

Vergleich von UX Fragebögen

Andreas Hinderks¹, Martin Schrepp², Jörg Thomaschewski³

University of Seville¹, SAP SE², Hochschule Emden/Leer³

Fragestellung

- Für den Gesamteindruck der User Experience eines Produkts spielen viele Aspekte eine Rolle, z.B. Effizienz, Schönheit des UI, Spass bei der Nutzung, etc.
- Wie wichtig diese Aspekte sind hängt zusätzlich von der Art des Produkts ab. Für eine betriebswirtschaftliche Anwendung sind andere Aspekte wichtig, als für ein soziales Netzwerk.
- Aus diesem Grund haben sich verschiedene UX Fragebögen etabliert, die mit ihren Skalen unterschiedliche UX Aspekte messen.
- Wir untersuchen, in welcher Beziehung die Skalen dreier verbreiteter UX Fragebögen stehen.

Untersuchte Fragebögen

In der Studie wurden drei verbreitete UX Fragebögen untersucht:

- **meCUE:** Misst Eindruck, Emotionen und daraus folgende Handlungskonsequenzen mit den Skalen *Nützlichkeit*, *Benutzbarkeit*, *visuelle Ästhetik*, *Status*, *Bindung*, *positive* und *negative Emotionen*, *Produktloyalität* und *Nutzungsintention*.
- **UEQ:** Misst den Eindruck eines Nutzers zur UX einer Anwendung mit den Skalen *Attraktivität*, *Effizienz*, *Durchschaubarkeit*, *Steuerbarkeit*, *Stimulation* und *Originalität*.
- **VISAWI:** Misst die visuelle Ästhetik von Web-Seiten mit den Skalen *Vielfalt*, *Einfachheit*, *Farbigkeit* und *Kunstfertigkeit*.

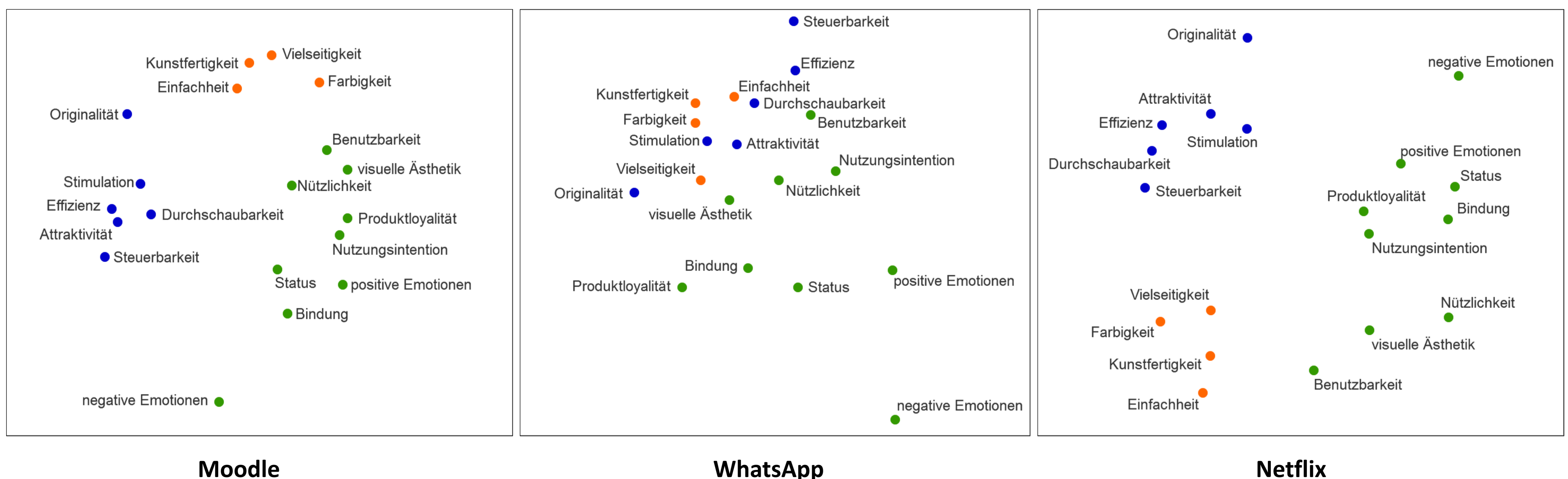
Die Studien

- WhatsApp, Netflix und Moodle wurden als Anwendungen gewählt, da diese sehr bekannt sind, aber stark unterschiedliche Nutzungskontexte abbilden.
- Diese Anwendungen wurden von studentischen Teilnehmern mit den drei UX Fragebögen meCUE, UEQ und VISAWI bewertet.
- Jeder Teilnehmer bewertete eine der Anwendungen mit allen drei Fragebögen.

- Der Fragebogen wurde 259-mal begonnen. Nach Entfernen aller unvollständigen Datensätze verblieben 137 auswertbare Antworten.
- Durchschnittsalter der Teilnehmer war 28,6 Jahre, 36% der Teilnehmer waren weiblich, 64% männlich.
- Auf WhatsApp entfielen 31 auswertbare Antworten, auf Netflix 63 und auf Moodle 43.

Visualisierung der Korrelationen über Multi-Dimensionale Skalierung

Die folgenden Abbildungen visualisieren die Beziehungen der Korrelationen zwischen den Skalen der Fragebögen durch eine Multi-Dimensionale Skalierung. Je näher zwei Skalen zusammenliegen, desto höher ist die Korrelation. Die Lage einer Skala innerhalb des Bereichs kann nicht interpretiert werden.



Blau: UEQ, Orange: VISAWI, Grün: meCUE

Die komplette Beschreibung der Studie inklusive der numerischen Korrelationen findet sich unter:
Hinderks, A.; Schrepp, M. & Thomaschewski, J. (2018). Vergleich von UX Fragebögen: Evaluationsbericht von Whatsapp, Netflix und Moodle mit meCUE, Visawi und UEQ. DOI: 10.13140/RG.2.2.36124.18560.

Ergebnisse

- Die Korrelationsmuster unterscheiden sich nach Anwendung. Das Produkt hat also eine Auswirkung auf die Korrelation der Skalen.
- Das lässt sich damit erklären, dass die Items eines Fragebogens immer im Kontext der Befragung interpretiert werden, d.h. im Kontext des untersuchten Produkts. Hierdurch können leichte Bedeutungsunterschiede entstehen, die einen Einfluss auf die Korrelationen von Items und damit auch Skalen haben.
- Die Skalen innerhalb eines Fragebogens korrelieren tendenziell höher als Skalen zwischen Fragebögen, auch wenn solche Skalen inhaltlich ähnliche Konstrukte messen sollen.
- Evtl. haben die verschiedenen Item-Formate und unterschiedliche Arten Items zu formulieren einen starken Einfluss.
- Einschränkend muss man festhalten, dass die berichteten Datensätze recht klein sind und nur drei Produkte untersucht wurden. Es ist geplant weitere Untersuchungen durchzuführen.

