

Jürgen Ziegler und Frank Heidmann

Web Usability – Evaluationskriterien

An der Frage, was gutes Webdesign ist, scheiden sich die Geister wie sonst in kaum einem Bereich der Mensch-Computer-Interaktion. Das große Spektrum multimedialer Möglichkeiten und die vielfältigen unterschiedlichen Einsatzzwecke machen fundierte Evaluationsaussagen deutlich schwieriger, als dies bei konventionellen IT-Anwendungen der Fall ist. Mit dieser regelmäßigen Kolumne wollen wir schlaglichtartig unterschiedliche Fragen und Aspekte der Usability-Bewertung von Websites aufgreifen und – in einer subjektiv gefärbten Form – dazu Stellung nehmen. Wir würden uns freuen, wenn dies kein reiner Monolog bliebe; Gegenpositionen und kritische Stellungnahmen sind herzlich willkommen.

Wir werden in der Kolumne einen Schwerpunkt auf die Bewertung von Websites und Web-Applikationen legen. Natürlich lassen sich Gestaltungs- und Bewertungsaspekte in der Praxis kaum trennen. Wir wollen aber mit den hier angesprochenen Themen besonders zu der nach wie vor weitgehend ungelösten Frage der Qualitätsbewertung von Websites beitragen. Wenn wir präziser wüssten, welche Art von Qualität hier gemeint ist, wäre schon viel erreicht.

Einer der beliebtesten Streitpunkte findet sich in der Auseinandersetzung zwischen den Asketen und den Üppigen. Ein bekannter Vertreter der eher an einem kargen Design orientierten Fraktion ist Jakob Nielsen (in den USA fast schon eine Art Reich-Ranicki des Webdesign), der minimalistische, textorientierte Ansätze favorisiert und eine sehr performanzorientierte Sichtweise vertritt (www.useit.com). Auf der anderen Seite stehen Befürworter der Rich-Media-Fraktion, die das multimediale Funktionsspektrum der Web-Technologien für neue, medienangemessene Ausdrucksformen einsetzen wollen.

Wie aus der Software-Ergonomie lange bekannt, kann die Bewertung einer Anwendung nicht losgelöst von ihrer Zielsetzung erfolgen. Ist in der ergonomischen Sichtweise die Angemessenheit für

die Aufgabe des Nutzers das alles überragende Bewertungskriterium, muss bei Websites jedoch auch die kommunikative Funktion des Mediums berücksichtigt werden. Es sind also mindestens zwei Akteure im Spiel. Angemessenheit für das Kommunikationsziel des Informationslieferanten (des Web-Autors, des Betreibers der Site ...) wird deshalb neben der Aufgabenangemessenheit zu einem eigenständigen wichtigen Bewertungsaspekt. Dies wird in der neuen ISO-Norm 14915 zu multimedialen Benutzungsschnittstellen, über die wir in einer der folgenden Kolumnen ausführlicher berichten werden, aufgegriffen. Dass die beiden Bewertungsaspekte zueinander im Konflikt stehen können, ist offensichtlich: Der Nutzer möchte zielsicher nur den Preis des neuen Automodells nachschlagen, während der Hersteller mit dieser gestylten Flash-Animation die Hochwertigkeit und Innovativität seines Produkts „rüberbringen“ will.

Wie steht es darüber hinaus mit Fragen, die nicht mehr nahe am klassisch-ergonomischen Kanon liegen, wie zum Beispiel: Hat der Nutzer ausreichend Vertrauen in die angebotene Information oder Leistung? Wie ändert sich unsere Organisationskultur durch Einführung des Intranet? Haben alle relevanten Bevölkerungsgruppen Zugang zu unserem Stadtinformationssystem? Angesichts der Vielfalt

und Breite der möglichen Aspekte, von denen jeder einzelne über den Erfolg oder Mißerfolg einer Webanwendung entscheiden kann, erscheint es notwendig, sich einen möglichst ganzheitlichen Rahmen für die Web-Evaluation zu geben. Auch wenn allein schon aus Aufwandsgründen nicht alle Kriterien eines solchen umfassenden Rahmens im gleichen Detaillierungsgrad analysiert und bewertet werden können, bietet er doch Orientierung und Systematik für das Vorgehen.

Ein Vorschlag für einen solchen Bewertungsrahmen wurde von den Schreibern dieser Kolumne als Basis für die Web-Evaluationsmethode WebSCORE aufgestellt. Der in Bild 1 dargestellte Rahmen unterscheidet zunächst zwischen einem Gestaltungs- und einem Bewertungsbereich. Im Gestaltungsbereich sind (auf mehreren Ebenen) die Hauptgestaltungsaspekte einer Site (bzw. genereller einer interaktiven Anwendung) aufgeführt, die von der Zielsetzung und strategischen Positionierung einer Site bis zur Medien- und Präsentationsgestaltung reichen.

