



Marian Möhren

Pixelpark Agentur
Cäcilienkloster 2
50676 Köln
marian.moehren@pixelpark.com

Abstract

Der Kurzbeitrag präsentiert die Methode des moderierten Remote Usability Testings anhand der Erfahrungen eines Praxisbeispiels. Dabei werden Schwierigkeiten und Tipps hinsichtlich Recruiting und Vorbereitung, Setup und Technik sowie Durchführung und Moderation des Testings beschrieben.

Keywords:

/// Remote Usability Testing
/// Methode
/// Praxisbericht
/// Tipps

1. Einleitung

Vor dem Hintergrund einer zunehmenden Ausweitung der Geschäfte auf globale Märkte und vermehrt standortübergreifender Teamarbeit steigt für immer mehr Unternehmen die Bedeutung des Usability Testings von internen und externen Online-Angeboten, deren Nutzer sich an geographisch entfernten Orten befinden. Da folglich auch mit Testpersonen aus diesen Orten getestet werden sollte, bietet sich hierfür die Methode des synchronen (d.h. moderierten) Remote Usability Testings an. Der vorliegende Beitrag präsentiert anhand eines Praxisbeispiels konkrete Tipps, aber auch Schwierigkeiten beim Einsatz dieser Testingmethode.

2. Ausgangslage und Zielsetzung des Testing-Beispiels

Im Rahmen der konzeptionellen und gestalterischen Entwicklung einer Länderwebsite für einen Unternehmensbereich eines internationalen Großkonzerns galt es, die erarbeiteten Vorschläge zu testen, bevor die komplette, detaillierte Ausarbeitung und die technische Umsetzung erfolgen sollten. Aufgrund der geographischen Lage der Zielgruppe (amerikanischer Markt) und enger Zeitvorgaben wurde die Methode des moderierten Remote Usability Testings ausgewählt, zumal hiermit

erfahrungsgemäß wertvolle Ergebnisse zu erzielen sind (vgl. hierzu auch Gough/Phillips 2003). Außerdem konnte so dem Wunsch entsprochen werden, das Testing nicht komplett an externe Partner in Amerika zu vergeben und dadurch weitgehend alle Einflussmöglichkeiten einzubüßen.

Getestet werden sollten die Verständlichkeit und Bedienbarkeit sowohl der geplanten Website-Struktur samt Navigationsmechanismen und -Wordings, als auch verschiedene Aspekte des Grafik- und Interaktionsdesigns. Als Testgegenstand wurde hierzu ein klickbarer HTML-Prototyp der Länderwebsite erstellt, der die wichtigsten Seiten und Elemente enthielt und somit die Durchführung der Testaufgaben ermöglichte.

3. Schwierigkeiten & Tipps

3.1. Recruiting

Grundsätzlich hat sich gezeigt, dass das Recruiting der Testpersonen für den Erfolg des Remote Testings eine noch größere Bedeutung hat als bei Vor-Ort-Testings, da die Testpersonen mehr noch als sonst in der Lage sein müssen, sich verbal auszudrücken. Die Aufnahme nonverbaler Kommunikationssignale wie Gesten etc. ist kaum möglich (das Setup des vorliegenden Beispiels beinhaltete auch kein paralleles Videoconferencing, über das

sich Proband und Moderator hätten sehen können, vgl. nächstes Kapitel).

Im vorliegenden Beispiel war die Tendenz festzustellen, dass die Probanden bei einem Remote Testing dazu neigen, entweder eigenständig sehr viel zu sprechen (auch abweichend von der eigentlichen Aufgabe), oder aber die verbale Kommunikation auf ein Minimum zu beschränken, d.h. weniger als gewünscht durch „Think Aloud“ ihre Gedanken und Aktionen zu artikulieren. Beides ist vermutlich auf die fehlende physische Präsenz des Moderators zurückzuführen, der bei Vor-Ort-Tests einerseits „regulierend“ wirkt, andererseits aber auch einen direkten, körperlich vorhandenen Ansprechpartner darstellt, dessen Präsenz die Kommunikation erleichtert.

