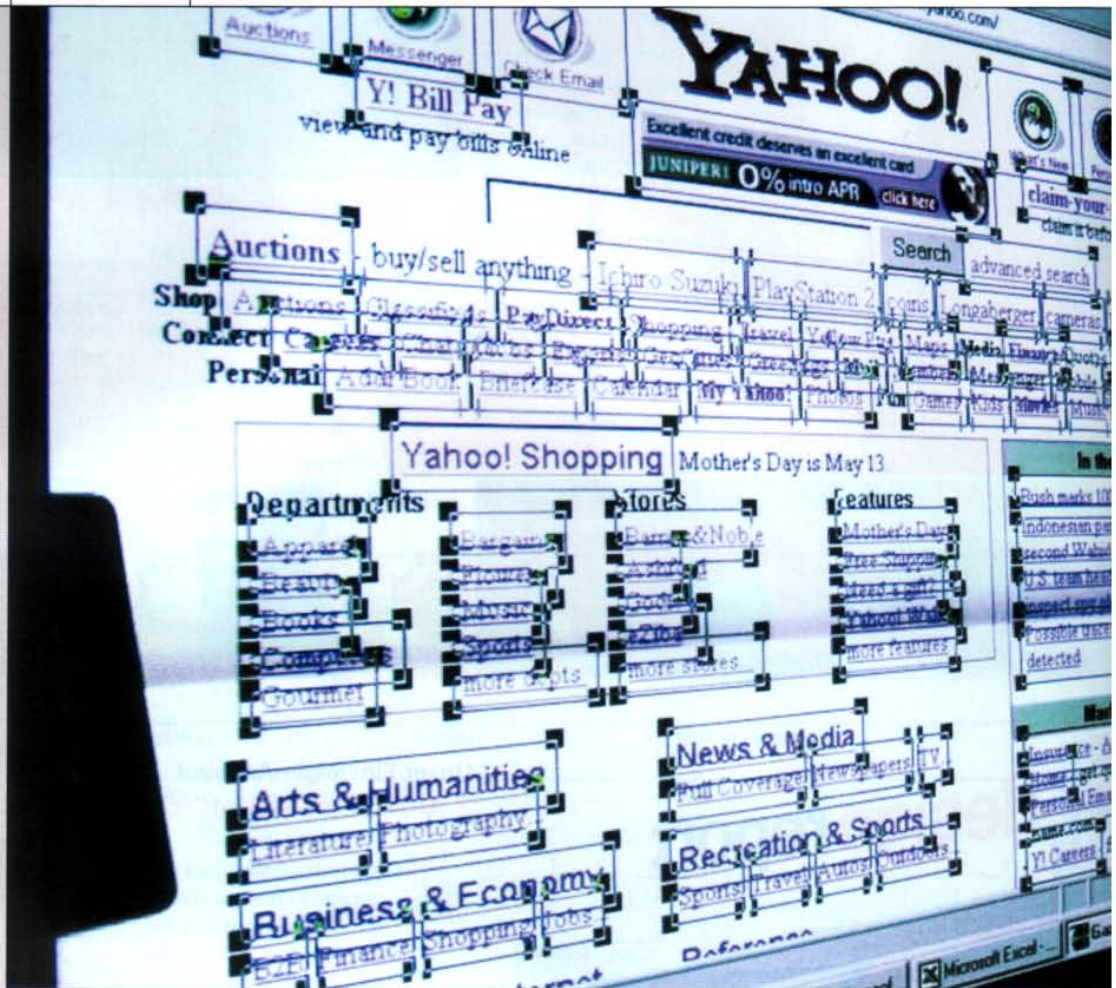
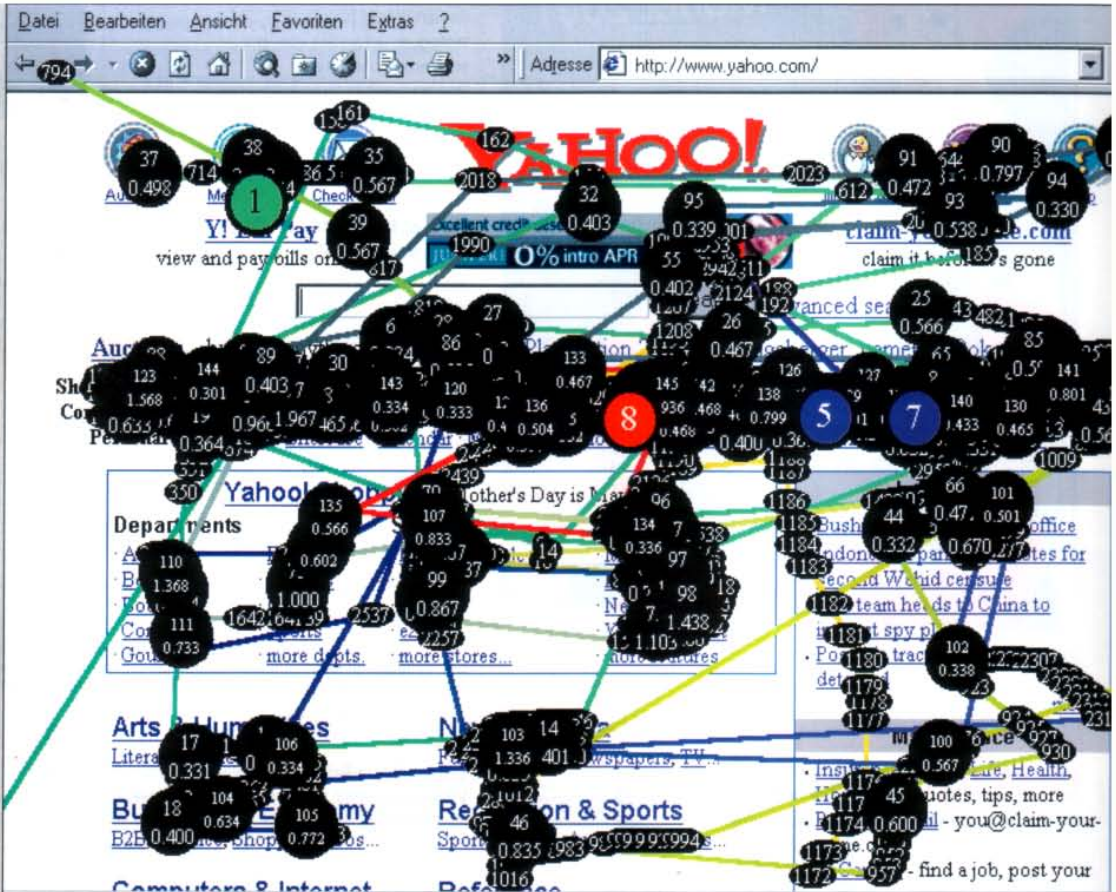
