
Wolfgang Ruge
Usability
Vorlesung 2

Ostfalia – Hochschule für angewandte Wissenschaften

Studiengang: Medienmanagement

Modul: Rezeptionsanalyse

19.04.2012

Formalia

Format	1 SWS Vorlesung + 1 SWS Übung			
Termine	Vorlesung	Übung A	Übung B	Übung C
Block 1	12.4, 9:45 – 13:00	12.4., 14:00 – 15:30	12.4, 15:45 – 17:15	12.4, 17:30 – 19:00
Block 2	19.4, 14:00 – 17:15	21.4, 8:30 – 11:40	21.4, 12:00 – 15:15	21.4, 15:30 – 18:45
Block 3	30.5, 14:00 – 17:15	31.5, 9:45 – 13:00	31.5, 14:00 – 17:15	1.6, 9:45 – 13:00
Block 4	7.6, 11:30– 13:00	8.6, 14:00 – 17:15	8.6, 9:45 – 13:00	7.6, 14:00 – 17:15

Gliederung

Block 1	<ol style="list-style-type: none">1. Usability: Definitionen und Grundlagen2. Information Architecture<ol style="list-style-type: none">1. Der User: Suchstrategien2. Der Content: Ordnungsschemata3. Der Content: Navigationsschemata
Block 2	<ol style="list-style-type: none">4. Usability Guidelines5. Usability Engineering und Software-Ergonomie

USABILITY GUIDELINES

Usability-Kriterien für das Web

»On the one hand, guidelines have become a **popular form for conveying some usability wisdom** that can be expressed, communicated, and propagated effectively and efficiently. On the other hand, a profusion of sources containing guidelines is available.« (Scapin et. al. 2000)

5 Arten von Usability-Guidelines

1. Design-Regeln

definieren funktionale und operationale Spezifikationen.

Design Regeln

- Präsentation in einer Form, die weitere Interpretationen überflüssig macht
- Schnelle Umsetzung möglich
- Beispiele:
 - Für jede Seite muss der Autor ersichtlich sein.
 - Alle Seiten müssen mit Meta-Tags ausgestattet sein.
 - In der Navigation

5 Arten von Usability-Guidelines

1. Design-Regeln

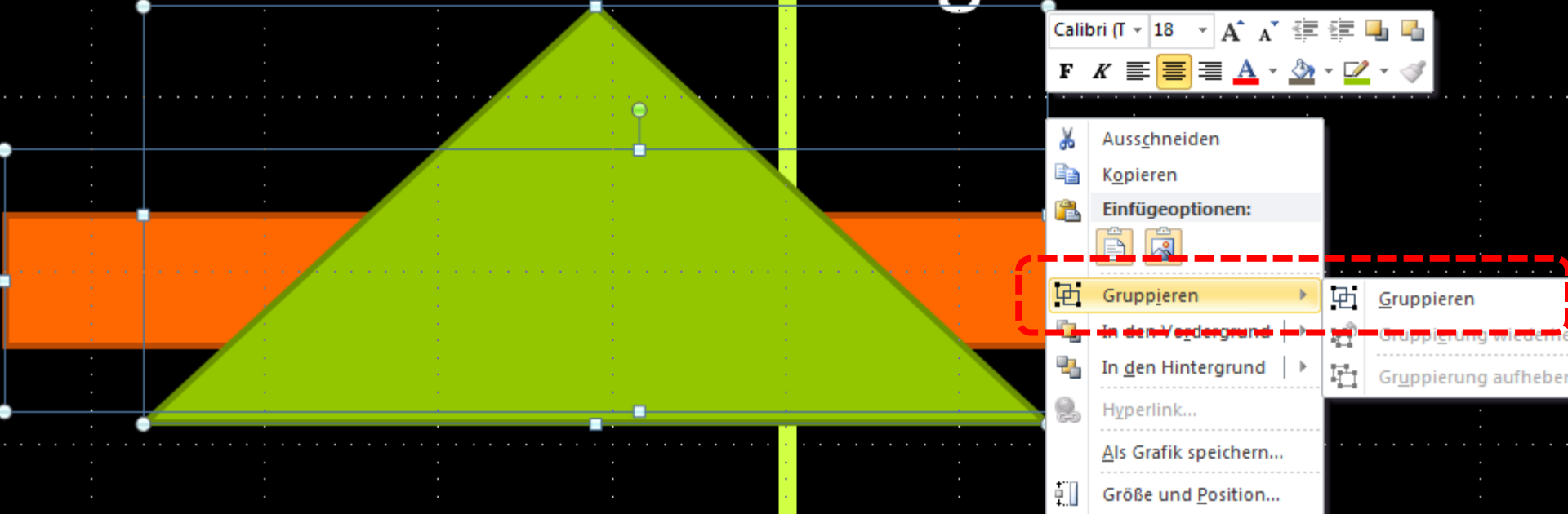
definieren funktionale und operationale Spezifikationen.

2. Ergonomische Regeln

Softwareseitig implementierbare Regeln

Titel durch Klicken hinzufügen

Text durch Klicken hinzufügen



5 Arten von Usability-Guidelines

1. Design-Regeln

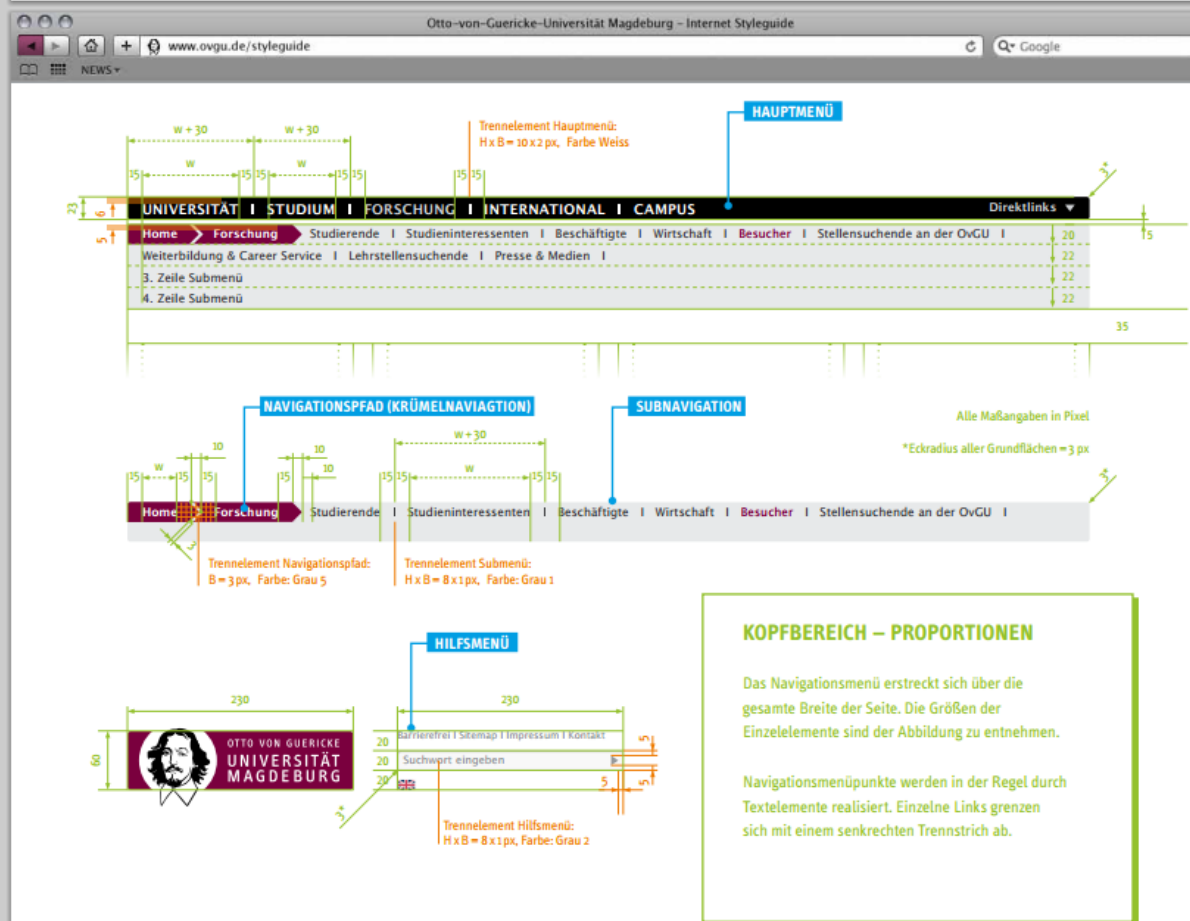
definieren funktionale und operationale Spezifikationen.

2. Ergonomische Regeln

Softwareseitig implementierbare Regeln

3. Style-Guides

Set an Regeln um Konsistenz des Produkts zu gewährleisten.



5 Arten von Usability-Guidelines

1. Design-Regeln

definieren funktionale und operationale Spezifikationen.

2. Ergonomische Regeln

Softwareseitig implementierbare Regeln

3. Style-Guides

Set an Regeln um Konsistenz des Produkts zu gewährleisten.

4. Guideline-Zusammenfassungen

Set an Regeln, die sich auf bestimmten Usability-Bereich beziehen



Guidelines

Throughout your Web design or redesign project, you should take advantage of what is already known about best practices for each step of the process. The Research-Based Web Design and Usability Guidelines, compiled through an extensive process of research and review, bring you those best practices.

Topics

The guidelines cover:

- [design process and evaluation \(PDF - 1.9MB\)](#)
- [optimizing the user experience \(PDF - 9.1MB\)](#)
- [accessibility \(PDF - 2.4MB\)](#)
- [hardware and software \(PDF - 2.8MB\)](#)
- [the homepage \(PDF - 12.1MB\)](#)
- [page layout \(PDF - 21.9MB\)](#)
- [navigation \(PDF - 13.1MB\)](#)
- [scrolling and paging \(PDF - 4.5MB\)](#)
- [headings, titles, and labels \(PDF - 7.8MB\)](#)
- [links \(PDF - 17.1MB\)](#)
- [text appearance \(PDF - 11.2MB\)](#)
- [lists \(PDF - 6.6MB\)](#)
- [screen-based controls \(widgets\) \(PDF - 15.1MB\)](#)
- [graphics, images, and multimedia \(PDF - 16.8MB\)](#)
- [writing Web content \(PDF - 11.0MB\)](#)
- [content organization \(PDF - 10.1MB\)](#)
- [search \(PDF - 9.1MB\)](#)
- [usability testing \(PDF - 1MB\)](#)

Usability Guidelines Book

[The Research-Based Web Design & Usability Guidelines](#) (PDF, 20.64MB) includes all the guidelines, the Background and Methodology, the Glossary, Appendices, Sources, and the Author Index. We have included the document for your convenience but we are in the process of presenting the guidelines in a searchable database.

Step-by-Step Guide

We provide a [step-by-step visual map](#) to guide you through the user-centered design process.



Resources

Section 508/Accessibility

[HHS Web Communications & New Media Division 508 Resources](#) – includes general information and resources on PDFs, Standards, Compliance & Remediation, Presentations, Video, Points of Contact, and Training.

5 Arten von Usability-Guidelines

1. Design-Regeln

definieren funktionale und operationale Spezifikationen.

2. Ergonomische Regeln

Softwareseitig implementierbare Regeln

3. Style-Guides

Set an Regeln um Konsistenz des Produkts zu gewährleisten.

4. Guideline-Zusammenfassungen

Set an Regeln, die sich auf bestimmten Usability-Bereich beziehen

5. Usability-Standards

definiert durch ISO, DIN, etc.