Beim Recruiting für Remote Testings ist es weiterhin empfehlenswert, mehr „Fallback“-Testpersonen als sonst zu rekrutieren, da die Ausfallquote höher zu sein scheint (im vorliegenden Beispiel wählten sich mehr als ein Drittel der Probanden zum vereinbarten Testing-Termin nicht ein und waren auch nicht erreichbar; vgl. zu diesem Thema auch Bolt 2006). Auch die Fallback-Testpersonen müssen dann in den Testing-Zeitplan integriert werden (hierbei dürfen im Übrigen die verschiedenen Zeitverschiebungen nicht vergessen werden). Die insgesamt höhere Ausfallquote mag auch den Umständen der Testsituation geschuldet sein: Ein

Termin zu Hause oder bei der Arbeit kann leichter durch andere Termine oder Vorfälle „verdrängt“ werden als ein externer Termin an einem anderen Ort.

In jedem Fall sollte bereits beim Recruiting das technische Setup bei den Probanden vollständig abgeklärt werden. So lassen sich diverse Hürden, die ein erfolgreiches Testing blockieren (vgl. Kapitel „Technik“), bereits im Voraus eliminieren.

Beim Recruiting der Testpersonen in einem multikulturellen Land wie den USA ist interessanterweise auch damit zu rechnen, dass nicht alle Personen der Zielgruppe die Landessprache auf muttersprachlichem Niveau beherrschen (zumindest traf dies auf einen Teil der Probanden im vorliegenden Beispiel zu). Dies erschwert zwar das Ziehen von Schlussfolgerungen aus den Testergebnissen, gibt auf der anderen Seite jedoch auch Hinweise auf Aspekte, die für die Gestaltung zusätzlich zu berücksichtigen sein könnten (insbesondere hinsichtlich der Verständlichkeit von Wordings).

3.2. Test-Setup

Das Setup der eigentlichen Testsessions stellte sich wie folgt dar: Der HTML-Prototyp wurde auf einem Server in Deutschland gehostet, die jeweilige Testperson in den USA konnte über die Screensharing-Software „GoToMeeting“ auf diesen zugreifen und ihn bedienen. Parallel war die Testperson über eine Audiokonferenz (Telefon oder VoIP im virtuellen Meetingraum) mit dem Moderator des Testings verbunden. Zusätzlich waren Mitglieder der für Konzept und Design verantwortlichen Online-Agentur sowie mehrere Stakeholder des Kunden (d.h. des Website-Anbieters) in Deutschland und den USA als „stille Zuhörer“ in die Telefonkonferenz und auch in die Webkonferenz des Screensharing-Tools eingeloggt, konnten also sowohl die Aussagen von Moderator und Testperson als auch alle Aktivitäten auf der Website live mitverfolgen. Diese „Teilnahme“ war hinsichtlich gemeinsamer und zeitnaher Entscheidungen über erkannte

Usability-Probleme und entsprechende Änderungen an der Website sehr wertvoll. Als außerordentlich hilfreich erwies sich zudem die Verbindung des Moderators mit dem „Zuhörerteam“ über einen Instant Messaging Service (in diesem Fall Skype) während der Testsessions. So konnten dem Moderator on-the-fly Hinweise zur Moderation oder weitere zu stellende Nachfragen mitgeteilt und somit der Verlauf der Session direkt beeinflusst werden, um möglichst wertvolle Ergebnisse zu erzielen. Insgesamt hat das beschriebene Setup trotz einiger Schwierigkeiten (vgl. nächstes Kapitel) funktioniert und es wurden mit damit 12 moderierte Remote-Testsessions erfolgreich durchgeführt.

3.3. Technik

Die Technik war beim Remote Usability Testing viel mehr als bei „herkömmlichen“ Tests ein entscheidender Faktor für ein erfolgreiches Testing. Einerseits muss das technische Setup auf Probanden- und Testteam-Seite funktionieren, um überhaupt die entsprechenden Interaktionsmöglichkeiten für ein Remote Testing herstellen zu können, andererseits sollten die Interaktionen an sich nicht durch technisch bedingte Schwierigkeiten beeinflusst werden. Schwierigkeiten sind dabei eher Detailbezogen als grundsätzlicher Art.