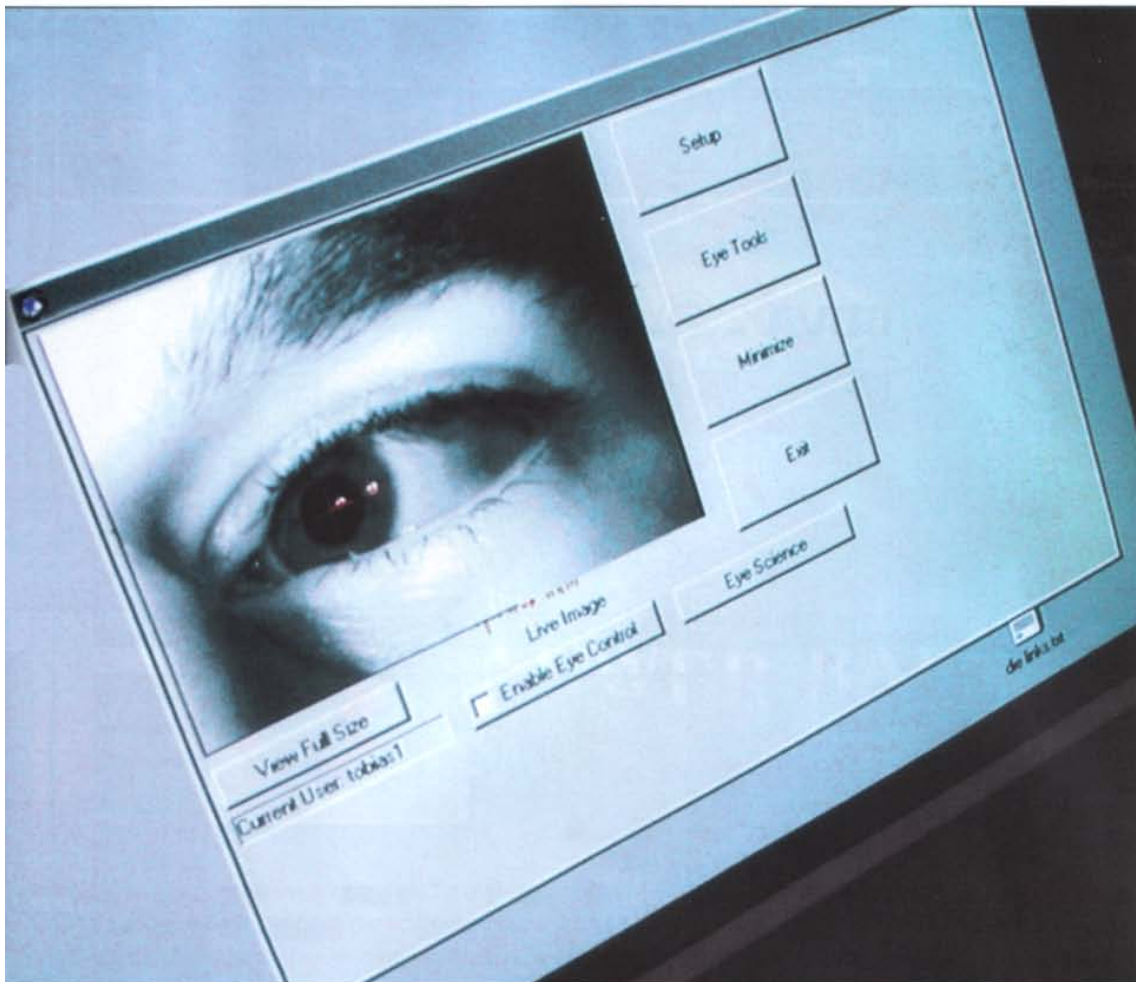


