

ZEK MOBILE USABILITY



„Das App-Business ist schnelllebig und hoch kompetitiv. Um unser Produkt an die sich verändernden Nutzererwartungen anzupassen, bietet es sich an, genau diese in den Evaluationsprozess miteinzubeziehen. Der durch Eyetracking unterstützte Usability-Test lieferte wertvolle Hinweise, wie wir die HAZ mobil App noch nutzerfreundlicher gestalten können, um langfristig erfolgreich zu sein.“

Kay Kutschkau, Kampagnenmanager Digital,
Madsack Market Solutions GmbH

Im Dschungel der App Stores finden sich zahlreiche mobile Applikationen, die ihren Nutzern die unterschiedlichsten Funktionen anbieten. Eine von ihnen ist die HAZ mobil App, die aktuelle Nachrichten der Hannoverschen Allgemeinen Zeitung für das Smartphone aufbereitet darstellt. Neben Inhalt und Preis ist die Usability ein zentraler Nutzungsfaktor mobiler News-Applikationen und bedingt somit maßgeblich deren Erfolg.

FORSCHUNGSFRAGEN

Durch die Usability Evaluation der HAZ mobil App sollte ein ganzheitliches Bild von der Nutzerinteraktion mit der HAZ mobil App gezeichnet werden, um mögliche Usability-Hürden und somit Optimierungspotenziale zu identifizieren. Eine weitere Zielstellung war es, die Nutzererwartungen an die App zu ermitteln, um die Funktionen der Applikation an diesen ausrichten zu können. Somit soll die Zufriedenheit der User im Umgang mit der App nachhaltig gesichert werden.

METHODEN

Vera Schmidt, Studentin der BWL Medien- und Kommunikationswirtschaft, führte im Sommer 2016 im Rahmen ihrer Bachelorarbeit einen nutzerzentrierten Usability-Test der HAZ mobil App durch. Dieser fand in einem eigens dafür eingerichteten Usability-Labor der MADSACK Mediengruppe statt. Bei den sechs Probanden handelte es sich um in Hannover lebende Frauen und Männer zwischen 20 und 35 Jahren, die die HAZ mobil App zuvor nicht kannten. Sie wurden zunächst gebeten, zehn Aufgaben innerhalb der App zu lösen. Die Aufgabenszenarien orientierten sich am realen Nutzungsverhalten der Applikation. Ein mobiler Eyetracker der DHBW Ravensburg zeichnete den Blickverlauf der Probanden auf. Thinking Aloud-Protokolle und ein abschließendes Interview gaben Einblick in die Gedanken der Testpersonen und deren Meinungen zur HAZ mobil App.

Abbildung oben: Gaze Plots visualisieren den Blickverlauf der Probanden. Die Kreise stellen Fixationen dar, die Verbindungslinien sind Sakkaden. Je größer die Kreise, desto länger hat der Proband den Punkt fixiert. Erst nach 39 Fixationen erkennt der Proband den entscheidenden Button.

IM FOKUS DER FORSCHUNG

Mobile Usability

PROJEKTART

Bachelorarbeit

TITEL

APPsoluter Erfolg – Usabilityfaktoren mobiler Applikationen. Illustriert an einem Usability-Test der HAZ mobil App der MADSACK Mediengruppe

ERGEBNISSE

Die Mehr-Methoden-Studie ermöglichte im Hinblick auf die Usabilityfaktoren Effektivität, Effizienz und Zufriedenheit wichtige Erkenntnisse für die Weiterentwicklung der HAZ mobil App. Der Gesamteindruck der Probanden zur App war insgesamt positiv: die App überzeugt durch einen guten Funktionsumfang und bietet dem mobilen News-Konsumenten einen hohen Nutzen. Besonders die Möglichkeit der Individualisierung (Anpassung der Reihenfolge der angezeigten Ressorts, Erstellen eigener Rubriken) wird sehr positiv hervorgehoben. Auch die Option, Artikel für einen späteren Zeitpunkt herunterzuladen, findet großen Anklang.

Der Usability-Test konnte Hinweise darauf geben, wie diese Funktionen noch intuitiver nutzbar gestaltet werden können. Das Eyetracking hat beispielsweise gezeigt, dass die weiter oben im Menü platzierten Funktionen vom Nutzer besser wahrgenommen werden. Daher sollte die Navigationsleiste umstrukturiert und Funktionen ihrer Relevanz nach geordnet werden.

Eine weitere Usability-Problematik stellte das Finden der Servicrufnummer dar. Die Probanden suchen zuerst im Impressum, obwohl sich die Nummer unter dem Menüpunkt „Mein Abo“ findet. In dieser Ansicht müssen die Nutzer auf den Info-Button in der oberen rechten Ecke klicken. Wie die Abbildung auf der Vorderseite zeigt, wird dieser Button allerdings erst sehr spät wahrgenommen, was zu Frustration der hilfebedürftigen Nutzer führen kann. Es wird daher empfohlen, die Servicrufnummer ins Impressum aufzunehmen.

Insgesamt konnte durch die nutzerzentrierte Usabilityevaluation herausgefunden werden, dass die HAZ mobil App von der Zielgruppe positiv bewertet wird, durch Anpassungen aber weiter optimiert werden kann. Die durchgeführte Studie wird daher als Startpunkt eines iterativen Evaluationsprozesses verstanden.

ZEK

Das Zentrum für empirische Kommunikationsforschung (ZEK) ist Bestandteil der Fakultät Wirtschaft an der DHBW Ravensburg. Es dient der professionellen Unterstützung empirischer Projekte in Lehre und Forschung. Weitere Informationen zum Leistungsspektrum und zur Forschungsinfrastruktur im Internet: www.ravensburg.dhbw.de/zek

KONTAKT

Prof. Dr. Simon Ottler
Wissenschaftlicher Leiter
Duale Hochschule Baden-Württemberg Ravensburg
Oberamteigasse 4, D-88214 Ravensburg

Tel.: 0751.18999.2131
E-Mail: ottler@dhbw-ravensburg.de



Mithilfe des DHBW-eigenen Tobii Pro X2-60 Eye Trackers, welcher auf dem Mobile Device Stand montiert wurde, konnte der Blickverlauf der Probanden aufgezeichnet werden. Gleichzeitig filmte eine Kamera den Bildschirm des Smartphones (hier Abbildung des Kalibrationsgitters), um eine Auswertung der Daten zu ermöglichen.