

Die Messung von Usability-Verbesserungen mittels AttrakDiff™ und der daraus gezogenen Rückschlüsse

Jochen Burckhardt
FIDUCIA IT AG
Fiduciastr. 20
76227 Karlsruhe
Jochen.burckhardt@fiducia.de
www.fiducia.de

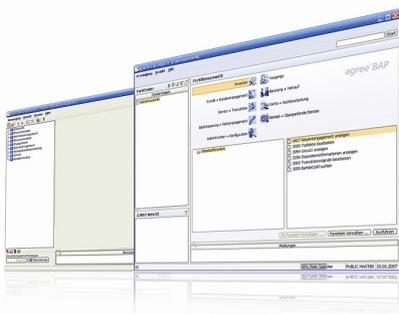
Abstract

In diesem Beitrag wird die Untersuchung von agree® BAP Version 2.2 und Version 3.0 mittels AttrakDiff™ erläutert. Während der Pilotphase zur Version 3.0 wurde parallel eine Befragung von repräsentativen Nutzern auf Basis von AttrakDiff™ durchgeführt.

Aus den Daten dieser Beurteilungen lässt sich ermitteln wie attraktiv, im Hinblick auf Bedienbarkeit und Aussehen agree® Bankarbeitsplatz (BAP) empfunden wird und ob Optimierungsbedarf besteht.

Keywords

Usability, AttrakDiff, Projekt, Einführung, Pilotphase, Attraktivität



1.0 Einleitung

Gebrauchstauglichkeit ist mittlerweile in der FIDUCIA IT AG ein anerkanntes Qualitätsmerkmal. Seit Einführung von agree® BAP Version 1.0 werden die Anwender intensiv in den Entwicklungsprozess mit einbezogen. In Arbeitskreisen, Umfragen und Usability Tests wird die Bankanwendung laufend an die Bedürfnisse der Anwender angepasst und optimiert.

Mit der Umstellung auf agree® BAP Version 3.0 wurde die visuelle Gestaltung verändert, die Bedienung vereinfacht und neue Features eingeführt.

Durch die Vielzahl der Änderungen wurde während der Pilotphase agree® BAP

Version 3.0 eine Untersuchung der Attraktivität und des Aussehen mittels AttrakDiff™ durchgeführt.

2.0 Ziel der Untersuchung

In den bisherigen Untersuchungen von agree® BAP wurde der Hauptfokus auf die Gebrauchstauglichkeit gelegt. Diese Betrachtungsweise ist im Hinblick auf die visuellen Änderungen der Anwendung nicht ausreichend.

Die Anwendung sollte nicht nur zufriedenstellend zu bedienen sein, sondern kann auch Freude bei seinem Benutzer auslösen. Kann ein Anwender die Anwendung erfolgreich bedienen, stellt sich Zufriedenheit als emotionale Reaktion ein¹.

Vorher – Nachher. Die Anwender bewerten und vergleichen das alte und das neue Bedienkonzept (Version 2.2/3.0) in zwei unabhängigen Befragungen nach den Kriterien von AttrakDiff™.

3.0 AttrakDiff²

Der AttrakDiff™ besteht aus vielen Wortpaaren, mit deren Hilfe die Beurteilung vorgenommen wird. Die Wortpaare stellen jeweils extreme Gegensätze dar, zwischen denen eine Abstufung möglich ist.

Beispiel Wortpaar:
unsympathisch- sympathisch

3.1 Pragmatische Qualität (PQ)

Sie beschreibt die Benutzbarkeit eines Produktes, und verdeutlicht, wie gut der Nutzer seine Ziele mit Hilfe des Produkts erreichen kann.

3.2 Hedonische Qualität - Stimulation (HQ-S)

Menschen haben das Bedürfnis sich weiterzuentwickeln. Die Dimension bildet ab, inwieweit ein Produkt diese Entwicklung unterstützen kann, indem es neuartige, interessante und anregende Funktionalitäten, Inhalte, Interaktions- und Präsentationsstile bietet.