Die Berliner Firma pReview analysierte die Yahoo-Site im Rahmen einer vergleichenden Interface-Studie. Markiert auf diesem Monitor sind die Look-Zones, also alle für die Analyse interessanten Bereiche, die die Augenkamera überwacht. Sie lassen sich manuell definieren oder durch das Steuerprogramm, das dann alle Links als Look-Zones bestimmt



Die Verweildauer und Reihenfolge der Augenkontakte bei der Wahrnehmung der Yahoo-Site lässt sich auf unterschiedliche Weise auswerten. Hier geht es darum, in welcher Reihenfolge und für wie lange sich die Versuchsperson in den einzelnen Look-Zones aufgehalten hat





Auf diesem Kontrollmonitor können die pReview-Mitarbeiter überprüfen, ob die Blickverlaufskamera die Augen des Probanden erfasst. Dies ist bei allen Kamerasystemen notwendig, die nicht am Kopf befestigt werden. Solche Modelle bieten den Vorteil, dass sie den Probanden weniger beeinflussen

Check it out

Mit der Krise der New Economy avancierte Usability zum Modewort. Doch wie funktioniert eigentlich die wissenschaftliche Überprüfung von Web-Sites? PAGE fragte Usability-Experten und Web-Designer

■ **Über die groben Fehler**, die in den Anfängen des Web-Designs gemacht wurden, braucht man kein Wort mehr zu verlieren. Sie haben sich gerächt – vor allem diejenigen, die zu einer erschweren bis unmöglichen Navigation der jeweiligen Seite führten. Usability, also Benutzerfreundlichkeit, ist mittlerweile Pflicht, und dass der User im Mittelpunkt einer Site steht, muss sich heute kein professioneller Web-Designer mehr erklären lassen.

