

Usability-Testbericht

Website des Studiengangs Informationsdesign

Hochschule der Medien in Stuttgart

Stand: Dezember 2022

Auftraggeber

Prof. Ralph Tille (Studiendekan)
Frau Dorothee

Zeitraum für Auswertung und Berichterstellung

22.12.2022 - 17.02.2023

Auftragnehmer

Louis Bokowits | lb182@hdm-stuttgart.de

Anna-Maria Boppeler
Emilia Bujak
Jannis Hauke
Marina Glöttner
Lucy Köhnlechner

Dieser Testbericht richtet sich nach dem
“Common Industry Format for Usability
Test Reports” (CIF)

Hinweis auf Einschränkungen gegenüber des
Standards ANSI NCITS 354-2001 bzw. ISO/IEC,
2006: Das Common Industry Format wurde für
summative Usability-Tests entworfen. Der
durchgeführte Usability-Test hat aber einen
formativen Charakter, weshalb manche
Informationen (z.B. Effizienz-Metriken) nicht in der
vom Standard geforderten Form dargestellt werden
können. Der Ergebnisteil wird aufgrund dessen im
Wesentlichen durch die Auflistung der
Usability-Probleme ersetzt.

Kontakt

Hochschule der Medien

Prof. Dr. Michael Burmester
burmester@hdm-stuttgart.de

Testzeitraum

23.11.2022 - 22.12.2022

Inhaltsverzeichnis

[1 Kurzfassung](#)

[2. Hinweise zum Usability-Testbericht](#)

[3. Testbericht](#)

[3.1 Beschreibung des Nutzungskontextes](#)

[3.1.1 Produktname und Produktbeschreibung](#)

[3.1.2 Auflistung der evaluierten Produktbereiche](#)

[3.1.3 Definition der Nutzergruppe Eltern](#)

[3.1.4 Beschreibung der Nutzergruppe Eltern](#)

[3.1.5 Beschreibung der Aufgabensammlung](#)

[3.1.6 Aufgabenbeschreibung](#)

[3.1.7 Beschreibung der Umgebung](#)

[3.2 Evaluationsziele bzw.-fragen](#)

[4. Methoden](#)

[4.1 Testteilnehmer](#)

[4.1.1 Rekrutierung](#)

[4.1.2 Beschreibung der Testteilnehmer](#)

[4.1.3 Unterschiede Testteilnehmer und Nutzergruppen Beschreibung](#)

[4.2 Testkontext](#)

[4.2.1 Testaufgabe sowie die Test- und Aufgaben Szenarien](#)

[4.2.2 Testumgebung Usability-Lab](#)

[4.2.3 Technische Umgebung Usability-Lab](#)

[4.2.4 Testumgebung Remote](#)

[4.2.5 Technische Umgebung Remote](#)

[4.3 Untersuchungsablauf](#)

[4.3.1 Test Ablauf Usability-Lab](#)

[4.3.2 Test Ablauf Remote](#)

[4.3.3 Moderationsunterlagen Usability-Lab, Remote](#)

[4.4 Datenerhebungsverfahren](#)

[4.4.1 Lautes Denken](#)

[4.4.2 Verhaltensbeobachtung](#)

[4.4.3 Befragung \(kooperative Evaluation\)](#)

[4.4.4 Standardisierter Fragebogen AttrakDiff mini](#)

[4.4.5 Standardisierter Fragebogen VisAWI short](#)

[4.4.6 Soziodemografische Daten](#)

[4.4.7 Anfangs Interview](#)

[4.4.8 Abschlussinterview](#)

[5 Datenauswertung](#)

5.1 Datenanalyse

5.1.1 Definition Usability-Problem

5.1.2 Das Beobachtungsprotokoll – Wichtige Definitionen

5.1.3 Qualitative Datenauswertung

5.1.4 Severity Rating

5.1.5 Auswertung der quantitativen Ergebnisse

5.2 Repräsentativität der Testergebnisse

5.2.1 Vergleich zwischen Nutzergruppen und Testteilnehmer:

5.2.2 Ergebnis und Schlussfolgerungen zur Aufgabe Repräsentativität

6 Ergebnisse

6.1 Priorisierte Liste der Usability-Probleme nach Severity Rating

6.2 Usability-Probleme im Detail

Seite 15 frei

6.3 Quantitative Ergebnisse

6.3.1 AttrakDiff mini

6.3.2 VisAWI-Short

6.4 Interviewergebnisse

6.4.1 Anfangs-Interview

6.4.2 Abschlussinterview

6.5 Ergebnisse in Bezug auf die Informationsdesign-Website

6.6 Ergebnisse im Bezug auf die Evaluationsziele

7. Fazit und übergreifende Empfehlungen

7.1 Fazit

7.2 Übergreifende Empfehlungen

8. Literatur

9. Anhänge

Abbildungsverzeichnis

Nr.	Bezeichnung	Kapitel	Seite
1	Profil der Wortpaare (AttrakDiff mini)	6.3.1	69
2	Diagramm der Mittelwerte (AttrakDiff mini)	6.3.1	70
3	Portfolio-Darstellung (AttrakDiff mini)	6.3.1	71
4	Diagramm der Mittelwerte VisaWI-S	6.3.2	72
5	VisAWill-s-Ergebnis	6.3.2	73

Tabellenverzeichnis

Nr.	Bezeichnung	Kapitel	Seite
1	Usability Probleme mit dem Schweregrad 4	1	8
2	Produktbeschreibung	3.1.1	11
3	Evaluierte Produktbereiche	3.1.2	12
4	Eigenschaften der Zielgruppe	3.1.4	13-17
5	Beschreibung der Aufgabensammlung	3.1.5	17-18
6	Aufgabenbeschreibung Aufgabe 1	3.1.6	18-19
7	Aufgabenbeschreibung Aufgabe 2	3.1.6	19
8	Aufgabenbeschreibung Aufgabe 3	3.1.6	20
9	Aufgabenbeschreibung Aufgabe 4	3.1.6	21
10	Aufgabenbeschreibung Aufgabe 5	3.1.6	21-22
11	Aufgabenbeschreibung Aufgabe 6	3.1.6	22
12	Aufgabenbeschreibung Aufgabe 7a	3.1.6	22-23
13	Aufgabenbeschreibung Aufgabe 7b	3.1.6	23-24
14	Aufgabenbeschreibung Aufgabe 7c	3.1.6	24

15	Soziale Umgebung	3.1.7	25
16	Technische Umgebung	3.1.7	25-26
17	Physische Umgebung	3.1.7	26-27
18	Evaluationsziele des Auftraggebers	3.2	27
19	Evaluationsziele	3.2	28
20	Soziodemografische Daten und Erfahrung der Teilnehmenden 1-3	4.1.2	29-30
21	Soziodemografische Daten und Erfahrung der Teilnehmenden 4-6	4.1.2	30
22	Testszenarien und-aufgaben	4.2.1	31-35
23	AttrakDiff mini	4.4.4	42-43
24	VisAWI-S	4.4.5	43-44
25	Priorisierte Liste der Usability Probleme	6.1	51-53
26	Usability Probleme im Detail	6.2	54-68
27	Problem Nr. 1: Englische Fachbegriffe	6.2	54
28	Problem Nr. 2: Deutsche Fachbegriffe	6.2	54-55
29	Problem Nr. 3: Englische Texte	6.2	55
30	Problem Nr. 4: Langer Text schlecht aufnehmbar	6.2	56
31	Problem Nr. 5: Headergrafik bei Studieninhalte verwirrend	6.2	56
32	Problem Nr. 6: Grafik Modulübersicht schwer zu verlassen	6.2	57
33	Problem Nr. 7: Modulgrafik nicht interaktiv	6.2	57
34	Problem Nr. 8: Modulgrafik suggeriert nicht, dass man sie größer machen kann	6.2	58
35	Problem Nr. 9: Semesteranzahl unklar	6.2	58
36	Problem Nr. 10: HdM Logo präsenter als ID-Logo	6.2	59
37	Problem Nr. 11: Uneinheitliche Gestaltung bei "Menschen"	6.2	59
38	Problem Nr. 12: Probleme bei Video über Ausstattung	6.2	59

39	Problem Nr. 13: Informationen sind auf der gesamten Website nicht vorhanden	6.2	60
40	Problem Nr. 14: Keine Kontaktmöglichkeit im Impressum	6.2	60
41	Problem Nr. 15: Fehlende Außenaufnahmen	6.2	61
42	Problem Nr. 16: Fehlendes Suchfeld nach Begriffen	6.2	61
43	Problem Nr. 17: Website stellt nur einen Teil der Projekte dar	6.2	61
44	Problem Nr. 18: Textinhalt entspricht nicht den Erwartungen	6.2	62
45	Problem Nr. 19: Falsch platzierter Studieninhalte-Link	6.2	62
46	Problem Nr. 20: Moodle-Link irreführend	6.2	63
47	Problem Nr. 21: Veraltete Informationen	6.2	63
48	Problem Nr. 22: Dopplung inhalt	6.2	64
49	Problem Nr. 23: Überflüssige Informationen	6.2	64
50	Problem Nr. 24: Navigation Schlagwörter unpräzise	6.2	65
51	Problem Nr. 25: Ordnung der Schlagwörter in der Navigation	6.2	66
52	Problem Nr. 26: Uneinheitliche Gestaltung bei Drop-Down Menü	6.2	66
53	Problem Nr. 27: Kontaktformular wird nicht für persönliche Angelegenheiten genutzt	6.2	67
54	Problem Nr. 28: Platzhalter in Kontaktformular	6.2	67
55	Problem Nr. 29: Reihenfolge der Informationen auf Kontakt-Seite	6.2	67
56	Problem Nr. 30: Kein Scroll-Hinweis auf Startseite	6.2	68
57	Anfangs-Interview	6.3.1	74-76
58	Abschluss-Interview, positive Aspekte	6.3.2	76-77
59	Abschluss-Interview, negative Aspekte	6.3.2	78

60	Einfach zu lösende Usability Probleme mit hohem Nutzen	7.2	
61	Aufwendig zu lösende Usability-Probleme mit hohem Nutzen	7.2	

1 Kurzfassung

In diesem Usability-Bericht wird die Website des Studiengangs Informationsdesign untersucht. Die Website ist öffentlich im Internet zugänglich und kann ohne Registrierung genutzt werden. Sie dient als Repräsentation des Studiengangs Informationsdesign an der Fakultät für Information und Kommunikation an der Hochschule der Medien. Neben der Aufgabe, als Visitenkarte des Studiengangs zu wirken, soll die Seite verschiedenen Zielgruppen (Studieninteressierten, Eltern, Kooperationspartnern und internen Mitarbeitern) auch allgemeine Informationen zu Informationsdesign liefern und darüber hinaus einen echten Mehrwert bieten, der den Studiengang von anderen abhebt.

Das Hauptziel des Usability-Tests ist, Usability-Probleme der zu bewertenden Website zu identifizieren. Dazu werden übergreifende Evaluationsziele mit spezifischen Detailfragen formuliert, die auf dem Briefing des Auftraggebers basieren. Die Evaluationsziele konzentrieren sich auf die Benutzerfreundlichkeit, Bedienbarkeit, Informationsqualität und die Ästhetik der Website. Der Fokus der Evaluation liegt auf der Zielgruppe „Eltern von Studieninteressierten“, die im Verlauf genauer untersucht wird.

Für den Test wurden sowohl qualitative als auch quantitative Daten mit unterschiedlichen Methoden erhoben. Eine zentrale Rolle zur Erhebung der qualitativen Daten während des Usability Tests spielt die Methode des Lauten Denkens sowie die Beobachtung des Verhaltens. Der Usability-Test ist in sieben Aufgaben gegliedert, die den Teilnehmenden im Rahmen eines Szenarios vorgestellt werden. In Kapitel 4.2.1 werden die Aufgaben und die dazugehörigen Szenarien detailliert beschrieben. Bei der Aufgabenbearbeitung wurden Critical Incidents, Critical Threads und Break Downs (s. Kapitel 5.1.2) sowie auffällige Verhaltensmuster der Teilnehmenden protokolliert. Im Nachgang konnte das Protokoll mithilfe der Ton- und Videoaufnahmen ergänzt werden. Weitere wichtige Erkenntnisse lieferten das Anfangs- und das Abschlussinterview. Zusätzliche quantitative Daten werden durch den Einsatz zweier standardisierter Fragebögen (AttrakDiff mini und VisAWI-Short) gewonnen. So konnten zusätzliche anonymisierte Daten zur wahrgenommenen Produktqualität, die Bedienung und das Aussehen sowie das grundlegende visuelle Erscheinungsbild der Website gesammelt und ausgewertet werden.

Insgesamt werden durch den Test 30 Usability-Probleme identifiziert, wobei sieben davon nach dem Severity Rating (s. Kapitel 5.1.4) (Nielsen, 1994) einem sogenannten „Usability Disaster“ gleichen. Diese Probleme mit dem Schweregrad 4 weisen die höchste Änderungspriorität auf. Eine vollständige Auflistung und Erläuterung im Detail aller Usability-Probleme ist in Kapitel 6 enthalten. In der folgenden Tabelle Nr. 1 werden die Usability-Probleme mit dem höchsten Schweregrad in kurzer Form zur Übersicht dargestellt.

Tabelle Nr.1: Usability Probleme mit dem Schweregrad 4

Usability-Probleme mit dem Schweregrad 4	
Problem Nr. 5: Headergrafik bei Studieninhalte verwirrend	Die Headergrafik bei den Studieninhalten wirkt sich negativ auf die Nutzer aus. Sie versuchen einen tieferen Sinn zu entziffern und brauchen lange, um zu verstehen, dass es nichts zu verstehen gibt. Die Grafik bietet den Nutzern keinen Mehrwert und vermittelt den Eindruck von Interaktivität, obwohl sie nicht interaktiv ist.
Problem Nr. 6: Grafik Modulübersicht im Vollbild schwer zu verlassen	Die vergrößerte Modul Grafik bei den Studieninhalten bietet keine Möglichkeit, sie wieder zu verlassen bzw. sie zu verkleinern. Gängige Methoden wie das Tastenkürzel ESC oder ein "X"-Button funktionieren bzw. existieren nicht. Lediglich der "Zurück"-Button des Browsers rettet die Nutzer vor dem Feststecken in Vollbild-Ansicht.
Problem Nr. 13: Informationen sind auf der gesamten Webseite nicht vorhanden	Einige Informationen, die von den Nutzern auf der Website erwartet werden, existieren nicht. Beispiele wären die fehlenden Modulbeschreibungen, der nicht vorhandene NC oder Informationen zum Campusleben.
Problem Nr. 20: Moodle-Link irreführend	Wenn der Nutzer auf Moodle-Link klickt, wird er zur Moodle-Plattform für Studierende navigiert. Auf dieser Plattform können sich nicht immatrikulierte Personen aber nicht anmelden, da diese nur für immatrikulierte Studierende mit persönlichen Zugangsdaten funktioniert. Der Nutzer wird in eine Sackgasse geführt und dadurch enttäuscht, dass sie keine Berechtigung haben und der Link somit irrelevant ist.
Problem Nr. 21: Veralterte Informationen	Die Website listet veraltete Events auf. Insbesondere die Unterpunkte "Ankündigung" und "Neue Ausstellung" wecken durch ihre Benennung die Erwartung, dass kommende oder aktuelle laufende Events aufgelistet werden. Dies ist aber nicht der Fall.
Problem Nr. 24: Navigation Schlagwörter unpräzise	Die Schlagwörter in der Navigation sind zu unpräzise und erschweren es daher, die richtigen Infos zu finden. Oft führt dieses Problem dazu, dass die gewünschten Informationen unter den falschen Schlagwörtern gesucht werden. Dadurch "verirren" sich die Nutzenden und müssen sich durch viele Seiten durchklicken, die sie aber in diesem Moment nicht interessieren. Teilweise wurden die Informationen auch überhaupt nicht gefunden, obwohl diese auf der Website vorhanden sind.
Problem Nr. 25: Ordnung der Schlagwörter in der Navigation	Im Drop-Down-Menü der Navigation sind die Schlagwörter nicht oder nach falscher Relevanz geordnet. Das führt dazu, dass Informationen entweder gar nicht oder nur sehr schwer und nach langem Suchen gefunden werden. Teilweise konnten wichtige Informationen nur mit Hilfe des Moderators gefunden werden.

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass die Informationsdesign-Website im Usability-Test von den Teilnehmern überwiegend positiv bewertet wurde. Die Teilnehmer waren in der Lage, die meisten Aufgaben erfolgreich zu erledigen und konnten von der Website profitieren. Trotzdem kam es aufgrund der großen Informationsmenge, die vermittelt wird, an einigen Stellen zu Schwierigkeiten, die insgesamt zu 30 verschiedenen Problemen führten. Diese Probleme haben die Teilnehmer entweder beim Nachgehen ihrer Aufgaben behindert oder negativ beeinflusst, was zu einer Verzögerung, einem Kapazitätsverlust oder einem negativen Kommentar führte. Es besteht jedoch die Möglichkeit, diese Probleme zu

lösen, um das Nutzererlebnis zu verbessern. Es empfiehlt sich, zunächst die Usability-Probleme mit einem Schweregrad von 3 und 4 anzugehen und anschließend den übergreifenden Empfehlungen in Kapitel 7.2 zu folgen, um die Website für die Nutzer zu optimieren.

2. Hinweise zum Usability-Testbericht

Im Folgenden werden Hinweise zu den Inhalten und ihrer Relevanz für die jeweilige Zielgruppe für den Usability-Test Bericht sowie grundlegende Informationen zum Usability-Test gegeben.

a) Für Usability Professionals des Auftraggebers

Das Kapitel 4 "Methoden" gibt Einblick in die verwendeten Methoden in diesem Usability-Test und zeigt die gesamte Testkonstruktion, -teilnehmer und -kontext auf. Hier können diese Informationen geprüft und bei einem erneuten Usability-Test herangezogen werden.

b) Für Manager und weitere an der Entwicklung beteiligte Personen

Ein kurzer Überblick und Zusammenfassung über den Usability-Test ist in Kapitel 1 "Kurzfassung" zu finden. Alle wichtigen und relevanten Ergebnisse sind in Kapitel 5 "Ergebnisse" dokumentiert. In diesem Kapitel wurden alle schwerwiegenden Usability-Probleme sowie die jeweilige Relevanz und Ursachen derer erfasst. Hier, so wie auch in Kapitel 7 "Fazit und Empfehlungen", sind Verbesserungsmöglichkeiten und Empfehlungen zusammengefasst. Diese Informationen können von Bedeutung für wichtige Entscheidungen sowie für die weitere Entwicklung sein.

c) Für Gestalter und Entwickler

Für die Überarbeitung und Entwicklung neuer Lösungsansätze für die Usability-Probleme der Website kann das Kapitel 6 "Ergebnisse" von Belangen sein. Das Severity-Rating (Anhang ds) zeigt die Schweregrade und die Relevanz der einzelnen Usability-Probleme. Zur Einsicht und Nachvollziehbarkeit der jeweiligen Indexe und Segmente und ihrer Kategorisierung, können die Index- (Anhang xy) sowie die Segmentierungstabelle der Teilnehmenden (Anhang 43) miteinbezogen werden. Für die Interpretation der jeweiligen Indexe kann die Definitionen der Indexe (Anhang ds) zu Rate gezogen werden.

Formativer Usability-Testbericht

Die Website des Studiengangs Informationsdesign an der Hochschule der Medien in Stuttgart wurde mit dem Verfahren des formativen Usability-Tests untersucht.

Bei einem formativen Usability-Test wird ein Produkt, durch die Bearbeitung von repräsentativen Aufgaben-Szenarien mit realitätsnahen Nutzern, evaluiert. Hierbei wird auch

die Methode des "lauten Denkens" angewandt, um weitere signifikante qualitative Daten für den Test zu erheben.

Dumas (2003) und Dumas und Fox (2007) definieren den Charakter von formativen Usability-Tests durch nachfolgende Merkmale:

- Der Fokus der Untersuchung liegt auf der Thematik Usability und den damit zusammenhängenden Usability-Problemen
- Testteilnehmer entsprechen dem Nutzerprofil oder sind tatsächliche Nutzer
- Die Teilnehmer bearbeiten realitätsnahe Aufgaben in Testszenarien, die Bezug zur Realität aufweisen
- Der Test intendiert eine Evaluierung eines Artefakts (Produkt oder Prototyp, hier: Website)
- Mit Hilfe der Methode "lautes Denken" werden alle Handlungen und die damit in Verbindung stehenden Gedanken, Gefühle, Erwartungen und Kritik etc. während der Interaktion mit dem Artefakt von dem Teilnehmer geäußert
- Die Daten und Ergebnisse des Usability-Tests werden ausgewertet und anschließend in einer Präsentation vorgestellt sowie in einem Bericht festgehalten

Die Usability-Tests wurden remote über die Software Zoom sowie vor Ort im Labor der Hochschule der Medien in Stuttgart realisiert. In Ergänzung zu der qualitativen Datenerhebung mittels der Usability-Tests wurden quantitative Daten mit Hilfe von zwei Kurzfragebögen aufgenommen und ausgewertet.

3. Testbericht

3.1 Beschreibung des Nutzungskontextes

Um ein umfassendes Verständnis des Nutzungskontextes der Website zu entwickeln, wurden die Benutzer (Zielgruppe Eltern), die Ziele und Aufgaben der Benutzer, die organisatorische und soziale sowie die technische und physische Umgebung, in der das Produkt genutzt wird, im Folgenden genauer analysiert.

3.1.1 Produktname und Produktbeschreibung

Die Website des Studiengangs Informationsdesign der Hochschule der Medien in Stuttgart ist Gegenstand des Usability-Tests. Diese wurde im Zeitraum vom 23.11.2022 bis zum 22.12.2022 getestet. Die Website wurde von den Teilnehmenden über einen PC oder Laptop aufgerufen und getestet. In der folgenden Tabelle Nr. 2 findet sich die Produktbeschreibung des Test-Gegenstands bzw. der Website.

Tabelle Nr. 2: Produktbeschreibung

Produktbeschreibung	
Produktname, Version, Beschreibung	Website des Studiengangs Informationsdesign der Hochschule der Medien in Stuttgart (URL: https://informationsdesign.hdm-stuttgart.de) Die Website ist öffentlich zugänglich und von jedem Endgerät abrufbar. Sie ist die zentrale Kommunikationsplattform des Studiengangs und dient insbesondere den Informationszwecken. Sie informiert über das Studienfach Informationsdesign, die Studieninhalte, die Ausstattung und Räumlichkeiten an der Hochschule, Zukunftsperspektiven nach Abschluss eines ID-Studiums, das Bewerbungsverfahren, die Lehrenden- und Mitarbeitenden, Auslandssemester- und Praktika, Projekte, Forschung und Kooperationen. Am oberen Bildschirmrand befindet sich die Navigation-Bar, über welche man auf die verschiedenen Seiten der Website gelangt. 3 von 9 Begriffen der Navigation bieten zudem ein Drop-Down-Menü, welches sich beim Hovern über den jeweiligen Navigations-Begriff ausklappt. Die Punkte im Drop-Down-Menü führen jeweils zu weiteren Unterseiten. Um alle Informationen einer Seite erfassen zu können, muss sich der Nutzer durch die Seite scrollen. Am unteren Seitenrand befindet sich der Footer mit Kontaktinformationen.
Anwendungsfelder des Produktes	Die Website soll den Studiengang in seiner Vielfalt spiegeln, Orientierung geben, Interesse wecken, visuell ansprechen und im besten Fall begeistern, um Bewerberquoten zu generieren. Sie soll zudem den relevanten Zielgruppen Studieninteressierte, Eltern, Kooperationspartnern (Unternehmen), Interessierte, Ehemalige, HDM-Angehörige, Studierende und Lehrende einen Mehrwert bieten und sie bei der Informationssuche unterstützen.
Hardware	PC oder Laptop mit Internet- oder lokaler Netzwerkverbindung
Eingabegeräte	Tastatur und Trackpad oder Maus eines PCs oder Laptops
Ausgabegeräte	Bildschirm eines PCs oder Laptops
Darstellung der Information	Auf den verschiedenen Seiten der Website werden Informationen zu unterschiedlichen Themen in textlicher und bildlicher Form dargestellt. Dabei handelt es sich entweder um Fließtexte, Auflistungen, Grafiken oder Bilder. Zudem ist auf der Seite ein Video zu finden, das die Räumlichkeiten an der Hochschule präsentiert.

3.1.2 Auflistung der evaluierten Produktbereiche

Für die Evaluation der Website des Studiengangs Informationsdesign wurde die Navigation-Bar mit folgenden Menüpunkten untersucht:

Tabelle Nr. 3: Evaluierte Produktbereiche

Produktbereiche	
Start	• Text "Emotion durch Information. Wir gestalten Erlebnisse." • Animierte Grafik • Link "Studieninhalte"
Bewerbung	• Fokus auf Headergrafik • Informationen auf der Seite
Studium	• Punkte "Das sind Informationsdesigner" • Link "Weitere Möglichkeiten"
Studieninhalte	• Headergrafik • Text "Studieninhalte" • Text "Aufbau und Schwerpunkte" • Modulgrafik • Text "Module"
Ausstattung	• Video • Bilder • Texte
Perspektiven	• Text "Aufgaben und Berufsfelder"
Menschen	• Kästen "Professoren", "Laboringenieure", "Forschungsmitarbeiter"
News	• Reiter "Alle News", "Ankündigung", "Event", "Exkursion", "Neue Ausstellung", "News", "Veranstaltung"
Kontakt	• Kontaktformular

3.1.3 Definition der Nutzergruppe Eltern

Für die zu evaluierende Website wurden vier Nutzungsgruppen (Studieninteressierte, Kooperationspartner, interne Mitarbeiter, Eltern) definiert, die für den Usability-Test berücksichtigt werden sollten. Der vorliegende Bericht beschränkt sich ausschließlich auf die Nutzergruppe „Eltern von Studieninteressierten“.

3.1.4 Beschreibung der Nutzergruppe Eltern

Die teilnehmenden Personen der Nutzungsgruppe "Eltern" sollten männlich und weiblich sowie zwischen 45 und 70 Jahre alt sein. Es wird mit einem breiten Feld an möglichen Berufen gerechnet, zu denen bspw. Berufe im Ingenieurwesen, im kaufmännischen Bereich, im Handwerk sowie im Sozialwesen gehören. Die Zielgruppe ist in den Generationen Baby

Boomer und Generation X einzuordnen, weshalb davon ausgegangen werden muss, dass die englische Sprache zur Barriere werden kann. Praktische Erfahrungen mit Websites sind durch Onlineshopping, Online-Zeitungen, Websites von Arbeitgeber und sozialen Medien wie Facebook vorhanden. Daher wird angenommen, dass teilnehmende Personen zwangsläufig wissen, wie eine Website mit geringer Standard-Komplexität bedient wird und Informationen gezielt gefunden werden.

Die Tabelle Nr. 4 zeigt die Eigenschaften der genannten Nutzergruppe. Die Relevanz für den Usability-Test ist als "relevant" (+) oder "nicht relevant" (-) gekennzeichnet. Die Tabelle folgt dem Standardformat des "Common Industry Format für Usability-Test Reports" (CIF) und basiert hauptsächlich auf Vermutungen (V) oder Rechercheergebnissen.

Tabelle 4: Eigenschaften der Zielgruppe

Nutzungskontextanalyse		Quelle	Relevanz
Bezeichnung der Nutzergruppe	Eltern von Studieninteressierten		
Körperliche Eigenschaften			
Altersgruppen	Laut Berechnung: • 45-55 Jahre 70% • 56-65 Jahre 25% • 66+ Jahre 5%	Väter bei Geburt von Kindern im Jahr 2019 im Durchschnitt 34.6 Jahre alt - Statistisches Bundesamt https://de.statista.com/statistik/daten/studie/36660/umfrage/durchschnittsalter-der-studienanfänger-seit-1995/ Prozentangaben = V	+
Geschlecht	• Im Jahr 2018 waren 92,4 % der Männer und 73,9% der Frauen mit minderjährigen Kindern berufstätig, Tendenz steigend • Vermutung 1: Laut Statistik sind mehr Väter berufstätig, daher haben Mütter mehr Zeit sich um die berufliche Zukunft ihrer Kinder zu kümmern • Vermutung 2: Da mehr Väter berufstätig sind und mehr Erfahrung haben im Berufsleben, kümmern sie sich deshalb um die berufliche Zukunft ihres Kindes • Deshalb: 50% Mütter, 50% Väter	https://de.statista.com/infografik/19121/erwerbstaetigenquote-von-muettern-und-vaeltern-in-deutschland/ V	+

Körperliche Einschränkungen	- Die Sehkraft nimmt ab Mitte 40 ab (Stichwort: Presbyopie) - Verminderte Aufnahmefähigkeit und eventuell auch langsamere Reaktionsfähigkeit	https://www.gesundheitsinformation.de/alterssichtigkeit-presbyopie.html V	+
Ausbildung und Beruf			
Ausbildung	52% der Studierenden kommen aus einem Haushalt mit mind. 1 Elternteil mit akademischen Abschluss 45% der Studierenden haben Eltern mit Lehre oder Facharbeiterausbildung, Meister oder Techniker - Nur 3% aller Studierenden haben Eltern mit keiner beruflichen Ausbildung	https://www.dzhw.eu/pdf/sozialerhebung/21/Soz21_zusammenfassung_barrierefrei.pdf	+
Ausgeübter Beruf	Breites Feld an möglichen Berufen: Ingenieure, kaufmännische Berufe, handwerkliche Berufe, sozialer Sektor, usw. ...	V	+
Wissen und Fähigkeiten			
Aufgabenwissen	Übergeordnete Aufgabe: Website bedienen & Informationen gezielt finden - Laut der ARD-ZDF Onlinestudie sind alle Menschen unter 50 Jahren online, 94 % der Bevölkerung nutzen das Internet - Junge Altersgruppen nutzen das Internet deutlich länger → 14-29 Jahre - 4,5 Stunden täglich; → 30-49 Jahre - 3 Stunden → Vermutung: Junge Altersgruppen verstehen ungewöhnliche Elemente (z.B. Rad zum Drehen, um etwas auszuwählen) schneller als die ältere Generation (Zielgruppe Eltern) - Kenntnisse und Erfahrung auch berufsabhängig, da ältere Altersgruppe nicht von Anfang mit Internet aufgewachsen sozialisiert worden ist → Großteil der Zielgruppe wird jedoch durch den Beruf mit Technik konfrontiert - Der Großteil besitzt ein Smartphone, Smart-TV oder andere technische Geräte mit Bildschirm, von denen Wissen übertragen werden kann - Zielgruppe ist durch Anwendungen wie Online-Banking, Online-Shopping, Online-Nachrichten usw. an den einfachen & angelernten Aufbau einer Website gewohnt (z.B.	https://www.ard-zdf-onlinestudie.de/files/2021/ARD_ZDF_Onlinestudie_2021_Publikationscharts_finale.pdf V	+

	Drop-Down-Menü, Navigationbar), könnten von neuartigen Elementen jedoch schnell verwirrt sein → Meist keine Experten FAZIT: 95% der 50-69 Jährigen nutzen das Internet und wissen daher zwangsläufig wie man eine Website mit geringer Standard-Komplexität bedient und Informationen gezielt findet (siehe ZDF Onlinestudie 2021)		
Nutzererfahrung			
Produkt	Praktische Erfahrung mit Websites vorhanden: Online Shopping, Online-Zeitungen, Websites von Arbeitgeber, Soziale Medien wie Facebook,	V	+
Produkte mit vergleichbarer Funktionalität	- Flyer, die über den Studiengang informieren - Studieninfotag - Andere Kontaktmöglichkeiten: Anruf bei Studiengangsleitung/ E-Mail bei Nachfragen	V	+
Weitere Kenntnisse			
Fähigkeiten zur Beherrschung von Eingabegeräten	- Mausbedienung - Tastaturbedienung (Zehnfinger-Texteingabe nicht notwendig, kann aber für schnelleres Lösen der Aufgaben von Nutzen sein) - Smartphone-Nutzung + Surfen auf einer Website im mobile Bereich - Tablet Nutzung	V	+
Sprachliche Kenntnisse	- Deutsch als Muttersprache - Englisch wird zur Barriere - Englischkenntnisse nehmen laut Statistik mit zunehmendem Alter deutlich ab → Vermutung: Englische Fachbegriffe im Bereich der Human Computer Interaction könnten zum Problem werden	https://de.statista.com/statistik/daten/studie/804875/umfrage/einschaetzung-zu-eigenen-englischkenntnissen-nach-alter/	+
Hintergrundwissen	- Internetzugang - Ausfüllen bzw. Bedienung eines Kontaktformulars - Verstehen von Fehlermeldungen und Anweisungen - Genereller Aufbau und Navigation einer Website	V	+

	• Grundlegende Aktionen: Scrollen, Links folgen...		
Produkte mit vergleichbarer Oberfläche	Handy, Apps, Touchscreens z.B. in Auto Navigation, (Konsolen-)Spiele usw. ...	V	+
Psychische Eigenschaften			
Typische intellektuelle Fähigkeiten	• Am Wohl und der Zukunft des Kindes interessiert, tragen Verantwortung • Lebenserfahrung • Kritischer Blick • Das Bedürfnis nach Sicherheit wächst laut Statistik mit zunehmendem Alter. Dies bedeutet für den Umgang mit Websites, dass die Zielgruppe bereits bekannten Aufbau einer Standard Website bevorzugt	https://de.statista.com/statistik/daten/studie/201442/umfrage/meinung-zu-groeserem-beduerfnis-nach-wohlstand-oder-sicherheit/	+
Kognitive Fähigkeiten	• Kritische Einordnung der Inhalte • Erkennen von komplexen Zusammenhängen • Wissen über den Ablauf eines Studiums, falls selbst studiert	V	+
Denkweisen	Es könnte folgende Einstellungen geben, wovon keine die andere ausschließt oder bedingt: • Zukunftsperspektive: Kann man damit später Geld verdienen? → "Mach erstmal eine solide Ausbildung/Studium & danach etwas, was Spaß macht." • Liebe zum Kind: Wollen das Beste für ihr Kind und legen vor allem Wert darauf, dass es sich wohl fühlt, bei dem was es beruflich macht • Kritisches Betrachten von Neuem • Voreingenommen: Denken in Schubladen & Vorurteilen • Prestige und Anerkennung erzielen wollen für das "Tun" ihrer Kinder	V	+
Einstellungen zu den Aktivitäten	nicht relevant		-
Einstellung zum Produkt	Ein Teil der Zielgruppe könnte zur Information Printmedien z.B. Flyer über den Studiengang bevorzugen. "Digital ist immer so komplex."	V	+
Einstellung zur Informationstechnologie	• Größtenteils positiv gestimmt • Eher zurückhaltender und vorsichtiger Umgang mit neuen,	V	+

	unvertrauten Elementen auf Websites Ein Teil der Zielgruppe: • Könnte Skeptisch ggü. der Glaubwürdigkeit von Inhalten im Internet sein • Beeinträchtigung der Gesundheit "Zu lange auf einen Bildschirm schauen ist schlecht für die Augen", Strahlung von technischen Geräten		
Einstellung zur Organisation bzw. zum Anbieter	Da es sich um eine Website der Hochschule der Medien handelt und diese eine öffentliche Einrichtung ist, ist die Zielgruppe positiv gestimmt	V	+

3.1.5 Beschreibung der Aufgabensammlung

Tabelle Nr. 5 gibt einen Überblick über die Aufgaben, die die Zielgruppe der Eltern auf der Website Informationsdesign vermutlich in der Realität tätigen. Die Aufgabensammlung basiert auf Vermutungen, die durch die Durchführung einer Nutzungskontextanalyse und Aufgabenbeschreibung erweitert und neu angeordnet wurde. Die endgültige Sammlung und Anordnung der Aufgaben im Usability Test weicht von der Aufgabensammlung ab (siehe Kapitel 4.2.1). Sie wurde mit dem Auftraggeber abgestimmt und dient dazu, eine möglichst realistische Nutzungssituation und -vorgehensweise für die Testteilnehmer zu schaffen. In der Tabelle wird eine Einschätzung der Wichtigkeit und Relevanz jeder Aufgabe vorgenommen. Die Wichtigkeit der Aufgabe im Bezug auf den Nutzungskontext wird durch die Bezeichnung "unwichtig", "wichtig" oder "sehr wichtig" beschrieben.

Die Relevanz der Aufgabe für den Usability-Test wird durch "relevant" oder "nicht relevant" festgelegt. Eine Einschätzung der Häufigkeit wurde nicht vorgenommen, da angenommen wird, dass die Website von der Zielgruppe Eltern auf eine einmalige Nutzung begrenzt ist.

Tabelle Nr. 5: Beschreibung der Aufgabensammlung

Aufgabensammlung			
Nr.	Aufgabe	Wichtigkeit	Relevanz
1	Offene Aufgabe: Erläutern Sie, welche Informationen über den Studiengang Informationsdesign für Sie von Bedeutung sind	unwichtig	relevant
2	Was steckt inhaltlich hinter dem Studiengang Informationsdesign? A. Der Frage nachgehen, wie sich der Studiengang definiert B. Herausfinden, welche Studieninhalte vermittelt werden	sehr wichtig	relevant
3	Allgemeine Informationen zur Hochschule einholen A. Umgebung der Hochschule B. Wohnmöglichkeiten C. Ausstattung und Räumlichkeiten	wichtig	nicht relevant

4	Weitere Informationen über den Studiengang einholen A. Voraussetzungen B. Kosten C. Studienverlauf	wichtig	relevant
5	Perspektiven nach dem Studium herausfinden A. Berufschancen B. Mastermöglichkeiten	sehr wichtig	relevant
6	Kontakt mit dem Studiengang aufnehmen	sehr wichtig	relevant
7	Informationen über Lehrende des Studiengangs einholen	wichtig	relevant
8	Herausfinden, ob der Studiengang eine Atmosphäre bietet, in der sich Studierende wohlfühlen A) Herausfinden, wie viele Studierende aufgenommen werden pro Semester B) Nach Veranstaltungen außerhalb der Vorlesungen suchen	sehr wichtig	relevant
9	Über die Möglichkeiten eines Auslandssemester informieren	unwichtig	relevant

3.1.6 Aufgabenbeschreibung

Nicht alle Aufgaben aus der Aufgabensammlung (s. Tabelle Nr. 5) können im Rahmen des Usability-Tests durchgeführt werden, da der Test zeitlich begrenzt ist. Die in den nachfolgenden Tabellen Nr. 6-14 aufgeführten Aufgaben, die für den Test von Relevanz sind, werden genauer untersucht. Die Aufgabenbeschreibungen sind Ausgangsmaterial für die Formulierung der Testaufgaben und der Test-bzw. Aufgaben-Szenarien.

Die Relevanz für den Usability-Test wie folgt festgelegt:

„-“ steht für „hat keinen Einfluss auf den Usability Test“ und „+“ steht für „hat einen Einfluss auf den Usability-Test“

Tabelle Nr. 6: Aufgabenbeschreibung Aufgabe 1

Bezeichnung Aufgabe 1	Offene Aufgabe: • Testteilnehmer gibt Antwort auf die Frage: „Welche Informationen über den Studiengang Informationsdesign sind für Sie von Bedeutung?“ • Testteilnehmer sucht nach einer Information, die ihn interessiert.	
Kriterium	Beschreibung	Relevanz
Aufgabenziel	Die Nutzer sollen die entsprechende Information intuitiv und effizient auf der Website finden.	+
Unterziele	Abhängig von der individuellen Suche	-
Auswahl	Nein, es gibt keine Auswahl zur Lösung der Aufgabe außerhalb der Website.	-
Aufgaben Bearbeitungszeit	ca. 7min	+
Aufgaben Flexibilität	Abhängig von der individuellen Suche	-

Faktoren der physischen- und mentalen Beanspruchung	Abhängig von der individuellen Suche	-
Abhängigkeiten	Für die Testsituation benötigen die Nutzer einen funktionsfähigen Computer (Desktop-Computer oder Notebook) mit einer stabilen Internetverbindung. Außerhalb der Testsituation können Nutzer die Website auch mit einem Smartphone oder Tablet öffnen. Das gilt auch für die folgenden Aufgabenbeschreibungen	+
Aufgaben Einbettung/Workflow	Die Nutzer befinden sich auf der Startseite der Website des Studiengangs Informationsdesign.	-
Multitasking	Multitasking ist aufgrund der mentalen Beanspruchung bei dieser Aufgabe eher unwahrscheinlich. Außerhalb der Testsituation kann wahrscheinlich eine Bahnfahrt oder Tätigkeiten mit einer ähnlich geringen Aufmerksamkeitsspanne nebenbei ausgeführt werden. Das gilt auch für alle weiteren Aufgabenbeschreibungen.	-

Tabelle Nr. 7: Aufgabenbeschreibung Aufgabe 2

Bezeichnung der Aufgabe 2	Nach dem Kerninhalt von dem Studiengang Informationsdesign suchen	
Kriterium	Beschreibung	Relevanz*
Aufgabenziel	Die Nutzer sollen die entsprechende Information intuitiv und effizient auf der Website finden und nach der erfolgreichen Suche in eigenen Worten erläutern, um was es sich im Kern bei Informationsdesign handelt	+
Unterziele	1. Auf Startseite bleiben 2. Den ersten Teil der Seite betrachten und den Text "Emotion durch Information. Wir gestalten Erlebnisse." lesen und verstehen 3. Die Grafik verstehen 4. Auf den Link "Studieninhalte" klicken (gibt einen noch genaueren Einblick, ist aber nur optional)	+
Auswahl	Eine Möglichkeit wäre der Flyer des Studiengangs, den man beispielsweise am Studieninfotag erhalten kann. Der Studieninfotag und der Elternabend des Studiengangs können auch für Aufschluss sorgen.	-
Aufgaben Bearbeitungszeit	ca. 5min	-
Aufgaben Flexibilität	1. In der Navbar auf Studium hovern 2. Drop-Down Menü klappt sich aus 3. Auf „Studieninhalte klicken“ 4. Text lesen... (ab diesem Zeitpunkt informiert sich der Nutzer schon über genaue Studieninhalte (Aufgabe 3))	+
Faktoren der physischen- und mentalen Beanspruchung	Da Nutzer Texte lesen und eine Grafik verstehen müssen, kann mit einer mittelmäßigen bis hohen mentalen Beanspruchung gerechnet werden. Außerdem ist zu beachten, dass sich der Nutzer zum ersten Mal auf der Website befindet und sich orientieren muss, was eine gewisse Konzentration voraussetzt.	+

Aufgaben Einbettung/Workflow	Davor: Die Nutzer befinden sich auf der Startseite der Website des Studiengangs Informationsdesign Danach: Die Nutzer informieren sich tiefgründiger nach den Studieninhalten	-
------------------------------	---	---

Tabelle Nr. 8: Aufgabenbeschreibung Aufgabe 3

Bezeichnung der Aufgabe 3	Nach den Modulen/Fächern, die in den verschiedenen Semestern belegt werden, suchen und diese verstehen.	
Kriterium	Beschreibung	Relevanz*
Aufgabenziel	Die Nutzer sollen die entsprechende Information intuitiv und effizient auf der Website finden und angeben, was sie genau unter den verschiedenen Studieninhalten verstehen.	+
Unterziele	1. Über Menüpunkt Studium in der Navigations Bar gehovert 2. Unterpunkt Studieninhalte in Drop-Down gefunden und auf „Studieninhalte geklickt“ 3. Option 1: Text „Studieninhalte“ gelesen und verstanden 4. Option 2: Text Infografik geöffnet, verstanden und wieder geschlossen 5. Option 3: Auflistung gelesen und verstanden 6. Einige Studienkurse (Fächer) richtig erklärt	+
Auswahl	Eine Möglichkeit wäre der Flyer des Studiengangs, den man beispielsweise am Studieninfotag erhielt. Der Studieninfotag und der Elternabend des Studiengangs können auch für Aufschluss sorgen.	-
Aufgaben Bearbeitungszeit	ca. 5 min	+
Aufgaben Flexibilität	Weg 1 1. In der Navbar auf Studium hovern 2. Auf „Studieninhalte klicken“ 3. Text „Studieninhalte“ lesen (nicht zwingend notwendig) 4. Text „Aufbau und Schwerpunkte“ lesen (nicht zwingend notwendig) 5. Bild ignorieren und untenstehende Auflistung der einzelnen Semester betrachten Weg 2 6. Auf Start hovern 7. den ersten Teil der Seite betrachten 8. Text „Emotion durch Information“. Wir gestalten Erlebnisse.“ lesen → Darunter ist ein Link der zu Studieninhalten führt 9. Text „Studieninhalte“ lesen (nicht zwingend notwendig) 10. Text „Aufbau und Schwerpunkte“ lesen (nicht zwingend notwendig)	+

Faktoren der physischen- und mentalen Beanspruchung	Da Nutzer Texte lesen und eine Grafik verstehen müssen, kann mit einer mittelmäßigen bis hohen mentalen Beanspruchung gerechnet werden. Außerdem ist zu beachten, dass englische und deutsche Fachbegriffe erschlossen und richtig interpretiert werden müssen. Der Nutzer hatte bereits ersten Kontakt mit der Website und konnte sich schon eine erste Orientierung verschaffen.	+
Aufgaben Einbettung/Workflow	Davor: Die Nutzer informieren sich über den Kerninhalt vom Studiengang Informationsdesign Danach: Die Nutzer nehmen Kontakt mit dem Studiengang auf, weil sie sich zu einem Studienmodul näher informieren möchten	+

Tabelle Nr. 9: Aufgabenbeschreibung Aufgabe 4

Bezeichnung der Aufgabe 4	Mit dem Studiengang Kontakt aufnehmen	
Kriterium	Beschreibung	Relevanz*
Aufgabenziel	Die Nutzer sollen sich intuitiv und effizient mit dem Studiengang in Verbindung setzen	+
Unterziele	1. Auf den Menüpunkt „Kontakt“ geklickt 2. Option 1: Das Formular richtig ausgefüllt 3. Den Spambot verstanden 4. Auf Nachricht „senden“ geklickt (nicht wirklich absenden im Test) 5. Option 2: Eine E-Mail herausgefunden und beschlossen sich privat an die Kontaktperson zu wenden	+
Auswahl	Eine Möglichkeit wäre bei einer verantwortlichen Person des Studiengangs anzurufen	-
Aufgaben Bearbeitungszeit	ca. 4 min	+
Aufgaben Flexibilität	1. Auf Reiter “Kontakt” in Navbar klicken 2. runter scrollen 3. E-Mail Adresse der gewünschten Einrichtung (Allgemein, Leitung des Studiengangs, Studienbüro, Prüfungsverwaltung) heraussuchen 4. Gewollte Einrichtung über private E-Mail kontaktieren	+
Faktoren der physischen- und mentalen Beanspruchung	Da Nutzer ihre Kontaktdaten eingeben müssen und eine Nachricht verfassen, wird mit einer mittelmäßigen bis hohen mentalen Beanspruchung gerechnet	+
Aufgaben Einbettung/Workflow	Davor: Die Nutzer informieren sich über die Studieninhalte vom Studiengang Informationsdesign Danach: Die Nutzer informieren sich über die Perspektiven nach dem Studium	+

Tabelle Nr. 10: Aufgabenbeschreibung Aufgabe 5

Bezeichnung der Aufgabe 5	Über Perspektiven nach dem Studium informieren	
Kriterium	Beschreibung	Relevanz*

Aufgabenziel	Die Nutzer sollen sich intuitiv und effizient über die Perspektiven nach dem Studium informieren	+
Unterziele	1. Option 1: Über Menüpunkt Studium in der Navigations Bar gehovert 2. Unterpunkt „Perspektiven“ in Drop-Down gefunden und auf „Perspektiven“ geklickt 3. Den Bereich „Aufgaben und Berufsfelder“ gefunden, gelesen und verstanden 4. Option 2: Siehe Aufgaben Flexibilität	+
Auswahl	Frage in Suchmaschine eingeben	-
Aufgaben Bearbeitungszeit	ca. 3 min	+
Aufgaben Flexibilität	Nicht gegeben	+
Faktoren der physischen- und mentalen Beanspruchung	Da Nutzer Texte lesen müssen, kann mit einer mittelmäßigen mentalen Beanspruchung gerechnet werden.	+
Aufgaben Einbettung/Workflow	Davor: Nutzer nimmt Kontakt mit dem Studiengang auf Danach: Nutzer informiert sich über Lehrende an der Hochschule der Medien	+

Tabelle Nr. 11: Aufgabenbeschreibung Aufgabe 6

Bezeichnung der Aufgabe 6	Über die Lehrenden informieren, die mit dem Studiengang in Verbindung stehen	
Kriterium	Beschreibung	Relevanz*
Aufgabenziel	Die Nutzer sollen sich intuitiv und effizient über die Lehrenden des Studiengangs informieren	+
Unterziele	5. Option 1: Über Menüpunkt „Menschen“ in der Navigations Bar gehovert und geklickt 6. Die Seite intensiv angeschaut 7. Auf Personen geklickt für mehr Information 8. Beschreibung der Person gelesen und verstanden 9. Option 2: siehe Aufgabenflexibilität	+
Auswahl	Am Studieninfotag und am Elternabend können die Nutzer Lehrende des Studienganges kennenlernen	-
Aufgaben Bearbeitungszeit	ca. 4 min	+
Aufgaben Flexibilität	1. Auf Reiter „Studium“ klicken 2. Runter scrollen bis zum Bereich „Informationsdesign studieren?“ 3. Auf Link „Weitere Möglichkeiten klicken“ 4. Runter scrollen bis zum Bereich „Aufgaben und Berufsfelder“ 5. Perspektiven durchlesen	+
Faktoren der physischen- und mentalen Beanspruchung	Da Nutzer Texte lesen müssen, kann mit einer mittelmäßigen mentalen Beanspruchung gerechnet werden.	+
Abhängigkeiten	siehe Aufgabe 1	-

Aufgaben Einbettung/Workflow	Davor: Nutzer informiert sich über die Perspektiven nach dem Studium Danach: Nutzer sucht, wie viele Studierende pro Semester im Studiengang aufgenommen werden	+
------------------------------	---	---

Tabelle Nr. 12: Aufgabenbeschreibung Aufgabe 7a

Bezeichnung der Aufgabe 7a	Übergeordnetes Ziel von Aufgaben 7a,b,c: Prüfen, ob der Studiengang eine familiäre Atmosphäre bietet, in der sich Studierende wohlfühlen 7a: Herausfinden, wie viele Studierende pro Semester in den Studiengang aufgenommen werden	
Kriterium	Beschreibung	Relevanz*
Aufgabenziel	Die Nutzer sollen intuitiv und effizient die Information finden, wie viele Studierende pro Semester aufgenommen werden	+
Unterziele	- Option 1: Über Menüpunkt Bewerbung gehovort und geklickt - Dargestellte Kreise am Anfang der Seite durchgelesen und Darstellung verstanden - Option 2: siehe Aufgaben Flexibilität	+
Auswahl	- Am Studieninfotag und am Elternabend können die Nutzer über die Bewerbungsvoraussetzungen (beinhaltet Studienplätze) mehr erfahren - Kontaktformular nutzen & Fragen stellen - E-Mail schreiben oder anrufen bei verantwortlichen Personen	-
Aufgaben Bearbeitungszeit	ca. 2 min	+
Aufgaben Flexibilität	- Auf der Startseite herunterscrollen bis zur Überschrift "aktuelle News und Projekte" - Im Kasten zu dem Thema "gelungener Start ins Wintersemester 22/23" steht die Anzahl des ersten Semesters im Text	+
Faktoren der physischen- und mentalen Beanspruchung	Da Nutzer nur wenig Text lesen müssen, kann mit einer niedrigen mentalen Beanspruchung gerechnet werden	+
Aufgaben Einbettung/Workflow	Davor: Nutzer informiert sich über Lehrende an der Hochschule der Medien Danach: Nutzer informiert sich über die Ausstattung und Räumlichkeiten des Studiengangs	+

Tabelle Nr. 13: Aufgabenbeschreibung Aufgabe 7b

Bezeichnung der Aufgabe 7b	Übergeordnetes Ziel von Aufgabe 7a,b,c: Prüfen ob der Studiengang eine familiäre Atmosphäre bietet, in der sich Studierende wohlfühlen 7b: Nutzer informieren sich über die Ausstattung und Räumlichkeiten des Studiengangs	
Kriterium	Beschreibung	Relevanz*
Aufgabenziel	Die Nutzer sollen sich intuitiv und effizient über die Ausstattung und Räumlichkeiten nach dem Studium informieren	+

Unterziele	- Option 1: Über Menüpunkt Studium in der Navigations Bar gehovert - Unterpunkt „Ausstattung“ in Drop-Down-Menü gefunden und auf „Ausstattung“ geklickt - Video angeschaut - Bilder angeschaut - Texte durchgelesen und verstanden - Option 2: siehe Aufgaben Flexibilität	+
Auswahl	Den Studieninfotag nutzen und Räumlichkeiten/Ausstattung vor Ort anschauen	-
Aufgaben Bearbeitungszeit	ca. 3 min	+
Aufgaben Flexibilität	- Navbar Studium - Dann bis ganz nach unten scrollen - Unter der Frage „Informationsdesign studieren“ gibt es unten rechts einen Link , der „Ausstattung“ heißt. Diesen anklicken	+
Faktoren der physischen- und mentalen Beanspruchung	Da Nutzer Videos und Bilder anschauen und Texte lesen müssen, kann mit einer mittelmäßigen mentalen Beanspruchung gerechnet werden.	+
Aufgaben Einbettung/Workflow	Davor: Nutzer muss herausfinden, wie viele Studierende pro Semester in den Studiengang aufgenommen werden Danach: Nutzer informiert sich über Events und Veranstaltungen neben den Vorlesungen	+

Tabelle Nr. 14: Aufgabenbeschreibung Aufgabe 7c

Bezeichnung der Aufgabe 7c	Übergeordnetes Ziel von Aufgabe 7a,b,c: Prüfen ob der Studiengang eine familiäre Atmosphäre bietet, in der sich Studierende wohlfühlen 7c: Nutzer informiert sich über Events und Veranstaltungen neben den Vorlesungen	
Kriterium	Beschreibung	Relevanz*
Aufgabenziel	Die Nutzer sollen sich intuitiv und effizient über Events und Veranstaltungen neben den Vorlesungen informieren	+
Unterziele	- Über Menüpunkt „News“ in der Navigations Bar gehovert und geklickt - Beispielsweise auf den Reiter „Events“, „Veranstaltungen“ oder „Ausstellungen“ geklickt - Auf eine Auswahl klicken um mehr Informationen zu erhalten, diese verstehen	+
Auswahl	keine Auswahl	-
Aufgaben Bearbeitungszeit	ca. 4 min	+
Aufgaben Flexibilität	Nicht gegeben	+
Faktoren der physischen- und mentalen Beanspruchung	Da Nutzer Texte lesen müssen und Bilder anschauen, kann mit einer mittelmäßigen mentalen Beanspruchung gerechnet werden.	+

Aufgaben Einbettung/Workflow	Davor: Nutzer informiert sich über Ausstattung und Räumlichkeiten	+
	Danach: Ende der Aufgaben Szenarien	

3.1.7 Beschreibung der Umgebung

Die Nutzungsumgebung spielt eine wichtige Rolle bei der Nutzung des Produkts, da sie sowohl positive als auch negative Auswirkungen auf die Nutzererfahrung haben kann. Um alle Auswirkungen der Umgebung auf die Produktnutzung zu berücksichtigen, wurde die Umgebung in drei Dimensionen unterteilt, die in den nachfolgenden Tabellen Nr.15-17 dargestellt werden. Die Daten basieren auf Vermutungen.

Die Relevanz für den Usability-Test wurde wie folgt festgelegt:

„-“ steht für „hat keinen Einfluss auf den Usability Test“ und „+“ steht für „hat einen Einfluss auf den Usability Test“.

Tabelle Nr. 15 : Soziale Umgebung

Kriterium	Beschreibung	Relevanz*
Struktur		
Anwesenheit Anderer	1. Eltern von Studieninteressierten schauen sich zusammen mit dem studieninteressierten Kind die Website an, um sich zusammen über den Studiengang zu informieren. 2. Vater und Mutter (oder andere Familienmitglieder) schauen sich zusammen die Website an, um sich gemeinsam zu informieren.	-
Kommunikation und Interaktion mit anderen	nicht relevant	-
Unterstützung	1. Es wird davon ausgegangen, dass sich Eltern von ihren studieninteressierten Kindern Unterstützung bei der Bedienung der Website einholen, falls notwendig. 2. Eine andere Möglichkeit besteht darin, sich direkt bei Ansprechpartnern des Studiengangs zu informieren, wenn Schwierigkeiten mit der Bedienung vorliegen.	-
Unterbrechungen	Der Alltag (Telefonate, die Arbeit, Hausarbeiten...) sorgt für Unterbrechungen während der Recherche.	-
Rollenverteilungen	Elternteile nehmen eine beratende Position ein, wenn sie sich zusammen mit ihrem studieninteressierten Kind die Website ansehen.	-

Aus der Tabelle Nr. 15 „soziale Umgebung“ geht hervor, dass die Teilnehmer sich gemeinsam mit ihrem studieninteressierten Kind oder dem anderen Elternteil auf der Website über den Studiengang informieren. Falls notwendig, kann vom studieninteressierten Kind oder den Ansprechpartnern des Studiengangs Hilfe bei der Bedienung eingeholt werden. Zudem wird davon ausgegangen, dass die Teilnehmer bzw. die Elternteile beim

gemeinsamen Besuch der Website mit dem studieninteressierten Kind, eine beratende Position einnehmen. Da diese Informationen für den Usability-Test allerdings nicht von Relevanz sind, konnte der Test ohne Anwesenheit des studieninteressierten Kindes stattfinden.

Tabelle Nr. 16: Technische Umgebung

Kriterium	Beschreibung	Relevanz**
Hardware		
Notwendige Hardware	1. Einen internetfähigen Computer, ein Tablet oder ein Smartphone 2. Maus und Tastatur	+
Weitere Hardware	Drucker (im Fall, dass sich Nutzende Informationen ausdrucken wollen)	-
Weitere Artefakte	Notizblock, Stift, vtl. Flyer von anderen Studiengängen zum Vergleich	+
Software		
Notwendige Software	Betriebssystem, Browser	+
Services, Plattformen	Suchmaschinen und soziale Netzwerke, um weitere Informationen über den Studiengang zu erhalten	+
Weiter Software	nicht relevant	-
Weiteres		
Bedienungsanleitungen und Handbücher	nicht relevant	-

Die Analyse der „technischen Umgebung“ (Tabelle Nr. 16) hat ergeben, dass bei Durchführung des Tests die notwendige Hardware zur Verfügung gestellt werden muss, d.h. im besten Fall ein internetfähiger Computer, ein Tablet oder ein Smartphone wären allerdings auch möglich. Zudem muss darauf geachtet werden, dass die Teilnehmer entsprechende Services und Plattformen nutzen können. Sie sollten in der Lage sein, ihre Informationssuche bei Bedarf auch über eine Suchmaschine fortzuführen.

Aus den genannten Gründen wurden die Remote-Teilnehmer vorab darüber informiert, dass für die Teilnahme am Usability-Test ein internetfähiger Computer benötigt wird. Für die Tests im Usability-Labor wurde ein internetfähiger Computer mit Maus und Tastatur zur Verfügung gestellt.

Tabelle Nr. 17: Physische Umgebung

Kriterium	Beschreibung	Relevanz**
Platz der Nutzung		

Ort	1. Meistens Zuhause z.B. am Schreibtisch, am Küchentisch, auf der Couch 2. Auf der Arbeit z.B. in der Mittagspause oder während der Busfahrt/Zugfahrt	+
Bewegung	Im Regelfall stationär. Die eher niedrige mentale Beanspruchung und die mobile Anwendung der Website lässt es zu, dass sich der Nutzer neben der Recherche über den Studiengang auch bewegt, z.B. einen Spaziergang macht oder im Haus herumläuft.	+
Ausstattung	Ortsabhängig, keine besondere Ausstattung notwendig	-
Nutzerhaltung	Im Regelfall sitzend. Die eher niedrige mentale Beanspruchung und die mobile Anwendung der Website lässt es zu, dass sich der Nutzer neben der Recherche über den Studiengang auch bewegt, z.B. einen Spaziergang macht oder im Haus herumläuft.	+
Positionierung des Produktes	Ortsabhängig, keine besondere Ausstattung notwendig	-
Sicherheit und Gesundheit		
Gefahren	nicht relevant	
Spezielle Kleidung	nicht relevant	

Aus der Untersuchung der physischen Umgebung (Tabelle Nr. 17) geht hervor, dass die Website im Regelfall sitzend, in einer den Teilnehmern vertrauten Umgebung besucht wird. Jedoch lässt sich die Website auch mobil besuchen und erfordert nur eine geringe mentale Beanspruchung. Deshalb wäre es den Teilnehmern auch möglich, sich während der Informationssuche zu bewegen, z.B. im Haus oder während eines Spaziergangs. Für den Usability-Test wurde eine sitzende, stationäre Bearbeitung festgelegt, da sich die Teilnehmer so am besten auf die Recherche konzentrieren können.

3.2 Evaluationsziele bzw.-fragen

In diesem Kapitel werden die zu Beginn entwickelten Evaluationsziele und -fragen detailliert vorgestellt. Evaluationsziele helfen dabei, sicherzustellen, dass die getesteten Aspekte tatsächlich relevant für die Benutzerfreundlichkeit des Produkts sind. Sie dienen als Orientierungshilfe bei der Strukturierung des Usability-Tests und als Mittel zur Fokussierung der wichtigsten Bereiche, sodass der Test Zeit und Ressourcen effizient einsetzt (Nielsen, 1993).

Mithilfe der Evaluationsziele des Auftraggebers Prof. Ralph Tille und Frau Dorothee Steib konnten drei übergeordnete Evaluationsziele, die auf die Zielgruppe der Eltern abgestimmt sind, abgeleitet werden (siehe Tabelle Nr. 18). Insgesamt wurden diesen Evaluationszielen elf Detailfragen zugeordnet, die im Verlauf des Usability-Tests beantwortet wurden, um Usability-Probleme aufzudecken. Nach der Genehmigung der Evaluationsziele durch den Auftraggeber, wurde eine Tabelle erstellt, die die entwickelten Evaluationsziele und die dazugehörigen Detailfragen zeigt (siehe Tabelle Nr. 19). Diese zielen hauptsächlich darauf

ab, die Nutzungsfreundlichkeit und die Qualität der Informationsaufbereitung der Website zu untersuchen. Zusätzlich werden auch Fragen zur Ästhetik der Website gestellt, die dem Usability-Test eine umfassendere Perspektive geben. Kapitel 6.6 gibt Aufschluss darüber, inwiefern die Evaluationsziele erfüllt worden sind.

Tabelle Nr. 18: Evaluationsziele des Auftraggebers

Evaluationsziele der Auftraggeber (beziehen sich auf alle Zielgruppen)	
Nr.	Beschreibung
1	Ist die Website noch „state of the art“?, sowohl hinsichtlich der Usability (Desktop, Mobile) als auch hinsichtlich des Contents und Wording
2	Die Website soll allen Zielgruppen bestmögliche Navigation und Orientierung bieten und alle notwendigen Informationen geben und Fragen beantworten
3	Die Website soll den Nutzern einen echten Mehrwert bieten, mit dem sich ID einen USP erwirbt
4	Die Website soll weit über eine Visitenkarte hinaus einen Zugang nicht nur zum Studiengang, sondern auch allgemein zu Informationsdesign liefern (der Anspruch ist zu definieren)

Tabelle Nr. 19: Evaluationsziele

Evaluationsziele mit konkreten Evaluationsfragen (Zielgruppe Eltern)	
Nr.	Beschreibung
1	Ist die Bedienung und die Navigation auf der Seite benutzerfreundlich?
a)	Ist die Navigationsstruktur für die Nutzer übersichtlich, klar strukturiert und nachvollziehbar?
b)	Finden die Nutzer intuitiv und effizient alle Informationen, die sie suchen?
c)	Entsprechen die Interaktionsmöglichkeiten den Erwartungen der Nutzer?
2	Sind Informationen über den Studiengang verständlich aufbereitet?
a)	Werden die Studieninhalte leicht verstanden?
b)	Können Fach- und englische Begriffe verstanden und eingeordnet werden?
c)	Wird deutlich, welche Zukunftsmöglichkeiten der Studiengang nach dem Bachelor of Arts Abschluss bietet?
d)	Wird der Studiengang durch die Website seriös und vertrauenswürdig repräsentiert?
e)	Wird auf der Website vermittelt, dass der Studiengang ein angenehmes Umfeld für Studierende bietet?
f)	Werden ausreichend Informationen über Lehrende des Studiengangs zur Verfügung gestellt?
g)	Ist die Möglichkeit der Kontaktaufnahme direkt ersichtlich und unkompliziert nutzbar?
3	Ästhetik der Website
a)	Spricht das visuelle Erscheinungsbild der Website die Zielgruppe „Eltern“ an?