(Scapin et. al 2000)

5 Arten von Usability-Guidelines

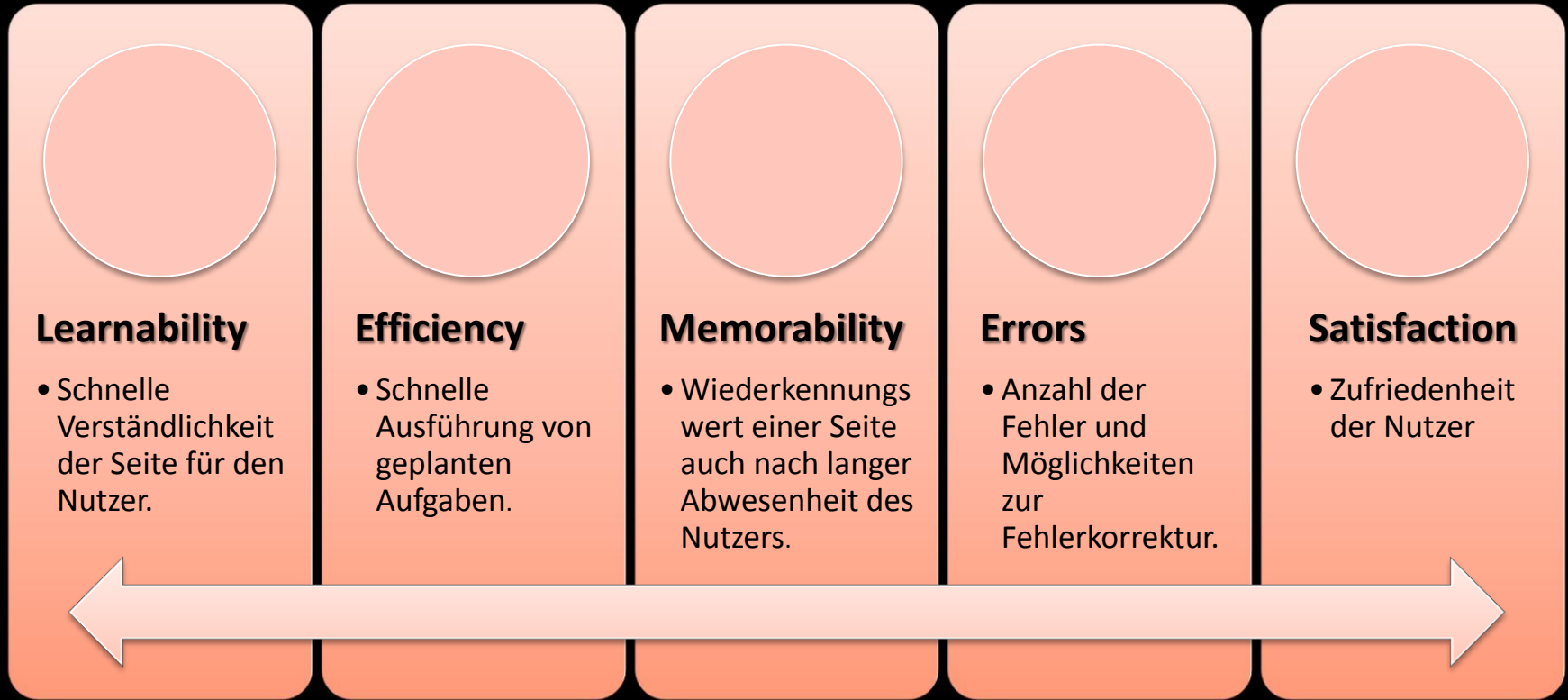


Abstraktion

- 1. Design-Regeln**
definieren funktionale und operationale Spezifikationen.
- 2. Ergonomische Regeln**
Softwareseitig implementierbare Regeln
- 3. Style-Guides**
Set an Regeln um Konsistenz des Produkts zu gewährleisten.
- 4. Guideline-Zusammenfassungen**
Set an Regeln, die sich auf bestimmten Usability-Bereich beziehen
- 5. Usability-Standards**
definiert durch ISO, DIN, etc.

(Scapin et. al 2000)

Inhaltliche Gliederung (Nielsen 2003)



Usability-Heuristiken

»Die aufgeführten Heuristiken können und sollen **keine Nutzertests** und andere Methoden zur Sicherstellung der Bedienbarkeit eines Produkts oder einer Website **ersetzen**. Sie eignen sich eher zur **groben Beurteilung von Problemen** wie auch als Leitlinien bei Expertenevaluierungen.« (Meiert 2005)

Nielsen Top-Ten (2005)



Zehn generalisierende Heuristiken auf Basis von
Clusterbildung in 249 Usability-Problemen

1



Sichtbarkeit des Systemstatus



Welcome to Picnik!

Upload a photo

Or, open a demo photo:



To keep your photo editing mojo rolling, visit Creative Kit in Google+, PicMonkey.com, or Aviary.com.



Picnik will be closing
Our last day is April 19, 2012

Learn more



Cancel

a new tool which allows you
Picnik photos.

Sign in

[Terms](#) · [Privacy](#) · [Tools](#) · [The Blog](#) · [Developers](#) · [Press](#) · [Balloons](#)

[Bahasa Indonesia](#) · [繁體中文](#) · [简体中文](#) · [Deutsch](#) · [English](#) · [Español](#) · [Français](#) · [Italiano](#) · [日本語](#) · [한국어](#) · [Norsk](#) · [Português](#) · [Русский](#) · [Svensk](#) · [Tiếng Việt](#)

©2011 Google

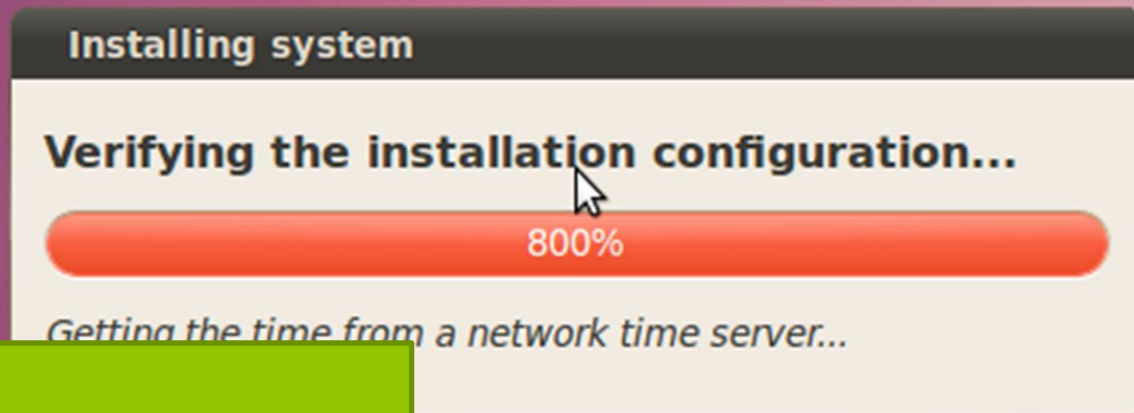
2



Papierkorb

Übereinstimmung zwischen
System und Wirklichkeit.

2



URL

Übereinstimmung zwischen
System und Wirklichkeit.

Ihre Nachricht wurde gesendet. [Rückgängig machen](#) [Nachricht anzeigen](#)

Nutzerkontrolle
und -freiheit:

Untitled document

4

File Edit View Insert Format Tools Table Help

Normal text Arial 11 B I U A A

Untitled document

File Edit View Insert Format Tools Table Help

Share...

New

Open... Ctrl+O

Rename...

Make a copy...

See revision history Alt+Ctrl+G

Language

Download as

Publish to the Web...

Email collaborators...

Email as attachment...

Page setup...

Print Ctrl+P

Konsistenz und
Standards

Facebook ermöglicht es dir, mit den Menschen in deinem Leben in Verbindung zu treten und Inhalte mit diesen zu teilen.



Registrieren

Facebook ist und bleibt kostenlos.

Vorname:

Nachname:

Deine Email-Adresse:

E-Mail nochmals eingeben:

Neues Passwort:

Ich bin:

Geschlecht auswählen: ▾

Geburtsdag:

Tag: ▾

Monat: ▾

Jahr: ▾

Warum muss ich meinen Geburtsdag angeben?

Wenn du auf „Registrieren“ klickst, akzeptierst du unsere [Nutzungsbedingungen](#) und erklärst unsere [Datenverwendungsrichtlinien](#) gelesen und verstanden zu haben.

Primäre Aktion

Sekundäre Aktion

Registrieren

Erstelle eine Seite für eine Berühmtheit, eine Band oder ein Unternehmen.

Fehlervorbeugung

5

Transition from Delicious to Diigo ~ Instruction & FAQ

Collect and Highlight, Then Remember



Feature Tools



Diigo for iPad

Your all-purpose digital library on iPad!



Diigo Power Note for Android

Your memory booster on the go!



Diigo offline reader for iPhone

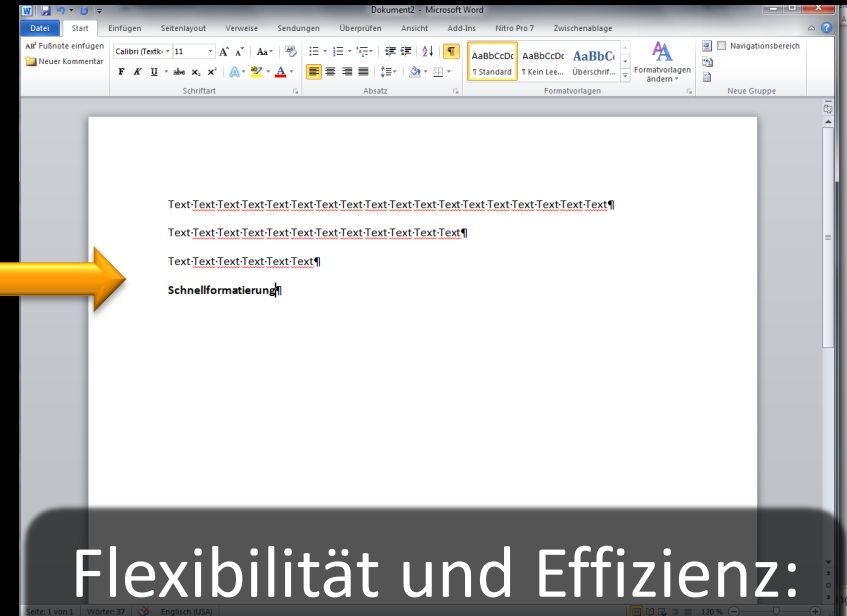
Read bookmarks offline on iPhone



Tools for desktop browsers

Bookmark, Highlight, screenshot...in one place!

Fehlervorbeugung



Flexibilität und Effizienz: Akzeleratoren benutzen



Ästhetisches und minimalistisches Design

Garr Reynolds: Presentation Zen

Garr Reynolds: **Presentation Zen**



Suche Auswahl Ticket&Reservierung Zahlung Buchung Bestätigung

Reiseauskunft

Strecke

Start*

☒ Bahnhof oder Haltestelle ☐ Ort, Straße Hausnr. ☐ Sehenswürdigkeit (POI)

Neustadt(Weinstr)Hbf → zurücksetzen ★

Zu Ihrer Eingabe wurden mehrere mögliche Haltestellen gefunden. Bitte wählen Sie die gewünschte Haltestelle aus.

Ziel*

☒ Bahnhof oder Haltestelle ☐ Ort, Straße Hausnr. ☐ Sehenswürdigkeit (POI)

Calbecht Fachhochschule, Salzgitter

→ Zwischenhalte angeben

☒ Einfache Fahrt ☐ Hin- und Rückfahrt

Datum und Uhrzeit

Hinfahrt*

Di, 17.04.12 14:25 ☒ Abfahrt ☐ Ankunft

Angaben zur Verbindung

Verkehrsmittel

☒ Alle ☐ Alle ohne ICE ☐ Nur Nahverkehr → Erweiterte Verkehrsmittelwahl

Umsteigezeit

Umsteigezeit normal

☒ Schnelle Verbindungen bevorzugen

☐ Fahrradmitnahme

Verfügbare Sparpreise

Finden Sie den günstigsten verfügbaren Preis für Fernverkehrs-Verbindungen.

