

Usability und Mobile Research

Mag. Ursula Seethaler
kier communication consultants gmbh

kier communication consultants gmbh

Tätigkeitsbereich:

Medien- und Kommunikationsforschung

Rezeptionsanalysen, Usability-, Utility-, Readability-Tests; Entwicklung von Tools zur Evaluierung von Corporate Communication. Einsatz von Online-Forschungsmethoden (Chatinterviews, Onlinefokusgruppen, Onlineumfragen u.a.);

Unternehmenssitz Wien, **www.kiercc.at**

Mag. Ursula Seethaler, Geschäftsführerin

Zwischen 2000 – 2005 wissenschaftl. Mitarbeiterin bei Prof.Dr. Roland Burkart, Inst. für Publizistik und Kommunikationswissenschaft, Universität Wien. Studien der Volkswirtschaft und Betriebswirtschaft - WU Wien sowie Kommunikationswissenschaft und Soziologie an der Universität Wien

Begriffsklärung

Was ist Usability?

- Evaluation von Prozessen bzw. Handlungsabläufen
- Verpackungs- und Designindustrie
- Software-Ergonomie (Benutzerschnittstelle Mensch/Maschine)

Unterschiedliche Perspektiven, Ansätze, Übersetzungen und Begrifflichkeiten

1998 Normierung und Definition des Begriff „Usability“
1999 Übersetzung ISO 9241-11 ins Deutsche übersetzt.
„Usability“ → „Gebrauchstauglichkeit“

„Das Ausmaß, in dem ein Produkt durch bestimmte Benutzer in einem bestimmten Nutzungskontext genutzt werden kann, um bestimmte **Ziele effektiv, effizient und zufriedenstellend zu erreichen.**“

- **Beobachten**
Methode des lauten Denkens, Feldstudien, Mousetracking, Eyetracking, Logfileanalysen, Videobeobachtung, Remote Testing etc.
- **Befragen**
Fragebogen / Interviews (Online und Offline), Online Panels, Onscreen Befragungen etc.
- **Experten Evaluation**
Heuristische Evaluation: Cognitive Walkthrough, Checklisten (Standards, Guidelines) etc.

Einsatz von Usabilitytesting

- **Konzeptionsphase von Onlineapplikationen**
- **Entwicklungs- / Programmierungsphase**
- **Verbesserungs-/ Veränderungsphasen (Optimierung)**

Untersuchungsgegenstand

Qualitative Evaluation von Corporate Websites

Untersuchungsgegenstand

- Corporate Websites sind Instrumente prozessorientierter Unternehmenskommunikation.

Zeichnen sich aus durch

- hohe zeitliche Dynamik
- integrieren PR- / Markt- und Organisationskommunikation
- hoher Ressourceneinsatz
- virtuelles Spiegelbild des Unternehmens

Fragestellungen

Inwiefern leistet die Website einen Beitrag

- im Prozess der Verständigung
- zum Aufbau von sozialem Vertrauen
- zum Aufbau von Reputation

➔ Akzeptanz des Unternehmens

Fragestellungen

Praktische Fragestellungen

- Benutzbarkeit von Informationsstrukturen
- Bedienbarkeit von Webseitools (interaktive Formulare, Suchfunktionen, Shops etc.)
- Qualität der Kommunikationsprozesse (Dialogmöglichkeiten)
- inhaltsbezogene Aspekte
- Ziele und Erwartungen der unternehmensspezifischen Stakeholder

Evaluationsbasis

Ziele, Leitwerte und Funktionen von Unternehmenskommunikation

- Transparenz (Durchschaubarkeit)
- Legitimation und Verantwortungsbewusstsein
- Glaubwürdigkeit (Handeln richtig/wahr erlebt wird)
- Vertrauen (erfüllte Erwartungen – zukunftsorientiert)
- Reputation (Ruf des Unternehmens)
- Akzeptanz (Summe Leitwerte)

Vorgehensweise

- Zu den einzelnen Leitwerten wurden **24 theoriegestützte Forschungsfragen** formuliert, die auf Basis der erhobenen Daten beantwortet wurden.
- Ergebnisse geben Antwort, **ob** und **welche Elemente** der Website die Ziele Verständigung, Vertrauen sowie Legitimität und damit die Akzeptanz des Unternehmens bei seinen Bezugsgruppen fördern bzw. beeinträchtigen.