4. Methoden

4.1 Testteilnehmer

4.1.1 Rekrutierung

Für die Usability-Tests wurden sechs Teilnehmer rekrutiert. Zielgruppe für die Tests waren Eltern von Studieninteressierten. Anforderungen an die Testteilnehmer waren folgende: Eines der Kriterien: Das teilnehmende Elternteil hat ein Kind, das am Studiengang Informationsdesign interessiert ist. Des Weiteren war erforderlich, dass es sich um Erstnutzende handelt. Zudem musste gewährleistet sein, dass die zu testende Person sich mit dem Gebrauch von Websites auskennt. Da der Usability-Test nicht nur im Labor vor Ort, sondern auch remote stattfinden konnte, war wichtig, dass sich die Testteilnehmer mit der Verwendung von Zoom etwas auskennen.

Für die Rekrutierung wurde der Studieninformationstag der Hochschule der Medien gewählt. Diesbezüglich wurde eine Rekrutierungskarte in Form eines Flyers (s. Anhang Q) entworfen, um diesen am Informationstag an Eltern und Studieninteressierte zu verteilen. Am Stand des Studiengangs Informationsdesign sprachen die Auftragnehmenden zahlreiche potenzielle Testteilnehmer an. Der ausgehändigte Flyer enthielt wichtige Test-Informationen und war mit einem Barcode ausgestattet, den die Eltern abscannten und sich für einen Test anmelden konnten. Um möglichst viele Teilnehmer anzusprechen, wurde die Option geboten, den Test remote oder vor Ort an der Hochschule durchzuführen.

Durch den Informationstag konnten sechs Testteilnehmer rekrutiert werden. Drei der sechs Testteilnehmer waren Eltern ohne ein studieninteressiertes Kind. Da die Rekrutierung jedoch gerade so die Mindestanzahl von 6 Testteilnehmern erreichte, konnte die Abweichung toleriert werden. Vier der Tests fanden remote statt und zwei wurden im Labor der Hochschule durchgeführt. Ziel war es, zu gewährleisten, dass die Teilnehmer das Produkt trotz unterschiedlicher Gegebenheiten unter möglichst gleichen Bedingungen testen können. Die Tests erstrecken sich über einen Zeitraum von etwa einem Monat.

Nachdem sich die Teilnehmer zum Test angemeldet hatten, wurden Ihnen Formulare per E-Mail zugeschickt. Dabei handelte es sich um eine Datenschutzerklärung (s. Anhang B), ein Formular für die Aufwandsentschädigung (s. Anhang C), sowie ein Informationsblatt mit allen relevanten Details zum Test, dem Termin inkl. Anfahrt und Kontaktdaten des Ansprechpartners.

4.1.2 Beschreibung der Testteilnehmer

Den Tabellen kann man entnehmen, dass zwei der Teilnehmer weiblich und vier männlich sind. Die Tätigkeitsfelder der Testteilnehmer weichen voneinander ab, so auch die daraus resultierende tägliche Computernutzung. Alle Teilnehmer haben bereits über sechs Jahre Erfahrung im Umgang mit Computern. Die sechs Testteilnehmer werden in den zwei folgenden Tabellen näher beschrieben:

Tabelle Nr. 20: Soziodemografische Daten und Erfahrung der Teilnehmenden 1-3

Kriterium	T1	T2	T3
Geschlecht	w	m	w
Alter	53	51	48
Ausbildung	Bankkauffrau	Industriekaufmann	Dip. Ing.(FH) Architektur
Beruf	Unternehmerin	Kaufmännischer Leiter	Architektin
Ø tägliche Computernutzung	2-6 Stunden	< 6 Stunden	2-6 Stunden
Erfahrung mit Computern	< 6 Jahre	< 6 Jahre	< 6 Jahre
Bereits verwendete Softwares	Textverarbeitung, Internet-Suchmaschine, Datenbank oder Tabellenkalkulation, WorldWideWeb-Browser, Elektronische Post, „Chat“-Programm	Textverarbeitung, Internet-Suchmaschine, Datenbank oder Tabellenkalkulation, WorldWideWeb-Browser, Elektronische Post, „Chat“-Programm, Werkzeug	Textverarbeitung, Internet-Suchmaschine, WorldWideWeb-Browser

Tabelle Nr. 21: Soziodemografische Daten und Erfahrung der Teilnehmenden 4-6

Kriterium	T4	T5	T6
Geschlecht	m	m	m
Alter	51	52	55
Ausbildung	Dip. Ing. (BA) Maschinenbau	Versorgungsingenieur	Dip. Ing. (FH)
Beruf	IT Service Manager	Projektleiter Contracting	Produktentwicklung und Versuch
Ø tägliche Computernutzung	< 6 Stunden	2-6 Stunden	2-6 Stunden
Erfahrung mit Computern	< 6 Jahre	< 6 Jahre	< 6 Jahre
Bereits verwendete Softwares	Textverarbeitung, Internet-Suchmaschine, Datenbank oder Tabellenkalkulation, WorldWideWeb-Browser, Elektronische Post, „Chat“-Programm, Werkzeug	Textverarbeitung, Internet-Suchmaschine , Datenbank oder Tabellenkalkulation, WorldWideWeb-Browser, Elektronische Post, Werkzeug	Textverarbeitung, Internet-Suchmaschine, Datenbank oder Tabellenkalkulation, WorldWideWeb-Browser, Elektronische Post, Werkzeug

4.1.3 Unterschiede Testteilnehmer und Nutzergruppen Beschreibung

Die rekrutierten Personen vertraten zufriedenstellend die Nutzergruppe. Die Anforderung der zu erwartenden Altersspanne wurde von den Testteilnehmern erfüllt. Im Weiteren spielten die Berufe der Teilnehmer für den Test keine Rolle, deshalb waren die Tätigkeitsfelder auch sehr weitläufig. Da jeder Teilnehmer Erfahrungen im Umgang mit Websites hat, konnte der korrekte Gebrauch des zu testenden Produkts gewährleistet werden.

Im Voraus wurde vermutet, dass die Nutzergruppe – keine Digital Natives – den einfachen Aufbau einer Website angelernt hat und diese bedienen kann. Dabei reichen die Kenntnisse jedoch nicht weit darüber hinaus. Da alle Testteilnehmer des Usability-Tests in Ihren Berufen Computer nutzen und aufgrund dessen verschiedene Softwares verwenden, übersteigen ihre Kompetenzen das von den Auftragnehmern vermutete Maß.

4.2 Testkontext

4.2.1 Testaufgabe sowie die Test- und Aufgaben Szenarien

Der Usability-Test umfasst sieben Aufgaben. Damit die Teilnehmer sich besser in die Situation und die Aufgabenstellungen hineinversetzen können, wurde zu Beginn des Tests ein Ausgangsszenario entwickelt. Bei diesem Ausgangsszenario handelt es sich um eine realistische, alltägliche Situation, in der sich Eltern von Studieninteressierten befinden könnten, wenn sie sich über den Studienwunsch ihres Kindes informieren möchten.

Basierend auf diesem Ausgangsszenario wird eine erste freie Aufgabe gestellt. Bei dieser freien Aufgabe wird den Teilnehmern die Frage gestellt, welche Informationen über den Studiengang Informationsdesign für sie von Relevanz bzw. nach welchen Informationen sie als erstes auf der Seite suchen würden. Je nach Antwort der Teilnehmer machen sie sich auf die Informationssuche. Bei dieser freien Aufgabe ist der Weg zur Lösung individuell und es gibt keinen Alternativweg. Die Aufgabe gilt als abgeschlossen, wenn der Nutzer mit den Informationen, die er gefunden hat, zufrieden ist oder die Zeit, die für die Aufgabe vorgesehen ist, sprengt. Ziel dieser ersten freien Aufgabe ist, herauszufinden, welche individuellen Bedürfnisse und Anforderungen die jeweiligen Elternteile an den Studiengang haben.

Bei den folgenden 6 Aufgaben wurde zu Beginn zunächst wieder ein Szenario entwickelt, mit dem sich die Teilnehmer besser in den Kontext hineinversetzen sollten. Jeder gestellten Aufgabe liegt ein Evaluationsziel zugrunde. Die Aufgabe gilt als abgeschlossen, wenn entweder der optimale oder ein Alternativweg gewählt wurde. Manche Aufgaben bieten bis zu zwei Alternativwege, andere Aufgaben können nur über den optimalen Weg abgeschlossen werden. Einige Aufgaben bieten zudem Hinweise, die der Moderator bei Bedarf geben kann, wenn die Teilnehmer keinen Weg zur Bearbeitung der Aufgabe finden können. Zuletzt wurde festgehalten, wann die Aufgabe als abgeschlossen betrachtet werden kann. Die Reihenfolge der Aufgaben ist so gestellt, dass sie dem Ablauf einer echten Nutzung möglichst nahekommt.

Die nachfolgende Tabelle Nr. 22, zeigt das Ausgangsszenario und die einzelnen Aufgaben mit ihren dazugehörigen Aufgaben Szenarien.

Tabelle Nr. 22: Testszenarien und -aufgaben

Szenarien & Aufgaben	
Ausgangsszenario	Dauer: 1 Minute
Damit Sie sich besser vorstellen können, in welchem Zusammenhang Sie die Website nutzen, folgt nun ein kleines Szenario: Ihr Kind hat das Abitur erfolgreich gemeistert und möchte nun ein Studium beginnen. Es ist an mehreren Studiengängen interessiert. Besonderes Interesse hat der Studiengang Informationsdesign an der Hochschule der Medien in Stuttgart-Vaihingen geweckt. Nun fragt es Sie nach Ihrer Meinung zu diesem Studiengang. Natürlich wollen Sie Ihrem Kind weiterhelfen und sicherstellen, dass dieser Studiengang der Beste für dessen Zukunft ist. Also nehmen Sie sich für den nächsten Tag vor, sich auf der Website von Informationsdesign kundig zu machen. Heute haben Sie genügend Zeit gefunden, sich über den Studiengang zu informieren. Sie setzen sich an einen ruhigen Ort, nehmen ihren Computer und besuchen die Website des Studienganges.	

1. Freie Aufgabe	Dauer: 7 Minuten
Setzen Sie sich bitte in die beschriebene Situation als Elternteil eines Studieninteressierten Kindes hinein. Welche Informationen über den Studiengang Informationsdesign sind für Sie von Relevanz? Nach welchen Informationen würden Sie auf der Website Informationsdesign als Erstes suchen?	
Evaluationsziel	Welche Faktoren überzeugen Eltern von Studieninteressierten vom Studiengang Informationsdesign? - Werden diese Faktoren auf der Website abgebildet?
Optimaler Weg	Individuell
Alternativweg	Gibt es nicht
Abgeschlossen	Nutzer ist zufrieden mit den Informationen, die er gefunden hat oder sprengt die Zeit, die für die Aufgabe vorgesehen ist

2. Szenario	Dauer: 5 Minuten
Nun haben Sie sich schon ein wenig mit der Website vertraut gemacht und einen kleinen Eindruck erhalten, um was es sich bei dem Studiengang Informationsdesign handelt. Jetzt möchten Sie konkret danach suchen, um was es sich im Kern beim Studiengang Informationsdesign handelt. Können Sie uns mit den gefundenen Informationen zusammenfassen, um was es sich bei diesem Studiengang handelt? (Kernaussage treffen)	
Evaluationsziel	Wird deutlich, um was es sich im Kern bei Informationsdesign handelt?
Optimaler Weg	1. Auf Start hovern 2. Den ersten Teil der Seite betrachten 3. Text "Emotion durch Information". Wir gestalten Erlebnisse." verstehen 4. Grafik verstehen

	5. Danach ist ein Link "Studieninhalte", hier kann man weiter klicken um noch mehr zu erfahren, ist aber kein MUSS-Kriterium!
Alternativweg	1. In der Navbar auf Studium hovern 2. Drop-Down-Menü klappt sich aus 3. Auf „Studieninhalte klicken“ 4. Text lesen... (ab hier informiert Testteilnehmer sich schon über genaue Studieninhalte (Szenario 3)
Abgeschlossen	Beschreibung des Studiengangs wurde gefunden und verstanden

3. Szenario	Dauer: 4 Minuten
Nachdem Sie einen ersten Eindruck über das Studium erhalten haben, wollen Sie sich exemplarisch über ein paar Studienmodule informieren. Suchen Sie nach den Modulen/Fächern, die in den verschiedenen Semestern belegt werden. • Kommen Sie zurecht mit den genannten Begriffen? • Können Sie sich unter den Modulen etwas vorstellen? • Würden Sie gerne mehr über die einzelnen Module erfahren?	
Evaluationsziel	Sind die Studieninhalte verständlich? (Auch: Sind Fach- und englische Begriffe verständlich?)
Optimaler Weg	1. In der Navbar auf Studium hovern 2. Auf „Studieninhalte klicken“ 3. Text "Studieninhalte" lesen (nicht zwingend notwendig) 4. Text "Aufbau und Schwerpunkte" lesen (nicht zwingend notwendig) 5. Bild mit Studiengang Informationsdesign anklicken und vergrößern lassen 6. Untenstehende Auflistung betrachten
1. Alternativweg	1. In der Navbar auf Studium hovern 2. Auf „Studieninhalte klicken“ 3. Text "Studieninhalte" lesen (nicht zwingend notwendig) 4. Text "Aufbau und Schwerpunkte" lesen (nicht zwingend notwendig) 5. Bild ignorieren und untenstehende Auflistung der einzelnen Semester betrachten
2. Alternativweg	1. Auf Start hovern 2. den ersten Teil der Seite betrachten 3. Text "Emotion durch Information. Wir gestalten Erlebnisse." lesen → Darunter ist ein Link, der zu Studieninhalten führt 4. Text "Studieninhalte" lesen (nicht zwingend notwendig) 5. Text "Aufbau und Schwerpunkte" lesen (nicht zwingend notwendig) 6. Bild mit Studiengang Informationsdesign anklicken und vergrößern lassen 7. Untenstehende Auflistung betrachten
Abgeschlossen	Studieninhalte wurden gefunden und verstanden

4. Szenario	Dauer: 4 Minuten
Sie können sich nichts unter "XY" vorstellen und möchten mehr dazu erfahren. Deshalb suchen Sie nach einer Möglichkeit, sich mit dem Studiengang schriftlich in Verbindung zu setzen.	

Wenn Testteilnehmer das Kontaktformular nutzt, Formular ausfüllen, aber nicht abschicken.	
Evaluationsziel	Wird deutlich, welche Möglichkeiten es für eine Kontaktaufnahme für weiterführende Fragen gibt?
Optimaler Weg	• Auf Reiter "Kontakt" in Navbar klicken • Runter scrollen • Formular ausfüllen: Name, E-Mail, Telefon und Anliegen • Spambot verstehen • Nachricht absenden, Button "senden" klicken
Alternativweg	• Auf Reiter "Kontakt" in Navbar klicken • Runter scrollen • E-Mail Adresse der gewünschten Einrichtung (Allgemein, Leitung des Studiengangs, Studienbüro, Prüfungsverwaltung) heraussuchen • Gewollte Einrichtung über private E-Mail kontaktieren
Abgeschlossen	Entweder es wird das Kontaktformular ausgefüllt oder eine private E-mail verschickt (beides wird nicht bis zum Ende ausgeführt)

5. Szenario	Dauer: 4 Minuten
Sie haben sich nun über die Studieninhalte informiert und vielleicht schon eine Vorstellung, in welchen Bereichen Ihr Kind damit tätig werden könnte. Also wollen Sie überprüfen, welche Berufe nach Abschluss eines ID-Studiums ausgeübt werden können. Suchen Sie bitte nach Informationen über Wege und Möglichkeiten, die Ihrem Kind nach dem Studium offenstehen.	
Evaluationsziel	Wird deutlich, dass der Studiengang optimal auf die Berufswelt vorbereitet und welche Zukunftsmöglichkeiten das Berufsbild bietet?
Optimaler Weg	• Über Reiter "Studium" in Navbar hovern • Drop-Down Menü klappt sich aus • Auf "Perspektiven" klicken • Runter scrollen bis zum Bereich "Aufgaben und Berufsfelder" • Perspektiven durchlesen
Alternativweg 1	• Auf Reiter "Studium" klicken • Runter scrollen bis zum Bereich "Das sind Informationsdesigner" • Informationen durchlesen
Alternativweg 2	• Auf Reiter "Studium" klicken • Runter scrollen bis zum Bereich "Informationsdesign studieren?" • Auf Link "Weitere Möglichkeiten klicken" • Runter scrollen bis zum Bereich "Aufgaben und Berufsfelder" • Perspektiven durchlesen
Abgeschlossen	Alle Informationen zur Berufswelt eines Informationsdesigners wurden durchgelesen.

6. Szenario	Dauer: 3 Minuten
Sie haben Herrn Prof. Dr. Burmester am Studieninfotag kennengelernt und möchten nun erfahren, inwiefern er mit dem Studiengang in Verbindung steht. Suchen Sie ihn und weitere Lehrende auf der Website. Im weiteren Verlauf: Wie wirken die Personen auf Sie?	

Evaluationsziel	Sind die Informationen über Lehrende des Studiengangs ausreichend?
Optimaler Weg	• Über den Reiter "Menschen" hovern • Auf "Menschen" klicken • Kurz runter scrollen bis zu "Professoren", anschließend "Laboringenieure" und "Forschungsmitarbeiter" • Klicken auf die einzelnen Personen -> für mehr Informationen zur Person
Alternativweg	-
Abgeschlossen	Seite mit Lehrenden des Studiengangs wurden gefunden und über Herr Prof. Dr. Burmester wurde sich genauer informiert.

7. Szenario	Dauer: 2 + 3 + 3 = 8 Minuten
Sie haben nun die Studieninhalte und Lehrende des Studienganges geprüft. Aber neben den Fakten liegt Ihnen natürlich auch das Wohlfühlen Ihres Kindes am Herzen. Es soll gut aufgehoben sein, herzlich aufgenommen werden und seine Studienzeit genießen a) Darum wollen Sie per Website erfahren, wie familiär der Studiengang Informationsdesign ist. Finden Sie bitte heraus, wie viele Studierende pro Semester aufgenommen werden. b) Des Weiteren sind Sie an den Räumlichkeiten interessiert, in denen Ihr Kind viel Zeit verbringen wird. Es gilt herauszufinden, welche Räumlichkeiten es gibt und welche Technik dem Kind zur Verfügung steht. Nachdem alles angeschaut worden ist: Welchen Eindruck haben Sie von der Ausstattung jetzt? c) Zu guter Letzt fragen Sie sich, ob der Studiengang auch etwas außerhalb der Vorlesungen zu bieten hat. Kann ihr Kind an Festen, Ausflügen oder anderen Veranstaltungen teilnehmen, die das Wohlfühlen steigern?	
a) Evaluationsziel	Wird deutlich, dass der Studiengang eine familiäre Atmosphäre bietet, in der sich Studierende wohlfühlen?
a) Optimaler Weg	• Navbar auf Reiter "Bewerbung" klicken • Kreise am Anfang der Seite durchlesen
a) Alternativweg	• Auf Startseite herunterscrollen bis zur Überschrift "aktuelle News und Projekte" • Im Kasten zu dem Thema "gelungener Start ins Wintersemester 22/23" steht die Anzahl des ersten Semesters im Text
a) Abgeschlossen	Grobe Anzahl der Studierenden pro Semester wurde gefunden
b) Evaluationsziel	Wird deutlich, dass der Studiengang eine familiäre Atmosphäre bietet, in der sich Studierende wohlfühlen?
b) Optimaler Weg	• Navbar Studium hovern • Unterpunkt "Ausstattung" klicken • Das Video anschauen • Die Bilder anschauen • Die Texte durchlesen
b) Alternativweg	• Navbar Studium • Dann bis ganz nach unten scrollen

	• Unter der Frage "Informationsdesign studieren" gibt es unten rechts einen Link , der "Ausstattung" heißt. Auf diesen klicken.
b) Abgeschlossen	Seite mit Räumlichkeiten wurde gefunden
c) Evaluationsziel	Wird deutlich, dass der Studiengang eine familiäre Atmosphäre bietet, in der sich Studierende wohlfühlen?
c) Optimaler Weg	• Navbar auf "News" klicken • Beispielsweise auf den Reiter "Events", "Veranstaltungen" oder "Ausstellungen" • Auf Veranstaltungen klicken, um sie näher anzuschauen
c) Alternativweg	–
c) Abgeschlossen	Einige Events und Ausflüge wurden gefunden und näher angeschaut.

4.2.2 Testumgebung Usability-Lab

Der Test wurde mit zwei von sechs Teilnehmern im Usability-Lab der Hochschule der Medien in der Nobelstraße 10, 70569 Stuttgart durchgeführt. Bei einer dieser beiden Tests handelte es sich um den Pilottest. Das Labor wurde so vorbereitet, dass der Moderator zusammen mit den Teilnehmern in einem mit Kameras und PC ausgestatteten Raum saß und die Protokollierenden sowie die technische Leitung in der danebenliegenden Schaltzentrale Platz nehmen und den Test über einen Monitor beobachten konnten. Die Testumgebung im Usability-Lab entsprach keiner natürlichen Umgebung für Elternteile, die sich über den Studienwunsch ihres Kindes informieren möchten, doch für das Hineinversetzen in den Kontext wurden die Aufgaben-Szenarien in der obenstehenden Tabelle entwickelt. Beide Tests im Usability Lab fanden unter den gleichen Bedingungen statt.

4.2.3 Technische Umgebung Usability-Lab

Die Aufgaben wurden von den Teilnehmenden im Usability-Lab an einem von der Hochschule zur Verfügung gestellten PC mit Bildschirm bearbeitet. Das Usability-Labor bzw. der Raum, in dem der Moderator mit den Teilnehmenden saß, ist mit mehreren Kameras ausgestattet. Durch diese Kameras wurde eine frontale Ansicht auf die Teilnehmer und den Moderator aufgezeichnet. Ebenso wurde der Bildschirm des PCs, an dem der Teilnehmer den Test durchführte, aufgezeichnet.

In der Schaltzentrale wurden die Aufnahmen auf einen großen Monitor übertragen, sodass die Protokollierenden und die technische Leitung den Test beobachten konnten. Die technische Leitung konnte mit dem Moderator, der mit einem Headset ausgestattet war, kommunizieren und Zeitangaben machen. Über eine Verbindung konnte die Schaltzentrale auch Durchsagen machen, die über Lautsprecher im Usability-Labor ausgegeben wurden. Diese Verbindung wurde genutzt, um zu kommunizieren, dass die Aufnahme des Tests gestartet und beendet wurde. Die Videodaten wurden anschließend vom Aufnahmegerät auf einen USB-Stick übertragen und konnten zur anschließenden Auswertung verwendet werden.

4.2.4 Testumgebung Remote

Vier von Sechs Usability-Tests wurden Remote über die Video-Kommunikationsplattform Zoom durchgeführt. Das heißt, die Teilnehmer konnten sich über einen Link, der ihnen im Voraus per Mail zugeschickt wurde, zu einer Videokonferenz mit den Auftragnehmern zuschalten. Die Vorteile dieser Methode sind, dass die Teilnehmer an einem Ort ihrer Wahl an dem Test teilnehmen können, was die Möglichkeit bietet, den Test unter natürlichen Bedingungen durchzuführen. Drei von vier Teilnehmern führten den Test von zu Hause, ein Teilnehmer von seinem Arbeitsplatz aus durch.

Alle Gruppenmitglieder, d.h. die Moderation, die Protokollierenden und die technische Leitung befanden sich während des Tests in einem Raum an der Hochschule der Medien und waren der Konferenz zugeschaltet. Die Testumgebung "Remote" hätte jedem der Auftragnehmer allerdings auch die Möglichkeit geboten, den Test standortunabhängig durchzuführen, d.h. das Zusammensitzen in einem Raum ist nicht zwingend nötig, wurde aber zwecks einer besseren Verständigung und anschließendem Reflektieren des Tests bewusst so gewählt. Zur Begrüßung hatten alle Teilnehmer der Konferenz ihre Kamera an, anschließend schalten die Protokollierenden und die technische Leitung die Kamera aus und hielten sich als stille Zuhörer im Hintergrund. Das hatte den Grund, dass die Teilnehmer sich einzig und allein auf den Moderator und den Test konzentrieren konnten und nicht durch andere Konferenzteilnehmer abgelenkt waren.

4.2.5 Technische Umgebung Remote

Für den Remote-Test benutzten die Teilnehmer ihre eigenen Laptops und Computer. Alle Gruppenmitglieder der Auftragnehmer schalten sich von ihren eigenen Laptops dem Zoom-Meeting zu. Zoom hat eine Bildschirmaufnahme-Funktion, mit welcher die technische Leitung den gesamten Test festhalten konnte.

Während der Durchführung der Aufgaben teilten die Teilnehmer ihren Bildschirm, damit jeder Schritt nachvollzogen werden konnte. Damit die Teilnehmer von dem Moderator flüssig und strukturiert durch den Test geleitet werden konnten, wurde eine Präsentation erstellt, auf deren Folien die Hintergründe des Usability-Tests für die Teilnehmenden erklärt wurden und der Ablauf des Tests nachvollzogen werden konnte. Mithilfe der Präsentation sollten sich die Teilnehmer wohl und unterstützt fühlen, um die Aufgaben problemlos zu bearbeiten. Für den Remote-Test wurden zudem virtuelle Zoom-Hintergründe mit dem Logo des Studiengangs Informationsdesign und den Namen der jeweiligen Gruppenmitglieder erstellt. Die Hintergründe dienten der Steigerung der Professionalität und einem einheitlichen Auftritt der Auftragnehmer.

4.3 Untersuchungsablauf

4.3.1 Test Ablauf Usability-Lab

Vor Beginn jedes Tests wurde eine Vorbereitungszeit von ungefähr 15 Minuten eingeplant. Während dieser Zeit wurden alle erforderlichen Dokumente für die Auftragnehmer sowie die Testteilnehmer vorbereitet. Die Monitore und das Aufnahmegerät wurden eingeschaltet und überprüft. Stifte, Verpflegung und Desinfektionsmittel wurden bereitgestellt (s. Moderationsleitfaden vor Ort, Anhang F).

Bei der Ankunft wurde der Teilnehmer von den Auftragnehmern persönlich im Eingangsbereich der Hochschule der Medien begrüßt und zum Usability-Lab geleitet. Dort angekommen, fand eine kleine Vorstellungsrunde statt. Dem Testteilnehmer wurden die Räumlichkeiten des Labors gezeigt, um einen Eindruck zu erhalten. Anschließend führte der Moderator den Teilnehmer in den Testraum. Danach erhielt der Testteilnehmer Informationen über das Projekt im Allgemeinen, die Ziele und Dauer der Untersuchung, die Rechte, die Aufzeichnung von Video- und Tonaufnahmen sowie den Ablauf des Usability-Tests. Alle zu unterzeichnenden Unterlagen wurden dem Teilnehmer bereits vorab per E-Mail zugesandt.

Danach erhielt der Testteilnehmer eine Anleitung zur Methode des "Lauten Denkens". Zuerst wurde ihm erklärt, wie die Methode funktioniert. Danach demonstrierte der Moderator die Methode. Beispiel war die Website der Hochschule der Medien. Nachfolgend wurde der Teilnehmer gebeten, den Begriff „Usability-Test“ zu googeln und anschließend zu erklären.

Nachdem die Methode des "Lauten Denkens" geübt wurde, begann der Usability-Test, in dem der Teilnehmer zuerst nach seinem Einverständnis bezüglich der Aufnahme gefragt wurde. Der Test dauerte ungefähr 60 Minuten. Die Aufgaben und Testszenarien wurden vom Moderator vorgelesen und dem Teilnehmer auch schriftlich bereitgestellt, um sie bei Bedarf nachlesen zu können.

Um den Testteilnehmer ins Geschehen einzuführen, las der Moderator ein Ausgangsszenario (s. Kapitel 4.2.1) vor. Zu Beginn sollte der Teilnehmer sagen, welche Informationen über den Studiengang Informationsdesign für ihn von Relevanz sind und nach welchen Informationen er auf der Website als Erstes suchen würde. Anschließend sollte er nach diesen Informationen suchen. Danach sollte konkret danach gesucht werden, um was es sich im Kern beim Studiengang Informationsdesign handelt, um dann eine Kernaussage zu formulieren. Des Weiteren sollten einige Studienmodule gesucht und sich darüber informiert werden. Module/Fächer, die in den verschiedenen Semestern belegt werden, waren ebenfalls Bestandteil der Suche. Nachfolgend sollte eine Möglichkeit gesucht werden, um sich mit dem Studiengang schriftlich in Verbindung zu setzen. Danach sollte der Testteilnehmer überprüfen, welche Berufe nach Abschluss eines Informationsdesign-Studiums ausgeübt werden können. Die nachfolgende Aufgabe beinhaltete die Suche nach Prof. Dr. Burmester und weiteren Lehrenden auf der Website. In der letzten Aufgabe sollte der Teilnehmer herausfinden, wie familiär der Studiengang Informationsdesign ist und wie viele Studierende pro Semester aufgenommen werden. Zusätzlich galt es herauszufinden, welche Räumlichkeiten es gibt und welche Technik dem studieninteressierten Kind zur Verfügung steht. Anschließend sollte noch nach Festen, Ausflügen oder anderen Veranstaltungen gesucht werden, die das Wohlfühlen des Kindes steigern.

Der Moderator stand während der Untersuchung stets bereit, um dem Teilnehmer bei Unklarheiten, Fragen oder Schwierigkeiten zu helfen. Drei Protokollanten saßen an einem Tisch im Nebenraum und dokumentierten den Usability-Test auf Protokollbögen (s. Anhang H) und konnten das Geschehen auf einem Monitor verfolgen. Da der Testraum mit mehreren Kameras ausgestattet ist, konnten verschiedene Winkel erfasst werden. Die technische Leitung, bestehend aus einer Person, war zuständig für die Technik und Zeiteinhaltung. Der

Co-Moderator verfolgte aufmerksam den Test und notierte Verbesserungsvorschläge. Der Moderator trug über die Dauer des Tests ein Gerät bei sich, mit dem er über Kopfhörer mit den anderen Auftragnehmern kommunizieren konnte.

Nach Anbieten einer kurzen Pause sollte der Testteilnehmer einen Fragebogen zu seinen soziodemografischen Angaben (s. Anhang N) ausfüllen. Anschließend führte der Moderator eine Zusammenfassung des Usability-Tests durch und ging noch einmal die erfolgreich gemeisterten Aufgaben mit dem Teilnehmer durch. Im Anschluss daran wurde ein Abschlussinterview durchgeführt, bei dem der Testteilnehmer drei positive und drei negative Aspekte benennen sollte, die ihm aufgefallen waren.

Am Ende sollte der Teilnehmer noch die Fragebögen AttrakDiff mini und VisAWI short (s. Anhang L und M) ausfüllen. Währenddessen hielten sich die Auftragnehmer auf Abstand, um jegliche Ablenkungen oder Einflüsse auf die Angaben des Testteilnehmers zu vermeiden. Anschließend wies die Moderation auf die Aufwandsentschädigung (s. Anhang C) hin. Zuletzt bedankten und verabschiedeten sich die Auftragnehmer von dem Teilnehmer und begleiteten ihn zur Tür.

4.3.2 Test Ablauf Remote

Vor Beginn jedes Tests wurde eine Vorbereitungszeit von ungefähr 15 Minuten eingeplant. Die Auftragnehmenden legten während dieser Zeit die Links zu den Websites der Hdm und des Studiengangs Informationsdesign bereit, sowie Links zu den Fragebögen. Das Dokument zum Moderationsleitfaden Remote (s. Anhang E) wurde ebenfalls bereitgelegt. Laptops wurden eingeschaltet und jeder Auftragnehmende wählte sich in Zoom ein.

Nachdem der Teilnehmer dem Zoom-Meeting beigetreten war, wurde er zunächst von dem Moderator begrüßt. Eine kurze Nachfrage folgte, ob bereits Erfahrungen mit Zoom bestehen und ob es eventuell Fragen gibt. Um den Teilnehmer bestmöglich durch den Test zu führen, wurde das gesamte Zoom-Meeting von einer Präsentation (s. Anhang P) begleitet. Nach einer kurzen Vorstellungsrunde machten die Auftragnehmer, außer dem Moderator, die Kamera aus, um den Teilnehmer während des Tests nicht zu irritieren. Danach erhielt der Testteilnehmer Informationen über das Projekt im Allgemeinen, die Ziele und Dauer der Untersuchung, die Rechte, die Aufzeichnung von Video- und Tonaufnahmen sowie den Ablauf des Usability-Tests. Alle zu unterzeichnenden Unterlagen wurden der Testperson bereits vorab per E-Mail zugesandt.

Danach erhielt der Testteilnehmer eine Anleitung zur Methode des "Lauten Denkens". Zuerst wurde ihm erklärt, wie die Methode funktioniert. Danach demonstrierte der Moderator die Methode. Beispiel war die Website der Hochschule der Medien. Nachfolgend wurde der Teilnehmer gebeten, seinen Bildschirm zu teilen und den Begriff „Usability-Test“ zu googeln und anschließend zu erklären.

Nachdem die Methode des "Lauten Denkens" geübt wurde, begann der Usability-Test, in dem der Teilnehmer eingangs nach seinem Einverständnis bezüglich der Aufnahme gefragt wurde. Der Test dauerte ungefähr 60 Minuten. Während des gesamten Tests teilte der

Testteilnehmer seinen Bildschirm, so dass das Projektteam alle Schritte mitverfolgen konnte. Die Aufgaben und Testszenarien wurden von dem Moderator vorgelesen. Im Idealfall hatte der Teilnehmer vorab die Aufgaben ausgedruckt, um sie bei Bedarf nachlesen zu können. Der Link zur Website des Studiengangs Informationsdesign wurde in den Zoom-Chat geschickt.

Um den Testteilnehmer ins Geschehen einzuführen, las der Moderator ein Ausgangsszenario (s. Kapitel 4.2.1) vor. Zu Beginn sollte der Teilnehmer sagen, welche Informationen über den Studiengang Informationsdesign für ihn von Relevanz sind und nach welchen Informationen er auf der Website als Erstes suchen würde. Anschließend sollte er nach diesen Informationen suchen. Danach sollte konkret danach gesucht werden, um was es sich im Kern beim Studiengang Informationsdesign handelt, um dann eine Kernaussage zu formulieren. Des Weiteren sollten einige Studienmodule gesucht und sich darüber informiert werden. Module/Fächer, die in den verschiedenen Semestern belegt werden, waren ebenfalls Bestandteil der Suche. Nachfolgend sollte eine Möglichkeit gesucht werden, um sich mit dem Studiengang schriftlich in Verbindung zu setzen. Danach sollte der Testteilnehmer überprüfen, welche Berufe nach Abschluss eines Informationsdesign-Studiums ausgeübt werden können. Die nachfolgende Aufgabe beinhaltete die Suche nach Prof. Dr. Burmester und weiteren Lehrenden auf der Website. In der letzten Aufgabe sollte der Teilnehmer herausfinden, wie familiär der Studiengang Informationsdesign ist und wie viele Studierende pro Semester aufgenommen werden. Zusätzlich galt es herauszufinden, welche Räumlichkeiten es gibt und welche Technik dem studieninteressierten Kind zur Verfügung steht. Anschließend sollte noch nach Festen, Ausflügen oder anderen Veranstaltungen gesucht werden, die das Wohlfühlen des Kindes steigern.

Der Moderator stand auch im Remote-Test stets bereit, um dem Testteilnehmer bei Unklarheiten, Fragen oder Schwierigkeiten zu helfen. Drei Protokollanten dokumentierten den Usability-Test auf Protokollbögen (s. Anhang H) und konnten das Geschehen auf ihren Laptops mitverfolgen. Die technische Leitung, bestehend aus einer Person, war zuständig für die Technik und Zeiteinhaltung. Der Co-Moderator verfolgte aufmerksam den Test und notierte Verbesserungsvorschläge.

Nach Anbieten einer kurzen Pause sollte der Teilnehmer im Zoom-Chat auf den Link klicken, der ihn zum soziodemografischen Fragebogen (s. Anhang N) führte. Anschließend führte der Moderator eine Zusammenfassung des Usability-Tests durch und ging noch einmal die erfolgreich gemeisterten Aufgaben mit dem Testteilnehmer durch. Im Anschluss daran wurde ein Abschlussinterview durchgeführt, bei dem der Testteilnehmer drei positive und drei negative Aspekte benennen sollte, die ihm aufgefallen waren.

Am Ende sollte der Teilnehmer nochmals über den Link im Zoom-Chat die Fragebögen AttrakDiff mini und VisAWI short (s. Anhang L und M) ausfüllen. Währenddessen schaltete der Moderator das Mikrofon aus, um jegliche Ablenkungen oder Einflüsse auf die Angaben des Teilnehmers zu vermeiden. Anschließend wies der Moderator auf die Aufwandsentschädigung (s. Anhang C) hin. Zuletzt bedankten und verabschiedeten sich die Auftragnehmer von dem Testteilnehmer und dieser verließ das Zoom-Meeting.

4.3.3 Moderationsunterlagen Usability-Lab, Remote

Der wichtigste Bestandteil der Moderationsunterlagen ist der Moderationsleitfaden, welcher nur für die Moderation während des Usability-Tests von Bedeutung ist. Der Leitfaden enthält eine detaillierte Beschreibung des gesamten Untersuchungsablaufs, inklusive Hinweisen. Er enthält auch Anleitungen und Übungen zum "Lauten Denken". Ebenso sind darin die Aufgaben und Testszenarien ausführlich beschrieben, einschließlich des optimalen Weges und der Aufgaben und Ziele. Für die verschiedenen Abschnitte des Moderationsleitfadens ist jeweils ein bestimmter Zeitrahmen festgelegt, um eine zeitliche Orientierung zwischen den Abschnitten zu gewährleisten. Da sich der Moderationsleitfaden für den Usability-Test Remote von dem Usability-Test im Labor unterscheidet, wurden zwei separate Leitfäden erstellt. Beide sind im Anhang des Berichts enthalten (s. Anhang E und F).

4.4 Datenerhebungsverfahren

Für die Datenerhebung wurden während des Tests die folgenden Methoden und Fragebögen verwendet:

4.4.1 Lautes Denken

Mit der Methode "Lautes Denken", einer Forschungsmethode der kognitiven Psychologie, haben die Teilnehmer die Auftragnehmer während des Usability-Tests an ihren Gedanken und Gefühlen teilhaben lassen. Bei dieser Methode werden die Gedanken aufgaben begleitend laut ausgesprochen, um die Gedankenströme übersichtlicher und klarer zu machen. Die Grundidee ist, dass Personen alle Überlegungen aussprechen, die sie beim Lösen des Problems anstellen. Die Aufzeichnung solcher Lösungswege kann später bei der Auswertung der Ergebnisse dabei helfen zu verstehen, was die Gründe des Problems auf Seiten der Teilnehmer sind und wie die Gestaltung der Benutzungsoberfläche zielgerichtet optimiert werden kann.

Um die Teilnehmer mit der Methode vertraut zu machen, müssen sie diese bestenfalls zu Beginn des Usability-Tests anhand eines Beispiels üben. Zunächst erklärt der Moderator mittels eines weiteren Beispiel Szenarios das genaue Vorgehen und führt den Teilnehmern vor, wie er eine Aufgabe mithilfe des Lauten Denkens bearbeitet. Im Anschluss bekommen die Teilnehmer die Aufgabe, das Wort "Usability-Test" zu googeln und kurz und präzise zu erklären, worum es sich dabei handelt. Dabei sollen sie laut denken und die Methode üben. Bei allen Teilnehmern hatte die Übung zur Folge, dass sie bereits bei der ersten Aufgabe des Usability-Tests die Methode gut umsetzen konnten und es gar nicht erst zu Verunsicherungen kam. Das "Laute Denken" begünstigt, anders als bei der reinen Verhaltensbeobachtung, eine Kommunikation zwischen dem Moderator und den Teilnehmern, da der Moderator immer wieder Rückfragen stellen kann und so Fehler bei der Interpretation reduziert werden können. Problematisch an der Methode ist allerdings, dass bei längerem Schweigen möglicherweise zu schnell Aufforderungen durch den Moderator gegeben werden, die Aufmerksamkeit lenkende Inhalte enthalten und den Aufgabenfluss unterbrechen (Boren und Ramey, 2000).

4.4.2 Verhaltensbeobachtung

Bei der Verhaltensbeobachtung wird ein Auge auf das Verhalten der Teilnehmer bei der Interaktion mit der Website geworfen. Dabei wird beobachtet, wie genau die Teilnehmer Interaktionen ausführen und welche Navigationswege eingeschlagen werden. Zudem bieten auch Dinge wie Körperhaltung und nonverbale Kommunikation, wie Gestik, Mimik, Lachen oder Stöhnen, Aufschluss über den emotionalen Zustand der Teilnehmer. Zusammen mit der Methode "Lautes Denken" (siehe Kapitel 4.4.1) liefert die Verhaltensbeobachtung wichtige Informationen und Insights in das Verstehen der mentalen Prozesse der Teilnehmer. Vor allem wenn die Teilnehmer gewisse Interaktionen mit dem zu testenden Produkt nicht kommunizieren, lassen sich anhand der Verhaltensbeobachtung dennoch Aussagen über den Beanspruchungszustand der Teilnehmer treffen.

4.4.3 Befragung (kooperative Evaluation)

Nach Wright und Monk (1991) wirkt ein kooperativer und kommunikativer Stil während des Usability-Tests natürlicher als eine künstliche, experimentell anmutende Situation, denn die Teilnehmer bekommen das Gefühl vermittelt, in der Testsituation nicht alleine gelassen zu werden. D.h. Der Moderator kann bei gewissen Ereignissen während des Tests eingreifen, Rückfragen stellen oder Hinweise geben. Das sorgt dafür, dass unklare Aussagen und Verhalten der Teilnehmer besser verstanden und gedeutet werden können. Jede ergänzende Erläuterung der Teilnehmer verleiht dem Usability-Test mehr Aussagekraft und hilft bei einer präziseren Interpretation der Ergebnisse.

Damit sich das Kommunikationsverhalten des Moderators positiv auf den Verlauf des Tests auswirkt, sollten folgende Grundprinzipien beachtet werden:

- Lautes Denken des Testteilnehmers aufrechterhalten.
- Die Hintergründe der Äußerungen und des Verhaltens des Testteilnehmers in Bezug auf die Evaluationsziele verstehen und ggf. nachfragen.
- Die Teilnehmer dürfen die absurdesten Ideen äußern und der Moderator hat diese nicht zu bewerten, sondern nur die Hintergründe zu verstehen (Neutralität).
- Erst unterstützend eingreifen, wenn keine Aussicht besteht, dass die Teilnehmer allein die Aufgabe oder Teilaufgabe bewältigen können und dann nur so viel Informationen geben, wie nötig sind, um den nächsten Schritt bei der Aufgabenbearbeitung zu machen.
- Nicht direkt Fragen der Teilnehmer zur Bedienung beantworten. Die Beantwortung darf erst erfolgen, wenn die Teilnehmer angehalten wurden, eigene Vermutungen zur Beantwortung einer solchen Frage anzustellen, alle Hintergründe der Frage verstanden wurden oder die Teilnehmer voraussichtlich selbst keine Lösung finden.

4.4.4 Standardisierter Fragebogen AttrakDiff mini

Der AttrakDiff 2 ist ein im Internet frei zur Verfügung stehender, standardisierter Fragebogen (Hassenzahl, Burmester & Koller, 2003, 2008; Burmester, Hassenzahl & Koller, 2007; AttrakDiff2, 2009) zur Messung der Attraktivität eines Produktes anhand von zwei Qualitätsdimensionen – der hedonischen (HQ) und der pragmatischen Qualität (PQ). Die Langversion des AttrakDiffs besteht aus 28 sich gegenüberstehenden Adjektivpaaren, die

auf einer Skala von sieben Punkten bewertet werden können. Die für den Test verwendete Kurzversion (AttrakDiff mini) besteht aus 10 Adjektivpaaren und umfasst die folgenden Begriffe.

Tabelle Nr. 23: AttrakDiff mini

AttrakDiff mini	
einfach	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
kompliziert	
hässlich	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
schön	
praktisch	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
unpraktisch	
stilvoll	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
stillos	
voraussagbar	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
unberechenbar	
minderwertig	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
wertvoll	
phantasielos	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
kreativ	
gut	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
schlecht	
verwirrend	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
übersichtlich	
lahm	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
fesselnd	

Die Mittelwerte der Adjektivpaare bilden die Ergebnisse der dazugehörigen Skala. Insgesamt gibt es 4 Skalen, die pragmatische Qualität (PQ), die hedonische Qualität (HQ, bestehend aus HQ-I und HQ-S) und die Attraktivität (ATT).

Die wahrgenommene pragmatische Qualität definiert sich durch Usability und Nutzen eines interaktiven Produktes. Pragmatische Qualität ist eine aufgabenbezogene Qualität. Die wahrgenommene hedonische Qualität bezieht sich auf nicht aufgabenbezogene Aspekte eines interaktiven Produktes, wie die wahrgenommene Stimulation (HQ-S) durch das Produkt und die wahrgenommene Identität (HQ-I). Die Wahrnehmung der pragmatischen und der hedonischen Qualität beeinflusst das Gesamturteil – die Attraktivität eines Produktes. Das Ziel des AttrakDiffs ist es, "UX-relevante Produktwahrnehmungen und Bewertungen zu erfassen" (Hassenzahl, Burmester & Koller, 2008). Der Fragebogen wurde im Anschluss an einen Usability Test eingesetzt, um eine Gesamteinschätzung der Website zu bekommen.

4.4.5 Standardisierter Fragebogen VisAWI short

Der zweite verwendete Fragebogen ist der VisAWI (Visual Aesthetics of Websites Inventory). Er besteht aus 18 Aussagen (Items), die auf einer Skala von 1 "Stimme gar nicht zu" bis 7 "Stimme voll zu" beantwortet werden müssen. Für den Usability Test wurde abermals die Kurzversion des Fragebogens, der VisAWI short (VisAWI-S; Moshagen & Thielsch, 2013), verwendet. Dieser besteht aus 4 Items. Es wurde sich bei diesem Usability-Test für den VisAWI-S entschieden, da andere Themen im Vordergrund der Umfrage standen und nur der generelle Ästhetik-Faktor erfasst werden musste.

Tabelle Nr. 24: VisAWI-S

VisAWI Short							
	Stimme gar nicht zu	Stimme ich nicht zu	Stimme eher nicht zu	Neutral	Stimme eher zu	Stimme zu	Stimme voll zu
Auf der Seite passt alles zusammen.	1	2	3	4	5	6	7
Das Layout ist angenehm vielseitig.	1	2	3	4	5	6	7
Die farbliche Gesamtgestaltung wirkt attraktiv.	1	2	3	4	5	6	7
Das Layout ist professionell.	1	2	3	4	5	6	7

Der VisAWI trifft Aussagen darüber, wie Nutzer die Ästhetik einer Benutzeroberfläche bzw. einer Website subjektiv wahrnehmen. Die Ästhetik aus Sicht der Nutzer wird durch die vier Teilaspekte Einfachheit, Vielseitigkeit, Farbigkeit und Kunstfertigkeit erfasst. Die Items zur Einfachheit fragen, wie übersichtlich und strukturiert das Layout einer Website wahrgenommen wird. Die Skala Vielfalt hingegen bittet um eine Bewertung von Originalität und Dynamik des Webdesigns. Farbigkeit umfasst Aspekte von ästhetischer Farbauswahl, -einsatz und -kombination. Die vierte Skala Kunstfertigkeit bezieht sich auf die Aktualität, Durchdachtheit und Professionalität des Designs.

Die Ästhetik einer Benutzeroberfläche beeinflusst eine Vielzahl von weiteren Faktoren und Konstrukte wie Usability, Zufriedenheit, Wiederbesuchs- oder Kaufbereitschaft, weshalb es unter anderem von zentraler Bedeutung ist, diese mithilfe des Fragebogens von den Teilnehmern beurteilen zu lassen.

Ausgewertet wird der VisAWI-S, indem der Mittelwert der 4 Antworten gebildet wird. Dazu summiert man die Itemwerte und teilt sie anschließend durch vier. Dieser Mittelwert repräsentiert den generellen Ästhetik-Faktor, der durch den VisAWI-S bestimmt wurde.

4.4.6 Soziodemografische Daten

Die soziodemografischen Daten der Teilnehmer wurden mit Hilfe eines Formulars abgefragt. Dieses Formular konnte über einen Link zu einem Google-Forms-Formular abgerufen und digital ausgefüllt werden. Folgende Daten wurden darin abgefragt:

- Alter
- Geschlecht
- Ausbildung
- Beruf
- Heimatstadt
- Wie viele Jahre Computererfahrung vorliegen
- An wie vielen Tagen in der Woche sich durchschnittlich mit dem Computer beschäftigt wird
- Wie lange sich im Durchschnitt täglich mit dem Computer beschäftigt wird
- Mit welcher Art von Software bereits gearbeitet wurde

Die soziodemografischen Daten wurden als Bestätigung verwendet, um nachzuweisen, dass die Teilnehmer auch wirklich der Zielgruppe entsprechen.

4.4.7 Anfangs Interview

Die erste Phase der szenariobasierten Aufgaben beinhaltete ein vorangestelltes kurzes Interview, welches darauf abzielte, die Informationen zu erfahren, die Eltern von Studieninteressierten Kindern als erstes auf der Website von Informationsdesign suchen würden. Dieses Interview wurde durchgeführt, da das Usability-Team der Annahme folgte, dass die Interessen der Eltern in Bezug auf den Studiengang äußerst variabel sein können.

Um diese Interessen zu erfassen, entschied das Team sich für einen explorativen Ansatz, um herauszufinden, welche Informationen für die Zielgruppe von besonderem Interesse sind. Die qualitativ erhobenen Daten werden dazu verwendet, die Website zu optimieren, um die von der Zielgruppe als besonders relevant eingestuften Faktoren in Zukunft abzubilden, sofern diese noch nicht auf der Website verfügbar sind.

4.4.8 Abschlussinterview

Nachdem die Teilnehmer die Aufgaben bearbeitet haben, ließ der Moderator den Test noch einmal Revue passieren. Diese kurze Wiederholung diente dazu, dass den Teilnehmern vor Augen geführt wurde, welche Aufgaben sie bearbeitet haben, um zu vermeiden, dass die zuletzt bearbeiteten Aufgaben präsenter sind und das Ergebnis verzerren.

Danach begann der Moderator das Abschlussinterview. Dabei sollten die Teilnehmer drei Aspekte, die ihnen besonders positiv im Gedächtnis geblieben sind, und drei Aspekte der Website, die sie als besonders negativ empfanden, nennen. Zudem sollten die Teilnehmer

sagen, ob sie den Studiengang als vertrauenswürdig einstufen würden und wenn ja, anhand welcher Kriterien sie dies festmachen. Zum Schluss sollten sie die Frage beantworten, inwiefern die Website des Studiengangs einen seriösen Eindruck auf sie macht und wenn ja anhand welcher Kriterien sie dies ebenfalls festmachen.

Das Abschlussinterview dient dazu, einen weiteren qualitativen Einblick in die Wahrnehmung der Website zu erlangen und den abgeschlossenen Test mit ihren Aufgaben noch einmal final zu bewerten. Des Weiteren wurde den Teilnehmern so noch einmal die Möglichkeit gegeben, abschließende Worte, Feedback und sonstige Anmerkungen loszuwerden, die der Optimierung der Website zugutekommen könnten.

5 Datenauswertung

5.1 Datenanalyse

Der Zweck des angewandten formativen Usability-Tests war, Usability-Probleme der ID-Website aufzudecken, indem spezifische Fragen und Evaluationsziele beantwortet wurden. Dabei wurden sowohl qualitative als auch quantitative Daten gesammelt und anschließend mit qualitativen und quantitativen Methoden ausgewertet. Durch die Zusammenführung und Auswertung unterschiedlicher Daten aus verschiedenen Erhebungsverfahren konnten die Usability-Probleme konstruiert werden.

5.1.1 Definition Usability-Problem

Manakhov und Ivanov (2016) definieren ein Usability-Problem als eine Kombination von Benutzeroberflächen Faktoren und Nutzungskontextfaktoren, die negative Phänomene wie mangelnde Zielerreichung, ineffiziente Interaktion und Unzufriedenheit des Benutzers hervorrufen.

Die drei Faktoren, die zu einem Usability-Problem beitragen, sind Effektivität, Effizienz und Zufriedenheit. Wenn diese drei Faktoren nicht ausreichend erfüllt sind, kann dies zu Usability-Problemen führen (Manakhov & Ivanov, 2016; Nielsen, 1993).

Nach Nielsen (1993), werden diese drei Faktoren wie folgt bestimmt:

Effektivität wird definiert als „die Fähigkeit des Nutzers, seine Ziele erfolgreich zu erreichen“ (Nielsen, 1993, S. 34). Dies schließt die korrekte Verwendung des Produkts und die Erreichung des gewünschten Ergebnisses ein.

Effizienz wird beschrieben als „die Geschwindigkeit, mit der ein Nutzer seine Ziele erreicht, ohne unnötige Schritte oder Anstrengung“ (Nielsen, 1993, S. 34). Dies bezieht sich auf die Zeit, die benötigt wird, um eine Aufgabe auszuführen, sowie auf die Anzahl der Fehler, die bei der Aufgabenerfüllung gemacht werden.

Zufriedenheit wird definiert als „das Empfinden des Nutzers gegenüber dem Produkt, einschließlich seiner Einstellung zur Bedienbarkeit und seiner subjektiven Meinung über die

Qualität" (Nielsen, 1993, S. 34). Dies schließt auch den Grad der Bequemlichkeit und Freude ein, die der Nutzer bei der Verwendung des Produkts empfindet.

5.1.2 Das Beobachtungsprotokoll – Wichtige Definitionen

Die Protokollanten waren vor dem Test über alle relevanten Informationen und Ziele informiert und konnten während des Tests wichtige Ereignisse aufzeichnen, die Aufschluss über mögliche Usability Probleme geben. Hierbei spielen das Verhalten und verbale Daten des Testteilnehmers eine wichtige Rolle, als auch Fragen, Instruktionen und Hilfestellungen des Moderators (verbale Daten des Evaluators).

Die Beobachtungen werden ohne Bewertung oder Interpretation objektiv protokolliert, einschließlich wichtiger Ereignisse wie Critical Incidents, Critical Threads, Breakdowns und anderen relevanten Verhaltensweisen. Diese Ereignisse werden im Folgenden genauer definiert:

a) Critical Incident

Ein „critical incident“ beschreibt ein unzureichendes oder nicht den optimalen Lösungsweg einer Aufgabe, entsprechendes Verhalten eines Testteilnehmers. Hierbei kann es sich um eine Abweichung vom erwarteten Pfad bei der Bearbeitung der Aufgabe handeln, um eine unvollständige Dateneingabe oder andere Ereignisse, die zu einer Nichterfüllung der Aufgabe führen. „Critical incidents“ beziehen sich auf die Kriterien Effektivität und Effizienz in der Usability Definition der DIN EN ISO 9241.

b) Critical Thread

Ein „critical thread“ bezeichnet eine kausale Verkettung von critical incidents.

c) Break Down

„Break downs“ beziehen sich auf Situationen, in denen die Testteilnehmer das Ziel einer Aufgabe erreichen, jedoch unzufrieden durch einen negativen Kommentar suggerieren.

5.1.3 Qualitative Datenauswertung

Die qualitative Datenauswertung besteht aus mehreren Phasen, die nacheinander durchgeführt werden. Die Daten, die verwendet werden, sind die Aussagen und das Verhalten der Teilnehmer während des Usability-Tests. Die einzelnen Phasen werden im Weiteren detailliert beschrieben.

1. Erster Eindruck

Der erste Eindruck bezieht sich auf die subjektiven Vermutungen und Wahrnehmungen jedes Mitglieds des Testteams über mögliche Usability-Probleme der ID-Website. Diese frei formulierten Eindrücke wurden vor der Auswertung individuell festgehalten.

2. Beobachtungsprotokoll

Das Beobachtungsprotokoll enthält alle wichtigen Ereignisse, wie z.B. Critical Incidents, Critical Thread und Break Downs und auch andere relevante Äußerungen und Verhaltensweisen der Testteilnehmer (siehe Abschnitt 5.1.2). Einer Protokollvorlage und das Abkürzungsverzeichnis sind in Anhang E & F auf Seite 98-99 zu finden.

3. Segmentierung

Aus dem zuvor erstellten Beobachtungsprotokoll wird jedes protokollierte Ereignis als separates Segment festgehalten. Diese Segmente wurden in Tabellenform erfasst (Anhang K, S. 144-155).

4. Indexierung

Die Indexierung bezieht sich auf das Zuweisen von Indizes zu Segmenten, um gleiche oder ähnliche Probleme über verschiedene Testpersonen hinweg zusammenzuführen. Dabei kann jedes Segment mehrere Indizes erhalten. Die Indizes wurden aus den Segmenten induktiv gebildet. Der Vorteil der Indexierung besteht darin, dass ein Segment als Ganzes erhalten bleiben kann, ohne dass es aufgrund einer inhaltlichen Klassifizierung zerteilt werden muss. Eine Tabelle (Anhang I, S.122-124) wurde erstellt, die alle Indizes und ihre Definitionen enthält, sowie eine Indextabelle (Anhang J, S.125-143), in der alle Segmente und ihre zugewiesenen Indizes aufgelistet wurden.

5. Interpretation

Die Interpretation beinhaltet den Prozess, aus den Indizes und ihren Segmenten Usability-Probleme zu identifizieren und genau zu beschreiben. Dabei wird für jedes Usability-Problem eine Interpretationstabelle erstellt, die festhält, wo das Problem auf der ID-Website aufgetreten ist (inkl. Angabe über betroffene Elemente) und wie viele Nutzer von der Gesamtzahl betroffen waren.

Außerdem enthält die Tabelle eine genaue Beschreibung des Problems (inkl. wörtlicher Zitate der Benutzer zur Veranschaulichung), mögliche Ursachen (enthält teilweise Vermutungen des Usability-Teams), Screenshots zur Visualisierung und Empfehlungen für eine mögliche Behebung des Problems. Damit die Segmente zugeordnet werden können, werden außerdem die Testaufgaben-Nummern, die entsprechenden Segment-Nummern und die Teilnehmer-Nummern angegeben. Die Schwere der Probleme wird mittels des Nielsen Severity Ratings (siehe 5.1.4) bewertet.

5.1.4 Severity Rating

Das Severity Rating nach Nielsen (1994) ist ein Prozess zur Bewertung der Schwere von Usability-Problemen. Hierbei wird von jedem Mitglied des Test-Teams eine Bewertung abgegeben, die anschließend auf einen Median errechnet wird. Dieser Median wird als endgültiger Schweregrad festgehalten. Diese Einstufung hilft bei der Priorisierung der Usability-Probleme und somit bei der effektiven Verwendung von Ressourcen.

Um die Probleme einheitlich zu bewerten, werden unterschiedliche Faktoren betrachtet:

1. Die Häufigkeit, in der das Problem auftrat: Wie viele Teilnehmer waren betroffen?
2. Die Auswirkungen des Problems auf die Teilnehmer: Wie stark wurden diese bei der Aufgabenbearbeitung behindert?
3. Das Fortbestehen des Problems: Ist es ein einmaliges Problem oder wird es wieder auftreten?
4. Handelt es sich um ein lokales oder ein globales Usability-Problem?

Folgende Skala wurde zur Bewertung der Schwere von Usability-Problemen eingesetzt (Nielsen, 1994):

- 0 = Ich stimme nicht zu, das ist kein Usability-Problem
- 1 = Kosmetisches Problem, muss nicht geändert werden, es sei denn es ist genügend Zeit verfügbar
- 2 = Kleineres Problem, hat niedrige Änderungs-Priorität
- 3 = Großes Problem, es ist wichtig dieses Problem zu beheben, hohe Änderungs-Priorität
- 4 = Usability-Desaster, muss unbedingt behoben werden

5.1.5 Auswertung der quantitativen Ergebnisse

Mit Hilfe der Fragebögen VisAWI-S und AttrakDiff mini wurden quantitative Daten nach der Durchführung des Tests erhoben. Zusätzlich wurden über einen Google-Forms Fragebogen (s. Anhang M, S.156) die soziodemografischen Daten abgefragt.

a) AttrakDiff mini

Vor Beginn der Testphase erfolgte eine Registrierung bei eSurvey auf der Website uid.com. Anschließend wurde der AttrakDiff mini erstellt und eingerichtet. Für die Remote Tests wurde der zum Fragebogen führende Link nach dem Test über das Zoom-Chatfenster bereitgestellt und von den Teilnehmern ausgefüllt. Anschließend wurde online auf esurvey überprüft, ob die Daten eingegangen sind. Für die Tests im Labor wurde der Fragebogen vor Ort ausgefüllt und die Daten wurden nachträglich online eingetragen. Nach der Durchführung aller Usability-Tests wurde die Ergebnisübersicht, welche unter anderem drei Diagramme enthält, angesehen und interpretiert. Die Auswertung der Diagramme und die Interpretation dessen, ist in Kapitel 6.2.1. zu finden.

b) VisAWI-Short

Ähnlich wie bei dem AttrakDiff mini wurde der VisAWI-S Fragebogen auch über eSurvey erstellt und für die Tests vorbereitet. Die Remote-Teilnehmer erhielten hier ebenfalls nach der Testdurchführung den Link zu diesem Fragebogen über Zoom und die Teilnehmer vor Ort eine ausgedruckte Version. Letztere wurden nach Testende online eingetragen. Nach Beendigung der Testphase wurde die Ergebnisübersicht betrachtet und ausgewertet. Das Tool eSurvey liefert als Ergebnis zwei Diagramme, davon wurde eines für die Interpretation, die genauer in Kapitel 6.2.2 beschrieben wird, verwendet. Zusätzlich wurde die Auswertungsvorlage für VisAWI-S von Thielsch (<http://www.meinald.de/downloads/>) verwendet und ein Diagramm für die Ergebnisse verwendet, welches ebenfalls in Kapitel 6.2.2. genauer erläutert wird.

c) Soziodemografischer Fragebogen

Die soziodemografischen Daten wurden mit einem Fragebogen über Google Forms (siehe Anhang xy) erhoben. Die Online-Teilnehmer erhielten diesen Link nach den oben genannten Fragebögen und für die Testteilnehmer vor Ort wurde er im Browser bereitgestellt. Nach der Durchführung aller Tests wird diese Datenerhebung für den Vergleich der Testteilnehmer mit der angegebenen Nutzungsgruppe benötigt. Die Ergebnisse und Auswertung sind in Kapitel 5.2.1 zu finden.

5.2 Repräsentativität der Testergebnisse

Um die Repräsentativität der Testergebnisse realistisch einzuschätzen, werden im Folgenden die im Nutzungskontext festgelegten Nutzergruppen sowie die Testteilnehmer verglichen sowie anschließend die Repräsentativität derer bewertet.

5.2.1 Vergleich zwischen Nutzergruppen und Testteilnehmer:

In Kapitel 3.1.3 und 3.1.4 wurde im Rahmen der Nutzungskontextanalyse die Nutzergruppe "Eltern" ausführlich betrachtet. Basierend auf diesem Nutzerprofil wurden Testpersonen für die Usability-Tests rekrutiert.

Zusammenfassend waren diese Kriterien wichtig bei der Rekrutierung der Nutzergruppe "Eltern":

- Elternteil von einem studieninteressierten Kind im Alter von 45 bis 65 Jahren, mit grundlegenden Fähigkeiten bei der Bedienung einer Webseite und der zugehörigen Informationssuche.

Die Verteilung der interessierten Elternteile wurde auf jeweils 50% Frauen und Männer vermutet, die Teilnehmer innerhalb des Tests setzen sich aus vier Männern und zwei Frauen zusammen. Nach den Auswertungen des soziodemografischen Fragebogen entsprechen alle Teilnehmer dem festgelegten Alter. Das breit definierte Berufsbild und die Ausbildung der Nutzergruppe spiegelte sich auch unter den Probanden wider. Überwiegend waren die Teilnehmer Ingenieure in unterschiedlichen Bereichen mit akademischem Abschluss.

