

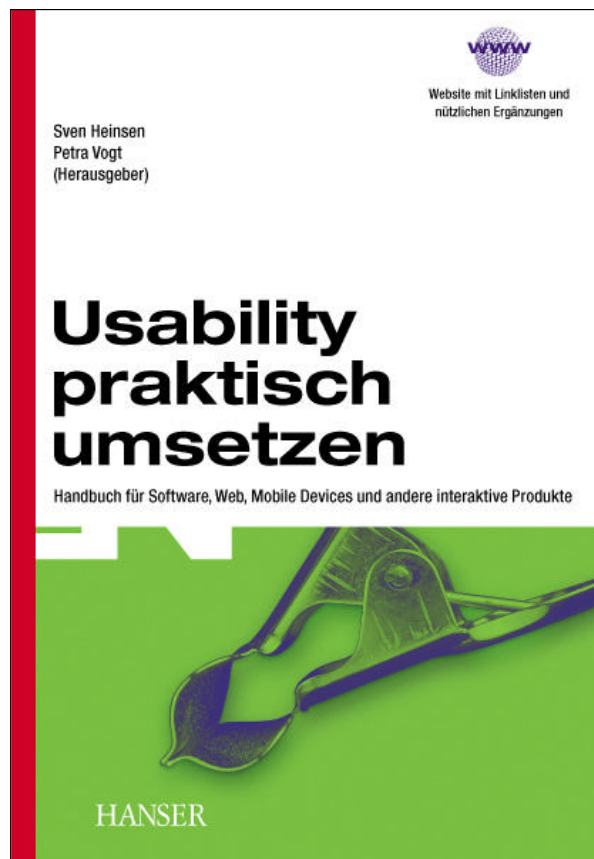
Einleitung aus

»Usability praktisch umsetzen«

Herausgegeben von Sven Heinsen und Petra Vogt

© Carl Hanser Verlag 2003

ISBN 3-446-22272-2

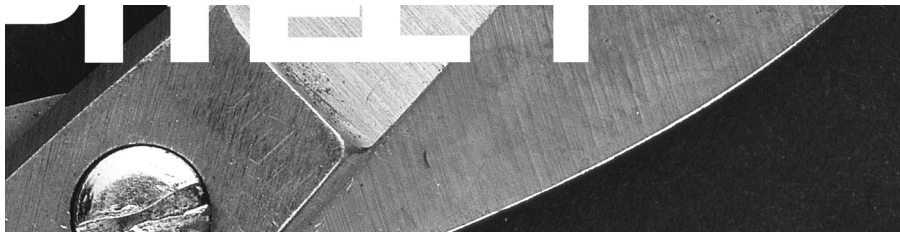


Zu bestellen über

<http://www.hanser.de/buch/2003/3-446-22272-3.htm>

1

Einleitung: Usability – darum geht's



von Petra Vogt und Sven Heinsen

1 Einleitung: Usability – darum geht's

Usability ist ein Trendthema geworden, mit dem sich Beteiligte an der Entwicklung und Pflege von Software, Websites und vielen anderen Produkten mit einem Interface auseinander setzen müssen. Dieses Kapitel zeigt den Rahmen, in dem sich die Disziplin bewegt. Es erläutert, was unter Usability zu verstehen ist und welchem Spannungsfeld alle ausgesetzt sind, die dieses Thema vorantreiben.

Die Benutzerfreundlichkeit – oder neudeutsch: *Usability* – von User-Interfaces ist innerhalb der letzten drei Jahre im deutschsprachigen Raum mehr und mehr zum Thema geworden. In Pressemitteilungen wird regelmäßig beim Erscheinen neuer Software-Releases von „größerer Benutzerfreundlichkeit“ gesprochen. Amerikanische Usability-Gurus preisen das Thema auch in deutschen Medien als Wundermittel an und erhalten viel Aufmerksamkeit. Der Trend hat auch schon Trittbrettfahrer: So gibt es vereinzelt Marktforschungsunternehmen, die herkömmliche Befragungen mit dem Label Usability verkaufen. Daneben gibt es aber auch ernsthafte Bemühungen, die Disziplin stärker im Entwicklungsprozess von Software, Websites und anderen Produkten zu verankern. So ist in Deutschland 2002 ein Berufsverband für Usability-Professionals gegründet worden. Die deutsche Konferenzreihe „Mensch und Computer“, die in dieser Art seit 2001 existiert, bietet eine breite Palette an Vorträgen und Workshops zum Thema an.