So lag bezüglich des allgemeinen Setups der Prototyp zwar auf einem eigenen Rechner des Testing-Teams und somit im eigenen Einflussbereich (der Prototyp wurde von den Testpersonen bei der Bedienung sozusagen nur „ferngesteuert“), jedoch mussten die Testpersonen auf ihrem eigenen Rechner ein Browser-Plugin installieren, um das GoTo-Meeting Screensharing-Tool nutzen zu können. Hierbei ist (leider) nicht davon auszugehen, dass, obwohl ein eigentlich simpler Prozess, die Installation von allen Testpersonen problemlos zu erledigen ist. So gab es mitunter Schwierigkeiten aufgrund fehlender Nutzerrechte zur Installation von Plugins, aber auch der Installationsprozess an sich bzw. das Betreten des virtuellen Meetingraums nach erfolgreicher Installation erwies sich nicht

für alle Teilnehmer als selbsterklärend. Bei zwei Testpersonen war ein seitens des Moderators per Telefon „geführtes“ Installieren des Plugins und Betreten der Webkonferenz notwendig, bevor das eigentliche Testing starten konnte. Dies sollte nach Möglichkeit bereits im Vorfeld des Testings, also während der Recruiting-Phase, über entsprechende Abfragen von technischem Setup und Installationsrechten bei den Probanden sowie ggf. vorheriger „geführter“ Plugin-Installation abgefangen werden.

Bezüglich einer möglichen Beeinflussung der Interaktionen durch technische Gegebenheiten lässt sich sagen, dass es durch die „Fernsteuerung“ des Browsers über das Screensharing-Tool zu leichten Verzögerungen in den wahrgenommenen Reaktionszeiten von Maus- und Websiteinteraktionen kommen kann. Diese können das Testing negativ beeinflussen, da sie sich auf die Wahrnehmung der Erwartungskonformität der Website auswirken. Es ist daher ein entsprechend performanter Host-Rechner für den Prototyp und eine ausreichend hohe Bandbreite auf Tester- und Probandenseite sicherzustellen, um diesen Effekt zu minimieren. Im vorliegenden Beispiel spielten die Faktoren Bandbreite bzw. Verzögerungseffekt sowie Art und Größe des Prototypen glücklicherweise in keiner der Testsessions eine Rolle.

Für die Audio-Verbindung mit den Probanden ist es empfehlenswert, sowohl die Möglichkeit einer VoIP-Audioverbindung (in diesem Fall über das GoTo-Meeting-Tool möglich), als auch über eine normale Telefonleitung anzubieten. Einige Probanden hatten kein Mikrofon am Rechner und waren daher auf ein normales Telefon für die Audiokonferenz angewiesen. Eine Testsession musste gar ausfallen, da sich herausstellte, dass der Proband weder ein Mikrofon am Rechner hatte, noch ein Telefon in die Nähe des Rechners bringen konnte (und auch nicht den Rechner zum Telefon, ohne die Internetverbindung zu verlieren, da das Kabel nicht lang genug war).



Insgesamt erwiesen sich „normale“ Telefonkonferenzen als vorteilhaft in Bezug auf die Tonqualität. In jedem Fall ist die Verwendung eines Headsets seitens des Probanden empfehlenswert. Einige Testpersonen hatten während der Testsession ein Telefon in der Hand, was die Interaktion am Rechner laut eigener Aussage schwieriger machte. Auch die Audio-Setup-Möglichkeiten der Probanden sollten nach Möglichkeit bereits beim Recruiting geklärt werden.

3.4. Moderation & Durchführung

Die Moderation der Testsessions erwies sich ebenfalls als noch bedeutender als bei Vor-Ort Testings, da den Probanden aufgrund der räumlichen Trennung zum einen noch mehr als sonst das Testsetting, der Ablauf und die Aufgabenstellungen erklärt werden müssen, und zum anderen das Gespräch allein auf verbaler Ebene geleitet werden kann. Sprachlich wurde schnell klar, dass der Moderator ein wirklich muttersprachliches Niveau der Testsprache benötigt, um dies leisten zu können. Klar zu Empfehlen ist also, mit muttersprachlichen Moderatoren zu arbeiten.

Im Detail ergaben sich folgende Aspekte als fundamental für erfolgreiche Testsessions: Neben der üblichen Beschreibung des grundsätzlichen Testablaufs muss beim Remote Testing zu Beginn die Funktionsweise des genutzten Screensharing-Tools durch den Moderator erläutert werden, damit dem Probanden verständlich wird, dass er den Prototypen auf dem entfernten Rechner fernsteuern und sozusagen „normal“ über einen Browser bedienen kann. Außerdem schien es wichtig, dass der Moderator die Fragestellungen der zu bewältigenden Testaufgaben mehrfach wiederholt, da im Gegensatz zu Vor-Ort-Testings dem Probanden die Fragestellung nicht zum Nachlesen bspw. auf Papier neben den Monitor gelegt werden konnte. Ein wiederholtes Nachlesen bzw. in diesem Fall Nachhören der Fragestellung war für viele Testpersonen für die Bearbeitung der Testaufgaben jedoch wichtig. Wie auch bei Burger et al (vgl. Burger/Burmester/