Im Nutzungskontext wurde als Grundkenntnisse eine Webseite zu bedienen und das Finden von generellen Informationen festgelegt. Alle Teilnehmer gaben in den soziodemografischen Daten an, mehr als sechs Jahre Erfahrung mit der Bedienung von Computern zu haben und hatten auch keine grundlegenden Probleme innerhalb des Tests. Die Mehrheit verbringt ebenfalls mehr als fünf Tage vor einem Computer mit jeweils zwei bis sechs Stunden am Tag.

Es wurden verschiedene psychische Eigenschaften, Denkweisen oder Einstellungen der spezifischen Nutzergruppe gegenüber dem zu testenden Produkt vermutet, die sich in den Anfangs- und Abschlussinterviews bestätigten.

Bis auf zwei Tests im Labor an der Hochschule der Medien wurden alle Remote in einer (gewohnten) Umgebung an einem eigenen Endgerät (Laptop oder PC) durchgeführt.

5.2.2 Ergebnis und Schlussfolgerungen zur Aufgabe Repräsentativität

Die Website "Informationsdesign" wurde von den Teilnehmern innerhalb des Tests zum ersten Mal aufgerufen und somit kann die Zuverlässigkeit der Ergebnisse sichergestellt werden. Um zu hinterfragen, welche Informationen auf der Website für Eltern am relevantesten sind, wurden diese Aspekte innerhalb einer offenen Frage (siehe Kapitel 4.2.1) zu Beginn abgefragt. Die Testszenarien und darin enthaltenen Aufgaben sind daher als realitätsnah zu werten, da die genannten Antworten bei der offenen Frage innerhalb der Aufgaben aufgegriffen werden. Die im Nutzungskontext festgelegte Nutzergruppe entsprach überwiegend den Teilnehmern. Nicht alle Testteilnehmer befanden sich in der tatsächlichen Situation, dass sich ihr Kind für den Studiengang Informationsdesign an der Hochschule der Medien Stuttgart interessiert, sondern wurden gebeten, sich in diese Situation hineinzusetzen. Für eine sichere Garantie der Ergebnisse sollten erneute Usability-Tests mit den entsprechenden Nutzern durchgeführt werden.

6 Ergebnisse

6.1 Priorisierte Liste der Usability-Probleme nach Severity Rating

Damit eine übersichtliche Betrachtung möglich ist, werden in Tabelle 25 die gefundenen Usability-Probleme nach Clustern sortiert. In diesen Clustern wird mit Unterkategorien gearbeitet, welche wiederum die Usability-Probleme nach Severity-Rating absteigend auflisten. Die Usability-Probleme werden nachfolgend im Detail erläutert (siehe Seitenzahlen in der Tabelle).

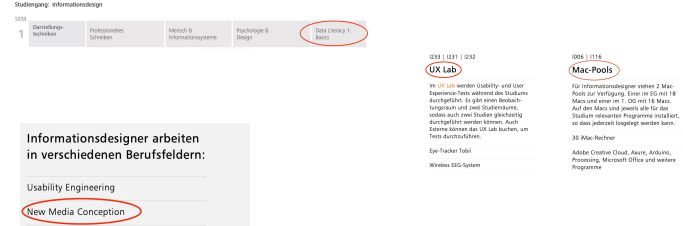
Tabelle Nr. 25: Priorisierte Liste der Usability Probleme

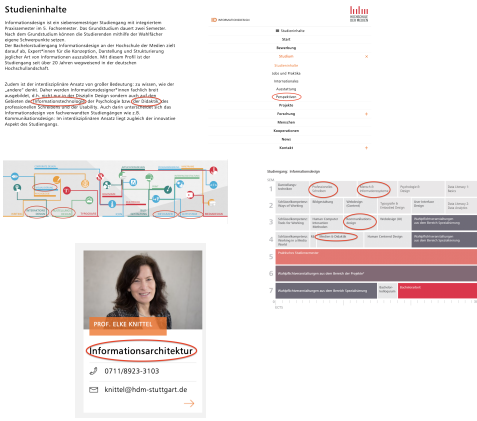
Nr.	Usability-Problembeschreibung	Schweregrad	Seite
Cluster: Sprachverständnis			
1	Problem Nr. 1: Englische Fachbegriffe	3	54
2	Problem Nr. 2: Deutsche Fachbegriffe	3	54/55
3	Problem Nr. 3: Englische Texte	3	55
4	Problem Nr. 4: Langer Text schlecht aufnehmbar	1	56
Cluster: Visuelle Inhalte			
a) Headergrafik			
1	Problem Nr. 5: Headergrafik bei Studieninhalte verwirrend	4	56
b) Modulgrafik			
1	Problem Nr. 6: Grafik Modulübersicht im Vollbild nicht zu verlassen	4	57
2	Problem Nr. 7: Modulgrafik nicht interaktiv	3	57

3	Problem Nr. 8: Modulgrafik suggeriert nicht, dass man sie größer machen kann	3	58
c) Infografik Bewerbung			
1	Problem Nr. 9: Semesteranzahl unklar	2	58
d) Bilder			
1	Problem Nr. 11: Uneinheitliche Gestaltung bei Menschen	3	59
2	Problem Nr. 10: HDM-Logo präsenter als ID-Logo	2	59
e) Video			
1	Problem Nr. 12: Probleme bei Video über Ausstattung	2	59
Cluster: Fehlende Inhalte und nicht erfüllte Erwartungen			
a) Fehlende Inhalte			
1	Problem Nr. 13: Informationen sind auf der gesamten Website nicht vorhanden	4	60
2	Problem Nr. 16: Fehlendes Suchfeld nach Begriffen	3	61
3	Problem Nr. 14: Keine Kontaktmöglichkeit im Impressum	2	60
4	Problem Nr. 17: Website stellt nur einen Teil der Projekte dar	2	61
5	Problem Nr. 15: Fehlende Außenaufnahmen der Hochschule	1	61
b) Enttäuschte Erwartungen			
1	Problem Nr. 20: Moodle-Link irreführend	4	63
2	Problem Nr. 18: Textinhalt entspricht nicht den Erwartungen	2	62
3	Problem Nr. 19: Falsch platzierter Studieninhaltslink	2	62
Cluster: Veraltete, überflüssige und doppelte Informationen			
a) Veraltete Informationen			
1	Problem Nr. 21: Veraltete Informationen	4	63
b) Doppelte Informationen			
1	Problem Nr. 22: Dopplung Inhalt	3	64
c) Überflüssige Informationen			
1	Problem Nr. 23: Überflüssige Informationen	1	64
Cluster: Navigation			
a) Verständnis			

1	Problem Nr. 24: Navigation Schlagwörter unpräzise	4	65
2	Problem Nr. 25: Ordnung der Schlagwörter in der Navigation	4	66
a) Interaktion			
1	Problem Nr. 26: Uneinheitliche Gestaltung bei Drop-Down-Menü	3	66
Cluster: Kontaktformular			
1	Problem Nr. 27: Kontaktformular wird nicht für persönliche Angelegenheiten genutzt	1	67
2	Problem Nr. 29: Reihenfolge der Informationen auf der Kontaktseite	1	67
3	Problem Nr. 28: Platzhalter im Kontaktformular	0	67
Cluster: Weitere Probleme			
1	Problem Nr. 30: Kein Scroll-Hinweis auf Startseite	2	68

6.2 Usability-Probleme im Detail

Problemcluster 1: Sprachverständnis	
Problem Nr. 1: Englische Fachbegriffe	
Schwere des Problems	Anzahl der Teilnehmer: 6 von 6
Severity Rating	3
Ort	Studieninhalt-Seite (1), Ausstattung-Seite (2), Perspektiven-Seite (3)
Elemente	(1) Fachbegriffe in Modulgrafik, Fachbegriffe in Headergrafik & textliche Aufzählung der Studienfächer pro Semester (2) Textliche Darstellung der Räume, unter anderem Überschriften und Fachbegriffe im Text (3) Begriffe unter der Überschrift "Informationsdesigner arbeiten in verschiedenen Berufsfeldern"
Problembeschreibung	(2) Teilnehmer T2 will sich über die Ausstattung der Hochschule informieren, versteht jedoch die englischen Begriffe „MacPool“ und „UX Lab“ nicht: "Für mich sind die Begriffe Mac-Pool und UX-Labor nicht relevant, weil ich sie nicht verstehe." (T2, Segment 2). (1) Teilnehmer T3 informiert sich über die Studieninhalte, antwortet aber auf die Frage des Moderators, ob er/sie mit den Begriffen etwas anfangen kann: "Nicht mit allen. Data Literacy – da kann ich beispielsweise nichts dazu sagen." (T3, Segment 34A). (3) Teilnehmer T3 erkundigt sich über Perspektiven nach dem Studium: "Ich verstehe bei der Hälfte nur Bahnhof. Man könnte auch sagen "Werbeagentur", dann verstehe ich das, aber hier kommt dann halt so etwas wie "New Media Conception [...]. Ich überspringe die Begriffe, die ich nicht verstehe beim Lesen. Es nimmt mir trotzdem die Motivation." (T3, Segment 38). Das Problem besteht darin, dass viele englische Begriffe von der untersuchten Nutzergruppe nicht verstanden werden. Die Website bietet dem Nutzer keine Möglichkeit, deutsche Übersetzungen oder Definitionen der Begriffe zu erhalten. Stattdessen wird davon ausgegangen, dass der Nutzer Englisch versteht und sich in den jeweiligen Fachgebieten auskennt. Auch die Kenntnis zu internen Abkürzungen wie RE (Research-Experience) wird teilweise vorausgesetzt. Ein Teilnehmer versucht mehrmals auf die einzelnen Begriffe zu klicken, um eine Beschreibung oder Übersetzung zu erhalten.
Auflistung Begriffe, die von Teilnehmenden explizit genannt wurden	Begriff wird teilweise nicht verstanden: (1) Usability: Das Wort wird in den Zusammenhang mit Websites gebracht. Es kann allerdings keine richtige Definition abgegeben werden. Es kann auch nicht eingeschätzt werden, was in diesem Bereich im Uni-Kontext gelehrt wird. Begriff wird überhaupt nicht verstanden: (1) Human Computer Interaction, Application Design, Data Literacy (2) Eye-Tracker, MacPool, UX Labor (3) Usability Engineering, New Media Conception, Corporate Communications
Auflistung Begriffe Empfehlung UX Team (Vermutung)	Begriff wird teilweise nicht verstanden: (1) Writing: Es wird mit der Übersetzung "Schreiben" in Verbindung gebracht, allerdings ist nicht klar welche Art von Schreiben gelehrt und vermittelt wird. Icon: Die Nutzer haben dieses Wort schon einmal gehört, können den Begriff aber nicht definieren. Der Begriff wird beispielsweise mit Button, Zeichen oder Symbol verwechselt. Print: Das Wort wird mit "Druck" korrekt übersetzt, jedoch kann nicht eingeschätzt werden, was dieser Themenbereich beinhaltet (z.B. Siebdruck, Indigo und Projekte, die man innerhalb des Studiums durchführt). Mediadesign: Die Nutzer wissen, dass das Wort etwas mit Design zu tun hat und am PC stattfindet, jedoch kann der Umfang des Berufsfeldes nicht vollständig und korrekt eingegrenzt werden. (2) Learner Lab: Die Nutzer wissen, dass es ein Raum zum Lernen ist, jedoch nicht, welche Ausstattung dieser beinhaltet und was genau in diesem gelehrt wird bzw. warum sich dieser gut zum Lernen eignet. Maker Space: Die Nutzer wissen, dass dort irgendwas kreiert wird, aber nicht in welcher Form und mithilfe welcher Materialien. (3) Art Direction: Die Nutzer wissen, dass es sich um einen Beruf im kreativen Bereich handelt, aber können das Berufsfeld nicht genau eingrenzen. Begriff wird überhaupt nicht verstanden: (1) Multitouch, Applicationsdesign, Wireframe, Webdesign (Content), Webdesign (UI), RE, User Interface Design, Data Analytics, Tools of Working, Human Centered Design, Embodied Design (2) Wireless EEG-System (3) Multimedia Production, Corporate Communications
Mögliche Ursachen	Die Website enthält viele englische Wörter, Fachbegriffe und Abkürzungen, die der Laie nicht kennt. Erschwerend kommt hinzu, dass die untersuchte Zielgruppe weniger Kontakt zur englischen Sprache hat und hatte als die jüngere Generation (im Bildungssektor, Privatleben (Social Media) etc. ...). Dementsprechend können die Nutzer sich Fachbegriffe, die sie nicht kennen, nicht immer per Übersetzung herleiten. Insbesondere Begriffe, die nicht gerade aus Grundvokabeln der englischen Sprache zusammengesetzt sind, sondern fortgeschrittene Englischkenntnisse voraussetzen (z.B. Data Literacy) stellen ein Hindernis dar. Manche der aufgelisteten Begriffe sind selbst für Englisch-Kenner nicht greifbar, da Fachwissen im Bereich Technik, Design oder Mensch-Computer-Interaktion vorausgesetzt wird. So zum Beispiel bei den Begriffen Wireless EEG-System oder Embodied Design. Von Seiten der Website wird in solchen Fällen keine Hilfe angeboten. Es wird weder eine Übersetzung, noch eine Erläuterung der Begriffe bereitgestellt.
Screenshots	
Empfehlung	Viele englische Fachbegriffe können ins Deutsche übersetzt werden oder in Deutsch hinter den Begriff geschrieben werden z.B. Tools of Working - Werkzeuge des Arbeitens. So kann sich auch jemand, der kein Englisch kann, etwas darunter vorstellen. Alternativ könnten deutsche Übersetzungen verlinkt werden. Somit könnte sich der Nutzer per Klick auf das Wort eine Übersetzung abholen. Noch besser wären Drop-Downs mit Erklärung direkt auf der Website. Diese sollten erscheinen, sobald der Nutzer auf den Begriff klickt, den er nicht versteht. So ist gewährleistet, dass er die Seite nicht verlässt. Interne Abkürzungen sollten erklärt oder ausgeschrieben werden.
Testaufgabe	1, 2, 3, 5, 6, 7b
Segmente	2, 5b, 7b, 46b, 15b, 16b, 27a, 34a, 38, 53a, 75b, 76d, 77, 80a
Teilnehmer	T1, T2, T3, T4, T5, T6
Problem Nr. 2: Deutsche Fachbegriffe	
Schwere des Problems:	Anzahl der Teilnehmer: 4 von 6
Severity Rating	3
Ort	Studieninhalt - Seite (1), Menschen - Seite (2), Perspektiven - Seite (3)
Elemente	(1) Fachbegriffe im ersten Text der Seite, Fachbegriffe in Modulgrafik, Fachbegriffe in Headergrafik & textliche Aufzählung der Studienfächer pro Semester (2) Textliche Darstellung der Räume, unter anderem Überschriften und Fachbegriffe im Text (3) Begriffe unter der Überschrift "Informationsdesigner arbeiten in verschiedenen Berufsfeldern"

	(1) Teilnehmer T2 bleibt bei den Begriffen "Informationstechnologie, der Psychologie bzw. der Didaktik, des professionellen Schreibens und der "Usability" hängen: "Ich würde mir wünschen, was sich hinter den Begriffen verbirgt, es ist sehr allgemein gehalten, für mich jetzt wären hier konkrete Beispiele gut." (T2, Segment 5A). (1) Teilnehmer T5 versteht die deutschen Modulbezeichnungen nicht: "Ich könnte da jetzt nicht so genau rauslesen, was da dahinter steckt. Da bin ich jetzt zu sehr Laie." (T5, Segment 16a). (1) Teilnehmer T6 versteht die deutschen Vorlesungsbegriffe nicht: "Also ich kann mir nicht so viel darunter vorstellen. Das ist sehr vage. Bei einem Drittel kann ich mir vielleicht etwas darunter vorstellen, bei den anderen Sachen nicht. Sind das (Vorlesungsbegriffe) eher Herangehensweisen oder sind das Techniken?" (T6, Segment 46a). Das Problem liegt bei den Begriffen selbst. Sie setzen teilweise Fachkenntnisse voraus, welche zwar ein Designer besitzen mag, unsere Zielgruppe jedoch nicht. Im Gegensatz zu den englischen Fachbegriffen, beginnen die Teilnehmer hier zwangsläufig eigenständig zu interpretieren. Teilnehmer T1 versteht den Begriff "Informationsarchitektur" falsch: "Informationsarchitektur, dort wird irgendetwas gebildet, zusammengefügt." (T1, Segment 72a). Ähnlich geht es Teilnehmer:in T3: "Bildgestaltung ist wahrscheinlich die Bildbearbeitung mit dem Computer." (T3, Segment 34b). Gäbe es eine genauere Beschreibung zum Studienmodul, wäre klar, dass es sich um eine zeichnerische Veranstaltung handelt und nicht um das Bearbeiten eines Bildes mithilfe von Photoshop.
Auflistung Begriffe, die von Teilnehmenden explizit genannt wurden	Werden teilweise verstanden: (1) Psychologie & Didaktik: Der Kontext zum Studium wird nicht deutlich z.B. wie sehen Psychologie- bzw. Didaktik-Projekte aus, wie sehen Psychologie- bzw. Didaktik-Lehrinhalte für Designer aus? Professionelles Schreiben: Folgendes wird nicht deutlich: Welche Art von Text wird geschrieben? Welche Medien werden bedient? Was heißt im Schreiben-Kontext „professionell“? Werden überhaupt nicht verstanden: (1) Szenografie, Informationstechnologie, Sonderfall: Werden falsch interpretiert (siehe Problembeschreibung) Informationsarchitektur, Bildbearbeitung
Auflistung Begriffe Empfehlung UX Team (Vermutung)	Begriff wird teilweise verstanden: (1) Interaktionsdesign: Nutzer wissen, dass es sich um eine Disziplin des Mediendesigns handelt, aber haben keine Vorstellung, wie die Lerninhalte aussehen bzw. bei welchen Anwendungen Interaktionsdesign eine Rolle spielt. Leitsysteme: Der Kontext zum Studium wird nicht deutlich. Der Begriff wird eher mit Verkehrsplanung in Verbindung gebracht wie mit Design. Es wird nicht deutlich, in welchen Bereichen Leitsysteme benötigt werden und was Informationsdesigner damit zu tun haben? Interdisziplinäres / Transdisziplinäres Projekt: Die Nutzer verstehen, dass es ein übergreifendes Projekt ist, haben aber keine Vorstellung davon, wie so ein Projekt umgesetzt wird und welche Disziplinen zusammengebracht werden? Es wäre für sie interessant zu wissen, was der genaue Unterschied zwischen beiden Projektarten ist und welche Studiengänge alles beteiligt sind. (2) SRL-Fotokamera: Die Nutzer verstehen, dass es sich um eine Kamera handelt, tippen aber bei der Abkürzung SRL im Dunkeln. ID- und EMM-Studierende: Es wird verstanden, dass es sich um Studierende gewisser Studiengänge handelt. Die Abkürzungen sind allerdings intern, deshalb kann nicht erschlossen werden, um welche Studiengänge es sich genau handelt.) (3) Technische Redaktion: Nutzer versteht, dass es ein Berufsfeld ist, hat aber keine Vorstellung davon, was genaue Aufgaben einer Technischen Redaktion sind. Online-Redaktion: Nutzer versteht, dass es ein Berufsfeld ist, hat aber keine Vorstellung davon, was genaue Aufgaben einer Online-Redaktion sind. Begriff wird überhaupt nicht verstanden: (1) Interfacegestaltung, Schlüsselkompetenz, Mensch-und Informationssysteme
Mögliche Ursachen	Die Website enthält viele deutsche Fachbegriffe und Abkürzungen (z.B. EMM-Studierende), welche die Nutzer, die sich nicht mit den unterschiedlichen Bereichen des Informationsdesigns oder der HDM auseinandergesetzt haben, nicht kennen. Das eigenständige Herleiten gelingt nur in einigen Fällen, da viele Begriffe in mehrere Richtungen interpretiert werden können (z.B. Bildgestaltung). Es wird von Seiten der Website keine Erläuterung der Begriffe angeboten.
Screenshots	
Empfehlung	Bei deutschen Fachbegriffen könnten Verlinkungen zu Erklärungen ergänzt werden. Noch besser wären Drop-Downs mit Erklärungen direkt auf der Website, welche aufklappen, sobald der Nutzer auf die Begrifflichkeit des Nicht-Verstehens klickt. Abkürzungen sollten ausgeschrieben werden z.B. ID-Studierende - Informationsdesign-Studierende
Testaufgabe	2, 3, 5, 7
Segmente	5a, 7a, 15a, 16a, 34b, 46a, 72a, 74a
Teilnehmer	T1, T2, T5, T6

Problem Nr. 3: Englische Texte	
Schwere des Problems:	Anzahl der Teilnehmer: 2 von 6
Severity Rating	3
Ort	Menschen-Seite (1), Forschungs-Seite (2)
Elemente	(1) Lebenslauf von Prof. Burmester (2) Forschungsprojekte
Problembeschreibung	(1) Teilnehmer T3 möchte sich über die Vita von Prof. Burmester schlau machen, stoppt jedoch beim ersten Wort und bricht das Vorhaben ab: "Jetzt müsste ich mir Mühe geben und Zeit nehmen, diesen englischen Text zu verstehen und darauf habe ich gerade so gar keine Lust. Das ist mir zu kompliziert für so einen groben Überblick. Der Aufwand lohnt sich nicht." (T3, Segment 39). (2) Auch Teilnehmer 5 verpasst Informationen, wegen englischer Sprache. Obwohl er sich eigentlich über die verschiedenen Forschungsprojekte informieren will, muss er passen: "Ah da wirts bei mir schon schwierig, das ist Englisch. Also das les ich mir nicht durch." (T5, Segment 22a). Das Problem besteht darin, dass sich englische Texte auf der Website befinden. Die englische Sprache ist für unsere Zielgruppe schwerer aufzunehmen, als die Deutsche. Selbst wenn die Teilnehmer den englischen Text mit ihren Kenntnissen und verschiedenen Hilfsmitteln (z.B. Google-Übersetzer) übersetzen könnten, tun sie dies nicht. Der Zeitaufwand, sowie die erforderliche Kapazität sind im Vergleich zum Informationsgehalt bzw. Mehrwert des Textes zu hoch.
Mögliche Ursachen	Es wird von Seiten der Website keine Übersetzung angeboten. Die englischen Texte sind zudem teilweise lang und in keinem Niveau verfasst, das Anfänger verstehen könnten. Vokabeln wie "obtained" und "consultancy", sind beispielsweise keine englischen Wörter, mit denen unsere Zielgruppe oft Kontakt hat.

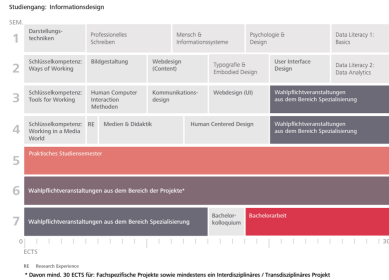
<div data-bbox="138 143 386 174" data-kind="parent" data-rs="2">  </div> <div data-bbox="138 174 386 259"> <p>Screenshots</p> </div>	 I studied psychology at the University of Regensburg and obtained my PhD in psychology on user interfaces for elderly people at the University of Wuppertal. In 1982 I began as a researcher at the Fraunhofer Institute for Industrial Engineering and joined Siemens Corporate Technology in 1997 as a researcher for usability engineering. From 2000 until 2002, I was head of the Munich office and the usability engineering department of the usability consultancy User Interface Design GmbH (UID). Since September 2002 I have been professor for ergonomics and usability at Stuttgart Media University where I have established the User Experience Research Lab. I am the Vice Dean for Research of Stuttgart Media University's Faculty of Information and Communication and the representative of the Information Experience and Design Research Group.
<div data-bbox="138 143 386 174" data-kind="ghost"></div> <div data-bbox="138 174 386 259"></div> <div data-bbox="138 259 386 311"> <p>Empfehlung</p> </div> <div data-bbox="138 311 386 365"> <p>Testaufgabe</p> </div> <div data-bbox="138 365 386 418"> <p>Segmente</p> </div> <div data-bbox="138 418 386 521"> <p>Teilnehmer</p> </div>	Die Texte auf der Website sollten einheitlich in einer Sprache verfasst sein. Da sich die Seite vor allem an deutschsprachige Besucher adressiert, sollten alle Texte, inklusive die, welche die Dozenten und Dozentinnen selbst formuliert haben, in deutscher Sprache abgebildet werden. Für anderssprachige Interessenten könnte es wiederum gut sein, wenn es eine Möglichkeit gäbe, die komplette Website ins Englische zu übersetzen. Wichtig ist nur, dass keine Mischung entsteht und eine deutsche Website-Version in jedem Fall enthalten bleibt. 3, 5, 6, 7 22a, 24, 34b, 39 T3, T5

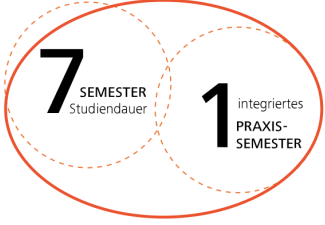
Problemcluster 2: Visuelle Inhalte

a) Headergrafik

Problem Nr. 5: Headergrafik bei Studieninhalte verwirrend	
Art des Problems	Verständnisproblem und Interaktionsproblem
Schwere des Problems:	Anzahl der Teilnehmer: 5 von 6
Severity Rating	4
Ort	Studieninhalt-Seite (1)
Elemente	(1) Grafik 1 bzw. Headerinfografik
Problembeschreibung	(1) Teilnehmer T3 stößt bei der Suche nach den Studieninhalten auf die Headergrafik und hat nicht nur Probleme, ihren Inhalt zu verstehen, sondern erwartet auch, dass sie interaktiv ist: "Die Visualisierung finde ich auf den ersten Blick verwirrend. Weiß ich jetzt auch nicht, ob ich da irgendwo draufklicken kann oder nicht. Natürlich nicht. Vermutlich sind das so die einzelnen Unterpunkte, aber das wäre mir persönlich zu konfus. Das sagt mir gar nichts irgendwie." (T3, Segment 29). Das Problem besteht also nicht nur darin, dass die Bedeutung der Grafik an sich nicht nachvollzogen werden kann, sondern auch, dass die einzelnen Iconpunkte den Eindruck vermitteln, dass sie Knöpfe wären, auf welche man klicken kann, um mehr zu den jeweiligen Fachgebieten zu erfahren.
Mögliche Ursachen	Die Nutzer benötigen viel Zeit und Aufmerksamkeit, die Headerinfografik zu studieren, ohne am Ende von ihr Nutzen zu tragen. Das liegt daran, dass die Verbindungslinien zwischen den Icons konfus durcheinander laufen und die Nutzer genau hinschauen müssen, um ihnen zu folgen. Sie laufen teilweise ineinander oder scheinen auf den ersten Blick, einfach aufzuführen. Es gibt keine Kontinuität. Keine Struktur. Und selbst wenn es den Nutzern gelingt, den Linien zu folgen, wird kein Zusammenhang zwischen den Disziplinen, die nebeneinanderstehen, oder deren Linien sich kreuzen, sichtbar. Auch die Farben scheinen willkürlich zugewiesen. Somit ist das Gestaltungsgesetz der Ähnlichkeit angewandt, obwohl es keine Zusammenhänge zwischen Icons derselben Farbe gibt. Die Icons selbst stehen weit von ihrer Bezeichnung entfernt und verletzen somit das Gesetz der Nähe. Ihr Zweck erschließt sich nicht, denn einige der Begriffe sind nur schwer als Icon darstellbar und wenn der Text ohnehin dasteht, hätte es das Icon nicht benötigt. Hinzu kommt: Die Icons erwecken den Anschein von Knöpfen. Das liegt daran, dass sie rund sind, einen Hintergrund haben und die Nutzer weiterhin verzweifelt nach einer Sinnhaftigkeit der Grafik suchen. Alles in Allem sorgen die aufgezählten Punkte in Kombination mit den schwer verständlichen deutschen und englischen Fachbegriffen dafür, dass die Teilnehmer verwirrt sind und sich nicht weiter mit der Grafik auseinandersetzen wollen.
Screenshots	The screenshot shows a header infographic with a complex, tangled network of lines and icons. The lines connect various design disciplines, but the connections are confusing and do not clearly represent any specific relationships. The icons are small and difficult to identify, and the overall layout is cluttered and lacks a clear structure.
Empfehlung	Die Headergrafik sollte ausgetauscht oder komplett entfernt werden, da sie äußerst komplex erscheint und beinahe keinen inhaltlichen Mehrwert bietet. Stattdessen sorgt sie für negative Erlebnisse mit der ID-Website. Bilder von aktuellen Projekten oder Bildern, welche die einzelnen Studiendisziplinen veranschaulichen (mit Name der jeweiligen Disziplin), würden beispielsweise einen konkreten Einblick in die Studieninhalte geben und so einen besseren ersten Eindruck liefern.
Testaufgabe	1, 2 & 3

Segmente	3, 6, 15d, 29, 45b, 75a
Teilnehmer	T1, T2, T3, T5, T6
b) Modulgrafik	
Problem Nr. 6: Grafik Modulübersicht im Vollbild nicht zu verlassen	
Art des Problems	Interaktionsproblem
Schwere des Problems:	Anzahl der Teilnehmer: 3 von 6
Severity Rating	4
Ort	Studium - Studieninhalt-Seite (1)
Elemente	(1) Grafik für Modulübersicht Studiengang Informationsdesign bei Unterpunkt Aufbau und Schwerpunkte
Problembeschreibung	(1) Teilnehmer T3 will die Modulinfografik wieder schließen, findet dazu jedoch keinen Button und klickt mitten auf die Infografik. Es wird in die Grafik gezoomt und nach erneutem Klicken wieder rausgezoomt. Die Grafik nimmt jedoch weiterhin den ganzen Bildschirm ein: "Wie kriege ich das jetzt wieder kleiner? Da habe ich jetzt schon ein Problem." (T3, Segment 32). Teilnehmer T3 bleibt am Ende nichts übrig, als den "Zurück"-Button des Browsers zu nutzen. (1) Teilnehmer T1 hat ebenfalls große Schwierigkeiten wieder aus der Infografik herauszukommen. Es werden auf gut Glück verschiedene Tasten geklickt. Auch hier hilft nur der Zurück-Button des Browsers. Es dauert insgesamt sehr lange bis das gewünscht Ergebnis erzielt wird: "Wie kommen ich zurück? "Man bleibt beim Bild hängen." (T1, Segment 76b) Problematisch ist hier, dass der von den Nutzern erwartete Schließ-Button für die Grafik nicht existiert. Für gewöhnlich befindet sich ein rotes "X" in einer der oberen Ecken. Das haben die Nutzer in anderen Anwendungen und auf anderen Websites erlernt. In diesem Fall bietet die Website auch keine andere Möglichkeit, die Grafik zu verlassen. Kommen die Nutzenden nicht auf die Idee, den Zurück-Button des Browsers zu nutzen, stecken sie in der Grafik fest.
Mögliche Ursachen	Website bietet keine Möglichkeit, die Grafik zu verlassen. Gängige Methode wie der Shortcut "ESC" oder der "Verlassen"-Button existieren nicht. Es wird keine korrekte Handlungsweise aufgezeigt. Der Nutzer muss sich selbst herleiten, was er zu tun, hat. Sein Gedankengang könnte beispielsweise so aussehen: "Ich habe auf die Grafik geklickt, um sie zu vergrößern, wahrscheinlich muss ich dasselbe tun, um sie wieder zu verlassen." Klickt der Nutzer jedoch auf die vergrößerte Grafik, wird nur noch weiter in sie hineingezoomt. Das wiederum führt zu Irritation und einem negativen Erlebnis. Insgesamt wird hier die dritte Heuristik von Nielsen, nämlich Nutzungskontrolle und Freiheit, verletzt. Darum ist dieses Problem als Usability-Desaster eingestuft.
Screenshots	
Empfehlung	Es sollten gängige Methoden wie der Shortcut "ESC" funktionieren. Außerdem sollte ein "Zurück", "X"- oder "Vollansicht verlassen"-Button eingebaut und auffällig platziert werden.
Testaufgabe	3
Segmente	32, 55b, 76b
Teilnehmer	T1, T3, T4
Problem Nr. 7: Modulgrafik nicht interaktiv	
Art des Problems	Interaktionsproblem
Schwere des Problems:	Anzahl der Teilnehmer: 4 von 6
Severity Rating	3
Ort	Studium - Studieninhalt-Seite (1)
Elemente	(1) Unterpunkt Aufbau und Schwerpunkte, Grafik für Modulübersicht Studiengang Informationsdesign
Problembeschreibung	(1) Teilnehmer T4 klickt auf Feld "Wahlpflichtveranstaltungen aus dem Bereich Spezialisierung" und erwartet, dass nähere Informationen erscheinen. Das Feedback des Systems bleibt allerdings aus: "Jetzt will ich mehr Informationen über ein einzelnes Fach bekommen. Kann ich da drauf klicken? Ah ne, das klappt nicht." (T4, Segment 56). Die Modulgrafik bietet folglich nicht genügend Anschluss für die Nutzer, da mit dieser nicht interagiert werden kann. Somit können zwar die Bezeichnungen der Module selbst gelesen und innerhalb des Studiums eingeordnet werden, aber keine weiterführenden Informationen zu den einzelnen Studienfächern erhalten werden. Diese sind allerdings oft nötig (siehe Problem 1 und 2). (1) Das zeigt auch nochmal Teilnehmer T5, der das Problem in eigenen Worten wie folgt beschreibt: "Da ist viel gestalterisch, schriftlich und inhaltlich. Ganz viele Fachbegriffe. Das sagt mir jetzt alles nichts. Die Grafik ist verwirrend. Da sind ein paar Bildchen, die mir jetzt auch nichts sagen. Wenn ich so eine Grafik seh, dann geh ich drauf und klick es an und bekomme dann etwas erklärt." (T5, Segment 15c). (1) Was beim Klick stattdessen passieren kann, falls die Grafik noch klein ist, erlebt Teilnehmer T1: "Vielleicht kann man das ja auch anklicken (Module). Ne, wird nur größer." (T1, Segment 76a). Die Erwartung der Nutzer bleibt nicht nur unerfüllt, es passiert auch noch etwas Unerwartetes. Die Grafik wird größer und sie stoßen auf Problem 6.
Mögliche Ursachen	Interaktionen mit Grafiken, die zur Übersicht dienen, sind mittlerweile keine Seltenheit mehr. Darum erwarten die Nutzer, dass sie die einzelnen Kästen anklicken können. Das liegt nicht nur daran, dass ein Pointer erscheint, wenn man über die Kästen hovert, und die Informationen, die sie beim Klick erwarten, nirgendwo anders auf der Website aufzufinden sind, sondern auch daran, dass die Kästen durch die Zwischenräume voneinander getrennt sind und so den Eindruck von Buttons vermitteln. Dadurch kommt es zu Fehlern in der Benutzung, sowie negativen Emotionen, was sich schlussendlich bei allen Nutzern durch Unzufriedenheit auszeichnet.
Screenshots	
Empfehlung	Den Verbesserungsvorschlag liefern in diesem Fall die Teilnehmer selbst. Teilnehmer 2 schlägt vor: "Als Verbesserungsvorschlag: Wenn ich hier auf die einzelnen Kapitel klicken könnte und es würde nochmal ein Feld aufgehen, das mir so in 3-4 Zeilen beschreibt, was ich jetzt zum Beispiel hier unter den Begriff "Webdesign" verbirgt, wäre das super." (T2, Segment 7c). Auch Teilnehmer 3 meint: "Schön wäre es jetzt, wenn es beim Klicken anzeigen würde, was es für Spezialisierungen gäbe." (T3, Segment 31). Die Grafik sollte also interaktiv und klickbar gestaltet werden. Einzelne Fächer bzw. Module sollten angeklickt werden können, woraufhin eine kurze Beschreibung von beispielsweise 3-4 Sätzen (z.B. als Dropdown) das Wichtigste eines Modules zusammenfasst. Die einzelnen Kästen sollten dann aufs Hovern reagieren (sich leicht verfärben), um eindeutig zu signalisieren, dass man sie anklicken kann.
Testaufgabe	3
Segmente	7c, 31, 56, 76a

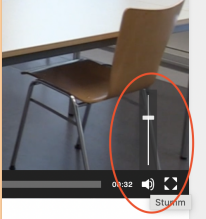
Teilnehmer	T1, T2, T3, T4
Problem Nr. 8: Modulgrafik suggeriert nicht, dass man sie größer machen kann	
Art des Problems	Interaktionsproblem
Schwere des Problems:	Anzahl der Teilnehmer: 1 von 6
Severity Rating	3
Ort	Studieninhalt-Seite (1)
Elemente	(1) Grafik für Modulübersicht Studiengang Informationsdesign
Problembeschreibung	Teilnehmer T1 findet die Modulübersicht-Infografik zu klein, klickt auf sie und ist überrascht: "Das ist aber klein, ah, das kann man größer machen." (T1, Segment 76c). Das Problem besteht nicht darin, dass die Grafik vergrößerbar ist, denn das ist sehr gut, sondern darin, dass die Nutzer nicht wissen, dass sie beim Klick größer wird. An der Überraschung von Teilnehmer 1 wird deutlich, dass er bis zum Moment des Ausführens seines Plans nicht sicher war, ob sein Vorhaben tatsächlich gelingt. Dieses Problem kann im schlechtesten Fall dazu führen, dass die Funktion des Vergrößerns gar nicht erst entdeckt wird.
Mögliche Ursachen	Das Einzige, was andeutet, dass mit der Grafik interagiert werden kann, ist der Mauszeiger, der sich zu einem Pointer verändert, wenn man über die Grafik hovers. Das könnte aber genauso gut bedeuten, dass man die einzelnen Kästen anklicken kann (siehe Problem 7). Es fehlt ein explizites, verständliches und dauerhaft sichtbares Zeichen, das darauf hinweist, dass die Grafik vergrößerbar ist. Nur so weiß der Nutzer sicher, wie er mit der Grafik interagieren kann und was beim Klick auf sie passiert.
Screenshots	 Studiengang: Informationsdesign 1. Darstellung: ... 2. ... 3. ... 4. ... 5. ... 6. ... 7. ... ECTS W. Award System *Dabei mind. 30 ECTS für Fachspezifische Projekte sowie mindestens ein Interdisziplinäres / Transdisziplinäres Projekt
Empfehlung	Man könnte ins untere Eck der Grafik einen Button mit entsprechendem Zeichen setzen. Beispielsweise eine Lupe oder das typische "Vergrößern"-Zeichen, das man von diversen Video-Plattformen (z.B. Youtube) kennt. Es wäre ebenfalls eine Überlegung wert, die Grafik standardmäßig groß abzubilden, damit die Nutzer sie gar nicht vergrößern müssen. Alle Teilnehmer des Testes haben die Grafik vergrößert betrachtet, da kam die Frage auf, warum die Grafik überhaupt so klein abgebildet wird?
Testaufgabe	3
Segmente	76c
Teilnehmer	T1

c) Infografik (Bewerbung)	
Problem Nr. 9: Semesteranzahl unklar	
Art des Problems	Verständnisproblem
Schwere des Problems:	Anzahl der Teilnehmer: 1 von 6
Severity Rating	2
Ort	Bewerbung-Seite (1)
Elemente	(1) Zahlen in Headergrafik
Problembeschreibung	(1) Teilnehmer T6 wählt den optimalen Weg und liest alle Informationen sorgfältig durch, hat aber immer noch eine offene Frage zu der Semesteranzahl. Das Problem liegt bei der Darstellung der Kreise beim Punkt "Semester". Sie suggerieren durch ihre Darstellung und ihr Wording nicht eindeutig, wie lange das Studium tatsächlich dauert. Das führt bei Teilnehmer 6 zu Unklarheit: "7 Semester Studium plus ein Praxissemester vermute ich? 8 dann insgesamt? Oder 6 plus 1? Das finde ich etwas verwirrend." (T6 Segment 44b).
Mögliche Ursachen	Die Grafik kann auf zwei verschiedene Weisen interpretiert werden. Entweder auf die Richtige, also dass es 7 Semester Studiendauer sind und es innerhalb dieser 7 Semester ein Praxissemester gibt (also 7 Semester gesamt), oder, der Falsche, nämlich dass es 7 Semester Studiendauer und ein Praxissemester sind (also 8 Semester gesamt). Zweitere Annahme liegt besonders nahe, weil die großen Zahlen in zwei unterschiedlichen Kreisen stehen. Das erweckt die Annahme, dass die Zahlen wie bei einer Mathemaufgabe addiert werden müssen. Achtet der Nutzer also nur auf die Kreise, die fett markierten Wörter und die großen Zahlen, wird er die Semesteranzahl tendenziell falsch interpretieren. Liest er alles auf der Grafik, wie unser Teilnehmer, liegt die richtige Interpretation vielleicht näher, jedoch kann es, wie wir erfahren mussten, immernoch zu Verwirrung kommen. Das Praxissemester könnte sowohl in den 7 Semestern Studiendauer, als auch im Studium selbst integriert sein. Somit suggeriert auch das Wording nicht deutlich, um wie viele Semester es sich nun handelt.
Screenshots	
Empfehlung	Option 1: Die Zahl "7" könnte größer abgebildet sein als die Zahl "1". Dadurch wird ihr eine größere Wichtigkeit zugesprochen. Sie ist hierarchisch übergeordnet. Beide Zahlen sollten dann in einem Kreis stehen. Option 2: Man stellt weiterhin zwei Kreise dar. Auf dem einem steht "6 Studiensemester" und auf dem anderen "1 Praxissemester". Dann setzt man ein Plus dazwischen. So ist die Semesteranzahl eindeutig.
Testaufgabe	1
Segmente	44b
Teilnehmer	T6

d) Bilder	
Problem Nr. 10: HdM-Logo präsenter als ID-Logo	
Schwere des Problems:	Anzahl der Teilnehmer: 1 von 6
Severity Rating	2
Ort	Gesamte Website
Elemente	(1) Startseite-Seite, Bereich ganz oben
Problembeschreibung	(1) Teilnehmer T2 denkt er befände sich auf der HdM-Website. Einwand des Mod: "Ein kurzer Einwand meinerseits, Sie befinden sich auf der Seite des Studiengangs Informationsdesign. Was bringt Sie zu der Annahme, dass Sie sich auf der Seite der Hochschule der Medien befinden?" Teilnehmer T2 antwortet: "Das Logo der HdM rechts oben ist so präsent." (T2, Segment 1c). Das Problem ist, dass die Gewichtung der Logos auf der Website die Nutzer fälschlicherweise. Sie denken, sie befänden sich auf der HdM-Website, obwohl sie auf der reinen Informationsdesign-Website sind.
Mögliche Ursachen	Das Logo der HdM rechts oben sticht mehr ins Auge als das Logo des Studienganges selbst. Das liegt nicht nur daran, dass es ebenfalls ganz oben auf der Website und somit an einer üblichen Stelle für das Firmenlogo platziert ist, sondern auch an seiner Farbe und seiner Größe. Rot ist eine Warnfarbe und sticht somit direkt ins Auge. Außerdem ist es größer dargestellt als das "Informationsdesign"-Logo, womit ihm vom Nutzer eine größere Wichtigkeit zugesprochen wird.
Screenshots	
Empfehlung	Das Informationsdesign Logo sollte größer dargestellt und auffälliger platziert werden. Das HdM-Logo sollte dafür etwas passiver anmuten (z.B. könnte es sich nur im Footer befinden oder deutlich kleiner werden).
Testaufgabe	1
Segmente	1a
Teilnehmer	T2

Problem Nr. 11: Uneinheitliche Gestaltung bei "Menschen"	
Schwere des Problems:	Anzahl der Teilnehmer: 3 von 6
Severity Rating	3
Ort	Menschen-Seite
Elemente	(1) Gestaltung der Kacheln (2) Informationen über Professoren
Problembeschreibung	(1) Teilnehmer T2 informiert sich über die Menschen an der Hochschule. "Was mich irritiert, dass das eine Fenster nicht so groß ist, wie alle anderen, das wirkt ein bisschen unruhig." (T2, Segment 10). Die Kacheln der Studiengangsmitarbeiter unterscheiden sich in ihrer Höhe und wirken auf den Testteilnehmer daher uneinheitlich. (2) Teilnehmer T2 klickt auf die einzelnen Professoren. "Warum sehe ich bei Prof. Ralph Tille eine deutsche Vita und bei Herrn Burmester eine Englische?" (T2, Segment 11). Die Darstellung der jeweiligen Vita unterscheiden sich in Inhalt, Darstellung und Sprache und werden daher als Uneinheitlich wahrgenommen. Das wiederum wirkt unprofessionell.
Mögliche Ursachen	Bei (1) wird das Gestaltgesetz der Kontinuität verletzt. Deshalb wirkt die Darstellung unästhetisch. Das "e", das beim Wort "Kommunikationspsychologie" eine Zeile weiter nach unten rutscht, darf typografisch nicht passieren. Es erschwert nicht nur das Lesen, sondern ist schlicht ein falscher Umbruch. Bei (2) herrscht ebenfalls Uneinheitlichkeit. Die Nutzer müssen sich immer wieder neu auf die Darstellung der verschiedenen Personen einstellen. Neben den Lebensläufen sind auch die Zitate in unterschiedlichen Sprachen dargestellt. Manchmal fehlen ganze Lebensläufe, manchmal Zitate. Bei Prof. Dr. Yvonne Kammerer beispielsweise können die Nutzer nicht erfahren, welche Laufbahn sie für das Unterrichten ihrer Fächer qualifiziert.
Screenshots	
Empfehlung	Die Kacheln sollten alle auf derselben Höhe enden. Die Typografie sollte korrekt umbrechen. Die Inhalte der dargestellten Menschen sollten aufeinander angepasst sein. Zitate und Lebensläufe sollten in Deutsch dargestellt und überall vorhanden sein.
Testaufgabe	6
Segmente	10, 11, 25, 67
Teilnehmer	T2, T5, T4

e) Video	
Problem Nr. 12: Probleme bei Video über Ausstattung	
Schwere des Problems:	Anzahl der Teilnehmer: 1 von 6
Severity Rating	2
Ort	Ausstattung-Seite
Elemente	(1) Video der Lehrräume Tonregler (2) Video der Lehrräume Einrichtung

Problembeschreibung	(1) Das Video über die Lehrräume des Studienganges Informationsdesign verfügt über einen Tonregler. Dieser suggeriert, dass das Video über Ton verfügt. In etwa, dass die Räumlichkeiten erklärt werden. Das Problem liegt darin, dass das Video keinen Ton besitzt und die Nutzer deshalb denken, dass ihr Ton nicht funktioniert. Teilnehmer T3 schiebt den Tonregler des Videos hoch, runter und wieder hoch: "Also bei mir kommt da jetzt kein Ton. Keine Ahnung, woran das liegt. Ich glaube da funktioniert etwas nicht. Finde ich schade, ich dachte da sagt jetzt jemand etwas im Hintergrund zu diesen Räumen." (T3 Segment 40). (2) Das Video über die Lehrräume des Studienganges Informationsdesign ist für Teilnehmer T5 nicht zufriedenstellend. Bemängelt wird die schlechte Einrichtung der Räume. Mod "Welchen Eindruck hinterlässt das Video bei Ihnen? Wie ist die Ausstattung so?" "Eher spartanisch. Nüchtern. Die Stühle sehen nicht gerade bequem aus. Ein Pflänzchen, ein bisschen Farbe oder ein Bild an der Wand, fänd ich zum Wohlfühlen ganz hübsch." (T3 Segment 41).
Mögliche Ursachen	(1) Da das Mikrofon nicht durchgestrichen ist, wird signalisiert, dass es an ist. Wenn nun der Tonregler nach oben geschoben wird, kommt jedoch kein Ton. Das bricht die Erwartungstreue, denn von einem Video, bei dem es einen Tonregler gibt, erwartet man auch Ton. Sonst wäre der Regler ja unnötig. Es entsteht Verwirrung. (2) Der Einrichtungsstil der HDM trifft nicht jeden Geschmack. Das kann er auch gar nicht. Wir als Testteam sehen dieses Problem deshalb in jedem Fall nicht bei der Website.
Screenshots	
Empfehlung	(1) Wenn der Regler für den Ton und das Lautsprecher-Icon nicht da wären, würde das Problem nicht auftauchen. Alternativ könnte man auch Ton ergänzen. Eine vertonte Erklärung zu den Räumen würde dem Video sicherlich gut tun und für Aufschluss sorgen, was in den Räumen gemacht wird bzw. wozu sie da sind. (2) Da es nicht um die Website geht, sondern um die Einrichtung der Hochschule, geben wir hier keine Empfehlung.
Testaufgabe	7b
Segmente	40, 41
Teilnehmer	T3

Problemcluster 3: Fehlende Inhalte & nicht erfüllte Erwartungen

a) Fehlende Inhalte

Problem Nr. 13: Informationen sind auf der gesamten Webseite nicht vorhanden

Schwere des Problems:	Anzahl der Teilnehmer: 6 von 6
Severity Rating	4
Ort	Gesamte Website
Elemente	Gesamte Website
Problembeschreibung	Viele Informationen, welche die Teilnehmer wissen wollen und von der Website erwarten würden, fehlen auf der gesamten Website: Teilnehmer T6 ist auf der Suche nach dem NC, welcher auf der Website nicht preisgegeben wird (T6, Segment 44a). Teilnehmer T5 benötigt eine Erklärung der Begriffe bei Grafik 2, auf der Seite "Studieninhalte". Diese Erklärungen der Studienmodule sind allerdings auf der gesamten Website nicht vorhanden (T5, Segment 1a). Teilnehmer T2 ist auf der Suche nach der ungefähren Bewerberanzahl pro Semester. Diese Information ist aber auf der gesamten Website nicht vorhanden (T2, Segment 44a). Teilnehmer T3 möchte sich über die Mensa und die "Chill-Ecken" des Campus informieren. Diese Informationen sind aber auf der gesamten Website nicht vorhanden (T3, Segment 13b). Teilnehmer T5 möchte mehr über den Ablauf der Verteilung der 30 Studienplätze auf die Bewerber erfahren, d.h. wie viele Plätze jeweils auch an Auslandsstudierende gehen. Diese Informationen sind aber auf der gesamten Website nicht vorhanden (T5, Segment 70b). Teilnehmer T4 vermisst "den Wohnraum und Dinge wie Supermarkt und eventuelle Bars." (T4, Segment 70b).
Mögliche Ursachen	Gewisse Informationen, wie beispielsweise der NC und die Platzverteilung unter den Bewerbern, werden nicht preisgegeben. In diesen Punkten würde mehr Transparenz auch zu mehr Aufschluss führen. Informationen zum Campus und zur Umgebung fehlen ebenfalls. Dies alles führt bei den Nutzern nicht nur zu Ungewissheit und langen erfolglosen Suchen, sondern auch zu Fehlinterpretationen und erschwerlicher Suche per Google und Co..
Screenshots	-
Empfehlung	Die fehlenden Informationen, vor allem die Beschreibungen der einzelnen Modulhalte und die Informationen zur Bewerbung, die der Studiengang preisgeben kann, sollten auf der Website ergänzt werden. Informationen zum Campusleben könnten per entsprechendem Link (z.B. auf die HDM-Website) mitgegeben werden.
Testaufgabe	1, 3, 5, 7a, 7b
Segmente	1b, 12, 13b, 15e, 26, 44a, 47b, 57, 58, 59, 70b, 80b
Teilnehmer	T1, T2, T3, T4, T5, T6

Problem Nr. 14: Keine Kontaktmöglichkeit im Impressum

Schwere des Problems:	Anzahl der Teilnehmer: 2 von 6
Severity Rating	2
Ort	Impressum - Seite (1)
Elemente	(1) gesamte Seite
Problembeschreibung	(1) Teilnehmer T3 ist auf der Suche nach einer Kontaktmöglichkeit und vermutet sie im Impressum. Dort ist sie allerdings nicht aufzufinden (T3, Segment 35). (1) Auch Teilnehmer T6 erwartet die Kontaktaufnahme unter "Impressum" und wird enttäuscht (T6, Segment 49a). Das Problem besteht darin, dass eine Kontaktmöglichkeit im Impressum fehlt. Dabei ist dies eigentlich üblich.
Mögliche Ursachen	Die Erwartung, dass sich eine schnelle Kontaktmöglichkeit (E-Mail, Telefonnummer etc. ...) im Impressum befindet, liegt nahe. Das sind die Nutzer von anderen Seiten gewohnt. Aus diesem Grund lesen sie die ganze Seite bis zum Ende, um dann festzustellen, dass sich dort keine Kontaktmöglichkeit befindet. Im Impressum sollte eine Kontaktmöglichkeit zu finden sein.
Screenshots	-

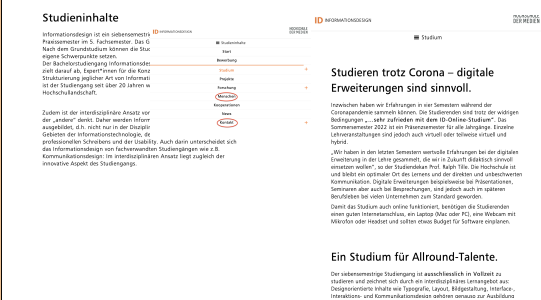
Empfehlung	Eine Kontaktmöglichkeit in Form einer E-Mail-Adresse oder Telefonnummer sollte ins Impressum eingefügt werden.
Testaufgabe	5
Segmente	35, 49a
Teilnehmer	3, 6

Problem Nr. 15: Fehlende Außenaufnahmen der Hochschule	
Schwere des Problems:	Anzahl der Teilnehmer: 1 von 6
Severity Rating	1
Ort	Ausstattung-Seite (1)
Elemente	(1) Video "Ausstattung im Studiengang" und Bilder zu den einzelnen Räumlichkeiten
Problembeschreibung	Teilnehmer T5 hat sich die ganze Ausstattung-Seite angeschaut, vermisst jedoch Aufnahmen von außen: "Ich kann mir ein Bild machen. Aber das schöne bei Google ist, da bekommt man Fotos von Außen. Da sieht man auch diesen schönen roten Schriftzug. Das fände ich cooler, weil das ist ja die Identifikation von der Schule. Den vermiss ich hier ein bisschen." (T5, Segment 27b). Das Problem ist, dass die Website beinahe keine Bilder enthält, welche die Hochschule und den Campus von außen zeigen.
Mögliche Ursachen	Teilnehmer 5 kennt in diesem Fall die Hochschule und weiß, dass das Gebäude, sowie der HDM-Schriftzug sehr markant und modern anmuten. Andere Nutzer wissen dies nicht. Das Problem ist also, dass zwar Bilder des Innenlebens der HDM gezeigt werden, das Gebäude jedoch nicht von außen beleuchtet wird. Somit können sich die Nutzer kein allumfassendes Bild des Hochschulgebäudes machen. Zudem bietet das moderne Gebäude auch von außen eine gute Möglichkeit für die Hochschule zu werben.
Screenshots	/
Empfehlung	Es wäre empfehlenswert, Bilder, welche die Hochschule von außen, sowie den roten HDM-Schriftzug zeigen, in die Seite "Ausstattung" zu integrieren. Das könnte beispielsweise ein Video sein, welches einen Drohnenflug um das Informationsdesign-Gebäude zeigt, oder Bilder die das Gebäude von verschiedenen Winkeln darstellen. Ein gefilterter Rundgang zwischen den verschiedenen Gebäuden wäre auch eine Möglichkeit.
Testaufgabe	7b
Segmente	27b
Teilnehmer	5

Problem Nr. 16: Fehlendes Suchfeld nach Begriffen	
Schwere des Problems:	Anzahl der Teilnehmer: 2 von 6
Severity Rating	3
Ort	Gesamte Website
Elemente	Gesamte Website
Problembeschreibung	Der Teilnehmer findet bestimmte Informationen auf der Website nicht über die Navigation. Ihm fehlt eine Möglichkeit nach bestimmten Suchbegriffen zu filtern. Diese Funktion bietet die Website aber leider nicht. Daher wünschen sich die Nutzenden ein globales Suchfeld, indem sie die entsprechenden Schlagwörter eingeben und Inhalte vorgeschlagen bekommen. Teilnehmer T6 sucht die Lehrenden an der HDM: „Ich würde jetzt nicht, wie ich eine bestimmte Person finde. Gibt es ein Suchfeld?“ (T6, Segment 66) Teilnehmer T4 sucht nach Berufen nach dem Studium: „Gibt es hier generell einen Suchknopf?“ (T4, Segment 51c)
Mögliche Ursachen	Der Teilnehmer findet die gesuchte Information nicht über den regulären Weg. Da die meisten Standardwebsites, auf denen die Informationssuche im Vordergrund steht, heutzutage ein integriertes Suchfeld aufweisen, sind Nutzer gewohnt Informationen bequem darüber zu suchen. Ein Suchfeld wäre deshalb sinnvoll.
Screenshots	
Empfehlung	Es wäre gut, wenn ein Suchfeld eingebaut wäre, um den heutigen Standards gerecht zu werden. Auf diese Weise könnte auch die Navigation leichter fallen. Das Feld könnte sich beispielsweise oben auf jeder Seite befinden. So kann vermieden werden, dass Besucher die Website verlassen, wenn sie die gesuchte Information nicht sofort finden.
Testaufgabe	5, 6
Segmente	51c, 65
Teilnehmer	4, 6

Problem Nr. 17: Webseite stellt nur einen Teil der Projekte dar	
Schwere des Problems:	Anzahl der Teilnehmer: 1 von 6
Severity Rating	2
Ort	Projekte-Seite (1)
Elemente	(1) Die Projekte, die vorgestellt werden
Problembeschreibung	Auf der Seite „Projekte“ werden hauptsächlich Projekte vorgestellt, die etwas mit der gestalterischen Seite des Studiums zu tun haben wie beispielsweise Szenografie, Kalligrafie, Characterdesign oder E-Books. Die Projekte spiegeln dadurch nur einen kleinen Teil der Studieninhalte wider. Gerade die Projekte, die sich um den Bereich Usability, User Experience Design, Human Centered Design, User Interface, Medienpsychologie oder auch Webprogrammierung drehen, werden hier nicht vorgestellt und somit nicht repräsentiert. (1) Teilnehmer T1 schaut sich die Seite „Projekte“ an und äußert: "Unter Szenografie kann ich mir nichts vorstellen. Im Gegensatz zu dem was mir erzählt wurde, sehe ich hier relativ viel grafische und gestalterische Projekten aber weniger von anderen Themen." (T1, Segment 74b).
Mögliche Ursachen	Vermutung: Es ist schwieriger Projekte in den Bereichen Usability, User Experience Design, Human Centered Design, User Interface, Medienpsychologie, Webprogrammierung etc. vorzustellen, da diese komplexe Prozesse beinhalten, die sich weniger gut kompakt auf einer Seite der Page darstellen lassen. Außerdem kann man bei gestalterischen und grafischen Inhalten besser Bilder oder Videos darstellen.

Screenshots	 Studienprojekt Breakthrough – Ausstellungskonzept zum Thema Generationen Um sich mit Szenografie und Ausstellungen auseinanderzusetzen, bedarf es zunächst der Recherche zum vorgegebenen Projektthema „Generations!“ Dazu wurden in der [...]
Empfehlung	Die dargestellten Projekte sollten die übergeordnete Beschreibung der Seite Projekte „Die Vielsichtigkeit von Informationsdesign wird am besten durch die Vielsichtigkeit der Projekte dargestellt. Hier präsentieren wir eine bunte Mischung - aus Lehrveranstaltungen, Abschlussarbeiten, und von unserem Institut IXD.“ auch widerspiegeln. Gerade die Module rund um UX Design sollten mehr in den Projekten vertreten sein. Für viele ist UX-Design ein sehr abstrakter Begriff, durch die Darstellung von Projekten können sich die Besucher der Website ein Bild von den Tätigkeiten eines UX-Designers machen.
Testaufgabe	2
Segmente	74b
Teilnehmer	1

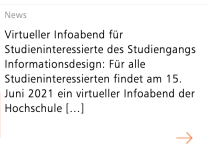
b) Enttäuschte Erwartungen	
Problem Nr. 18: Textinhalt entspricht nicht den Erwartungen	
Schwere des Problems:	Anzahl der Teilnehmer: 4 von 6
Severity Rating	2
Ort	Studieninhalte - Seite (1), Studium - Seite (2), Impressum - Seite (3)
Elemente	(1) Erster Text mit Überschrift Studieninhalte (2) Text auf der gesamten Seite (3) Text auf der gesamten Seite
Problembeschreibung	Das Problem ist, dass manche Texte nicht gut aufbereitet und gestaltet worden sind, wodurch Nutzende enttäuscht werden, da sie andere Informationen vermuten oder den Text nicht richtig verstehen (1) Teilnehmer T3 möchte herausfinden, was genau Informationsdesigner tun bzw. wie kreativ Informationsdesigner sind: "Die wirkliche Kreativität zum Thema Design ist für mich noch nicht ersichtlich." (T3, Segment 30) (2) Teilnehmer T4 will wissen, was Informationsdesign genau ist: "Das ist aber viel Text... viele Wörter versteh ich gar nicht so recht." (T4, Segment 52) (3) Teilnehmer T6 sucht eine Möglichkeit, mit dem Studiengang in Kontakt zu treten, scrollt bis an das Seitenende und findet eine Telefonnummer, mit welcher aber nicht weiter interagiert wird: "Man könnte eine Liste von Dozenten machen mit deren Kontaktdaten, damit man sich für einen bestimmten Bereich interessiert, direkt mit dieser Person in Kontakt treten kann." (T6, Segment 49b)
Mögliche Ursachen	Vermutung: Schlechte Aufbereitung und Verständlichkeit der Texte
Screenshots	 Studieninhalte Informationsdesign ist ein interdisziplinäres Phänomen in 5. Fachsemester. Das 6. Semester ist ein Studienjahr, das die eigene Schwerpunkte setzen. Die Fachrichtung Informationsdesign zielt darauf ab, Expert*innen für die ganz Studieninhalte (gibt es von Interesse) ist der Studiengang seit über 20 Jahren in hochschulischen. Zudem ist die Informationsdesigns der „ersten“ dieser, daher werden Inform ausgeführt, die sich nach in der Design Gelenken der Informationsdesigns, die genutzenden Schreibern und der Qualität. Auch dem unterscheidet sich das Informationsdesign von fachverwandten Studiengängen wie z.B. Kommunikationsdesign im interdisziplinären Ansatz liegt zugleich der innovative Aspekt des Studiengangs. Studieren trotz Corona – digitale Erweiterungen sind sinnvoll. Inzwischen haben wir Erfahrungen in vier Semestern während der Coronazeiten sammeln können. Die Studierenden sind trotz der vielfachen Bedingungen „... sehr zufrieden mit dem ID-Online-Studium“. Das Sommersemester 2022 ist ein Phänomen für die anstehende. Erste Lehrveranstaltungen sind jedoch auch virtuell oder teilweise virtuell und hybrid. „Wir haben in den letzten Semestern wertvolle Erfahrungen bei der digitalen Erweiterung der Lehre gemacht, die wir in Zukunft stärker ausbauen erwarten wollen“, so der Studiendekan Prof. Ralph Tils. Die Hochschule ist und bleibt ein zentraler Ort des Lernens und der direkten und unechten Kommunikation. Digitale Erweiterungen beispielsweise bei Präsenzveranstaltungen. Semestern aber auch bei Besprechungen, sind jedoch auch im eigenen Berufsbereich bei vielen Unternehmen zum Standard geworden. Dabei das Studium auch online fortzusetzen, benötigen die Studierenden einen guten Internetanschluss, ein Laptop/Note oder PC, eine Webcam mit Mikrofon oder Headset und zudem einen Budget für Software-Explosionen. Ein Studium für Allround-Talente. Die Informationsdesign- Studiengang ist ausschließlich in Vollzeit zu studieren und zeichnet sich durch ein interdisziplinäres Lernangebot aus. Designbereiche include wie Typografie, Layout, Branding, Webdesign, User Interactions und Kommunikationsdesignen eröffnen genauso die Ausbildung
Empfehlung	Texte kürzen und präzisieren. Wichtige Schlagwörter hervorheben, damit die Teilnehmenden schneller finden, nach was sie suchen.
Testaufgabe	1, 2, 4, 6
Segmente	30, 52, 49b, 51a, 4
Teilnehmer	T2, T3, T4, T6

Problem Nr. 19: Falsch platzierter Studieninhalte-Link	
Schwere des Problems:	Anzahl der Teilnehmer: 1 von 6
Severity Rating	2
Ort	(1) Bewerbung
Elemente	(1) Zweiter Textblock auf Seite
Problembeschreibung	(1) Problem ist, dass dieser Link falsch platziert ist, falsch benannt ist und somit auch zu falschen Seite navigiert. Der aktuelle Link leitet die Nutzenden zu den Studieninhalten. Diese Informationen beantworten aber nicht die Frage, was von den Bewerbern erwartet wird, sondern zeigen lediglich auf, was inhaltlich im Studium erwartet werden kann. Dadurch, dass die Nutzenden dann aber darauf klicken und auf die Seite der Studieninhalte geleitet werden, scrollen sie die Seite Studieninhalte ganz nach unten, finden jedoch keinerlei Informationen zum Aufnahmeverfahren, NC oder ähnliches. Teilnehmer in 2 scrollt die Seite Studieninhalte ganz nach unten und findet keine Informationen zum NC: "Ich finde hier keine Informationen über den NC, also klicke ich auf den Button Bewerbung". Teilnehmer T2 liest "Was wurde von Bewerberinnen erwartet?", aber nicht den kurzen Text dazu und klickt auf den Link "Studieninhalte". "Ah habe also eine Schleife gedreht." (T2, Segment 1a).