Die Usability-Professionals stoßen auf der anderen Seite jedoch immer noch bei Kunden oder im eigenen Unternehmen sehr oft auf Unklarheit bezüglich ihrer Disziplin. Dabei begegnen sie einer Mischung aus Unsicherheit und Ignoranz. Der Usability-Verantwortliche einer Hamburger Multimediaagentur formulierte den Umgang mancher Kunden mit dem Thema so: „Usability – da hätte ich gerne zwei von“. Da wird Benutzerfreundlichkeit schnell zum Projektbaustein, den es nur abzuhaken gilt, auch wenn sich für den Nutzer am Ende wenig verbessert hat.

Zur Verwirrung trägt auch bei, dass die Usability-Spezialisten verschiedene fachliche Hintergründe haben und dementsprechend schon für die Beschreibung ihrer Disziplin verschiedene Namen verwenden. So spricht der Informatiker zum Beispiel eher vom *Usability Engineering*. Er ist in der Regel besonders in den technischen Grundlagen benutzerfreundlicher Software versiert und hat seine Wurzeln in der Software-Ergonomie. Psychologen kommen dagegen aus einer sozialwissenschaftlichen Tradition und sind vor allem Spezialisten für Methoden zur Befragung und Beobachtung von Menschen. Sie sprechen von der Disziplin daher oft unter dem Oberbegriff des *Usability Testing*. Schließlich gibt es Designer, vor allem Produktdesigner, deren Stärke die Gestaltung ist und die gerne vom *User Centered Design* sprechen und den Begriff *Engineering* gar nicht auf sich beziehen mögen.

An all dem zeigt sich, dass die Disziplin noch relativ jung ist und nach wie vor im deutschsprachigen Raum einen Formungs- und Selbstfindungsprozess durchlebt.

1.1 Usability ist definiert: Effizienz, Effektivität und Zufriedenheit

Dabei gibt es mittlerweile sowohl eine weithin akzeptierte Definition, die in einer Norm niedergelegt ist, als auch einen Methodenkanon, der sich eingebürgert hat. *Usability* ist bei weitem nicht mehr frei definierbar. Im Kern steht das Mantra „Effizienz, Effektivität und Zufriedenheit“ wie es in der DIN EN ISO 9241 festgeschrieben ist (mehr über Normen siehe Kapitel „Normen und Zertifizierung“). Darin können sich sowohl Informatiker wie Psychologen und Designer wiederfinden.

Effektivität meint dabei, ob der Benutzer eines Produktes, einer Software oder Website seine Ziele erreichen kann. Möchte er beispielsweise auf einer Website eine Ware bestellen, ist der Vorgang effektiv, wenn ihm dies gelingt.

Das Kriterium *Effizienz* betrifft den Aufwand, der zur Erreichung des Ziels nötig ist. Liegen die Kundendaten etwa bei einem Bestellprozess schon vor, weil der Kunde sich über eine eindeutige Kundennummer identifiziert hat, ist es nicht effizient, wenn alle Adressdaten erneut eingetippt werden müssen. Wer jetzt denkt, so umständlich gehe es im wirklichen Leben nicht zu, muss sich immer wieder vom Gegenteil überzeugen lassen. Ein Hamburger Usability-Spezialist erlebte zum Beispiel im Herbst 2002 beim Kauf einer Fahrkarte, dass er für die Ausstellung seines Online-Tickets zur Identifizierung seine BahnCard-Nummer eingeben musste. Der Deutschen Bahn lag also der Nachweis darüber, dass ihm der BahnCard-Rabatt zusteht, vor. Dieser wurde jedoch in die Berechnung des Ticket-Preises nicht einbezogen. Statt dessen musste der Kunde seine BahnCard-Nummer im Bestellprozess erneut eingeben, um den Rabatt zu erhalten. Ein Prozess, der unter dem Effizienz-Kriterium der Usability-Norm ganz klar als optimierbar identifiziert werden kann.