→ Zum Sparpreis-Finder

Helfe dem Nutzer Fehler zu erkennen und sich zu „erholen“

9

Startseite | Angebotsberatung | **Fahrplan & Buchung** | Services | BahnCard | Urlaub

Meine Bahn

Suche Auswahl Ticket&Reservierung Zahlung Buchung Bestätigung

Reiseauskunft

Strecke

Start*

Ziel*

Datum und Uhrzeit

Hinfahrt*

Angaben zur Verbindung

Verkehrsmittel

Umsteigezeit

Bahnhof oder Haltestelle Ort, Straße Hausnr. Sehenswürdigkeit (POI)

Neustadt(Weinstr)Hbf

Neustadt(Weinstr)Hbf

Neustadt an der Weinstraße Hauptbahnhof

Magdeburg-Neustadt

Neustadt-Böbig

Neustadt(Schwarzw)

Neustadt(Kr Marburg)

Neustadt(Aisch)Bahnhof

Neustadt am Rübenberge

Neustadt(b Coburg)

Neustadt(Dosse)

Neustadt(Donau)

Neustadt(Orla)

Neustadt Busbf Bad

Neustadt(Saale) Bad

Neustadt(Waldnaab)

Neustadt-Clevers

Alle Alle ohne ICE Nur Nahverkehr

Umsteigezeit normal

Schnelle Verbindungen bevorzugen

Fahrradmitnahme

-> zurücksetzen

gefunden. Bitte wählen Sie die

Sehenswürdigkeit (POI)

Abfahrt Ankunft

Verfügbare Sparpreise

Finden Sie den günstigsten verfügbaren Preis für Fernverkehrs-Verbindungen.

-> Zum Sparpreis-Finder

Helfe dem Nutzer Fehler zu erkennen und sich zu „erholen“



Ihr Google-Konto umfasst mehr als nur Google Mail

Chatten, teilen, planen, speichern, organisieren, zusammenarbeiten, entdecken und erstellen: Verwenden Sie Google-Produkte von Google Mail über Google+ bis YouTube - alles mit einem einzigen Nutzernamen und Passwort. Ihre Inhalte sind in der Cloud für Sie immer und überall mit Ihnen.

Passwortstärke Zu kurz

Verwenden Sie mindestens 8 Zeichen.
Verwenden Sie kein Passwort für eine andere Website oder e-Mail-Konto.
Verwenden Sie Wörter wie den Namen Ihres Haustiers.
[Warum?](#)

Name

 Vorname

 Nachname

Dieses Feld ist erforderlich.

Nutzernamen wählen

 Wolfgang.ruge

 @googlemail.com

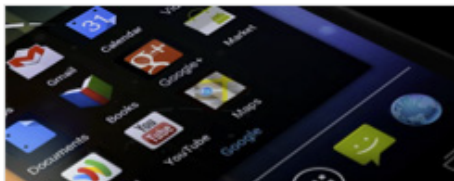
Dieser Nutzernamen wird bereits verwendet. Anderen Nutzernamen versuchen?

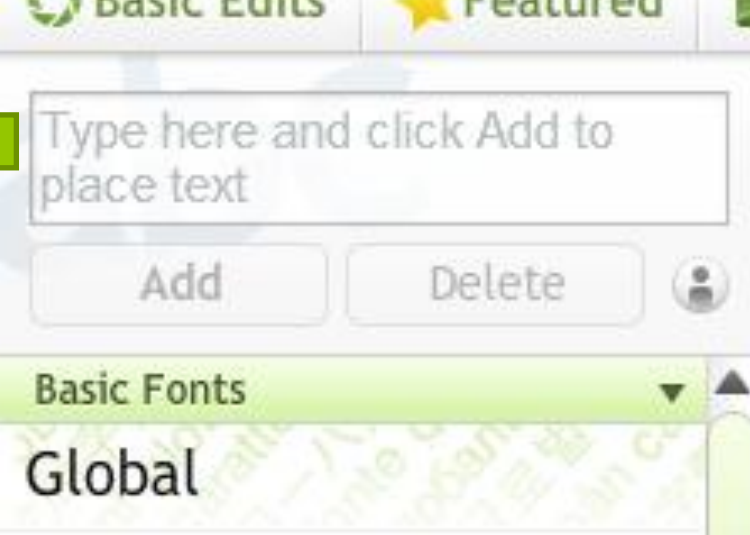
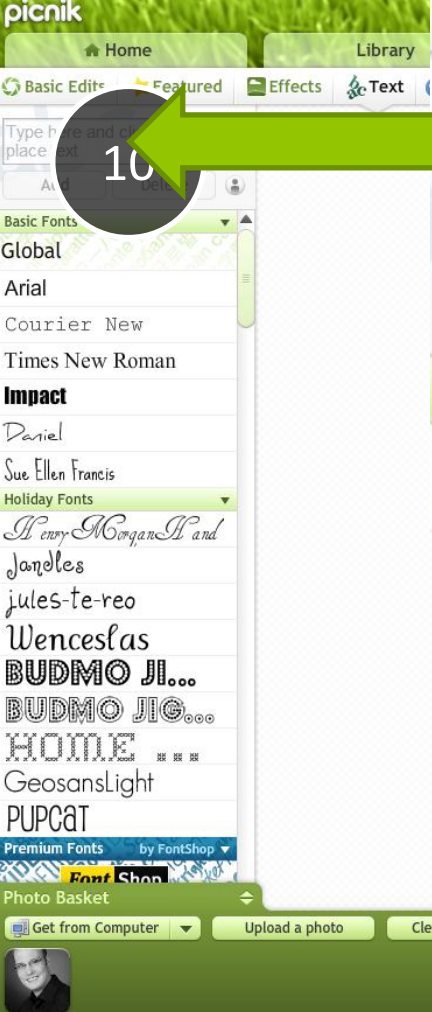
Verfügbar: [wolfgangrue3](#)

Passwort erstellen

Passwort bestätigen

Helfe dem Nutzer Fehler zu erkennen und sich zu „erholen“





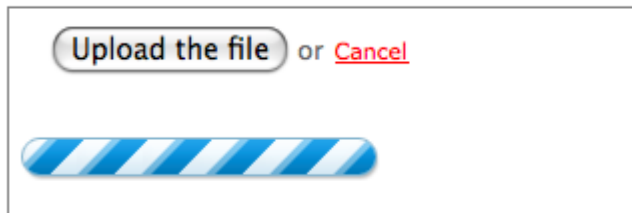
Hilfe und Dokumentation auf den Nutzer beschreiben und möglichst konkret halten

Review Usability Best Practices

Don't forget the usability basics. Jakob Nielsen's Ten Usability Heuristics are as relevant now as they were in 1999. I stress this because I looked at the Flex showcase recently, and it looks like many of the applications are not built with these best practices in mind.

1. Visibility of system status (Feedback)

The system should always keep users informed about what is going on, through appropriate feedback within reasonable time.



1.0 BaseCamp by 37signals

The upload button is enabled, until clicked. Then it is replaced with a progress indicator until the file has finished uploading



Past Posts

March 2012 (3)

February 2012 (2)

January 2012 (1)

December 2011 (2)

November 2011 (1)

October 2011 (1)

July 2011 (2)

June 2011 (1)

May 2011 (2)

March 2011 (1)

January 2011 (1)

June 2010 (2)

May 2010 (1)

April 2010 (2)

March 2010 (1)

February 2010 (1)

December 2009 (3)

November 2009 (3)

October 2009 (2)

September 2009 (2)

August 2009 (2)

July 2009 (2)

June 2009 (2)

Weitere Beispiele:

<http://designingwebinterfaces.com/6-tips-for-a-great-flex-ux-part-5>



Steve Krug:

Don't make me think!

Literaturhinweis



Krug, Steve (2006):

Don't make me think. Web Usability: Das intuitive Web. 2. Auflage.

mitp.

Don't make me think!

Usability-Tipps auf Basis von drei Lebensweisheiten:

1. Wir lesen keine Seiten, wir **überfliegen** sie.
2. Wir treffen **keine optimale Wahl**.
3. Wir befassen uns nicht damit, wie etwas funktioniert, sondern **wursteln uns durch**.

(Krug 2006, 20-29)

Don't make me think!

Usability-Tipps auf Basis von drei Lebensweisheiten:

1. Wir lesen keine Seiten, wir **überfliegen** sie.
2. Wir treffen **keine optimale Wahl**.
3. Wir befassen uns nicht damit, wie etwas funktioniert, sondern **wursteln uns durch**.

(Krug 2006, 20-29)

Warum wir keine Seiten lesen

- Lesen am Bildschirm ist anstrengend
- Webseiten werden als Anwendung und nicht als Publikation wahrgenommen
- Wir sind in Eile
- Wir wissen, dass wir nicht alles Lesen müssen
- Wir sind gut darin

(Krug 2006, 22-24; Meiert 2005b)



»Moderne Zeitschriftenlayouts nähern sich somit strukturell immer stärker dem Wesen und der Ästhetik von Hypertexten an. Das informationsorientierte Lesen entfernt sich immer stärker von dem linearen Lesen der klassischen Buchtypografie. **Die Steuerung übernimmt die Makrotypografie.**«

(Lorenz/Glaser 2009, 57)

Don't make me think!

Usability-Tipps auf Basis von drei Lebensweisheiten:

1. Wir lesen keine Seiten, wir **überfliegen** sie.
2. Wir treffen **keine optimale Wahl**.
3. Wir befassen uns nicht damit, wie etwas funktioniert, sondern **wursteln uns durch**.

(Krug 2006, 20-29)

Satisficing

satisfying



suffice



Satis-
ficing

- Vorherrschende Suchstrategie im Web
- Herkunft:
Ökonomische Entscheidungstheorie >
Limited Rationality (Simon 1989)
- Menschen wegen keine Optionen ab,
sondern **wählen die erste
befriedigende Lösung**

Gründe für Satisficing

- Effektivität bei Zeitmangel
- Keine oder wenige »Strafpunkte«
- Abwägen von Optionen verbessert nicht die Möglichkeiten
- Raten macht mehr Spaß

(Krug 2006, 25)

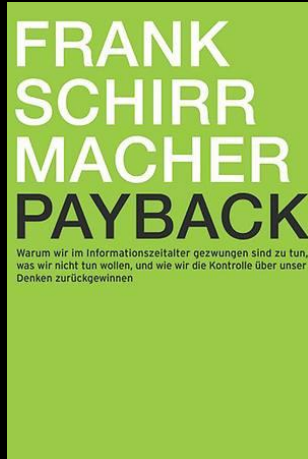
Barry Schwartz: **The paradox of choice**

<http://www.youtube.com/watch?v=VO6XEQIsCoM&feature=related>

Barry Schwartz: The paradox of choice

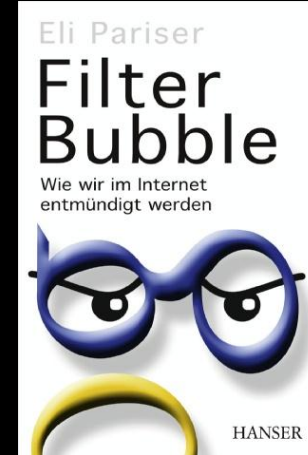


Probleme des Satisficing



Abgabe von Entscheidungsmacht an Algorithmus

(Friedrich 2011a-c, Schirrmacher 2009)



Filter-Bubble

(Pariser 2012)

Don't make me think!

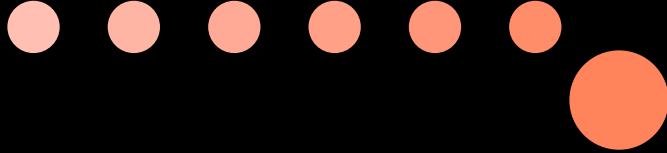
Usability-Tipps auf Basis von drei Lebensweisheiten:

1. Wir lesen keine Seiten, wir **überfliegen** sie.
2. Wir treffen **keine optimale Wahl**.
3. Wir befassen uns nicht damit, wie etwas funktioniert, sondern **wursteln uns durch**.