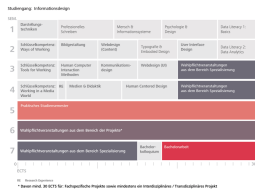
Mögliche Ursachen	Vermutung: Hauptursache ist die Fehlplatzierung des Links "Zu den Studieninhalten" unter der Überschrift "Was wird von Bewerber*innen erwartet?"
Screenshots	Was wird von Bewerber*innen erwartet? Neben der Hochschulzugangsberechtigung (HZB), umgangssprachlich Abitur oder Fachabitur, benötigen wir vor allem Neugier und vielseitiges Interesse. Teamfähigkeit, Lust auf Praxis und Hintergrundwissen. Freude daran, selbstständig Projekte umzusetzen. Wenn Sie sich in dieser Beschreibung wiederfinden, ist Informationsdesign eine gute Wahl. Wir sind interdisziplinär und bieten eine ausgewogene Mischung aus Gestaltung, Methoden, Technologie und Wissenschaft. Zu den Studieninhalten →
Empfehlung	Die Platzierung des Links "Zu den Studieninhalten" sollte in einem anderen entsprechenden Bereich z.B. "Studium" o.ä. vorgenommen werden. Anstelle des aktuellen Links sollte ein neuer Link platziert werden, der zu den vermuteten Inhalten im Bereich "Was wird von Bewerber:innen erwartet", führt. Ansonsten kann der Link natürlich aber auch komplett entfernt werden.
Testaufgabe	1
Segmente	1a
Teilnehmer	T2

Problem Nr. 20: Moodle-Link irreführend	
Schwere des Problems:	Anzahl der Teilnehmer: 1 von 6
Severity Rating	4
Ort	Job und Praktikum-Seite (siehe Screenshot) (1)
Elemente	(1) Moodle-Link unter Stellenangebote
Problembeschreibung	Das Problem hier ist, dass die Nutzenden, wenn sie auf den Moodle-Link klicken, zur Moodle-Plattform für Studierende gelangen. Auf dieser Plattform können sich nicht immatrikulierte Personen aber nicht anmelden, da diese nur für immatrikulierte Studierende mit persönlichen Zugangsdaten funktioniert. Das heißt, die Nutzenden werden in eine Sackgasse geführt und dadurch enttäuscht, dass sie keine Berechtigung haben und der Link somit irrelevant ist. Das führt zu einer negativen Verwunderung und ruft gleichzeitig ein negatives Gefühl zur Website aber auch zum Studiengang hervor, da sie aufgrund fehlender Berechtigung nicht weiter interagieren können. (1) Teilnehmer 3 beschreibt diesen Sachverhalt so: "Ups. Also bei mir kommt jetzt ein Fehler. Das ist natürlich schlecht. Die Plattform wird wahrscheinlich nur für die Studierenden zugänglich sein, aber trotzdem schade, dass man das als Außenstehender nicht einsehen kann." (T3, Segment 36C).
Mögliche Ursachen	Vermutung: Der Text, welcher erklärt, dass diese Stellenangebote nur für immatrikulierte Studierende sind, wird nicht gelesen und es wird direkt auf den Link geklickt, dadurch entsteht Unklarheit. Ein Grund dafür könnte sein, dass der Link sich aufgrund anderer Farbe (Orange) zu stark von dem restlichen Text abhebt, sodass die Aufmerksamkeit der Nutzenden zuallererst auf den Link gelenkt wird und der Text an sich gar nicht erst durchgelesen wird. Dadurch werden andere wichtige Informationen auf den ersten Blick nicht berücksichtigt, die eigentlich sehr wichtig sind.
Screenshots	Stellenangebote Informationen, Formulare und Stellenangebote finden immatrikulierte Studenten auf der E-Learning-Plattform Moodle. Unternehmen, die einen Praktikumsplatz anbieten wollen oder ein passendes Stellenangebot für Informationsdesigner haben, können dieses der Praktikumsbeauftragten – am Besten in Form eines pdfs – zukommen lassen.
Empfehlung	Deutliche Hervorhebung bzw. Kennzeichnung, dass der Moodle-Link nur für immatrikulierte Studierende und nur mit Zugangsdaten zugänglich ist.
Testaufgabe	5
Segmente	36C
Teilnehmer	T3

Problemcluster 4: Veraltete, überflüssige & doppelte Informationen	
a) Veraltete Informationen	
Problem Nr. 21: Veraltete Informationen	
Schwere des Problems:	Anzahl der Teilnehmer: 3 von 6
Severity Rating	4
Ort	News-Seite (1)
Elemente	(1) Auflistung rechts im Bild bei den Unterpunkten "Ankündigung", "Event", "Exkursion", "Neue Ausstellung", "News" und "Veranstaltung" Lang veraltete und nicht aktualisierte "Veranstaltungs"-Kästen selbst
Problembeschreibung	(3) Teilnehmer T3 stößt auf die News-Seite und ist irritiert, dass dort im Kalender nur vergangene Veranstaltungen aufgelistet werden: "Das ist jetzt aber schon vorbei. Das was so arg lang her ist, könnte man ja eigentlich weglassen." (T3, Segment 42) Das Problem besteht darin, dass die Website veraltete Events auflistet. Insbesondere die Unterpunkte "Ankündigung" und "Neue Ausstellung" wecken durch ihre Benennung die Erwartung, dass kommende oder aktuelle laufende Events aufgelistet werden. Dies ist aber nicht der Fall.
Mögliche Ursachen	Die Nutzenden haben die im Kalender dargestellten Events ohnehin verpasst und haben somit nicht mehr die Möglichkeit, diese zu besuchen. Damit sind die Informationen belanglos. Viel eher gewünscht wäre ein Blick in zukünftige bzw. kommende Events. "Ich würde schon erwarten, dass hier auch aktuelle Infos zu finden sind. Mir fehlt eine komplette Jahresübersicht in die Zukunft" (T4, Segment 71). Der veraltete Kalender und die Darstellung bereits jahrelang vergangener Events führen nicht nur zu Verwirrung, sondern lassen bei den Nutzenden auch die Frage aufkommen, ob die Website überhaupt gepflegt bzw. regelmäßig aktualisiert wird: "Das ist ja all. Das find ich doof. Alte Dinge kann man ja rausnehmen. Da würde ich schon sagen: Boah die Seite, da geben die sich ja Mühe, wenn die so ein ollen Termin nicht mal rausnehmen wenn der seit einem halben Jahr vorbei ist." (T5, Segment 18B).

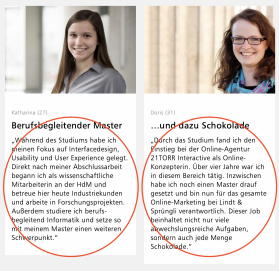
Screenshots	   
Empfehlung	Es wäre empfehlenswert, alle vergangenen Veranstaltungen aus dem Kalender zu entfernen oder ein Archiv zu erstellen, dass bei Bedarf geöffnet werden kann. Der Fokus sollte auf zukünftige Events gelegt werden (z.B. alle noch kommende Events im aktuellen Semester), damit die Website-Besucher sich diese rechtzeitig vormerken und an diesen teilnehmen können. Die "News"-Kästen sind gut, um sich einen Überblick zu verschaffen, was der Studiengang in der Vergangenheit angeboten hat, allerdings sollten diese nicht mehr als ein oder zwei Jahre zurückreichen, sofern sie nicht etwas ganz "Besonderes" waren. Das einmalige "20-Jahre-Jubiläum" des Studiengangs in etwa hat im Gegensatz zu dem "Studieninfotag 2016", der jedes Semester stattfindet, mehr Relevanz und somit eher ein Recht, angezeigt zuwerden, obwohl es lang vergangen ist. Bei den Unterpunkten "Ankündigung" und "Neue Ausstellung" sollte nur Aktuelles und Zukünftiges aufgelistet werden. Ankündigungen für Vergangenes machen wenig Sinn. Eine weitere Option wäre das "Neue" aus "Neue Ausstellung" zu entfernen.
Testaufgabe	4, 7c
Segmente	18b, 42, 71
Teilnehmer	3, 4, 5.

b) Doppelte Informationen

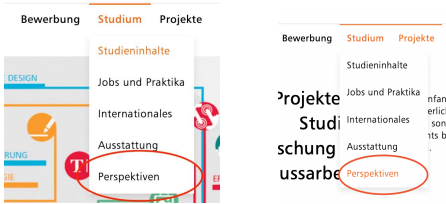
Problem Nr. 22: Dopplung Inhalt	
Schwere des Problems:	Anzahl der Teilnehmer: 2 von 6
Severity Rating	3
Ort	"Studieninhalt"-Seite (1)
Elemente	(1) Aufzählung der Studienfächer pro Semester in Textform (rechter Screenshot) sowie zusätzlich die Darstellung der Studienfächer als Infografik (linker Screenshot) auf der Seite Studieninhalte
Problembeschreibung	Das Problem besteht darin, dass die Website auf einer Seite zwei Mal dieselben Informationen anbietet, ohne zu kennzeichnen, dass eine inhaltliche Wiederholung stattfindet. Lediglich die Darstellung der Informationen ist unterschiedlich. Des Weiteren ergänzen sich die beiden Darstellungen inhaltlich nicht, sondern sind identisch. Dadurch ist eine der beiden Varianten überflüssig und führt gleichzeitig zur Verwirrung und lässt somit an der Sinnhaftigkeit des Seitenaufbaus der Studieninhalte zweifeln. Ebenfalls verschwenden die Nutzenden ihre wertvolle Zeit, denn sie erhalten dadurch keinen neuen Informationen. Im Gegenteil, sie werden enttäuscht, denn der Text erweckt anfangs die Hoffnung, dass dort die Module der Infografik näher beschrieben werden. (1) Teilnehmer T3 beschreibt dieses Problem wie folgt: "Das ist ja jetzt nochmal das Gleiche, wie da oben. Das hätte ich jetzt gebraucht oder auch nicht, weil das ja an sich eins zu eins ist." (T3, Segment 33). (1) Teilnehmer T5: "Hier unten kommen wieder die Begriffe und ich kann sie lesen aber es gibt keine Erklärung. Das könnte ich jetzt alles nicht zuordnen. Das was hier in der Grafik steht, steht halt untendrunter nochmal." (T5, Segment 15c).
Mögliche Ursachen	Vermutung: Es wird gestalterisch nicht deutlich gemacht, dass der Inhalt im Text, eine reine Wiederholung des Inhaltes der Studiengrafik ist. Dadurch wird die textliche Darstellung ebenfalls zumindest überflügen.
Screenshots	 
Empfehlung	Die einfachste Lösung wäre zweifelsfrei den Text, der die Infografik in Textform wiedergibt, zu entfernen. Die Infografik bietet durch Veranschaulichung der ETCS Punkte mehr Inhalt. Falls der Text unbedingt beibehalten werden will, eventuell weil befürchtet wird, dass nicht jeder Nutzende die Infografik versteht, sollte gekennzeichnet werden, dass es sich um eine Wiederholung in Textform handelt. Doch selbst dann ist das Ergebnis nicht optimal und der Text weiterhin störend. Eine Ausklappfunktion wäre empfehlenswert. Die meisten Nutzenden werden den Text nicht brauchen und müssten auf diese Weise nicht unnötig lang scrollen.
Testaufgabe	3
Segmente	15c, 33
Teilnehmer	3, 5

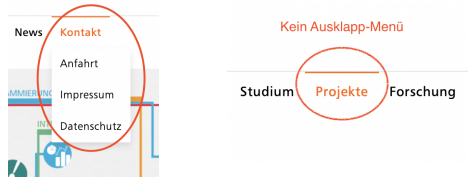
c) Überflüssige Informationen

Problem Nr. 23: Überflüssige Informationen	
Schwere des Problems:	Anzahl der Teilnehmer: 1 von 6
Severity Rating	1
Ort	Perspektiven-Seite (1)
Elemente	(1) Berichte über Arbeitsstellen von Alumnis

Problembeschreibung	Texte sind so aufbereitet, dass diese nicht interessant wirken und nicht zum Lesen einladen. Teilnehmer T3 liest sich zwei der Beispieltex te, die erklären, bei welchen Berufen ehemalige Studierende gelandet sind, durch. (1) Auf Teilnehmer T3 wirkt der Text nicht interessant sondern so wie ein Text den man überall finden könnte. "Das sind so Standard-Dinger. Die brauche ich als Elternteil oder auch nicht." (T3 Segment 37).
Mögliche Ursachen	Vermutung: Die Beschreibung der Perspektiven nach dem Studium sind standardisierte Texte. Sie haben auf den Nutzenden eine eintönige Wirkung und werden daher als überflüssig und nicht relevant wahrgenommen
Screenshots	
Empfehlung	Die Perspektiven nach dem Studium könnten neu getextet werden. Dabei könnte darauf geachtet werden, dass sie individueller und nicht zu allgemein geschrieben werden.
Testaufgabe	6
Segmente	37
Teilnehmer	T3

Problemcluster 5: Navigation	
a) Verständnis	
Problem Nr. 24: Navigation Schlagwörter unpräzise	
Schwere des Problems:	Anzahl der Teilnehmer: 6 von 6
Severity Rating	4
Ort	Navigationsbereich
Elemente	Schlagwörter : (1) Studium - Jobs und Praktika, (2) Kooperationen, (3) Studium - Perspektiven, (4) Start , (5) Bewerbung, (6) Kontakt, (7) Menschen, (8) Studium - Ausstattung
Problembeschreibung	Die Schlagwörter in der Navigation sind zu unpräzise und erschweren es daher den Nutzenden die richtigen Infos zu finden. Oft führt dieses Problem dazu, dass die gewünschten Informationen unter den falschen Schlagwörtern gesucht werden. Dadurch "verirren" sich die Nutzenden und müssen sich durch viele Seiten durchklicken, die sie aber in diesem Moment nicht interessieren. Teilweise wurden die Informationen auch überhaupt nicht gefunden, obwohl diese auf der Website vorhanden sind. Wie z.B. Teilnehmer T4 (2) : " Vermute hinter Kooperationen irgendwelche Firmen und entsprechende Erfolgsgeschichten. Hier finde ich aber leider keine Berufsfelder, sondern nur andere Informationen, die mich aber gerade nicht so interessieren." (T4, Segment 64b). Ohne Hilfestellung des Mod war Teilnehmer T4 (3) bei der Suche erfolglos: "Sie können ja mal auf den Reiter Studium hovern." Sucht und findet dann Perspektiven. T4: " Ah ja okay...Logisch..." (T4, Segment 66a). Auch bei den Testaufgaben 7a (4) und 7b (8) hat Teilnehmer T4 große Probleme die Informationen auf Anhieb auf der Website zu finden, da die Navigationsstruktur unübersichtlich ist sowie die Schlagwörter zu ungenau beschreiben. Teilnehmer 4 beschreibt dieses Problem so: "Würde mir wünschen, dass oben im Reiter noch die ganze Infrastruktur beschrieben wird" (T4, Segmente 68, 69, 70a). Gleiches gilt auch für Teilnehmer 3 für diesen Reiter (8): Da würde ich jetzt auf den ersten Blick keinen Button finden, der mich jetzt dahinführt. Das könnte jetzt heißen "Die Hochschule" oder "Die Hochschule stellt sich vor" deshalb würde ich jetzt auf der Startseite bleiben und schauen ob es hier eine Verzweigung gibt" (T3, Segment 13a) Teilnehmer T3 sucht nach Perspektiven, hovert über den Menüpunkt "Studium" und klickt auf "Jobs und Praktika" findet dort aber nicht die Perspektiven, da Perspektiven unter einem separaten Menüpunkt in der Navigation aufgeführt ist (T3, Segment 36b). T5 findet hätte Perspektiven nicht alleine gefunden und war auf Hilfe von Mod angewiesen: Ich hätte jetzt mit dem Begriff Perspektiven nichts anfangen können. Ich hätte eher unter Kooperationen geschaut" (Scrollt runter ans Seitenende) (T5, Segment 23a). T1 sucht Perspektiven ebenfalls unter Kooperationen: "Kooperationen, das könnte vielleicht etwas sein wo später die Möglichkeit besteht zu arbeiten." (T1, Segment 79). Teilnehmer T6 hat große Probleme eine bestimmte Person zu finden (7) und kommt mit der Navigation nicht gut zurecht: Ich wüsste jetzt nicht, wie ich eine bestimmte Person finde." Klickt auf "Menschen" (Begriff wird zufällig entdeckt und kurzerhand als passen eingestuft). "Begriff "Menschen" heißt für mich etwas Allgemeines, das passt nicht so wirklich, das könnten ja dann auch Studenten sein. Ich würde eher unter Kontakten suchen." (T6, Segment 51b). Teilnehmer T1 soll nach Studieninhalten suchen, werden aber nicht gefunden. Klickt stattdessen auf Projekte. (T1, Segment 73). Es wird dann noch die Studieninhalte unter "Menschen" vermutet. Aber auch hier ist die teilnehmende Person erfolglos bei ihrer Suche gewesen (T1, Segment 72b). T1 hat außerdem eine Interaktion ausversehen durchgeführt und wunderte sich anschließend, wie er denn dort auf einmal hingekommen ist, da er dann schlussendlich doch die Infos erhalten hatte, die er gesucht hat. (T1, Segment 81). Teilnehmer T4 (3) erhält die Aufgabe sich über Perspektiven nach dem Studium zu informieren und vermutet die Informationen erst gar nicht auf der Webseite: " Wenn's um die Berufe geht, dann würde ich erstmal googeln, in welchen Berufsfeldern man dort arbeiten kann". (T4, Segment 63). Er vermutet unter keinem Menüpunkt Informationen zu späteren Jobs, obwohl er sich alle Begriffe durchgelesen hat. Dadurch entsteht eine Ungewissheit, ob die Informationen überhaupt auf der Website zu finden sind. Konsequenz ist das Verlassen der Seite und das Nutzen einer Suchmaschine wie Google Suche oder Wikipedia.
Mögliche Ursachen	Bereiche und Informationen werden nicht hinter den ausgewählten Schlagwörtern in der Navigation vermutet und assoziiert. Dadurch kommt es zur Fehlinterpretation was zu einer erschwerten Suche nach den richtigen Inhalten führt.
Screenshots	
Empfehlung	Aussagekräftige Schlagwörter verwenden die klar und deutlich beschreiben, welche Informationen sich entsprechend dahinter verbergen. Man könnte außerdem noch einige Schlagwörter in die Navigation mitaufnehmen, um so die Informationen mehr und deutlicher einzugrenzen.
Testaufgabe	2, 5, 6, 7a, 7b,
Segmente	8a, 36b, 60b, 64b, 66a, 63, 64b, 68, 69, 70a, 51b, 21, 20, 23a, 73, 72b, 13a, 79, 81,

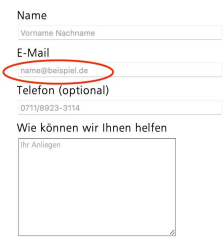
Teilnehmer	T1, T2, T3, T4, T5, T6
Problem Nr. 25: Ordnung der Schlagwörter in der Navigation	
Schwere des Problems:	Anzahl der Teilnehmer: 4 von 6
Severity Rating	4
Ort	Perspektiven (1)
Elemente	Drop-Down Menü im Navigationsbereich (1)
Problembeschreibung	(1) Im Drop-Down-Menü der Navigation sind die Schlagwörter für die Testteilnehmer nicht oder nach falscher Relevanz geordnet. T2 möchte sich über die Perspektiven informieren. Mod muss Hilfestellung geben: "Vielleicht hilft Ihnen ein weiterer Blick in die Navigation unter 'Studium', wo sie gerade schon waren". T2 findet daraufhin die gewünschten Informationen unter dem Reiter Perspektiven (T2, Segment 98). T3 sucht ebenfalls nach Perspektiven und hoviert über den Menüpunkt "Studium" und klickt auf "Jobs und Praktika". Hier ist der Untermenüpunkt einfach zu weit unten in der Reihenfolge und wird dadurch übersehen (T3, Segment 36a). T4 muss ebenfalls vom Mod unterstützt werden, ansonsten wäre er nicht zum Unterpunkt Perspektiven gelangt: "Ah ja okay...Logisch..." (T4, Segment 66b). (1) Auch T6 hat große Schwierigkeiten die Perspektiven zu finden: "Perspektiven - da wüsste ich jetzt gar nicht wo ich draufklicken sollte, weil hier würde ich das überall nicht erwarten." "Ich würde es suchen unter 'Studium' und dann 'Beispiele für zukünftige Berufe.'" Auch T6 benötigt Unterstützung von Mod und antwortet nach der angenommenen Hilfe: "Das ist ein Problem von mir, ich konzentriere mich nicht darauf was hier drunter (Drop-Down Menü Unterpunkte unter 'Studium') noch kommt."
Mögliche Ursachen	Vermutung: Perspektiven ist im Drop-Down ganz unten platziert und ist dafür aber zu wichtig als Thema, dass es diese Position bekommt. Die meisten der Teilnehmenden, sahen keinen Grund alle Unterpunkte anzuschauen, da sie Perspektiven weiter unten nicht vermuteten. Dadurch wurde der letzte Punkt Perspektiven oft übersehen oder nicht wahrgenommen.
Screenshots	
Empfehlung	- Perspektiven als selbstständiger Hauptpunkt im Navigationsbereich - Bereich Studium deutlich weiter oben platzieren und präsenter platzieren.
Testaufgabe	5
Segmente	8B, 36A, 48a, 48b, 48c, 50a, 66b
Teilnehmer	T2, T3, T4, T6

b) Interaktion	
Problem Nr. 26: Uneinheitliche Gestaltung bei Drop-Down Menü	
Schwere des Problems:	Anzahl der Teilnehmer: 1 von 6
Severity Range	3
Ort	Navigationsleiste
Elemente	(1) NavBar "Kontakt" (2) NavBar
Problembeschreibung	(1) Die Gestaltung des Drop-Down Menüs der Navigation, ist so gestaltet, dass die Nutzenden nicht auf den ersten Begriff klicken (Kontakt), da vermutet wird, dass das eher eine Überschrift ist, als ein Link zu einer weiteren Seite (siehe Screenshot). Teilnehmer 6 geht davon aus, dass es ein Ausklappmenü ist und nur die Punkte darunter anklickbar sind: "Da würd ich jetzt direkt mal zu 'Kontakt' gehen, finde hier aber nur Anfahrt, Impressum und Datenschutz aber keine Möglichkeit der Kontaktaufnahme." (T6 Segment 60c, 61b). Stattdessen wird durch die komplette Bewerbungsseite ganz nach unten gescrollt, um im Footer die Kontaktdaten zu finden. Das Problem besteht also darin, dass die Nutzenden nicht unterscheiden können, ob es sich im Drop-Down Menü um einen Link oder Button handelt bzw. diesen übersehen, mit dem interagiert werden kann oder nicht. Es wird nicht erwartet, dass die Überbegriffe angeklickt werden können, sondern nur die Drop-Down-Punkte darunter, was dazu führt, dass wichtige Teile in einem Bereich übersehen werden und dadurch auf der Website nicht gefunden werden können. (2) Drop-Down Menü bietet alle relevanten Informationen, wird aber negativ kommentiert aufgrund von uneinheitlicher Gestaltung (nicht jeder Menüpunkt hat ein Drop-Down Menü). Teilnehmer 6 beschreibt dieses Problem so: "Warum habe ich das eben aber nicht gesehen? Wahrscheinlich weil ich nicht darauf achte. Manche Menüpunkte haben ein Drop-Down Menü und manche nicht, deshalb übersehe ich das meistens." (T6 Segment 48c). Das Problem ist, dass nicht alle Punkte ein Drop-Down vorweisen und dadurch andere Drop-Downs übersehen werden. Die Drop-Downs werden nicht stark genug erkenntlich gemacht und verleiten die Nutzer 6 dadurch zur Nichtberücksichtigung.
Mögliche Ursachen	(1) Vermutung: Drop Down Menü signalisiert Teilnehmer:in nicht eindeutig, dass der Reiter "Kontakt" angeklickt werden kann. Es wird angenommen, dass der Reiter "Kontakt" nicht zum Dropdown-Menü gehört, sondern eher als Überbegriff oder Überschrift wahrgenommen wird. (2) Vermutung: Durch die uneinheitliche Gestaltung der Menü Punkte (Drop-Down oder nicht) werden teilweise Drop-Downs übersehen.
Screenshots	
Empfehlung	(1) Es muss deutlich gemacht werden, dass "Kontakt" angeklickt werden kann. Eventuell dadurch, dass "Kontakt" deutlich zum Dropdown-Menü zugehörig gemacht wird (Da es noch nicht dazu gehört und für sich allein steht). (2) Zu jedem Menü-Punkt ein Ausklapp-Menü einrichten, um mehr Einheitlichkeit und Wiedererkennbarkeit zu erreichen.

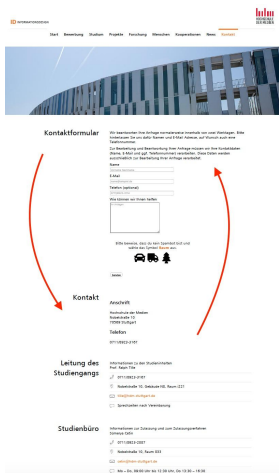
Testaufgabe	4, 5
Segmente	60b, 61c, 62, 60c, 48c
Teilnehmer	T4, T6

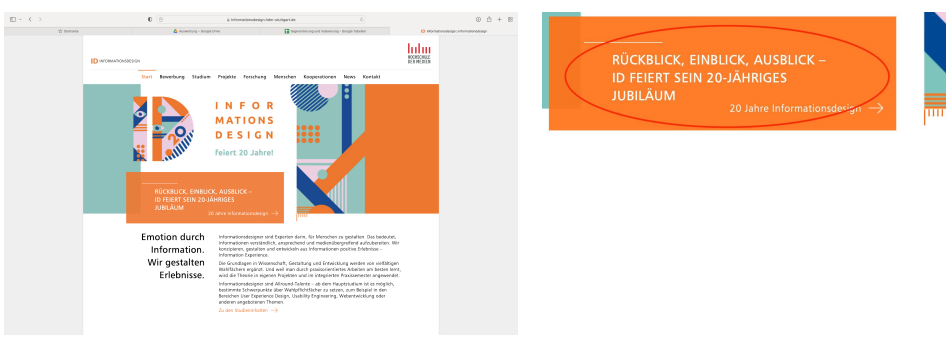
Problemcluster 6: Kontaktformular

Problem Nr. 27: Kontaktformular wird nicht für persönliche Angelegenheiten genutzt	
Schwere des Problems:	Anzahl der Teilnehmer: 2 von 6
Severity Rating	1
Ort	Kontakt-Seite (1)
Elemente	(1) Kontaktformular
Problembeschreibung	Teilnehmer werden aufgefordert mit der Hochschule in Kontakt zu treten und besuchen dafür die Kontakt-Seite. Das Problem besteht darin, dass das Kontaktformular nicht vertraulich genug erscheint, um persönliche Angelegenheiten anzufragen, weshalb das Kontaktformular nicht in Erwägung gezogen wird. Gründe dafür sind: fehlende Ansprechpartner mit Namen oder Abteilungen bei denen die Nachricht ankommt. (1) Teilnehmer T5 beschreibt dieses Problem folgendermaßen: "Anfrage ist eher sehr formell (scrollt runter), da würde ich am ehesten noch im Studienbüro anrufen (scrollt wieder hoch). Also das hilft mir jetzt nicht wirklich weiter...ich würde jetzt nicht mit der Schule in Kontakt treten. Da ist die Hemmschwelle noch bisschen groß." (T5, Segment 17).
Mögliche Ursachen	Durch fehlende Namen, Bilder oder Nennungen von Abteilungen wirkt das Kontaktformular zu unseriös und unpersönlich. Dadurch wird die Unsicherheit deutlich verstärkt, da die Nutzenden nicht wissen, wo ihre Informationen landen und wer diese bearbeitet.
Screenshots	
Empfehlung	Möglich wären diverse Ansprechpartner:innen für verschiedene Themenbereiche aufzulisten, die mit sympathischen Bildern und Namen der jeweiligen Ansprechpartner:innen ergänzt werden. Dadurch könnte die Seriosität, die Persönlichkeit sowie das Vertrauen enorm gesteigert werden. Außerdem haben die Nutzenden ein "Gesicht", bei wem die Anfrage aus dem Kontaktformular ankommt und wer ihnen auch wieder antwortet.
Testaufgabe	4
Segmente	17, 78
Teilnehmer	T1, T5

Problem Nr. 28: Platzhalter in Kontaktformular	
Schwere des Problems:	Anzahl der Teilnehmer: 1 von 6
Severity Rating	0
Ort	Kontaktseite
Elemente	Kontaktformular
Problembeschreibung	Beispiel Mail-Adresse (Platzhalter) im Kontaktformular wirkt für Teilnehmer:in 6 irritierend, da schon etwas in dem auszufüllenden Bereich platziert ist. Teilnehmer 6 äußert dieses Problem mit folgenden Worten: "Manchmal irritiert mich das, wenn da immer noch eine Beispiel-Mailadresse angezeigt wird. Jeder der eine E-Mail Adresse hat, weiß doch wie die lautet." (T6, Segment 50b).
Mögliche Ursachen	Teilnehmer 6 findet den Platzhalter unnötig, da er weiß, wie eine E-Mail Adresse aufgebaut ist und wie diese aussieht.
Screenshots	
Empfehlung	Beispiel Email-Adresse sollte bestehen bleiben, da es zur Fehlervermeidung beiträgt. Die Website vermeidet an dieser Stelle die fehleranfällig Situation, dass eine unkorrekte Mailadresse eingegeben wird und weist die Nutzenden dadurch auf die korrekte Ausführung hin.
Testaufgabe	4
Segmente	50b
Teilnehmer	6

Problem Nr. 29: Reihenfolge der Informationen auf Kontakt-Seite	
Schwere des Problems:	Anzahl der Teilnehmer: 1 von 6
Severity Range	1
Ort	Kontakt (1)
Elemente	(1) Kontaktformular und Kontakte der Abteilungen: Kontakt, Leitung des Studiengangs, Studienbüro, Prüfungsverwaltung

Problembeschreibung	Die direkten Kontakte der einzelnen Abteilungen für eine mögliche Kontaktaufnahme werden erst nach dem Kontaktformular aufgeführt und daher von Teilnehmer:in 6 übersehen. (1) Teilnehmer T6 spricht dieses Problem wie folgt an: "Schade, dass die Abteilungen erst nach dem Kontaktformular kommen, wenn man schnelllebig ist, würde man das übersehen. Hier würde ich mir wünschen, dass es umgekehrt wäre, dass erst die Kontakte der Abteilungen kommen würden und dann das Kontaktformular." (T6, Segment 50c).
Mögliche Ursachen	Vermutung: Testteilnehmer T6 empfindet Kontaktformular als eine zu unseriöse, unpersönliche sowie unbekannte Adresse. Daher möchte Teilnehmer 6 lieber direkten Kontakt mit den Abteilungen aufnehmen (persönlicher).
Screenshots	
Empfehlung	Eine Option wäre, damit das Kontaktformular „persönlicher“ wirkt, eine Angabe zu machen, wer für die Beantwortung der Fragen zuständig ist, z.B. das Studienbüro mit Ansprechpartner:in und deren Namen. Diese Erweiterung schafft Vertrauen, Seriosität und eine gewisse Sicherheit für die Nutzenden, dass die übermittelten Daten ankommen und bearbeitet werden. Eine zweite Möglichkeit wäre, die Reihenfolge zu ändern und das Kontaktformular am Ende der Seite zu platzieren. Testperson äußerte diesen Wunsch ausdrücklich.
Testaufgabe	4
Segmente	50c
Teilnehmer	6

Problemcluster 7: Weitere Probleme	
Problem Nr. 30: Kein Scroll-Hinweis auf Startseite	
Schwere des Problems:	Anzahl der Teilnehmer: 2 von 6
Severity Range	2
Ort	"Start"-Seite (1)
Elemente	(1) Weißraum auf Startseite unten (2) Viele Links, die von Startseite wegführen
Problembeschreibung	Teilnehmer T3 und Teilnehmer T4 suchen nach der Zusammenfassung des Kerns des Studiengangs nicht auf der Startseite. Sie verlassen die Startseite und suchen stattdessen unter dem Menü-Punkt "Studium". Als der Moderator Teilnehmer T3 fragt, an welcher Stelle einer Website man sich üblicherweise einen ersten groben Überblick verschafft, ist die Antwort: "Auf der Startseite, aber da stand nichts." (T3, Segment 28). Das Problem besteht also darin, dass die animierte Männer-Infografik auf der Startseite nicht gefunden wird. Die Website vermittelt nicht angemessen, dass sie dort zu finden ist. Dadurch verpassen die Nutzenden nicht nur die grobe Beschreibung des Studiengangs, sondern auch wichtige Werte und das Verhältnis zwischen Theorie und Praxis. Um einen groben Überblick zu bekommen, tauchen die Nutzenden bereits in Einzelheiten wie Studieninhalte ein und lösen die Aufgabe dadurch unnötig komplex.
Mögliche Ursachen	Vermutung: Das System weist nicht darauf hin, dass auf der Startseite gescrollt werden kann. Das Bild (siehe Screenshot), das den Bildschirm ausfüllt, wirkt durch den Weißraum ganz unten komplett und vollständig. Natürlich hängt dieses Problem auch mit der Bildschirmgröße des Endgerätes zusammen, jedoch sollten keine großartigen Unterschiede zwischen verschiedenen Endgeräten bestehen. Durch diese Problematik wird es für die Nutzenden nicht klar ersichtlich, dass sie nach unten scrollen können. Auch der Link ganz unten "Zu den Studieninhalten", sowie die einzelnen Links im orangenen Kasten (siehe Screenshot), die nach und nach wechseln, verleiten die Nutzenden dazu die Startseite schnell zu verlassen.
Screenshots	
Empfehlung	Es sollte deutlicher suggeriert werden, dass die Nutzenden auf der Startseite auch nach unten scrollen können, um mehr Informationen zum Kern des Studiums zu erlangen. Dazu könnte beispielsweise ein Pfeilicon, das nach unten zeigt, eingefügt werden oder ein Hinweisbutton platziert werden. Klicken die Nutzenden darauf, scrollt die Website automatisch ein Stück nach unten. Eine einfachere Möglichkeit wäre die animierte Infografik mit dem Männchen nach oben zu setzen. So wäre garantiert, dass der Nutzende das Wichtigste von der Startseite mitnimmt. Die Links würden sich somit weiter unten befinden und die Nutzenden erst später von der Startseite wegführen.
Testaufgabe	2
Segmente	54, 28
Teilnehmer	T3, T4

6.3 Quantitative Ergebnisse

6.3.1 AttrakDiff mini

Aus zeitlichen Gründen wurde der AttrakDiff mini für den Test gewählt und von allen Teilnehmern nach dem Test durchgeführt. Der standardisierte Fragebogen untersucht die Wahrnehmung des Nutzers von einem Produkt und erfasst dabei sowohl die Usability (pragmatische Qualität, PQ) als auch die Stimulation, die der Nutzer während der Bedienung erlebt und ob dieser sich mit dem System identifizieren kann (hedonische Qualität, HQ) (Hassenzahl, Burmester & Koller, 2008). Darüber hinaus wird die wahrgenommene Attraktivität eines Produktes berücksichtigt (ATT). Der AttrakDiff mini umfasst zehn Wortpaare, die in Form einer siebenstufigen Skala bewertet werden.

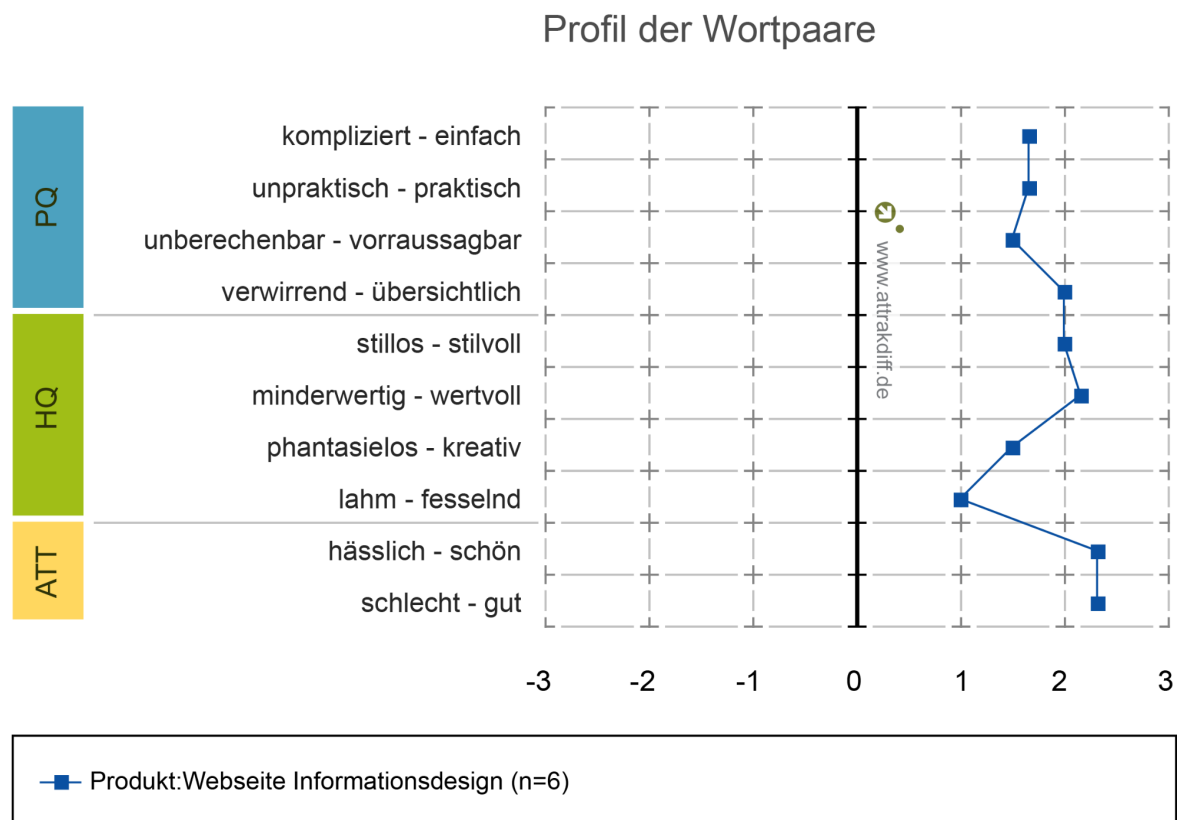


Abbildung Nr. 1: Profil der Wortpaare (AttrakDiff mini)

Abbildung 1 zeigt die Ausprägung der jeweils gegenübergestellten Wortpaare, die in Bezug auf die Website des Studiengangs Informationsdesign bewertet wurden. Besonders auffallend ist hier, dass die Werte ausschließlich im positiven Bereich (1-3) liegen, das bedeutet, dass die subjektive Qualitätswahrnehmung im Gesamten positiv auffällt. Die Attraktivität (ATT) mit den Wortpaaren "hässlich und schön" sowie "schlecht und gut" werden am höchsten bewertet. Daraus kann man schlussfolgern, dass die Webseite generell als angenehm und gut angesehen wird. Die am niedrigsten bewerteten Wortpaare "lahm - fesselnd" mit dem Wert 1 gefolgt von "phantasielos - kreativ" mit 1,4 beziehen sich jeweils auf die hedonische Qualität (HQ), welche das subjektive Erleben der Website widerspiegeln. Umso stimulierender und neuartiger das Nutzererlebnis ist, desto besser wirkt sich dies auf die hedonische Qualität aus. An diesen niedrigeren Ausschlägen könnte man vermuten,

dass auf einer Design-Studiengangs-Website stärker kreative und originelle Elemente erwartet werden, als vergleichsweise auf anderen Seiten Website.

Das Diagramm der Mittelwerte (Abbildung 2) zeigt, wie die Faktoren Attraktivität (ATT), pragmatische Qualität (PQ) und hedonische Qualität (HQ) durchschnittlich bewertet wurden. Bei Letzterem werden aufgrund der kurzen Version des Fragebogens die Ergebnisse nicht in den Aspekten Stimulation und Identität differenziert betrachtet. Auffällig ist hier, dass alle Mittelwerte höher als 1,7 sind und die subjektive Wahrnehmung der Informationsdesign-Website in allen drei Gesichtspunkten durchaus positiv zu bewerten ist.

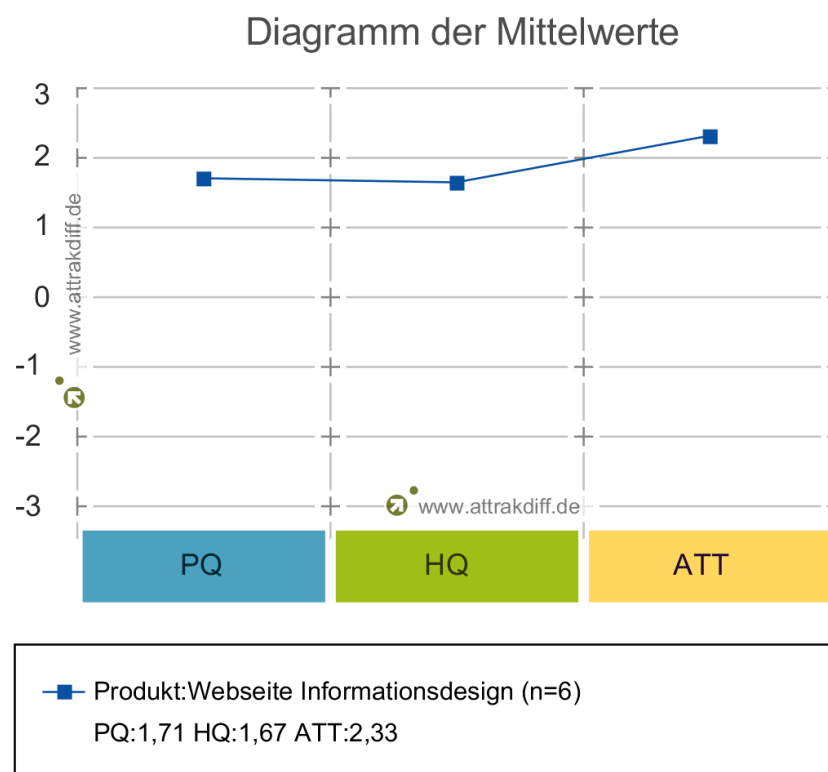


Abbildung 2: Diagramm der Mittelwerte (AttrakDiff mini)

Die Portfolio-Darstellung (Abbildung 3) zeigt die Ausprägung der hedonischen Qualität (HQ) (unten = geringe Ausprägung) in der Vertikalen sowie die pragmatische Qualität (PQ) in der Horizontalen (links = geringe Ausprägung). Das blaue Rechteck, welches im obersten rechten Quadranten zu sehen ist, ist das sogenannte Konfidenz-Rechteck. Je kleiner die Größe dessen ist, desto "einiger" sind sich die Nutzer bei der Bewertung des Produkts. In dieser Abbildung wird ersichtlich, dass die Position des Konfidenz-Rechtecks in beiden untersuchten Dimensionen dieselbe hohe Ausprägung aufweist und somit exakt dem Charakter-Bereich "begehrt" zugewiesen werden kann. Die genaue Zuweisung sowie die kleine Größe des Rechtecks spiegeln wider, dass die Nutzer die Website alle ähnlich bewertet haben und so die Ergebnisse auf das Produkt zu treffen und Zufälligkeiten tendenziell ausgeschlossen werden können.

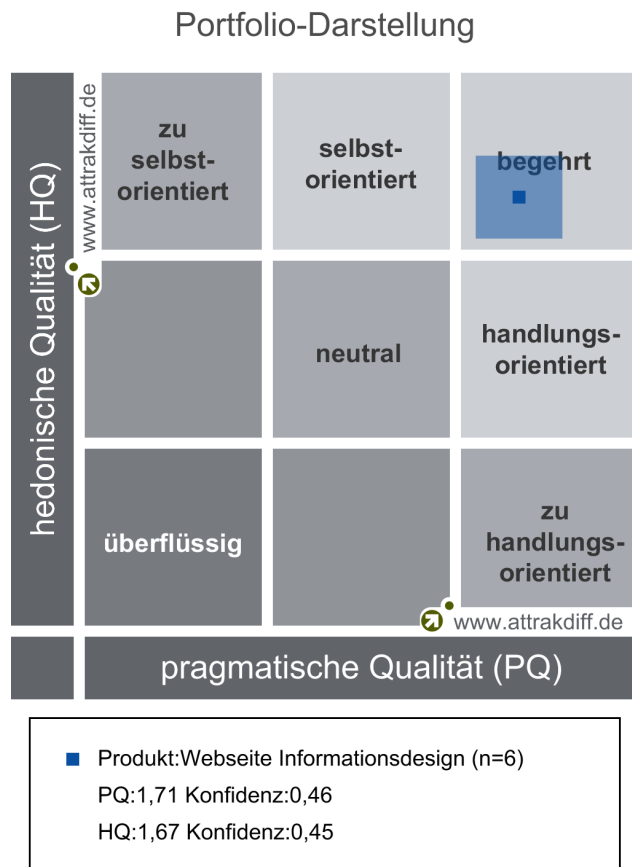


Abbildung 3: Portfolio-Darstellung (AttrakDiff mini)

Fazit

Die subjektive Wahrnehmung der pragmatischen und hedonischen Qualität sowie die Attraktivität der Website des Studiengangs Informationsdesign kann als positiv zusammengefasst werden. Die Handlungsziele werden nach den Ergebnissen größtenteils erreicht und die Attraktivität der Website ist ebenfalls gegeben. Die hedonische Qualität könnte durch das Einsetzen von Elementen, die Faktoren wie Kreativität, Stimulation und Originalität aufgreifen, verbessert werden.

6.3.2 VisAWI-Short

Ähnlich wie bei dem vorherigen Fragebogen wurde aufgrund der begrenzten Dauer des Tests und der Relevanz der zu erfassenden Inhalte die Kurzversion VisAWI-S als Fragebogen gewählt. Dieser untersucht die wahrgenommene Ästhetik in Bezug auf die getestete Website.

Dabei werden die von allen Teilnehmern angegebenen Mittelwerte der vier Dimensionen "Einfachheit, Vielseitigkeit, Farbigkeit und Kunstfertigkeit" sowie der gesamte Mittelwert derer, im Hinblick auf Ästhetik in folgendem Diagramm (Abbildung 4) dargestellt.

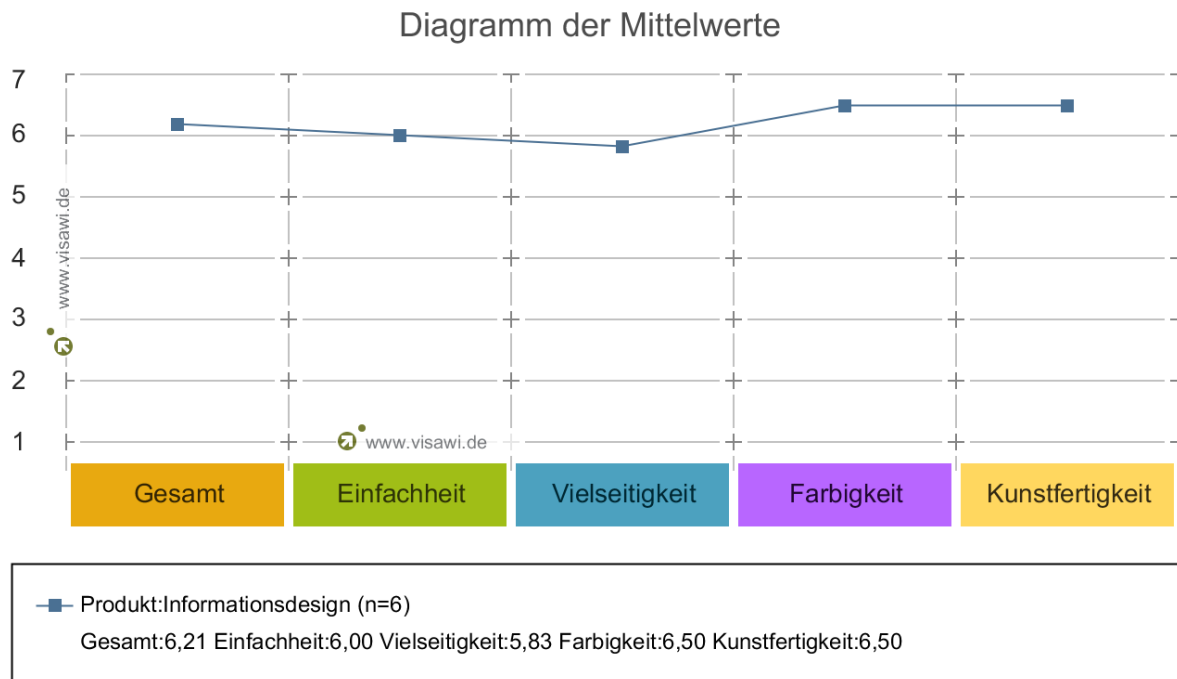


Abbildung 4: Diagramm der Mittelwerte VisaWI-S

Die Mittelwerte der Abbildung 4 liegen ausschließlich im oberen Bereich zwischen 5,83 und 6,50. Daraus lässt sich schließen, dass die ästhetische Wahrnehmung der Website als sehr positiv zu bewerten ist. Die Farbigkeit (Kombination, Einsatz und Auswahl von Farben) sowie die Kunstfertigkeit, die die Aktualität, Durchdachtheit und Professionalität des Designs abbilden, schneiden sehr gut ab. (Moshagen & Thielsch, 2010). Das nachfolgende Diagramm in Abbildung (Auswertungsvorlage von VisAWI-S, Thielsch) bestätigt auch diese Auffälligkeit, da der durchschnittliche Gesamtwert der vier Items über dem Benchmark mit der verglichenen Website-Kategorie "Informationen" liegt. Der niedrigste Ausschlag in Abbildung 4 bei der Vielseitigkeit zu erkennen, dieser spiegelt die "Bewertung und Originalität und Dynamik des Webdesigns" (Moshagen & Thielsch, 2010) wider. Dieser Wert könnte darin begründet werden, dass bei einem Design-Studiengang kreative und originelle Elemente sowie eine auffallende und bewegende Charakteristik, aufgrund von Vermutungen gegenüber diesem mutmaßlich kreativen Berufsfeld, erwartet werden.

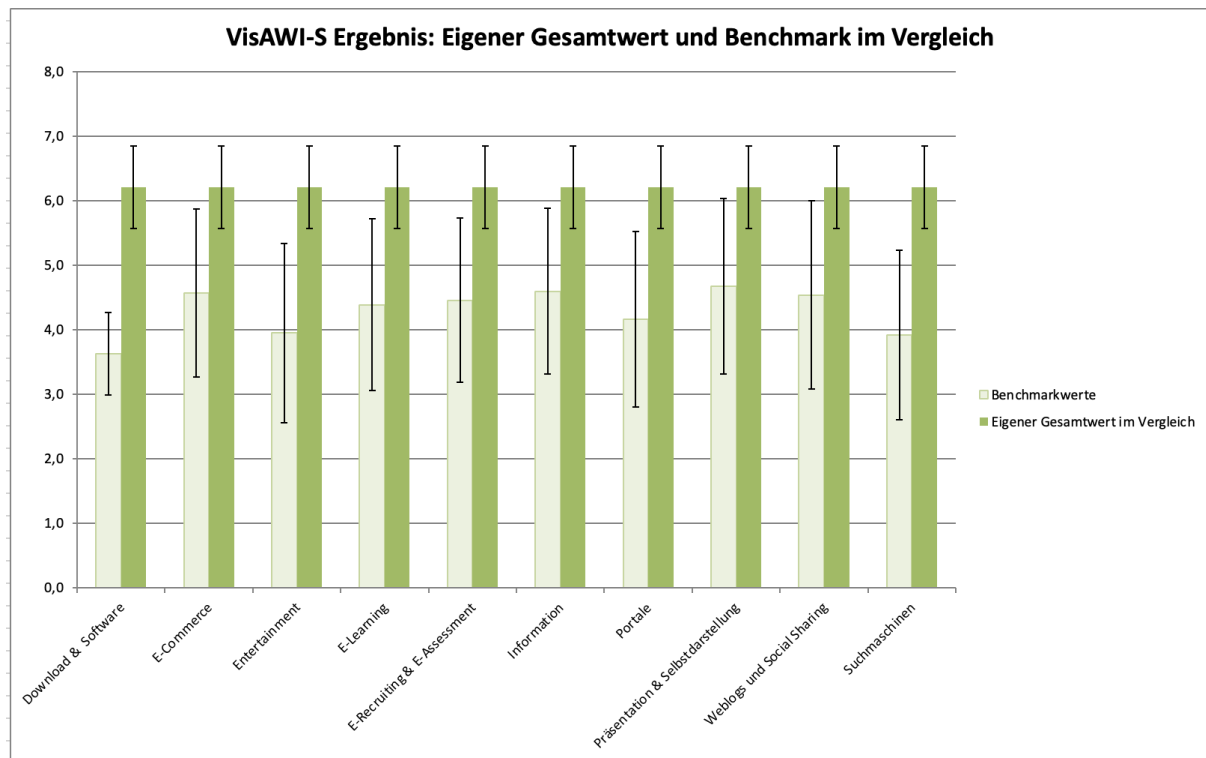


Abbildung Nr. 5: VisAQI-s-Ergebnis: Eigener Gesamtwert und Benchmark im Vergleich (Auswertungsvorlage für VisAWI-S, Thielsch)

<https://www.meinald.de/downloads/>

Fazit

Die Ästhetik der Website des Studiengangs Informationsdesign wurde innerhalb des VisAWI-S Fragebogen positiv wahrgenommen. Der niedrige Wert bei dem Item "Vielfältigkeit" zeigt, ähnlich wie bei den Ergebnissen des AttrakDIFF-Fragebogens, dass eine eher kreative und originelle Charakteristik bei diesem Studiengang erwartet wird und diese Elemente noch stärker ausgebaut werden können.

6.4 Interviewergebnisse

6.4.1 Anfangs-Interview

In der ersten Phase der szenariobasierten Aufgaben wurde ein Anfangs-Interview mit den Teilnehmern durchgeführt, um herauszufinden, nach welchen Informationen die Zielgruppe auf der Website des Studiengangs Informationsdesign zuerst sucht. Die gewonnenen Informationen sind von Bedeutung, da sie einen Einblick darüber geben, welche Informationen auf der Website für die Zielgruppe von Bedeutung sind.

Die einzelnen Aussagen der Teilnehmer können zu Kategorien zusammengefasst werden, die beschreiben, welche Informationen für Eltern bei der Wahl eines Studiengangs für ihre Kinder von Relevanz sind. In der Tabelle Nr. 57 sind die Kategorien und Aussagen der Teilnehmer aufgelistet und nach der Häufigkeit der genannten Kategorie im Interview geordnet.

Nach der Auswertung der Aussagen kann man erkennen, dass drei der sechs Personen Informationen über die Zulassungsvoraussetzungen, wie beispielsweise den Numerus Clausus, suchen. Diese Informationen sind auf der zum Untersuchungszeitpunkt aktuellen Version der Website jedoch noch nicht enthalten (siehe auch Usability Problem Nr.13).

Weitere wichtige Themen, die angesprochen wurden, sind Informationen über die Studieninhalte, die Perspektiven nach dem Studium, den Standort der Hochschule, die Wohnungssituation der Studierenden, die Definition des Studiengangs, die Projekte im Studium, die technische Ausstattung der Hochschule, die Mensa und die Studiendauer. Die Tabelle enthält zudem einen Abgleich, ob die gewünschten Informationen auf der ID-Website vorhanden sind.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die Website die gewünschten Informationen der Zielgruppe zum Teil abbildet. Die Ergebnisse des Usability-Tests und der Interviews weisen darauf hin, dass fehlende Informationen auf der Seite ein zentrales Usability-Problem darstellen. Es wird in diesem Teil des Berichts jedoch nicht näher auf diese fehlenden Informationen eingegangen. Die Übereinstimmung der Ergebnisse aus dem Usability-Test und den Interviews zeigt, dass die gewählten Aufgaben und Szenarien des Usability-Tests nahe an einem "realen Besuch der Website" der Zielgruppe liegen und die richtigen Aufgaben für den Test im Voraus ausgewählt worden sind.

Tabelle Nr.57: Anfangs-Interview

Nr.	Kategorien	Zitate	Information auf der Website von ID bereits vorhanden?
1	Zulassungsvoraussetzungen	- T2: „Relevant ist natürlich die Zulassungsvoraussetzung, das heißt, gibt es einen NC, den mein Sohn in dem Fall erfüllen muss.“ - T6: „Für mich wären die Aufnahmebedingungen interessant, z.B. der NC oder ob man eine Mappe braucht, so wie bei Produktdesign.“	Zulassungsvoraussetzungen werden abgebildet. NC wird nicht abgebildet (s. Usability Problem Nr. 13).

		• T4: „Was sind die Anforderungen, um dieses Studium zu beginnen?“ • T4: „Wie läuft das Bewerbungsverfahren ab?“	
2	Studieninhalte	• T5: „Ich würde jetzt gucken, das Studium an sich, welche Inhalte, welche Fächer es gibt, die man da lernt.“ • T3: „Ich weiß von meiner Tochter, dass sie in allem Kreativen sehr begabt ist, und würde dann erstmal schauen, ob der Studiengang zu ihren Interessen passt. "Damit ich sagen kann, jawohl, da sehe ich sie oder nein, da sehe ich sie nicht."“ • T4: „Was sind die Inhalte/Fächer?“	Ja, Studieninhalte werden abgebildet. Jedoch sollten die Module näher erklärt werden (s. Usability-Problem Nr. 7).
3	Perspektiven nach dem Studium	• T5: „Aus den Studieninhalten schauen, was man später dann mal machen kann.“ • T3: „Wie geht der berufliche Werdegang weiter, also nach dem Bachelor? Welche Master Möglichkeiten gibt es? Wie sind die beruflichen Aussichten? Was ist da gegeben? Was kann man dann nach dem Studium überhaupt machen?“ • T6: „Was sind zukünftige Berufe, das würde mich immer interessieren.“	Ja, sind abgebildet. Jedoch kam es bei den aufgelisteten Berufen zu Verständnisschwierigkeiten (s. Usability-Problem Nr. 1). Außerdem fanden die Teilnehmer den Reiter „Perspektiven“ teils nicht (s. Usability-Problem Nr. 25)
4	Standort	• T6: „Der Standort wäre wichtig, Baden-Württemberg oder ein anderes Bundesland.“ • T4: „Wo befindet sich die Hochschule, wie kommt mein Kind jeden Tag dorthin?“ • T1: „Wo ist der Platz? Ist es in Stuttgart, Hamburg oder wo ist es überhaupt möglich?“	Ja, ist abgebildet.
5	Wohnungssituation für Studierende	• T2: „Wichtig wäre für uns, weil wir eben nicht aus dem Stuttgarter Raum kommen, gibt es die Möglichkeit eines Wohnheims, das mein Sohn einen Wohnraum hat oder muss er jeden Tag pendeln“ • T4: „Wie ist die Wohnsituation? Wo kann mein Kind unterkommen?“	Nein, ist nicht abgebildet (s. Usability-Problem Nr. 13).
6	Definition Studiengang	• T4: „Was versteht man unter dem Studiengang Informationsdesign?“ • T1: „Ob ich das verstehen kann überhaupt?“	Ja, ist abgebildet.
7	Projekte	• T5: „Vielleicht dann im nächsten Step, so Projekte.“ • T3: „Was ist im Studium an sich vorgesehen, an Auslandssemestern oder an sonstigen Projekten, die man da so machen könnte?“	Teils abgebildet. Die Projekte sollten umfangreicher abgebildet werden (siehe auch Problem 17).
8	Technische Ausstattung	• T2: „Wichtig wäre, wie die Schule ausgestattet ist, obwohl ich davon ausgehe, dass die Hochschule der Medien medientechnisch sehr gut ausgestattet ist.“	Ja, ist abgebildet.

9	Mensa	T2: „Ob es dann eine schöne Mensa gibt oder andere Dinge, die sind dann eher zweitrangig für mich.“	Nein, ist nicht abgebildet (s. Usability-Problem Nr. 13).
10	Studiendauer	T3: „Das nächste wäre zu schauen, wie lange der Studiengang geht“	Ja, ist abgebildet. Jedoch war es für manche Teilnehmer nicht eindeutig (s. Usability-Problem Nr. 13).

6.4.2 Abschlussinterview

Das Abschlussinterview ist eine Möglichkeit, um mehr über die Wahrnehmung der Teilnehmer über die Website des Studiengangs zu erfahren. Der Moderator lässt den Test noch einmal Revue passieren und die Teilnehmer werden aufgefordert, drei Aspekte zu nennen, die ihnen positiv und negativ aufgefallen sind. Sie werden auch gefragt, ob sie den Studiengang als vertrauenswürdig einschätzen und anhand welcher Kriterien sie dies festmachen. Am Ende werden sie gefragt, ob die Website einen seriösen Eindruck auf sie macht und anhand welcher Kriterien sie dies beurteilen.

1. Frage: Welche drei Aspekte der Website sind Ihnen positiv im Gedächtnis geblieben?

Die Tabelle Nr. 58 zeigt die verschiedenen Kriterien, die den Eltern positiv im Gedächtnis geblieben sind. Drei Teilnehmer gaben an, dass die Darstellung von Menschen in Verbindung mit dem Studiengang einen positiven Eindruck hinterlassen habe, insbesondere durch freundliche Bilder. Der zweite Aspekt war der insgesamt positive Eindruck der Website, wobei die Teilnehmer die Fähigkeit, das Interesse am Studiengang zu wecken, lobten. Der dritte Aspekt war die Darstellung der Informationen, wobei die Teilnehmer feststellen, dass es einfach war, die benötigten Informationen zu finden und dass die Website gut organisiert war. Auch die Ästhetik und das Design wurden positiv erwähnt. Insgesamt wurden die Darstellungen von Menschen und der insgesamt positive Eindruck als die wichtigsten Aspekte genannt.

Tabelle Nr. 58: Abschlussinterview, positive Aspekte

Nr.	Kriterien	Zitate
1	Abbildung von Menschen, die in Verbindung mit dem Studiengang stehen	- T2: „Ich fand es sehr positiv, dass man das Team vorgestellt hat und jetzt nicht nur den Head des Teams, sondern wirklich alle.“ - T1: „Die Professoren, die dort gezeigt werden.“ - T4: „Personen wirken freundlich, da sie alle lachen und dadurch wirkt es insgesamt sehr seriös.“ - T1: „Junge Menschen, die einen Job gefunden haben und davon berichten.“
2	Positiver Gesamteindruck	- T2: „Ich fand die Website durchweg positiv, bis auf ein paar kleine designtechnische Gründe. Ich habe nie irgendwo sehr viele schlechte Dinge gesehen.“ - T4: „Generell alles sehr übersichtlich und mit wenigen Links und Klicks zu erreichen.“ - T6: „Sehr freundliches Erscheinungsbild, es lädt ein zum Weitersuchen. Es schreckt nicht ab oder sowas. "Es ist nicht überwältigend, ich war geneigt, mich länger mit der Seite zu beschäftigen.“

		T3: „Die Website hat Interesse am Studiengang geweckt.“
3	Abbildung der Informationen	- T3: „Im Großen und Ganzen waren die Informationen, die ich gebraucht habe, zu finden. Also ich fands schon übersichtlich.“ - T4: „Das ich auf der Eingangsseite schon eine ganze Reihe an Informationen gefunden habe.“ - T2: „Ich fand es gut, dass ich beim Button Bewerbung sofort gesehen habe, was ist die Zeitschiene, wie viele Studenten werden aufgenommen.“
4	Ästhetik	- T5: „Die Gestaltung ist jetzt auf der einen Seite positiv. "Sie ist manchmal recht klar, kurze Texte, also nicht so viel.“ - T4: „Die Aufmachung mit den Bildern ist mir noch als sehr positiv im Kopf geblieben. “

2. Frage: Welche drei Aspekte der Website sind Ihnen dagegen negativ im Gedächtnis geblieben?

Die erste Kategorie bilden die fehlenden Informationen auf der Website (siehe auch Usability Problem Nr. 13). Drei Personen betonen, dass sie bestimmte Informationen nicht finden konnten. In diesem Zusammenhang geben zwei von ihnen an, dass dies jedoch nichts Negatives über die Website an sich aussagt. Ein Teilnehmer bemängelt, dass es keine Informationen über die Umgebung der Universität gibt, was für Eltern und andere Interessenten wichtig wäre.