Dass sich dieser Lernprozess im Bereich Internet – sowohl technisch als auch gestalterisch – sehr viel schnell

er vollzog als bei anderen Produkten, die über ein Mensch-Maschine-Interface verfügen, dürfte nicht nur an den extrem kurzen Innovationszyklen liegen. Wichtiger noch: Online-Angebote verlangen dem Nutzer keine langfristige Investition ab. Wer dagegen einen Videorekorder mit einer schlecht gestalteten Programmier-Schnittstelle kauft, wird den Apparat kaum einfach gegen einen neuen eintauschen, sondern sich zunächst mit der Bedienungsanleitung herumschlagen und sich schließlich mit den Unzulänglichkeiten des Geräts abfinden.

Der Nutzer einer Web-Seite kann meist ohne Aufwand zur Konkurrenz wechseln – es sei denn, es handelt es sich um ein derart einzigartiges Angebot wie das Homebanking-Interface seiner Hausbank, sodass er keine andere Chance hat, als sich mit der Bedienung der Anwendung zu beschäftigen. In der Regel jedoch gilt: Die wenigsten kommerziellen Angebote im Internet sind so singulär, dass sie sich eine für den Nutzer unbefriedigende Oberfläche leisten könnten. Mangelhafte Gestaltung rächt sich sofort.

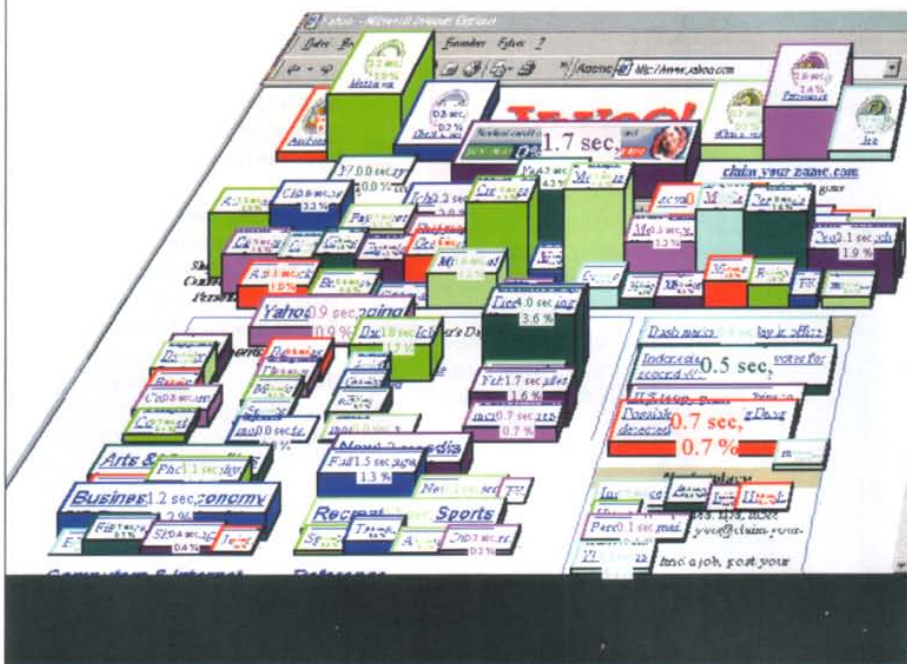
Auch wenn Einigkeit herrscht in Bezug auf die zentrale Rolle von Benutzerfreundlichkeit, so ist doch längst noch nicht klar, worin diese eigentlich besteht und wie sie sich verwirklichen lässt. Ist es damit getan, die Ratschläge von Usability-Gurus wie Jakob Nielsen zu beherzigen? Oder soll man einfach seinen gesunden Menschenverstand beziehungsweise seine eigene Gestaltungskompetenz einsetzen, um übersichtliche Navigationsstruktu- →

nen aber mitzuteilen, dass sie ein Angebot eines ihnen bekannten Unternehmens testen, da dies das Ergebnis verfälschen würde."