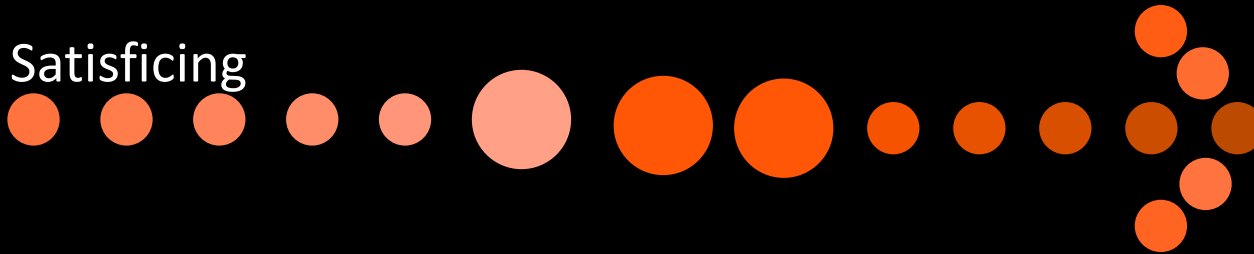
(Krug 2006, 20-29)

Logische Konsequenz:

Überfliegen



Satisficing



Durchwuseln



Webseiten
wie Poster
an einer
Autobahn
gestalten

Klare visuelle Hierarchie

Hervorhebung

Je wichtiger etwas ist, desto auffälliger ist es.

Gruppierung

Logisch miteinander verknüpfte Dinge sind auch visuell miteinander verknüpft.

Verschachtelung

Objekte sind visuell ineinander verschachtelt, um zu zeigen, was teil wovon ist.

Konventionen beachten

Site in klar definierte Bereiche aufteilen



MOTORSPORT FORMEL 1

Ecclestone will Teams nicht zwingen



Neu: vor 8 Min.

Formel-1-Boss Bernie Ecclestone hat nach neuerlichen Unruhen in Bahrain Verständnis für Sicherheitsbedenken geäußert. [Mehr...](#)



TAGESPROGRAMM HIGHLIGHTS
Die Sporthöhepunkte am 10. April

ANZEIGE



AN DIE ZUKUNFT DENKEN.

► BMW MODELLE ► BMW TV ► BMW AKTUELL

TICKER

DOSSIERS

Kennzeichnen sie anklickbares

Link

Abfahrtsbahnhof

Gütersloh Hbf

Zielbahnhof

Hannover Hbf

Personen

2 Erwachsene

BahnCard

Klasse

Hinfahrt

Abfahrt

Verkehrsmittel
alle außer
ICE/EC/IC

Reiseweg, Aufenthaltszeit

Bitte geben Sie die Anzahl der Kinder ein.

Kinder (6-14 J)

0	1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20			

Kein „visuelles Rauschen“

- Busy-ness: Zu viel auf der Seite, was Aufmerksamkeit anzieht.
- Hintergrundrauschen:
Viele kleine „Lärmquellen“

Vorteile von kurzen Texten

- Weniger visuelles Rauschen
- Nützlicher Inhalt wird deutlicher herausgestellt
- Seiten werden kürzer => weniger Scrollen

nutzlose Wörter weglassen

»Werfen Sie die Hälfte aller Wörter auf einer Seite raus und vom Rest noch einmal die Hälfte.« (Krug 2006, 45)

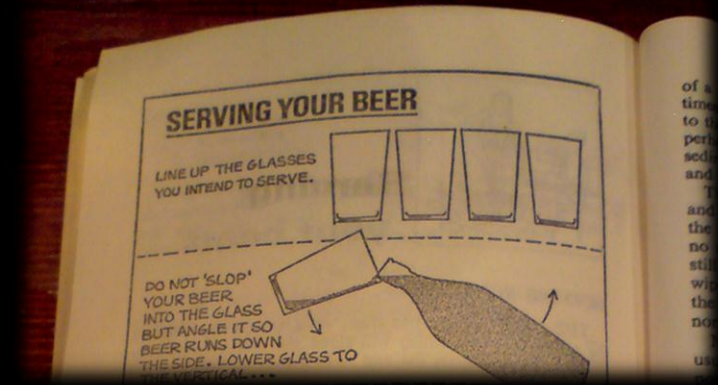
Unnötige Texte



Bla bla bla bla **toll** bla bla
bla **Qualität** bla bla bla
Tradition bla bla bla
Auszeichnungen bla bla

Happy Talk

„selbst-beglückwünschender
Werbestil“ (Krug 2006, 46) ohne
Informationsgehalt



Instruktionen

Werden erst gelesen, wenn
wiederholtes Durchwuseln
versagt.

Bullshit Bingo

<http://www.youtube.com/watch?v=lwVfO2pVwbo>

Bullshit Bingo



Bullshit Bingo

Buchmarkt-Bullshit-Bingo

Verlage ohne erkennbaren USP	Buchmarkt-Abgrenzung des Börsenvereins	Facebook-Shops	Facebook ist eine Community	Digital Natives bzw. neue Medien als Altersfrage
Leser interessieren sich für Unternehmens-Websites	Social Media & Prinzip Buch & Nonbooks	Kontrollverlust & Alle Rechte vorbehalten	Es gibt keine Gatekeeper mehr	Keine Zeit für Kundendialog
Niemals eReader am Strand	Keine Kritik auf der Website	Viren-schleudern sind schlecht (#vsp12)	Selfpublishing erfolgt in Buchform	Unabhängiger Buchhandel ist kunden-orientierter
Anzahl der Facebook-Fans ist irrelevant	Das Argument: Papierne Bücher gibt's auch in Zukunft	Verkauf via „Social Media“ geht nicht	Internet-gemeinde & rechtsfreier Raum	Sich auf Facebook über Facebook aufregen
Nur Verrückte geben im Netz freiwillig Daten über sich preis	Pressebereich	Eine Studie belegt [beliebig auszufüllen]	Agenturen für Kundendialog und -beziehungen	Autoren-Interessen betonende Verlage

Quelle: Leander Wattig, leanderwattig.de

CC-Lizenz (BY-SA)

Beispiel

Der folgende Fragebogen ist derart gestaltet, dass wir Informationen erhalten, die uns bei der Verbesserung der Site helfen und mit denen wir sie auf Ihre Bedürfnisse zuschneiden können.	Der erste Satz ist reiner Happy Talk zur Einstimmung. Ich weiß, was eine Umfrage ist; ich brauche nur die Worte „uns helfen können“, durch die ich erkenne, dass sie wissen, ich tue ihnen durch ausfüllen einen gefallen.
Bitte wählen Sie ihre Antworten unten über die Drop-Down-Menüs und Auswahlbuttons.	Den meisten Usern braucht man das Ausfüllen eines Web-Formulars nicht zu erklären, und die, die es brauchen, können mit „Drop-Down-Menüs“ und „Auswahl-Buttons“ sowieso nichts anfangen.
Sie benötigen 2-3 Minuten, diesen Fragebogen auszufüllen.	Ann diesem Punkt schlage ich mich immer noch mit der Frage herum, ob ich diesen Fragebogen ausfüllen soll, uns so ist das Wissen um die Länge eine sinnvolle Information.
Um unteren Rand dieses Formulars können Sie auswählen, ob Sie Name, Adresse und Telefonnummern hinterlassen. Wenn Sie Name und Telefon hinterlassen, können wir in nächster Zeit Kontakt zu Ihnen aufnehmen, damit Sie an einer Umfrage zur weiteren Verbesserung dieser Site teilnehmen können.	Diese Instruktion ist hier für mich sinnlos. Sie gehört ans Ende des Fragebogens, wo ich mich danach richten kann. So wie hier ist der einzige Effekt, dass die Instruktionen einschüchternd wirken.
Wenn Sie Kommentare oder Kritik haben, die eine Antwort erfordern, wenden Sie sich bitte an den Kundendienst.	Die Tatsache, dass ich dieses Formular nicht nutzen soll, wenn ich Fragen habe, ist eine wichtige und hilfreiche Information. Leider kümmern sie sich nicht darum, wie ich den Kundendienst erreichen kann – noch besser wäre es hier, einen Linkt direkt zum Kundendienst einzusetzen.
Bitte helfen Sie uns, diese Site durch die Beantwortung folgender Fragen zu verbessern. Diese Umfrage dauert nur etwa 2-3 Minuten. ANMERKUNG: Wenn Sie Kommentare oder Kritik haben, die eine Antwort erfordern, benutzen Sie bitte nicht dieses Formular. Wenden Sie sich stattdessen bitte an den Kundendienst.	

Aza Raskin: Don't make me click

Aza Raskin

Don't make me click

Google Tech Talks

02.04.2008

<http://www.youtube.com/watch?v=EuELwq2ThJE>

Aza Raskin: Don't make me click



Don't make me think!

Usability-Tipps auf Basis von drei Lebensweisheiten:

Microsoft PowerPoint



Der Befehl konnte nicht ausgeführt werden, da ein Dialogfeld geöffnet ist. Um fortzufahren, schließen Sie bitte die geöffneten Dialogfelder.

OK

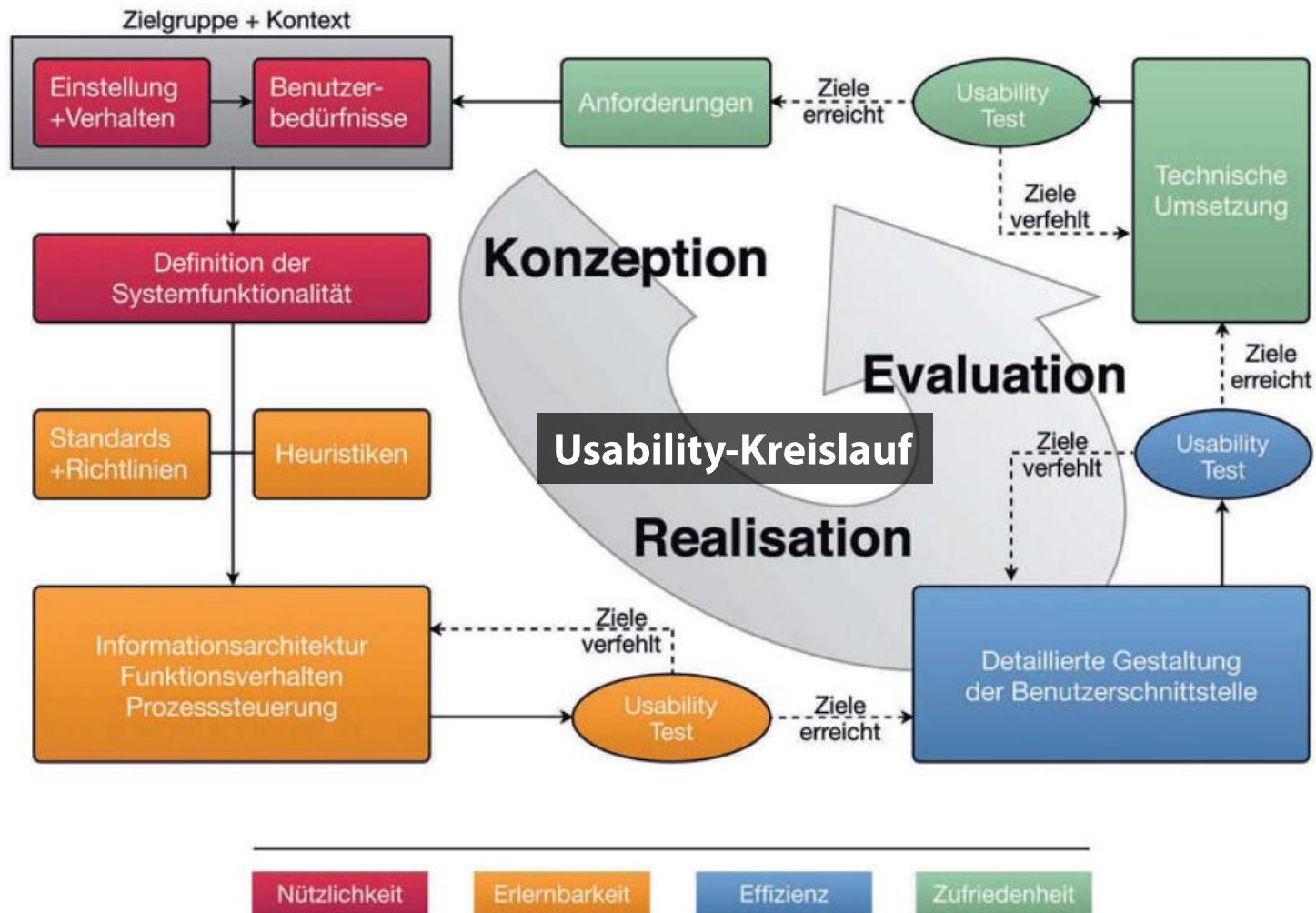
[War diese Information hilfreich?](#)