Eine weitere Kategorie bilden die Verständnisschwierigkeiten bei Begrifflichkeiten, insbesondere in englischer Sprache (siehe auch Usability Problem Nr. 1). Zwei Personen beklagen, dass viele englische Begriffe nicht erklärt werden und dass dies ihnen keine Sicherheit gibt.

Kritisiert wird auch die Navigation der Website (siehe auch Usability Problem 24-26). Eine Testperson bemängelt, dass die obere Menüleiste unübersichtlich ist und dass man schnell etwas übersehen kann.

Die vierte Kategorie umfasst die Informationsstruktur. Drei Personen beklagen, dass die relevanten Informationen schwer zu finden sind und dass es lange gedauert hat, sie zu finden oder sie die Informationen gar nicht gefunden haben. Eine Person bemängelt auch die Vollständigkeit der Beschreibungen der Lehrkräfte.

Des Weiteren wird die Ästhetik der Website bemängelt (siehe auch Usability-Probleme 5-12). Zwei Personen geben an, dass einige Bilder und Fotos nichtssagend sind und dass sie mehr von Informationsdesign erwartet hätten. Ein Teilnehmer bemängelt auch, dass das Logo sehr klein ist und dass es keine Außenansicht des Gebäudes gibt. Zudem wird die Headergrafik auf der Seite „Studieninhalte“ kritisiert. Zwei Personen beklagen, dass die erste Grafik, die man sieht, wenn man die Seite öffnet, verwirrend ist und dass sie sehr dominant ist. Eine Person fügt hinzu, dass sie als Nicht-Informationsdesigner irritiert war. Folgende Tabelle zeigt die Kritikpunkte im Detail anhand der Aussagen der Teilnehmer auf.

Tabelle Nr. 59: Abschlussinterview, negative Aspekte

Nr.	Kriterien	Zitate
1	Fehlende Informationen	- T3: „Was ich nach wie vor nicht gefunden habe, waren diese Wahlmöglichkeiten, also welche es da gibt.“ - T2: „Ich habe Informationen nicht gefunden, aber das ist ja nichts negatives über die Website an sich.“ - T5: „Studieren heißt ja auch Uni, Campus. Irgendwelche Links zu dem Drumherum. Das interessiert Eltern ja auch noch. Mehr vielleicht auch als die Studierenden. Also, wie ist das denn überhaupt? Wo liegt das? Das würde ich halt erwarten, wenn ich das erste Mal dort bin, würde ich das erwarten, um eben nicht zu Google gehen zu müssen. Ist da jetzt ein Wohnheim in der Nähe oder ein Bäcker oder Lidl. Das hat mir ein bisschen gefehlt.“
2	Informationsstruktur	- T5: „Also ich sag mal so, die grundlegenden, die relevanten Daten oder Informationen sind da. Also muss man ein bisschen suchen, hier und da. Also von den Begrifflichkeiten, aber sie sind da. Das war gut, also schon ein Einblick und Informationen.“ - T6: „Bei manchen Informationen hat es sehr lange gedauert, sie zu finden oder ich habe sie gar nicht gefunden.“ - T4: „Die Beispiele, die wir hatten, wo ich etwas gesucht habe und nicht gleich gefunden habe.“ - T4: „Die Vollständigkeit bei den einzelnen Beschreibungen der Lehrkräfte.“
3	Verständnisschwierigkeiten Begrifflichkeiten, insbesondere Englische Sprache	- T5: „Bisschen auch die Begrifflichkeiten und halt das viele Englisch.“ - K1: „Viele englische Worte, die nicht beschrieben werden, das gibt mir keine Sicherheit.“ - T3: „Mir ist ein Tick zu viel Englisch.“
4	Ästhetik	- T5: „Negativ sind manchmal bisschen wirre Bilder oder nichtssagende Fotos. Das brauche ich jetzt nicht oder kann man auch anders machen. Grad so bei Informationsdesign, da heißt ja auch DESIGN, da würde ich mehr erwarten“ - T1: „Information-Design-Logo sehr klein zum Lesen.“ - T1: „Das Gebäude fehlt in der Außenansicht gleich am Anfang.“
5	Headergrafik bei Studieninhalten	- T3: „Diese erste Grafik, gleich wenn man anfängt, war verwirrend.“ - T2: „Ich bin ja zwei-oder dreimal über dieses Schaubild gestolpert, als nicht Informationsdesigner hätte mich das irritiert. Das war sehr dominant, weil sie es eben gleich sehen, wenn sie auf den Button klicken.“
6	Navigation	T6: „Die obere Menüleiste, entweder es gab dieses Klappmenü oder das gab es nicht, da kann man schnell etwas übersehen.“

3. Frage: Schätzen Sie den Studiengang als vertrauenswürdig ein? Wenn ja, anhand welcher Kriterien machen Sie dies fest?

Zusammenfassend kann gesagt werden, dass alle Teilnehmer den Studiengang als vertrauenswürdig einschätzen. Den Teilnehmern fiel es jedoch schwer, Kriterien für diese Einschätzung zu formulieren. Dies liegt wohl daran, dass Vertrauenswürdigkeit ein komplexer Begriff ist. Aufgrund der Mehrdimensionalität des Begriffs kommt auch die Wissenschaft bis heute noch zu keiner allgemein gültigen Definition (Blank, 2011).

Vier der sechs Teilnehmer machen ähnliche Aussagen, dass ein wichtiger Faktor die Menschen sind, die mit dem Studiengang in Verbindung stehen. Sympathie für die abgebildeten Personen, das kleine familiäre Umfeld und die Möglichkeit, Namen, Gesichter und Telefonnummern von Lehrenden zu erhalten, tragen zu ihrer positiven Einschätzung bei. Sie sehen den Studiengang als wichtig und in der Zukunft relevant und würden ihn ihrem Kind empfehlen. Auch die Kooperationen und Lehrenden machen einen seriösen Eindruck.

Diese Zitate stützen die oben genannte Zusammenfassung:

- T1: „Wieder wegen den Menschen, weil man Namen, Gesichter, Telefonnummern etc. bekommt.“
- T3: „Ich habe jetzt nichts Negatives gefunden, wo ich sagen würde: O Gott lass die Finger davon.“
- T3: „Das Kleine Familiäre ist auch sehr angenehm.“
- T4: „Die Kooperationen und auch die Lehrenden haben einen sehr seriösen Eindruck gemacht (Vitas etc.)“
- T5: „Das ist eine öffentliche Einrichtung, da habe ich schon das Vertrauen, dass es passt. Man kann sich was drunter vorstellen. Da ist schon bisschen Vertrauen. Das ist eine seriöse Einrichtung, wo mein Kind dann gut gelehrt wird.“
- T5: „Weil die abgebildeten Personen so sympathisch wirken.“
- T6: „Es ist ein Studiengang, der wichtig und in der Zukunft relevant ist, deshalb ist es etwas, das ich meinem Kind auf jeden Fall empfehlen würde.“

Frage 4: Macht die Website des Studiengangs einen seriösen Eindruck auf Sie? Wenn ja, anhand welcher Kriterien machen Sie dies fest?

Alle Teilnehmer stufen die Website als seriös ein. Sie beziehen sich dabei auf das professionelle Design, die persönliche Note der Seite, die Präsentation des Teams und Erfahrungsberichte von Studierenden, die sachliche, gut strukturierte und freundliche Gestaltung der Seite, sowie das Fehlen von unnötigen Elementen, die von Informationen ablenken könnten.

- T1: „Die Gestaltung ist professionell gemacht und das HdM-Logo taucht auf.“
- T2: „Ja, sie macht einen seriösen Eindruck auf mich und das hat damit zu tun, dass ich persönliche Ansprechpartner habe. Das schlimmste ist Anonymität und das fangen sie auf, indem sie das ganze Team vorstellen, indem sie wahnsinnig viele Bilder von Studierenden zeigen, indem sie Erfahrungsberichte von Studierenden haben und sowohl während des Studiums als auch die Beispiele die Studenten nach dem Studium perspektivisch gemacht haben. Halt immer wenn sie so eine persönliche Note haben mit Bild oder Zitat, das macht das ganze dann seriös und vertrauenswürdig“
- T3: „Die Website wirkt nicht eingestaubt, sondern frisch, aber trotzdem seriös.“
- T4: „Die Information war im Vordergrund, kein unnötiger Schnickschnack dabei, der ablenkt.“
- T5: „Nicht abgehoben, nicht kompliziert, man kann sich gut drauf bewegen. Da blinkt jetzt nichts. Da kommen keine Sachen, die ich jetzt nicht will.“

- T6: „Die Website ist weder kitschig, noch albern oder sonst irgendwas, sondern sachlich, gut strukturiert und freundlich. Deshalb ist sie auf jeden Fall seriös für mich.“

6.5 Ergebnisse in Bezug auf die Informationsdesign-Website

Die Ergebnisse der Fragebögen (siehe Kapitel 6.3) und auch die der Interviews aus Kapitel 6.4 fallen im Allgemeinen positiv aus und stimmen somit überwiegend überein.

Zusammengefasst stellen sich die Informationen zu den Zulassungsvoraussetzungen wie dem geforderten NC, den Studieninhalten, den Perspektiven und dem Standort des Studiengangs für die Zielgruppe Eltern als relevanteste Information heraus. Manche dieser Informationen werden von Probanden direkt gefunden, andere gesuchte Inhalte sind allerdings schwer zugänglich oder nicht zu finden. Dies bestätigen auch die im Abschluss-Interview genannten negativen Aspekte, dass gesuchte Informationen fehlen oder Verständnisprobleme sowie Erklärungsbedarf besteht.

Nach den Abschluss-Interviews (s. Kapitel 6.3.2) kann gesagt werden, dass die Website des Studiengangs Informationsdesign von den Teilnehmern generell als vertrauenswürdig und seriös eingestuft wird. Im Zusammenhang mit dieser Einstufung wird die Abbildung von Menschen, die in Verbindung mit dem Studiengang stehen im Interview genannt.

Entsprechend der quantitativen Testergebnisse des Fragebogens VisAWI-S (Kapitel 6.3) wird das Aussehen, besonders die Farbgebung und die Kunstfertigkeit der Informationsdesign-Website als positiv und gut von den Teilnehmern wahrgenommen. Bei den Ergebnissen des AttrakDiff mini Fragebogens (Kapitel 6.2) liegen die Bewertungen der Website auch meistens im oberen positiven Bereich. Die Attraktivität schneidet hier primär positiv ab. Die beiden am niedrigsten bewerteten Items, hedonische Qualität (HQ) (AttrakDiff mini) sowie die Vielfältigkeit (VisAWI-S) zeigen, dass die Bedürfnisse, Stimulation sowie Originalität im Rahmen der Website nicht erfüllt werden. Diese Aspekte könnten durch kreative und originelle Elemente verbessert werden, um eine auffallende und fesselnde Charakteristik der Website zu entwickeln (Hassenzahl, Burmester & Koller, 2008).

6.6 Ergebnisse im Bezug auf die Evaluationsziele

Es ist wichtig für den formativen Usability-Test, nicht nur die bereits identifizierten Usability-Probleme zu berücksichtigen, sondern auch die Evaluationsziele und -fragen aus Kapitel 3.2 zu beantworten. Die Nummer in Klammern verweist auf das jeweils zugeordnete Usability-Problem. Außerdem werden die Ergebnisse von den Aussagen der geführten Interviews und der quantitativen Daten aus den eingesetzten Fragebögen (VisAWI-S, AttrakDiff mini) gestützt.

1. Ist die Bedienung und die Navigation auf der Seite benutzerfreundlich?

Die Navigation der ID-Website weist Verbesserungspotenzial auf. Die Nutzer empfanden Schlagwörter in der Navigation teils unpräzise formuliert und die Struktur der Navigation war meist nicht sofort erkennbar, was zu Umwegen bei der Bearbeitung der Aufgaben geführt hat. Im Folgenden werden die Probleme in kurzer Form aufgeführt.

- a) Ist die Navigationsstruktur für die Nutzenden übersichtlich, klar strukturiert und nachvollziehbar?

Die Navigationsstruktur der Informationsdesign-Website weist einige Schwächen auf. So sind einige Schlagwörter unpräzise formuliert. Dies führt zu Problemen bei der Suche nach den gewünschten Informationen (24). Ein weiteres Problem ist die uneinheitliche Gestaltung der Menüpunkte, da einige als Drop-Down-Menü aufklappen (Studium, Forschung, Kontakt) und andere nicht (Bewerbung, Projekte, Menschen, Kooperationen, News). Hier wird nicht erwartet, dass die Oberbegriffe der Drop-Down-Menüs angeklickt werden können, sondern nur die Drop-Down-Punkte darunter (26). Eine weitere Schwäche liegt in der Anordnung der Schlagwörter. So ist der Reiter „Perspektiven“ im Drop-Down-Menüpunkt „Studium“ an letzter Stelle platziert, was dazu führt, dass die Teilnehmer diesen wichtigen Punkt teilweise übersehen (25).

- b) Finden die Nutzenden intuitiv und effizient alle Informationen, die sie suchen?

Die Navigationsstruktur der Informationsdesign-Website weist einige Probleme auf. Diese haben dazu geführt, dass die Testteilnehmer nicht direkt die gesuchten Informationen finden konnten und Umwege einschlagen mussten, um die Aufgaben zu bearbeiten. Besonders der Reiter „Perspektiven“ bereitete Schwierigkeiten (24). Auch in den Ergebnissen des Abschluss-Interviews wird die Informationsarchitektur eher negativ bewertet.

Die Zielgruppe wünscht sich zudem weitere Informationen, die aktuell fehlen. Dazu zählen unter anderem der Numerus Clausus, eine nähere Erklärung der Studieninhalte, Informationen über die Mensa und Aufenthaltsräume sowie Angaben zum Wohnraum in der Nähe der Hochschule (13). Die Testteilnehmer wünschen sich zudem Bilder, die die Hochschule auch von außen zeigen (15).

Eine weitere Erwartung, die nicht erfüllt wurde, ist die Kontaktmöglichkeit, die sich nach Ansicht der Teilnehmer im Impressum befinden sollte (14), sowie ein Suchfeld, um vermeiden zu können, dass Besucher die Website verlassen, wenn sie die gesuchte Information nicht sofort finden (16).

Ein kritisiertes Problem ist, dass nur veraltete Events dargestellt werden. Eine Art Veranstaltungskalender, auf dem auch künftige Events aufgelistet werden, stellen eine Lösungsoption dar (21). Auch die Darstellung der Projekte erfährt Kritik, da diese nur den gestalterischen Teil der Studieninhalte abbilden. Projekte aus anderen Bereichen wie Usability, User Experience Design, Human Centered Design, User Interface, Medienpsychologie oder Webprogrammierung fehlen beispielsweise (17).

- c) Entsprechen die Interaktionsmöglichkeiten den Erwartungen der Nutzer?

Einige Interaktionsmöglichkeiten bereiteten Probleme. Teilnehmer, die sich über die Bewerbungsvoraussetzungen informieren möchten, klickten auf den falschen Link „Zu den Studieninhalten“ unter der Überschrift „Was wird von Bewerbern erwartet?“ auf der Seite „Bewerbung“ (19). Dies führte zu Verwirrung, da sie auf die Seite „Studieninhalte“ geleitet wurden.

Auf der Seite „Jobs und Praktika“ ist ein Link platziert, der zu der Lernplattform „Moodle“ führt, auf die externe Besucher keinen Zugriff haben, was zu Verwirrung führt (20). Die Headergrafik auf der Seite „Studieninhalte“ wurde von den Testteilnehmern als interaktiv empfunden (5), obwohl sie es nicht ist. Die Modulgrafik auf der Seite „Studieninhalte“ wirkt ebenfalls interaktiv, aber es fehlt ein explizites und verständliches Zeichen, das zeigt, dass sie vergrößerbar ist. Ein explizites und verständliches Zeichen ist notwendig, damit der Benutzer weiß, wie er mit der Grafik interagieren kann. Die Teilnehmer gingen davon aus, dass sie durch Klicken auf ein Modul weitere Informationen erhalten würden (7, 8).

Die Gestaltung der Navigation auf der Seite ist uneinheitlich. Einige Menüpunkte können als Drop-Down-Menüs aufgeklappt werden (Studium, Forschung, Kontakt) und andere nicht (Bewerbung, Projekte, Menschen, Kooperationen, News). Dies führt dazu, dass die Teilnehmer nicht erwarten, dass die Oberbegriffe der Drop-Down-Menüs angeklickt werden können, sondern nur die Drop-Down-Punkte darunter (26).

Des Weiteren suggeriert das Video auf der Seite „Ausstattung“, dass es Ton abspielen kann, was es jedoch nicht tut (12).

2. Sind Informationen über den Studiengang verständlich aufbereitet?

Alle Teilnehmer hatten Schwierigkeiten, die Studieninhalte zu verstehen. Der gehäufte Einsatz von englischen und deutschen Fachbegriffen eröffnet eine Barriere für den Laien um zu verstehen, was genau hinter dem Begriff „Informationsdesign“ steckt, welche Studieninhalte gelehrt werden und welche Berufsmöglichkeiten der Studiengang bietet.

a) Werden die Studieninhalte leicht verstanden?

Besonders englische Fachbegriffe machen es den Teilnehmern schwer, die Studieninhalte zu verstehen (1). Auch deutsche Fachbegriffe benötigen eine weiterführende Erklärung, damit die Studieninhalte verstanden werden (2).

Die Headergrafik und die Modulgrafik, die beide unterstützend auf der Seite „Studieninhalte“ wirken sollen, um die Inhalte zu erklären, erfüllen ihren Zweck nicht. Die Testteilnehmer wünschen sich weiterführende Erklärungen zu den Studieninhalten, da sie sich unter vielen der genannten Begriffe nichts vorstellen können (5, 7). Der Text unter der Modulgrafik wiederholt nur die Inhalte der Grafik und bietet keine weiteren Erklärungen zu den Studieninhalten (Redundanz) (22).

Der einleitende Text auf der Startseite (erster Eindruck, was Informationsdesigner machen) mit der Überschrift: „Emotion durch Information. Wir gestalten Erlebnisse.“ wird als zu lang empfunden (4). Des Weiteren wird die Startseite meist schnell verlassen und wichtige Informationen über den Studiengang im Allgemeinen gehen verloren (30).

b) Können Fach- und englische Begriffe verstanden und eingeordnet werden?

Englische Begriffe und englischer Text stellen eine Herausforderung für die Zielgruppe dar (1, 3). Auch bei deutschen Fachbegriffen kommt es zu Verständnisproblemen. Die eigene

Interpretation der Begrifflichkeiten gelingt nur in wenigen Fällen **(2)**. Besonders beim Verständnis der Studieninhalte wird dieses Problem deutlich.

- c) Wird deutlich, welche Zukunftsmöglichkeiten der Studiengang nach dem Bachelor of Arts Abschluss bietet?

Im Interview betont eine Person, dass es sich um einen wichtigen Studiengang handelt, der in Zukunft relevant ist. Allerdings können sich die Testteilnehmer zum Teil nichts unter den genannten Berufen vorstellen auf der Seite „Perspektiven“ **(1, 2)**.

- d) Wird der Studiengang durch die Website seriös und vertrauenswürdig repräsentiert?

Der Studiengang wird von allen Teilnehmern als seriös und vertrauenswürdig wahrgenommen (siehe **6.3.2**). Der wichtigste Faktor für diese Wahrnehmung ist die persönliche Note der ID-Website. Die Präsentation der Lehrenden oder Erfahrungsberichte von Studierenden tragen beispielsweise zu einer positiven Einschätzung bei.

- e) Wird auf der Website vermittelt, dass der Studiengang ein angenehmes Umfeld für Studierende bietet?

Als durchweg positiv wird die familiäre Atmosphäre bewertet, die der Studiengang bietet. Damit das Umfeld noch besser auf der Website visualisiert wird, wünschen sich die Testteilnehmer zusätzlich Bilder der Hochschule **(15)**. Außerdem hätten sie gerne weitere Informationen über die Umgebung der Hochschule, die Mensa und andere Räumlichkeiten wie beispielsweise „Chill-Ecken“ **(13)**. Die Darstellung von veralteten Events wird kritisiert, gewünscht werden Events, die in der Zukunft veranstaltet werden, wie eine Art Veranstaltungskalender **(21)**.

- f) Werden ausreichend Informationen über Lehrende des Studiengangs zur Verfügung gestellt?

Alle Teilnehmer bewerten die Darstellung der Menschen, die mit dem Studiengang in Verbindung stehen, als sehr positiv. Der einzige Kritikpunkt stellt die Vita von Herrn Prof. Dr. Burmester auf englischer Sprache dar, diese wird als schwer verständlich bemängelt **(3)**.

- g) Ist die Möglichkeit der Kontaktaufnahme direkt ersichtlich und unkompliziert nutzbar?

Das Problem besteht darin, dass das Kontaktformular nicht vertraulich genug erscheint, um persönliche Angelegenheiten anzufragen, weshalb das Kontaktformular oft nicht in Erwägung gezogen wird. Gründe dafür sind fehlende Ansprechpartner mit Namen oder Abteilungen, bei denen die Nachricht ankommt **(27, 29)**.

Durch die uneinheitliche Gestaltung der Navigation, wird teils nicht erwartet, dass auf den Reiter „Kontakt“ geklickt werden kann. Teilnehmer gehen davon aus, dass nur die Drop-Down-Punkte darunter eine Interaktion auslösen **(26)**. Außerdem wird eine Kontaktmöglichkeit im Impressum gesucht **(14)**.

3. Ästhetik der Website

a) Spricht das visuelle Erscheinungsbild der Website die Zielgruppe „Eltern“ an?

Laut den Interviews hinterlässt die ID-Website einen positiven Gesamteindruck. Die Gestaltung wird als professionell, unkompliziert und seriös beschrieben. Die Teilnehmer empfinden das Aussehen, insbesondere die Farbgebung und die Kunstfertigkeit, der Informationsdesign-Website laut den quantitativen Testergebnissen des Fragebogens VisAWI-S (Kapitel 6.2) als positiv und gut. Auch die Bewertungen der Website im AttrakDiff mini Fragebogen (Kapitel 6.1) befinden sich meist im positiven Bereich.

Auf der Seite „Menschen“ bemängelt die Zielgruppe die unheitliche Gestaltung (11). Außerdem werden Grafiken und Bilder zum Teil bemängelt (5), (6) und als „wirr“ oder „nichtssagend“ betitelt.

7. Fazit und übergreifende Empfehlungen

7.1 Fazit

Die Website des Studiengangs Informationsdesign wird im Allgemeinen von den Testteilnehmern als positiv, seriös und vertrauenswürdig wahrgenommen. Darüber hinaus beeinträchtigen aber schwerwiegende Usability-Probleme durch eine fehlende oder komplizierte Informationsarchitektur das Verständnis der Inhalte. Hinzu kommt, dass manche für den Nutzer relevanten Informationen schwer zu finden sind oder nicht auf der Website aufgegriffen werden. Der Aufbau und die Gestaltung der Navigation sowie mancher Grafiken erschwert die Bedienung und den Zugang zu Informationen.

Um die Website für die Zukunft nutzerfreundlicher und zielführender zu gestalten, sollten die im folgenden Kapitel 7.2 übergreifenden Empfehlungen berücksichtigt und umgesetzt werden.

7.2 Übergreifende Empfehlungen

Aufgrund der Anzahl an gefundenen Usability-Problemen empfiehlt es sich, diese zunächst nach Priorität zu sortieren, bevor Ressourcen für ihre Behebung verteilt werden. Eine Möglichkeit, dies zu tun, ist, den Schweregrad jedes einzelnen Problems als Entscheidungskriterium heranzuziehen. Besonders schwerwiegende Usability-Probleme mit einem Schweregrad von 3 oder 4 sollten dabei als erstes angegangen und gründlich überarbeitet werden.

Das Usability-Team hat zwei getrennte Tabellen erstellt, um die Priorisierung noch genauer zu gestalten. In der ersten Tabelle sind Usability-Probleme des Schweregrades 3 und 4 aufgeführt, die auf den ersten Blick einfach zu beheben sind. Die zweite Tabelle enthält ebenfalls Probleme des Schweregrades 3 und 4, die jedoch voraussichtlich einen höheren Aufwand erfordern, um sie zu lösen.

Sobald alle Usability-Probleme mit einem Schweregrad von 3 und 4 behoben wurden, ist es ratsam, sich auch den übrigen Problemen zuzuwenden. Denn selbst bei kleinen Usability-Problemen besteht ein großes Potenzial, die Benutzererfahrung erheblich zu verbessern. Daher sollte das Ziel immer darin bestehen, die Nutzererfahrung zu maximieren, indem jedes Problem, unabhängig von dessen Größe, soweit wie möglich behoben wird. Eine benutzerfreundliche Website kann das Vertrauen der Nutzer erhöhen und letztendlich den Erfolg des Produkts steigern.

Nachdem alle relevanten Usability-Probleme behoben wurden, ist es unerlässlich, die Website erneut umfassend zu testen. Dies dient vor allem dazu zu evaluieren, ob die identifizierten Usability-Probleme tatsächlich vollständig behoben wurden und ob bei der Behebung möglicherweise neue Probleme aufgetreten sind. Als Empfehlung für den Auftraggeber wird empfohlen, Interaktions- und UI/UX-Designer frühzeitig in die Produktentwicklung einzubeziehen. Designer können ihre Expertise für ansprechendes Design und eine positive Nutzererfahrung einbringen und sind oft in der Lage, grobe Usability-Probleme ohne aufwendige und kostspielige Usability-Tests zu erkennen und zu beheben.

Zusätzlich zu diesem formativen Usability-Test, der ausschließlich auf der Desktop-Ansicht basierte, sollte die Website auch auf mobilen Geräten getestet werden, da die mobile Ansicht möglicherweise weitere oder andere Usability-Probleme aufweist. Außerdem können auch andere Methoden wie A/B-Tests, Eye-Tracking und Befragungen eingesetzt werden. A/B-Tests erlauben es, verschiedene Varianten einer Website oder App zu testen und zu vergleichen, um herauszufinden, welche Variante besser funktioniert. Eye-Tracking ermöglicht es, die Augenbewegungen von Nutzern während der Nutzung der Website zu verfolgen und bietet somit eine Möglichkeit, die Aufmerksamkeit der Nutzer auf bestimmte Elemente zu lenken. Weitere Befragungen können verwendet werden, um Feedback von Nutzern zu sammeln und herauszufinden, wie sie die Website wahrnehmen und welche Verbesserungen sie sich wünschen.

Es ist auch wichtig zu beachten, dass Usability-Tests ein kontinuierlicher Prozess sind und regelmäßig durchgeführt werden sollten, um sicherzustellen, dass die Website stets benutzerfreundlich bleibt. Nutzerbedürfnisse und -erwartungen ändern sich im Laufe der Zeit, daher sollten Usability-Tests immer wieder durchgeführt werden, um sicherzustellen, dass die Website den aktuellen Anforderungen entspricht.

Neben der Behebung der Usability-Probleme, die in den unten stehenden Tabellen aufgeführt sind, ist es zu empfehlen, kreative und originelle Design-Elemente auf der Website wie beispielsweise Animationen einzubauen. Der Studiengang Informationsdesign ist ein kreativer und innovativer Studiengang, genauso wie die darin erlernten Inhalte als auch die nachfolgende Berufsperspektive. Die Webseite sollte dies in einem gewissen Maß widerspiegeln.

Tabelle Nr. 60: Einfach zu lösende Usability Probleme mit hohem Nutzen

Nr. Usability Problem	Usability Problem	Lösungsvorschlag
5	Headergrafik auf der Seite Studieninhalte verwirrend	Die Headergrafik sollte ausgetauscht oder komplett entfernt werden, da sie äußerst komplex erscheint und beinahe keinen inhaltlichen Mehrwert bietet. Stattdessen sorgt sie beim Nutzer für negative Erlebnisse mit der ID-Website. Bilder von aktuellen Projekten oder Bilder, welche die einzelnen Studien Disziplinen veranschaulichen (mit Name der jeweiligen Disziplin), würden beispielsweise einen konkreten Einblick in die Studieninhalte geben und so einen besseren ersten Eindruck liefern.
2	Verständnisschwierigkeiten deutsche Fachbegriffe	Bei deutschen Fachbegriffen könnten Verlinkungen zu Erklärungen ergänzt werden. Noch besser wären Drop-Downs mit Erklärungen direkt auf der Website, welche aufklappen, sobald der Nutzer auf die Begrifflichkeit des Nicht-Verstehens klickt. Abkürzungen sollten ausgeschrieben werden z.B. ID-Studierende - Informationsdesign-Studierende
1	Verständnisschwierigkeiten englische Fachbegriffe	Viele englische Fachbegriffe können ins Deutsche übersetzt werden oder in Deutsch hinter den Begriff geschrieben werden z.B. Tools of Working - Werkzeuge des Arbeitens. So kann sich auch jemand, der kein Englisch kann, etwas darunter vorstellen. Alternativ könnten deutsche Übersetzungen verlinkt werden. Somit könnte sich der Nutzer per Klick auf das Wort eine Übersetzung abholen. Noch besser wären Drop-Downs mit Erklärung direkt auf der Website. Diese sollten erscheinen, sobald der Nutzer auf den Begriff klickt, den er nicht versteht. So ist gewährleistet, dass er die Seite nicht verlässt. Interne Abkürzungen sollten erklärt oder ausgeschrieben werden.
6	Grafik Modulübersicht im Vollbildmodus schwer zu verlassen	Es sollten gängige Methoden wie der Shortcut "ESC" funktionieren. Außerdem sollte ein "Zurück", "X"- oder "Vollansicht verlassen"-Button eingebaut und auffällig platziert werden.

8	Grafik Modulübersicht suggeriert nicht, dass man sie vergrößern kann	Man könnte ins untere Eck der Grafik einen Button mit entsprechenden Zeichen setzen. Beispielsweise eine Lupe oder das typische "Vergrößern"-Zeichen, das man von diversen Video-Plattformen (z.B. Youtube) kennt. Es wäre ebenfalls eine Überlegung wert, die Grafik standardmäßig groß abzubilden, damit die Nutzer sie gar nicht vergrößern müssen.
11	Uneinheitliche Gestaltung bei Menschen	Die Kacheln sollten alle auf derselben Höhe enden. Die Typografie sollte korrekt umbrechen. Die Inhalte der dargestellten Menschen sollten aufeinander angepasst sein. Zitate und Lebensläufe sollten in Deutsch dargestellt und überall vorhanden sein.
22	Dopplung Inhalt Modulgrafik	Die einfachste Lösung wäre, zweifelsfrei den Text, der die Infografik in Textform wiedergibt, zu entfernen. Die Infografik bietet durch Veranschaulichung der ETCS Punkte mehr Inhalt. Falls der Text unbedingt beibehalten werden will, eventuell weil befürchtet wird, dass nicht jeder Nutzende die Infografik versteht, sollte gekennzeichnet werden, dass es sich um eine Wiederholung in Textform handelt. Doch selbst dann ist das Ergebnis nicht optimal und der Text weiterhin störend. Eine Klappfunktion wäre empfehlenswert. Die meisten Nutzenden werden den Text nicht brauchen und müssten auf diese Weise nicht unnötig lang scrollen.
20	Moodle Link irreführend	Deutliche Hervorhebung bzw. Kennzeichnung, dass der Moodle-Link nur für immatrikulierte Studierende und nur mit Zugangsdaten zugänglich ist.

Tabelle Nr. 61: Aufwendig zu lösende Usability Probleme mit hohem Nutzen

Nr. Usability Problem	Usability Problem	Lösungsvorschlag
24	Navigation Schlagwörter unpräzise	Aussagekräftige Schlagwörter verwenden, die klar und deutlich beschreiben, welche Informationen sich entsprechend dahinter verbergen. Man könnte außerdem noch einige Schlagwörter in die Navigation mit aufnehmen, um so die Informationen mehr und deutlicher einzugrenzen.
25	Anordnung der Schlagwörter in der Navigation	z.B. die Methode „Card-Sorting“ anwenden um herauszufinden, welche Anordnung für Nutzer am sinnvollsten ist
26	Uneinheitliche Gestaltung Drop-Down-Menü	Zu jedem Menü-Punkt ein Ausklapp-Menü einrichten, um mehr Einheitlichkeit und Wiedererkennbarkeit zu erreichen.
13	Informationen sind auf der gesamten Website nicht vorhanden	Durchschnittlichen NC und die Bewerberanzahl der vergangenen Jahre abbilden Die fehlenden Informationen, vor allem die Beschreibungen der einzelnen Modulinhalte und die Informationen zur Bewerbung, die der Studiengang preisgeben kann, sollten auf der Website ergänzt werden. Informationen zum Campusleben könnten per entsprechendem Link (z.B. auf die HDM-Website) mitgegeben werden.
21	Veraltete Informationen	Es wäre empfehlenswert, alle vergangenen Veranstaltungen aus dem Kalender zu entfernen oder ein Archiv zu erstellen, dass bei Bedarf geöffnet werden kann. Der Fokus sollte auf zukünftige Events gelegt werden (z.B. alle noch kommende Events im aktuellen Semester), damit die Website-Besucher sich diese rechtzeitig vormerken und an diesen teilnehmen können. Die "News"-Kästen sind gut, um sich einen Überblick zu verschaffen, was der Studiengang in der Vergangenheit angeboten hat, allerdings sollten diese nicht mehr als ein oder zwei Jahre zurückreichen, sofern sie nicht etwas ganz "Besonderes" waren. Das einmalige "20-Jahre-Jubiläum" des Studienganges in etwa hat im Gegensatz zu dem "Studieninfotag 2016", der jedes Semester stattfindet, mehr Relevanz und somit

		eher ein Recht, angezeigt zu werden, obwohl es lang vergangen ist. Bei den Unterpunkten "Ankündigung" und "Neue Ausstellung" sollte nur Aktuelles und Zukünftiges aufgelistet werden. Ankündigungen für Vergangenes machen wenig Sinn. Eine weitere Option wäre, das "Neue" aus "Neue Ausstellung" zu entfernen.
3	Englische Texte	Die Texte auf der Website sollten einheitlich in einer Sprache verfasst sein. Da sich die Seite vor allem an deutschsprachige Besucher adressiert, sollten alle Texte, inklusive die, welche die Dozenten und Dozentinnen selbst formuliert haben, in deutscher Sprache abgebildet werden. Für anderssprachige Interessenten könnte es wiederum gut sein, wenn es eine Möglichkeit gäbe, die komplette Website ins Englische zu übersetzen. Wichtig ist nur, dass keine Mischung entsteht und eine deutsche Website-Version in jedem Fall enthalten bleibt.
7	Modulgrafik bei Studieninhalten nicht interaktiv	Die Grafik sollte interaktiv und klickbar gestaltet werden. Einzelne Fächer bzw. Module sollten angeklickt werden können, woraufhin eine kurze Beschreibung von beispielsweise 3-4 Sätzen (z.B. als DropDown) das Wichtigste eines Modules zusammenfasst. Die einzelnen Kästen sollten dann aufs Hovern reagieren (sich leicht verfärben), um eindeutig zu signalisieren, dass man sie anklicken kann.
16	Fehlendes Suchfeld nach Begriffen	Es wäre gut, wenn ein Suchfeld eingebaut wäre, um den heutigen Standards gerecht zu werden. Auf diese Weise könnte auch die Navigation leichter fallen. Das Feld könnte sich beispielsweise oben auf jeder Seite befinden. So kann vermieden werden, dass Besucher die Website verlassen, wenn sie die gesuchte Information nicht sofort finden.

8. Literatur

Dumas, J.C. (2003). User-Based Evaluations. In J.A. Jacko & A. Sears (Eds.), *The Handbook of Human Computer Interaction* (1093-1116). Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum.

Dumas, J.C. & Fox (2007). Usability Testing: Current Practice and Future Directions. In J.A. Jacko & A. Sears (Eds.), *The Handbook of Human Computer Interaction*. 2nd Edition (1129-1149). Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum..

Hassenzahl, M., Burmester, M. & Koller, F. (2008) *Der User Experience (UX) auf der Spur: Zum Einsatz von www.attrakdiff.de* In: Brau, H., Diefenbach, S., Hassenzahl, M., Koller, F., Peissner, M. & Röse, K. (Hrsg.): *Usability Professionals 2008*, S. 78-82. Stuttgart: German Chapter der Usability Professionals Association.

Blank, K. (2011). Definition Vertrauen. In *Vertrauenskultur*.

https://doi.org/10.1007/978-3-8349-6894-4_2

Manakhov, P., & Ivanov, V. D. (2016). Defining Usability Problems. *Proceedings of the 2016 CHI Conference Extended Abstracts on Human Factors in Computing Systems*, 3144–3151. <https://doi.org/10.1145/2851581.2892387>

Moshagen, M. & Thielsch, M. T. (2010). Facets of visual aesthetics. *International Journal of Human-Computer Studies*, 68 (10), 689-709. doi:10.1016/j.ijhcs.2010.05.006

Nielsen, J. (1993). *Usability engineering*. Morgan Kaufmann.

Nielsen, J. (1994). *Heuristic Evaluation*. In J. Nielsen & R.L. Mack (Eds), *Usability Inspection Methods* (pp. 25-62). New York: John Wiley.

9. Anhänge

Kürzel	Bezeichnung	Seite
A	Erklärungen und Informationen für Eltern	92-93
B	Einverständniserklärung Datenerhebung	94
C	Formular Aufwandsentschädigung	95
D	Zoom Anleitung	96-97
E	Protokollbogen Vorlage	98
F	Abkürzungsverzeichnis für Protokollbogen	99
G	Moderationsleitfaden Remote	100-109
H	Moderationsleitfaden vor Ort	110-121
I	Index Definition	122-124
J	Indextabelle	125-143
K	Segmentierung Tabellen der einzelnen Teilnehmer	144-155
M	Fragebogen soziodemographische Daten	156
N	Fragebogen VisAWI-Short	157
L	Fragebogen AttrakDIFF mini	158
Q	Begleitende Präsentation Test-Remote	159-172
R	Rekrutierungskarte	173
S	Testsetting Bilder	174
T	Aufgabenverteilung im Team	175-176

Lautes Denken und Aufgaben-Szenarien im Überblick

Achtung! Diese Informationen dienen zu Ihrem Überblick während des Testes. Bitte lesen Sie die Informationen nicht im Voraus durch. Das würde die Ergebnisse verfälschen.

1. Lautes Denken

Während des gesamten Usability-Tests ist es sehr wichtig, dass Sie Laut Denken. Darum hier eine kurze Erläuterung der Methode:

Lautes Denken kann jeder. Es bedeutet einfach **alles laut auszusprechen, was man** während der Interaktion mit dem zu testenden Produkt **denkt**. Man spricht frei heraus, was man sonst vielleicht still zu sich selbst sagen würde. Dabei sind vor allem folgende Aspekte von Belangen:

- **Gefühle:** z. B. "Das ärgert mich."
- **Gedanken:** z. B. "Das ist sehr anschaulich."
- **Absichten:** z. B. "Ich werde jetzt nach mehr Informationen suchen."
- **Erwartungen:** z. B. "Wenn ich hier klicke, erwarte ich ..."

Bei Unsicherheit lieber zu viel reden als zu wenig. Gedanken, die im ersten Blick belanglos wirken, können wichtig sein.

2. Das Szenario und die Aufgaben im Überblick

Übergeordnetes Szenario

Ihr Kind hat das Abitur erfolgreich gemeistert und möchte nun ein Studium beginnen. Es ist an mehreren Studiengängen interessiert. Besonderes Interesse hat der Studiengang Informationsdesign an der Hochschule der Medien in Stuttgart-Vaihingen geweckt. Nun fragt es Sie nach Ihrer Meinung zu diesem Studiengang. Natürlich wollen Sie Ihrem Kind weiterhelfen und sicherstellen, dass dieser Studiengang der Beste für dessen Zukunft ist. Also nehmen Sie sich für den nächsten Tag vor, sich auf der Website von Informationsdesign kundig zu machen. Heute haben Sie genügend Zeit gefunden, sich über den Studiengang zu informieren. Sie setzen sich an einen ruhigen Ort, nehmen ihren Computer und besuchen die Website des Studienganges...

Szenario 1

Setzen Sie sich bitte in die beschriebene Situation als Elternteil eines Studieninteressierten Kindes hinein. Welche Informationen über den Studiengang Informationsdesign sind für Sie von Relevanz? Nach welchen Informationen würden Sie auf der Website Informationsdesign als Erstes suchen?

Szenario 2

Nun haben Sie sich schon ein wenig mit der Website vertraut gemacht und einen kleinen

Eindruck erhalten, um was es sich bei dem Studiengang Informationsdesign handelt
Jetzt möchten Sie konkret danach suchen, um was es sich im Kern beim Studiengang Informationsdesign handelt. Können Sie uns mit den gefundenen Informationen zusammenfassen, um was es sich bei diesem Studiengang handelt? (Kernaussage treffen)

Szenario 3

Nachdem Sie einen ersten Eindruck über das Studium erhalten haben, wollen Sie sich exemplarisch über ein paar Studienmodule informieren. Suchen Sie nach den Modulen/Fächern, die in den verschiedenen Semestern belegt werden.

Szenario 4

Nachdem Sie einen ersten Eindruck über das Studium erhalten haben, wollen Sie sich exemplarisch über ein paar Studienmodule informieren. Suchen Sie nach den Modulen/Fächern, die in den verschiedenen Semestern belegt werden.

Szenario 5

Sie haben sich nun über die Studieninhalte informiert und vielleicht schon eine Vorstellung, in welchen Bereichen Ihr Kind damit tätig werden könnte. Also wollen Sie überprüfen, welche Berufe nach Abschluss eines ID Studiums ausgeübt werden können. Suchen Sie bitte nach Informationen über Wege und Möglichkeiten, die Ihrem Kind nach dem Studium offenstehen.

Szenario 6

Sie haben Herr Prof. Dr. Burmester am Studieninfotag kennengelernt und möchten nun erfahren, inwiefern er mit dem Studiengang in Verbindung steht. Suchen Sie ihn und weitere Lehrende auf der Website.

Szenario 7

Sie haben nun die Studieninhalte und Lehrende des Studienganges geprüft. Aber neben den Fakten liegt Ihnen natürlich auch das Wohlfühlen Ihres Kindes am Herzen. Es soll gut aufgehoben sein, herzlich aufgenommen werden und seine Studienzeit genießen.

- a) Darum wollen Sie per Website erfahren, wie familiär der Studiengang Informationsdesign ist. Finden Sie bitte heraus, wie viele Studierende pro Semester aufgenommen werden.
- b) Des Weiteren sind Sie an den Räumlichkeiten interessiert, in denen Ihr Kind Zeit verbringen wird. Es gilt herauszufinden, welche Räumlichkeiten es gibt und welche Technik dem Kind zur Verfügung steht.
- c) Zu guter Letzt fragen Sie sich, ob der Studiengang auch etwas außerhalb der Vorlesungen zu bieten hat. Kann ihr Kind an Festen, Ausflügen oder anderen Veranstaltungen teilnehmen, die das Wohlfühlen steigern?

Zusatzvereinbarung für künftige Kontaktaufnahmen im Rahmen dieser Studie

Ich gebe mein Einverständnis, dass im Falle einer Fortführung dieser Studie oder von Anschlussstudien meine personenbezogenen Daten weiter verwendet werden dürfen. Dies dient einer erneuten Kontaktaufnahme zu mir im Rahmen dieser Studie. Ich bin darüber informiert, dass meine Daten bis zum endgültigen Abschluss der Datenerhebung und/oder Auswertung weiterhin in pseudonymisierter Form (Kodierliste) vorliegen und nur die Studienleitung darauf Zugriff hat. Nach spätestens 10 Jahren werden meine personenbezogenen Daten gelöscht. Bis dahin kann ich jederzeit Auskunft über meine personenbezogenen Daten erhalten und die Löschung dieser Daten verlangen.

☐ JA ☐ NEIN

Ort, Datum & Unterschrift des Teilnehmers:

Name des Teilnehmers in Druckschrift:

Ort, Datum & Unterschrift des Versuchsleiters:

Name des Versuchsleiters in Druckschrift:

Bei Fragen oder anderen Anliegen kann ich mich an folgende Personen wenden:

Versuchsleiter: Marina Glöttner	Projektleiter: Michael Burmester Nobelstraße 10, 70569 Stuttgart 0711 / 8923 3101 burmester@hdm-stuttgart.de
---	---

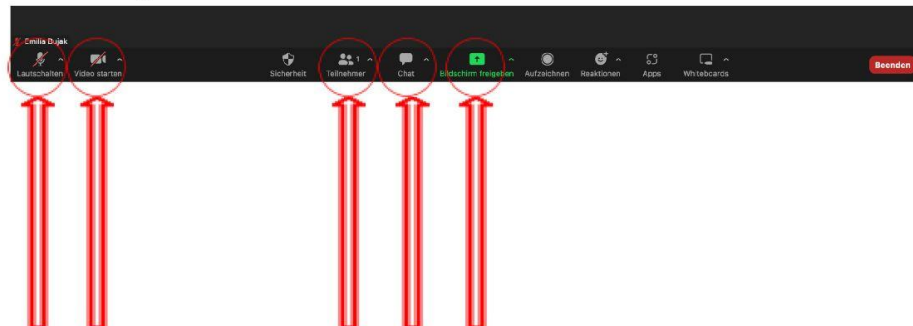
Auszahlung Aufwandentschädigung (Incentives)

Zur Auszahlung ihrer Aufwandentschädigung in Höhe von 20 EUR,
benötigen wir folgende Angaben:

Name, Vorname	
Anschrift, PLZ, Ort	
IBAN	
BIC	

Die Aufwandentschädigung wird auf das von Ihnen angegebene Konto
überwiesen.

Anleitung Zoom

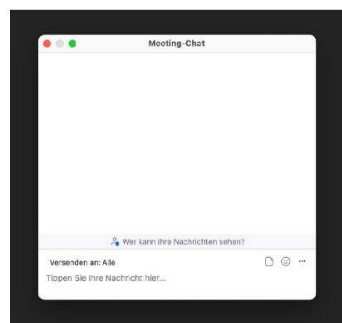


 In der Bedienleiste am unteren Bildschirmrand befindet sich ganz links das **Mikrofon**, welches an- und ausgeschaltet werden kann.

 Mit dem Kamerasymbol rechts daneben schalten Sie die **Kamera** ein und aus.

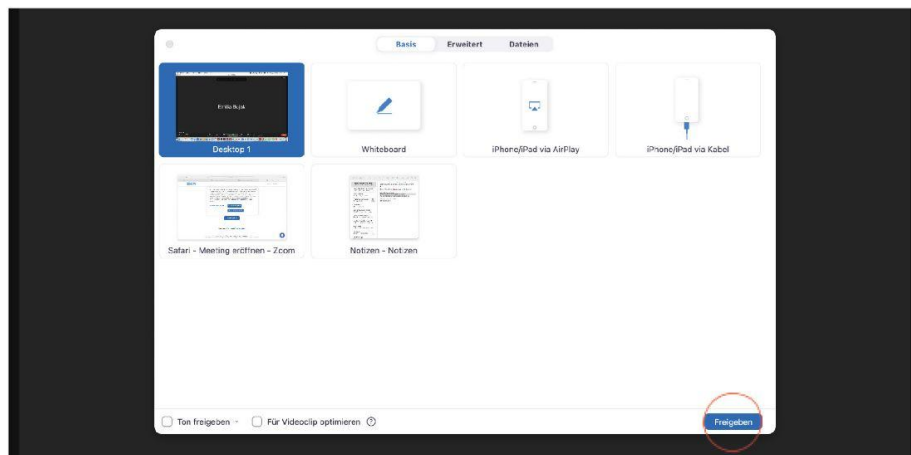
 Klickt man auf **Teilnehmer**, können Sie alle an dem Zoom Meeting teilnehmenden Personen einsehen.

 Klicken Sie auf **Chat**, öffnet sich dieser und Sie können Nachrichten an alle bzw. ausgewählte Meeting-Teilnehmer schicken.



Chat-Fenster öffnet sich

 Um Ihren Bildschirm freizugeben, klicken Sie auf das grüne Symbol **Bildschirm freigeben** und wählen Sie aus, welches Fenster Sie den anderen Meeting Teilnehmern zeigen möchten.



Bildschirmfreigabe Fenster öffnet sich, Fenster kann gewählt werden und dann mit "Freigabe" freigegeben werden.

Alle weiteren Bedienfelder sind für den Test nicht von Relevanz.

Teilnehmer*in: _____

Datum: _____ Uhrzeit: _____ bis _____

[illegible]

Protokoll Abkürzungsverzeichnis

Wer

Mod	Moderator
P	Protokollant
B	Beobachter
T	Teilnehmer

Was

A XY	Aufgabe XY
K	Kommentar des Teilnehmenden
+	positiv
-	negativ
?	Frage des Moderators
H	Hilfestellung des Moderators
CI	Critical Incident (Als „critical incident“ wird fehlerhaftes und, orientiert an dem optimalen Lösungsweg einer Nutzungsaufgabe, suboptimales Verhalten von Testteilnehmern bezeichnet.)
T	Critical Thread
	Ein „critical thread“ bezeichnet eine kausale Verkettung von critical incidents
BD	Break Down („Break downs“ sind Situationen, bei denen Testteilnehmer zwar effektiv und effizient das Ziel einer Aufgabe erreicht, dies aber negativ kommentieren.)
Relevanz (R)	
+++	sehr relevant
++	relevant
+	eher relevant
0	neutral
-	eher irrelevant
--	irrelevant
---	sehr irrelevant

Moderationsleitfaden Remote

ALLGEMEINES	
Vorgang	Beschreibung
Vorbereitung - (30 Minuten)	
Dokumente	☐ 6x Moderationsleitfaden ausgedruckt (für das Team) ☐ 5x Protokollbogen (für das Team) ☐ 5x Abkürzungsverzeichnis (für das Team) ☐ 5x Aufgabenszenario (für das Team) ☐ 1x Instruktion für Lautes Denken (für Testperson vorab verschickt) ☐ 1x Überblick über Aufgaben-Szenarien (für Testperson vorab verschickt) ☐ 1x Link pro Fragebogen (AttrakDiff Mini, VisAWI Kurzversion) ☐ 1x Link Fragebogen zu soziodemographischen Daten ☐ 1x Anleitung für Zoom Bildschirm-, und Kamerafreigabe (für Testperson vorab verschickt) ☐ 1x Datenschutzerklärung (für Testperson vorab verschickt) ☐ 1x Informationsblatt (Anreise, etc. ...) (für Testperson vorab verschickt) ☐ 1x Formular für Aufwandsentschädigung (für Testperson vorab verschickt)
Technik	☐ Ladekabel ☐ Stabile Internetverbindung ☐ Laptop ☐ Kopfhörer für jedes Teammitglied
Sonstiges	☐ Prüfen, dass Datenschutzerklärung und Informationsblatt im Vorfeld ausgefüllt und unterschrieben wurden
Begrüßung - 1 Minute	
	• Teilnehmender wird in Zoom Raum hineingelassen und wird vom Moderator (Mod) begrüßt • Nachfrage nach Zoom Erfahrung (Klappt alles, gibt es Probleme?) • Einstieg ins Gespräch • Kennen Sie die HdM? Haben Sie irgendwelche Berührungspunkte mit dieser Hochschule?

Vorstellung - 3 Minuten	
Vorstellung Moderator	Mod: • Ich bin der/die heutige Moderator/in und möchte mich kurz vorstellen. Mein Name ist _____ und ich bin Ansprechpartner/Ansprechpartnerin für alle Fragen und Anregungen im Rahmen des bevorstehenden Usability Tests. • Nun würden sich noch ganz kurz die anderen Teammitglieder aus unserem Team vorstellen, damit Sie auch wissen, wer Ihnen sonst noch zugeschaltet ist. • Teammitglieder stellen sich vor • Vorab: Vielen Dank, dass Sie an unserem Test teilnehmen und sich die Zeit dafür genommen haben. Damit unterstützen Sie uns wirklich sehr. • (Wir bleiben beim Sie, bis Angebot von Probanden kommt, da älter)
Vorstellung Teilnehmender	Mod: Es würde uns freuen, wenn Sie sich auch kurz vorstellen würden
Vorstellung Team	Mod: Sie haben die anderen Teammitglieder ja eben schon kennengelernt. Nun möchte ich Ihnen noch kurz vorstellen, was ihre jeweilige Funktion im heutigen Test ist: • Protokollant/innen: _____ machen allerhand Notizen über den Test, welche für die Auswertung im Nachhinein genutzt werden • Prof. Dr. Michael Burmester, unser Professor und Experte im Bereich Human Computer Interaction
Vorstellung Vertreter Studiengang Informationsdesign	• Unser Studiendekan Prof. Ralph Tille und • Dorothee Steib sind unsere Auftraggeber/in und Ansprechpartner/in seitens des Studiengangs Informationsdesign
Allgemeine Vorstellung des Projekts	Mod: • Nun möchten wir Ihnen ganz kurz erläutern, warum wir Sie zu diesem Zoom Meeting eingeladen haben und was es genau mit diesem Test auf sich hat: • Die Auftraggeber haben den Wunsch, dass die Website des Studiengangs Informationsdesign einen für den Studiengang überzeugenden und stimmigen Auftritt repräsentiert. Dies veranlasst uns, die Website zu untersuchen, um diese im Nachgang entsprechend zu optimieren.

Hinweise - 7 Minuten	
Über Dauer informieren	Mod: Die Dauer des Usability-Tests beträgt etwa 60 Minuten. Wenn Sie zwischendurch eine Pause benötigen, um aufzustehen oder sonstige Aktivitäten brauchen, können Sie uns jederzeit Bescheid geben. Sie dürfen gerne während des Tests essen und trinken und sich einen gemütlichen Platz suchen.
Ablauf erläutern	Mod: Nun eine kurze Info zum Ablauf des Tests, dass sie wissen, was Sie erwartet: 1. Wir beginnen mit ein paar allgemeinen Informationen zum Test 2. Es folgt eine Einführung, ein Beispiel und eine Übung zur Methode "Lauten Denken" 3. Wir stellen Ihnen Aufgaben, die Sie auch in Papierform (sofern selbst ausgedruckt) vor sich haben. Ab diesem Zeitpunkt beginnt der eigentliche Test 4. Nach den Aufgaben Szenarien lassen wir den Test kurz Revue passieren 5. Danach geben wir Ihnen ein Formular, um Ihre soziodemografischen Daten (Alter, Geschlecht...) abzufragen. 6. Am Ende würden wir Sie bitten, zwei kurze Fragebögen auszufüllen, die wir Ihnen dann noch im Zoom Chat zukommen lassen werden.

	7. Allgemein gilt, dass Sie jederzeit Fragen stellen dürfen und als kleine Hilfestellung haben wir für Sie eine Zusammenstellung der zu bearbeitenden Aufgaben vorbereitet.
Allgemeine Informationen	Mod: Beginnen wir mit den allgemeinen Informationen: - Die Video- und Tonaufnahmen werden direkt nach dem Usability-Test anonymisiert und nur durch das Projektteam - also uns - eingesehen - Kurz vor Beginn der Aufgabenbearbeitung wird die Aufnahme von uns gestartet. Hier weisen wir aber nochmal explizit darauf hin, wenn wir damit anfangen.
Instruktion, dass Testperson nicht der Testgegenstand ist	Mod: - Nun die wichtigste Info: Es werden nicht Sie oder Ihr Wissen getestet und bewertet, sondern die Website. Sie sind ein potentieller Nutzer und darauf muss das Produkt abgestimmt sein. - Konkret bedeutet das für Sie, dass Sie während der Interaktion wirklich nichts falsch machen können - Ein Beispiel: Wenn Sie beispielsweise nicht auf Anhieb finden, was sie auf der Website suchen, liegt das nur daran, dass die Website nicht optimal gestaltet ist. Die durch Ihre Hilfe gesammelten Informationen dienen später dazu, die Benutzerfreundlichkeit der Informationsdesign-Webseite zu verbessern. Haben Sie bis zu diesem Punkt Fragen?
Erläuterung	Mod: Nun zur Methode des Lauten Denkens: Während des Usability-Tests ist es sehr wichtig, dass Sie laut denken. Das heißt, wir bitten Sie, wirklich alles laut auszusprechen, was Sie während des Testes denken. Sprechen Sie alles aus, was Sie sonst vielleicht still zu sich selbst sagen würden und sprechen Sie lieber zu viel als zu wenig. Uns interessieren vor allem... - Gefühle: z. B. "Das frustriert mich." - Gedanken: z. B. "Das ist sehr übersichtlich." - Absichten: z. B. "Ich werde jetzt nach mehr Informationen suchen zu..." und Erwartungen: z. B. "Wenn ich hier klicke, erwarte ich ..."
Beispiel	Mod: Um das Vorgehen des Lauten Denkens zu verdeutlichen, gebe ich gerne ein Beispiel → Auf HDM-Website gehen, sodass der Teilnehmende zuschauen kann: https://www.hdm-stuttgart.de Nehmen wir mal an, mein Ziel wäre es, auf der HDM-Website Informationen über den Studiengang Informationsdesign zu sammeln - dann würde Lautes Denken ungefähr so ablaufen: 1. Ich lande auf der Website und verschaffe mir jetzt erstmal einen Überblick 2. Für gewöhnlich würde ich nun das Menü als Navigationsmöglichkeit nutzen, sehe aber aktuell keinen Unterpunkt, unter dem ich die Studiengänge direkt vermuten würde. Das verwirrt mich ein wenig. 3. Aber dann suche ich eben nach einer anderen Möglichkeit 4. Mein Blick fällt gerade auf das Wort "Studium" und "Bachelorstudiengänge" im unteren linken Eck. Ich würde da mal klicken und hoffen, dass ich dadurch zum Studiengang Informationsdesign gelange 5. Ah ja, das sieht doch gut aus. Wenn hier alle Studiengänge aufgelistet sind, ist bestimmt auch Informationsdesign dabei. Ich scrolle ein Stück runter. 6. Da steht Informationsdesign, sogar noch mit anschaulichem Bild. Wenn ich da jetzt klicke, bekomme ich bestimmt mehr Informationen

1. Freie Aufgabe	Dauer: 7 Minuten
Mod: • Versetzen Sie sich bitte in die beschriebene Situation als Elternteil eines Studieninteressierten Kindes hinein. • Welche Informationen über den Studiengang Informationsdesign sind für Sie von Relevanz? • Nach welchen Informationen würden Sie auf der Website Informationsdesign als Erstes suchen? → Testteilnehmer geben Antwort Mod: Dann würden wir Sie bitten, nach diesen Informationen zu suchen (Moderator pickt sich eine Sache raus, nach dem der Teilnehmer suchen soll)	
Evaluationsziel	Welche Faktoren überzeugen Eltern von Studieninteressierten vom Studiengang Informationsdesign? - Werden diese Faktoren auf der Website abgebildet?
Hinweise	
Optimaler Weg	Individuell
Alternativweg	Gibt es nicht
Abgeschlossen	Nutzer ist zufrieden mit den Informationen, die er gefunden hat oder sprengt die Zeit, die für die Aufgabe vorgesehen ist

2. Szenario	Dauer: 5 Minuten
Mod: • Nun haben Sie sich schon ein wenig mit der Website vertraut gemacht und einen kleinen Eindruck erhalten, um was es sich bei dem Studiengang Informationsdesign handelt • Jetzt möchten Sie konkret danach suchen, um was es sich im Kern beim Studiengang Informationsdesign handelt • Können Sie uns mit den gefundenen Informationen zusammenfassen, um was es sich bei diesem Studiengang handelt? (Kernaussage treffen)	
Evaluationsziel	Wird deutlich, um was es sich im Kern bei Informationsdesign handelt?
Hinweise	- Wo würden Sie generell einen ersten Überblick auf einer Website erwarten?
Optimaler Weg	1. Auf Start hovern 2. den ersten Teil der Seite betrachten 3. Text "Emotion durch Information". Wir gestalten Erlebnisse." verstehen 4. Grafik verstehen 5. Danach ist ein Link "Studieninhalte", hier kann man weiter klicken um noch mehr zu erfahren, ist aber kein MUSS-Kriterium!
Alternativweg	1. In der Navbar auf Studium hovern 2. Drop-Down Menü klappt sich aus 3. Auf „Studieninhalte klicken“ 4. Text lesen
Abgeschlossen	Beschreibung des Studiengangs wurde gefunden und verstanden

Übung	Mod: • So würde das nun immer weiter gehen. • Ist Ihnen das Prinzip klar geworden? Wir machen am besten eine kurze Übung: • Googeln Sie das Wort "Usability Test" und erzähle Sie uns dabei wie Sie vorgehen und welche Gedanken Sie dabei haben Mod: • Sehr gut, das hat super funktioniert! Bitte gehen Sie beim Test auf diese Art & Weise vor. Sollten Sie das laute Denken einmal vergessen, ist das auch kein Problem. Ich erinnere Sie einfach daran.
Tipps für den Moderator	NUR FÜR DEN MODERATOR (Mod): Die Fragen stellen, wenn der Teilnehmer das Laute Denken unterbricht • Was ist dein aktuelles Ziel? • Was möchtest du erreichen? • Welche Aktion willst du ausführen? • Was willst du als nächstes tun? • Was denkst du gerade? • Wonach suchst du im Moment?
Offene Fragen	Mod: Bevor wir mit dem Test beginnen, haben Sie noch Fragen zum weiteren Vorgehen oder zu anderen Aspekten?
Aufzeichnung	
Aufnahme starten	Mod: Dann können wir auch schon loslegen. Wenn Sie einverstanden sind, starten wir jetzt die Aufnahme und beginnen mit dem Usability-Test.

SZENARIEN & AUFGABEN	
Ausgangsszenario	Dauer: 1 Minute
Mod: • Damit Sie sich besser vorstellen können, in welchem Zusammenhang Sie die Website nutzen, folgt nun ein kleines Szenario: • Ihr Kind hat das Abitur erfolgreich gemeistert und möchte nun ein Studium beginnen. Es ist an mehreren Studiengängen interessiert. Besonderes Interesse hat der Studiengang Informationsdesign an der Hochschule der Medien in Stuttgart-Vaihingen geweckt. • Nun fragt es Sie nach Ihrer Meinung zu diesem Studiengang. Natürlich wollen Sie Ihrem Kind weiterhelfen und sicherstellen, dass dieser Studiengang der Beste für dessen Zukunft ist. Also nehmen Sie sich für den nächsten Tag vor, sich auf der Website von Informationsdesign kundig zu machen. • Heute haben Sie genügend Zeit gefunden, sich über den Studiengang zu informieren. Sie setzen sich an einen ruhigen Ort, nehmen ihren Computer und besuchen die Website des Studienganges • Und hier sitzen wir jetzt...	