¹ Hassenzahl 2003

² www.attrakdiff.de

3.3 Hedonische Qualität - Identität (HQ-I)

Sie bildet ab, inwieweit ein Produkt neuartige, interessante und anregende Funktionalitäten Inhalte, Interaktions- und Präsentationsstile bietet.

3.4 Attraktivität (ATT)

Sie beschreibt eine globale Bewertung des Produkts auf der Basis der wahrgenommenen Qualität.

Die Pragmatische und hedonische Qualität sind unabhängig voneinander und tragen in etwa gleichstark zum Attraktivitätsurteil bei.

4.0 agree® BAP - Neue Features und Änderungen

- Überarbeitete Darstellung
- Neu übersichtliche Startseite
- Farben und Schrift
- Neue Features (Expertencode, Favoriten, Kundenkontext)

5.0 Kenndaten der Untersuchung

Die zwei Befragungen gliederten sich in eine Vorstudie zu agree® BAP Version 2.0 und einer Nachstudie zu agree® BAP Version 3.0. In den beiden Untersuchungsphasen hatten maximal 100 Anwender die Möglichkeit online und anonymisiert an der Befragung teilzunehmen.

5.1 Vorstudie Version 2.2

- Laufzeit: 10 Wochen
- Teilnehmer: 75 (29w, 46m)

5.2 Nachstudie Version 3.0

- Laufzeit: 8 Wochen
- Teilnehmer: 64 (29w, 35m)

5.3 Ausgeübte Tätigkeiten/Berufe der teilnehmenden Anwender:

Die Testpersonen bildeten einen repräsentativen Durchschnitt der Anwender.

Bankkaufleute, Bankfachwirte, Kundenberater, Dipl. Betriebswirte, Auszubildende, Geschäftstellenleiter, Vorstandsassistenten, Vermögensberater, Controller.

6.0 Ergebnisüberblick

agree® BAP Version 3.0 hat sich im Vergleich zu agree® BAP Version 2.2 verbessert. Sowohl die pragmatische Qualität als auch die hedonische Qualität haben sich messbar erhöht.

Am deutlichsten wurde von den Anwendern eine Steigerung der pragmatischen Qualität und der Attraktivität festgestellt.



Abb. 1: Portfolio mit der durchschnittlichen Ausprägung der Dimensionen PQ und HQ des Produkts in der Vorstudie (BAP 2.2) und Nachstudie (BAP 3.0).

In der Portfolio-Darstellung ist vertikal die Ausprägung der hedonischen Qualität zu sehen (unten = geringe Ausprägung). Horizontal ist die Ausprägung der pragmatischen Qualität zu

der pragmatischen Qualität zu sehen (links = geringe Ausprägung).

6.1 Profil der Wortpaare

In der pragmatischen Qualität wird von den Anwendern die größte Veränderung festgestellt.

Es gibt eine deutliche Tendenz in Richtung einfach, praktisch, übersichtlich und handhabbar.

7.0 Fazit

Die Testpersonen sind sich bedingt durch die kurze Eingewöhnungsphase an Version 3.0 weniger einig, als bei der Bewertung der Version 2.2.

Es lässt sich nicht vermeiden, dass die Anwender nicht nur die neuen Features sondern auch die unveränderten Masken die den bankfachliche Anwendungskontext abbilden. Diese werden in weiteren Schritten optimiert, um die Gesamtanwendung noch besser an die Bedürfnisse der Anwender anzupassen.

Für eine Bankanwendung ist eine hohe hedonische Qualität nicht zwingend erforderlich. Im Vordergrund steht die Erreichung einer möglichst hohen pragmatischen Qualität.

Literatur

Burmester M.; Hassenzahl M.; Koller F.; (2003): AttrakDiff: Ein Fragebogen zur Messung wahrgenommener hedonischer und pragmatischer Qualität.

Hassenzahl M. (2005): AttrakDiff™ und die AttrakDiff™-Website werden als Gemeinschaftsprojekt der User Interface Design GmbH und Marc Hassenzahl entwickelt und bereitgestellt.