Analysedimensionen

Beobachtungsdimensionen

Visual Design Erscheinungsbild der Website -> grafische Gestaltung, Farbe, Schrift, Fotos etc.	Content Informationsangebot
Interaktion / Dialog kommunikative Ebene -> techn. Interaktive Elemente sowie Kontaktinfos	Mediale Performance medienadäquate technische Umsetzung (Navigation, techn. Performance)

Analysedimensionen

Involvement

Intensität der „Ich-Beteiligung“ – persönliche Bezüge

Utility

Wird die Erwartungshaltung des Users erfüllt / enttäuscht z.B. bei Informationssuche

Geltungsansprüche

„verständigungsorientierter Kommunikation“
Wird an der Verständlichkeit, Wahrheit, Vertrauenswürdigkeit, Legitimation „gezweifelt“

Empirische Untersuchung

- Internetauftritt des Unternehmens Fernwärme Wien GmbH
www.fernwaermewien.at
- **teilnehmende Beobachtung**, Methode des Lauten Denkens (Thinking Aloud)
- ein **standardisiertes** und ein **fokussierte Leitfadeninterview**
- Auswertung: **Inhaltsanalyse** auf Basis der entwickelten Dimensionen und Kategorien
- Zeitpunkt: 7. – 20. April 2005
- 20 Probanden
- Durchschnittliche Gesamtdauer 45 Min.
- Dokumentation: Bildschirmvideo, Audioaufnahme

Untersuchungsablauf

- **Standardisierter Fragebogen** – Erhebung der Einstellung des Users zum Unternehmen (Image)
- **Methode des lauten Denkens**
Minimum 7 – 12 Min. freies surfen, anschließend wurde der User zu bestimmten Bereichen geleitet;
durchschnittliche Surfdauer 15 – 20 Min.
Aufforderung „laut zu denken“ – alles auszusprechen, was in den Sinn kommt
- **Fokussiertes Leitfadeninterview**

Screenshots

The screenshot shows the website for Fernwärme Wien in a Mozilla Firefox browser window. The browser's address bar displays the URL <http://www.fernwaerme.wien.at/index.html>. The website's header includes the logo for WIEN ENERGIE - FERNWÄRME WIEN and a navigation bar with links for Heizkostenverrechnung, Störung, Servicecard-Center (0810 - 900 400), and Kontakt. The main content area is divided into several sections:

- Gewinnspiel der Woche:** Versuchen Sie Ihr Glück! Jede Woche tolle Preise zu gewinnen!
- Servicecard:** Bestellen Sie hier Ihre kostenlose Servicecard! Die Karte des Meisters!
- Kontakt:** Telefonnummern, Email-Adressen, Notfallnummern.
- NEWS:** Fernwärmeleitung Nord West - Ihre Baustelleninfo!
- Fernwärmeverrechnung:** Verrechnung Alle Informationen zur Fernwärmeverrechnung! Schnelle Information.
- Ihr Anliegen:** Was Sie uns schon immer sagen wollten!
- NEWS:** Vienna Blues Spring 2005! Ermässigte Karten mit Ihrer Servicecard!

The right sidebar contains a 'Kontakt' section with various links and images, including 'Kunst im Foyer', 'Informationsmaterial', 'Stadtteile-Online', 'Führungen Spittelau', 'Heizungsmuseum', 'Kultur für zu Hause', and 'Kabarett'. The footer of the website includes the copyright notice © 2005 - Fernwärme Wien | Impressum | Rechtliche Hinweise.

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

<http://www.expertenforum.at> | info@expertenforum.at