Selter 2008) erwähnt ist es daher sehr hilfreich, dem Probanden die jeweilige Fragestellung parallel zum Testobjekt einzublenden. Im vorliegenden Fall bot das GoToMeeting-Tool diese Möglichkeit zwar nicht direkt an (spezielle Remote-Testing Softwarelösungen scheinen diesbezüglich ausgereifter), jedoch wurde die enthaltene Chatfunktion zu diesem Zwecke umfunktioniert: Im GoToMeeting Control-Panel kann ein Chatfenster ausgeklappt werden, in welches der Moderator die Fragestellungen postete, so dass sie für den Probanden während der Aufgabe stets lesbar auf dem Bildschirm stand.

Das Control-Panel kann jedoch je nach Nutzerinteraktion verschiedene Zustände annehmen, so dass bei einigen Probanden das Chatfenster nicht sichtbar war oder übersehen wurde. In diesen Fällen war eine Erklärung des Moderators zum Auffinden der Fragestellungen notwendig, was dann auch in fast allen Fällen den gewünschten Effekt erzielte. Grundsätzlich ist also zu Empfehlen, seitens des Moderators zu Beginn der Session auf das Chatfenster und das dortige Vorhandensein der Fragestellungen hinzuweisen bzw. die Sichtbarkeit auf Probandenseite sicherzustellen. Während der Session muss dann stets die aktuelle Frage in den Chat eingegeben werden, was jedoch auch durch Teilnehmer der „stillen Zuhörer“ geschehen kann.

Ein weiterer Aspekt der Moderation betrifft die Kontrolle der Maus auf dem Bildschirm: Hier erwies sich als notwendig, dass der Moderator immer sagt und wiederholt, wann genau Testperson oder Moderator die Mauskontrolle übernimmt, um einerseits dem Probanden klarzumachen, wann er interagieren kann, und andererseits den „stillen Zuhörern“ zu signalisieren, welche Interaktionen nicht durch die Testperson ausgeführt werden, um Fehlinterpretationen zu vermeiden. Einige anfängliche Unklarheiten konnten so im vorliegenden Beispiel durch entsprechende Ansagen des Moderators schnell beseitigt werden.

4. Fazit

Als Kurzfazit lässt sich sagen, dass vor allem Moderation und technisches Setup entscheidende Faktoren für erfolgreiches Remote Usability Testing sind. Das vorliegende Beispiel hat gezeigt, dass wenn beides gut funktioniert, die Methode für akzeptable Kosten (und vermutlich insgesamt geringere Kosten als für ein ausgelagertes Vor-Ort-Testing samt entsprechendem Ergebnis-Übertrag) durchaus sehr wertvolle und valide Testergebnisse liefert. Von den 12 Testpersonen wurden ca. 10 verwertbare Usability-Probleme gemeldet (wovon 3-4 als sehr klein eingestuft werden können). Vier davon ließen sich nach der Hälfte der Testings bereits im Prototyp ändern und traten anschließend auch nicht mehr auf. Insgesamt kann davon ausgegangen werden, dass die wichtigsten Probleme aufgedeckt wurden. Somit kann als abschließende Erkenntnis die Methode des moderierten Remote Usability Testings zum Testen von Online-Angeboten für geographisch entfernte Zielgruppen durchaus empfohlen werden.

Literatur

1. Bolt, N. (2006): Guide to Remote Usability Testing. Online unter: <http://okcancel.com/archives/article/2006/07/guide-to-remote-usability-testing.html> (letzter Aufruf: 27.05.2011)
2. Burger, S., Burmester, M. & Selter, A. (2008): Formatives Remote Usability Testing. i-com, Vol. 7, Issue 1, pp. 47-50. Auch online unter: <http://www.sciweavers.org/publications/formatives-remote-usability-testing> (letzter Aufruf: 27.05.2011)
3. Gough, D. & Phillips, H. (2003): Remote Online Usability Testing: Why, How, and When to Use It. Online unter: http://www.boxesandarrows.com/view/remote_online_usability_testing_why_how_and_when_to_use_it (letzter Aufruf: 27.05.2011)