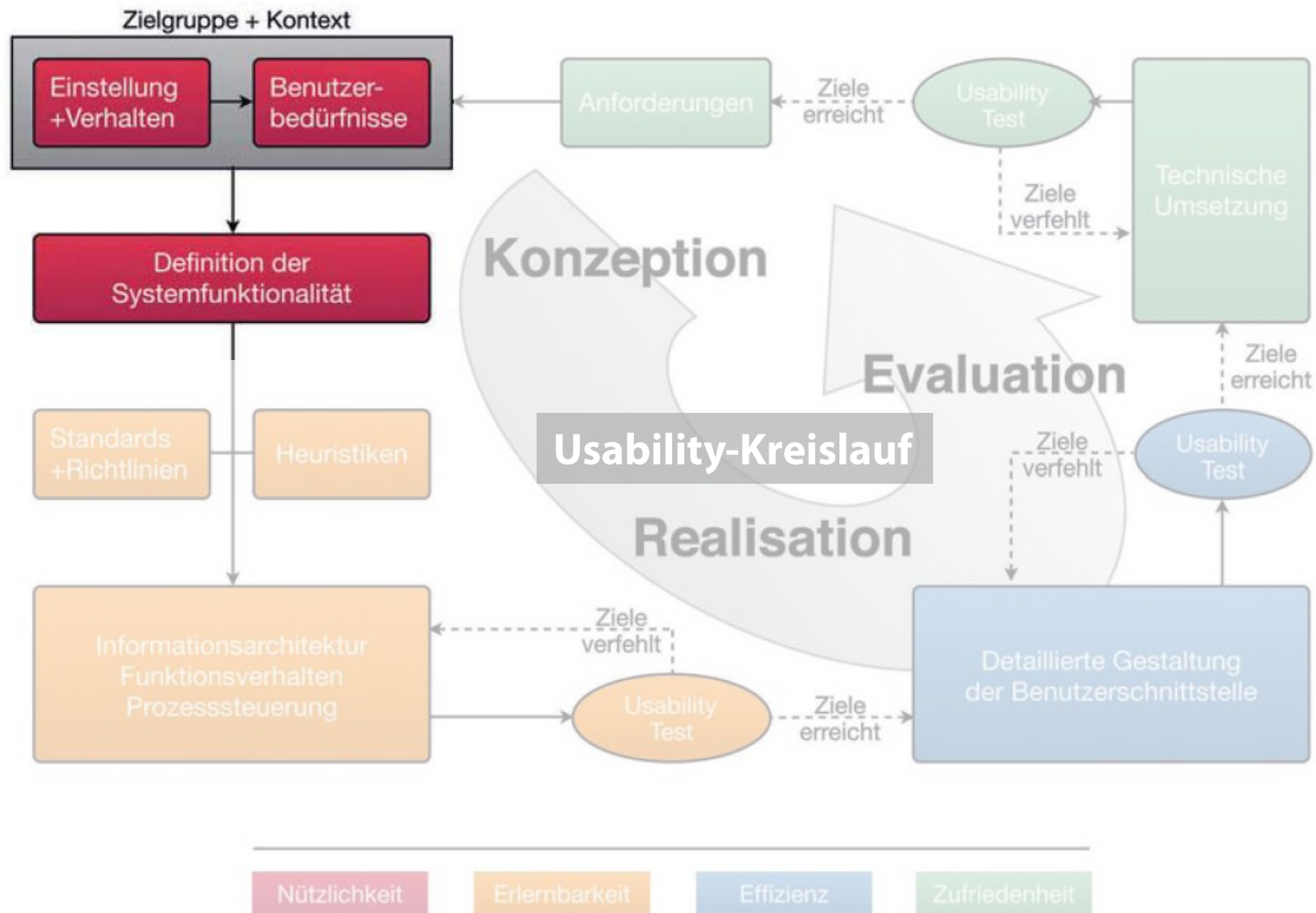
funktioniert, sondern **wursteln uns durch.**

(Krug 2006, 20-29)

Produkte Planen und Bewerten

USABILITY ENGINEERING





Wissenschaftliche Grundlagen und Konzepte der Gestaltung
gebrauchstauglicher Produkte

SOFTWARE ERGONOMIE

Modelle

Mentale Modelle

Vorstellungen von Anwendungssystemen
bei Nutzern und Systemdesignern

System- modelle

Technisch abgebildete/ programmierte
Modelle

(Herczeg 2009, 51ff)

Akteure und Komponenten der HCI



**Arbeits-
bereich**



User



System



Designer

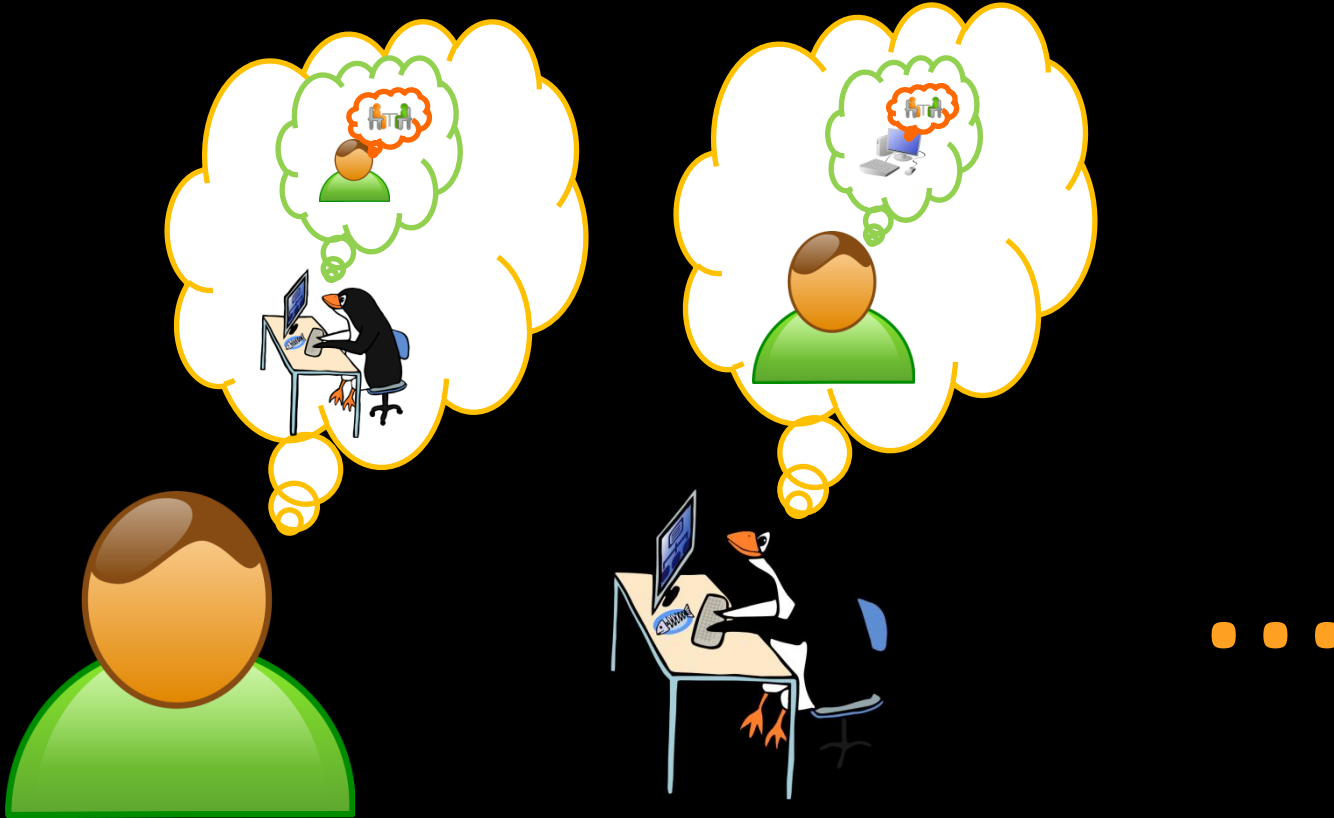
Modelle erster Ordnung



Modelle zweiter Ordnung

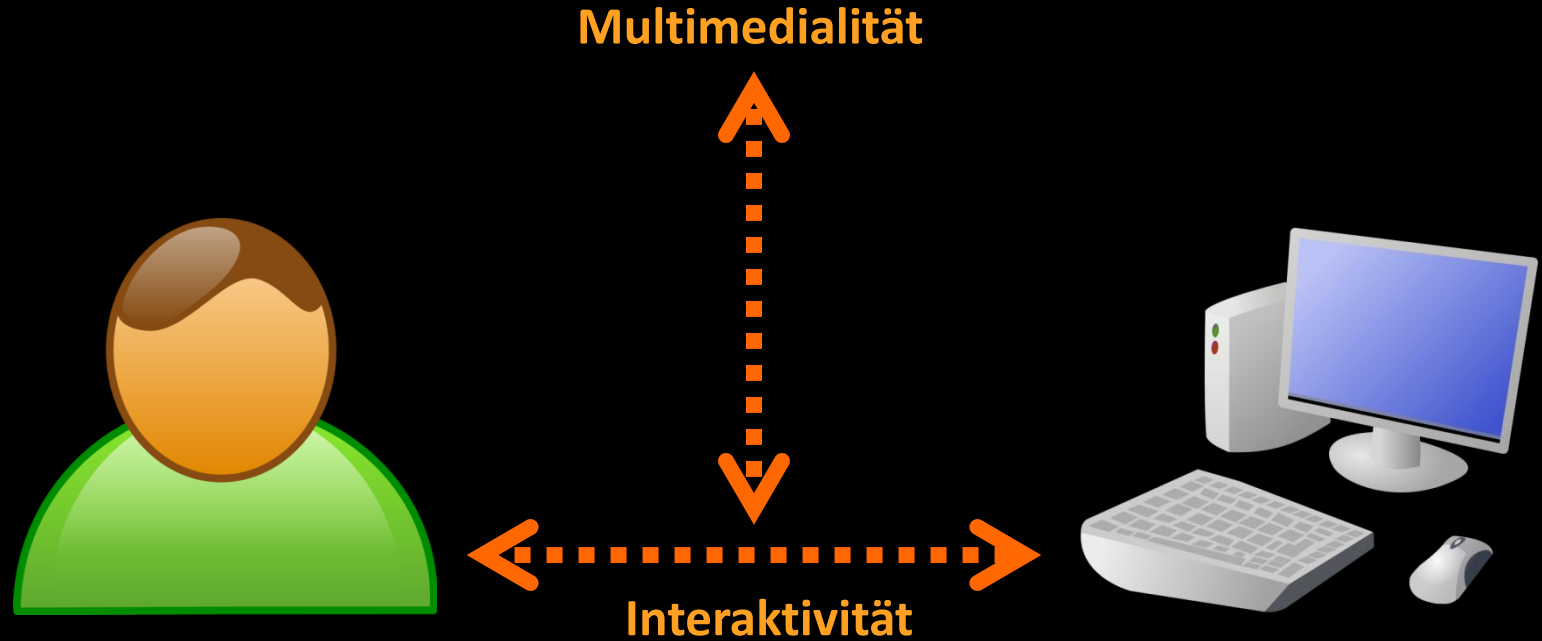


Modelle dritter Ordnung



»Diese Vielfalt von Modellen ist nicht nur theoretischer Natur. Die Modelle lassen sich in realen Anwendungssituationen meist recht einfach nachweisen und mit Benutzern und Systemdesignern diskutieren. Entscheidend ist ihre praktische Bedeutung bei der Analyse von Nutzungsproblemen bzw. ihrer Vermeidung. **Hierbei stellt sich insbesondere die Frage der Verträglichkeit oder Kompatibilität dieser Modelle.**«