Das Kriterium *Zufriedenheit* schließlich umfasst die subjektive Komponente. Hier wird einbezogen, ob die Benutzer eine Software, Website oder ein Produkt mögen und sich damit wohl fühlen. Das Thema *Joy of use*, das als neues Trendthema in der Usability-Szene gerade aufkommt, ist im Kriterium Zufriedenheit schon angelegt. Der Aspekt Zufriedenheit zeigt auch, dass das Vorurteil, es gehe in der Usability darum, möglichst effiziente, aber langweilige Produkte zu machen, haltlos ist.

Wenn die drei Kriterien Effektivität, Effizienz und Zufriedenheit für einen bestimmten Nutzungskontext in einer Software, Produkt oder Website erfüllt sind, ist es ein benutzerfreundliches Produkt. Je nach Interessen und Zielen werden die einzelnen Kriterien verschieden gewichtet sein.

1.2 Usability ist kein Zufall: Methoden sichern Benutzerfreundlichkeit

Um ein Produkt benutzerfreundlich zu machen, gilt es, von Anfang an darauf hinzuwirken, die Kriterien auch erfüllen zu können. Außerdem müssen Methoden angewandt werden, um zu messen, ob sie erreicht worden sind. Hierzu hat sich ein Methodenkanon in der Usability eingebürgert. Dieser reicht von den ersten Vorplanungsstadien bis hin zur abschließenden Evaluation. Dieses Buch stellt viele wichtige Methoden detailliert vor, z.B. die Experten-Evaluation oder eine Aufmerksamkeits-Analyse.

Festzuhalten ist schon an dieser Stelle: Eine reine Befragung nach der subjektiven Bewertung von Nutzern reicht nicht aus, um die Benutzerfreundlichkeit eines Produktes zu bestimmen. Fast immer fallen subjektive Bewertungen durch die Nutzer und die tatsächliche Nutzung weit auseinander. Da gibt es zum Beispiel diejenigen, die von sich behaupten: „Der Umgang mit Technik fällt mir immer leicht. Das Produkt war natürlich einfach zu benutzen.“ Ein Benutzertest zeigt jedoch, dass sie in Wirklichkeit bei vier von fünf Aufgaben gescheitert sind, d.h. das Produkt in punkto Effektivität weitgehend versagt hat. Und das, obwohl die Befragung anderes vermuten ließ. Jeder, der Benutzertests durchgeführt hat, kennt diese Diskrepanz. Neben dem Selbstbild spielen auch Aspekte wie etwa der Look des Produktes oder die Anwendung als solche eine Rolle für die Verzerrung zwischen Selbstwahrnehmung und beobachtbarem Verhalten. Tatsache ist jedoch: Auch was ansprechend aussieht, ist nicht unbedingt gut zu benutzen.

Wichtig ist neben der Befragung also die Beobachtung des wirklichen Verhaltens von Nutzern. Diese steht beim so genannten *Usability Testing* im Zentrum. Das Usability Testing ist ein zentraler Bestandteil des Methoden-Inventars des Usability Professionals. Allerdings bei weitem nicht der einzige. Im Berufsalltag erleben Usability Professionals immer wieder, dass dies leider noch nicht überall bekannt ist. An der Tagesordnung sind Kunden, die kurz vor Fertigstellung eines Produktes zu ihnen kommen und noch schnell einen abschließenden Usability Test haben möchten, „am besten morgen schon“. Sie möchten am Schluss ganz schnell noch ein bisschen Usability in das Produkt „hineingetestet“ bekommen. Da hört der Usability-Spezialist dann Sätze wie „Wir können dann mit den letzten Bugfixes auch noch die Ergebnisse des Usability-Tests einarbeiten.“ Dann muss der Usability-Profi jedoch bedauernd den Kopf schütteln. Ein Test zum Abschluss des Entwicklungsprozesses ist besser als überhaupt keine Rückmeldung über die Benutzerfreundlichkeit des Produktes, aber er kann nicht mehr als eine Standortbestimmung sein.

