich nach verschiedenen Dimensionen filtern. Wir freuen uns auf Feedback und Anregungen zu dieser Arbeit.

1 Einleitung

Nach der Gründung des Arbeitskreises im März 2013, haben sich Interessenten und Aktive des Arbeitskreises im Workshop auf der Usability Professional 2013 in Bremen getroffen, um Schwerpunkte der Arbeit zu definieren. Dazu zählten:

- Erstellung einer Definition für das Handlungsfeld User Research und der Abgrenzung zu anderen Disziplinen wie bspw. dem Marketing
- Entwicklung eines Methodenkompasses
- Erstellung einer Fachschrift
- Erstellung einer Literatursammlung
- Entwicklung einer Literaturliste zum Thema User Research und User Research Methoden

Nach einem Jahr möchten wir erste Ergebnisse unserer Arbeit mit Interessierten teilen.

2 Definition des Handlungsfeldes User Research

Obwohl der Begriff User Research in der Industrie verbreitet ist, findet sich in der DIN EN ISO 9241 bisher keine Definition dieses Handlungsfeldes. Auch in den Berufsfeldern der German UPA, die den nutzerzentrierten Gestaltungsprozess begleiten, findet sich kein Hinweis auf dieses Themenfeld. Deshalb hat sich der Arbeitskreis User Research das Ziel gesetzt, eine Definition des Handlungsfeldes zu erarbeiten.

Die im vergangenen Jahr erstellte Definition orientiert sich am nutzerzentrierten Gestaltungsprozess der DIN EN ISO 9214-210, nimmt aber keinen Bezug zu Rollen und/oder Jobbezeichnungen, die diese Tätigkeiten ausführen.

Der Definitionsvorschlag des Arbeitskreis User Research lautet wie folgt:

Das Handlungsfeld "User Research" umfasst alle Aktivitäten während der Analyse, des Designs und der Evaluierung eines zu entwickelnden oder überarbeitenden interaktiven Systems. Dabei werden direkt oder indirekt Informationen zu relevanten Kontextfaktoren (Charakteristika, Ziele und Arbeitsaufgaben der (zukünftigen) Benutzer, Arbeitsmittel und Arbeitsumgebung) ermittelt und für die weiteren Aktivitäten des nutzerzentrierter Gestaltungsprozess' aufbereitet.

Zu den einzelnen Phasen des menschenzentrierten Gestaltungsprozess' wurden Methoden und Techniken zugeordnet, die im Handlungsfeld User Research Anwendung finden. Die nachfolgende Tabelle gibt einen Überblick, welche Methoden zu welchen Phasen des nutzerzentrierten Gestaltungsprozesses zugeordnet wurde. Sie erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit.

Phase	Methoden/Arbeitsergebnis
Verstehen und Festlegen des Nutzungskontextes	Interview Beobachtung Contextual Inquiries Tagebuchmethode Fragebogen Konkurrenzanalyse Personas Abhängigkeits- und Arbeitsflußdiagrammen Zuständigkeitendiagramm Rollenmodell Aufgabenmodell
Festlegen der Nutzungsanforderungen	Dokumentation aller Anforderungen inkl. deren Priorität

	User Stories Use Cases Szenarien Storyboards
Erarbeitung von Gestaltungslösungen zur Erfüllung der Nutzungsanforderungen	Dokumentation der Nutzungsmodelle
Evaluieren von Gestaltungslösungen anhand der Anforderungen	Usability Test Experten Review Heuristische Evaluation Fragebogen

3 Fragebogenmatrix

Seit der German UPA-Tagung 2013 in Bremen hat sich der Arbeitskreis verstärkt der Entwicklung einer Fragebogenmatrix gewidmet. Diese soll alle geläufigen Usability und User Experience Fragebögen enthalten und sich nach verschiedenen Dimensionen filtern lassen. Zu diesen Dimensionen gehören zum Beispiel verfügbare Sprachversionen des Verfahrens, Verwendungskontext, Beurteilungsdimensionen, Itemanzahl und Ausfülldauer sowie ergänzende Links und Publikationen.

Die nachfolgenden Fragebögen geben einen kurzen Überblick über die derzeit in der Fragebogenmatrix enthaltenen und im Arbeitskreis diskutierten Verfahren:

- ASQ (After Scenario Questionnaire)
- AttrakDiff
- Classical and expressive aesthetics (Scales for measuring classical aesthetics / expressive aesthetics)
- CSUQ (Computer System Usability Questionnaire)
- E-Quest
- FUX-Analyzer
- HUX - Holistic User Experience Questionnaire
- INTUI (Inuitive Interaction)
- IsoMetrics L (long)
- IsoMetrics S (short)
- IsoNorm 9241/10
- IsoNorm 9241/110-S (short version)
- IsoNorm 9241/110-L (long version)
- Komfort und Spaß (Fragebogen zur Messung von Fahrkomfort und Fahrspaß)