Der Bewertungsbereich ist zunächst einmal unterteilt nach individuellen Faktoren und nutzerübergreifenden, sozio-ökonomischen Faktoren. Im individuellen Bereich bilden perzeptive und kognitive Faktoren die Basis für bekannte software-ergonomische Kriterien. Wichtig sind aber

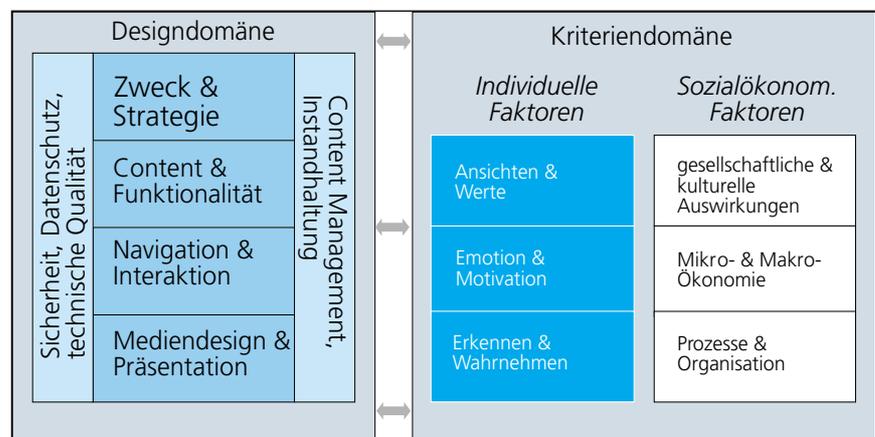


Bild 1: Referenzmodell zur Website-Evaluation

auch emotionale und motivationale Aspekte (Ist die Gestaltung ästhetisch ansprechend; lädt sie zur Interaktion ein?) sowie Werte und Einstellungen (Erweckt die Marke Vertrauen; glaube ich, dass die Site XY verlässliche Software zum Download bereithält?). Bei den über-individuellen Faktoren können Auswirkungen auf organisationale Strukturen und Prozesse, ökonomische Aspekte (Geschäftsmodelle, Rentabilität etc.) oder auch gesellschaftliche und kulturelle Auswirkungen betrachtet werden.

In WebSCORE werden Kriterien und Evaluationsverfahren für die unterschiedlichen Bewertungsfaktoren und auf unterschiedlichen Detaillierungsstufen erarbeitet und bereitgestellt. Das Methodenspektrum reicht dabei von checklisten-gestützten Expertenbeurteilungen bis zu Usability Tests und anderen empirischen

Untersuchungen. Hierdurch kann die Evaluation je nach Situation und Tragweite der Designentscheidungen unterschiedlich aufwändig gehalten werden. Obwohl es prinzipiell Effektbeziehungen (und Wechselwirkungen) zwischen allen Gestaltungs- und Bewertungsfaktoren geben kann, werden typischerweise „tiefer“ Ebenen (wie die Präsentationsgestaltung) in deutlich geringerem Maß auf die hochstehenden Ebenen (etwa die gesellschaftliche) wirken. Auch hierdurch ergibt sich eine Reduktion des Analyseaufwands.

Ein weitgehend ungelöstes Problem ist die Frage nach unterschiedlichen Bewertungsprofilen für unterschiedliche Einsatzzwecke und Typen von Anwendungen. Es ist naheliegend, daß für eine E-Commerce-Site andere Kriterien relevant sind als für eine E-Learning-Applikation (obwohl

sicher etliche Kriterien für beide gleich wichtig sein werden). Was hier fehlt, ist eine verlässliche Typologie von Web-Anwendungen, für die dann unterschiedliche Kriterienprofile aufgestellt werden könnten. Wir finden es hilfreich, hierfür eine vorstellungsmäßige Anleihe bei einem anderen, alten Kulturmedium zu machen, der Literatur. Hier haben sich über die Zeit typische, einigermaßen abgrenzbare Genres herausgebildet. Wer würde einen Kriminalroman nach den gleichen Kriterien beurteilen wie ein Gedicht?

Dr. Jürgen Ziegler, Leiter Softwaretechnik und Interaktive Systeme, Fraunhofer IAO, Stuttgart, E-Mail: Juergen.Ziegler@iao.fhg.de

Dr. Frank Heidmann, Leiter Usability Engineering, Fraunhofer IAO, Stuttgart, E-Mail: Frank.Heidmann@iao.fhg.de

Die Vorbereitungen für die fachübergreifende Konferenz

Mensch & Computer 2002 Vom interaktiven Werkzeug zu kooperativen Arbeits- und Lernwelten 2.-5. September 2002 in Hamburg

haben begonnen. Es werden Beiträge in vielfältigen Formen erbeten und es werden wieder zwei Preise vergeben. Um rege Beteiligung wird deshalb gebeten.

Der Aufruf zur Mitgestaltung ist zu finden unter:

<http://www.mensch-und-computer.de/mc2002>

Dieser Hinweis sollte an möglichst viele Interessenten weitergegeben werden.

Prof. Dr. Michael Herczeg, Dr. Wolfgang Prinz, Prof. Dr. Horst Oberquelle