1.3 Usability ist nicht punktuell: Erfolg nur im Prozess

Um Produkte wirklich benutzerfreundlich zu machen, muss Usability schon von Anfang an als zentrale Eigenschaft des Produktes mit geplant und mit entsprechenden Methoden vorangetrieben werden. Benutzerfreundlichkeit kann dann sichergestellt werden, wenn ein *User Centered Design*-Prozess verwirklicht wird. Dies ist auch von den Normungs- und

Zertifizierungsgremien erkannt worden. Ergänzend zur DIN EN ISO 9241 schreibt die ISO 13407 einen auf Benutzerfreundlichkeit ausgerichteten Prozess fest. Auch die Deutsche Akkreditierungsstelle Technik e.V. (DATech) (siehe Kapitel „Normen und Zertifizierung“) hat einen Prüfbaustein „Usability Prozess“ herausgebracht, in dem es heißt: „Wegen des Kausalzusammenhangs von Prozess- und Produktqualität wird einem als reif beurteilten Prozess unterstellt, dass er mit geringerer Irrtumswahrscheinlichkeit taugliche Produkte hervorbringt“ (DATech 2002, S. 7).

Ein User Centered Design-Prozess bezieht die Wünsche der Benutzer schon bei der Planung mit ein. Als zentrale Methode wird zu Beginn der Planung die Aufgaben- oder Task-Analyse angewendet. Dabei untersucht der Usability Spezialist, wie die Nutzung des Produktes aussehen wird. Er bezieht dabei auf jeden Fall schon echte Nutzer ein. Oft werden auch existierende Programme oder Prozesse untersucht, um typische Nutzungsvorgänge herauszufinden. Je nach Produkt und Projekt ist auch eine Feldstudie nötig oder sinnvoll. Diese Erkenntnisse fließen in die Requirements-Analyse des zu entwickelnden Produktes ein. Ist die Entwicklung dann fortgeschritten und können erste Prototypen erstellt werden, leistet der Usability-Spezialist auch dabei Unterstützung. In frühen Entwicklungsphasen bietet sich besonders eine Experten-Evaluation an, bei der der Usability Spezialist sein Fachwissen bezüglich benutzerfreundlicher Produkte auf den Prototypen anwendet und Optimierungspotenzial aufzeigt. Dabei können solche Expertenevaluations das Testen mit der Zielgruppe nicht ersetzen. Vor allem bei neuartigen Produkten, wie zum Beispiel bei Web-Anwendungen und Mobile Devices, sind reine Experteneinschätzungen gefährlich, da noch gar nicht genügend Heuristiken und Wissen über die Nutzung vorliegen, um auf den Check mit echten Nutzern verzichten zu können.

Deshalb sind die ersten Tests mit echten Nutzern sinnvoll, sobald testbare Elemente vorliegen. So können zum Beispiel bei Websites schon das Wording der Navigation und die Kategorien mit echten Nutzern validiert werden. Dies kann sogar schon vor den ersten Prototypen erfolgen. So fließen die Erkenntnisse des Usability-Prozesses kontinuierlich in den Entwicklungsprozess ein. Dieser kann so in iterativen Schritten einem benutzerfreundlichen Produkt näher gebracht werden.