3. Szenario	Dauer: 4 Minuten
Mod: Nachdem Sie einen ersten Eindruck über das Studium erhalten haben, wollen Sie sich exemplarisch über ein paar Studienmodule informieren. Suchen Sie nach den Modulen/Fächern, die in den verschiedenen Semestern belegt werden. Mod: • Kommen Sie zurecht mit den genannten Begriffen? • Können Sie sich unter den Modulen etwas vorstellen? • Würden Sie gerne mehr über die einzelnen Module erfahren? → Auf das Modul, welches nicht verstanden wird, zurückkommen und im nächsten Szenario darauf eingehen	
Evaluationsziel	Sind die Studieninhalte verständlich? (auch: Sind Fach- und englische Begriffe verständlich?)
Hinweise	- Vielleicht hilft Ihnen ein Blick auf die Navigations-Bar. Passen hier Stichwörter zu Ihrer Suche? - In der Navbar auf Studium hovern - Auf „Studieninhalte klicken“
Optimaler Weg	1. In der Navbar auf Studium hovern 2. Auf „Studieninhalte klicken“ 3. Text „Studieninhalte“ lesen (nicht zwingend notwendig) 4. Text „Aufbau und Schwerpunkte“ lesen (nicht zwingend notwendig) 5. Bild mit Studiengang Informationsdesign anklicken und vergrößern lassen 6. untenstehende Auflistung betrachten
1. Alternativweg	1. In der Navbar auf Studium hovern 2. Auf „Studieninhalte klicken“ 3. Text „Studieninhalte“ lesen (nicht zwingend notwendig) 4. Text „Aufbau und Schwerpunkte“ lesen (nicht zwingend notwendig) 5. Bild ignorieren und untenstehende Auflistung der einzelnen Semester betrachten
2. Alternativweg	1. Auf Start hovern 2. den ersten Teil der Seite betrachten 3. Text „Emotion durch Information“. Wir gestalten Erlebnisse.“ → Darunter ist ein Link, der zu Studieninhalten führt 4. Text „Studieninhalte“ lesen (nicht zwingend notwendig) 5. Text „Aufbau und Schwerpunkte“ lesen (nicht zwingend notwendig) 6. Bild mit Studiengang Informationsdesign anklicken und vergrößern lassen 7. untenstehende Auflistung betrachten
Abgeschlossen	Studieninhalte wurden gefunden und verstanden

4. Szenario	Dauer: 4 Minuten
Mod:	- Sie können sich nichts unter "XY" vorstellen und möchten mehr dazu erfahren. Deshalb suchen Sie nach einer Möglichkeit, sich mit dem Studiengang schriftlich in Verbindung zu setzen - Wenn Testteilnehmer das Kontaktformular nutzt, Formular ausfüllen, aber nicht abschicken
Evaluationsziel	Wird deutlich, welche Möglichkeiten es für eine Kontaktaufnahme für weiterführende Fragen gibt?
Hinweise	- Vielleicht hilft Ihnen ein Blick auf die Navigations-Bar. Passen hier Stichwörter zu Ihrer Suche? - Auf Navbar "Kontakt" klicken
Optimaler Weg	- Auf Reiter "Kontakt" in Navbar klicken - runter scrollen - Formular ausfüllen: Name, E-Mail, Telefon und Anliegen - Spambot verstehen - Nachricht absenden, Button "senden" klicken
Alternativweg	- Auf Reiter "Kontakt" in Navbar klicken - runter scrollen - E-Mail Adresse der gewünschten Einrichtung (Allgemein, Leitung des Studiengangs, Studienbüro, Prüfungsverwaltung) herausuchen - Gewollte Einrichtung über private E-Mail kontaktieren
Abgeschlossen	Entweder es wird das Kontaktformular ausgefüllt oder eine private E-mail verschickt (beides wird nicht bis zum Ende ausgeführt)

5. Szenario	Dauer: 5 Minuten
Mod:	- Sie haben sich nun über die Studieninhalte informiert und vielleicht schon eine Vorstellung, in welchen Bereichen Ihr Kind damit tätig werden könnte. - Also wollen Sie überprüfen, welche Berufe nach Abschluss eines ID Studiums ausgeübt werden können. - Suchen Sie bitte nach Informationen über Wege und Möglichkeiten, die Ihrem Kind nach dem Studium offenstehen.
Evaluationsziel	Wird deutlich, dass der Studiengang optimal auf die Berufswelt vorbereitet und welche Zukunftsmöglichkeiten das Berufsbild bietet?
Hinweise	- Vielleicht hilft Ihnen ein Blick auf die Navigations-Bar. Passen hier Stichwörter zu Ihrer Suche? - Über Reiter "Studium" in Navbar hovern - Drop-Down Menü klappt sich aus - Auf "Perspektiven" klicken
Optimaler Weg	- Über Reiter "Studium" in Navbar hovern - Drop-Down Menü klappt sich aus - Auf "Perspektiven" klicken - runter scrollen bis zum Bereich "Aufgaben und Berufsfelder" - Perspektiven durchlesen

c) Zu guter Letzt fragen Sie sich, ob der Studiengang auch etwas außerhalb der Vorlesungen zu bieten hat. Kann ihr Kind an Festen, Ausflügen oder anderen Veranstaltungen teilnehmen, die das Wohlfühlen steigern?	
a) Evaluationsziel	Wird deutlich, dass der Studiengang eine familiäre Atmosphäre bietet, in der sich Studierende wohlfühlen?
a) Hinweise	- Vielleicht hilft Ihnen ein Blick auf die Navigations-Bar. Passen hier Stichwörter zu Ihrer Suche? - Navbar auf Reiter "Bewerbung" klicken - Kreise am Anfang der Seite durchlesen
a) Optimaler Weg	• Navbar auf Reiter "Bewerbung" klicken • Kreise am Anfang der Seite durchlesen
a) Alternativweg	• Auf Startseite herunterscrollen bis zur Überschrift "aktuelle News und Projekte" • Im Kasten zu dem Thema "gelungener Start ins Wintersemester 22/23" steht die Anzahl des ersten Semesters im Text
a) Abgeschlossen	Grobe Anzahl der Studierende pro Semester wurde gefunden
b) Evaluationsziel	Wird deutlich, dass der Studiengang eine familiäre Atmosphäre bietet, in der sich Studierende wohlfühlen?
b) Hinweise	
b) Optimaler Weg	• Navbar Studium hovern • Unterpunkt "Ausstattung" klicken • Das Video anschauen • Die Bilder anschauen • Die Texte durchlesen
b) Alternativweg	• Navbar Studium • Dann bis ganz nach unten scrollen • Unter der Frage "Informationsdesign studieren" gibt es unten rechts einen Link, der "Ausstattung" heißt. Diesen klicken.
b) Abgeschlossen	Seite mit Räumlichkeiten wurde gefunden
c) Evaluationsziel	Wird deutlich, dass der Studiengang eine familiäre Atmosphäre bietet, in der sich Studierende wohlfühlen?
c) Hinweise	
c) Optimaler Weg	• Navbar auf "News" klicken • Beispielsweise auf den Reiter "Events", "Veranstaltungen" oder "Ausstellungen" • Auf Veranstaltungen klicken, um sie näher anzuschauen
c) Alternativweg	—
c) Abgeschlossen	Einige Events und Ausflüge wurden gefunden und näher angeschaut

Abschluss	
Weiteres Vorgehen - 1 Minute	
Pause anbieten	Mod: Vielen Dank! Das war wirklich super. So, bevor wir jetzt weitermachen: Möchten Sie eine kurze Pause einlegen?
Weiteres Vorgehen erklären	Mod: Nun nochmal zum weiteren Vorgehen: 1. Der Test an der Website ist nun abgeschlossen 2. Gleich schicken wir Ihnen einen Fragebogen zu soziodemografischen Daten (Name, Alter, etc.) 3. Danach lassen wir die Aufgaben, die Sie gerade bearbeitet haben noch einmal Revue passieren und ich stelle Ihnen dazu eine abschließende Frage 4. Am Ende haben wir noch 2 kurze Fragebögen für Sie, die wir Ihnen ebenfalls in den Zoom Chat stellen
Soziodemografische Daten - 2 Minuten	
Soziodemografischer Fragebogen	Mod: Die Daten des soziodemografischen Fragebogens bleiben anonym. Diese sind nur für unsere eigene Zuordnung und Auswertung von Relevanz
Revue der Aufgaben und Abschlussinterview - 4 Minuten	

Zusammenfassung	Mod: Lassen wir den Test noch einmal Revue passieren. Wir haben folgendes gemacht: 1. Als Erstes haben Sie sich einen ersten Eindruck von der Website geschafft und nach für Sie relevanten Informationen über das Studium gesucht 2. Danach haben Sie konkret danach gesucht, um was es sich beim Studiengang Informationsdesign im Kern handelt 3. Sie haben sich über die angebotenen Module informiert 4. Im Folgenden haben Sie schriftlich Kontakt mit dem Studiengang aufgenommen 5. Sie haben sich über die Zukunftsmöglichkeiten Ihres Kindes informiert 6. Anschließend haben Sie nach den Lehrenden des Studienganges gesucht 7. Zum Schluss haben Sie sich gefragt, ob sich ihr Kind wohlfühlen würde. Dazu haben Sie sich die Anzahl der Kommiliton:innen, die Räumlichkeiten des Studienganges und seine außerstudetischen Aktivitäten angeschaut.
Abschlussinterview	Mod: 1. Können Sie mir drei Aspekte nennen, die Ihnen besonders positiv im Gedächtnis geblieben sind? 2. Welche drei Aspekte der Website empfanden Sie als besonders negativ? 3. Nachdem Sie sich nun ausführlich mit dem Studiengang beschäftigt haben... • Stufen Sie den Studiengang als vertrauenswürdig ein? Wenn ja, anhand welcher Kriterien machen Sie dies fest? • Macht die Website des Studienganges einen seriösen Eindruck auf Sie?

	Wenn ja, anhand welcher Kriterien machen Sie dies fest?
Aufnahme stoppen	Mod: So, Sie haben den Hauptteil geschafft! Wir stoppen jetzt die Aufnahme.
Fragebögen - 4 Minuten	
VisAWI AttraktDiff-Mini	Mod Nun haben wir noch zwei kurze Fragebögen für Sie vorbereitet. • Der erste heißt Attrak-Diff, der das Nutzungserlebnis mit der Website bewertet. • Der zweite heißt VisaAWI und beschäftigt sich mit der Frage, wie die Ästhetik der Website wahrgenommen wird • Sie können jederzeit Bescheid geben, wenn Sie Fragen zu den Fragebögen haben
Danksagung & Verabschiedung - 1 Minute	
Auf Aufwandsentschädigung hinweisen	Mod Als kleines Dankeschön für Ihre Teilnahme und den damit verbundenen Aufwand Ihrerseits erhalten Sie von uns 20,00€. Herzlichen Dank vom ganzen Team, dass Sie uns so toll unterstützt haben!
Verabschiedung	Teilnehmenden verabschieden und Team verabschiedet sich. Warten bis Teilnehmer aus dem Meeting ausgetreten ist.

Moderationsleitfaden vor Ort

ALLGEMEINES	
Vorgang	Beschreibung
Vorbereitung - (30 Minuten)	
Dokumente	☐ 6x Moderationsleitfaden ☐ 5x Protokollbogen ☐ 5x Abkürzungsverzeichnis ☐ 5x Aufgabenszenario für Protokollanten ☐ 1x Instruktion für Lautes Denken für Testperson ☐ 1x Überblick über Aufgaben-Szenarien für Testperson ☐ 1x Link pro Fragebogen (AttrakDiff Mini, VisAWI Kurzversion) ☐ 1x Fragebogen zu soziodemographischen Daten ☐ 1x Datenschutzerklärung (wird im Normalfall vorab geschickt) ☐ 1x Informationsblatt (Anreise, etc. ...) (wird im Normalfall vorab geschickt) ☐ 1x Formular für Aufwandsentschädigung
Technik	☐ Ausstattung des UX Lab Hochschule der Medien ☐ Ladekabel ☐ Notebook oder Tablet (Protokollanten) ☐ Kopfhörer mit AUX-Anschluss ☐ USB-Stick ☐ Adapter
Sonstiges	☐ Datenschutzerklärung und Incentive-Dokument wurde im Vorfeld geschickt und ausgefüllt ☐ Desinfektionsmittel ☐ FFP2 Masken ☐ Mehrere Kugelschreiber ☐ Block bzw. Papier ☐ Snacks und Getränke
Begrüßung - 1 Minute	
	- Teilnehmender kommt an und wird vom Moderator (Mod) begrüßt - Einstieg ins Gespräch - Wie war die Anfahrt? Erster Eindruck von der HdM / dem HdM-Gebäude ... - Frage der Maske klären → Wenn Teilnehmer will, kann er sie abnehmen
Vorstellung - 3 Minuten	
Vorstellung Moderator	Mod: Ich bin der/die heutige Moderator/in und möchte mich kurz vorstellen. Mein Name ist ____ und ich bin Ansprechpartner/Ansprechpartnerin für alle Fragen und Anregungen im Rahmen des bevorstehenden Usability Tests.

Allgemeine Informationen	Mod: Beginnen wir mit den allgemeinen Informationen: - Die Video- und Tonaufnahmen werden direkt nach dem Usability-Test anonymisiert und nur durch das Projektteam - also uns - eingesehen - Kurz vor Beginn der Aufgabenbearbeitung wird die Aufnahme von uns gestartet. Hier weisen wir aber nochmal explizit darauf hin, wenn wir damit anfangen.
Instruktion, dass Testperson nicht der Testgegenstand ist	Mod: - Nun die wichtigste Info: Es werden nicht Sie oder Ihr Wissen getestet und bewertet, sondern die Website. Sie sind ein potentieller Nutzer und darauf muss das Produkt abgestimmt sein. - Konkret bedeutet das für Sie, dass Sie während der Interaktion wirklich nichts falsch machen können - Ein Beispiel: Wenn Sie beispielsweise nicht auf Anhieb finden, was sie auf der Website suchen, liegt das nur daran, dass die Website nicht optimal gestaltet ist. Die durch Ihre Hilfe gesammelten Informationen dienen später dazu, die Benutzerfreundlichkeit der Informationsdesign-Webseite zu verbessern. Haben Sie bis zu diesem Punkt Fragen?
Erläuterung	Mod: Nun zur Methode des Lauten Denkens: Während des Usability-Tests ist es sehr wichtig, dass Sie laut denken. Das heißt, wir bitten Sie, wirklich alles laut auszusprechen, was Sie während des Testes denken. Sprechen Sie alles aus, was Sie sonst vielleicht still zu sich selbst sagen würden und sprechen Sie lieber zu viel als zu wenig. Uns interessieren vor allem... - Gefühle: z. B. "Das frustriert mich." - Gedanken: z. B. "Das ist sehr übersichtlich." - Absichten: z. B. "Ich werde jetzt nach mehr Informationen suchen zu..." und Erwartungen: z. B. "Wenn ich hier klicke, erwarte ich ..."
Beispiel	Mod: Um das Vorgehen des Lauten Denkens zu verdeutlichen, gebe ich gerne ein Beispiel → Auf HDM-Website gehen, sodass der Teilnehmende zuschauen kann: https://www.hdm-stuttgart.de Nehmen wir mal an, mein Ziel wäre es, auf der HDM-Website Informationen über den Studiengang Informationsdesign zu sammeln - dann würde Lautes Denken ungefähr so ablaufen: 1. Ich lande auf der Website und verschaffe mir jetzt erstmal einen Überblick 2. Für gewöhnlich würde ich nun das Menü als Navigationsmöglichkeit nutzen, sehe aber aktuell keinen Unterpunkt, unter dem ich die Studiengänge direkt vermuten würde. Das verwirrt mich ein wenig. 3. Aber dann suche ich eben nach einer anderen Möglichkeit 4. Mein Blick fällt gerade auf das Wort "Studium" und "Bachelorstudiengänge" im unteren linken Eck. Ich würde da mal klicken und hoffen, dass ich dadurch zum Studiengang Informationsdesign gelange 5. Ah ja, das sieht doch gut aus. Wenn hier alle Studiengänge aufgelistet sind, ist bestimmt auch Informationsdesign dabei. Ich scrolle ein Stück runter. 6. Da steht Informationsdesign, sogar noch mit anschaulichem Bild. Wenn ich da jetzt klicke, bekomme ich bestimmt mehr Informationen

	• Vorab: Vielen Dank, dass Sie an unserem Test teilnehmen und sich die Zeit dafür genommen haben. Damit unterstützen Sie uns wirklich sehr. • (Wir bleiben beim Sie, bis Angebot von Probanden kommt)
Vorstellung Teilnehmender	Mod: Es wäre nett, wenn Sie sich auch kurz vorstellen könnten
Vorstellung Team	Mod: Wie Sie sehen, sitzen hier noch andere Personen im Raum, die ich Ihnen nun gerne kurz in der Person und ihrer Funktion vorstellen möchte • Protokollant/innen: _____ machen allerhand Notizen über den Test, welche für die Auswertung im Nachhinein genutzt werden • Beobachter/innen: _____ haben den Ablauf im Blick und fokussieren sich auf das paraverbale- und nonverbale Verhalten • Simon Eisele, ist unser Betreuer seitens der Hochschule, ist Laborbetriebsleiter des UX-Labors und unterstützt uns in diesem Projekt • Prof. Dr. Michael Burmester, unser Professor und Experte im Bereich Human Computer Interaction
Vorstellung Vertreter Studiengang Informationsdesign	• Unser Studiendekan Prof. Ralph Tille und • Dorothée Steib sind unsere Auftraggeber/in und Ansprechpartner/in seitens des Studiengangs Informationsdesign
Allgemeine Vorstellung des Projekts	Mod: • Nun möchten wir Ihnen ganz kurz erläutern, warum Sie heute hier sind und was es mit diesem Test genau auf sich hat: • Die Auftraggeber haben den Wunsch, dass die Website des Studiengangs Informationsdesign einen für den Studiengang überzeugenden und stimmigen Auftritt repräsentiert. Dies veranlasst uns, die Website zu untersuchen, um diese im Nachgang entsprechend zu optimieren.

Hinweise - 7 Minuten	
Über Dauer informieren	Mod: Die Dauer des Usability-Tests beträgt etwa 60 Minuten. Wenn Sie zwischendurch eine Pause brauchen, können Sie uns gerne Bescheid geben. Nehmen Sie sich Snacks und Getränke, wann immer sie möchten.
Ablauf erläutern	Mod: Nun eine kurze Info zum Ablauf des Tests, dass sie wissen, was Sie erwartet: 1. Wir beginnen mit ein paar allgemeinen Informationen zum Test 2. Es folgt eine Einführung, ein Beispiel und eine Übung zur Methode "Lauten Denken" 3. Wir stellen Ihnen Aufgaben, die Sie auch in Papierform vor sich haben. Ab diesem Zeitpunkt beginnt der eigentliche Test 4. Nach den Aufgaben Szenarien lassen wir den Test kurz Revue passieren 5. Danach geben wir Ihnen ein Formular zu soziodemografischen Daten (Alter, Geschlecht...) 6. Am Ende würden wir Sie bitten, zwei kurze Fragebögen auszufüllen 7. Allgemein gilt, dass Sie jederzeit Fragen stellen dürfen und als kleine Hilfestellung haben wir für Sie eine Zusammenstellung der zu bearbeiteten Aufgaben vorbereitet

Allgemeine Informationen	Mod: Beginnen wir mit den allgemeinen Informationen: - Die Video- und Tonaufnahmen werden direkt nach dem Usability-Test anonymisiert und nur durch das Projektteam - also uns - eingesehen - Kurz vor Beginn der Aufgabenbearbeitung wird die Aufnahme von uns gestartet. Hier weisen wir aber nochmal explizit darauf hin, wenn wir damit anfangen.
Instruktion, dass Testperson nicht der Testgegenstand ist	Mod: - Nun die wichtigste Info: Es werden nicht Sie oder Ihr Wissen getestet und bewertet, sondern die Website. Sie sind ein potentieller Nutzer und darauf muss das Produkt abgestimmt sein. - Konkret bedeutet das für Sie, dass Sie während der Interaktion wirklich nichts falsch machen können - Ein Beispiel: Wenn Sie beispielsweise nicht auf Anhieb finden, was sie auf der Website suchen, liegt das nur daran, dass die Website nicht optimal gestaltet ist. Die durch Ihre Hilfe gesammelten Informationen dienen später dazu, die Benutzerfreundlichkeit der Informationsdesign-Webseite zu verbessern. Haben Sie bis zu diesem Punkt Fragen?
Erläuterung	Mod: Nun zur Methode des Lauten Denkens: Während des Usability-Tests ist es sehr wichtig, dass Sie laut denken. Das heißt, wir bitten Sie, wirklich alles laut auszusprechen, was Sie während des Testes denken. Sprechen Sie alles aus, was Sie sonst vielleicht still zu sich selbst sagen würden und sprechen Sie lieber zu viel als zu wenig. Uns interessieren vor allem... - Gefühle: z. B. "Das frustriert mich." - Gedanken: z. B. "Das ist sehr übersichtlich." - Absichten: z. B. "Ich werde jetzt nach mehr Informationen suchen zu..." und Erwartungen: z. B. "Wenn ich hier klicke, erwarte ich ..."
Beispiel	Mod: Um das Vorgehen des Lauten Denkens zu verdeutlichen, gebe ich gerne ein Beispiel → Auf HDM-Website gehen, sodass der Teilnehmende zuschauen kann: https://www.hdm-stuttgart.de Nehmen wir mal an, mein Ziel wäre es, auf der HDM-Website Informationen über den Studiengang Informationsdesign zu sammeln - dann würde Lautes Denken ungefähr so ablaufen: 1. Ich lande auf der Website und verschaffe mir jetzt erstmal einen Überblick 2. Für gewöhnlich würde ich nun das Menü als Navigationsmöglichkeit nutzen, sehe aber aktuell keinen Unterpunkt, unter dem ich die Studiengänge direkt vermuten würde. Das verwirrt mich ein wenig. 3. Aber dann suche ich eben nach einer anderen Möglichkeit 4. Mein Blick fällt gerade auf das Wort "Studium" und "Bachelorstudiengänge" im unteren linken Eck. Ich würde da mal klicken und hoffen, dass ich dadurch zum Studiengang Informationsdesign gelange 5. Ah ja, das sieht doch gut aus. Wenn hier alle Studiengänge aufgelistet sind, ist bestimmt auch Informationsdesign dabei. Ich scrolle ein Stück runter. 6. Da steht Informationsdesign, sogar noch mit anschaulichem Bild. Wenn ich da jetzt klicke, bekomme ich bestimmt mehr Informationen

Übung	Mod: • So würde das nun immer weiter gehen. • Ist Ihnen das Prinzip klar geworden? Wir machen am besten eine kurze Übung: • Googlen Sie das Wort "Usability Test" und erzähle Sie uns dabei wie Sie vorgehen und welche Gedanken Sie dabei haben Mod: • Sehr gut, das hat super funktioniert! Bitte gehen Sie beim Test auf diese Art & Weise vor. Sollten Sie das laute Denken einmal vergessen, ist das auch kein Problem. Ich erinnere Sie einfach daran.
Tipps für den Moderator	NUR FÜR DEN MODERATOR Die Fragen stellen, wenn der Teilnehmer das Laute Denken unterbricht • Was ist dein aktuelles Ziel? • Was möchtest du erreichen? • Welche Aktion willst du ausführen? • Was willst du als nächstes tun? • Was denkst du gerade? • Wonach suchst du im Moment?
Offene Fragen	Mod: Bevor wir mit dem Test beginnen, haben Sie noch Fragen zum weiteren Vorgehen oder zu anderen Aspekten?
Aufzeichnung	
Aufnahme starten	Mod: Dann können wir auch schon loslegen. Wenn Sie einverstanden sind, starten wir jetzt die Aufnahme und beginnen mit dem Usability-Test

SZENARIEN & AUFGABEN	
Ausgangsszenario	Dauer: 1 Minute
Mod: • Damit Sie sich besser vorstellen können, in welchem Zusammenhang Sie die Website nutzen, folgt nun ein kleines Szenario: • Ihr Kind hat das Abitur erfolgreich gemeistert und möchte nun ein Studium beginnen. Es ist an mehreren Studiengängen interessiert. Besonderes Interesse hat der Studiengang Informationsdesign an der Hochschule der Medien in Stuttgart-Vaihingen geweckt. • Nun fragt es Sie nach Ihrer Meinung zu diesem Studiengang. Natürlich wollen Sie Ihrem Kind weiterhelfen und sicherstellen, dass dieser Studiengang der Beste für dessen Zukunft ist. Also nehmen Sie sich für den nächsten Tag vor, sich auf der Website von Informationsdesign kundig zu machen. • Heute haben Sie genügend Zeit gefunden, sich über den Studiengang zu informieren. Sie setzen sich an einen ruhigen Ort, nehmen ihren Computer und besuchen die Website des Studienganges • Und hier sitzen wir jetzt...	

1. Freie Aufgabe	Dauer: 7 Minuten
Mod: • Setzen Sie sich bitte in die beschriebene Situation als Elternteil eines Studieninteressierten Kindes hinein. • Welche Informationen über den Studiengang Informationsdesign sind für Sie von Relevanz? • Nach welchen Informationen würden Sie auf der Website Informationsdesign als Erstes suchen?	

3. Szenario	Dauer: 4 Minuten
Mod: Nachdem Sie einen ersten Eindruck über das Studium erhalten haben, wollen Sie sich exemplarisch über ein paar Studienmodule informieren. Suchen Sie nach den Modulen/Fächern, die in den verschiedenen Semestern belegt werden. Mod: • Kommen Sie zurecht mit den genannten Begriffen? • Können Sie sich unter den Modulen etwas vorstellen? • Würden Sie gerne mehr über die einzelnen Module erfahren? → Auf das Modul, welches nicht verstanden wird, zurückkommen und im nächsten Szenario darauf eingehen	
Evaluationsziel	Sind die Studieninhalte verständlich? (auch: Sind Fach- und englische Begriffe verständlich?)
Hinweise	- Vielleicht hilft Ihnen ein Blick auf die Navigations-Bar. Passen hier Stichwörter zu Ihrer Suche? - In der Navbar auf Studium hovern - Auf „Studieninhalte klicken“
Optimaler Weg	1. In der Navbar auf Studium hovern 2. Auf „Studieninhalte klicken“ 3. Text „Studieninhalte“ lesen (nicht zwingend notwendig) 4. Text „Aufbau und Schwerpunkte“ lesen (nicht zwingend notwendig) 5. Bild mit Studiengang Informationsdesign anklicken und vergrößern lassen 6. untenstehende Auflistung betrachten
1. Alternativweg	1. In der Navbar auf Studium hovern 2. Auf „Studieninhalte klicken“ 3. Text „Studieninhalte“ lesen (nicht zwingend notwendig) 4. Text „Aufbau und Schwerpunkte“ lesen (nicht zwingend notwendig) 5. Bild ignorieren und untenstehende Auflistung der einzelnen Semester betrachten
2. Alternativweg	1. Auf Start hovern 2. den ersten Teil der Seite betrachten 3. Text „Emotion durch Information“. Wir gestalten Erlebnisse.“ → Darunter ist ein Link, der zu Studieninhalten führt 4. Text „Studieninhalte“ lesen (nicht zwingend notwendig) 5. Text „Aufbau und Schwerpunkte“ lesen (nicht zwingend notwendig) 6. Bild mit Studiengang Informationsdesign anklicken und vergrößern lassen 7. untenstehende Auflistung betrachten
Abgeschlossen	Studieninhalte wurden gefunden und verstanden

4. Szenario	Dauer: 4 Minuten
Mod:	- Sie können sich nichts unter "XY" vorstellen und möchten mehr dazu erfahren. Deshalb suchen Sie nach einer Möglichkeit, sich mit dem Studiengang schriftlich in Verbindung zu setzen. - Wenn Testteilnehmer das Kontaktformular nutzt, Formular ausfüllen, aber nicht abschicken
Evaluationsziel	Wird deutlich, welche Möglichkeiten es für eine Kontaktaufnahme für weiterführende Fragen gibt?
Hinweise	- Vielleicht hilft Ihnen ein Blick auf die Navigations-Bar. Passen hier Stichwörter zu Ihrer Suche? - Auf Navbar "Kontakt" klicken
Optimaler Weg	- Auf Reiter "Kontakt" in Navbar klicken - runter scrollen - Formular ausfüllen: Name, E-Mail, Telefon und Anliegen - Spambot verstehen - Nachricht absenden, Button "senden" klicken
Alternativweg	- Auf Reiter "Kontakt" in Navbar klicken - runter scrollen - E-Mail Adresse der gewünschten Einrichtung (Allgemein, Leitung des Studiengangs, Studienbüro, Prüfungsverwaltung) herausuchen - Gewollte Einrichtung über private E-Mail kontaktieren
Abgeschlossen	Entweder es wird das Kontaktformular ausgefüllt oder eine private E-mail verschickt (beides wird nicht bis zum Ende ausgeführt)

5. Szenario	Dauer: 4 Minuten
Mod:	- Sie haben sich nun über die Studieninhalte informiert und vielleicht schon eine Vorstellung, in welchen Bereichen Ihr Kind damit tätig werden könnte. - Also wollen Sie überprüfen, welche Berufe nach Abschluss eines ID Studiums ausgeübt werden können. - Suchen Sie bitte nach Informationen über Wege und Möglichkeiten, die Ihrem Kind nach dem Studium offenstehen.
Evaluationsziel	Wird deutlich, dass der Studiengang optimal auf die Berufswelt vorbereitet und welche Zukunftsmöglichkeiten das Berufsbild bietet?
Hinweise	- Vielleicht hilft Ihnen ein Blick auf die Navigations-Bar. Passen hier Stichwörter zu Ihrer Suche? - Über Reiter "Studium" in Navbar hovern - Drop-Down Menü klappt sich aus - Auf "Perspektiven" klicken
Optimaler Weg	- Über Reiter "Studium" in Navbar hovern - Drop-Down Menü klappt sich aus - Auf "Perspektiven" klicken - runter scrollen bis zum Bereich "Aufgaben und Berufsfelder" - Perspektiven durchlesen

Alternativweg 1	• Auf Reiter "Studium" klicken • runter scrollen bis zum Bereich "Das sind Informationsdesigner" • Informationen durchlesen
Alternativweg 2	• Auf Reiter "Studium" klicken • runter scrollen bis zum Bereich "Informationsdesign studieren?" • Auf Link "Weitere Möglichkeiten klicken" • runter scrollen bis zum Bereich "Aufgaben und Berufsfelder" • Perspektiven durchlesen
Abgeschlossen	Alle Informationen zur Berufswelt eines Informationsdesigners wurden durchgelesen.

6. Szenario	Dauer: 3 Minuten
Mod:	• Sie haben Herr Prof. Dr. Burmester am Studieninfotag kennengelernt und möchten nun erfahren, inwiefern er mit dem Studiengang in Verbindung steht. • Suchen Sie ihn und weitere Lehrende auf der Website. • Im weiteren Verlauf: Wie wirken die Personen auf Sie?
Evaluationsziel	Sind die Informationen über Lehrende des Studiengangs ausreichend?
Hinweise	• Vielleicht hilft Ihnen ein Blick auf die Navigations-Bar. Passen hier Stichwörter zu Ihrer Suche? • Über den Reiter "Menschen" hovern • Auf "Menschen" klicken
Optimaler Weg	• Über den Reiter "Menschen" hovern • Auf "Menschen" klicken • kurz runter scrollen bis zu "Professoren", anschließend "Laboringenieure" und "Forschungsmitarbeiter" • Klicken auf die einzelnen Personen -> für mehr Informationen zur Person
Alternativweg	-
Abgeschlossen	Seite mit Lehrende des Studiengangs wurden gefunden und über Herr Prof. Dr. Burmester wurde sich genauer informiert.

7. Szenario	Dauer: 2 + 3 + 3 = 8 Minuten
Mod:	• Sie haben nun die Studieninhalte und Lehrende des Studienganges geprüft. Aber neben den Fakten liegt Ihnen natürlich auch das Wohlfühlen Ihres Kindes am Herzen. Es soll gut aufgehoben sein, herzlich aufgenommen werden und seine Studienzeit genießen a) Darum wollen Sie per Website erfahren, wie familiär der Studiengang Informationsdesign ist. Finden Sie bitte heraus, wie viele Studierende pro Semester aufgenommen werden b) Des Weiteren sind Sie an den Räumlichkeiten interessiert, in denen Ihr Kind Zeit verbringen wird. Es gilt herauszufinden, welche Räumlichkeiten es gibt und welche Technik dem Kind zur Verfügung steht. Nachdem alles angeschaut worden ist: Welchen Eindruck haben Sie von der Ausstattung jetzt?

c) Zu guter Letzt fragen Sie sich, ob der Studiengang auch etwas außerhalb der Vorlesungen zu bieten hat. Kann ihr Kind an Festen, Ausflügen oder anderen Veranstaltungen teilnehmen, die das Wohlfühlen steigern?	
a) Evaluationsziel	Wird deutlich, dass der Studiengang eine familiäre Atmosphäre bietet, in der sich Studierende wohlfühlen?
a) Hinweise	• Vielleicht hilft Ihnen ein Blick auf die Navigations-Bar. Passen hier Stichwörter zu Ihrer Suche? • Navbar auf Reiter "Bewerbung" klicken • Kreise am Anfang der Seite durchlesen
a) Optimaler Weg	• Navbar auf Reiter "Bewerbung" klicken • Kreise am Anfang der Seite durchlesen
a) Alternativweg	• Auf Startseite herunterscrollen bis zur Überschrift "aktuelle News und Projekte" • Im Kasten zu dem Thema "gelungener Start ins Wintersemester 22/23" steht die Anzahl des ersten Semesters im Text
a) Abgeschlossen	Grobe Anzahl der Studierende pro Semester wurde gefunden
b) Evaluationsziel	Wird deutlich, dass der Studiengang eine familiäre Atmosphäre bietet, in der sich Studierende wohlfühlen?
b) Hinweise	• Vielleicht hilft Ihnen ein Blick auf die Navigations-Bar. Passen hier Stichwörter zu Ihrer Suche? • Navbar Studium hovern • Unterpunkt "Ausstattung" klicken
b) Optimaler Weg	• Navbar Studium hovern • Unterpunkt "Ausstattung" klicken • Das Video anschauen • Die Bilder anschauen • Die Texte durchlesen
b) Alternativweg	• Navbar Studium • Dann bis ganz nach unten scrollen • Unter der Frage "Informationsdesign studieren" gibt es unten rechts einen Link, der "Ausstattung" heißt. Auf diesen klicken.
b) Abgeschlossen	Seite mit Räumlichkeiten wurde gefunden
c) Evaluationsziel	Wird deutlich, dass der Studiengang eine familiäre Atmosphäre bietet, in der sich Studierende wohlfühlen?
c) Hinweise	• Vielleicht hilft Ihnen ein Blick auf die Navigations-Bar. Passen hier Stichwörter zu Ihrer Suche? • Navbar auf "News" klicken
c) Optimaler Weg	• Navbar auf "News" klicken • Beispielsweise auf den Reiter "Events", "Veranstaltungen" oder "Ausstellungen"

	• Auf Veranstaltungen klicken, um sie näher anzuschauen
c) Alternativweg	–
c) Abgeschlossen	Einige Events und Ausflüge wurden gefunden und näher angeschaut

Abschluss	
Weiteres Vorgehen - 1 Minute	
Pause anbieten	Mod: Vielen Dank! Das war wirklich super. So, bevor wir jetzt weitermachen: Möchtest Sie eine kurze Pause einlegen?
Weiteres Vorgehen erklären	Mod: Nun nochmal zum weiteren Vorgehen: 1. Der Test an der Website ist nun abgeschlossen 2. Gleich geben wir Ihnen einen Fragebogen zu soziodemografischen Daten (Name, Alter, etc.) 3. Danach lassen wir die Aufgaben, die Sie gerade bearbeitet haben noch einmal Revue passieren und ich stelle Ihnen dazu eine abschließende Frage 4. Am Ende haben wir noch 2 kurze Fragebögen für Sie
Soziodemografische Daten - 2 Minuten	
Soziodemografischer Fragebogen	Mod: Die Daten des soziodemografischen Fragebogens bleiben anonym. Diese sind nur für unsere eigene Zuordnung und Auswertung von Relevanz
Revue der Aufgaben und Abschlussinterview - 4 Minuten	

Zusammenfassung	Mod: Lassen wir den Test noch einmal Revue passieren. Wir haben folgendes gemacht: 1. Als Erstes haben Sie sich einen ersten Eindruck von der Website geschafft und nach für Sie relevanten Informationen über das Studium gesucht 2. Danach haben Sie konkret danach gesucht, um was es sich beim Studiengang Informationsdesign im Kern handelt 3. Sie haben sich über die angebotenen Module informiert 4. Im Folgenden haben Sie schriftlich Kontakt mit dem Studiengang aufgenommen 5. Sie haben sich über die Zukunftsmöglichkeiten Ihres Kindes informiert 6. Anschließend haben Sie nach den Lehrenden des Studienganges gesucht 7. Zum Schluss haben Sie sich gefragt, ob sich ihr Kind wohlfühlen würde. Dazu haben Sie sich die Anzahl der Kommiliton:innen, die Räumlichkeiten des Studienganges und seine außerstudetischen Aktivitäten angeschaut.
-----------------	--

	• Auf Veranstaltungen klicken, um sie näher anzuschauen
c) Alternativweg	–
c) Abgeschlossen	Einige Events und Ausflüge wurden gefunden und näher angeschaut

Abschluss	
Weiteres Vorgehen - 1 Minute	
Pause anbieten	Mod: Vielen Dank! Das war wirklich super. So, bevor wir jetzt weitermachen: Möchtest Sie eine kurze Pause einlegen?
Weiteres Vorgehen erklären	Mod: Nun nochmal zum weiteren Vorgehen: 1. Der Test an der Website ist nun abgeschlossen 2. Gleich geben wir Ihnen einen Fragebogen zu soziodemografischen Daten (Name, Alter, etc.) 3. Danach lassen wir die Aufgaben, die Sie gerade bearbeitet haben noch einmal Revue passieren und ich stelle Ihnen dazu eine abschließende Frage 4. Am Ende haben wir noch 2 kurze Fragebögen für Sie
Soziodemografische Daten - 2 Minuten	
Soziodemografischer Fragebogen	Mod: Die Daten des soziodemografischen Fragebogens bleiben anonym. Diese sind nur für unsere eigene Zuordnung und Auswertung von Relevanz
Revue der Aufgaben und Abschlussinterview - 4 Minuten	

Zusammenfassung	Mod: Lassen wir den Test noch einmal Revue passieren. Wir haben folgendes gemacht: 1. Als Erstes haben Sie sich einen ersten Eindruck von der Website geschafft und nach für Sie relevanten Informationen über das Studium gesucht 2. Danach haben Sie konkret danach gesucht, um was es sich beim Studiengang Informationsdesign im Kern handelt 3. Sie haben sich über die angebotenen Module informiert 4. Im Folgenden haben Sie schriftlich Kontakt mit dem Studiengang aufgenommen 5. Sie haben sich über die Zukunftsmöglichkeiten Ihres Kindes informiert 6. Anschließend haben Sie nach den Lehrenden des Studienganges gesucht 7. Zum Schluss haben Sie sich gefragt, ob sich ihr Kind wohlfühlen würde. Dazu haben Sie sich die Anzahl der Kommiliton:innen, die Räumlichkeiten des Studienganges und seine außerstudetischen Aktivitäten angeschaut.
-----------------	--

Abschlussinterview	Mod: 1. Können Sie mir drei Aspekte nennen, die Ihnen besonders positiv im Gedächtnis geblieben sind? 2. Welche drei Aspekte der Website empfanden Sie als besonders negativ? 3. Nachdem Sie sich nun ausführlich mit dem Studiengang beschäftigt haben... • Stufen Sie den Studiengang als vertrauenswürdig ein? Wenn ja, anhand welcher Kriterien machen Sie dies fest? • Macht die Website des Studiengangs einen seriösen Eindruck auf Sie? Wenn ja, anhand welcher Kriterien machen Sie dies fest?
Mod: So, Sie haben den Hauptteil geschafft! Wir stoppen jetzt die Aufnahme.	
Fragebögen - 5 Minuten	
VisAWI AttraktDiff-Mini	Mod Nun haben wir noch zwei kurze Fragebögen für Sie vorbereitet. • Der erste heißt AttraktDiff, der das Nutzungserlebnis mit der Website bewertet. • Der zweite heißt ViaAWI und beschäftigt sich mit der Frage, wie die Ästhetik der Website wahrgenommen wird • Sie können jederzeit Bescheid geben, wenn Sie Fragen zu den Fragebögen haben
Danksagung & Verabschiedung - 1 Minute	
Auf Aufwandsentschädigung hinweisen	Mod Als kleines Dankeschön für Ihre Teilnahme und den damit verbundenen Aufwand Ihrerseits erhalten Sie von uns 20,00€. Herzlichen Dank vom ganzen Team, dass Sie uns so gut unterstützt haben!
Verabschiedung	Teilnehmenden verabschieden

Index Definition

Index Auswahl	Definition	Kategorie
1) Englische Fachbegriffe werden nicht verstanden	Fachbegriffe rund um das Thema Informationsdesign in englischer Sprache können vom Testteilnehmer nicht übersetzt werden und werden somit auch nicht verstanden.	Textverständnis
2) Deutsche Fachbegriffe werden nicht verstanden	Fachbegriffe rund um das Thema Informationsdesign in deutscher Sprache sind dem Testteilnehmer unbekannt und werden somit auch nicht verstanden.	Textverständnis
3) Englische Texte werden nicht verstanden	Aufgrund von mangelnden englisch-Kenntnissen des Testteilnehmers können englische Texte nicht verstanden werden.	Textverständnis
4) Headergrafik bei Studieninhalte nicht verständlich	Header-Grafik auf der Seite Studieninhalte ist für die Testteilnehmer schwer zu verstehen, da sie auf Grund ihrer Komplexität nicht in Zusammenhang mit dem Studiengang gebracht werden kann.	Grafik/Bild
5) Textinhalt entspricht nicht den Erwartungen	Testteilnehmer liest einen Text in der Erwartung, gewünschte Informationen zu finden, jedoch entspricht der Textinhalt nicht den Erwartungen.	Informationsaufbereitung
6) Informationen sind auf der gesamten Website nicht vorhanden	Die vom Testteilnehmer gewünschten Informationen können auf der gesamten Website nicht gefunden werden, da sie nicht vorhanden sind.	Fehlende Elemente
7) Erwartete Informationen sind nicht auf Unterseite vorhanden	Die vom Testteilnehmer gewünschten Informationen können auf der Unterseite nicht gefunden werden, da sie nicht vorhanden sind.	Fehlende Elemente
8) Link "zu den Studieninhalten" bei "Was wird von Bewerbern erwartet" fehlt am Platz	Testteilnehmer wird durch den Link "zu den Studieninhalten" bei der Informationssuche fehlgeleitet.	Interaktion
9) HdM Logo präsenter als Studienganglogo -> daher fehlleitend	Fokus des Testteilnehmers liegt aufgrund seiner Größe eher auf dem HdM-Logo als auf dem Studiengangs-Logo.	Gestaltung
10) Grafik Modulübersicht in Vollbild schwer zu verlassen	Ist die Grafik der Modulübersicht einmal vergrößert, hat der Testteilnehmer aufgrund von mangelnden Optionen, Probleme die Vollbildansicht wieder zu verlassen.	Interaktion
11) Modulgrafik	Die auf der Modulgrafik dargestellten Module können vom Testteilnehmer für weitere Erklärungen nicht angeklickt werden und werden aus diesem Grund im Zusammenhang mit der Verwendung von Fachbegriffen nicht verstanden.	Grafik/Bild
12) Navigation Schlagwörter unpräzise	Schlagwort in der Navigation ist nicht spezifisch genug und entspricht nicht den Erwartungen des Testteilnehmers.	Navigation
13) Relevanz der Schlagwörter in der Navigation	Im Drop-Down-Menu der Navigation sind die Schlagwörter für den Testteilnehmer nicht nach Relevanz geordnet.	Navigation

Index Auswahl	Definition	Kategorie
14) Moodle Link irreführend bei Jobs & Praktika, da für nicht immatrikulierte Nutzer abrufbar	Klickt der Testteilnehmer auf den Moodle-Link, gelangt er zur Moodle-Plattform für Studierende, auf welchem er sich nicht anmelden kann, da dieser nur für immatrikulierte Studenten zugelassen ist. Das heißt, der Testteilnehmer gelangt in eine Sackgasse.	Interaktion
15) Uneinheitliche Gestaltung (Unterseite Menschen)	Die Kacheln der Studiengangsmitarbeiter unterscheiden sich in der Gestaltung und wirken auf den Testteilnehmer daher uneinheitlich.	Gestaltung
16) Textlänge zu lang	Text wird vom Testteilnehmer als "zu lang" empfunden.	Aufbau
17) Informationen werden auf der Website nicht vermutet	Informationen werden auf der Website nicht vermutet und ein Verlassen der Seite wird in Erwägung gezogen. Z.B. Google Suche	Informationsaufbereitung
18) Kontaktformular wird nicht für persönliche Angelegenheiten genutzt	Kontaktformular erscheint nicht persönlich genug um persönliche Angelegenheiten anzufragen.	Interaktion
19) Bilder nicht aussagekräftig (kein relevanten Bezug zum Inhalt)	Bilder haben keinen relevanten Bezug zum Inhalt.	Bilder/Grafik
20) Veraltete Informationen	Informationen auf der Website werden als nicht mehr aktuell angesehen.	Informationsaufbereitung
21) Begriff wird falsch interpretiert	Da Begriff für Testteilnehmer unbekannt ist, wird eine fehlerhafte Vermutung darüber aufgestellt.	Textverständnis
22) Fehlende Bildaufnahmen der Hochschule von außen für Gesamteindruck	Testteilnehmer kommentiert, dass weitere Bildaufnahmen der Hochschule von außen für einen Gesamteindruck wünschenswert wären.	Fehlende Elemente
23) Zusammenfassung + Definition des Studienganges wird nicht auf der Startseite vermutet	Für Testteilnehmer ist nicht klar, dass sich die gesuchten Informationen nicht unter "Studieninhalte" befinden sondern auf der Startseite.	Informationsaufbereitung
24) Mangelnde Hinweise zu Interaktionsmöglichkeiten	Für Testteilnehmer ist nicht klar, dass sich die gesuchten Informationen nicht unter "Studieninhalte" befinden sondern auf der Startseite.	Interaktion
25 gibt es nicht		
26) Dopplung Inhalt	Text unter der Infografik bei Studieninhalte ist eine Wiedergabe der Grafik und somit für den Testteilnehmer überflüssig.	Informationsaufbereitung
27) Überflüssige Informationen, die nicht gebraucht werden	Testteilnehmer empfindet Inhalt zu den "Perspektiven nach dem Studium" als überflüssig, da er für ihn zu standardisiert klingt.	Informationsaufbereitung
28) Video über Ausstattung	Tonregler im Video gibt dem Testteilnehmer den Anschein, dass das Video über Ton verfügt.	Grafik/Bild

Index Auswahl	Definition	Kategorie
29) Semesteranzahl wird falsch interpretiert	Testteilnehmer ist sich nicht sicher ob das Studium 7 oder 8 Semester lang ist, da die Darstellung der Anzahl der Semester unter "Bewerbung" nicht verstanden wird	Verständnisproblem
30) Ablenkung durch andere Elemente auf der Seite	Der Testteilnehmer folgt einem Link, der ihm attraktiver erscheint als die restlichen Infos der Seite, der ihn aber bei seiner Informationsaufnahme auf den falschen Weg bringt.	Aufbau
31) Drop-Down-Menü wird übersehen	Der Testteilnehmer übersieht das Drop-Down Menü der Navigation, da er direkt auf einen Menüpunkt klickt, anstatt darüber zu hovern.	Navigation
32) Uneinheitliche Gestaltung bei Drop-Down Menü Es wird nicht erwartet, dass man die Überbegriffe anklicken kann und nur die Drop-Down-Punkte	Der Testteilnehmer klickt sich nur durch das Drop-Down Menü eines Menüpunktes, da er nicht erwartet, dass der Menüpunkt angeklickt werden kann.	Navigation
33) Unnötiges Gestaltungsmittel	Der Testteilnehmer empfindet eine gewisse Gestaltung als überflüssig.	Gestaltung
34) Reihenfolge der Informationen auf einer Seite	Der Testteilnehmer legt den Fokus auf die obersten Elemente einer Seite und übersieht die darunterliegenden Informationen zunächst.	Aufbau
35) Fehlendes Suchfeld nach Begriffen (wie Google Suche)	Die Website weist kein Suchfeld zur Informationssuche auf.	Fehlende Elemente
36) Webseite stellt nur einen Teil der Projekte / Studieninhalte dar	Dem Testteilnehmer fehlen weitere Studieninhalte und Projekte, da nur ein Teil dessen auf der Website dargestellt ist.	Fehlende Elemente

Indextabelle

Textverständnis									
Seg.Nr.	Teilnehmer	Aufgabe	Seite/Element	Ereignis	Kommentar	Videostelle	Index (können mehrere Sein)	Index Auswahl	
34A	3	3	a) Studieninhalte b) textliche Aufzählung der Studienfächer pro Semester unter der Infografik mit den Studieninhalten	Mod: "Können Sie mit den Begrifflichkeiten etwas anfangen?" K: "Nicht mit allen. Data Literacy – da kann ich beispielsweise nichts dazu sagen."	BD	12:40	- englische Fachbegriffe werden nicht verstanden (1)	1	
2	2	1	a) Studium - Informationsdesign studieren? - Ausstattung	a) K "Für mich sind die Begriffe "Mac-Pool oder UX-Labor nicht relevant, weil ich sie nicht verstehe"	BD	04:51	- englische Fachbegriffe werden nicht verstanden (1)	1	
5B	2	2	a) Studieninhalte - erster Text	a) Bleibt bei den Begriffen "Informationstechnologie, der Psychologie bzw. der Didaktik, des professionellen Schreibens und der Usability" hängen K "Weil sie mich zum ersten mal catchen" K "Ich würde mir wünschen, was sich hinter den Begriffen verbirgt, es ist sehr allgemein gehalten, für mich jetzt wären hier konkrete Beispiele gut"	BD	10:19	- englische Fachbegriffe werden nicht verstanden (1)	1	
46B	6	3	a) Studieninhalte b) Grafik 2	a) Befindet sich bei "Studieninhalten" b) Seite wird durchgelesen und heruntergescrollt bis zu "Aufbau und Schwerpunkte"	BD T wählt den optimalen Weg und liest alle Informationen sorgfältig durch,	13:12	- deutsche Fachbegriffe werden nicht	1	

				K: "Ich mag Grafiken, deswegen klicke ich mal drauf" c) Grafik 2 wird vergrößert ?: "Sind das (Vorlesungsbegriffe) die Vorlesungen?" K: "(Zeigt auf Vorlesungsbegriffe) Also ich kann mir nicht so viel darunter vorstellen. Das ist sehr vage. Bei einem Drittel kann ich mir vielleicht etwas darunter vorstellen, bei den anderen Sachen nicht." ?: "Sind das (Vorlesungsbegriffe) eher Herangehensweisen oder sind das Techniken?"	klickt auf Grafik 2 und schaut sich diese sorgfältig an, hat aber immer noch viele offene Fragen und viele vor allem englische (Fach-) Begriffe stoßen auf Unverständnis		verstanden (2) - englische Fachbegriffe werden nicht verstanden (1)		
7B	2	3	a) Studieninhalte - Grafik	e) K "schwieriger wirds dann auch bei "Human Computer Interaction", da kann ich mir gar nichts drunter vorstellen f) K "Bei Data Literacy kann ich mir gar nichts drunter vorstellen"	CI Klickt auf einen Begriff, Grafik wird groß BD T findet Informationen über Studieninhalte, sind ihm aber nicht gut genug erklärt	15:36	- englische Fachbegriffe werden nicht verstanden (1)	1	
15b	5	3	a) Startseite (geht über Link zu) b) Studieninhalte - 1. Grafik c) scrollt runter zur Auflistung unter Grafik 2	b) K "Da ist viel gestalterisch, schriftlich und inhaltlich. Ganz viele Fachbegriffe. Das sagt mir jetzt alles nichts. Die Grafik ist verwirrend. Mit dem Fach-Englisch tue ich mich schwer. Da sind ein paar Bildchen die mir jetzt auch nichts sagen. Wenn ich so ne Grafik seh, dann geh ich drauf und klick es an und bekomme dann etwas erklärt" c) K "Hier unten kommen wieder die Begriffe und ich kann sie lesen aber es gibt keine Erklärung. Scheinbar viel gestalterisch, psychologisch und das was wir hier jetzt machen. Das würde ich mir jetzt durchlesen. Das könnte ich jetzt alles nicht zuordnen. Das was hie drin der Grafik steht, steht halt untendrunter nochmal"	BD	04:00	- englische Fachbegriffe werden nicht verstanden (1)	1	
16b	5	3	a) Studieninhalte - 1. Grafik	K "Ich könnte da jetzt nicht so genau rauslesen was da dahinter steckt. Da bin ich jetzt zu sehr Laie" K "Ich hätte jetzt die Hoffnung hier oben (über andere Reiter) zu schauen ob ich des rausfinde was die	BD T erwägt Seite zu verlassen	06:00	- englische Fachbegriffe werden nicht verstanden (1)	1	

				ganzen Begriffe bedeuten. Oder halt zu Wikipedia wechseln und dann mal gucken, was heißt denn jetzt Application Design"				
38	3	6	a) Studium b) Perspektiven c) Begriffe unter der Überschrift: Informationsdesigner arbeiten in verschiedenen Berufsfeldern:	K "Ich weiß, das ist heutzutage gang und gäbe, das so darzustellen und für die Jugendlichen sicherlich ganz toll und die verstehen auch, was damit gemeint ist, aber ich verstehe bei der Hälfte nur Bahnhof. Man könnte auch sagen "Werbeagentur", dann verstehe ich das, aber hier kommt dann halt so etwas wie "New Media Conception" Mod "Wie reagieren sie nun darauf?" K "Ich überspringe die Begriffe, die ich nicht verstehe beim Lesen. Es nimmt mir trotzdem die Motivation."	BD	21:40	- englische Fachbegriffe werden nicht verstanden (1)	1
53a	4	1	a) Studieninhalte - 1. Grafik	K "Ich hätte es toll gefunden, wenn man damit interagieren kann und würde mich damit eine weile damit beschäftigen K "Begriffe sind eigentlich soweit verständlich	BD "Es ist alles sehr unübersichtlich"	05:52	- englische Fachbegriffe werden nicht verstanden -> werden auf 1.Blick verstanden	1
27a	5	7b	a) Ausstattung	a) K "Die haben ein UX-Lab, was auch immer das ist, genauso wie Eye-Tracker. Räumlichkeiten sind recht hell. Es sieht nicht unfreundlich aus" (T scrollt nach oben und schaut sich Bild an) K "Man sieht, dass bei dem Gebäude investiert wurde. Da weiß man, dass die Grundlage da ist, wo man sich wohlfühlt und man arbeiten kann" (T schaut Video an und scheint belustigt, enttäuscht) K "Da müsste mal ein Informationsdesigner drüber schauen" (T scrollt nach oben) K "Ich kann mir ein Bild machen. Aber das schöne bei Google ist, da bekommt man Fotos von Außen. Da sieht man auch diesen schönen roten Schriftzug. Das fände ich cooler weil das ist ja die Identifikation von der Schule. Den vermiss ich hier ein bisschen."	BD	02:00	- englische Fachbegriffe werden nicht verstanden (1)	1

75b	1	2	a) Studieninhalte	M gibt Hinweis auf explizit nach Studieninhalte zu suchen Teilnehmer versucht auf Header-Grafik zu klicken, um mehr zu erfahren	BD "Das sieht aber kompliziert aus (Grafik) "Das sind die Wörter mit denen ich nichts anfangen kann" CI Teilnehmer kann hier nicht mehr über Inhalte erfahren	09:20 10:10	- Englische Begriffe werden nicht verstanden	1
76d	1	3	a) Studieninhalte Modulübersicht -Grafik	T: "Das ist aber klein, ah, das kann man größer machen." Klickt auf die Grafik Was sollen die Zahlen davor? Ah Semester da steht es ja. Was sind die Punkte? T möchte auf Module klicken. T möchte Grafik verlassen	BD "Data Literacy 1, keine Ahnung" Warum sind die unterschiedlich in der Farbe? CT Vielleicht kann man das ja auch anklicken (Module). Ne, wird nur größer. Vielleicht wenn ich weiter runter gehe? Ansicht wird nur größer Wie kommen ich zurück? T:"Man bleibt beim Bild hängen."	12:00:00 14:40	- Englische Begriffe werden nicht verstanden (1)	1
77	1	3	a) Studieninhalte Modulübersicht -Aufzählung	T liest sich Auflistung durch	BD/ CI "Da kommt ja wieder dieses englische Zeugs. Kann ich nicht wirklich etwas da mit anfangen. Das ist alles wieder englisch und wiederholt sich von vorne nur ohne Grafik	16:17	- Englische Begriffe werden nicht verstanden	1
80a	1	5	a) Perspektiven	T liest Perspektiven-Seite	BD " Englisch, Englisch, Englisch"	24:00:00	- Englische Begriffe werden nicht verstanden (1)	1
9	2	5	a) Perspektiven - Informationsdesigner arbeiten in verschiedenen Berufsfeldern	a) K "Jetzt weiß ich dank meiner langen Berufserfahrung was sich hinter dem Begriff Corporate Communications versteckt, aber mein Sohn wüsste das garantiert nicht" b) K "Usability Engineering ist jetzt was, wo ich mir nichts darunter vorstellen kann"	BD	24:33:00	- englische Fachbegriffe werden nicht verstanden (1)	1
5A	2	2	a) Studieninhalte - erster Text	a) Bleibt bei den Begriffen "Informationstechnologie, der Psychologie bzw. der Didaktik, des professionellen Schreibens	BD	10:19	- deutsche Fachbegriffe werden nicht	2

				und der Usability" hängen K "Weil sie mich zum ersten mal catchen" K" Ich würde mir wünschen, was sich hinter den Begriffen verbirgt, es ist sehr allgemein gehalten, für mich jetzt wären hier konkrete Beispiele gut"			verstanden (2)	
46A	6	3	a) Studieninhalte b) Grafik 2	a) Befindet sich bei "Studieninhalten" b) Seite wird durchgelesen und heruntergescrollt bis zu "Aufbau und Schwerpunkte" K: "Ich mag Grafiken, deswegen klicke ich mal drauf" c) Grafik 2 wird vergrößert ?: "Sind das (Vorlesungsbegriffe) die Vorlesungen?" K: "(Zeigt auf Vorlesungsbegriffe) Also ich kann mir nicht so viel darunter vorstellen. Das ist sehr vage. Bei einem Drittel kann ich mir vielleicht etwas darunter vorstellen, bei den anderen Sachen nicht." ?: "Sind das (Vorlesungsbegriffe) eher Herangehensweisen oder sind das Techniken?"	BD T wählt den optimalen Weg und liest alle Informationen sorgfältig durch, klickt auf Grafik 2 und schaut sich diese sorgfältig an, hat aber immer noch viele offene Fragen und viele vor allem englische (Fach-) Begriffe stoßen auf Unverständnis	13:12	- deutsche Fachbegriffe werden nicht verstanden (2) - englische Fachbegriffe werden nicht verstanden (1)	2
7A	2	3	a) Studieninhalte - Grafik	d) K" Der Begriff Bildgestaltung ist zum Beispiel ein sehr allgemeiner Begriff, das kann ja alles sein	CI Klickt auf einen Begriff, Grafik wird groß BD T findet Informationen über Studieninhalte, sind ihm aber nicht gut genug erklärt	15:36	- deutsche Fachbegriffe werden nicht verstanden (2)	2
15a	5	3	a) Startseite (geht über Link zu) b) Studieninhalte - 1. Grafik c) scrollt runter	b) K "Da ist viel gestalterisch, schriftlich und inhaltlich. Ganz viele Fachbegriffe. Das sagt mir jetzt alles nichts. Die Grafik ist verwirrend. Mit dem Fach-Englisch tue ich mich schwer. Da sind ein paar Bildchen die mir jetzt auch nichts sagen. Wenn ich so ne Grafik seh, dann geh ich drauf und klick es an und bekomme dann etwas erklärt"	BD	04:00	- deutsche Fachbegriffe werden nicht verstanden (2)	2

			zur Auflistung unter Grafik 2	c) K "Hier unten kommen wieder die Begriffe und ich kann sie lesen aber es gibt keine Erklärung. Scheinbar viel gestalterisch, psychologisch und das was wir hier jetzt machen. Das würde ich mir jetzt durchlesen. Das könnte ich jetzt alles nicht zuordnen. Das was hier drin der Grafik steht, steht halt untendrunter nochmal"				
16a	5	3	a) Studieninhalte - 1. Grafik	K "Ich könnte da jetzt nicht so genau rauslesen was da dahinter steckt. Da bin ich jetzt zu sehr Laie" K "Ich hätte jetzt die Hoffnung hier oben (über andere Reiter) zu schauen ob ich das rausfinde was die ganzen Begriffe bedeuten. Oder halt zu Wikipedia wechseln und dann mal gucken, was heißt denn jetzt Application Design"	BD T erwägt Seite zu verlassen	06:00	- deutsche Fachbegriffe werden nicht verstanden (2)	2
23b	5	5	a) Perspektiven	a) (M gibt Tipp, du kannst mal zu Perspektiven gehen) K "Ich hätte jetzt mit dem Begriff Perspektiven nichts anfangen können. Ich hätte eher unter Kooperationen geschaut" (Scrollt runter ans Seitenende) K "Die Fachbegriffe machen mir jetzt wieder Schwierigkeiten"	BD T bekommt Tipp	16:45	- deutsche Fachbegriffe werden nicht verstanden (2)	2
72a	1	2	a) Studieninhalte werden gesucht unter	T klickt auf Menschen	CI "Unterschiedliche Richtungen sieht man hier schon" "Informationsarchitektur, dort wird irgendetwas gebildet, zusammengefügt" (Begriff falsch verstanden)	05:13	- Deutsche Fachbegriffe werden nicht verstanden	2
74a	1	2	a) Studieninhalte	T. hoovert über verschiedene Projekte	BD "Unter Szenografie kann ich mir nichts vorstellen" "Im gegensatz was Sohn erzählt, relativ viel Grafik in Projekten gezeigt" Projekte verwirren"	07:40	- Deutsche Fachbegriffe werden nicht verstanden	2
39	3	7	a) Menschen b) Prof. Burmester Zitat	T sieht, dass das Zitat von Prof. Burmester auf Englisch ist. K "Sind wir wieder bei dem alten Problem. Englisch."	BD	00:40	- Englische Texte werden nicht	3

			und Lebenslauf und Lehrgebiete	T scrollt runter und lacht, weil der ganze Lebenslauf auf Englisch ist K "Muss ich noch was dazu sagen? Jetzt müsste ich mir Mühe geben und Zeit nehmen, diesen englischen Text zu verstehen und darauf habe ich gerade so gar keine Lust. Das ist mir zu kompliziert für so einen groben Überblick. Der Aufwand lohnt sich nicht." T scrollt noch weiter nach unten zu den Lehrgebieten. K "Na toll, das sagt mir jetzt auch alles gar nichts."			verstanden (3)	
22a	5	5	a) Forschung - T klickt auf Forschungsprojekte	a) (Schweift ab, scrollt runter) (Klickt auf "Forschungsprojekte") K "Ah da wirds bei mir schon schwierig, das ist englisch. Also das les ich mir nicht durch" (Klickt auf Reiter Forschung) K "Also ich würde jetzt anfangen zu googeln... Informationsdesign Stellen oder sowas. Ich würde vielleicht zu Stepstone wechseln weil es bei euch auf der Seite echt schwierig ist"	CI T erwägt Seite zu verlassen	14:15	- Englische Texte werden nicht verstanden (3)	3
34B	3	3	a) Studieninhalte b) textliche Aufzählung der Studienfächer pro Semester unter der Infografik mit den Studieninhalten	K: "Bildgestaltung ist wahrscheinlich die Bildbearbeitung mit dem Computer. Wenn ich in die Tiefe gehen wollen würde, müsste ich Begriffe googeln."	BD	12:40	- Begriff wird falsch interpretiert (21)	21
Grafik/Bild								
Segment Nr.	Teilnehmer	Aufgabe	Seite/Element	Ereignis	Kommentar	Videostelle	Index	Indexnummer

29	3	2	a) Studieninhalte Infografik ganz oben	K "Die Visualisierung finde ich auf den ersten Blick verwirrend. Weiß ich jetzt auch nicht ob ich da irgendwo draufklicken kann oder nicht." T klickt auf Bestandteile der Infografik und zieht somit in Betracht, dass sie interaktive Elemente besitzt K "Natürlich nicht. Vermutlich sind das so die einzelnen Unterpunkte, aber das wäre mir persönlich zu konfus. Das sagt mir gar nichts irgendwie."	CI BD	05:17	- Headergrafik bei Studieninhalte nicht verständlich (4)	4
3	2	1	a) Studieninhalte - Anfangsgrafik	a) K "Dieses Schaubild irritiert mich, weil es sehr viele Linien und Inhalte enthält, deshalb gehe ich direkt mal nach unten"	BD T schaut sich die Grafik nur kurz an und möchte sich nicht weiter damit befassen, weil er sie nicht versteht	05:11	- Headergrafik bei Studieninhalte nicht verständlich (4)	4
45B	6	1	a) Bewerbung b) Studieninhalte c) Grafik 1	a) Befindet sich auf "Bewerbung" b) Klickt auf Link "Zu den Studieninhalten" c) Analysiert Grafik 1 (Header) und versucht sie zu verstehen K: "(Kreis auf der linken Seite mit Finger) Das verstehe ich jetzt nicht, muss ich hier drauf drücken?" ?: "Baut das (Grafik 1) von unten nach oben auf?" Sind das Überschriften die mit den Punkten verbunden sind?" K: "Auf den ersten Blick ist das (Grafik 1) sehr verwirrend. Es ist ein Rätsel." K: "Ich hätte erwartet dass die Grafik interaktiv ist. Man neigt dazu auf die kleinen Kreise zu drücken."	CI T klickt aus Interesse auf die Studieninhalte, obwohl er noch dabei ist sich über die Aufnahmebedingungen zu informieren BD Grafik 1 wird negativ kommentiert, da sie "zu verwirrend" ist	04:34	- Ablenkung durch andere Themen der Seite (30) - Headergrafik bei Studieninhalte nicht verständlich (4)	4
6	2	3	a) Studieninhalte - Anfangsgrafik	a) K " Dieses Flowbild hier oben verwirrt mich jedes mal, das verwirrt mich sehr stark, weil ich mich mit dem Thema bis jetzt noch nicht beschäftigt habe"	BD	14:32	- Headergrafik bei Studieninhalte nicht verständlich (4)	4

