

Usability-Testbericht, Beispiel

Usability-Testbericht, Beispiel

Herausgeber: German UPA e.V., Arbeitskreis Qualitätsstandards

Kontakt: qualitaetsstandards@germanupa.de

Version 1.11: August 2014

Autoren:

- Catharina Riedemann (Olympus Soft Imaging Solutions, catharina.riedemann@web.de)
- Lisa Daske (msg systems ag, post@lisadaske.de)
- Rolf Molich (DialogDesign, ak_qs@dialogdesign.dk)

Usability-Testbericht, Beispiel

Vorbemerkungen

Dieser Usability-Testbericht ist ein realistisches Beispiel für die Dokumentation der Ergebnisse eines qualitativen Usability-Tests. Informationen in diesem Testbericht, die wie dieser Text auf gelbem Hintergrund gezeigt werden, sind **Kommentare** der Autoren zum Testbericht. Solche Kommentare gehören nicht in den eigentlichen Testbericht.

Die Kommentare enthalten **Daumenregeln und Empfehlungen**, beispielsweise wie viele Testergebnisse genannt werden sollten. Diese Daumenregeln basieren auf den Erfahrungen der Autoren.

Dieser Testbericht erfüllt viele der Anforderungen des neuesten Entwurfs für den Standard **ISO/IEC CD 25066.2** (Common Industry Format for Usability-Evaluation Report) – Stand Mai 2014. Der Testbericht enthält bei weitem nicht zu allen Anforderungen in ISO 25066 Beispiele. Weiterhin benutzt der Testbericht die Fachausdrücke, die in den Dokumenten „CPUX-F Curriculum und Glossar“ und „CPUX-UT Curriculum“ definiert sind. Diese Dokumente sind auf <http://www.uxgb.org/> kostenfrei erhältlich.

Dieser Usability-Testbericht ist **keine Anleitung zur richtigen Durchführung** eines Usability-Tests. Der Bericht basiert auf den Vorgehensweisen, die im „CPUX-UT Curriculum“ definiert sind und diskutiert nicht inwiefern diese Vorgehensweisen optimal sind.

Der **Test**, der diesem Bericht zugrunde liegt, wurde extra für den Bericht durchgeführt. Er wurde von den Autoren im Auftrag des Arbeitskreises Qualitätsstandards der German UPA durchgeführt und ausgewertet. Die **Testvideos** können von den Autoren angefordert werden.

Unter <http://www.germanupa.de/aktivitaeten/arbeitskreise/qualitaetsstandards/> steht eine **Vorlage** mit der Struktur dieses Beispielberichts zur freien Verwendung zur Verfügung.

Die Website **www.buchhandel.de** wurde für diesen Test gewählt, weil die Autoren der Meinung sind, dass diese Website typische und lehrreiche Usability-Probleme enthält. Das Management von www.buchhandel.de wurde in Verbindung mit dem Test nicht kontaktiert.

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit verzichtet dieses Dokument auf die gleichzeitige Verwendung männlicher und weiblicher Sprachformen. Sämtliche Personenbezeichnungen gelten dessen ungeachtet für beiderlei Geschlecht.

Usability-Testbericht, Beispiel

Gebrauchstauglichkeit eines Usability-Testberichts

Ein Usability-Testbericht muss gebrauchstauglich sein. Das heißt unter anderem:

- **Kurz und bündig.** Eine angemessene Anzahl von Testergebnissen unabhängig vom Umfang des Usability-Tests. Es kann direkt schädlich sein alle Ergebnisse zu berichten. Daumenregel: Höchstens 40 Testergebnisse.
- **Positive Ergebnisse.** Ein wesentlicher Teil der Testergebnisse sollen positiv sein, also etwas beschreiben, das die Testteilnehmer mochten. Daumenregel: Mindestens 25% positive Ergebnisse.
- **Zusammenfassung.** Für Leser, die es eilig haben, zum Beispiel Manager. Höchstens eine Seite lang und leicht auffindbar ganz vorne im Testbericht.
- **Einheitlich.** Alle Usability-Testberichte einer Organisation im gleichen Format und in der gleichen grafischen Gestaltung.
- **Verständlich.** Usability-Fachausdrücke meiden, zum Beispiel „Affordance“, „Aufgabenangemessenheit“ oder „Briefing“.

Was nicht in einen Usability-Testbericht gehört

- Eine Erläuterung, was „Usability“ ist.
- Eine Beschreibung des menschenzentrierten Gestaltungsprozesses.
- Einzelheiten zur Rekrutierung wie zum Beispiel Rekrutierungsfragebogen und schriftliche Einladung an den Testteilnehmer.
- Transkripte, d.h. wortgetreue Wiedergabe von allem was ein oder mehrere Testteilnehmer während der Testsitzung gesagt haben.

Usability-Testbericht, Beispiel

Empfehlungen

Ein Testbericht kann sich auf das Berichten von Ergebnissen beschränken oder auch konkrete Empfehlungen zur Behebung von Usability-Problemen geben. Im Vorfeld jedes Tests muss besprochen werden, ob Empfehlungen Teil des Berichts sein werden, damit die Erwartungshaltung richtig ist.

Empfehlungen sind hilfreich, wenn sie nicht selbstverständlich aus der Beschreibung eines Ergebnisses folgen. Sie erhöhen oft auch die Verständlichkeit der Beschreibung eines Testergebnisses.

Empfehlungen können aber auch problematisch sein. Ohne Kenntnis der technischen und organisatorischen Einschränkungen ist es manchmal schwer, sinnvolle und machbare Vorschläge zu erarbeiten. Außerdem können Empfehlungen aus politischen Gründen ungeschickt sein, wenn andere Interessensvertreter im Projekt sich für die Konzeption zuständig fühlen. Deswegen kann es hilfreich sein, Lösungen gemeinsam mit dem Entwicklungsteam zu entwickeln, beispielsweise in einem Workshop auf Grundlage des Testberichts.

Der vorliegende Bericht enthält nicht für alle Ergebnisse Empfehlungen.

Usability-Testbericht, Beispiel

Zusammenfassung

Dieser Bericht dokumentiert die Ergebnisse eines Usability-Tests der Website www.buchhandel.de. Auf dieser Website kann man sich über Bücher informieren und Bücher kaufen. Hinter dem Angebot stehen viele Buchhändler mit physischen Geschäften; daher gibt es neben der typischen Lieferung nach Hause auch die Möglichkeit, ein Buch vor Ort zu bestellen und abzuholen.

Der primäre Zweck der Evaluierung war, eine gute Grundlage für die Erstellung dieses Beispielttestberichts zu schaffen. Ein sekundärer Zweck war, Stärken und Schwächen der Website aufzuzeigen.

Im April 2014 wurde von den Autoren ein unbeaufsichtigter Remote Usability-Test mit 4 Personen durchgeführt, um die Gebrauchstauglichkeit von www.buchhandel.de zu diesem Zeitpunkt einzuschätzen. Dabei sollten Probleme und ihre Ursachen erkannt und – wo möglich – Verbesserungsvorschläge gemacht werden.

Die drei wichtigsten Dinge, welche die Testteilnehmer mochten, waren:

- **Gut geeignet für den gezielten Kauf eines Buches**
Testteilnehmer mochten, dass man auf der Website gezielt ein Buch kaufen kann, dessen Titel man schon kennt.
- **Registrierung nicht nötig**
Testteilnehmer mochten, dass – soweit im Rahmen der Aufgabe ersichtlich - keine Registrierung zur Bestellung notwendig ist.
- **Suchfunktion sofort auf der ersten Seite zu finden**
Die Suchfunktion war für die Testteilnehmer leicht erkennbar. Die Testteilnehmer schätzten, dass sie weiter zur Detailsuche führt.