(Herczeg 2009, 56)

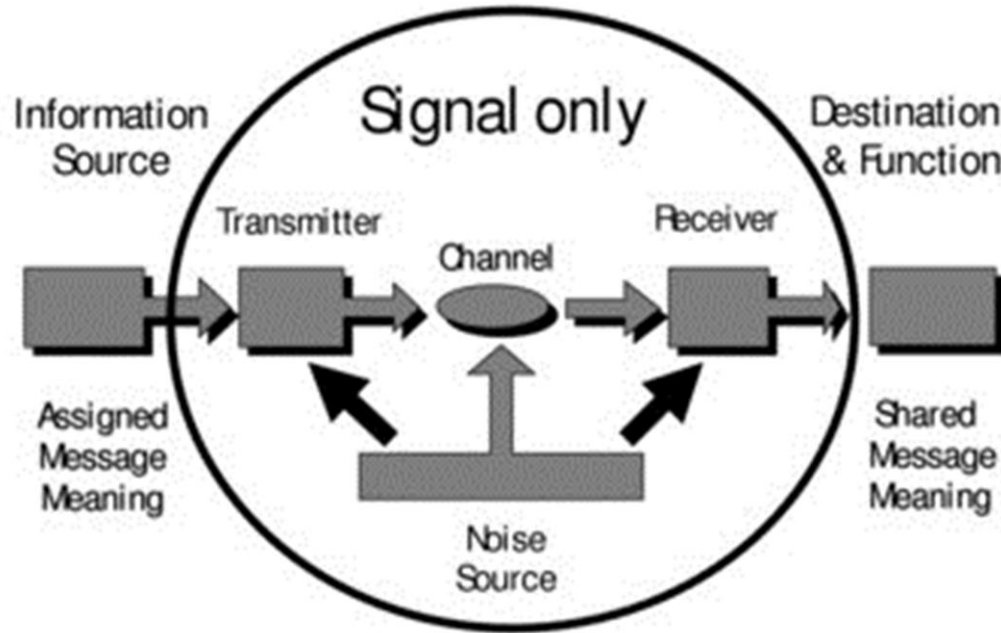


Herczeg 2009, 114

Interaktivität

- Mensch-Maschine-Interaktion als Kommunikationsprozess
- => Kommunikationswissenschaftliche Ansätze zur Beschreibung

Shannon/Weaver (1949)



NUTZER KLASSIFIZIEREN UND ERFORSCHEN

Klassifikationsmöglichkeiten

1. Organisatorische Rollen
2. Erfahrungsstand
3. Marktsegmente
4. Ethnografische Eigenschaften

(Herczeg 2009, 81ff.)

Klassifikationsmöglichkeiten

1. Organisatorische Rollen
2. Erfahrungsstand
3. Marktsegmente
4. Ethnografische Eigenschaften

Organisatorische Rollen

- Orientiert an den Anforderungen der Organisation und der jeweiligen Arbeitsplätze
- Fokus liegt auf den Aufgaben der Nutzer
- Grundlage für die Entwicklung der Funktionalität eines Systems

Organisatorische Rollen

- Typische Rollen:
 - Sachbearbeiter
 - Bereichsleiter
 - Abteilungsleiter
 - ...

Klassifikationsmöglichkeiten

1. Organisatorische Rollen
2. Erfahrungsstand
3. Marktsegmente
4. Ethnografische Eigenschaften

Unerfahrene Benutzer

- Treten sowohl bei einfachen als auch bei komplexen Systemen auf
- Anwendungswissen vorhanden aber kein Modell des Systems
- Einfacher Funktionskern benötigt
- Noch keine Routinen vorhanden



Routinebenutzer

- Stabiles Anwendungswissen
- Ausreichendes Systemmodell
- Routinen vorhanden
- Erwartung konsistenten Verhaltens



Experten



- Großes Interesse am Anwendungssystem
- Kenntnis der Systemgrenzen
- Individualisierung der Arbeitsoberfläche

Gelegenheitsnutzer



- Typisch für Automaten und öffentliche Informationssysteme
- Anwendungsgebiet von geringer Komplexität
- Wirkungsweise i.d.R. nicht von Interesse
- Keine Ausbildung von Routinen

Klassifikationsmöglichkeiten

1. Organisatorische Rollen
2. Erfahrungsstand
3. Marktsegmente
4. Ethnografische Eigenschaften

Klassifikation nach Marktsegmenten

Suchen

Fotos | Gruppen | Personen

Uploads von allen

werberelevant

SUCHEN

Volltext | Nur Tags
Erweiterte Suche

+ Anzeigen von Inhalten mit einer Creative Commons-Lizenz zur kommerziellen Nutzung, Änderung, Anpassung oder Bearbeitung x

✗ Zu Ihrer Suche wurden leider keine passenden Treffer gefunden

Meinten Sie [irrelevant](#)?

Hier ein paar Vorschläge:

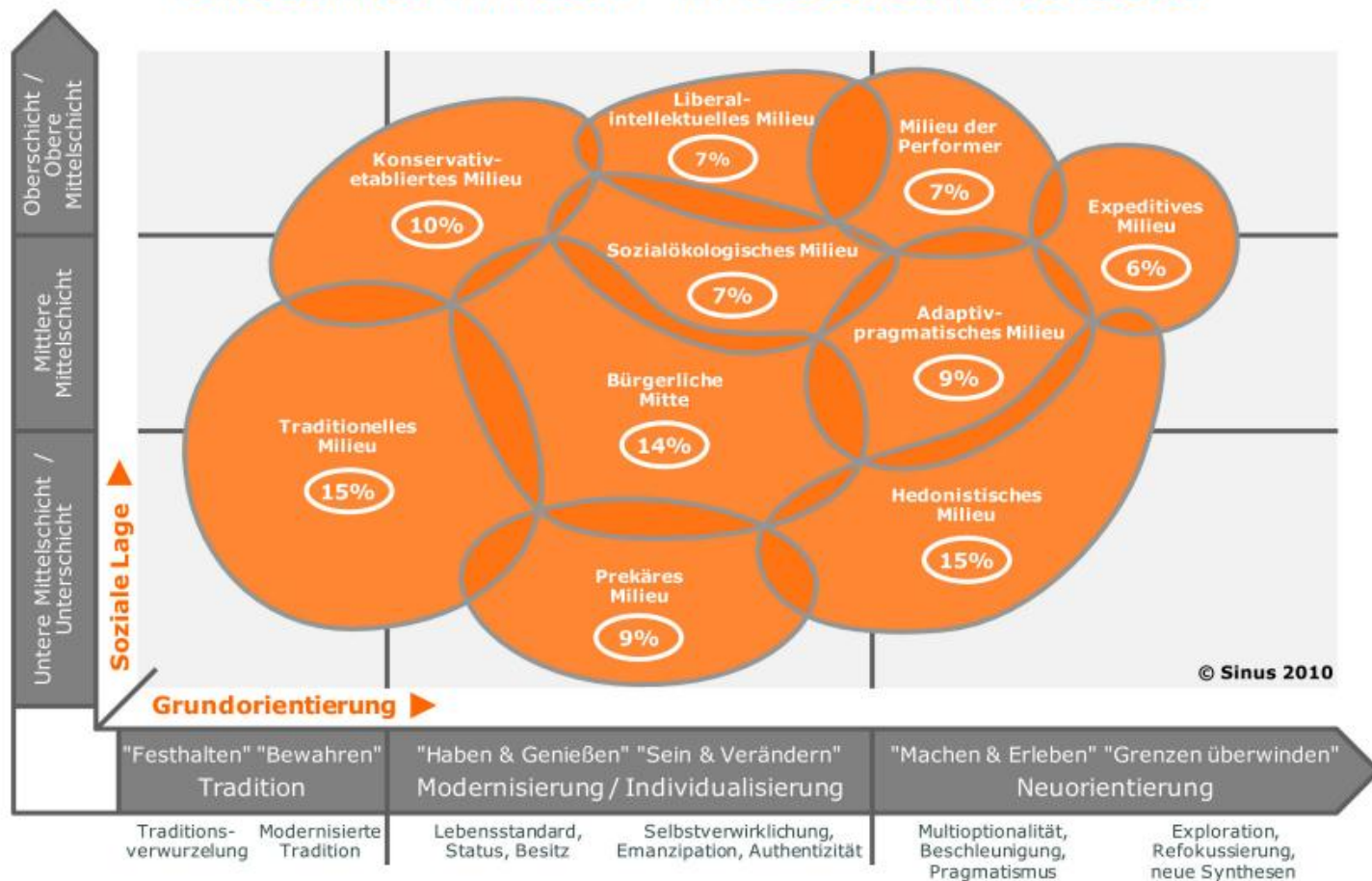
- Ihre Rechtschreibung prüfen.
- Filter aus der "Erweiterten Suche" entfernen.
- Versuchen Sie allgemeinere Begriffe.
- Versuchen Sie unterschiedliche Wörter mit gleicher Bedeutung.

YAHOO! SEARCH

Suchen Sie [werberelevant](#) in der Yahoo! Bildersuche.

- Wenig taugliche Charakterisierung für die Entwicklung gebrauchstauglicher Produkte
- Aber: Guter Anfangspunkt für weitere Analysen

Die Sinus-Milieus® in Deutschland 2010



Klassifikationsmöglichkeiten

1. Organisatorische Rollen
2. Erfahrungsstand
3. Marktsegmente
4. Ethnografische Eigenschaften

Ethnografische Klassifikation

- Erfasst Lebenskontext und Lebensstil
- Ethnografische Methoden
- Trotz hohen Potenzials bisher wenig genutzt.

Methoden zur Nutzerforschung

	Fokus auf Verhalten	Fokus auf Einstellungen
Einzel	Tagebücher Shadowing, teilnehmende Beobachtung	Personas Verbundanalyse
Gruppe	Contextual Inquiry Visual Stories	Fokusgruppen Delphi

(Groner/Raess/Sury 2008, 432)