- meCUE (Modulare Evaluation zentraler Aspekte der User Experience)
- MPUQ (Mobile Phone Usability Questionnaire)
- MUMMS (Measuring the Usability of Multi-Media Systems)
- NPS (Net Promoter Score)
- PANAS (Positive and Negative Affect Schedule Questionnaire)
- PSSUQ (Post Study System Usability Questionnaire)
- QUESI (A Questionnaire for Measuring the Subjective Consequences of Intuitive Use)
- QUIS Version 7.0 (Questionnaire of User Interface Satisfaction)
- SAM (Self Assessment Manakin)
- SEQ (Single Ease Questionnaire)
- SUMI (system Usability Measurement Inventory)
- SUPR-Q (Standardized Universal Percentile Rank Questionnaire)
- SUS (System Usability Scale)
- TA-EG (Fragebogen zur Technikaffinität)
- TAM (Technology Acceptance Model)
- UEQ short (User Experience Questionnaire)
- UEQ long
- UFOS (Fragebogen zur Messung der Usability von Onlineshops)
- UX Score der GfK
- VisAWI (Visual Aesthetics of Websites Inventory)
- VisAWI-S
- WAMMI (Website Analysis and Measurement Inventory)

Die zuvor aufgeführten Fragebögen werden im AK auf Basis von Kriterien evaluiert, die dazu dienen sollen, einen eingehenden Überblick über alle Fragebögen zu erhalten und im Fall der Fälle den richtigen Fragebogen auszuwählen. Im Folgenden werden die Bewertungskriterien genannt und die im AK verwendete Definition angegeben:

Kriterium	Beschreibung
Sprache	Angabe der Sprachen, in denen der Fragebogen verfügbar ist.
Verwendungskontext	Das Kriterium Verwendungskontext beschreibt die ursprünglich intendierte Nutzung des Fragebogens. Hier wird insbesondere unterschieden, ob ein Fragebogen in den Kategorien Business Software, Mobile Apps, Webseiten/Online-Shops und Hardware eingesetzt werden kann.
Dimensionen	Angabe der Dimensionen, die durch den Fragebogen gemessen werden können (nach ISO 9241-110 und ISO 9241-210): Usability (allgemein) Effektivität Effizienz

	Zufriedenstellung Dialoggestaltungsregeln User Experience
Stadium der Entwicklung	Angabe der Eignung der Fragebögen je nach Entwicklungsstadiums der Software bzw. des Produktes. Verfügbare Stadien: Idee Low-fidelity Prototypen (Papier und Interaktionsdesign) Mid-fidelity Prototypen (Simulation) High-fidelity Prototypen (techn. Prototyp, Dummydaten) Implementierte Lösung (vollen Funktionsumfang, mit korrekten Datenbestand)
Gütekriterien	Betrachtung der drei Hauptgütekriterien aus der Psychometrie: 1. Objektivität: Diese ist dann gegeben, wenn die Ergebnisse eines Verfahrens unabhängig von der Person sind, die die Befragung durchführt, auswertet und interpretiert. 2. Reliabilität: Die Messgenauigkeit eines Verfahrens. Oftmals operationalisiert über die Korrelation aller Items untereinander (z.B. Cronbachs Alpha) oder die Korrelationen der Daten aus zwei verschiedenen Messzeitpunkten (Retest-Reliabilität). 3. Validität: Misst ein Fragebogen überhaupt zielsicher genau das Merkmal was er messen soll - und nicht etwas ganz anderes. Hier sollten mehrere Aspekte gleichzeitig geprüft sein: Man vergleicht beispielsweise einen neuen Fragebogen mit vorhandenen Verfahren, die das gleiche messen sollen (dann sollte es hoch korrelieren), oder die etwas ganz anderes messen sollen (dann sollte es wenig bis gar nicht korrelieren). Man zieht Expertenurteile zu Rate, führt Experimente durch oder versucht die angenommenen Faktoren mittels einer konfirmatorischen Faktorenanalyse zu bestätigen.
Deskriptive Kriterien	Statistische Kriterien, wie Anzahl der Fragen und Anzahl der Probanden runden die Darstellung ab und geben einen ersten Einblick in Aufwand und Komplexität zur Durchführung einer Befragung mit dem jeweiligen Fragebogen.
Referenzen	Der Bereich Referenzen gibt die Quellen und weiteres Material zum jeweiligen Fragebogen an.

4 Ziel des Workshops

Ziel des Workshops ist es, Feedback zu den bisherigen Arbeitsergebnissen des AK zu erhalten. Der Workshop richtet sich sowohl an Einsteiger im Bereich User Research, als auch an Usability Professionals mit langjähriger Praxiserfahrung.

