

Heuristische Evaluation von Web-Sites

Werner Schweibenz

Fachrichtung 5.6 Informationswissenschaft, Universität des Saarlandes

Zusammenfassung

Der Workshop bietet eine Einführung in das Web Usability Engineering am Beispiel einer expertenorientierten Evaluationsmethode zur Verbesserung der Benutzerfreundlichkeit von Web-Sites. Vorgestellt wird die heuristische Evaluation von informationsorientierten Web-Sites mit den *Heuristics for Web Communication*. Am Beispiel einer Usability-Studie wird die Durchführung, sowie Vor- und Nachteile einer heuristischen Evaluation vorgestellt.

Zielgruppe

Online-Redakteure und Webdesigner

Inhalt

Die heuristische Evaluation ist eine anerkannte Methode des Usability Engineering. Unter heuristischer Evaluation versteht man, „dass eine geringe Zahl von Gutachtern die Benutzerschnittstelle eines Produktes untersucht und überprüft, inwieweit diese mit bestimmten Usability Prinzipien (Heuristiken) übereinstimmt“ (Eichinger 1999). Gegenüber anderen Methoden des Usability Testing (z.B. Produkttests mit Benutzern und der Methode des lauten Denkens) hat die heuristische Evaluation den Vorteil, dass sich der zeitliche und finanzielle Aufwand in Grenzen hält, da die Prüfmethode leicht zu erlernen, anzuwenden und schnell durchzuführen sind. Verschiedene Untersuchungen haben die heuristische Evaluation als sehr effizient beschrieben. Bereits ein einzelner Prüfer erkennt etwa 35 Prozent der Usability Probleme, drei bis fünf Gutachter finden etwa 75 Prozent aller Usability Probleme. Die heuristische Evaluation mit den *Heuristics for Web Communication* erfolgt in einem Team von vier bzw. fünf Gutachtern. Die Gutachter prüfen individuell, inwieweit die zu evaluierende Web-Site den Anforderungen der Heuristiken entspricht. Das Ergebnis der heuristischen Evaluation ist eine Liste von Usability-Problemen, die unter Bezugnahme auf die Heuristiken genau beschrieben und beim Redesign behoben werden können. Um die gefundenen Usability-Mängel zu objektivieren und die Prioritäten beim Redesign festzulegen werden die Usability-Probleme nach einem Ratingverfahren bewertet. Bei diesem Severity Rating nach Nielsen werden die Mängel in fünf Kategorien eingeteilt (Tabelle 1). Dabei spielten Fragen der Häufigkeit und Persistenz der Usability-Probleme ebenso eine Rolle, wie der Einfluss, den sie auf die Benutzer haben.

Tabelle 1: Kategorien des Severity Rating nach Nielsen

- 0 Kein Usability-Problem (eigentlich überhaupt kein Problem)
- 1 Kosmetisches Problem (nur beseitigen, wenn genügend Zeit ist)
- 2 Kleines Usability-Problem (geringe Priorität bei der Beseitigung)
- 3 Großes Usability-Problem (hohe Priorität bei der Beseitigung)
- 4 Usability-Katastrophe (muss unbedingt beseitigt werden)

Die *Heuristics for Web Communication* wurden speziell für das Web entwickelt und basieren auf den Erkenntnissen der Forschungsgebiete Text- und Bildverständlichkeit, Hypertextnavigation, Webdesign und Usability Testing.

Die Heuristik *Displaying Information on the Web* berücksichtigt das gesamte Spektrum der visuellen Darstellungsmöglichkeiten im Web. Sie untersucht,

- wie man dargestellte Elemente gut erkennbar bzw. lesbar gestaltet,
- wie sie logisch angeordnet werden sollen,
- wie Bilder, Illustrationen und Bewegtbilder eingesetzt werden sollen.

Die *Heuristic for Web Navigation* befasst sich mit der Navigation aus der Sicht der Hypertexttheorie. Sie untersucht,

- wie Links und Orientierungsinformation gestaltet sein sollten und
- wie Navigationsmittel koordiniert sein sollten.

Die *Role Playing Heuristics* behandelt die Rollenverteilung und den Rollenwechsel zwischen Autor und Leser von Webseiten basierend auf der Forschung zur Hypertext-Rhetorik. Sie untersucht,

- welche Rollen Autor und Leser einnehmen und
- wie sich das Rollenverhältnis von Autor und Leser gestaltet.

Die *Text Comprehension Heuristic* behandelt die Verständlichkeit von Webseiten basierend auf der Forschung zur Textverständlichkeit. Sie untersucht

- wie der Text geschrieben und organisiert sein soll,
- wie man Glaubwürdigkeit erreicht.

Die Heuristik *Web Data Collection for Analyzing and Interacting with Your Users* befasst sich mit der Analyse der Besucher einer Web-Site und wie die Beziehungen zwischen Anbieter und Besuchern und zwischen Besuchern untereinander verbessert werden können. Sie untersucht

Serverlogdaten zur Analyse der Benutzung und der Besucher einer Website und Mittel, wie eine Beziehung und ein Gemeinschaftsgefühl mit den virtuellen Besuchern hergestellt werden kann.

Literatur

- Eichinger, A. (1999): Usability. Internet, URL <http://pc1521.psychologie.uni-regensburg.de/student2001/Skripten/Zimmer/usability.html>. Version: 07/98. Letzter Zugriff: 05.12.00.
- Jost, J./Schütz, B./Schweibenz, W. (1999): Heuristische Evaluation von Webseiten. In: tekomp-Jahrestagung 1999 in Mannheim. Zusammenfassungen der Referate. Stuttgart: tekomp. S. 127-128
- Heuristics for Web Communication. Special Issue of the Journal of Technical Communication, 47 (3) August 2000.
- Heuristics for Web Communication. Revised Heuristics from the Workshop (August 1999). Internet, URL <http://www.uwtc.washington.edu/international/workshop/1999/post-workshop/heuristics/default.htm>.
- Nielsen, J. (1999): Heuristic Evaluation. In: useit.com. Internet, URL <http://www.useit.com/papers/heuristic/>. Version: 04/99. Letzter Zugriff: 05.12.00.

Adressen der Autoren

Werner Schweibenz
 Universität des Saarlandes
 Studiengang Informationswissenschaft
 Nauheimer Str. 91
 70372 Stuttgart
 w.schweibenz@zr.uni-sb.de