Forschungstagebücher

Informanten protokollieren Ihren Arbeitstag

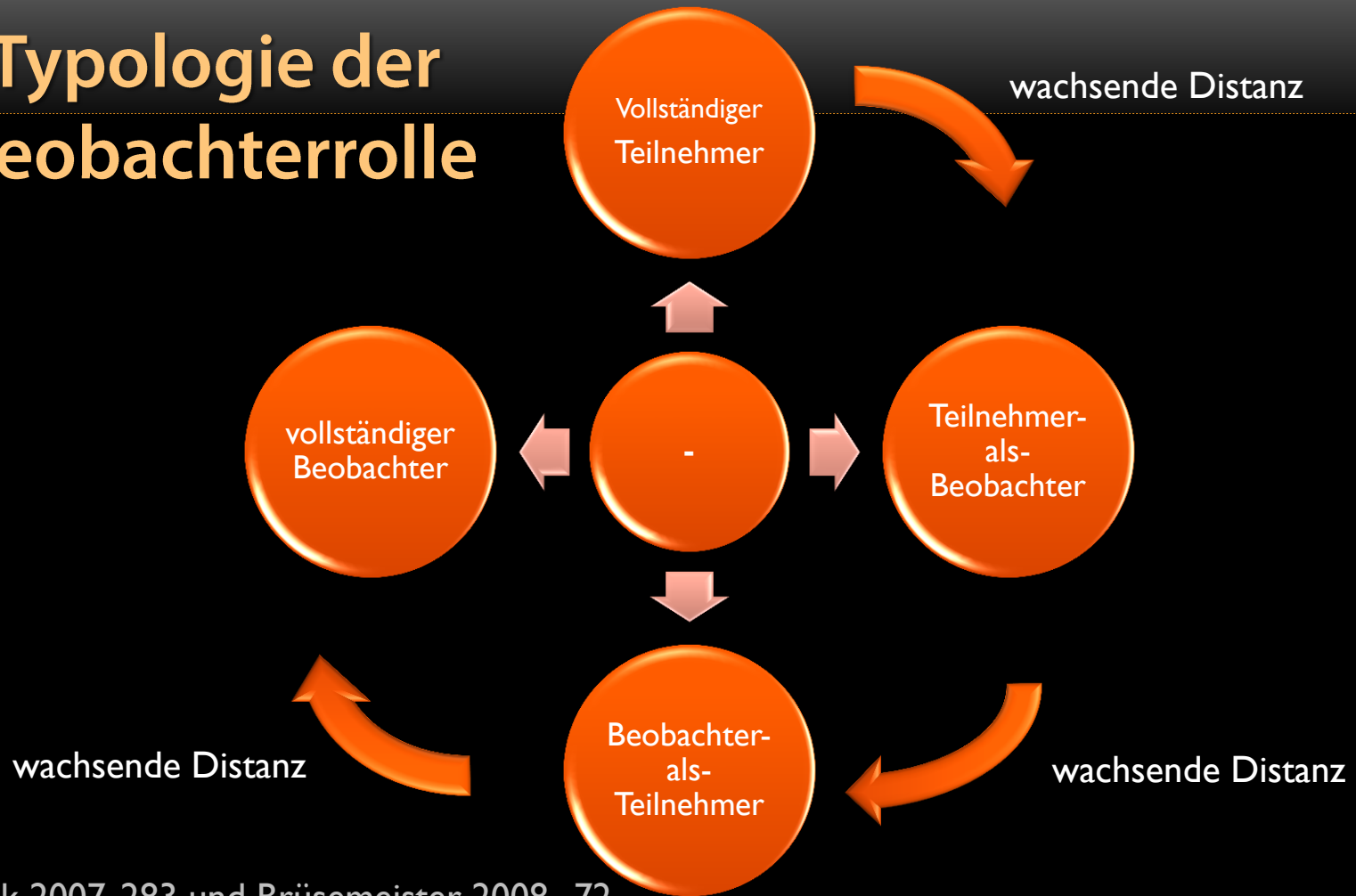
Seiten sind vorstrukturiert

Dauer i.d.R.: 2 – 4 Wochen

Beobachtung



Typologie der Beobachterrolle



Teilnehmende Beobachtung

„Teilnehmende Beobachtung ist eine Feldstrategie, die gleichzeitig Dokumentenanalyse, Interviews mit Interviewpartnern und Informanten, direkte Teilnahme und Beobachtung sowie Introspektion kombiniert“

(Denzin 1989b,157-158, zit nach Flick 2007,287)

- Hauptmethode der ethnographischen Feldforschung
- Teilnahme bedeutet nicht nur Mitmachen sondern auch **emotionale Bezogenheit**

Fokussierte Ethnografie

... geht „von der **Bekanntheit des Feldes** aus, um eben eine gezielte Fokussierung vornehmen zu können“ (Knoblauch 2001, 134)

focus n. (pl.

Beschreibt schon praktizierte ethnografische Praxis

(Knoblauch 2001, 127)

Videografie



Videodaten „ermöglichen eine **>Fokussierung< der Ethnographie** [...], die ihre Untersuchungen **feldintensiv** und **datenextensiv** durchführt. Deren Qualität erwächst nicht aus dem (problematischen) Anspruch authentischer Beobachtung, sondern vielmehr aus der besonderen Sorgfalt in der Analyse und Interpretation“

(Knoblauch/Schnettler, 587)



Personas

- Beschreibungen konkreter **fiktiver** Benutzer
- Zwingen dazu über konkreter Probleme anstatt über den Nutzer im allgemeinen nachzudenken
- **Prosaische Beschreibung** mit fiktiven O-Ton und evtl. Bild

Typische Eigenschaften der Persona

- Name, Vorname, Titel
- Geschlecht
- Alter
- Nationalität
- Familienstand
- Sprachkenntnisse
- Interessen



- Erlernter und praktizierter Beruf
- Fachkenntnisse, Rollen, Aufgabengebiete
- Einstellung zu Firma, Arbeit, Familie, eigener Kompetenz und Technik
- Erfahrungen mit Computern

Typische Eigenschaften der Persona

- Name, Vorname, Titel
- Geschlecht
- Alter
- Nationalität
- Familienstand
- Sprachkenntnisse
- Interessen

Lebensstil und Lebenskontext



Organisatorische Rolle

- Erlernter und praktizierter Beruf
- Fachkenntnisse, Rollen, Aufgabengebiete
- Einstellung zu Firma, Arbeit, Familie, eigener Kompetenz und Technik
- Erfahrungen mit Computern

Erfahrung

Arten von Personas

User Personas

- **Primary Personas**
Repräsentant der wichtigsten Benutzergruppe
- **Secondary Personas**
Personas aus der wichtigsten Benutzergruppe ohne besondere Eigenschaften

- **Customer Personas**
Mittelbar betroffene Kunden
- **Severed Personas**
Personen die zwar keine Benutzer sind, aber vor der Nutzung des Systems betroffen sind (IT-Abteilung)
- **Negative Personas**
Personas die das System nicht nutzen

Secondary Personas

- Name, Vorname, Titel
- Geschlecht
- Alter
- Nationalität
- Familienstand
- Sprachkenntnisse
- Interessen

Lebensstil und Lebenskontext



Organisatorische Rolle

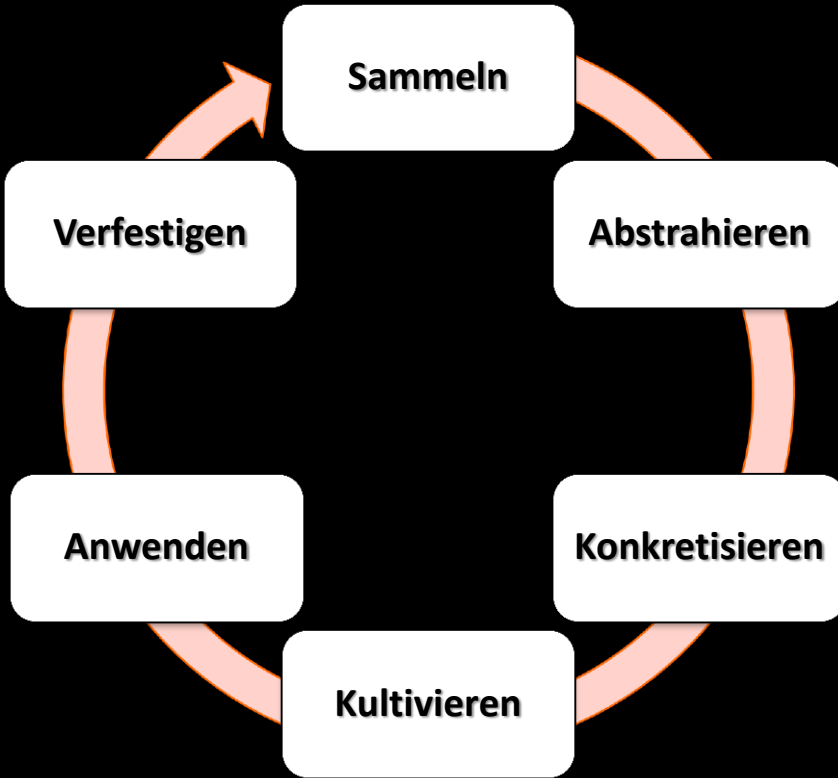
- Erlernter und praktizierter Beruf
- Fachkenntnisse, Rollen, Aufgabengebiete
- Einstellung zu Firma, Arbeit, Familie, eigener Kompetenz und Technik
- Erfahrungen mit Computern

Erfahrung

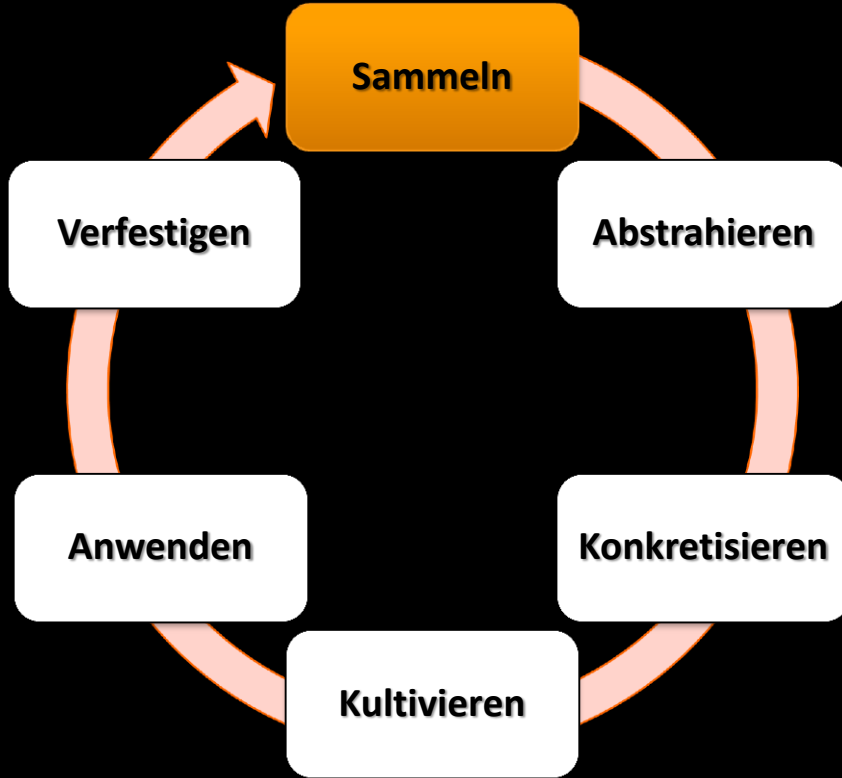
Beispielpersona

<http://yovisto.com/play/12336/2345000>

Persona Lifecycle

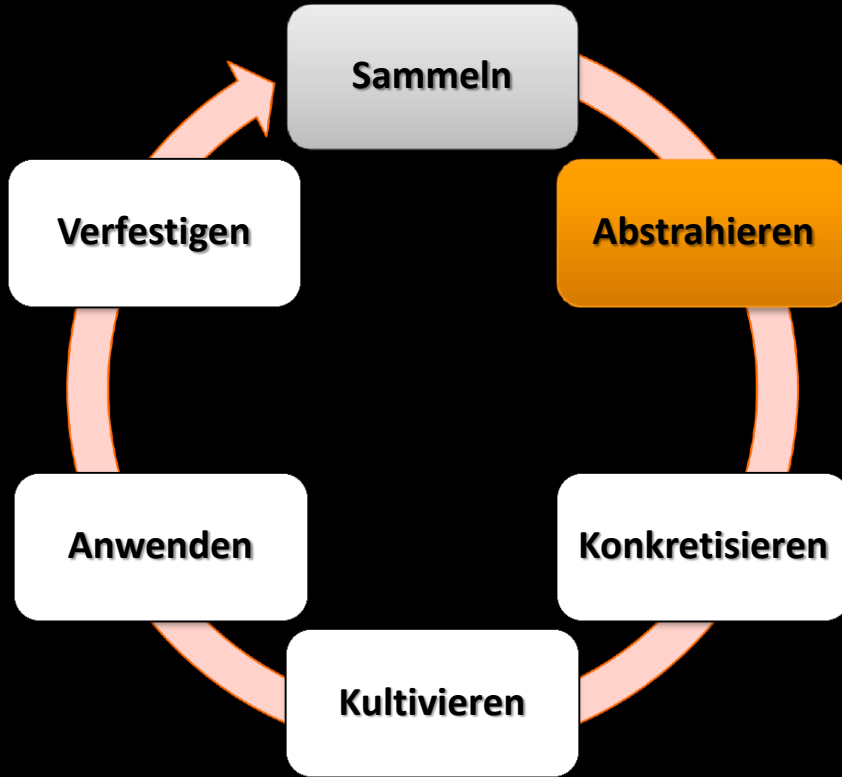


Vorbereitung (Sammeln)