Die drei wichtigsten Probleme waren:

- **Erwartete Kaufmöglichkeit ist nicht selbstverständlich und unmittelbar ersichtlich**
Kein Testteilnehmer erwartete die Kaufmöglichkeit „Abholung“. Diese wird in den Vordergrund gestellt, so dass die erwartete direkte Lieferung an eine Adresse übersehen wird.
- **Verfügbarkeit und Lieferzeit werden nicht angezeigt**
Dass ein Buch bei einem Händler verfügbar ist, wird nicht ausdrücklich vermerkt, und die erwartete Lieferzeit wird nicht angegeben.
- **Keine oder ungenügende Bestsellerlisten**
Testteilnehmer fanden kategorisierte Bestsellerlisten (z.B. für Krimis) auf dieser Website relevant. Sie konnten jedoch keine zufriedenstellenden Bestsellerlisten finden.

Dieser Usability-Test berichtet insgesamt 11 Probleme. Davon wurden 2 als kritisch eingestuft. („Kritisch“ ist die problematischste Kategorie, die in diesem Test vorgekommen ist.)

Die Testteilnehmer hatten teils erhebliche Schwierigkeiten beim Bearbeiten der Aufgaben. Wir denken, das liegt daran, dass die Webseite wichtige Erfordernisse der Nutzer nicht erfüllt. Um diese Erfordernisse besser zu verstehen, empfehlen wir Beobachtungen und Interviews mit Benutzern, die bereits ähnliche Webseiten nutzen um Bücher zu kaufen.

Usability-Testbericht, Beispiel

Zusammenfassung

Die Zusammenfassung ist vor allem an Manager gerichtet. Deshalb wird dieser Abschnitt im Englischen „Executive Summary“ genannt.

Die Zusammenfassung ist ganz vorne im Bericht platziert, damit sie einfach und schnell zu finden ist (noch vor dem Inhaltsverzeichnis). Sie ist nicht länger als eine Seite, damit sie schnell zu lesen ist für Leser, die es eilig haben.

Die Zusammenfassung beschränkt sich auf das Wesentliche:

- Zweck des Usability-Tests:
Warum wurde getestet? Was wurde getestet: ein Prototyp, eine Weiterentwicklung, ein Konkurrenzsystem? Wird auf einen vorangegangenen Usability-Test Bezug genommen?
- Name und Beschreibung des Testgegenstandes
- Kurze Zusammenfassung der Testmethode
- Die 2-4 wichtigsten positiven Ergebnisse und die 2-4 wichtigsten Probleme
- Die wichtigsten Empfehlungen (optional)

Die positiven Ergebnisse werden zuerst genannt, damit der Einstieg angenehm ist. Alle Ergebnisse, die in der Zusammenfassung genannt sind, müssen im Abschnitt „Testergebnisse“ näher beschrieben werden.

Usability-Testbericht, Beispiel

Inhalt

Zusammenfassung	5
1 Testergebnisse	8
<i>Einstufung der Testergebnisse</i>	10
1.1 <i>Tauglichkeit für wichtige Aufgaben aus Benutzersicht</i>	12
1.2 <i>Suche - Bücher</i>	16
1.3 <i>Suche - Buchhändler</i>	20
1.4 <i>Gestaltung</i>	21
2 Beschreibung des Testgegenstandes	22
3 Zweck der Evaluierung	24
4 Vorgehensweise	25
4.1 <i>Methodenübersicht</i>	25
4.2 <i>Methodengrundlage</i>	25
4.3 <i>Testsitzungen</i>	25
4.4 <i>Zielgruppe des Systems</i>	25
4.5 <i>Segmentierung</i>	25
5 Usability-Testskript	26
5.1 <i>Briefing (Anweisungen vor der Testsitzung)</i>	26
5.2 <i>Pre-Session Interview</i>	26
5.3 <i>Testaufgaben</i>	27
5.4 <i>Aufgabenende</i>	28
5.5 <i>Post-Session Interview (Nachbesprechung)</i>	29
5.6 <i>Usability-Testteilnehmer</i>	29
Anhang 1 – Usability-Befunde für jeden Testteilnehmer	31
Anhang 2 – Index der Testergebnisse	33

Aufbau

Im Sinne der Gebrauchstauglichkeit des Testberichtes erscheinen die wichtigsten Abschnitte (Zusammenfassung und Testergebnisse) ganz vorne im Testbericht. Das mag zwar nicht logisch erscheinen, entspricht jedoch den Erfordernissen der primären Benutzer des Testberichtes.

1 Testergebnisse

Im Folgenden werden die Ergebnisse des Usability-Tests ausführlich beschrieben.

Bestandteile eines Testergebnisses

Ein Testergebnis hat folgende Bestandteile:

- Einstufung
- Überschrift mit Kurzbeschreibung des Testergebnisses
- Beschreibung des Testergebnisses
- Benutzerzitate (optional)
- Abbildungen (optional)
- Empfehlungen (optional)

Beschreibung des Testergebnisses

Die Beschreibung eines Testergebnisses sollte so lang wie nötig sein: Alle Leser müssen das Ergebnis verstehen. Die Beschreibung sollte aber auch so kurz wie möglich sein: Keine überflüssigen Informationen.

Daumenregel: Falls die Beschreibung 10 Zeilen überschreitet, sollte der Autor gründlich überlegen ob die Beschreibung gekürzt werden kann.

Allgemeine Beschreibungen, zum Beispiel „Fehlermeldungen enthalten Fachausdrücke, welche die Testteilnehmer nicht verstehen konnten“, sind in Ordnung, wenn sie von mindestens zwei konkreten Beispielen begleitet werden.

Benutzerzitate

Benutzerzitate machen die Begeisterung des Testteilnehmers, aber auch seinen Ärger oder Schmerz für den Leser viel besser nachvollziehbar als eine sachliche Beschreibung durch den Autor. Zitate sollten klar als solche erkennbar sein, deswegen erscheinen sie in diesem Testbericht in einer eigenen Zeile in Anführungszeichen und in Kursivschrift.

Empfehlungen

Siehe Kommentar auf Seite 5.

Usability-Testbericht, Beispiel

Anzahl der Testergebnisse

Ein Bericht ist nicht dann gut, wenn er möglichst viele Ergebnisse auflistet. Im Gegenteil ist es wichtig, dass der Usability Professional die Ergebnisse priorisiert und nur das Wesentliche berichtet, unabhängig vom Umfang des Usability-Tests.

Daumenregel: Höchstens 40 Ergebnisse – sonst leidet die Gebrauchstauglichkeit des Berichtes.

Beobachtungen des Moderators

Es kommt vor, dass dem Moderator, dem Protokollant oder einem Beobachter im Rahmen des Tests gravierende Usability-Probleme auffallen, auf die jedoch kein Testteilnehmer stößt. Diese Probleme dürfen keinesfalls verschwiegen werden. Sie sollten jedoch klar gekennzeichnet werden, beispielsweise als „Beobachtung des Moderators“.

Dieser Bericht enthält kein Beispiel für ein solches Problem.

Usability-Testbericht, Beispiel

Einstufung der Testergebnisse

Die Testergebnisse werden wie folgt eingestuft:

	Gut	Etwas funktioniert gut und sollte beibehalten werden.
	Gute Idee	Ein Vorschlag von einem Testteilnehmer, der das Benutzererlebnis (User Experience) deutlich verbessern könnte.
	Geringes Problem	Nutzer werden kurz aufgehalten, zögern oder müssen etwas nachdenken (weniger als eine Minute).
	Ernsthaftes Problem	Nutzer werden länger aufgehalten (eine bis fünf Minuten), können aber die Aufgabe selbstständig abschließen.
	Kritisches Problem	Nutzer scheitern bei der Bearbeitung angemessener Aufgaben.
	Existenzbedrohendes Problem	Kann zu ernsthaften körperlichen Schäden oder sogar Tod, erheblichen finanziellen Schäden oder ähnlich gravierenden Folgen führen.