Für den Workshop sind folgende Punkte geplant:

- Präsentation und Diskussion der bisherigen Arbeitsergebnisse aus dem AK
- Austausch über die bisherigen Erfahrungen der Teilnehmer im Handlungsfeld User Research
- Erarbeitung weiterer Fragestellungen für die zukünftige Arbeit im AK User Research

An dieser Stelle möchten wir uns bereits jetzt herzlich bei allen Teilnehmern des AKs UR für ihre Mitarbeit bedanken!

Literaturverzeichnis

DIN EN ISO 9241-210 (2010). *Ergonomie der Mensch-System-Interaktion - Teil 210: Prozess zur Gestaltung gebrauchstauglicher interaktiver Systeme.*

Schumacher, R. (2006). *Handbook of Global User Research.* Morgan Kaufman, Elsevier Science, San Francisco.

Sharon, T. (2012). *It's Our Research – Getting Stakeholder Buy-in for User Experience Research Projects.* Morgan Kaufman, Elsevier Science, San Francisco.#

Kontaktinformationen

Anja Endmann

Software AG Tochter itCampus GmbH, Nonnenstraße 37, 04229 Leipzig,
a.endmann@itcampus.de

Steffen Hess

Fraunhofer IESE, Fraunhofer-Platz 1, 67663 Kaiserslautern, steffen.hess@iese.fraunhofer.de

Meinald Thielsch

Westfälische Wilhelms-Universität Münster, Institut für Psychologie, Fliednerstr. 21, 48149
Münster, thielsch@uni-muenster.de

Laura Ackermann

FH Salzburg GmbH, DE|RE|SA (Design Research Salzburg), Markt 136a, 5431 Kuchl
(Österreich), laura.ackermann@fh-salzburg.ac.at



Anja Endmann, Diplom-Kommunikationspsychologin, arbeitet als Senior User Experience Researcher bei der itCampus GmbH. Ihr Aufgabenspektrum umfasst die Bereiche User Research & Requirements Engineering, Evaluation von Softwarelösungen mit Experten und realen Nutzern, User-Centered Design, Design Thinking, Projektmanagement und Trainings. Während des Studiums an der Hochschule Zittau/Görlitz und ihrer darauffolgenden Tätigkeit an der TU Chemnitz beschäftigt sie sich intensiv mit verschiedenen Methoden zur Erhebung von Anforderungen und Evaluation. Seit 2012 arbeitet Sie als Dozentin an der HTWK Leipzig und der HTW Dresden. Darüber hinaus ist sie Mitbegründerin und Leiterin des

Arbeitskreises User Research der German UPA.



PD Dr. Meinald T. Thielsch hat Psychologie an der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster studiert; 2004 bis 2008 folgte ein Promotionsstudium Psychologie und Wirtschaftsinformatik, im Jahr 2013 die Habilitation im Fach Psychologie zum Thema User Experience. Seit 2004 wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Psychologie der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster; seit 2014 als Akademischer Rat. Nebenberuflich als Referent und wissenschaftlicher Berater tätig, u.a. seit 2005 in Projekten mit der Meuter & Team GmbH. Lehraufträge an den Universitäten Bonn und Fribourg (Schweiz) sowie der Fachhochschule Münster. Seine Arbeits- und Forschungsschwerpunkte liegen in den Bereichen Wirtschaftspsychologie, User Experience, E-

Recruiting, Forschungs-Praxis-Transfer, Evaluation und Online-Forschung.

E-Mail: thielsch@uni-muenster.de

Web: www.meinald.de



Steffen Hess studierte Wirtschaftsingenieurwesen mit Fachrichtung Informatik an der TU Kaiserslautern. Bereits während seines Studiums arbeitete er als Usability Tester und User Researcher beim Fraunhofer IESE in Kaiserslautern. Seit 2009 ist er dort als wissenschaftlicher Mitarbeiter in den Bereichen Requirements Engineering und User Experience mit den Themenschwerpunkten Interaktionsdesign, UX Prototyping und Mobile Geschäftsanwendungen aktiv. Er verfügt über Erfahrung in der Konzeption, Entwicklung und Bewertung von zahlreichen Anwendungen und Apps in verschiedenen Branchen sowie aus Forschungsprojekten im Mobile Software Engineering. Heute ist Steffen Hess am

Fraunhofer IESE als Teamleiter für User Experience und Mobile Software Engineering tätig.



Laura Ackermann hat Wirtschaftsingenieurwesen an der Hochschule Aschaffenburg sowie an der Universität Kassel studiert. Während ihres Masterstudiums spezialisierte sie sich auf die Schwerpunkte Mensch-Maschine-Interaktion und Arbeitspsychologie. Nach ihrer Tätigkeit als wissenschaftliche Mitarbeiterin am Fachgebiet Mensch-Maschine-Systemtechnik der Universität Kassel ist sie seit 2013 als Junior Researcher im Forschungsbereich DE|RE|SA (Design Research Salzburg) an der Fachhochschule Salzburg GmbH tätig. Sie beschäftigt sich dort in Forschung und Lehre mit den Bereichen User Experience, Methodenentwicklung und Produktdesign.