15d	5	3	a) Startseite (geht über Link zu) b) Studieninhalte - 1. Grafik c) scrollt runter zur Auflistung unter Grafik 2	b) K "Da ist viel gestalterisch, schriftlich und inhaltlich. Ganz viele Fachbegriffe. Das sagt mir jetzt alles nichts. Die Grafik ist verwirrend. Mit dem Fach-Englisch tue ich mich schwer. Da sind ein paar Bildchen die mir jetzt auch nichts sagen. Wenn ich so ne Grafik seh, dann geh ich drauf und klick es an und bekomme dann etwas erklärt" c) K "Hier unten kommen wieder die Begriffe und ich kann sie lesen aber es gibt keine Erklärung. Scheinbar viel gestalterisch, psychologisch und das was wir hier jetzt machen. Das würde ich mir jetzt durchlesen. Das könnte ich jetzt alles nicht zuordnen. Das was hie drin der Grafik steht, steht halt untendrunter nochmal"	BD	04:00	- Headergrafik bei Studieninhalte nicht verständlich (4)	4
75a	1	2	a) Studieninhalte	M gibt Hinweis auf explizit nach Studieninhalte zu suchen Teilnehmer versucht auf Header-Grafik zu klicken, um mehr zu erfahren	BD "Das sieht aber kompliziert aus (Grafik) "Das sind die Wörter mit denen ich nichts anfangen kann" CI Teilnehmer kann hier nicht mehr über Inhalte erfahren	09:20 10:10	- Headergrafik bei Studieninhalte nicht verständlich	4
31	3	3	a) Studieninhalte b) Infografik mit Studieninhalte pro Semester	T klickt auf Feld "Wahlpflichtveranstaltungen aus dem Bereich Spezialisierung" und erwartet, dass somit nähere Informationen erscheinen K "Schade. Schön wäre es jetzt, wenn es beim Klicken anzeigen würde was es für Spezialisierungen gäbe"	CL BD	09:15	- Modulgrafik (11)	11
56	4	3	a) Startseite b) Studium	Geht die Infografik durch K "Jetzt will ich mehr Informationen über ein einzelnes Fach bekommen" Kann ich da drauf klicken? Ah ne, das klappt nicht. Ups, was ist jetzt passiert? Wie komme ich wieder aus der Infografik raus?"	CI Escape funktioniert nicht. Wird nervös.	08:20	- Modulgrafik	11

15c	5	3	a) Startseite (geht über Link zu) b) Studieninhalte - 1. Grafik c) scrollt runter zur Auflistung unter Grafik 2	b) K "Da ist viel gestalterisch, schriftlich und inhaltlich. Ganz viele Fachbegriffe. Das sagt mir jetzt alles nichts. Die Grafik ist verwirrend. Mit dem Fach-Englisch tue ich mich schwer. Da sind ein paar Bildchen die mir jetzt auch nichts sagen. Wenn ich so ne Grafik seh, dann geh ich drauf und klick es an und bekomme dann etwas erklärt" c) K "Hier unten kommen wieder die Begriffe und ich kann sie lesen aber es gibt keine Erklärung. Scheinbar viel gestalterisch, psychologisch und das was wir hier jetzt machen. Das würde ich mir jetzt durchlesen. Das könnte ich jetzt alles nicht zuordnen. Das was hie drin der Grafik steht, steht halt untendrunter nochmal"	BD	04:00	- Modulgrafik (11)	11
76a	1	3	a) Studieninhalte Modulübersicht -Grafik	T "Das ist aber klein, ah, das kann man größer machen." Klickt auf die Grafik T möchte Grafik verlassen	CT Vielleicht kann man das ja auch anklicken (Module). Ne, wird nur größer. Vielleicht wenn ich weiter runter gehe? Ansicht wird nur größer Wie kommen ich zurück? T:"Man bleibt beim Bild hängen."	12:00:00 14:40	- Modulgrafik	11
7C	2	3	a) Studieninhalte - Grafik	a) Klickt auf Webdesign, Grafik wird groß b) K "Ok wie komme ich hier wieder zurück?" c) K "Als Verbesserungsvorschlag, wenn ich hier auf die einzelnen Kapitel klicken könnte und es würde nochmal ein Feld aufgehen, das mir so in 3-4 Zeilen beschreibt was ich jetzt zum Beispiel hier unter den Begriff "Webdesign" verbirgt	CI Klickt auf einen Begriff, Grafik wird groß BD T findet Informationen über Studieninhalte, sind ihm aber nicht gut genug erklärt	15:36	- Modulgrafik (11)	11

18a	5	4	a) News - T klickt auf 1. Foto b) News - T klickt auf Veranstaltung	a) K "Die Bilder sagen mir hier jetzt auch nicht viel. Ich würde mir des jetzt durchlesen aber das gibt mir jetzt ja auch nichts" b) K "Das ist ja alt. Das find ich doof. Alte Dinge kann man ja rausnehmen. Da würde ich schon sagen: Boah die Seite, da geben die sich ja Mühe, wenn die so ein ollen Termin nicht mal rausnehmen wenn der seit einem halben Jahr vorbei ist"	BD CI	11:00	- Keine aussagekräftigen Bilder (kein relevanten Bezug zum Inhalt) (19)	19
41	3	7b)	a) Studium b) Ausstattung c) Video der Lehrräume	Mod "Welchen Eindruck gibt Ihnen das Video? Wie ist die Ausstattung so?" K "Eher spartanisch. Nüchtern. Die Stühle sehen nicht gerade bequem aus. Ein Pflänzchen, ein bisschen Farbe oder ein Bild an der Wand, fänd ich zum Wohlfühlen ganz hübsch."	BD	29:00:00	Ausstattungs-Video macht nüchternen Eindruck (28)	28
40	3	7b)	a) Studium b) Ausstattung c) Video der Lehrräume	T schiebt den Tonregler des Videos hoch, runter und wieder hoch. K "Also bei mir kommt da jetzt kein Ton. Keine Ahnung, woran das liegt. Ich glaube da funktioniert etwas nicht. Finde ich schade, ich dachte da sagt jetzt jemand etwas im Hintergrund zu diesen Räumen."	BD CI	28:00:00	Kein Ton beim "Ausstattungs-Video" (28)	28
Fehlende Elemente								
Segment Nr.	Teilnehmer	Aufgabe	Seite/Element	Ereignis	Kommentar	Videostelle	Index	Indexnummer
44A	6	1	a) Bewerbung	a) Klickt auf "Bewerbung" b) Kreise mit Infos werden durchgelesen c) "Ist Studienstart dann 2x im Jahr, jeweils zum Sommer- und Wintersemester?" d) "7 Semester Studium plus ein Praxissemester vermute ich? 8 dann insgesamt? Oder 6 plus 1?" e) K: "Das (Kreisdarstellung mit Semestern) finde ich etwas verwirrend" f) Informationen unter "Erwartungen" und "Mappe" werden sorgfältig durchgelesen	BD T wählt den optimalen Weg und liest alle Informationen sorgfältig durch, hat aber ist nicht zu 100% zufrieden mit den dargebotenen Informationen und kritisiert Darstellung der Kreise beim Punkt "Semester"	02:22	- Informationen sind auf der gesamten Website nicht vorhanden - Semesterzahl wird falsch interpretiert (29)	6

1B	2	1 (T soll nach NC suchen)	a) Startseite b) Studium c) Studieninhalte d) Bewerbung e) Studieninhalte	d) Scrollt die Seite Studieninhalte ganz nach unten und findet keine Informationen zum NC e) K "Ich finde hier keine Informationen über den NC, also klicke ich auf den Button Bewerbung" f) Liest "Was wurde von Bewerberinnen erwartet?", aber nicht den kurzen Text dazu g) Klickt auf den Link "Studieninhalte" h) K "Habe also eine Schleife gedreht"	CT T sucht auf der Seite Studium und Bewerbung nach dem NC und wird nicht fündig. Er denkt er befindet sich auf der HdM-Seite	04:14	- Informationen sind auf der gesamten Website nicht vorhanden (6)	6
57	4	3	a) Startseite b) Studium	K "Ah hier unten kommen ja schon direkt die Fächer, die schau ich mir mal an" Gibt es hier mehr Informationen zu den einzelnen Fächern? Also hier kann ich nirgends etwas finden." (Auflistung Studienfächer)	CI Hat keine Idee, wo er mehr Informationen über die Studieninhalte finden kann	09:15	- Informationen sind auf der gesamten Website nicht vorhanden	6
58	4	3	a) Startseite b) Studium	K "Ich würde mir wünschen, dass man direkt in die Fächer verzweigen könnte, weil ich doch nicht alle Begriffe kenne und damit zurecht komme" Schaut an anderen Orten nach, ob es dort Verlinkungen gibt (Infografik Studienfächer)	CI Enttäuscht, dass man in die Studieninhalte nicht "reingucken" kann, um mehr darüber zu erfahren	10:30	- Informationen sind auf der gesamten Website nicht vorhanden	6
59	4	3	a) Startseite b) Studium	K: Gibt es noch andere Möglichkeiten mehr Informationen zu erhalten? Sucht vergeblich und auch ein bisschen verzweifelt, wird nervös. -> er sucht generell nach einer Möglichkeit mehr Infos zu finden aber wird nicht fündig	BD "Da bin ich jetzt echt ein bisschen aufgeschmissen"	11:10	- Informationen sind auf der gesamten Website nicht vorhanden	6
47B	6	5	a) Projekt b) Projekt: Interdisziplinäres Projekt zeigt sich auf der Medianight	a) Klickt auf "Projekte" K: "Interessieren würden mich Projekte, da diese schon viel mit der Berufswelt zu tun haben." ?: "(Projekt: Interdisziplinäres Projekt zeigt sich auf der Medianight) Ist das auch Bestandteil des Studiums?" K: "(Projekt: Interdisziplinäres Projekt zeigt sich auf der Medianight) Darüber würde ich gerne mehr	CI T klickt auf "Projekte", da er hier Informationen vermutet, die ihm mehr über die Perspektiven von Informationsdesignern verraten	24:24:00	- Ablenkung durch andere Elemente auf der Seite (30) - Informationen auf Seite nicht vorhanden (6)	6

				erfahren." b) Klickt auf "Projekt: Interdisziplinäres Projekt zeigt sich auf der Medianight"				
15e	5	3	a) Startseite (geht über Link zu) b) Studieninhalte - 1. Grafik c) scrollt runter zur Auflistung unter Grafik 2	b) K "Da ist viel gestalterisch, schriftlich und inhaltlich. Ganz viele Fachbegriffe. Das sagt mir jetzt alles nichts. Die Grafik ist verwirrend. Mit dem Fach-Englisch tue ich mich schwer. Da sind ein paar Bildchen die mir jetzt auch nichts sagen. Wenn ich so ne Grafik seh, dann geh ich drauf und klick es an und bekomme dann etwas erklärt" c) K "Hier unten kommen wieder die Begriffe und ich kann sie lesen aber es gibt keine Erklärung. Scheinbar viel gestalterisch, psychologisch und das was wir hier jetzt machen. Das würde ich mir jetzt durchlesen. Das könnte ich jetzt alles nicht zuordnen. Das was hie drin der Grafik steht, steht halt untendrunter nochmal"	BD	04:00	- gesamten Website nicht vorhanden (6)	6
12	2	7a	a) Bewerbung	a) K " Die 30, das ist für mich klar, sie nehmen 30 auf, aber es wäre natürlich schon hilfreich zu wissen, bewerben sich 35, dann ist die Chance relativ groß einen Platz zu bekommen oder bewerben sich 10.000, dann habe ich so gut wie keine Chance"	BD	31:41:00	- Fehlende gewünschte Information (6)	6
13B	3	7b	d) Ausstattung	c) Geht auf Studiengang-Ausstattung, K: " hier fehlen mir Infos zu Mensa und "Chill-ecken"	CI	33:05:00	- Fehlende gewünschte Information (6)	6
26	5	7a	a) Start b) Bewerbungen	a) K " 30 ist übersichtlich, heißt aber auch wenig Plätze und wahrscheinlich viele Bewerber. Heißt, dass die Noten eine große Rolle spielen, also Druck. (M fragt, was für Informationen vielleicht noch wünschenswert wären) K "Eventuell wie die Verteilung ist bei den 30. Also Auslandsstudierende z.B."	BD	23:00	- Informationen sind auf der gesamten Website nicht vorhanden (6)	6

44a	6	1	a) Bewerbung	K: "Das (Kreisdarstellung mit Semestern) finde ich etwas verwirrend" c) Informationen unter "Erwartungen" und "Mappe" werden sorgfältig durchgelesen	BD T wählt den optimalen Weg und liest alle Informationen sorgfältig durch, hat aber immer noch viele offene Fragen zu den Aufnahmebedingungen bzw. ist nicht zu 100% zufrieden mit den dargebotenen Informationen und kritisiert Darstellung der Kreise beim Punkt "Semester"	02:22	- Unzureichende Informationen	6
80b	1	5	a) Perspektiven	T liest Perspektiven-Seite	CI Auflistung IDler planen und gestalten + Berufsfelder auf den ersten Blick nicht ganz verständlich. T möchte auf Begrifflichkeiten in der Auflistung klicken BD: "Da kann ich jetzt nichts anklicken" BD: "Berufsbeispiele könnte man fast nach oben setzen"	24:00:00	- Informationen sind auf der gesamten Website nicht vorhanden	6
70b	4	7b	a) Bewerbung Sucht dazwischen alle Reiter ab b) Ausstattung	K" Vermisse hier den Wohnraum und Dinge wie Supermarkt und eventuelle Bars	BD "Diese Informationen hätte ich mir hier jetzt auch gewünscht"	27:24:00	- Informationen sind auf der gesamten Website nicht vorhanden	6
43	6	1 (T6 sucht nach Aufnahmebedingungen)	a) Start	a) Befindet sich auf "Startseite" b) "Emotion durch Information"-Text wird aufmerksam durchgelesen c) Seite wird bis zum Ende durchgescrollt K: "Bewerbung wäre jetzt der nächste Punkt auf den ich klicken würde."	CI T vermutet Informationen zu den Aufnahmebedingungen auf der Startseite und liest sie aufgrund dessen aufmerksam durch	01:09	- Erwartete Informationen sind nicht auf Unterseite vorhanden (7)	7

52a	4	1	a) Startseite	a) bleibt auf Startseite und scrollt durch die Seite	CI findet Inhalte über Studiengang ID nicht direkt und wirkt unzufrieden Ist sich nicht ganz sicher, ob er überhaupt schon auf der Website von ID ist Will die Website verlassen und auf die HdM Website wechseln BD "das ist aber viel Text... viele Wörter versteh ich gar nicht so recht"	03:16	- Erwartete Informationen sind nicht auf Unterseite vorhanden (7)	7
55a	4	3	a) Startseite	a) Geht von Startseite direkt zu Reiter Studium b) Ließt Texte aufmerksam durch und scrollt durch die Seite K: "Jetzt ist für mich die Frage, wie ich zu mehr Informationen über die einzelnen Fächer komme?" (Schaut in anderen Bereichen der Website, wird aber nicht fündig)	CI hat Schwierigkeiten wieder aus der Infografik rauszukommen. Weiß nicht so recht, wie er das machen soll und klickt auf Gut Glück verschiedene Tasten	07:30	- Erwartete Informationen sind nicht auf Unterseite vorhanden (7)	7
58a	4	3	a) Startseite b) Studium	K: "Ich würde mir wünschen, dass man direkt in die Fächer verzweigen könnte, weil ich doch nicht alle Begriffe kenne und damit zurecht komme" Schaut an anderen Orten nach, ob es dort Verlinkungen gibt	CI Hat keine Idee, wo er mehr Informationen über die Studieninhalte finden kann	10:30	- Erwartete Informationen sind nicht auf Unterseite vorhanden (7)	7
35	3	4	a) Kontakt b) Impressum	T vermutet eine Kontaktmöglichkeit im Impressum und findet dort die Namen der Verantwortlichen, jedoch keine Mailadresse oder Telefonnummer.	CI	14:50	- Erwartete Informationen sind nicht auf Unterseite vorhanden (7)	7
61a	4	4	a) Kontakt	K: "Ah da seh ich auch noch "Zum Kontaktformular". Und komm ich da jetzt hin? Ah ja genau.	BD: Ich will micht eigentlich nur in Verbindung setzen, komm ich über den Link jetzt dorthin?"	13:30	- Erwartete Informationen sind nicht auf Unterseite	7

							vorhanden (7)	
46C	6	3	a) Studieninhalte b) Grafik 2	a) Befindet sich bei "Studieninhalten" b) Seite wird durchgelesen und heruntergescrollt bis zu "Aufbau und Schwerpunkte" K: "Ich mag Grafiken, deswegen klicke ich mal drauf" c) Grafik 2 wird vergrößert ?: "Sind das (Vorlesungsbegriffe) die Vorlesungen?" K: "(Zeigt auf Vorlesungsbegriffe) Also ich kann mir nicht so viel darunter vorstellen. Das ist sehr vage. Bei einem Drittel kann ich mir vielleicht etwas darunter vorstellen, bei den anderen Sachen nicht." ?: "Sind das (Vorlesungsbegriffe) eher Herangehensweisen oder sind das Techniken?"	BD T wählt den optimalen Weg und liest alle Informationen sorgfältig durch, klickt auf Grafik 2 und schaut sich diese sorgfältig an, hat aber immer noch viele offene Fragen und viele vor allem englische (Fach-) Begriffe stoßen auf Unverständnis	13:12	- deutsche Fachbegriffe werden nicht verstanden (2) - englische Fachbegriffe werden nicht verstanden (1) - Modulerklärungen fehlen (7)	7
64a	4	5	a) Kooperationen	a) Klickt auf Kooperationen K: Vermute hinter Kooperationen irgendwelche Firmen und entsprechende Erfolgsgeschichten. Hier finde ich aber leider keine Berufsfelder, sondern nur andere Informationen, die mich aber gerade nicht so interessieren	BD Keine Ahnung, ob das jetzt Sinn macht BD Wo bekomme ich das heraus? Runzelt die Stirn und ist etwas genervt	15:02	- Erwartete Informationen sind nicht auf Unterseite vorhanden (7)	7
49A	6	4	a) Impressum	a) Hovert über "Kontakt" und klickt auf "Impressum" b) Scrollt bis an das Seitenende und findet eine Telefonnummer, mit welcher aber nicht weiter interagiert wird K: "Man könnte eine Liste von Dozenten machen mit deren Kontaktdaten, damit man, falls man sich für einen bestimmten Bereich interessiert, direkt mit dieser Person in Kontakt treten kann."	CI T erwartet Informationen für eine Kontaktaufnahme unter "Impressum"	32 und 30	- Erwartete Informationen sind nicht auf Unterseite vorhanden (7) - Textinhalt entspricht nicht den Erwartungen (5)	7
19	5	4	a) Bewerbungen	a) (Scrollt bei Bewerbung runter und hoch und merkt, dass er nicht fündig wird)	CI	11:50	- Erwartete Informationen sind nicht auf Unterseite vorhanden (7)	7

27b	5	7b	a) Ausstattung	a) K "Die haben ein UX-Lab, was auch immer das ist, genauso wie Eye-Tracker. Räumlichkeiten sind recht hell. Es sieht nicht unfreundlich aus" (T scrollt nach oben und schaut sich Bild an) K "Man sieht, dass bei dem Gebäude investiert wurde. Da weiß man, dass die Grundlage da ist, wo man sich wohlfühlt und man arbeiten kann" (T schaut Video an und scheint belustigt, enttäuscht) K "Da müsste mal ein Informationsdesigner drüber schauen" (T scrollt nach oben) K "Ich kann mir ein Bild machen. Aber das schöne bei Google ist, da bekommt man Fotos von Außen. Da sieht man auch diesen schönen roten Schriftzug. Das fände ich cooler weil das ist ja die Identifikation von der Schule. Den vermiss ich hier ein bisschen."	BD	02:00	- Fehlende Bildaufnahmen der Hochschule von außen für Gesamteindruck (22)	22
65	4	5	a) Kooperationen	Gibt es hier generell einen Suchknopf?	CI Sucht nach einem Suchknopf, aufgrund erfolgloser Suche Wünscht sich "Google Suche"	17:04	- Fehlendes Suchfeld nach Begriffen (wie Google Suche)	35
51C	6	6	a) Kontakt b) Start c) Menschen	a) Befindet sich bei "Kontakt" und scrollt sich durch die Seite K: "Ich würde den Herrn Burmester unter "Kontakten" vermuten." ?: "Gibt es ein Suchfeld?" b) Klickt auf "Start" und scrollt sich durch die Seite K: "Ich wüsste jetzt nicht, wie ich eine bestimmte Person finde." c) Klickt auf "Menschen" (Begriff wird zufällig entdeckt und kurzerhand als passen eingestuft) K: "Begriff "Menschen" heißt für mich etwas Allgemeines, das passt nicht so wirklich, das könnten ja dann auch Studenten sein. Ich würde eher unter Kontakten suchen."	CT T vermutet Herrn Burmester unter "Kontakt" zu finden, da er dort alle Vertreter des Studiengangs erwartet T findet passenden Überbegriff für seine Suche nicht und sucht unter Start und äußert den Wunsch nach einem Suchfeld BD Begriff "Menschen" ist zu ungenau	38 und 07	- Textinhalt entspricht nicht den Erwartungen (5) - Navigation Schlagwörter unpräzise (12) - Fehlendes Suchfeld nach Begriffen (wie Google Suche) (35)	35
74b	1	2	a) Studieninhalte	T. hoovert über verschiedene Projekte	BD "Unter Szenografie kann ich mir nichts vorstellen" "Im gegensatz was	07:40	- Webseite	36

					Sohn erzählt, relativ viel Grafik in Projekten gezeigt" Projekte verwirren"		stellt nur einen Teil der Projekte / Studieninhalte dar	
Gestaltung								
Segment Nr.	Teilnehmer	Aufgabe	Seite/Element	Ereignis	Kommentar	Videostelle	Index	Index
1C	2	1 (T soll nach NC suchen)	a) Startseite	i) H: "Ein kurzer Einwand meinerseits, Sie befinden sich auf der Seite des Studiengangs Informationsdesig. Was bringt Sie zu der Annahme, dass Sie sich auf der Seite der Hochschule der Medien befinden?" j) K: "Das Logo der HdM rechts oben, ist so präsent"	CT T sucht auf der Seite Studium und Bewerbung nach dem NC und wird nicht fündig. Er denkt er befindet sich auf der HdM-Seite	04:14	- HdM Logo präsenter als Studienganglogo -> daher fehlleitend (9)	9
10	2	6	a) Menschen - Übersicht	a) K "Was mich irritiert, dass das eine Fenster nicht so groß ist, wie alle anderen, das wirkt ein bisschen unruhig"	BD	28:07:00	- Uneinheitliche Gestaltung (Unterseite Menschen) (15)	15
11	2	6	a) Menschen - Prof. Ralph Tille - Prof Elke Knittel - Prof Dr. Yvonne Kammerer	a) K "Warum sehe ich beim Prof. Ralph Tille eine Deutsche Vita und bei Herrn Burmester eine englische?" b) T fällt auf, dass die Übersicht über die Professoren nicht einheitlich gestaltet ist aber sagt K " das ist das einzige was mir hier auffallen würde"	BD	29:02:00	- Uneinheitliche Gestaltung (Unterseite Menschen) (15)	15
25	5	6	a) Menschen	a) K "Schön das viele Frauen das machen. Bestätigt bisschen das Klischee, dass Frauen oft was mit Design machen. Der Studiengang wirkt jung. Das mit den Bildern ist nett aber etwas schwierig weil es immer was mit Sympathie und Antipathie zu tun	BD	21:30	- Uneinheitliche Gestaltung (Unterseite Menschen) (15)	15

				hat. Aber ich konnte mir jetzt mal ein Bild machen" K "Wenn schon Menschen, dann doch auch die Sekretärin, die fehlt mir jetzt"				
67	4	6	a) Start b) Menschen	a) Klickt von Start auf Menschen Da bin ich jetzt glaube ich richtig abgelenkt oder? Findet nicht alle Informationen	CI Manche haben eine Vita, manche nicht. Hat bestimmt einen Grund. BD Das finde ich jetzt aber etwas schade, dass hier nichts steht BD Generell etwas wenig Informationen teilweise	20:05	- Uneinheitliche Gestaltung	15
50B	6	4	a) Impressum b) Kontakt	Mod gibt Hilfestellung a) Klickt auf "Kontakt" K: "Manchmal irritiert mich das, wenn da immer noch eine Beispiel-Mailadresse angezeigt wird. Jeder der eine E-Mail Adresse hat, weiß doch wie die lautet." K: "Schade, dass die Abteilungen erst nach dem Kontaktformular kommen, wenn man schnelllebig ist, würde man das übersehen. Hier würde ich mir wünschen, dass es umgekehrt wäre, dass erst die Kontakte der Abteilungen kommen würden und dann das Kontaktformular."	BD T Menüpunkt wird nicht direkt angeklickt, da Drop-Down Menü für Verwirrung gesorgt hat BD T Beispiel-Mailadresse im Mail-Feld wirkt irritierend BD T Informationen unter Kontaktformular werden erst nicht gesehen, da der Fokus auf Formular liegt	34 und 10	- Uneinheitliche Gestaltung bei Drop-Down Menü (32) - Unnötiges Gestaltungsmittel (33) - Reihenfolge der Informationen auf einer Seite (34)	33
Informationen								
Segment Nr.	Teilnehmer	Aufgabe	Seite/Element	Ereignis	Kommentar	Videostelle	Index	Indexnummer
30	3	2	a) Studieninhalte Text mit Überschrift Studieninhalte	T liest Text und stöhnt K "Die wirkliche Kreativität zum Thema Design ist für mich noch nicht ersichtlich." T gibt an, durch den Text nicht genau zu wissen, was Informationsdesigner tun	BD	06:30	- Textinhalt entspricht nicht den Erwartungen (5)	5

52	4	1	b) Studium	b) klickt auf den Reiter "Studium" in Nav Bar und scrollt durch die Seite b) klickt auf den Reiter "Projekte" in Nav Bar und scrollt durch die Seite	BD "Das ist aber viel Text... viele Wörter versteh ich gar nicht so recht"	03:16	- Text entspricht nicht den Erwartungen	5
60b	4	4	a) Kontakt	a) geht von Studieninhalten über die NavBar direkt zum Reiter Kontakt K "Da würd ich jetzt direkt mal zu "Kontakt gehen, finde hier aber nur Anfahrt, Impressum und Datenschutz aber keine Möglichkeit der Kontaktaufnahme" Scrollt durch die Bewerbungsseite ganz nach unten um im Footer die Kontaktdaten zu finden, da er sie dort vermutet.	CI wechselt sofort von Kontakt zu Bewerbung da er nicht fündig wird	12:05	- Inhalt entspricht nicht den Erwartungen	5
49B	6	4	a) Impressum	a) Hovert über "Kontakt" und klickt auf "Impressum" b) Scrollt bis an das Seitenende und findet eine Telefonnummer, mit welcher aber nicht weiter interagiert wird K: "Man könnte eine Liste von Dozenten machen mit deren Kontaktdaten, damit man, falls man sich für einen bestimmten Bereich interessiert, direkt mit dieser Person in Kontakt treten kann."	CI T erwartet Informationen für eine Kontaktaufnahme unter "Impressum"	32 und 30	- Erwartete Informationen sind nicht auf Unterseite vorhanden (7) - Textinhalt entspricht nicht den Erwartungen (5)	5
51A	6	6	a) Kontakt b) Start c) Menschen	a) Befindet sich bei "Kontakt" und scrollt sich durch die Seite K: "Ich würde den Herrn Burmester unter "Kontakten" vermuten." ?: "Gibt es ein Suchfeld?" b) Klickt auf "Start" und scrollt sich durch die Seite K: "Ich wüsste jetzt nicht, wie ich eine bestimmte Person finde." c) Klickt auf "Menschen" (Begriff wird zufällig entdeckt und kurzerhand als passen eingestuft) K: "Begriff "Menschen" heißt für mich etwas Allgemeines, das passt nicht so wirklich, das könnten	CT T vermutet Herrn Burmester unter "Kontakt" zu finden, da er dort alle Vertreter des Studiengangs erwartet T findet passenden Überbegriff für seine Suche nicht und sucht unter Start und äußert den Wunsch nach einem Suchfeld BD Begriff "Menschen" ist zu ungenau	38 und 07	- Textinhalt entspricht nicht den Erwartungen (5) - Navigation Schlagwörter unpräzise (12) - Fehlendes Suchfeld nach Begriffen (wie Google Suche)	5

				ja dann auch Studenten sein. Ich würde eher unter Kontakten suchen."			(35)	
4	2	2	a) Studieninhalte - erster Text	a) K "Ich lese mir den Abschnitt bei Studieninhalte durch, weil ich davon ausgehe, dass das eine Zusammenfassung ist über den Begriff Informationsdesign" b) K "Ich lese mir den Abschnitt durch und finde noch keine ungefähre Beschreibung des Studiengangs"	BD T überfliegt Text zu Studieninhalten	09:10	- Textinhalt entspricht nicht den Erwartungen (5)	5
63	4	5	a) Google Suchmaschine	K "Wenn's um die Berufe geht, dann würde ich erstmal googeln, in welchen Berufsfeldern man dort arbeiten kann"	CI Das wäre für mich aber wieder Mehraufwand	14:45	- Informationen werden auf der Website nicht vermutet, daher z.B. Google Suche	17
16c	5	3	a) Studieninhalte - 1. Header-Grafik	K "Ich könnte da jetzt nicht so genau rauslesen was da dahinter steckt. Da bin ich jetzt zu sehr Laie" K "Ich hätte jetzt die Hoffnung hier oben (über andere Reiter) zu schauen ob ich das rausfinde was die ganzen Begriffe bedeuten. Oder halt zu Wikipedia wechseln und dann mal gucken, was heißt denn jetzt Application Design"	BD T erwägt Seite zu verlassen	06:00	- Website verlassen da mangelnde Informationen (17)	17
18b	5	4	a) News - T klickt auf 1. Foto b) News - T klickt auf Veranstaltung	a) K "Die Bilder sagen mir hier jetzt auch nicht viel. Ich würde mir des jetzt durchlesen aber das gibt mir jetzt ja auch nichts" T liest sich Text durch b) K "Das ist ja alt. Das find ich doof. Alte Dinge kann man ja rausnehmen. Da würde ich schon sagen: Boah die Seite, da geben die sich ja Mühe, wenn die so ein ollen Termin nicht mal rausnehmen wenn der seit einem halben Jahr vorbei ist"	BD CI	11:00	- Veraltete Informationen (20)	20

71	4	7c	a) Ausstattung b) News	b) Scrollt durch die Newsseite, klickt aber keinen Beitrag richtig an, da veraltete und schon zu lang in der Vergangenheit. Kann mit alten Informationen nicht wirklich etwas anfangen, deshalb uninteressant Aufteilung zwischen upcoming events und in der Vergangenheit wäre gut	BD: "würde schon erwarten, dass hier auch aktuelle Infos zu finden sind" BD: "Mir fehlt eine komplette Jahresübersicht in die Zukunft"	27:24:00	- Veraltete Informationen	20
42	3	7c	a) News b) Events c) Erstsemesterbegegnung d) weitere Event-Kästen	K "Das ist jetzt aber schon vorbei" T scrollt weiter runter K "Das was so arg lang her ist, könnte man ja eigentlich weglassen."	BD	zweiundreißig	- Veraltete Informationen (20)	20
28A	3	2	a) Start b) Studieninhalte	T scrollt nicht auf Startseite nach unten, um Zusammenfassung über Kern des Studienganges zu bekommen. Mod: Wo befindet sich normalerweise, eine erste Zusammenfassung, was die Website bietet? K: "Auf der Startseite, aber da stand nichts."	CI	04:18	- Zusammenfassung + Definition des Studienganges wird nicht auf der Startseite vermutet (23)	23
54	4	2	a) Startseite	Kann dann nach einiger Zeit aber doch eine ganz gute Definition des Studienganges Informationsdesign abgeben	CI Dauer aber etwas lang, bis die Aufgabe gelöst wurde	06:18	- Zusammenfassung + Definition des Studienganges wird nicht auf der Startseite vermutet	23
33	3	3	a) Studieninhalte b) textliche Aufzählung der Studienfächer pro Semester	T liest den Text unter der Infografik K "Das ist ja jetzt nochmal das Gleiche, wie da oben. Das hätte ich jetzt gebraucht oder auch nicht, weil das ja an sich eins zu eins ist."	BD	10:40	- Dopplung Inhalt (26)	26

			unter der Infografik mit den Studieninhalten					
37	3	6	a) Studium b) Perspektiven c) Texte ehemaliger Studenten	T liest sich zwei der Beispieltex-te, die erklären, bei welchen Berufen ehemalige Studierende gelandet sind, durch. K "Das sind so Standard-Dinger. Die brauche ich als Elternteil oder auch nicht."	BD	19:00	-Unnötige Informationen (27)	27
Interaktion								
Segment Nr.	Teilnehmer	Aufgabe	Seite/Element	Ereignis	Kommentar	Videostelle	Index	Indexnummer
1a	2	1 (T soll nach NC suchen)	a) Startseite b) Studium c) Studieninhalte	a) Klickt auf den Reiter Studium b) Scrollt die Seite runter K "Hier suche ich nach dem Studiengang Informationsdesign" c) Findet die Frage "Informationsdesign studieren?" und denkt nun er muss auf den Link "Studieninhalte" klicken um mehr Informationen über den Studiengang ID zu finden d) Scrollt die Seite Studieninhalte ganz nach unten und findet keine Informationen zum NC	CT T sucht auf der Seite Studium und Bewerbung nach dem NC und wird nicht fündig. Er denkt er befindet sich auf der HdM-Seite	04:14	- Link "zu den Studieninhalten" bei "Was wird von Bewerbern erwartet" fehlt am Platz (8)	8
32	3	3	a) Studieninhalte b) Infografik mit Studieninhalte pro Semester	T will Infografik wieder schließen, findet dazu kein Button und klickt mitten auf die Infografik. Es wird in die Grafik gezoomt und nach erneutem Klicken wieder rausgezoomt. Die Grafik nimmt jedoch weiterhin den ganzen Bildschirm ein. K "Wie kriege ich das jetzt wieder kleiner? Da habe ich jetzt schon ein Problem." T sucht vergeblich und nutzt letztendlich den "Zurück"-Button des Browsers."	CL BD	09:30	- Grafik Modulübersicht in Vollbild schwer zu verlassen (10)	10

55b	4	3	a) Startseite b) Studium	a) Geht von Startseite direkt zu Reiter Studium	CI hat Schwierigkeiten wieder aus der Infografik rauszukommen. Weiß nicht so recht, wie er das machen soll und klickt auf Gut Glück verschiedene Tasten	07:30	- Grafik Modulübersicht in Vollbild schwer zu verlassen	10
76b	1	3	a) Studieninhalte Modulübersicht -Grafik	T: "Das ist aber klein, ah, das kann man größer machen." Klickt auf die Grafik T möchte auf Module klicken. T möchte Grafik verlassen	CT Vielleicht kann man das ja auch anklicken (Module). Ne, wird nur größer. Vielleicht wenn ich weiter runter gehe? Ansicht wird nur größer Wie kommen ich zurück? T:"Man bleibt beim Bild hängen."	12:00:00 14:40	- Grafik Modulübersicht in Vollbild schwer zu verlassen	10
36C	3	5	a) Studium b) Jobs und Praktika c) Stellenangebot e d) Moodle-Link	T sieht Stellenangebote auf der "Jobs und Praktika"-Seite und klickt auf den Moodle Link. Vermutet werden dort Beispiele für mögliche Informationsdesigner-Jobs, Stellenausschreibungen und Praktikaangebote. T bekommt eine Fehlermeldung. K "Ups. Also bei mir kommt jetzt ein Fehler. Das ist natürlich schlecht. Die Plattform wird wahrscheinlich nur für die Studierenden zugänglich sein, aber trotzdem schade, dass man das als Außenstehender nicht einsehen kann." T nutzt mehrfach den "Zurück"-Button des Browsers um auf Startseite zurückzukehren.	CT BD	16:20	- Moodle Link irreführend bei Jobs & Praktika, da für nicht immatrikulierte Nutzer nicht abrufbar (14)	14
17	5	4	a) Kontakt - Kontaktformular - Studienbüro b) News	a) K "Anfrage ist eher sehr formell. (Scrollt runter) Da würde ich am ehesten noch im Studienbüro anrufen. (Scrollt wieder hoch) Also das hilft mir jetzt nicht wirklich weiter, weil ich würde jetzt nicht mit der Schule in Kontakt treten. Da ist die Hemmschwelle noch bisschen groß" b) (T bewegt Maus zum reiter News) K "Ich würde jetzt schauen, ob es einen Infotag gibt	BD CI	09:40	- Kontaktformular wird nicht für persönliche Angelegenheiten genutzt (18)	18

				oder eine Broschüre, also so eine Zusammenfassung"				
28b	3	2	a) Start b) Studieninhalte	T scrollt nicht auf Startseite nach unten, um Zusammenfassung über Kern des Studienganges zu bekommen. Mod: Wo befindet sich normalerweise, eine erste Zusammenfassung, was die Website bietet? K: "Auf der Startseite, aber da stand nichts."	CI	04:18	- Mangelnde Hinweise zu Interaktionsmöglichkeiten (24)	24
76c	1	3	a) Studieninhalte Modulübersicht -Grafik	T: "Das ist aber klein, ah, das kann man größer machen?" Klickt auf die Grafik T möchte auf Module klicken. T möchte Grafik verlassen	CT Vielleicht kann man das ja auch anklicken (Module). Ne, wird nur größer. Vielleicht wenn ich weiter runter gehe? Ansicht wird nur größer Wie kommen ich zurück? T: "Man bleibt beim Bild hängen."	12:00:00 14:40	- Mangelnde Hinweise zu Interaktionsmöglichkeiten	24
78	1	4	a) Kontakt zuerst auf Menschen geklickt	Es wird zuerst auf Kontakte geklickt. Dann aber auf Menschen M. fragt nach warum weg von Kontaktformular? T: "Verschiedene Bereiche, da wäre ich dann direkt auf die Person zugegangen." Optimal Weg wird gewählt. Weil Data Literacy bei den Professoren nicht gefunden wird	CT	18:00	- Kontaktformular wird nicht für persönliche Angelegenheiten genutzt (18)	18
Navigation								
Segment Nr.	Teilnehmer	Aufgabe	Seite/Element	Ereignis	Kommentar	Videostelle	Index	
8A	2	5	a) Jobs und Praktika	a) K "Ich klicke auf Jobs und Praktika, weil ich erhoffe, dass ich von den Praktika aufs spätere Berufsbild schließen kann	CI	21:18	- Navigation Schlagwörter unpräzise (12) - Navigation Schlagwörter Reihenfolge (13)	12

36B	3	5	a) Studium b) Jobs und Praktika	T sucht nach Perspektiven, hovers über den Menüpunkt "Studium" und klickt auf "Jobs und Praktika"	CT	16:20	- Navigation Schlagwörter unpräzise (12)	12
64b	4	5	a) Kooperationen	a) Klickt auf Kooperationen K" Vermute hinter Kooperationen irgendwelche Firmen und entsprechende Erfolgsgeschichten. Hier finde ich aber leider keine Berufsfelder, sondern nur andere Informationen, die mich aber gerade nicht so interessieren	BD: Da bin ich jetzt echt am überlegen, wo und wie ich das finden kann	15:02	- Navigation Schlagwörter unpräzise	12
66a	4	5	a) Studium b) Perspektiven	Mod gibt Hilfestellung. Sie können ja mal auf den Reiter Studium hovern. Sucht und findet dann Perspektiven	BD: Ah ja okay...Logisch...	18:00	- Navigation Schlagwörter unpräzise	12
68	4	7a	a) Start b) Bewerbung	a) Klickt von Start auf Bewerbung	CI: ich denke, dass ich hier die Informationen gefunden habe	24:01:00	- Navigation Schlagwörter unpräzise	12
69	4	7b	a) Bewerbung Sucht dazwischen alle Reiter ab b) Ausstattung	a) Sucht die Navigationsbar ab K" Da müsste ich jetzt erst einmal überlegen, wo hier der Einstieg ist" Ist nur zufällig drauf gestoßen und hat sich die Suche nicht erschlossen	BD: "Da muss ich ja jetzt erstmal durchblättern" CI: Würde mir wünschen, dass oben im Reiter noch die ganze Infrastruktur beschrieben wird	25:10:00	- Navigation Schlagwörter unpräzise	12
70a	4	7b	a) Bewerbung Sucht dazwischen alle Reiter ab b) Ausstattung	K" Vermisse hier den Wohnraum und Dinge wie Supermarkt und eventuelle Bars	BD: "Diese Informationen hätte ich mir hier jetzt auch gewünscht"	27:24:00	- Navigation Schlagwörter unpräzise	12
51B	6	6	a) Kontakt b) Start c) Menschen	a) Befindet sich bei "Kontakt" und scrollt sich durch die Seite K: "Ich würde den Herrn Burmester unter "Kontakten" vermuten." ?: "Gibt es ein Suchfeld?" b) Klickt auf "Start" und scrollt sich durch die Seite	CT T vermutet Herrn Burmester unter "Kontakt" zu finden, da er dort alle Vertreter des Studienganges erwartet T findet passenden Überbegriff für seine Suche nicht und sucht unter	38 und 07	- Textinhalt entspricht nicht den Erwartungen (5) - Navigation	12

				K: "Ich wüsste jetzt nicht, wie ich eine bestimmte Person finde." c) Klickt auf "Menschen" (Begriff wird zufällig entdeckt und kurzerhand als passen eingestuft) K: "Begriff "Menschen" heißt für mich etwas Allgemeines, das passt nicht so wirklich, das könnten ja dann auch Studenten sein. Ich würde eher unter Kontakten suchen."	Start und äußert den Wunsch nach einem Suchfeld BD Begriff "Menschen" ist zu ungenau		Schlagwörter unpräzise (12) - Fehlendes Suchfeld nach Begriffen (wie Google Suche) (35)	
21	5	5	a) Menschen	a) (Schweift ab) K "Ah ok jetzt bekommen die Studieninhalte wenigstens mal ein Gesicht. Da verbind ich ja jetzt was mit denen"	CI	13:30	- Navigation Schlagwörter unpräzise (12)	12
20	5	5	a) Kooperationen	a) (Scrollt runter, sieht gleich im Text nach was er sucht) K "Wenn jetzt hier Porsche, Daimler, Bosch, Siemens steht, also kann man auch in größeren Firmen arbeiten b) (liest im Text Stichwort Agenturen) K " Mit Agenturen kann ich nicht viel anfangen"	BD CI	12:45	- Navigation Schlagwörter unpräzise (12)	12
23a	5	5	a) Perspektiven	a) (M gibt Tipp, du kannst mal zu Perspektiven gehen) K "Ich hätte jetzt mit dem Begriff Perspektiven nichts anfangen können. Ich hätte eher unter Kooperationen geschaut" (Scrollt runter ans Seitenende) K "Die Fachbegriffe machen mir jetzt wieder Schwierigkeiten"	BD T bekommt Tipp	16:45	- Navigation Schlagwörter unpräzise (12)	12
73	1	2	a) Studieninhalte	T klickt auf Projekte	CT T klickt auf Projekte (Studieninhalte werden nicht gefunden)	07:00	- Navigation Schlagwörter unpräzise	12
72b	1	2	a) Studieninhalte werden gesucht unter	T klickt auf Menschen	CI "Unterschiedliche Richtungen sieht man hier schon" "Informationsarchitektur, dort wird irgendetwas gebildet, zusammengefügt" (Begriff falsch	05:13	- Navigation Schlagwörter unpräzise - Deutsche Fachbegriffe	12

					verstanden)		werden nicht verstanden	
13A	3	7b	c) Startseite	a) K "Da würde ich jetzt auf den ersten Blick keinen Button finden, der mich jetzt dahinführt. Das könnte jetzt heißen "Die Hochschule" oder "Die Hochschule stellt sich vor" deshalb würde ich jetzt auf der Startseite bleiben und schauen ob es hier eine Verzweigung gibt" b) Sucht auf der Startseite scrollt, findet nichts	CI	33:05:00	- Navigation Schlagwörter unpräzise (12)	12
79	1	5	a) Perspektiven wird unter Kooperationen gesucht	T klickt auf Kooperationen T liest sich Seite auf Kooperationen durch T findet irgendwann Perspektiven T liest Was machen eigentlich IDler?	CI "Kooperationen, das könnte vielleicht etwas sein wo später die Möglichkeit besteht zu arbeiten" BD " Ist das dann nach dem Studium oder schon währenddessen?"	21:40	- Navigation Schlagwörter unpräzise (12)	12
81	1	7	a) Bewerbung	T klickt auf Start Dann auf News geklickt	CI T erfährt über News auf Bewerberanzahl BD Ah, jetzt bin auf News, wie bin ich den dort hingekommen?"	26:45:00	- Navigation Schlagwörter unpräzise (12)	12
8B	2	5	a) Jobs und Praktika	a) K "Ich klicke auf Jobs und Praktika, weil ich hoffe, dass ich von den Praktika aufs spätere Berufsbild schließen kann d) K " Hier finde ich jetzt keine weiteren Informationen mehr" d) H " Vielleicht hilft Ihnen ein weiterer Blick in die Navigation unter "Studium", wo sie gerade schon waren e) Findet Informationen unter dem Reiter Perspektiven	CI	21:18	- Navigation Schlagwörter Reihenfolge (13)	13
36A	3	5	a) Studium b) Jobs und Praktika	T sucht nach Perspektiven, hovers über den Menüpunkt "Studium" und klickt auf "Jobs und Praktika"	CT	16:20	- Relevanz der Schlagwörter in der Navigation (13)	13

66b	4	5	a) Studium b) Perspektiven	Mod gibt Hilfestellung. Sie können ja mal auf den Reiter Studium hovern. Sucht und findet dann Perspektiven	BD: Ah ja okay...Logisch...	18:00	- Relevanz der Schlagwörter in der Navigation	13
48A	6	5	a) Projekte b) Forschung c) Studium d) Perspektiven	a) Befindet sich bei "Projekte" K: "Perspektiven - da wüsste ich jetzt gar nicht wo ich draufklicken sollte, weil hier würde ich das überall nicht erwarten." K: "Ich würde es suchen unter "Studium" und dann "Beispiele für zukünftige Berufe." b) Klickt auf "Forschung" c) Klickt auf "Studium" Mod gibt Hilfestellung d) Klickt auf "Perspektiven" K: "Das ist ein Problem von mir, ich konzentriere mich nicht darauf was hier drunter (Drop-Down Menü Unterpunkte unter "Studium") noch kommt. Warum habe ich das eben aber nicht gesehen? Wahrscheinlich weil ich nicht darauf achte. Manche Menüpunkte haben ein Drop-Down Menü und manche nicht, deshalb übersehe ich das meistens." K: "Ich hätte das nicht alleine gefunden, ich hätte weiter gesucht."	CT T klickt sich durch mehrere Seiten, findet den Begriff "Zukünftige Berufe", unter dem er die Informationen erwartet, nicht und ist schließlich auf Hilfe von Mod angewiesen. Begriff "Perspektiven" wird als passend empfunden, wird jedoch im Drop-Down Menü übersehen bzw. das Drop-Down Menü unter Studium wird erst gar nicht angeklickt BD Drop-Down Menü bietet alle relevanten Informationen, wird aber negativ kommentiert aufgrund von uneinheitlicher Gestaltung (nicht jeder Menüpunkt hat ein Drop-Down Menü)	27 und 17	- Relevanz der Schlagwörter in der Navigation (13) - Drop-Down-Menü wird übersehen (31) - Uneinheitliche Gestaltung bei Drop-Down Menü (32)	13
60c	4	4	a) Kontakt	a) geht von Studieneinheiten über die NavBar direkt zum Reiter Kontakt K: "Da würd ich jetzt direkt mal zu "Kontakt gehen, finde hier aber nur Anfahrt, Impressum und Datenschutz aber keine Möglichkeit der Kontaktaufnahme" Scrollt durch die Bewerbungsseite ganz nach unten um im Footer die Kontaktdaten zu finden, da er sie dort vermutet.	Cl: wechselt sofort von Kontakt zu Bewerbung da er nicht fündig wird	12:05	- Drop-Down-Menü wird übersehen	32

61b	4	4	a) Kontakt	K: "Ah da seh ich auch noch "Zum Kontaktformular". Und komm ich da jetzt hin? Ah ja genau.	BD: Ich will nicht eigentlich nur in Verbindung setzen, komm ich über den Link jetzt dorthin?" BD: Ich bin davon ausgegangen, dass das ein Ausklappenmenü ist und nur die Punkte darunter anklickbar sind. Das verwundert mich jetzt	13:30	- Drop-Down-Menü wird übersehen	32
48B	6	5	a) Projekte b) Forschung c) Studium d) Perspektiven	a) Befindet sich bei "Projekte" K: "Perspektiven - da wüsste ich jetzt gar nicht wo ich draufklicken sollte, weil hier würde ich das überall nicht erwarten." K: "Ich würde es suchen unter "Studium" und dann "Beispiele für zukünftige Berufe." b) Klickt auf "Forschung" c) Klickt auf "Studium" Mod gibt Hilfestellung d) Klickt auf "Perspektiven" K: "Das ist ein Problem von mir, ich konzentriere mich nicht darauf was hier drunter (Drop-Down Menü Unterpunkte unter "Studium") noch kommt. Warum habe ich das eben aber nicht gesehen? Wahrscheinlich weil ich nicht darauf achte. Manche Menüpunkte haben ein Drop-Down Menü und manche nicht, deshalb übersehe ich das meistens." K: "Ich hätte das nicht alleine gefunden, ich hätte weiter gesucht."	CT T klickt sich durch mehrere Seiten, findet den Begriff "Zukünftige Berufe", unter dem er die Informationen erwartet, nicht und ist schließlich auf Hilfe von Mod angewiesen. Begriff "Perspektiven" wird als passend empfunden, wird jedoch im Drop-Down Menü übersehen bzw. das Drop-Down Menü unter Studium wird erst gar nicht angeklickt BD Drop-Down Menü bietet alle relevanten Informationen, wird aber negativ kommentiert aufgrund von uneinheitlicher Gestaltung (nicht jeder Menüpunkt hat ein Drop-Down Menü)	27 und 17	- Relevanz der Schlagwörter in der Navigation (13) - Drop-Down-Menü wird übersehen (31) - Uneinheitliche Gestaltung bei Drop-Down Menü (32)	31
61c	4	4	a) Kontakt	K: "Ah da seh ich auch noch "Zum Kontaktformular". Und komm ich da jetzt hin? Ah ja genau.	BD: Ich will nicht eigentlich nur in Verbindung setzen, komm ich über den Link jetzt dorthin?" BD: Ich bin davon ausgegangen,	13:30	- Uneinheitliche Gestaltung bei Drop-Down Menü Es wird nicht erwartet,	32

					dass das ein Ausklappenmenü ist und nur die Punkte darunter anklickbar sind. Das verwundert mich jetzt		dass man die Überbegriffe anklicken kann und nur die Drop-Down-Punkte	
62	4	4	a) Kontakt	Mod gibt Hilfestellung Erst dann wird das Kontaktformular auf Anhieb gefunden	BD: ich bin davon ausgegangen, dass das ein Ausklappenmenü ist und nur die Punkte darunter anklickbar sind. Das verwundert mich jetzt und "Das kann ich so nicht"	14:00	- Uneinheitliche Gestaltung bei Drop-Down Menü Es wird nicht erwartet, dass man die Überbegriffe anklicken kann und nur die Drop-Down-Punkte	32
48C	6	5	a) Projekte b) Forschung c) Studium d) Perspektiven	a) Befindet sich bei "Projekte" K: "Perspektiven - da wüsste ich jetzt gar nicht wo ich draufklicken sollte, weil hier würde ich das überall nicht erwarten." K: "Ich würde es suchen unter "Studium" und dann "Beispiele für zukünftige Berufe." b) Klickt auf "Forschung" c) Klickt auf "Studium" Mod gibt Hilfestellung d) Klickt auf "Perspektiven" K: "Das ist ein Problem von mir, ich konzentriere mich nicht darauf was hier drunter (Drop-Down Menü Unterpunkte unter "Studium") noch kommt. Warum habe ich das eben aber nicht gesehen? Wahrscheinlich weil ich nicht darauf achte. Manche Menüpunkte haben ein Drop-Down Menü und manche nicht, deshalb übersehe ich das meistens." K: "Ich hätte das nicht alleine gefunden, ich hätte	CT T klickt sich durch mehrere Seiten, findet den Begriff "Zukünftige Berufe", unter dem er die Informationen erwartet, nicht und ist schließlich auf Hilfe von Mod angewiesen. Begriff "Perspektiven" wird als passend empfunden, wird jedoch im Drop-Down Menü übersehen bzw. das Drop-Down Menü unter Studium wird erst gar nicht angeklickt BD Drop-Down Menü bietet alle relevanten Informationen, wird aber negativ kommentiert aufgrund von uneinheitlicher Gestaltung (nicht jeder Menüpunkt hat ein Drop-Down	27 und 17	- Relevanz der Schlagwörter in der Navigation (13) - Drop-Down-Menü wird übersehen (31) - Uneinheitliche Gestaltung bei Drop-Down Menü (32)	32

				weiter gesucht."	Menü)			
60a	4	4	a) Kontakt	a) geht von Studieneinheiten über die NavBar direkt zum Reiter Kontakt K: "Da würd ich jetzt direkt mal zu "Kontakt gehen, finde hier aber nur Anfahrt, Impressum und Datenschutz aber keine Möglichkeit der Kontaktaufnahme" Scrollt durch die Bewerbungsseite ganz nach unten um im Footer die Kontaktdaten zu finden, da er sie dort vermutet.	CI wechselt sofort von Kontakt zu Bewerbung da er nicht fündig wird	12:05	Uneinheitliche Gestaltung bei Drop-Down Menü Es wird nicht erwartet, dass man die Überbegriffe anklicken kann und nur die Drop-Down-Punkte	32
50A	6	4	a) Impressum b) Kontakt	Mod gibt Hilfestellung a) Klickt auf "Kontakt" K: "Manchmal irritiert mich das, wenn da immer noch eine Beispiel-Mailadresse angezeigt wird. Jeder der eine E-Mail Adresse hat, weiß doch wie die lautet." K: "Schade, dass die Abteilungen erst nach dem Kontaktformular kommen, wenn man schnelllebig ist, würde man das übersehen. Hier würde ich mir wünschen, dass es umgekehrt wäre, dass erst die Kontakte der Abteilungen kommen würden und dann das Kontaktformular."	BD T Menüpunkt wird nicht direkt angeklickt, da Drop-Down Menü für Verwirrung gesorgt hat BD T Beispiel-Mailadresse im Mail-Feld wirkt irritierend BD T Informationen unter Kontaktformular werden erst nicht gesehen, da der Fokus auf Formular liegt	34 und 10	- Uneinheitliche Gestaltung bei Drop-Down Menü (32) - Unnötiges Gestaltungsmittel (33) - Reihenfolge der Informationen auf einer Seite (34)	32
Verständnisproblem								
Segme nt Nr.	Teilne hmer	Aufgabe	Seite/Element	Ereignis	Kommentar	Videostell e	Index (können mehrere Sein)	Index-Nr.
44B	6	1	a) Bewerbung	a) Klickt auf "Bewerbung" b) Kreise mit Infos werden durchgelesen ?: "Ist Studienstart dann 2x im Jahr, jeweils zum Sommer- und Wintersemester?" ?: "7 Semester Studium plus ein Praxissemester"	BD T wählt den optimalen Weg und liest alle Informationen sorgfältig durch, hat aber immer noch viele offene Fragen zu den	02:22	- Unzureichende Informationen (6) - Semesterzahl	29

				vermute ich? 8 dann insgesamt? Oder 6 plus 1?" K: "Das (Kreisdarstellung mit Semestern) finde ich etwas verwirrend" c) Informationen unter "Erwartungen" und "Mappe" werden sorgfältig durchgelesen	Aufnahmebedingungen bzw. ist nicht zu 100% zufrieden mit den dargebotenen Informationen und kritisiert Darstellung der Kreise beim Punkt "Semester"		wird falsch interpretiert (29)	
Aufbau								
Segment Nr.	Teilnehmer	Aufgabe	Seite/Element	Ereignis	Kommentar	Videostelle	Index	Index-Nr.
14	5	1	a) Startseite	a) K "Bei wenig Text würde ich es mir durchlesen. Bei viel Text ist es mir dann auch bisschen zu blöd"	CI T klickt aus Interesse auf die Studieninhalte, obwohl er noch dabei ist sich über die Aufnahmebedingungen zu informieren BD Grafik 1 wird negativ kommentiert, da sie "zu verwirrend" ist	02:00	- Textlänge zu lang (16)	16
22b	5	5	a) Forschung - T klickt auf Forschungsprojekte	a) (Schweift ab, scrollt runter) (Klickt auf "Forschungsprojekte") K "Ah da wirts bei mir schon schwierig, das ist englisch. Also das les ich mir nicht durch" (Klickt auf Reiter Forschung) K "Also ich würde jetzt anfangen zu googeln... Informationsdesign Stellen oder sowas. Ich würde vielleicht zu Stepstone wechseln weil es bei euch auf der Seite echt schwierig ist"	CI T erwägt Seite zu verlassen	14:15	- Textlänge zu lang (16)	16
14	5	1	a) Startseite	a) K "Bei wenig Text würde ich es mir durchlesen. Bei viel Text ist es mir dann auch bisschen zu blöd"	CI T klickt aus Interesse auf die Studieninhalte, obwohl er noch dabei ist sich über die Aufnahmebedingungen zu informieren BD Grafik 1 wird negativ kommentiert, da	02:00	- Textlänge zu lang (16)	16

					sie "zu verwirrend" ist			
22b	5	5	a) Forschung - T klickt auf Forschungsprojekte	a) (Schweift ab, scrollt runter) (Klickt auf "Forschungsprojekte") K "Ah da wirts bei mir schon schwierig, das ist englisch. Also das les ich mir nicht durch" (Klickt auf Reiter Forschung) K "Also ich würde jetzt anfangen zu googeln... Informationsdesign Stellen oder sowas. Ich würde vielleicht zu Stepstone wechseln weil es bei euch auf der Seite echt schwierig ist"	CI T erwägt Seite zu verlassen	14:15	- Textlänge zu lang (16)	16
14	5	1	a) Startseite	a) K "Bei wenig Text würde ich es mir durchlesen. Bei viel Text ist es mir dann auch bisschen zu blöd"	CI T klickt aus Interesse auf die Studieninhalte, obwohl er noch dabei ist sich über die Aufnahmebedingungen zu informieren BD Grafik 1 wird negativ kommentiert, da sie "zu verwirrend" ist	02:00	- Textlänge zu lang (16)	16
22b	5	5	a) Forschung - T klickt auf Forschungsprojekte	a) (Schweift ab, scrollt runter) (Klickt auf "Forschungsprojekte") K "Ah da wirts bei mir schon schwierig, das ist englisch. Also das les ich mir nicht durch" (Klickt auf Reiter Forschung) K "Also ich würde jetzt anfangen zu googeln... Informationsdesign Stellen oder sowas. Ich würde vielleicht zu Stepstone wechseln weil es bei euch auf der Seite echt schwierig ist"	CI T erwägt Seite zu verlassen	14:15	- Textlänge zu lang (16)	16
14	5	1	a) Startseite	a) K "Bei wenig Text würde ich es mir durchlesen. Bei viel Text ist es mir dann auch bisschen zu blöd"	CI T klickt aus Interesse auf die Studieninhalte, obwohl er noch dabei ist sich über die Aufnahmebedingungen zu	02:00	- Textlänge zu lang (16)	16

					informieren BD Grafik 1 wird negativ kommentiert, da sie "zu verwirrend" ist			
22b	5	5	a) Forschung - T klickt auf Forschungsprojekte	a) (Schweift ab, scrollt runter) (Klickt auf "Forschungsprojekte") K "Ah da wirts bei mir schon schwierig, das ist englisch. Also das les ich mir nicht durch" (Klickt auf Reiter Forschung) K "Also ich würde jetzt anfangen zu googeln... Informationsdesign Stellen oder sowas. Ich würde vielleicht zu Stepstone wechseln weil es bei euch auf der Seite echt schwierig ist"	CI T erwägt Seite zu verlassen	14:15	- Textlänge zu lang (16)	16
14	5	1	a) Startseite	a) K "Bei wenig Text würde ich es mir durchlesen. Bei viel Text ist es mir dann auch bisschen zu blöd"	CI T klickt aus Interesse auf die Studieninhalte, obwohl er noch dabei ist sich über die Aufnahmebedingungen zu informieren BD Grafik 1 wird negativ kommentiert, da sie "zu verwirrend" ist	02:00	- Textlänge zu lang (16)	16
22b	5	5	a) Forschung - T klickt auf Forschungsprojekte	a) (Schweift ab, scrollt runter) (Klickt auf "Forschungsprojekte") K "Ah da wirts bei mir schon schwierig, das ist englisch. Also das les ich mir nicht durch" (Klickt auf Reiter Forschung) K "Also ich würde jetzt anfangen zu googeln... Informationsdesign Stellen oder sowas. Ich würde vielleicht zu Stepstone wechseln weil es bei euch auf der Seite echt schwierig ist"	CI T erwägt Seite zu verlassen	14:15	- Textlänge zu lang (16)	16

45A	6	1	a) Bewerbung b) Studieninhalte c) Grafik 1	a) Befindet sich auf "Bewerbung" b) Klickt auf Link "Zu den Studieninhalten" c) Analysiert Grafik 1 (Header) und versucht sie zu verstehen K: "(Kreis auf der linken Seite mit Finger) Das verstehe ich jetzt nicht, muss ich hier drauf drücken?" ?: "Baut das (Grafik 1) von unten nach oben auf? Sind das Überschriften die mit den Punkten verbunden sind?" K: "Auf den ersten Blick ist das (Grafik 1) sehr verwirrend. Es ist ein Rätsel." K: "Ich hätte erwartet dass die Grafik interaktiv ist. Man neigt dazu auf die kleinen Kreise zu drücken."	CI T klickt aus Interesse auf die Studieninhalte, obwohl er noch dabei ist sich über die Aufnahmebedingungen zu informieren BD Grafik 1 wird negativ kommentiert, da sie "zu verwirrend" ist	04:34	- Ablenkung durch andere Themen der Seite (30) - Headergrafik bei Studieninhalte nicht verständlich (4)	30
47A	6	5	a) Projekte b) Projekt: Interdisziplinäres Projekt zeigt sich auf der Medianight	a) Klickt auf "Projekte" K: "Interessieren würden mich Projekte, da diese schon viel mit der Berufswelt zu tun haben." ?: "(Projekt: Interdisziplinäres Projekt zeigt sich auf der Medianight) Ist das auch Bestandteil des Studiums?" K: "(Projekt: Interdisziplinäres Projekt zeigt sich auf der Medianight) Darüber würde ich gerne mehr erfahren." b) Klickt auf "Projekt: Interdisziplinäres Projekt zeigt sich auf der Medianight"	CI T klickt auf "Projekte", da er hier Informationen vermutet, die ihm mehr über die Perspektiven von Informationsdesignern verraten	24 und 24	- Ablenkung durch andere Elemente auf der Seite (30) - Informationen auf Seite nicht vorhanden (6)	30
45A	6	1	a) Bewerbung b) Studieninhalte c) Grafik 1	a) Befindet sich auf "Bewerbung" b) Klickt auf Link "Zu den Studieninhalten" c) Analysiert Grafik 1 (Header) und versucht sie zu verstehen K: "(Kreis auf der linken Seite mit Finger) Das verstehe ich jetzt nicht, muss ich hier drauf drücken?" ?: "Baut das (Grafik 1) von unten nach oben auf? Sind das Überschriften die mit den Punkten verbunden sind?" K: "Auf den ersten Blick ist das (Grafik 1) sehr verwirrend. Es ist ein Rätsel." K: "Ich hätte erwartet dass die Grafik interaktiv ist."	CI T klickt aus Interesse auf die Studieninhalte, obwohl er noch dabei ist sich über die Aufnahmebedingungen zu informieren BD Grafik 1 wird negativ kommentiert, da sie "zu verwirrend" ist	04:34	- Ablenkung durch andere Themen der Seite (30) - Headergrafik bei Studieninhalte nicht verständlich (4)	30