Einstufung

Es gibt keine standardisierte Einstufung für Testergebnisse. Das gilt für die Anzahl, Bezeichnung und Definition der Einstufungen ebenso wie für die Symbole.

Die hier verwendeten Symbole für die Einstufungen stehen kostenlos zu Ihrer Verfügung. Falls Sie andere Symbole benutzen, achten Sie auf die Unterscheidbarkeit der Symbole. Im Sinne der Gebrauchstauglichkeit muss es für den eiligen Leser leicht sein, die kritischen Probleme beim Durchblättern und Überfliegen der Testergebnisse zu identifizieren.

In seltenen Fällen kommt noch eine weitere Einstufung hinzu: Das "existenzbedrohende Problem", das zu ernsthaften körperlichen Schäden oder sogar Tod, erheblichen finanziellen Schäden oder ähnlich gravierenden Folgen führen kann (beispielsweise, aber nicht nur in der Medizintechnik).

Die hier verwendete Einstufung (englisch: Severity Rating) ist leider nicht perfekt. Sie entspricht jedoch der aktuellen Praxis und dem aktuellen Wissenstand. Zum Beispiel ist der Unterschied zwischen einem „ernsthaften“ und einem „kritischen“ Problem sowie der Unterschied zwischen „kritischen“ und „existenzbedrohenden“ Problemen nicht für alle Fälle genau genug erläutert.

Usability-Testbericht, Beispiel

Gruppierung

Die Testergebnisse sind in Abschnitte gruppiert, um die Übersicht zu erleichtern und den Leser bei der Behebung von Problemen zu unterstützen. Nützliche Gruppierungen sind:

- Betroffene Seiten oder Funktionsgruppen des untersuchten Produkts
- Allgemeine Problemkategorien wie „Shopping Experience“ oder „Wording and Text“

Nicht geeignet sind beispielsweise Gruppierungen nach Testsitzung oder -aufgabe, in welcher das Problem auftrat. Diese Gruppierungen ergeben sich nur aus dem Testszenario und haben für den Leser des Berichts keine Bedeutung.

Innerhalb eines Abschnitts sind die Testergebnisse nach Inhalt und Einstufung sortiert.
Priorisierung:

- Existenzbedrohende Probleme gehen allem voran.
- Testergebnisse, die sich auf die gleichen Seiten oder Funktionen beziehen, gehören zusammen.
- Positive Testergebnisse gehören vor Usability-Probleme.
- Die Reihenfolge von Usability-Problemen ist
kritisches Problem > ernsthaftes Problem > geringes Problem.

Usability-Testbericht, Beispiel

1.1 Tauglichkeit für wichtige Aufgaben aus Benutzersicht



Gut geeignet für den gezielten Kauf eines Buches

Testteilnehmer schätzten, dass man auf der Website gezielt ein Buch kaufen kann, dessen Titel man schon kennt.

„Prima Seite, um gezielt ein Buch zu kaufen, was ich schon kenne.“



Registrierung nicht nötig

Testteilnehmer mochten, dass zur Bearbeitung der Testaufgaben keine Registrierung zur Bestellung notwendig war.

"Prima, damit ein verwaister Account weniger!"

Positive Testergebnisse

Ein wesentlicher Teil der Testergebnisse sollen positiv sein, also etwas beschreiben, das die Testteilnehmer mochten.

Daumenregel: Mindestens 25% der Testergebnisse sollen positiv sein.

Positive Testergebnisse sind aus zwei Gründen wichtig:

- Sie verhindern, dass Dinge, welche die Testteilnehmer mochten, entfernt werden, weil keiner gesagt hat, dass sie gut funktionieren.
- Sie erleichtern die Akzeptanz von Problemen.

Mary Poppins drückt es so aus: „Mit 'nem Teelöffel Zucker nimmst Du jede Medizin.“

Usability-Testbericht, Beispiel



Keine oder ungenügende Bestsellerlisten

Testteilnehmer fanden kategorisierte Bestsellerlisten für diese Website relevant. Sie konnten jedoch Bestsellerlisten nicht finden.

Testteilnehmer sagten im Post-Session Interview, dass sie aus diesem Grund die Website verlassen würden.

Kritisches Problem?

Das Testergebnis „Keine oder ungenügende Bestsellerlisten“ wurde als „Kritisches Problem“ eingestuft, weil 2 von 4 Teilnehmern im Post-Session Interview sagten, dass sie aus diesem Grund die Website verlassen hätten, wenn sie sich nicht in einem Usability-Test befunden hätten.

Man sollte sehr vorsichtig sein, ein Testergebnis als „kritisches Problem“ einzustufen, wenn es nur einen Testteilnehmer beeinflusst hat, auch wenn dieser Testteilnehmer von diesem Problem schwer betroffen war.

Mit Problemen die nur einen Testteilnehmer beeinflusst hat, sollte man generell vorsichtig umgehen. Solche Probleme können im Testbericht mitgenommen werden, wenn folgende Bedingungen erfüllt sind:

- Die übrigen Testteilnehmer haben die Situation wo das Problem auftritt, nicht erlebt.
- Relevante, anerkannte Heuristiken oder zwei erfahrene Usability Professionals bestätigen das Problem.



Verfügbarkeit und Lieferzeit werden nicht angezeigt

Testteilnehmer vermissten Informationen zur Verfügbarkeit eines Buches bei einem Buchhändler und damit die erwartete Lieferzeit.

Testteilnehmer sagten im Post-Session Interview, dass sie aus diesem Grund die Website verlassen würden.

„Leider kann man nirgendwo einsehen, wie schnell es geht. Das ist natürlich schade!“



Erwartete Kaufmöglichkeit ist nicht selbstverständlich und unmittelbar ersichtlich

Alle Testteilnehmer erwarteten, dass sie standardmäßig Bücher zur Lieferung an ihre Adresse bestellen. Kein Testteilnehmer erwartete, dass zunächst eine Postleitzahl eingegeben werden muss und man erst dann erfährt, ob es in dem Bereich einen Buchhändler gibt, der an eine Adresse liefert.

Empfehlung: Entweder Lieferung unmittelbar ohne Buchhändlerwahl anbieten oder auf der Startseite deutlich angeben, dass die Lieferung immer durch einen vom Benutzer gewählten Buchhändler erfolgt.