Praktisch an diesem Prozess und dem eingesetzten Methoden-Kanon ist, dass er für die unterschiedlichsten Produkte anwendbar ist. Egal, ob es sich um einen Bankautomaten, eine Entertainment-Website oder eine Spezial-Software zur Patientenverwaltung handelt. Auch für besondere Herausforderungen wie etwa die Entwicklung für eine multinationale Zielgruppe ist man mit diesem Werkzeugkasten der Usability bestens gerüstet. Wer zum Beispiel bei einer Website, die für Behinderte in China funktionieren soll, von Anfang an die genannten Methoden anwendet, kann kein völliges Usability-Desaster erleben.

Um Usability erfolgreich erzielen zu können, ist es daher wichtig, die Methoden zu kennen und sicher anzuwenden. In diesem Buch wird deshalb viel Wert auf die Vermittlung der Methoden gelegt. Darüber hinaus ist der Usability-Spezialist ständig gefordert, dazuzulernen und – zum Beispiel im Austausch mit anderen – die Methodenkenntnis zu erweitern (siehe ausführlich Kapitel „Fachkollegen treffen“).

1.4 Der Horizont ist weiter: Usability im Kontext

Um eine hohe Benutzerfreundlichkeit für ein Produkt zu erreichen, kommt es jedoch nicht nur darauf an, die richtigen Methoden zum richtigen Zeitpunkt einzusetzen. Erfolgskritisch ist auch, ob es gelingt, alle an dem Projekt Beteiligten von der Relevanz von Usability zu überzeugen und sie zur Umsetzung der Usability-förderlichen Maßnahmen zu bewegen. Der Usability-Spezialist bewegt sich in einem Projekt immer in einem Spannungsfeld verschiedener Interessen. Er ist der Nutzer-Advokat.

Neben der Stimme des Nutzers gibt es aber auch noch die oft widerstrebenden Interessen der Entwickler, des Auftraggebers, der Designer, der Projektmanager und so weiter. In diesem Konzert der verschiedenen Stimmen muss der Usability Professional hörbar bleiben und dem Nutzer ein Gewicht verliehen. Das ist nicht einfach. Im Prozess geraten die Endnutzer leicht aus dem Fokus. Drängende Probleme wie Zeit- und Geldmangel erscheinen da leicht viel wichtiger als die Benutzerfreundlichkeit. Da blockiert zum Beispiel der Projektmanager Verbesserungen mit dem Argument „Dafür haben wir aber jetzt wirklich keine Zeit mehr“. Oder der Designer bügelt sie ab mit „Das ist nun aber wirklich zu langweilig“. Und wenn eine Änderung bis dahin noch nicht verhindert worden ist, kommt schließlich der Programmierer mit einem vernichtenden „Das ist technisch nicht machbar“.

Wer es nicht schafft, diese Blockaden einzuordnen und zu überwinden, wird auch mit weitreichendster Methodenkenntnis keine höhere Benutzerfreundlichkeit im Endprodukt erzeugen. Deshalb thematisiert dieses Buch auch diesen wichtigen Bereich und gibt Tipps zum Umgang mit den verschiedenen Rollen in einem Projekt (siehe ausführlich Kapitel „Usability im Unternehmen“). So viel sei schon einmal an dieser Stelle verraten: Der Usability-Professional muss seine Ergebnisse mundgerecht für die anderen aufbereiten und dabei beharrlich auf die Umsetzung von Usability-Verbesserungen dringen. Achtung und Verständnis für die anderen Disziplinen sind dabei entscheidende Voraussetzungen. Eine puristische Haltung, die etwa für Websites ein Zurück zum Design der Kindertage des Webs fordert, wird sich da nicht durchsetzen können.

1.5 Usability ist machbar

Benutzerfreundlichkeit ist kein leichtes Ziel. Aber ein erreichbares. Mit der richtigen Ausrüstung und der nötigen Vorsicht und dem festen Willen kann auch der 8000er-Berg Usability erklommen werden. Wir glauben, dass aber noch viel zu tun ist. Unsere tägliche Nutzung von Software, Websites und interaktiven Produkten beweist es uns. Packen wir es an! Wir hoffen, dass dieses Buch Ihnen helfen wird, unserem Ziel näher zu kommen.