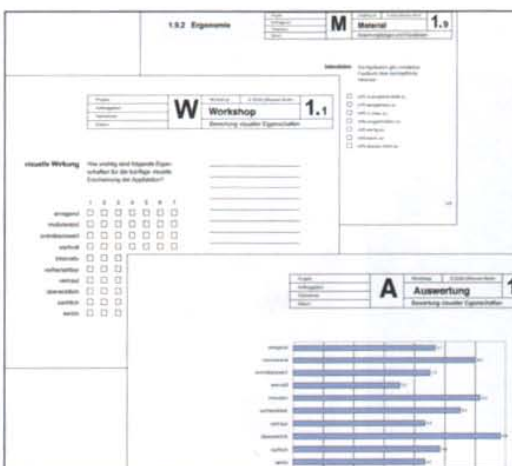
Die Anzahl der Probanden hängt von der Art der Untersuchung und von den Adressaten selbst ab: „Wenn sich eine Web-Site an eine uneinheitliche Zielgruppe richtet, dann braucht man bis zu hundert Testpersonen, bei einer engen, homogenen, zum Beispiel bei homöopathischen Apothekern, haben die Versuchsergebnisse die Tendenz, sich schon nach fünf untersuchten Personen ziemlich zu ähneln“, erläutert Burghardt. GAD setzt die Erhebungen aus den Fragebögen mit den Daten der Augenkamera in Beziehung, um sie danach mit Hilfe von statistischen Methoden zu analysieren und für den Auftraggeber aufzubereiten. Dienstleister, die sich wie GAD auf die Messung und Auswertung von Daten konzentrieren, eignen sich besonders für die Evaluation von fortgeschrittenen Projekten.

Andere Anbieter setzen stärker auf Kundenberatung, neben Curth + Roth etwa auch die Berliner Usability-Consulting-Firma pReview, die nicht nur Augenkameras einsetzt, sondern auch solche, die die Reaktionen der Testpersonen aufzeichnen. „Neben Daten zu Wahrnehmung, Ergonomie und Gestaltung berücksichtigen wir auch die subjektiven Eindrücke der Probanden bei der Auswertung“, so Geschäftsführerin Tanja Diezmann. Dabei streicht die Professorin für Interface-Design an der Fachhochschule für Design in Dessau die strengen wissenschaftlichen Maßstäbe heraus, die sie sowohl an die Datenerhebung mit der Kamera, an die Versuchssituationen und an die nach neuesten Erkenntnissen erstellten Fragen- und Interviewkataloge anlegt. Doch auch die Erfahrung, die sie und die anderen, ebenfalls auf Interface-Design spezialisierten Mitarbeiter von pReview haben, geht mit in die Arbeit ein: „Abgesehen von den reinen Analysen in Usability-Tests erstellen wir Gutachten über die Gestaltung von Applikationen, denn die meisten Probleme bei der Nutzung entstehen durch unzulängliches Wissen über Interface-Design.“

Usability-Beratung sieht natürlich noch einmal ganz anders aus, wenn sie in den Workflow einer Agentur integriert ist – so zum Beispiel bei Icon-Medialab. Bereits seit Gründung des Full-Service-Beratungsunternehmens gibt es eine eigene Abteilung für Hu-



Hier hat pReview die Daten als 3-D-Charts aufbereitet: So sieht man sofort, welche Bereiche der Seite die Testperson besonders intensiv betrachtet hat



Die Analyse des Blickverlaufs mit der Augenkamera bildet nur einen Teil der Usability-Beratung bei pReview. Hier sind Ausschnitte aus den Fragebögen und ihrer Auswertung zu sehen. In diesem Beispiel geht es um das subjektive Empfinden der Personen, doch die meisten Fragen betreffen ergonomische und gestalterische Kriterien

man Computer Interaction (HCI), die etwa jeden zwanzigsten Mitarbeiter beschäftigt, das heißt weltweit ungefähr hundert Usability-Experten. Diese arbeiten sowohl mit den Programmierern als auch den Web-Designern Hand in Hand.

Die HCI-Abteilung definiert am Anfang eines Projekts zunächst die Zielgruppe und deren Bedürfnisse unter wissenschaftlichen Gesichtspunkten. Dazu spezifiziert sie die vom Kunden genannten Adressaten und führt Interviews mit potenziellen Nutzern →

Anzeige

Einige Dinge lernt man auf einen Blick:

Die anderen bei www.ed-lab.net

Und zwar in virtueller Community, unabhängig von Zeit und Ort. Kompetente Beratung durch Online-Dozenten inklusive. Die Kursauswahl aus sechs unterschiedlichen Themenbereichen ist groß – und der Abschluss ein anerkanntes Zertifikat.

z. B. Flash 5
Kursstart: jeweils am 5. eines Monats
 Info unter Tel. 038452.5123

... gut zu wissen!