Usability-Testbericht, Beispiel

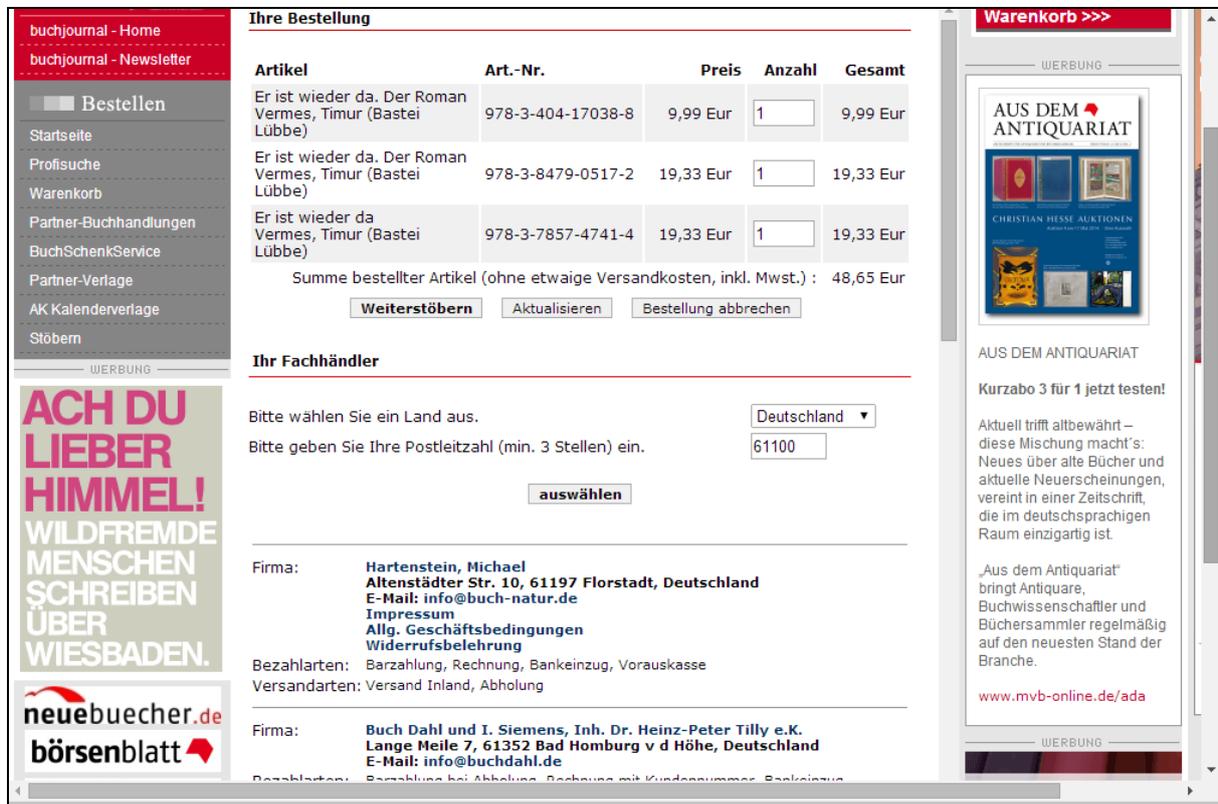


Abbildung 1: Testteilnehmer waren überrascht, dass sie als Einstieg in den Bestellvorgang einen Fachhändler auswählen sollten. Das entsprach nicht ihren Erwartungen.

Ernsthaftes oder kritisches Problem?

Ein Reviewer dieses Testberichtes meinte, dass das vorhergehende Problem „Erwartete Kaufmöglichkeit ist nicht selbstverständlich und unmittelbar ersichtlich“ ein Beispiel für ein kritisches statt einem ernsthaften Problem sei, da es zeigt, dass die Seite weder der Aufgabe, noch den Erwartungen der Benutzer gerecht wird.

Nach der bisherigen Definition ist es das nicht. Die Benutzer konnten die Aufgabe ohne Hilfe von außen abschließen. Wenn man die Einstufungen überarbeitet, könnte das anders sein. Allerdings zeigt es eben auch, dass das Bauchgefühl, was kritisch ist, nicht immer mit den Beobachtungen im Test und den Definitionen der Einstufungen übereinstimmt.

Usability-Testbericht, Beispiel

Formulierung von Testergebnissen

Höflich

Testergebnisse sind immer höflich formuliert. Aussagen wie

"Die Verfügbarkeit eines Buches und die erwartete Lieferzeit nicht anzuzeigen, ist unprofessionell und schlampig."

sind unzulässig. Falls ein Testteilnehmer das tatsächlich so gesagt hat, sollte man sorgfältig abwägen, ob man das Zitat verwendet.

Dieses Beispiel ist konstruiert. Unhöflich formulierte Testergebnisse kommen in diesem Beispielsbericht nicht vor.

Immer auf Testteilnehmer hinweisen

Testergebnisse müssen sich immer auf Testteilnehmer beziehen. Das vorige Testergebnis soll also zum Beispiel nicht so formuliert werden: "Die Verfügbarkeit eines Buches bei einem Buchhändler und damit die erwartete Lieferzeit wird nicht angezeigt." Das würde wie eine Aussage aus einer Inspektion anstatt aus einem Usability-Test klingen.



Was bedeutet „Favoriten“?

In der Suche nach den meistverkauften Krimis gelangten Testteilnehmer auf die Seite "Stöbern", wo sie die Überschrift "Favoriten" entdeckten. Es war jedoch nicht klar, was "Favoriten" bedeutet und in welcher Reihenfolge die Favoriten erscheinen.

„Was heißt Favoriten? Sind das denn die meistverkauften?“

Quantifizierung

Generell sollte man quantifizierte Ausdrücke meiden.

Beispiel: „3 Testteilnehmer fanden kategorisierte Bestsellerlisten für die Website relevant“. Auch „3 von 4 Testteilnehmern“ ist nicht besser, da es leicht als „75%“ interpretiert wird. Die kleine Anzahl der Testteilnehmer bei einem qualitativen Usability-Test wie diesem erlaubt solche Verallgemeinerungen nicht; die Unsicherheit in der Angabe „75%“ ist dafür zu groß.

„Einige Testteilnehmer“ ist zu wenig präzise. Wir empfehlen die neutrale Formulierung „Testteilnehmer“. Wenn ein Problem bei allen Teilnehmern auftrat, ist „alle Testteilnehmer“ in Ordnung.

Die Frage der Quantifizierung sollte man bei der Auswahl der Evaluierungsmethode mit dem Auftraggeber klären. Wenn der Auftraggeber eine belastbare Quantifizierung wünscht, ist ein qualitativer Usability-Test nicht die passende Methode.

Usability-Testbericht, Beispiel

1.2 Suche - Bücher



Suchfunktion sofort auf der ersten Seite zu finden

Die Suchfunktion war für die Testteilnehmer leicht erkennbar. Die Testteilnehmer fanden es gut, dass die Suche sie weiter zur Detailsuche führte.



Sortiermöglichkeit für Suchergebnisse

Testteilnehmer mochten, dass sie die Suchergebnisse nach zum Beispiel Titel, Autor oder Erscheinungsdatum sortieren konnten. Alle Testteilnehmer fanden die Sortiermöglichkeit problemlos.



Sortierkriterium sichtbar machen

Suchergebnisse können nach Sortierkriterien sortiert werden. Mögliche Sortierkriterien sind Titel, Autor, Erscheinungsdatum, Preis, Verlag und ISBN.

Testteilnehmer meinten, dass der Wert des Sortierkriteriums, zum Beispiel das jeweilige Erscheinungsdatum, bei jedem Titel in der Liste angegeben sein sollte.



Hilfe bei Eingabe des Suchtextes

Testteilnehmer mochten, dass in der Profisuche während der Eingabe des Autors Eingabemöglichkeiten zum Vorschein kamen ("Autovervollständigung"), die der Benutzer verwenden konnte, um zu viel Tippen und Eingabebefehle zu vermeiden.



Meistverkaufter Krimi nicht gefunden

Auf der Suche nach dem zur Zeit meistverkauften Krimi suchten Testteilnehmer nach einer Bestsellerliste. Als sie diese nicht fanden, gaben sie „Krimi“ als Stichwort in der Profisuche ein. Die Website teilte mit, dass es mehr als 5.000 Ergebnisse zu dieser Suche gab. Die grosse Anzahl der Ergebnisse führte dazu, dass Testteilnehmer diese Art der Suche nach Bestsellern sofort aufgaben.

Empfehlung: Die Website sollte in diesem Fall wie ein guter Verkäufer reagieren.

Die einfache Lösung ist, Krimis aus der Bestsellerliste vorzuschlagen, da die Annahme vernünftig ist, dass das dem Benutzer weiterhilft.