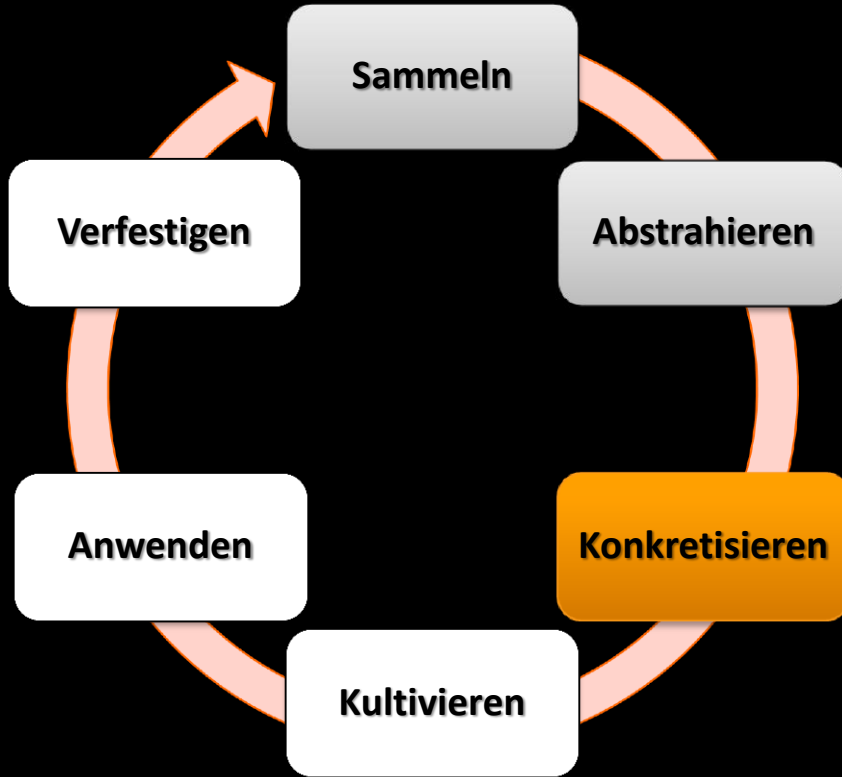
- Datensammlung
- Vermittlung der Methodik
- Entwicklung des Problembewusstseins
- Prozessplanung
- Bildung von produktbezogenen Persona-Teams

Zielgruppenanalyse (Abstrahieren)



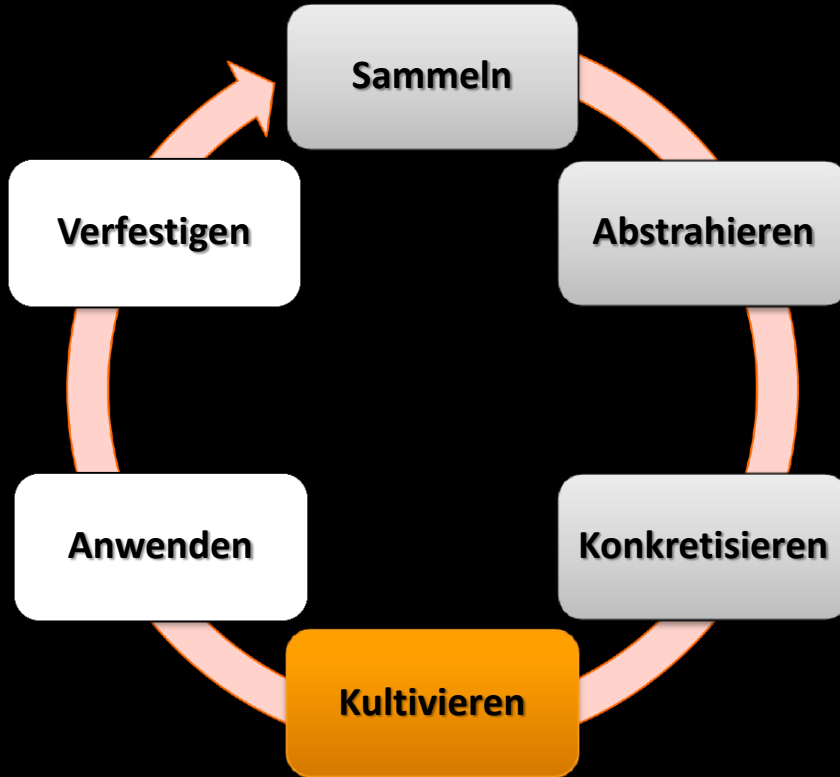
- Identifikation von Benutzertypen
- Klassifikation der Benutzertypen

Erstellung von Personas (Konkretisieren)



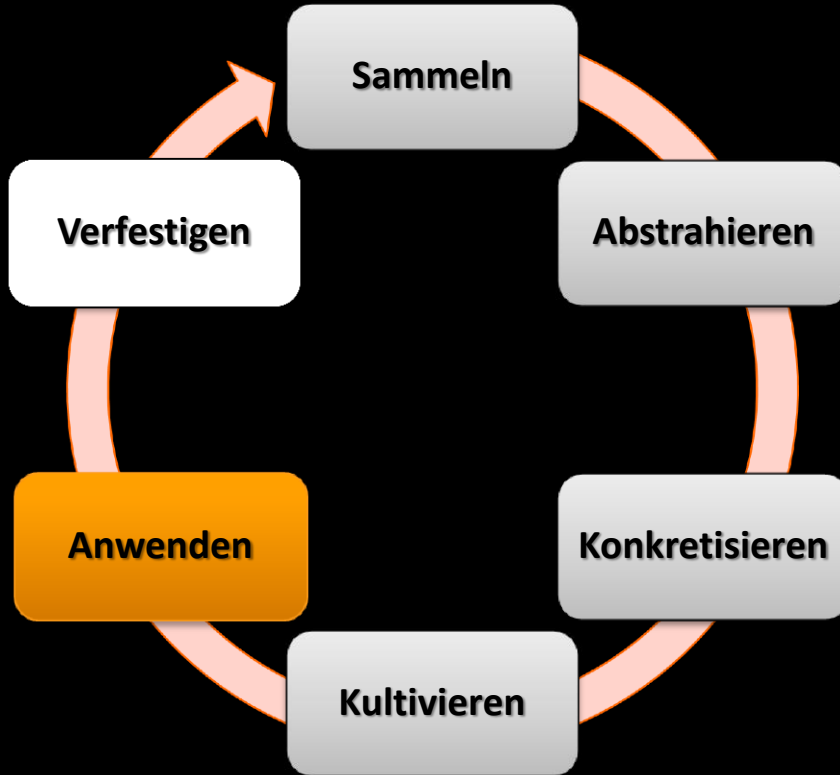
- Kreation von Personas für die Benutzerklassen in kleinen Teams
- Kritische Diskussion und Verbesserung der Personas im großen Team

Einführung in den Betrieb (Kultivieren)



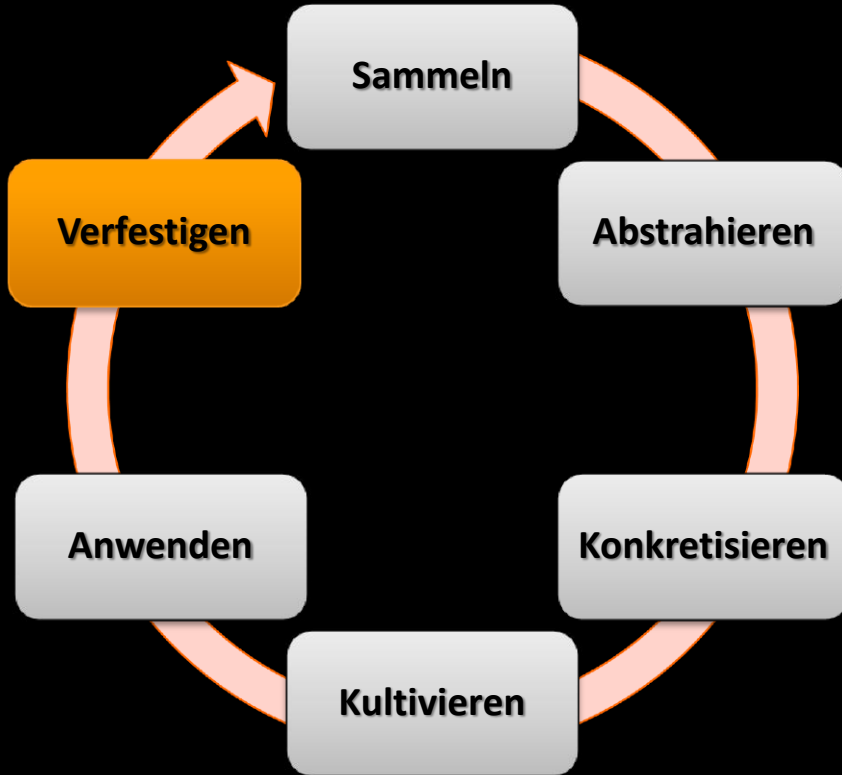
- Patenschaften für Personas
- Kommunikation der Personas im Unternehmen
- Kommunikation der Personas im Marketing

Nutzung der Personas (Anwenden)



- Laufende kritische Diskussion und Verbesserung der Benutzerklassen und Personas
- Ergänzung der Benutzerklassen und Personas

Integration in den Produktlebenszyklus (Verfestigen)



- Einplanen eines Return of Investment (ROI)
- Neubewertung von Personas (Reuse)
- Ersetzen von alten durch neue Personas im Laufe der Weiterentwicklung eines Produktes

Fokusgruppe

- Gruppendiskussion zu bestimmten Thema

Delphi-Methode

- Runde von Experten äußert sich zu einem Thema
- I.d.R.: Bitte um fachliche Einschätzung per Email
 - Einzelne Gutachten
 - Gemeinsames Gutachten von Experten-Gruppen

Quellenverzeichnis

- Brüsemeister, Thomas (2008): Qualitative Forschung. Ein Überblick. 2. überarb. Aufl. Wiesbaden: VS Verlag.
- Flick, Uwe (2007): Qualitative Sozialforschung. Eine Einführung. 2. Aufl. der vollst. überarb. und erw. Neuausg. Reinbek: Rowohlt.
- Friedrich, Jörg (2011a): Faszination Watson.
<http://www.heise.de/tp/artikel/36/36025/1.html>
- Friedrich, Jörg (2011b): Die App sagt, was ich tun soll.
<http://www.heise.de/tp/artikel/36/36026/1.html>
- Friedrich, Jörg (2011c): Kritik der Cloud-Services.
<http://www.heise.de/tp/artikel/36/36027/1.html>
- Groner, Rudolf/ Raess, Simon/ Sury, Philipp (2008): Usability: Systematische Gestaltung und Optimierung von Benutzerschnittstellen. In: Batinic, Bernad/Appel, Markus (Hrsg.): Medienpsychologie. Springer.
- Herczeg, Michael (2009): Theorien, Modelle und Kriterien für gebrauchstaugliche interaktive Computersysteme. Ouldenburg.
- Krug, Steve (2006): Don't make me think. Mipt.
- Lorenz, Thorsten/Glaser, Cornelia (2009). Schrift als Medium. Typografie und Lesen im medialen Wandel. In: Merz 53 (1), 54-59.
- Meiert, Jens (2005): Usability-Heuristiken.
<http://meiert.com/de/publications/articles/20051218/>
- Meiert, Jens (2005b): Warum Menschen online nicht lesen – und was man dagegen tun kann (ACM). <http://meiert.com/de/publications/translations/acm.org/reading-online/>
- Nielsen, Jakob (2003): Usability 101: Introduction to Usability.
<http://www.useit.com/alertbox/20030825.html>
- Nielsen, Jakob (2005): Ten Usability Heuristics.
http://www.useit.com/papers/heuristic/heuristic_list.html
- Pariser, Eli (2012): Filter Bubble: Wie wir im Internet entmündigt werden. Hanser.
- Scapin, Dominique/Leulier, Corinne/Vanderdonckt, Jean/Mariage, Célin/Bastien, Christian/Farenc, Christelle/Palanque, Philippe/ Bastide, Rémi (2000): A Framework for Organizing Web Usability Guidelines. <http://lsi.ugr.es/~fguti/doctorado/05/Scapin-HFWeb2000.htm>
- Schirmacher, Frank (2009): Payback: Warum wir im Informationszeitalter gezwungen sind zu tun, was wir nicht tun wollen, und wie wir die Kontrolle über unser Denken zurückgewinnen. Blessing.