Eine etwas kompliziertere Lösung wäre, wie ein guter Verkäufer noch einen Schritt weiter zu gehen und erst mal nachzuhaken, was genauer mit „Krimi“ gemeint ist: „Suchen Sie einen Bestseller oder eine Neuerscheinung, ...“, anstatt sofort 5 Titel aus der Bestsellerliste aufzuzählen.

Usability-Testbericht, Beispiel



Unverständliche Fachausdrücke in der Suchmaske

Testteilnehmer wussten nicht unmittelbar, wo sie den Titel eingeben sollten. Nach einigem Überlegen entschlossen sie sich korrekt dazu, den Titel im „Stichwort“-Feld einzugeben.

Testteilnehmer wussten nicht, was „Schlagwort“ und „Reihentitel“ bedeuten.

Empfehlungen: Siehe hierzu Abbildung 2.

- „Stichwort“ durch „Suchbegriffe“ ersetzen.
- „Titel“ durch veränderte Feldreihenfolge besser hervorheben.
Empfohlene Reihenfolge: Suchbegriffe, Autor, Titel, Schlagwort, Reihentitel, Verlag
- „Schlagwort“ und „Reihentitel“ weglassen. Falls das nicht annehmbar ist, Erklärung zu „Schlagwort“ und „Reihentitel“ hinzufügen. Die Erklärung kann zum Beispiel zum Vorschein kommen, wenn der Benutzer ein  Symbol zum Feld anklickt.



The screenshot shows the search interface of buchhandel.de. The search results section displays a message: "Leider wurde zu Ihrer Suchanfrage kein Ergebnis gefunden. Bitte recherchieren Sie erneut mit geänderten Eingaben." The search fields are labeled: Stichwort, Autor (timur vermes), Preis, Schlagwort, Jahr, Reihentitel, Medientyp (alle Medien), Verlag, ISBN/ISSN, and Titel. Buttons include "zum Warenkorb", "Suchformular leeren", "letzte Suche", and "Suche starten".

Abbildung 2: Beschriftung und Reihenfolge von Suchfeldern

Usability-Testbericht, Beispiel



Suche nach einem Autor funktioniert nicht wie erwartet

Bei der Suche nach dem Autor Timur Vermes gaben alle Testteilnehmer „timur vermes“ an. Diese scheinbar richtige Eingabe lieferte keine Ergebnisse.

Die Ursache ist, dass die Website in der „Profisuche“ verlangt, dass ein Autornamen in der Reihenfolge „Nachname Vorname“ angegeben wird, also zum Beispiel „Grass Günther“ oder „Vermes Timur“ statt „Günther Grass“ oder „Timur Vermes“.

Empfehlung: Die Website sollte beide Schreibweisen des Autors korrekt erkennen, auch „Vorname Nachname“. Falls diese Lösung nicht möglich ist, muss die erwartete Schreibweise deutlich aus dem Text hervorgehen.



The screenshot shows the search interface on buchhandel.de. The search criteria entered are:

- Stichwort: (empty)
- Autor: timur vermes
- Preis: (empty) bis (empty)
- Schlagwort: (empty)
- Jahr: (empty) bis (empty)
- Reihentitel: (empty)
- Medientyp: alle Medien
- Verlag: (empty)
- ISBN/ISSN: (empty)
- Titel: (empty)

The search results display a message: "Leider wurde zu Ihrer Suchanfrage kein Ergebnis gefunden. Bitte recherchieren Sie erneut mit geänderten Eingaben." Below the search criteria are buttons for "zum Warenkorb", "Suchformular leeren", "letzte Suche", and "Suche starten".

Abbildung 3: Suche nach "timur vermes" liefert keine Ergebnisse, obwohl der Autor so heißt. Suche nach "vermes timur" zeigt die Titel, die Timur Vermes geschrieben hat.

Usability-Testbericht, Beispiel

Abbildungen

Abbildungen („Screenshots“) machen Testergebnisse leichter verständlich.

Die Beschreibung eines Testergebnisses muss soweit möglich auf der gleichen Seite wie die dazugehörige Abbildung erscheinen.

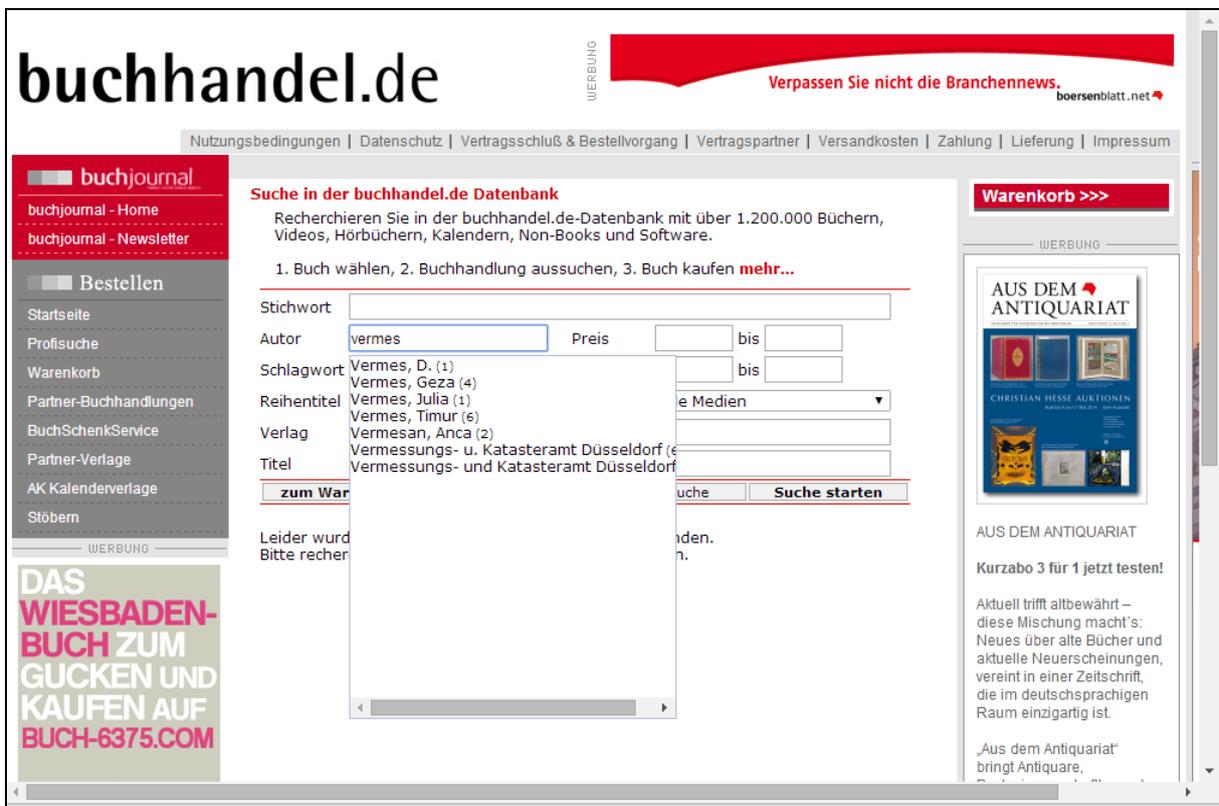
Die Abbildung muss nach dem Usability-Befund mit einem passenden, kurzen Bildtext, der auf das Testergebnis hinweist, erscheinen.



Suche ist nicht fehlertolerant

Die Testteilnehmer erhielten bei Suche nach „Timur Vernes“ (statt korrekter Schreibweise „Timur Vermes“) keine Ergebnisse.

Empfehlung: Rechtschreibfehler möglichst korrigieren. Wenn das nicht möglich ist, bei fehlenden Ergebnissen ausdrücklich darauf hinweisen, dass etwas falsch geschrieben sein könnte.



The screenshot shows the search interface of buchhandel.de. The search bar contains the text 'vermes'. A dropdown menu is open, displaying a list of suggestions: 'Vermes, D. (1)', 'Vermes, Geza (4)', 'Vermes, Julia (1)', 'Vermes, Timur (6)', 'Vermesan, Anca (2)', and 'Vermessungs- u. Katasteramt Düsseldorf (6)'. The 'Suche starten' button is highlighted in red. The page header includes the logo 'buchhandel.de' and a navigation menu. The left sidebar contains a 'Bestellen' section with links to 'Startseite', 'Profisuche', 'Warenkorb', 'Partner-Buchhandlungen', 'BuchSchenkService', 'Partner-Verlage', 'AK Kalenderverlage', and 'Stöbern'. The right sidebar features a 'Warenkorb >>>' button and an advertisement for 'AUS DEM ANTIQUARIAT'.

Abbildung 4: Hilfe zum Autornamen bei Eingabe eines Suchtextes

1.3 Suche - Buchhändler



Keine Suchmöglichkeit für die Postleitzahl

Bei der Bestellung muss der Benutzer einen Fachhändler wählen. Das Formular fordert dazu die Eingabe einer Postleitzahl. Testteilnehmer beschwerten sich, dass es keine Möglichkeit gibt, den Namen einer Stadt einzugeben, falls man die Postleitzahl nicht kennt.

Ein Testteilnehmer hat Google benutzt, um eine Postleitzahl in Bonn zu ermitteln.



Keine Angabe der Entfernung zum Buchhändler

Testteilnehmer vermissten die Entfernung von der eingegebenen Postleitzahl zu jedem Buchhändler in der Liste.

In den meisten Fällen war die Postleitzahl des Buchhändlers nicht die gleiche wie die eingegebene Postleitzahl. In einigen Fällen wurden Buchhandlungen angezeigt, die sich bis zu 50 Kilometer von der eingegebenen Postleitzahl befanden, besonders wenn die Postleitzahl einem ländlichen Gebiet entsprach. Wenn sich zwei Buchhandlungen in entgegengesetzten Richtungen zur Postleitzahl befanden, war es schwer, die relativen Entfernungen einzuschätzen.

1.4 Gestaltung



Mehrere Scrollbalken

Testteilnehmer beschwerten sich über die doppelten Scrollbalken, die erscheinen, wenn die Liste der Suchergebnisse zu lang ist, um vollständig auf dem Bildschirm angezeigt zu werden. Der eine Scrollbalken wird in der Liste der Suchergebnisse angezeigt, der zweite im Browser.

Jedoch hatte kein Testteilnehmer Probleme, die Handhabung der Scrollbalken zu verstehen.

"Dieses mit den Balken, das irritiert mich hier, echt. Innerhalb der Seite nochmal einen separaten Scrollbalken zu machen, finde ich sehr störend."

Empfehlung: Kein Scrollbalken in der Liste der Suchergebnisse. Nur den Scrollbalken des Browsers nutzen.

Usability-Testbericht, Beispiel

2 Beschreibung des Testgegenstandes

Untersucht wurde die Website www.buchhandel.de, wie sie im April 2014 im Internet öffentlich zugänglich war.

Die Website richtet sich an Personen, die sich über Bücher informieren oder Bücher kaufen möchten. Außer Büchern gibt es noch weitere Medien wie zum Beispiel Landkarten, Videos oder Software.

Auf dieser Website kann man die genannten Medien recherchieren und bestellen. Hinter dem Angebot stehen Buchhändler mit physischen Geschäften. Neben der für einen Online-Shop typischen Lieferung an eine Adresse gibt es daher auch die Möglichkeit, ein Buch in einem Laden vor Ort zu bestellen und dort abzuholen.

Außer der Bestellung, die laut Aufgabenstellung nicht verwendet werden sollte, war den Testteilnehmern die gesamte Webseite zugänglich.



The screenshot shows the homepage of **buchhandel.de**. At the top left is the logo and a navigation menu with links like 'Startseite', 'Profisuche', and 'Warenkorb'. The main content area features a central banner with book covers and the text 'Online kaufen beim Buchhändler Ihres Vertrauens'. Below this are search boxes for 'Bücher kaufen bei buchhandel.de' and 'E-Books kaufen bei libreaka!'. On the right side, there are promotional banners for 'AUS DEM ANTIQUARIAT' and 'BücherScheck!'. A sidebar on the left contains a 'Bestellen' section and a '63,75' price tag for 'WIESBADEN'.

Abbildung 5: Startseite von www.buchhandel.de im April 2014

Usability-Testbericht, Beispiel

Beschreibung des Testgegenstands

Der Testgegenstand kann beispielsweise sein: ein Konzept, ein Prototyp oder ein funktionierendes Softwaresystem, ein Hardwareprodukt, oder eine Teilkomponente eines Produkts oder einer Dienstleistung.

Mit den folgenden Information wird der Testgegenstand kurz und knapp beschrieben:

- Der vollständige offizielle Name des Testgegenstandes
- Eine kurze Beschreibung des Testgegenstandes und seines Zwecks
- Genaue Angabe der getesteten Version: Name, Nummer, Release oder Datum
- Getesteter Teil des Systems

Weiterhin empfehlen wir folgende Information:

- Die Zielgruppe des Systems
- Der Nutzungskontext in welchem das System eingesetzt wird
- Ggf. Hinweise auf vorherige Evaluationen.

Zielgruppe und Nutzungskontext können in anderen Dokumenten enthalten sein, beispielsweise einer Spezifikation; sie sollten dann aus dem Testbericht referenziert werden.

3 Zweck der Evaluierung

Der primäre Zweck der Evaluierung war, eine gute Grundlage für die Erstellung eines Usability-Testberichtes zu schaffen.

Ein sekundärer Zweck war, Stärken und Schwächen der Website aufzuzeigen.

4 Vorgehensweise

4.1 Methodenübersicht

Dieser Usability-Test wurde als ein unbeaufsichtigter Usability-Test von der Firma <Remote Usability Testservice> durchgeführt. Diese Firma hat sich auf solche Tests spezialisiert.

Vier Personen haben einzeln 4 Aufgaben auf der Website ausgeführt. Ihre Benutzung der Website und ihre mündlichen Kommentare wurden auf Video aufgezeichnet. Anschließend wurden sie schriftlich zu ihren Eindrücken befragt.

Die Videos wurden später von den Autoren, die alle Usability Professionals sind, analysiert. Der Usability-Test war ein sogenannter unbeaufsichtigter Usability-Test, das heißt die Testteilnehmer wurden während der Aufgabenlösung nicht beobachtet.

Die Testteilnehmer führten die Testsitzungen einzeln durch.

Die Ausführung der Aufgaben dauerte zwischen 13 und 23 Minuten. Die Gesamttestzeit inklusive Beantwortung der Fragen nach jeder Testsitzung liegt bei ca. 30 Minuten.

4.2 Methodengrundlage

Die Grundlage der Vorgehensweise in diesem Test ist die anerkannte Usability-Testmethode des "Lauten Denkens" (zum Beispiel beschrieben in Dumas und Redish (1999): "A Practical Guide to Usability Testing" oder Hartson und Pyla (2012): "The UX Book").

4.3 Testsitzungen

4 Testsitzungen wurden geplant und durchgeführt, jede mit einem Testteilnehmer. Abschnitt 5.6 enthält Informationen zu den einzelnen Testteilnehmern.

4.4 Zielgruppe des Systems

Potenzielle Käufer von Büchern im Internet, das heißt der größte Teil der erwachsenen deutschsprachigen Bevölkerung. Testteilnehmer müssen Erfahrung mit Computer und Internet haben, aber keine Profis in diesem Gebiet sein.

4.5 Segmentierung

Beide Geschlechter waren vertreten.

5 Usability-Testskript

5.1 Briefing (Anweisungen vor der Testsitzung)

Die Anweisungen der Firma <Remote Usability Testservice> an die Testteilnehmer vor jeder Testsitzung sind uns leider nicht bekannt.

Briefing

In einem Usability-Test, bei dem sich der Usability-Testteilnehmer und der Moderator am gleichen physischen Ort befinden, hätte die Checkliste ungefähr den folgenden Inhalt:

- Bitten Sie um Erlaubnis die Testsitzung auf Video aufzunehmen. Falls Sie die Erlaubnis erhalten, starten Sie die Aufnahme.
- Bitten Sie den Testteilnehmer die Geheimhaltungsvereinbarung zu unterschreiben.
- Erklären Sie kurz den Zweck des Usability-Tests.
- Erklären Sie kurz den Zweck aussergewöhnlicher Ausrüstung im Raum, zum Beispiel Mikrophone, Video Kameras und Einwegspiegel.
- „Wir beurteilen nicht Sie. Wir beurteilen das Produkt“
- „Sie können diese Testsitzung jederzeit verlassen. Auch wenn Sie vorzeitig die Testsitzung verlassen, erhalten Sie die verabredete Bezahlung.“
- Bitten Sie den Testteilnehmer während der Aufgabenlösung laut zu denken. Vermeiden Sie Veranschaulichungen wie man laut denkt; sie sind nicht rentabel, denn man kann einem Testteilnehmer nicht durch eine 5-minütige Veranschaulichung das laute Denken beibringen, und Sie erhalten nützliche Ergebnisse auch wenn der Testteilnehmer nicht laut denkt.
- „Haben Sie Fragen?“

5.2 Pre-Session Interview

Es fand kein Pre-Session Interview statt. Fragen können bei <Remote Usability Testservice> nur am Ende der Usability-Testsitzung gestellt werden.

Pre-Session Interview

Eine Diskussion des Inhalts des Pre-Session Interviews finden Sie in einem Lehrbuch, zum Beispiel im CPUX-UT Curriculum.

Usability-Testbericht, Beispiel

5.3 Testaufgaben

Testaufgaben

Testaufgaben werden normalerweise immer mit dem Auftraggeber abgesprochen. In diesem Fall gab es keinen Auftraggeber und die Autoren haben daher unter sich die Aufgaben festgelegt.

Bestandteile der Beschreibung von Testaufgaben

- Text, den der Testteilnehmer erhielt
- Grund, warum diese Aufgabe gewählt wurde
- Erwartete Antwort (optional)
- Kriterium für erfolgreiche Aufgabenbeendigung

Die Testaufgaben wurden von den Autoren auf Grund ihrer umfassenden Erfahrungen mit Usability-Tests ähnlicher Websites festgelegt. Die Autoren haben dabei angestrebt, Aufgaben zu stellen, die für typische Benutzer am häufigsten vorkommen.

Szenario

Sie möchten zwei Freunden zum Geburtstag Bücher schenken. Der eine wünscht sich das Buch „Er ist wieder da“. Vom anderen wissen Sie, dass er Krimis mag. Sie stöbern im Internet und gelangen dabei auf die Seite www.buchhandel.de. Versuchen Sie, auf dieser Seite die folgenden 4 Aufgaben zu lösen.

Aufgabe 1

Gehen Sie so vor, als wenn Sie das Buch "Er ist wieder da" von Timur Ver^unes bestellen würden. Sie brauchen es in drei Tagen, der Preis ist nicht so wichtig. BESTELLEN SIE NICHT WIRKLICH. Beenden Sie die Aufgabe, wenn Sie nach Ihrem Namen, Ihrer Adresse oder nach Zahlungsinformationen gefragt werden. Geben Sie diese Informationen nicht ein.

Auswahlgrund: Diese Aufgabe ist ein realistisches Beispiel für die am häufigsten vorkommende Aufgabe auf www.buchhandel.de: ein Buch finden und kaufen.

Anmerkung: Die Website korrigiert keine Schreibfehler. Die falsche Schreibweise „Timur Ver^unes“ (der Autor heisst „Timur Ver^umes“) wurde absichtlich benutzt um festzustellen, ob die Abwesenheit der Fehlerkorrektur für Benutzer von Bedeutung ist oder ob ausreichend andere Möglichkeiten vorhanden sind, um ein Buch zu finden.

Kriterium für erfolgreiche Aufgabenbeendigung: Der Testteilnehmer findet das Buch und leitet den Bestellvorgang richtig ein.

Usability-Testbericht, Beispiel

Aufgabe 2

Finden Sie heraus, welcher Krimi zurzeit im deutschen Buchhandel am meisten verkauft wird.

Auswahlgrund: Diese Aufgabe ist plausibel, aber auf www.buchhandel.de schwer zu lösen. Der Zweck der Aufgabe ist zu sehen, ob die Website befriedigend darüber informiert, dass die erwartete Bestsellerliste nicht vorhanden ist.

Kriterium für erfolgreiche Aufgabenbeendigung: Die erwartete Antwort lautet „Eine Bestsellerliste gibt es auf dieser Website nicht.“ Wichtig ist auch, ob der Testteilnehmer eine Bestsellerliste auf der Website erwartet.

Nicht lösbare Aufgaben

Es hat sich gezeigt dass Aufgabe 2 für die meisten Testteilnehmer unlösbar oder schwer zu lösen war. Wir haben sie trotzdem gestellt.

Usability-Testaufgaben sollen den Erfordernissen der Nutzer entsprechen, nicht den Fähigkeiten des Produkts. Diese Aufgabe entspricht einem wichtigen Erfordernis. Die Autoren hatten schon vor dem Test den Verdacht dass die Bestsellerlisten auf der Website unzureichend waren. Der Test hat diese Vermutung bestätigt.

Eine weitere Diskussion nicht lösbarer Aufgaben finden Sie in einem Lehrbuch, zum Beispiel im CPUX-UT Curriculum.

Aufgabe 3

Der Krimi-Liebhaber mag den Autor Volker Kutscher. Finden Sie heraus, wie der neueste Krimi von Volker Kutscher heißt.

Kriterium für erfolgreiche Aufgabenbeendigung: Die erwartete Antwort lautet „Die Akte Vaterland“. Das Buch erschien im August 2012.

Aufgabe 4

Der Krimi-Liebhaber wohnt in Bonn. Suchen Sie die Telefonnummer eines Bonner Buchhändlers heraus, um sich von ihm beraten zu lassen und zu erfahren, ob der Beschenkte das Buch vor Ort bei Nichtgefallen umtauschen könnte.

Kriterium für erfolgreiche Aufgabenbeendigung: Der Testteilnehmer findet die Telefonnummer eines Bonner Buchhändlers

5.4 Aufgabenende

Die Testteilnehmer haben durch Betätigen einer Schaltfläche signalisiert, dass sie eine Aufgabe beenden. Dabei konnten sie zwischen „Aufgabe fertig“ (nach Ansicht des Testteilnehmers richtig gelöst) und „Aufgabe zu schwer“ (nach Ansicht des Testteilnehmers nicht gelöst) wählen.

Usability-Testbericht, Beispiel

5.5 Post-Session Interview (Nachbesprechung)

Folgende Fragen wurden nach jeder Testsitzung gestellt:

- Ihr Fazit: Was hat Ihnen am besten gefallen? Was hat Ihnen am wenigsten gut gefallen?
- Würden Sie die Seite ihren Freunden empfehlen? Was würden Sie sagen?
- Falls es eine Stelle gegeben hätte, an der Sie den Besuch der Webseite abgebrochen hätten (und Sie das nicht bereits während des Tests deutlich erkennbar erwähnt und erklärt haben): Wo wäre das gewesen? Warum?
- Falls Sie schon einmal bei einem anderen Anbieter im Internet Bücher gekauft haben: Wie hat Ihnen das im Vergleich zu buchhandel.de gefallen? Warum?

5.6 Usability-Testteilnehmer

	Geschlecht	Ungefähres Alter	Beruf	Website bekannt?	Bücher bei anderen Internet-Anbietern gekauft?
1	männlich	30	Verkäufer, Verbrauchermarkt für Elektronik	nein	ja
2	männlich	30	Student des Informations-managements	nein	ja
3	weiblich	30	Buchhalterin und Lohnverrechnerin bei einem Steuerberater; derzeit in Elternzeit	nein	ja
4	weiblich	30	Germanistin; momentan zusätzlich Studentin der Literaturwissenschaft	nein	ja

Alle Testteilnehmer wurden durch die Firma <Remote Usability Testservice> rekrutiert, die sich auf unbeaufsichtigte Usability-Tests spezialisiert hat.

Informationen zur physischen Umgebung während des Tests liegen nicht vor. Bei einem unbeaufsichtigten Usability-Test, der von einer professionellen Firma durchgeführt wird, kann man jedoch annehmen, dass die Testsitzungen bei den Testteilnehmern zuhause oder vielleicht an einem anderen ungestörten Ort stattgefunden haben.

Informationen zur technischen Umgebung während des Testes liegen nicht vor. Bei einem unbeaufsichtigten Usability-Test, der von einer professionellen Firma durchgeführt wird, kann

Usability-Testbericht, Beispiel

man jedoch annehmen, dass die Testsitzungen bei den Testteilnehmern zuhause auf ihrem eigenen Computer mit ihrem üblichen Browser stattgefunden haben.

Testteilnehmer

Die Anonymität der Testteilnehmer muss soweit wie möglich gewahrt werden. Namensangaben – auch nur Vorname – sind nicht zulässig.

Die Berufsangaben sind wichtig weil sie in wenigen Worten viele Informationen zum Testteilnehmer geben. Sie müssen genau sein solange dadurch die Anonymität der Testteilnehmer nicht gefährdet wird. Angaben wie „Student“, „Rentner“ oder „Manager“ sind unzureichend. Besser sind „Student der Theologie“, „Rentner, ehemaliger Bäckermeister“ und „Manager, Personalabteilung“. Bei einem Usability-Test mit inhouse Testteilnehmern kann die Rücksicht auf die Anonymität bedeuten dass keine genauen Berufsangaben im Testbericht gemacht werden können. Bei der Wahl zwischen Genauigkeit der Angaben und reelle gefährdung der Anonymität sollte die Erhaltung der Anonymität immer den Vorzug haben.

Usability-Testbericht, Beispiel

Anhang 1 – Usability-Befunde für jeden Testteilnehmer

Die folgende Tabelle zeigt eine Übersicht über den gesamten Test. Für jeden Testteilnehmer zeigt die Tabelle, wie die Aufgabenlösungen von den Autoren dieses Berichtes eingeschätzt wurden:



Die Aufgabe wurde ohne Probleme richtig gelöst.



Es gab Probleme, welche die Lösung der Aufgabe verzögerten.



Der Testteilnehmer hatte große Probleme. Es gelang ihm trotzdem, die Aufgabe zu lösen.



Der Testteilnehmer konnte die Aufgabe nicht lösen oder kam zu einer Antwort, die wesentlich von der richtigen Antwort abwich.

Teilnehmer	1	2	3	4
Aufgabe 1 "Er ist wieder da" finden und kaufen				
Aufgabe 2 Krimi-Bestseller				
Aufgabe 3 Neuestes Buch von Kutscher finden				
Aufgabe 4 Telefonnummer Buchhändler Bonn				

Probleme bei Aufgabe 1: Siehe folgende Testergebnisse in Abschnitt 1.1 und 1.2:

- Erwartete Kaufmöglichkeit ist nicht selbstverständlich und unmittelbar ersichtlich
- Verfügbarkeit und Lieferzeit werden nicht angezeigt
- Suche nach einem Autor funktioniert nicht wie erwartet
- Suche ist nicht fehlertolerant

Probleme bei Aufgabe 2: Siehe folgende Testergebnisse in Abschnitt 1.1:

- Keine oder ungenügende Bestsellerlisten

Bei Testteilnehmer 4 brach die Videoaufzeichnung nach Aufgabe 2 auf Grund eines technischen Problems ab.

Usability-Testbericht, Beispiel

Testergebnisse pro Teilnehmer

Wenn aus der Tabelle deutlich hervorgeht, dass ein wesentlicher Teil der Testteilnehmer Schwierigkeiten bei einer Aufgabe hatte, muss nach der Tabelle ein Hinweis zu den konkreten Testergebnissen erscheinen, welche die Probleme beschreiben.

Anhang 2 – Index der Testergebnisse

Tabellarische Übersicht

Der praktische Wert der folgenden Tabelle aller Testergebnisse ist umstritten.

In der Tabelle sind Testergebnisse nach Einstufung sortiert.

Argumente für diese Tabelle:

Die Tabelle kann als Arbeitsliste bei der Behebung von Usability-Problemen dienen, insbesondere, wenn die schwerwiegendsten Probleme zuerst angegangen werden sollen.

Die Tabelle gibt einen schnellen Überblick über die Verteilung der Probleme auf die verschiedenen Einstufungen.

Argumente gegen diese Tabelle:

Die Tabelle ist eine einfache Wiederholung des Inhalts des Testberichtes. Eine schnelle Übersicht der kritischen Probleme erhält der Leser in der Zusammenfassung und durch Durchblättern des Berichts und ausfindig machen der roten Symbole.

Die Tabelle erhöht den Umfang des Testberichtes. Je länger der Testbericht, umso weniger Interessenvertreter werden den Bericht lesen.

Die Sortierung nach Einstufungen entspricht nicht den Bedürfnissen der primären Benutzer des Berichtes.



Gute Ergebnisse

Etwas funktioniert gut und sollte beibehalten werden.

- **Gut geeignet für den gezielten Kauf eines Buches 12**
- **Registrierung nicht nötig 12**
- **Suchfunktion sofort auf der ersten Seite zu finden 16**
- **Sortiermöglichkeit für Suchergebnisse 16**
- **Hilfe bei Eingabe des Suchtextes 16**

Usability-Testbericht, Beispiel



Gute Idee

Vorschläge der Testteilnehmer, die das Benutzererlebnis (User Experience) deutlich verbessern könnten.

- **Sortierkriterium sichtbar machen..... 16**



Kritische Probleme

Nutzer scheitern bei der Bearbeitung angemessener Aufgaben.

- **Keine oder ungenügende Bestsellerlisten 13**
- **Verfügbarkeit und Lieferzeit werden nicht angezeigt..... 13**



Ernsthafte Probleme

Nutzer wurden länger aufgehalten (eine bis fünf Minuten), konnten aber die Aufgabe selbstständig abschließen.

- **Erwartete Kaufmöglichkeit ist nicht selbstverständlich und unmittelbar ersichtlich13**



Geringe Probleme

Nutzer wurden kurz aufgehalten, zögerten oder mussten etwas nachdenken (weniger als eine Minute).

- **Was bedeutet „Favoriten“?..... 15**
- **Meistverkaufter Krimi nicht gefunden..... 16**
- **Unverständliche Fachausdrücke in der Suchmaske 17**
- **Suche nach einem Autor funktioniert nicht wie erwartet..... 18**
- **Suche ist nicht fehlertolerant..... 19**
- **Keine Suchmöglichkeit für die Postleitzahl..... 20**
- **Keine Angabe der Entfernung zum Buchhändler 20**
- **Mehrere Scrollbalken..... 21**