				Man neigt dazu auf die kleinen Kreise zu drücken."				
47A	6	5	a) Projekte b) Projekt: Interdisziplinä s Projekt zeigt sich auf der Medianight	a) Klickt auf "Projekte" K: "Interessieren würden mich Projekte, da diese schon viel mit der Berufswelt zu tun haben." ?: "(Projekt: Interdisziplinäres Projekt zeigt sich auf der Medianight) Ist das auch Bestandteil des Studiums?" K: "(Projekt: Interdisziplinäres Projekt zeigt sich auf der Medianight) Darüber würde ich gerne mehr erfahren." b) Klickt auf "Projekt: Interdisziplinäres Projekt zeigt sich auf der Medianight"	CI T klickt auf "Projekte", da er hier Informationen vermutet, die ihm mehr über die Perspektiven von Informationsdesignern verraten	24 und 24	- Ablenkung durch andere Elemente auf der Seite (30) - Informationen auf Seite nicht vorhanden (6)	30
45A	6	1	a) Bewerbung b) Studieninhalte c) Grafik 1	a) Befindet sich auf "Bewerbung" b) Klickt auf Link "Zu den Studieninhalten" c) Analysiert Grafik 1 (Header) und versucht sie zu verstehen K: "(Kreis auf der linken Seite mit Finger) Das verstehe ich jetzt nicht, muss ich hier drauf drücken?" ?: "Baut das (Grafik 1) von unten nach oben auf? Sind das Überschriften die mit den Punkten verbunden sind?" K: "Auf den ersten Blick ist das (Grafik 1) sehr verwirrend. Es ist ein Rätsel." K: "Ich hätte erwartet dass die Grafik interaktiv ist. Man neigt dazu auf die kleinen Kreise zu drücken."	CI T klickt aus Interesse auf die Studieninhalte, obwohl er noch dabei ist sich über die Aufnahmebedingungen zu informieren BD Grafik 1 wird negativ kommentiert, da sie "zu verwirrend" ist	04:34	- Ablenkung durch andere Themen der Seite (30) - Headergrafik bei Studieninhalte nicht verständlich (4)	30
47A	6	5	a) Projekte b) Projekt: Interdisziplinä s Projekt zeigt sich auf der Medianight	a) Klickt auf "Projekte" K: "Interessieren würden mich Projekte, da diese schon viel mit der Berufswelt zu tun haben." ?: "(Projekt: Interdisziplinäres Projekt zeigt sich auf der Medianight) Ist das auch Bestandteil des Studiums?" K: "(Projekt: Interdisziplinäres Projekt zeigt sich auf der Medianight) Darüber würde ich gerne mehr erfahren." b) Klickt auf "Projekt: Interdisziplinäres Projekt zeigt sich auf der Medianight"	CI T klickt auf "Projekte", da er hier Informationen vermutet, die ihm mehr über die Perspektiven von Informationsdesignern verraten	24 und 24	- Ablenkung durch andere Elemente auf der Seite (30) - Informationen auf Seite nicht vorhanden (6)	30

45A	6	1	a) Bewerbung b) Studieninhalte c) Grafik 1	a) Befindet sich auf "Bewerbung" b) Klickt auf Link "Zu den Studieninhalten" c) Analysiert Grafik 1 (Header) und versucht sie zu verstehen K: "(Kreis auf der linken Seite mit Finger) Das verstehe ich jetzt nicht, muss ich hier drauf drücken?" ?: "Baut das (Grafik 1) von unten nach oben auf? Sind das Überschriften die mit den Punkten verbunden sind?" K: "Auf den ersten Blick ist das (Grafik 1) sehr verwirrend. Es ist ein Rätsel." K: "Ich hätte erwartet dass die Grafik interaktiv ist. Man neigt dazu auf die kleinen Kreise zu drücken."	CI T klickt aus Interesse auf die Studieninhalte, obwohl er noch dabei ist sich über die Aufnahmebedingungen zu informieren BD Grafik 1 wird negativ kommentiert, da sie "zu verwirrend" ist	04:34	- Ablenkung durch andere Themen der Seite (30) - Headergrafik bei Studieninhalte nicht verständlich (4)	30
47A	6	5	a) Projekte b) Projekt: Interdisziplinä s Projekt zeigt sich auf der Medianight	a) Klickt auf "Projekte" K: "Interessieren würden mich Projekte, da diese schon viel mit der Berufswelt zu tun haben." ?: "(Projekt: Interdisziplinäres Projekt zeigt sich auf der Medianight) Ist das auch Bestandteil des Studiums?" K: "(Projekt: Interdisziplinäres Projekt zeigt sich auf der Medianight) Darüber würde ich gerne mehr erfahren." b) Klickt auf "Projekt: Interdisziplinäres Projekt zeigt sich auf der Medianight"	CI T klickt auf "Projekte", da er hier Informationen vermutet, die ihm mehr über die Perspektiven von Informationsdesignern verraten	24 und 24	- Ablenkung durch andere Elemente auf der Seite (30) - Informationen auf Seite nicht vorhanden (6)	30
45A	6	1	a) Bewerbung b) Studieninhalte c) Grafik 1	a) Befindet sich auf "Bewerbung" b) Klickt auf Link "Zu den Studieninhalten" c) Analysiert Grafik 1 (Header) und versucht sie zu verstehen K: "(Kreis auf der linken Seite mit Finger) Das verstehe ich jetzt nicht, muss ich hier drauf drücken?" ?: "Baut das (Grafik 1) von unten nach oben auf? Sind das Überschriften die mit den Punkten verbunden sind?" K: "Auf den ersten Blick ist das (Grafik 1) sehr verwirrend. Es ist ein Rätsel." K: "Ich hätte erwartet dass die Grafik interaktiv ist."	CI T klickt aus Interesse auf die Studieninhalte, obwohl er noch dabei ist sich über die Aufnahmebedingungen zu informieren BD Grafik 1 wird negativ kommentiert, da sie "zu verwirrend" ist	04:34	- Ablenkung durch andere Themen der Seite (30) - Headergrafik bei Studieninhalte nicht verständlich (4)	30

Segmentierung

Segmentierung Teilnehmer 2						
Seg.Nr.	Teilnehmer	Aufgabe	Seite/Element	Ereignis	Kommentar	Index (können mehrere Sein)
1	2	1 (T soll nach NC suchen)	a) Startseite b) Studium c) Studieninhalte d) Bewerbung e) Studieninhalte	a) Klickt auf den Reiter Studium b) Scrollt die Seite runter K "Hier suche ich nach dem Studiengang Informationsdesign" c) Findet die Frage "Informationsdesign studieren?" und denkt nun er muss auf den Link "Studieninhalte" klicken um mehr Informationen über den Studiengang ID zu finden d) Scrollt die Seite Studieninhalte ganz nach unten und findet keine Informationen zum NC e) K "Ich finde hier keine Informationen über den NC, also klicke ich auf den Button Bewerbung" f) Liest "Was wurde von Bewerberinnen erwartet?", aber nicht den kurzen Text dazu g) Klickt auf den Link "Studieninhalte" h) K "Habe also eine Schleife gedreht" i) H: "Ein kurzer Einwand meinerseits, Sie befinden sich auf der Seite des Studiengangs Informationsdesig. Was bringt Sie zu der Annahme, dass Sie sich auf der Seite der Hochschule der Medien befinden?" j) K "Das Logo der HdM rechts oben, ist so präsent"	CT T sucht auf der Seite Studium und Bewerbung nach dem NC und wird nicht fündig. Er denkt er befindet sich auf der HdM-Seite	04:14 - Link "zu den Studieninhalten" bei "Was wird von Bewerber erwartet" fehlt am Platz (8) - Informationen sind auf der gesamten Website nicht vorhanden (8) - HdM Logo präsentiert als Studienganglogo -> daher fehlleitend (9)
2	2	1	a) Studium - Informationsdesign studieren? - Ausstattung	a) K "Für mich sind die Begriffe "Mac-Pool oder UX-Labor nicht relevant, weil ich sie nicht verstehe"	BD	04:51 - englische Fachbegriffe werden nicht verstanden (1)
3	2	1	a) Studieninhalte - Anfangsgrafik	a) K "Dieses Schaubild irritiert mich, weil es sehr viele Linien und Inhalte enthält, deshalb gehe ich direkt mal nach unten"	BD T schaut sich die Grafik nur kurz an und möchte sich nicht weiter damit befassen, weil er sie nicht versteht	05:11 - Headergrafik bei Studieninhalte nicht verständlich (4)

Seg.Nr.	Teilnehmer	Aufgabe	Seite/Element	Ereignis	Kommentar	Videostelle	Index (können mehrere Sein)
4	2	2	a) Studieninhalte - erster Text	a) K "Ich lese mir den Abschnitt bei Studieninhalte durch, weil ich davon ausgehe, dass das eine Zusammenfassung ist über den Begriff Informationsdesign" b) K "Ich lese mir den Abschnitt durch und finde noch keine ungefähre Beschreibung des Studiengangs"	BD T überfliegt Text zu Studieninhalten	09:10	- Textinhalt entspricht nicht den Erwartungen (5)
5	2	2	a) Studieninhalte - erster Text	a) Bleibt bei den Begriffen "Informationstechnologie, der Psychologie bzw. der Didaktik, des professionellen Schreibens und der Usability" hängen K "Weil sie mich zum ersten mal catchen" K "Ich würde mir wünschen, was sich hinter den Begriffen verbirgt, es ist sehr allgemein gehalten, für mich jetzt wären hier konkrete Beispiele gut"	BD	10:19	- deutsche Fachbegriffe werden nicht verstanden (2) - englische Fachbegriffe werden nicht verstanden (1)
6	2	3	a) Studieninhalte - Anfangsgrafik	a) K "Dieses Flowbild hier oben verwirrt mich jedes mal, das verwirrt mich sehr stark, weil ich mich mit dem Thema bis jetzt noch nicht beschäftigt habe"	BD	14:32	- Headergrafik bei Studieninhalte nicht verständlich (4)
7	2	3	a) Studieninhalte - Grafik	a) Klickt auf Webdesign, Grafik wird groß b) K "Ok wie komme ich hier wieder zurück?" c) K "Als Verbesserungsvorschlag, wenn ich hier auf die einzelnen Kapitel klicken könnte und es würde nochmal ein Feld aufgehen, das mir so in 3-4 Zeilen beschreibt was ich jetzt zum Beispiel hier unter den Begriff "Webdesign" verbirgt d) K "Der Begriff Bildgestaltung ist zum Beispiel ein sehr allgemeiner Begriff, das kann ja alles sein e) K "schwieriger wirds dann auch bei "Human Computer Interaction", da kann ich mir gar nichts drunter vorstellen f) K "Bei Data Literacy kann ich mir gar nichts drunter vorstellen"	CI Klickt auf einen Begriff, Grafik wird groß BD T findet Informationen über Studieninhalte, sind ihm aber nicht gut genug erklärt	15:36	- deutsche Fachbegriffe werden nicht verstanden (2) - englische Fachbegriffe werden nicht verstanden (1) - Grafik Modulübersicht in Vollbild schwer zu verlassen (10) - Modulgrafik (11)

Seg.Nr.	Teilnehmer	Aufgabe	Seite/Element	Ereignis	Kommentar	Videostelle	Index (können mehrere Sein)
8	2	5	a) Jobs und Praktika	a) K "Ich klicke auf Jobs und Praktika, weil ich erhoffe, dass ich von den Praktika aufs spätere Berufsbild schließen kann b) Sieht Stellenangebote und geht auf den Link zu "Moodle" und kommt hier nicht weiter c) K "Was ich mir hier jetzt wünschen würde, wäre eine Verlinkung zu gängigen Jobportalen wie Monster, StepStone oder Indeed, vielleicht sogar mit einer Vorsortierung, welche Stellen bei diesem Studiengang nacher in Frage kommen" d) K "Hier finde ich jetzt keine weiteren Informationen mehr" d) H "Vielleicht hilft Ihnen ein weiterer Blick in die Navigation unter "Studium", wo sie gerade schon waren e) Findet Informationen unter dem Reiter Perspektiven	CI	21:18	- Navigation Schlagwörter unpräzise (12) - Navigation Schlagwörter Reihenfolge (13) - Moodle Link irreführend bei Jobs & Praktika, da für nicht immatrikulierte Nutzer nicht abrufbar (14)
9	2	5	a) Perspektiven - Informationsdesigner arbeiten in verschiedenen Berufsfeldern	a) K "Jetzt weiß ich dank meiner langen Berufserfahrung was sich hinter dem Begriff Corporate Communications versteckt, aber mein Sohn wüsste das garantiert nicht" b) K "Usability Engineering ist jetzt was, wo ich mir nichts darunter vorstellen kann"	BD	24:33:00	- englische Fachbegriffe werden nicht verstanden (1)
10	2	6	a) Menschen - Übersicht	a) K "Was mich irritiert, dass das eine Fenster nicht so groß ist, wie alle anderen, das wirkt ein bisschen unruhig"	BD	28:07:00	- Uneinheitliche Gestaltung (Unterseite Menschen) (15)
11	2	6	a) Menschen - Prof. Ralph Tille - Prof. Elke Knittel - Prof. Dr. Yvonne Kammerer	a) K "Warum sehe ich beim Prof. Ralph Tille eine Deutsche Vita und bei Herrn Burmester eine englische? b) T fällt auf, dass die Übersicht über die Professoren nicht einheitlich gestaltet ist aber sagt K " das ist das einzige was mir hier auffallen würde"	BD	29:02:00	- Uneinheitliche Gestaltung (Unterseite Menschen) (15)
12	2	7a	a) Bewerbung	a) K " Die 30, das ist für mich klar, sie nehmen 30 auf, aber es wäre natürlich schon hilfreich zu wissen, bewerben sich 35, dann ist die Chance relativ groß einen Platz zu bekommen oder bewerben sich 10.000, dann habe ich so gut wie keine Chance"	BD	31:41:00	- Fehlende gewünschte Information (6)

13	3	7b	c) Startseite d) Ausstattung e) News	a) K "Da würde ich jetzt auf den ersten Blick keinen Button finden, der mich jetzt dahinführt. Das könnte jetzt heißen "Die Hochschule" oder "Die Hochschule stellt sich vor" deshalb würde ich jetzt auf der Startseite bleiben und schauen ob es hier eine Verzweigung gibt" b) Sucht auf der Startseite scrollt, findet nichts c) Geht auf Studiengang-Ausstattung, K: " hier fehlen mir Infos zu Mensa und "Chill-ecken"	CI	33:05:00	- Navigation Schlagwörter unpräzise (12) - Fehlende gewünschte Information (6)
Segmentierung Teilnehmer 5							
Seg.Nr.	Teilnehmer	Aufgabe	Seite/Element	Ereignis	Kommentar	Videostelle	Index (können mehrere Sein)
14	5	1	a) Startseite	a) K "Bei wenig Text würde ich es mir durchlesen. Bei viel Text ist es mir dann auch bisschen zu blöd"	BD	02:00	- Textlänge zu lang (16)
15	5	3	a) Startseite (geht über Link zu) b) Studieninhalte - 1. Grafik c) scrollt runter zur Auflistung unter Grafik 2	b) K "Da ist viel gestalterisch, schriftlich und inhaltlich. Ganz viele Fachbegriffe. Das sagt mir jetzt alles nichts. Die Grafik ist verwirrend. Mit dem Fach-Englisch tue ich mich schwer. Da sind ein paar Bildchen die mir jetzt auch nichts sagen. Wenn ich so ne Grafik seh, dann geh ich drauf und klick es an und bekomme dann etwas erklärt" c) K "Hier unten kommen wieder die Begriffe und ich kann sie lesen aber es gibt keine Erklärung. Scheinbar viel gestalterisch, psychologisch und das was wir hier jetzt machen. Das würde ich mir jetzt durchlesen. Das könnte ich jetzt alles nicht zuordnen. Das was hier in der Grafik steht, steht halt unten drunter nochmal"	BD	04:00	- deutsche Fachbegriffe werden nicht verstanden (2) - englische Fachbegriffe werden nicht verstanden (1) - Headergrafik bei Studieninhalte nicht verständlich (4) - Modulgrafik (11) - Informationen sind auf der gesamten Website nicht vorhanden (6)

Seg.Nr.	Teilnehmer	Aufgabe	Seite/Element	Ereignis	Kommentar	Videostelle	Index (können mehrere Sein)
16	5	3	a) Studieninhalte - 1. Grafik	K "Ich könnte da jetzt nicht so genau rauslesen was da dahinter steckt. Da bin ich jetzt zu sehr Laie" K "Ich hätte jetzt die Hoffnung hier oben (über andere Reiter) zu schauen ob ich das rausfinde was die ganzen Begriffe bedeuten. Oder halt zu Wikipedia wechseln und dann mal gucken, was heißt denn jetzt Application Design"	BD T erwägt Seite zu verlassen	06:00	- deutsche Fachbegriffe werden nicht verstanden (2) - englische Fachbegriffe werden nicht verstanden (1) - Website verlassen da mangelnde Informationen (17)
17	5	4	a) Kontakt - Kontaktformular - Studienbüro b) News	a) K "Anfrage ist eher sehr formell. (Scrollt runter) Da würde ich am ehesten noch im Studienbüro anrufen. (Scrollt wieder hoch) Also das hilft mir jetzt nicht wirklich weiter, weil ich würde jetzt nicht mit der Schule in Kontakt treten. Da ist die Hemmschwelle noch bisschen groß" b) (T bewegt Maus zum reiter News) K "Ich würde jetzt schauen, ob es einen Infotag gibt oder eine Broschüre, also so eine Zusammenfassung"	BD CI	09:40	- Kontaktformular wird nicht für persönliche Angelegenheiten genutzt! (18)
18	5	4	a) News - T klickt auf 1. Foto b) News - T klickt auf Veranstaltung	a) K "Die Bilder sagen mir hier jetzt auch nicht viel. Ich würde mir des jetzt durchlesen aber das gibt mir jetzt ja auch nichts" T liest sich Text durch b) K "Das ist ja alt. Das find ich doof. Alte Dinge kann man ja rausnehmen. Da würde ich schon sagen: Boah die Seite, da geben die sich ja Mühe, wenn die so ein ollen Termin nicht mal rausnehmen wenn der seit einem halben Jahr vorbei ist"	BD CI	11:00	- Keine aussagekräftigen Bilder (kein relevanten Bezug zum Inhalt) (19) - Veraltete Informationen (20)
19	5	4	a) Bewerbungen	a) (Scrollt bei Bewerbung runter und hoch und merkt, dass er nicht fündig wird)	CI	11:50	- Erwartete Informationen sind nicht auf Unterseite vorhanden (7)
20	5	5	a) Kooperationen	a) (Scrollt runter, sieht gleich im Text nach was er sucht) K "Wenn jetzt hier Porsche, Daimler, Bosch, Siemens steht, also kann man auch in größeren Firmen arbeiten b) (liest im Text Stichwort Agenturen) K "Mit Agenturen kann ich nicht viel anfangen"	BD CI	12:45	- Navigation Schlagwörter unpräzise (12)

Seg.Nr.	Teilnehmer	Aufgabe	Seite/Element	Ereignis	Kommentar	Videostelle	Index (können mehrere Sein)
21	5	5	a) Menschen	a) (Schweift ab) K "Ah ok jetzt bekommen die Studieninhalte wenigstens mal ein Gesicht. Da verbind ich ja jetzt was mit denen"	CI	13:30	- Navigation Schlagwörter unpräzise (12)
22	5	5	a) Forschung - T klickt auf Forschungsprojekte	a) (Schweift ab, scrollt runter) (Klickt auf "Forschungsprojekte") K "Ah da wirts bei mir schon schwierig, das ist Englisch. Also das les ich mir nicht durch" (Klickt auf Reiter Forschung) K "Also ich würde jetzt anfangen zu googeln... Informationsdesign Stellen oder sowas. Ich würde vielleicht zu Stepstone wechseln weil es bei euch auf der Seite echt schwierig ist"	CI T erwägt Seite zu verlassen	14:15	- Englische Texte werden nicht verstanden (3) - Textlänge zu lang (16)
23	5	5	a) Perspektiven	a) (M gibt Tipp, du kannst mal zu Perspektiven gehen) K "Ich hätte jetzt mit dem Begriff Perspektiven nichts anfangen können. Ich hätte eher unter Kooperationen geschaut" (Scrollt runter ans Seitenende) K "Die Fachbegriffe machen mir jetzt wieder Schwierigkeiten"	BD T bekommt Tipp	16:45	- Begriff wird falsch interpretiert (12) - deutsche Fachbegriffe werden nicht verstanden (2)
24	5	6	a) Menschen	a) (klickt auf Prof. Dr. Burmester) K "Ach mmh ok also ich hätte jetzt schon kein Bock zu lesen weil es auf englisch ist"	BD	17:20	- Englische Texte werden nicht verstanden (3)
25	5	6	a) Menschen	a) K "Schön das viele Frauen das machen. Bestätigt bisschen das Klischee, dass Frauen oft was mit Design machen. Der Studiengang wirkt jung. Das mit den Bildern ist nett aber etwas schwierig weil es immer was mit Sympathie und Antipathie zu tun hat. Aber ich konnte mir jetzt mal ein Bild machen" K "Wenn schon Menschen, dann doch auch die Sekretärin, die fehlt mir jetzt"	BD	21:30	- Uneinheitliche Gestaltung (Unterseite Menschen) (15)

Seg.Nr.	Teilnehmer	Aufgabe	Seite/Element	Ereignis	Kommentar	Videostelle	Index (können mehrere Sein)
26	5	7a	a) Start b) Bewerbungen	a) K "30 ist übersichtlich, heißt aber auch wenig Plätze und wahrscheinlich viele Bewerber. Heißt, dass die Noten eine große Rolle spielen, also Druck. (M fragt, was für Informationen vielleicht noch wünschenswert wären) K "Eventuell wie die Verteilung ist bei den 30. Also Auslandsstudierende z.B."	BD	23:00	- Informationen sind auf der gesamten Website nicht vorhanden (6)
27	5	7b	a) Ausstattung	a) K "Die haben ein UX-Lab, was auch immer das ist, genauso wie Eye-Tracker. Räumlichkeiten sind recht hell. Es sieht nicht unfreundlich aus" (T scrollt nach oben und schaut sich Bild an) K "Man sieht, dass bei dem Gebäude investiert wurde. Da weiß man, dass die Grundlage da ist, wo man sich wohlfühlt und man arbeiten kann" (T schaut Video an und scheint belustigt, enttäuscht) K "Da müsste mal ein Informationsdesigner drüber schauen" (T scrollt nach oben) K "Ich kann mir ein Bild machen. Aber das schöne bei Google ist, da bekommt man Fotos von Außen. Da sieht man auch diesen schönen roten Schriftzug. Das fände ich cooler weil das ist ja die Identifikation von der Schule. Den vermiss ich hier ein bisschen."	BD	02:00	- englische Fachbegriffe werden nicht verstanden (1) - Fehlende Bildaufnahmen der Hochschule von außen für Gesamteindruck (22)
Segmentierung Teilnehmer 3							
Seg.Nr.	Teilnehmer	Aufgabe	Seite/Element	Ereignis	Kommentar	Videostelle	Index (können mehrere Sein)
28	3	2	a) Start b) Studieninhalte	T scrollt nicht auf Startseite nach unten, um Zusammenfassung über Kern des Studienganges zu bekommen. Mod: Wo befindet sich normalerweise, eine erste Zusammenfassung, was die Website bietet? K: "Auf der Startseite, aber da stand nichts."	CI	04:18	- Zusammenfassung + Definition des Studienganges wird nicht auf der Startseite vermutet (23) - Mangelnde Hinweise zu Interaktionsmöglichkeiten (24)

Seg.Nr.	Teilnehmer	Aufgabe	Seite/Element	Ereignis	Kommentar	Videostelle	Index (können mehrere Sein)
29	3	2	a) Studieninhalte b) Infografik ganz oben	K "Die Visualisierung finde ich auf den ersten Blick verwirrend. Weiß ich jetzt auch nicht ob ich da irgendwo draufklicken kann oder nicht." T klickt auf Bestandteile der Infografik und zieht somit in Betracht, dass sie interaktive Elemente besitzt K "Natürlich nicht. Vermutlich sind das so die einzelnen Unterpunkte, aber das wäre mir persönlich zu konfus. Das sagt mir gar nichts irgendwie."	CI BD	05:17	- Headergrafik bei Studieninhalte nicht verständlich (4)
30	3	2	a) Studieninhalte Text mit Überschrift Studieninhalte	T liest Text und stöhnt K "Die wirkliche Kreativität zum Thema Design ist für mich noch nicht ersichtlich." T gibt an, durch den Text nicht genau zu wissen, was Informationsdesigner tun	BD	06:30	- Textinhalt entspricht nicht den Erwartungen (5)
31	3	3	a) Studieninhalte b) Infografik mit Studieninhalte pro Semester	T klickt auf Feld "Wahlpflichtveranstaltungen aus dem Bereich Spezialisierung" und erwartet, dass somit nähere Informationen erscheinen K "Schade. Schön wäre es jetzt, wenn es beim Klicken anzeigen würde was es für Spezialisierungen gäbe"	CL BD	09:15	- Modulgrafik (11)
32	3	3	a) Studieninhalte b) Infografik mit Studieninhalte pro Semester	T will Infografik wieder schließen, findet dazu kein Button und klickt mitten auf die Infografik. Es wird in die Grafik gezoomt und nach erneutem Klicken wieder rausgezoomt. Die Grafik nimmt jedoch weiterhin den ganzen Bildschirm ein. K "Wie kriege ich das jetzt wieder kleiner? Da habe ich jetzt schon ein Problem." T sucht vergeblich und nutzt letztendlich den "Zurück"-Button des Browsers."	CL BD	09:30	- Grafik Modulübersicht in Vollbild schwer zu verlassen (10)

Seg.Nr.	Teilnehmer	Aufgabe	Seite/Element	Ereignis	Kommentar	Videostelle	Index (können mehrere Sein)
33	3	3	a) Studieninhalte b) textliche Aufzählung der Studienfächer pro Semester unter der Infografik mit den Studieninhalten	T liest den Text unter der Infografik. K "Das ist ja jetzt nochmal das Gleiche, wie da oben. Das hätte ich jetzt gebraucht oder auch nicht, weil das ja an sich eins zu eins ist."	BD	10:40	- Dopplung Inhalt (26)
34	3	3	a) Studieninhalte b) textliche Aufzählung der Studienfächer pro Semester unter der Infografik mit den Studieninhalten	Mod: "Können Sie mit den Begrifflichkeiten etwas anfangen?" K: "Nicht mit allen. Data Literacy – da kann ich beispielsweise nichts dazu sagen. Bildgestaltung ist wahrscheinlich die Bildbearbeitung mit dem Computer. Wenn ich in die Tiefe gehen wollen würde, müsste ich Begriffe googeln."	BD	12:40	- englische Fachbegriffe werden nicht verstanden (1) - Begriff wird falsch interpretiert (21)
35	3	4	a) Kontakt b) Impressum	T vermutet eine Kontaktmöglichkeit im Impressum und findet dort die Namen der Verantwortlichen, jedoch keine Mailadresse oder Telefonnummer.	CI	14:50	- Erwartete Informationen sind nicht auf Unterseite vorhanden (7)
36	3	5	a) Studium b) Jobs und Praktika c) Stellenangebote d) Moodle-Link	T sucht nach Perspektiven, hovert über den Menüpunkt "Studium" und klickt auf "Jobs und Praktika" T sieht Stellenangebote auf der "Jobs und Praktika"-Seite und klickt auf den Moodle Link. Vermutet werden dort Beispiele für mögliche Informationsdesigner-Jobs, Stellenausschreibungen und Praktikaangebote. T bekommt eine Fehlermeldung. K "Ups. Also bei mir kommt jetzt ein Fehler. Das ist natürlich schlecht. Die Plattform wird wahrscheinlich nur für die Studierenden zugänglich sein, aber trotzdem schade, dass man das als Außenstehender nicht einsehen kann." T nutzt mehrfach den "Zurück"-Button des Browsers um auf Startseite zurückzukehren.	CT BD	16:20	- Relevanz der Schlagwörter in der Navigation (13) - Moodle Link irreführend bei Jobs & Praktika, da für nicht immatrikulierte Nutzer nicht abrufbar (14) - Navigation Schlagwörter unpräzise (12)

Seg.Nr.	Teilnehmer	Aufgabe	Seite/Element	Ereignis	Kommentar	Videostelle	Index (können mehrere Sein)
37	3	6	a) Studium b) Perspektiven c) Texte ehemaliger Studenten	T liest sich zwei der Beispieltexthe, die erklären, bei welchen Berufen ehemalige Studierende gelandet sind, durch. K "Das sind so Standard-Dinger. Die brauche ich als Elternteil oder auch nicht."	BD	19:00	-Unnötige Informationen (27)
38	3	6	a) Studium b) Perspektiven c) Begriffe unter der Überschrift: Informationsdesigner arbeiten in verschiedenen Berufsfeldern:	K "Ich weiß, das ist heutzutage gang und gäbe, das so darzustellen und für die Jugendlichen sicherlich ganz toll und die verstehen auch, was damit gemeint ist, aber ich verstehe bei der Hälfte nur Bahnhof. Man könnte auch sagen "Werbeagentur", dann verstehe ich das, aber hier kommt dann halt so etwas wie "New Media Conception" Mod "Wie reagieren sie nun darauf?" K "Ich überspringe die Begriffe, die ich nicht verstehe beim Lesen. Es nimmt mir trotzdem die Motivation."	BD	21:40	- englische Fachbegriffe werden nicht verstanden (1)
39	3	7	a) Menschen b) Prof. Burmester Zitat und Lebenslauf und Lehrgebiete	T sieht, dass das Zitat von Prof. Burmester auf Englisch ist. K "Sind wir wieder bei dem alten Problem. Englisch." T scrollt runter und lacht, weil der ganze Lebenslauf auf Englisch ist K "Muss ich noch was dazu sagen? Jetzt müsste ich mir Mühe geben und Zeit nehmen, diesen englischen Text zu verstehen und darauf habe ich gerade so gar keine Lust. Das ist mir zu kompliziert für so einen groben Überblick. Der Aufwand lohnt sich nicht." T scrollt noch weiter nach unten zu den Lehrgebieten. K "Na toll, das sagt mir jetzt auch alles gar nichts."	BD	00:40	- Englische Texte werden nicht verstanden (3)
40	3	7b)	a) Studium b) Ausstattung c) Video der Lehrräume	T schiebt den Tonregler des Videos hoch, runter und wieder hoch. K "Also bei mir kommt da jetzt kein Ton. Keine Ahnung, woran das liegt. Ich glaube da funktioniert etwas nicht. Finde ich schade, ich dachte da sagt jetzt jemand etwas im Hintergrund zu diesen Räumen."	BD CI 28:00	achtundzwanzig	Kein Ton beim "Ausstattungs-Video" (28)
41	3	7b)	a) Studium b) Ausstattung c) Video der Lehrräume	Mod "Welchen Eindruck gibt Ihnen das Video? Wie ist die Ausstattung so?" K "Eher spartanisch. Nüchtern. Die Stühle sehen nicht gerade bequem aus. Ein Pflänzchen, ein bisschen Farbe oder ein Bild an der Wand, fänd ich zum Wohlfühlen ganz hübsch."	BD 29:00	neunundzwanzig	Ausstattungs-Video macht nüchternen Eindruck (28)

42	3	7c)	a) News b) Events c) Erstsemesterbegleitung d) weitere Event-Kästen	K "Das ist jetzt aber schon vorbei" T scrollt weiter runter K "Das was so arg lang her ist, könnte man ja eigentlich weglassen."	BD 32:10	zweiunddreißig	- Veraltete Informationen (20)
Segmentierung Teilnehmer 6							
Seg.Nr.	Teilnehmer	Aufgabe	Seite/Element	Ereignis	Kommentar	Videostelle	Index (können mehrere Sein)
43	6	1 (T6 sucht nach Aufnahmebedingungen)	a) Start	a) Befindet sich auf "Startseite" b) "Emotion durch Information"-Text wird aufmerksam durchgelesen c) Seite wird bis zum Ende durchgescrollt K: "Bewerbung wäre jetzt der nächste Punkt auf den ich klicken würde."	CI T vermutet Informationen zu den Aufnahmebedingungen auf der Startseite und liest sie aufgrund dessen aufmerksam durch	01:09	- Erwartete Informationen sind nicht auf Unterseite vorhanden (7)
44	6	1	a) Bewerbung	a) Klickt auf "Bewerbung" b) Kreise mit Infos werden durchgelesen ?: "Ist Studienstart dann 2x im Jahr, jeweils zum Sommer- und Wintersemester?" ?: "7 Semester Studium plus ein Praxissemester vermute ich? 8 dann insgesamt? Oder 6 plus 1?" K: "Das (Kreisdarstellung mit Semestern) finde ich etwas verwirrend" c) Informationen unter "Erwartungen" und "Mappe" werden sorgfältig durchgelesen	BD T wählt den optimalen Weg und liest alle Informationen sorgfältig durch, hat aber immer noch viele offene Fragen zu den Aufnahmebedingungen bzw. ist nicht zu 100% zufrieden mit den dargebotenen Informationen und kritisiert Darstellung der Kreise beim Punkt "Semester"	02:22	- Unzureichende Informationen (6) - Semesterzahl wird falsch interpretiert (29)
Seg.Nr.	Teilnehmer	Aufgabe	Seite/Element	Ereignis	Kommentar	Videostelle	Index (können mehrere Sein)

Seg.Nr.	Teilnehmer	Aufgabe	Seite/Element	Ereignis	Kommentar	Videostelle	Index (können mehrere Sein)
45	6	1	a) Bewerbung b) Studieninhalte c) Grafik 1	a) Befindet sich auf "Bewerbung" b) Klickt auf Link "Zu den Studieninhalten" c) Analysiert Grafik 1 (Header) und versucht sie zu verstehen K: "(Kreis auf der linken Seite mit Finger) Das verstehe ich jetzt nicht, muss ich hier drauf drücken?" ?: "Baut das (Grafik 1) von unten nach oben auf? Sind das Überschriften die mit den Punkten verbunden sind?" K: "Auf den ersten Blick ist das (Grafik 1) sehr verwirrend. Es ist ein Rätsel!" K: "Ich hätte erwartet dass die Grafik interaktiv ist. Man neigt dazu auf die kleinen Kreise zu drücken."	CI T klickt aus Interesse auf die Studieninhalte, obwohl er noch dabei ist sich über die Aufnahmebedingungen zu informieren BD Grafik 1 wird negativ kommentiert, da sie "zu verwirrend" ist	04:34	- Ablenkung durch andere Themen der Seite (30) - Headergrafik bei Studieninhalte nicht verständlich (4)
46	6	3	a) Studieninhalte b) Grafik 2	a) Befindet sich bei "Studieninhalten" b) Seite wird durchgelesen und heruntergescrollt bis zu "Aufbau und Schwerpunkte" K: "Ich mag Grafiken, deswegen klicke ich mal drauf" c) Grafik 2 wird vergrößert ?: "Sind das (Vorlesungsbegriffe) die Vorlesungen?" K: "(Zeigt auf Vorlesungsbegriffe) Also ich kann mir nicht so viel darunter vorstellen. Das ist sehr vage. Bei einem Drittel kann ich mir vielleicht etwas darunter vorstellen, bei den anderen Sachen nicht." ?: "Sind das (Vorlesungsbegriffe) eher Herangehensweisen oder sind das Techniken?"	BD T wählt den optimalen Weg und liest alle Informationen sorgfältig durch, klickt auf Grafik 2 und schaut sich diese sorgfältig an, hat aber immer noch viele offene Fragen und viele vor allem englische (Fach-) Begriffe stoßen auf Unverständnis	13:12	- deutsche Fachbegriffe werden nicht verstanden (2) - englische Fachbegriffe werden nicht verstanden (1) - Modulerklärungen fehlen (7)
47	6	5	a) Projekte b) Projekt: Interdisziplinäres Projekt zeigt sich auf der Medianight	a) Klickt auf "Projekte" K: "Interessieren würden mich Projekte, da diese schon viel mit der Berufswelt zu tun haben." ?: "(Projekt: Interdisziplinäres Projekt zeigt sich auf der Medianight) Ist das auch Bestandteil des Studiums?" K: "(Projekt: Interdisziplinäres Projekt zeigt sich auf der Medianight) Darüber würde ich gerne mehr erfahren." b) Klickt auf "Projekt: Interdisziplinäres Projekt zeigt sich auf der Medianight"	CI T klickt auf "Projekte", da er hier Informationen vermutet, die ihm mehr über die Perspektiven von Informationsdesignern verraten	24 und 24	- Ablenkung durch andere Elemente auf der Seite (30) - Informationen auf Seite nicht vorhanden (6)
Seg.Nr.	Teilnehmer	Aufgabe	Seite/Element	Ereignis	Kommentar	Videostelle	Index (können mehrere Sein)

	mer						Sein)
48	6	5	a) Projekte b) Forschung c) Studium d) Perspektiven	a) Befindet sich bei "Projekte" K: "Perspektiven - da wüsste ich jetzt gar nicht wo ich draufklicken sollte, weil hier würde ich das überall nicht erwarten." K: "Ich würde es suchen unter "Studium" und dann "Beispiele für zukünftige Berufe." b) Klickt auf "Forschung" c) Klickt auf "Studium" Mod gibt Hilfestellung d) Klickt auf "Perspektiven" K: "Das ist ein Problem von mir, ich konzentriere mich nicht darauf was hier drunter (Drop-Down Menü Unterpunkte unter "Studium") noch kommt. Warum habe ich das eben aber nicht gesehen? Wahrscheinlich weil ich nicht darauf achte. Manche Menüpunkte haben ein Drop-Down Menü und manche nicht, deshalb übersehe ich das meistens." K: "Ich hätte das nicht alleine gefunden, ich hätte weiter gesucht."	CT T klickt sich durch mehrere Seiten, findet den Begriff "Zukünftige Berufe", unter dem er die Informationen erwartet, nicht und ist schließlich auf Hilfe von Mod angewiesen. Begriff "Perspektiven" wird als passend empfunden, wird jedoch im Drop-Down Menü übersehen bzw. das Drop-Down Menü unter Studium wird erst gar nicht angeklickt BD Drop-Down Menü bietet alle relevanten Informationen, wird aber negativ kommentiert aufgrund von uneinheitlicher Gestaltung (nicht jeder Menüpunkt hat ein Drop-Down Menü)	27 und 17	- Relevanz der Schlagwörter in der Navigation (13) - Drop-Down-Menü wird übersehen (31) - Uneinheitliche Gestaltung bei Drop-Down Menü (32)
49	6	4	a) Impressum	a) Hovert über "Kontakt" und klickt auf "Impressum" b) Scrollt bis an das Seitenende und findet eine Telefonnummer, mit welcher aber nicht weiter interagiert wird K: "Man könnte eine Liste von Dozenten machen mit deren Kontaktdaten, damit man, falls man sich für einen bestimmten Bereich interessiert, direkt mit dieser Person in Kontakt treten kann."	CI T erwartet Informationen für eine Kontaktaufnahme unter "Impressum"	32 und 30	- Erwartete Informationen sind nicht auf Unterseite vorhanden (7) - Textinhalt entspricht nicht den Erwartungen (5)

Seg.Nr	Teilnehmer	Aufgabe	Seite/Element	Ereignis	Kommentar	Videostelle	Index (können mehrere Sein)
50	6	4	a) Impressum b) Kontakt	Mod gibt Hilfestellung a) Klickt auf "Kontakt" K: "Manchmal irritiert mich das, wenn da immer noch eine Beispiel-Mailadresse angezeigt wird. Jeder der eine E-Mail Adresse hat, weiß doch wie die lautet." K: "Schade, dass die Abteilungen erst nach dem Kontaktformular kommen, wenn man schnelllebig ist, würde man das übersehen. Hier würde ich mir wünschen, dass es umgekehrt wäre, dass erst die Kontakte der Abteilungen kommen würden und dann das Kontaktformular."	BD T Menüpunkt wird nicht direkt angeklickt, da Drop-Down Menü für Verwirrung gesorgt hat BD T Beispiel-Mailadresse im Mail-Feld wirkt irritierend BD T Informationen unter Kontaktformular werden erst nicht gesehen, da der Fokus auf Formular liegt	34 und 10	- Uneinheitliche Gestaltung bei Drop-Down Menü (32) - Unnötiges Gestaltungsmittel (33) - Reihenfolge der Informationen auf einer Seite (34)
51	6	6	a) Kontakt b) Start c) Menschen	a) Befindet sich bei "Kontakt" und scrollt sich durch die Seite K: "Ich würde den Herrn Burmester unter "Kontakten" vermuten." ?: "Gibt es ein Suchfeld?" b) Klickt auf "Start" und scrollt sich durch die Seite K: "Ich wüsste jetzt nicht, wie ich eine bestimmte Person finde." c) Klickt auf "Menschen" (Begriff wird zufällig entdeckt und kurzerhand als passen eingestuft) K: "Begriff "Menschen" heißt für mich etwas Allgemeines, das passt nicht so wirklich, das könnten ja dann auch Studenten sein. Ich würde eher unter Kontakten suchen."	CT T vermutet Herrn Burmester unter "Kontakt" zu finden, da er dort alle Vertreter des Studiengangs erwartet T findet passenden Überbegriff für seine Suche nicht und sucht unter Start und äußert den Wunsch nach einem Suchfeld BD Begriff "Menschen" ist zu ungenau	38 und 07	- Textinhalt entspricht nicht den Erwartungen (5) - Navigation Schlagwörter unpräzise (12) - Fehlendes Suchfeld nach Begriffen (wie Google Suche) (35)

Segmentierung Teilnehmer 4							
Seg.Nr	Teilnehmer	Aufgabe	Seite/Element	Ereignis	Kommentar	Videostelle	Index (können mehrere Sein)
52	4	1	a) Startseite b) Studium c) Startseite	a) bleibt auf Startseite und scrollt durch die Seite b) klickt auf den Reiter "Studium" in Nav Bar und scrollt durch die Seite c) klickt auf den Reiter "Projekte" in Nav Bar und scrollt durch die Seite	CI: findet Inhalte nicht direkt und wirkt unzufrieden Ist sich nicht ganz sicher, ob er überhaupt schon auf der Website von ID ist Will die Website verlassen und auf die HdM Website wechseln BD: "das ist aber viel Text... viele Wörter versteh ich gar nicht so recht"	03:16	- Erwartete Informationen sind nicht auf Unterseite vorhanden (7) - Text entspricht nicht den Erwartungen (5)
53	4	1	a) Studieninhalte - 1. Grafik	K "Ich hätte es toll gefunden, wenn man damit interagieren kann und würde mich damit eine weile damit beschäftigen K "Begriffe sind eigentlich soweit verständlich"	BD: "Es ist alles sehr unübersichtlich"	05:52	- deutsche Fachbegriffe werden nicht verstanden (2) - englische Fachbegriffe werden nicht verstanden (1) -> werden auf 1.Blick verstanden
54	4	2	a) Startseite	Kann dann nach einiger Zeit aber doch eine ganz gute Definition des Studienganges Informationsdesign abgeben	CI: Dauer aber etwas lang, bis die Aufgabe gelöst wurde	06:18	- Zusammenfassung + Definition des Studienganges wird nicht auf der Startseite vermutet (23)

Seg.Nr	Teilnehmer	Aufgabe	Seite/Element	Ereignis	Kommentar	Videostelle	Index (können mehrere Sein)
55	4	3	a) Startseite b) Studium	a) Geht von Startseite direkt zu Reiter Studium b) Liest Texte aufmerksam durch und scrollt durch die Seite K" Jetzt ist für mich die Frage, wie ich zu mehr Informationen über die einzelnen Fächer komme?" (Schaut in anderen Bereichen der Website, wird aber nicht fündig)	CI: hat Schwierigkeiten wieder aus der Infografik rauszukommen. Weiß nicht so recht, wie er das machen soll und klickt auf Gut Glück verschiedene Tasten	07:30	- Erwartete Informationen sind nicht auf Unterseite vorhanden (7) - Informationen sind auf der gesamten Website nicht vorhanden(6) - Grafik Modulübersicht in Vollbild schwer zu verlassen (10)
56	4	3	a) Startseite b) Studium	Geht die Infografik durch K" Jetzt will ich mehr Informationen über ein einzelnes Fach bekommen" Kann ich da drauf klicken? Ah ne, das klappt nicht. Ups, was ist jetzt passiert? Wie komme ich wieder aus der Infografik raus?"	CI: Escape funktioniert nicht. Wird nervös.	08:20	- Modulgrafik (11)
57	4	3	a) Startseite b) Studium	K" Ah hier unten kommen ja schon direkt die Fächer, die schau ich mir mal an" Gibt es hier mehr Informationen zu dein einzelnen Fächern? Also hier kann ich nirgends etwas finden." (Aufklappung Studienfächer)	CI: Hat keine Idee, wo er mehr Informationen über die Studieninhalte finden kann	09:15	- Informationen sind auf der gesamten Website nicht vorhanden (6)
58	4	3	a) Startseite b) Studium	K" Ich würde mir wünschen, dass man direkt in die Fächer verzweigen könnte, weil ich doch nicht alle Begriffe kenne und damit zurecht komme" Schaut an anderen Orten nach, ob es dort Verlinkungen gibt (Infografik Studienfächer)	CI: Enttäuscht, dass man in die Studieninhalte nicht"reingucken" kann, um mehr darüber zu erfahren CI: Hat keine Idee, wo er mehr Informationen über die Studieninhalte finden kann	10:30	- Informationen sind auf der gesamten Website nicht vorhanden (6) - Erwartete Informationen sind nicht auf Unterseite vorhanden (7)

Seg.Nr.	Teilnehmer	Aufgabe	Seite/Element	Ereignis	Kommentar	Videostelle	Index (können mehrere Sein)
59	4	3	a) Startseite b) Studium	"K: Gibt es noch andere Möglichkeiten mehr Informationen zu erhalten?" Sucht vergeblich und auch ein bisschen verzweifelt, wird verworfen. -> er sucht generell nach einer Möglichkeit mehr Infos zu finden aber wird nicht fündig	BD: "Da bin ich jetzt echt ein bisschen aufgeschmissen"	11:10	- Informationen sind auf der gesamten Website nicht vorhanden (6)
60	4	4	a) Kontakt	a) geht von Studiehilfen über die NavBar direkt zum Reiter Kontakt K" Da würd ich jetzt direkt mal zu "Kontakt gehen, finde hier aber nur Anfahrt, Impressum und Datenschutz aber keine Möglichkeit der Kontaktaufnahme" Scrollt durch die Bewerbungsseite ganz nach unten um im Footer die Kontaktdaten zu finden, da er sie dort vermutet.	CI: wechselt sofort von Kontakt zu Bewerbung da er nicht fündig wird	12:05	- Erwartete Informationen sind nicht auf Unterseite vorhanden (7) - Inhalt entspricht nicht den Erwartungen (5) - Drop-Down-Menü wird übersehen (31)
61	4	4	a) Kontakt	K" Ah da seh ich auch noch "Zum Kontaktformular". Und komm ich da jetzt hin? Ah ja genau.	BD: Ich will nicht eigentlich nur in Verbindung setzen, komm ich über den Link jetzt dorthin?" BD: ich bin davon ausgegangen, dass das ein Ausklappen ist und nur die Punkte darunter anklickbar sind. Das verwundert mich jetzt	13:30	- Erwartete Informationen sind nicht auf Unterseite vorhanden (7) - Uneinheitliche Gestaltung bei Drop-Down Menü Es wird nicht erwartet, dass man die Überbegriffe anklicken kann und nur die Drop-Down-Punkte (32) - Drop-Down-Menü wird übersehen (31)

Seg.Nr.	Teilnehmer	Aufgabe	Seite/Element	Ereignis	Kommentar	Videostelle	Index (können mehrere Sein)
62	4	4	a) Kontakt	Mod gibt Hilfestellung Erst dann wird das Kontaktformular auf Anhieb gefunden	BD: ich bin davon ausgegangen, dass das ein Ausklappen ist und nur die Punkte darunter anklickbar sind. Das verwundert mich jetzt und "Das kenn ich so nicht"	14:00	- Uneinheitliche Gestaltung bei Drop-Down Menü Es wird nicht erwartet, dass man die Überbegriffe anklicken kann und nur die Drop-Down-Punkte (32)
63	4	5	a) Google Suchmaschine	K" Wenn's um die Berufe geht, dann würde ich erstmal googeln, in welchen Berufsfeldern man dort arbeiten kann"	CI: Das wäre für mich aber wieder Mehraufwand	14:45	- Informationen werden auf der Website nicht vermutet, daher z.B. Google Suche (17)
64	4	5	a) Kooperationen	a) Klickt auf Kooperationen K" Vermute hinter Kooperationen irgendwelche Firmen und entsprechende Erfolgsgeschichten. Hier finde ich aber leider keine Berufsfelder, sondern nur andere Informationen, die mich aber gerade nicht so interessieren	BD: Keine Ahnung, ob das jetzt Sinn macht BD: Wo bekomme ich das heraus? Runzelt die Stirn und ist etwas genervt BD: Da bin ich jetzt echt am überlegen, wo und wie ich das finden kann	15:02	- Erwartete Informationen sind nicht auf Unterseite vorhanden (7) - Navigation Schlagwörter unpräzise (12)
65	4	5	a) Kooperationen	Gibt es hier generell einen Suchknopf?	CI: Sucht nach einem Suchknopf, aufgrund erfolgloser Suche Wünscht sich "Google Suche"	17:04	- Fehlendes Suchfeld nach Begriffen (wie Google Suche) (35)

Seg.Nr.	Teilnehmer	Aufgabe	Seite/Element	Ereignis	Kommentar	Videostelle	Index (können mehrere Sein)
66	4	5	a) Studium b) Perspektiven	Mod gibt Hilfestellung. Sie können ja mal auf den Reiter Studium hovern. Sucht und findet dann Perspektiven	BD: Ah ja okay...Logisch...	18:00	- Navigation Schlagwörter unpräzise (12) - Relevanz der Schlagwörter in der Navigation (13)
67	4	6	a) Start b) Menschen	a) Klickt von Start auf Menschen Da bin ich jetzt glaube ich richtig abgewartet oder? Findet nicht alle Informationen	CI: Manche haben eine Vita, manche nicht. Hat bestimmt einen Grund. BD: Das finde ich jetzt aber etwas schade, dass hier nichts steht BD: Generell etwas wenig Informationen teilweise	20:05	- Uneinheitliche Gestaltung (15)
68	4	7a	a) Start b) Bewerbung	a) Klickt von Start auf Bewerbung	CI: ich denke, dass ich hier die Information gefunden habe	24:01:00	- Navigation Schlagwörter unpräzise (12)
69	4	7b	a) Bewerbung Sucht dazwischen alle Reiter ab b) Ausstattung	a) Sucht die Navigationsbar ab K" Da müsste ich jetzt erst einmal überlegen, wo hier der Einstieg ist Ist nur zufällig drauf gestoßen und hat sich die Suche nicht erschlossen	BD: "Da muss ich ja jetzt erstmal durchblättern" CI: Würde mir wünschen, dass oben im Reiter noch die ganze Infrastruktur beschrieben wird	25:10:00	- Navigation Schlagwörter unpräzise (12)

Seg.Nr.	Teilnehmer	Aufgabe	Seite/Element	Ereignis	Kommentar	Videostelle	Index (können mehrere Sein)
70	4	7b	a) Bewerbung Sucht dazwischen alle Reiter ab b) Ausstattung	K" Vermisse hier den Wohnraum und Dinge wie Supermarkt und eventuelle Bars	BD: "Diese Informationen hätte ich mir hier jetzt auch gewünscht"	27:24:00	- Navigation Schlagwörter unpräzise (12) - Informationen sind auf der gesamten Website nicht vorhanden (6)
71	4	7c	a) Ausstattung b) News	b) Scrollt durch die Newsseite, klickt aber keinen Beitrag richtig an, da veraltete und schon zu lang in der Vergangenheit. Kann mit alten Informationen nicht wirklich was anfallen, deshalb uninteressant Aufteilung zwischen upcoming events und in der Vergangenheit wäre gut	BD: "würde schon erwarten, dass hier auch aktuelle Infos zu finden sind" BD: "Mir fehlt eine komplette Jahresübersicht in die Zukunft"	27:24:00	- Veraltete Informationen (20)
Segmentierung Teilnehmer 1							
Seg.Nr.	Teilnehmer	Aufgabe	Seite/Element	Ereignis	Kommentar	Videostelle	Index (können mehrere Sein)
72	1	2	a) Studieninhalte werden gesucht unter	T klickt auf Menschen	CI "Unterschiedliche Richtungen sieht man hier schon" "Informationsarchitektur, dort wird irgendetwas gebildet, zusammengefügt" (Begriff falsch verstanden)	05:13	- Navigation Schlagwörter unpräzise (12) - Deutsche Fachbegriffe werden nicht verstanden (2)
73	1	2	a) Studieninhalte	T klickt auf Projekte	CT T klickt auf Projekte (Studieninhalte werden nicht gefunden)	07:00	- Navigation Schlagwörter unpräzise (12)

Seg.Nr.	Teilnehmer	Aufgabe	Seite/Element	Ereignis	Kommentar	Videostelle	Index (können mehrere Sein)
74	1	2	a) Projekte	T. hoovert über verschiedene Projekte	BD: "Unter Szenografie kann ich mir nichts vorstellen" "Im gegensatz was Sohn erzählt, relativ viel Grafik in Projekten gezeigt" Projekte verwirren"	07:40	- Deutsche Fachbegriffe werden nicht verstanden (2) - Webseite stellt nur einen Teil der Projekte / Studieninhalte dar (36)
75	1	2	a) Studieninhalte	M gibt Hinweis auf explizit nach Studieninhalte zu suchen Teilnehmer versucht auf Header-Grafik zu klicken, um mehr zu erfahren	BD: "Das sieht aber kompliziert aus (Grafik)" "Das sind die Wörter mit denen ich nichts anfangen kann" CI Teilnehmer kann hier nicht mehr über Inhalte erfahren	09:20 10:10	- Headergrafik bei Studieninhalte (4) nicht verständlich - Englische Begriffe werden nicht verstanden (1)
76	1	3	a) Studieninhalte Modulübersicht-Grafik	T: "Das ist aber klein, ah, das kann man größer machen." Klickt auf die Grafik Was sollen die Zahlen davor? Ah Semester da steht es ja. Was sind die Punkte? T möchte auf Module klicken. T möchte Grafik verlassen	BD: "Data Literacy 1, keine Ahnung" Warum sind die unterschiedlich in der Farbe? CI: Vielleicht kann man das ja auch anklicken (Module). Ne, wird nur größer. Vielleicht wenn ich weiter runter gehe? Ansicht wird nur größer Wie kommen ich zurück? T: "Man bleibt beim Bild hängen."	12:00:00 14:40	- Modulgrafik (11) - Grafik Modulübersicht in Vollbild schwer zu verlassen (10) - Mangelnde Hinweise zu Interaktionsmöglichkeiten (24) - Englische Begriffe werden nicht verstanden (1)

Seg.Nr.	Teilnehmer	Aufgabe	Seite/Element	Ereignis	Kommentar	Videostelle	Index (können mehrere Sein)
77	1	3	a) Studieninhalte Modulübersicht-Aufzählung	T liest sich Auflistung durch	BD/ CI: "Da kommt ja wieder dieses englische Zeugs. Kann ich nicht wirklich etwas da mit anfangen. Das ist alles wieder englisch und wiederholt sich von vorne nur ohne Grafik	16:17	- Englische Begriffe werden nicht verstanden (1)
78	1	4	a) Kontakt zuerst auf Menschen geklickt	Es wird zuerst auf Kontakte geklickt. Dann aber auf menschen M. fragt nach warum weg von Kontaktformular? T: "Verschiedene Bereiche, da wäre ich dann direkt auf die Person zugegangen." Optimal Weg wird gewählt. Weil Data Literacy bei den Professoren nicht gefunden wird		18:00	- Kontaktformular wird nicht für persönliche Angelegenheiten genutzt (18)
79	1	5	a) Perspektiven wird unter Kooperationen gesucht	T klickt auf Kooperationen T liest sich Seite auf Kooperationen durch T findet irgendwann Perspektiven T liest Was machen eigentlich IDler?	CI: "Kooperationen, das könnte vielleicht etwas sein wo später die möglichkeit besteht zu arbeiten" BD: "Ist das dann nach dem Stuidum oder schon währenddessen?"	21:40	- Navigation Schlagwörter unpräzise (12)

Seg.Nr.	Teilnehmer	Aufgabe	Seite/Element	Ereignis	Kommentar	Videostelle	Index (können mehrere Sein)
80	1	5	a) Perspektiven	T liest Perspektiven-Seite	BD: "Englisch, Englisch, Englisch" CI: Auflistung IDler planen und gestalten + Berufsfelder auf den ersten Blick nicht ganz verständlich, T möchte auf Begrifflichkeiten in der Auflistung klicken BD: "Da kann ich jetzt nichts anklicken" BD: "Berufsbeispiele könnte man fast nach oben setzen"	24:00:00	- Englische Begriffe werden nicht verstanden (1) - Informationen sind auf der gesamten Website nicht vorhanden (6)
81	1	7	a) Bewerbung	T klickt auf Start Dann auf News geklickt	CI: T erfährt über News auf Bewerberanzahl" BD: Ah, jetzt bin auf News, wie bin ich den dort hingekommen?"	26:45:00	- Navigation Schlagwörter unpräzise (12)

Soziodemographische Daten

Angaben zu Ihrer Person

Im Folgenden möchten wir Sie bitten, einige Angaben zu Ihrer Person zu machen. Kreuzen Sie bitte, wenn nicht anders angegeben, immer nur eine Auswahlmöglichkeit an

 annaboppeler@gmail.com wird nicht geteilt [Konto wechseln](#) 

* Erforderlich

Ihr Alter *

Meine Antwort

Ihr Geschlecht *

- ☐ weiblich
☐ männlich
☐ divers

Welche Ausbildung haben Sie? *

Meine Antwort

Welchen Beruf üben Sie aus? *

Meine Antwort

In welcher Stadt wohnen Sie? *

Meine Antwort

Wie viele Jahre haben Sie schon Erfahrung mit Computern *

- ☐ 0 bis 1 Jahr
☐ 1 bis 3 Jahre
☐ 3 bis 6 Jahre
☐ mehr als 6 Jahre

An wie vielen Tagen in der Woche sind Sie durchschnittlich mit dem Computer beschäftigt? *

- ☐ mehr als 5 Tage
☐ 2 bis 5 Tage
☐ weniger als 2 Tage
☐ überhaupt nicht

Wie lange sind Sie im Durchschnitt täglich mit dem Computer beschäftigt? *

- ☐ mehr als 6 Stunden
☐ 2 bis 6 Stunden
☐ weniger als 2 Stunden überhaupt nicht

Mit welcher Art von Software haben Sie bereits gearbeitet? (keine oder Mehrfachauswahl möglich) *

- ☐ Textverarbeitung (z.B. Word)
☐ Internet-Suchmaschine (z.B. Google)
☐ Datenbank oder Tabellenkalkulation (z.B. Access, Excel)
☐ WorldWideWeb-Browser (z.B. FireFox, Internet Explorer)
☐ Elektronische Post (z.B. Exchange, Outlook)
☐ Statistikprogramm (z.B. SPSS, SAS)
☐ „Chat“-Programm (z.B. IRC, Webchat)
☐ Werkzeug (z.B. Norton, Dateimanager)

[Senden](#)

[Alle Eingaben löschen](#)

Geben Sie niemals Passwörter über Google Formulare weiter.

Dieser Inhalt wurde nicht von Google erstellt und wird von Google auch nicht unterstützt. [Missbrauch melden](#)
[Nutzungsbedingungen](#) · [Datenschutzerklärung](#)

Google Formulare



VisAWI-S - Visual Aesthetics of Websites Inventory: Kurzversion

Bitte beurteilen Sie auf einer Skala von 1 (stimme gar nicht zu) bis 7 (stimme voll zu), inwieweit Sie den folgenden Aussagen in Bezug auf die Ihnen vorliegende Website zustimmen. Vielen Dank!

	<i>Stimme gar nicht zu</i>	<i>Stimme nicht zu</i>	<i>Stimme eher nicht zu</i>	<i>neutral</i>	<i>Stimme eher zu</i>	<i>Stimme zu</i>	<i>Stimme voll zu</i>
1. Auf der Seite passt alles zusammen.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
2. Das Layout ist angenehm vielseitig.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
3. Die farbliche Gesamtgestaltung wirkt attraktiv.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
4. Das Layout ist professionell.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦

Originalveröffentlichung zur Kurzversion des VisAWI - Visual Aesthetics of Websites Inventory: Moshagen, M. & Thielsch, M. T. (2013). A short version of the visual aesthetics of websites inventory. *Behaviour & Information Technology*, 32 (12), 1305-1311. Weitere Infos finden sich auf www.VisAWI.de

Nachfolgend finden Sie Wortpaare, mit deren Hilfe Sie **das Produkt** bewerten können. Sie stellen jeweils extreme Gegensätze dar, zwischen denen eine Abstufung möglich ist.

Ein Beispiel:

einfach ☐ ☐ ☐ ☐ ☒ ☐ ☐ kompliziert

Diese Bewertung bedeutet, dass das Produkt für Sie eher kompliziert ist.

Denken Sie nicht lange über die Wortpaare nach, sondern geben Sie bitte die Einschätzung ab, die Ihnen spontan in den Sinn kommt. Vielleicht passen einige Wortpaare nicht so gut auf das Produkt, kreuzen Sie aber trotzdem bitte immer eine Antwort an. Denken Sie daran, dass es keine "richtigen" oder "falschen" Antworten gibt - nur Ihre persönliche Meinung zählt!

	1	2	3	4	5	6	7		
einfach	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	kompliziert	p PQ_1
hässlich	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	schön	ATT_1
praktisch	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	unpraktisch	p PQ_2
stilvoll	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	stillos	p HQL_1
voraussagbar	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	unberechenbar	p PQ_3
minderwertig	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	wertvoll	HQL_2
phantasielos	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	kreativ	HQS_1
gut	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	schlecht	p ATT_2
verwirrend	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	übersichtlich	PQ_4
lahm	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	fesselnd	PQ_4

© AttrakDiff 2.0 (Kurzversion), www.attrakdiff.de
Hassenzahl, M., Burmester, M. & Koller, F. (2003). AttrakDiff: Ein Fragebogen zur Messung wahrgenommener hedonischer und pragmatischer Qualität. In: J. Ziegler & G. Szwillus (Hrsg.), *Mensch & Computer 2003. Interaktion in Bewegung* (S. 187-196). Stuttgart, Leipzig: B.G. Teubner.

Kurzversion AttrakDiff mini nach Hassenzahl, M. and Monk, A. (2010). The inference of perceived usability from beauty. *Human-Computer Interaction*, 25 (3), 235-260.

Herzlich Willkommen zum Usability Test!

ANREDE
NAME DES TEILNEHMERS

Studiengang

ID INFORMATIONSDSIGN

hdm
HOCHSCHULE
DER MEDIEN



1

Vorstellung der Personen

HCD I November 2022

Vorstellung Moderator



MARINA GLÖTTNER

Moderatorin, 26 Jahre

HCD I November 2022

Vorstellung Proband



NAME

Proband

HCD I November 2022

Vorstellung Team



Protokollant/innen:

machen allerhand **Notizen über den Test**, welche für die Auswertung im Nachhinein genutzt werden

Emilia Bujak, Lucy Köhnlechner, Anna-Maria Boppeler



Timekeeper

achtet auf die **Einhaltung des zeitlichen Rahmens**

Jannis Hauke



Kritisches Auge

Positive und negative Punkte des Testablaufs.
Es geht hierbei **nicht um Sie!**

Louis Bokowits

HCD I November 2022

Vorstellung Auftraggeber

Vertreter des Studiengangs Informationsdesign



Prof. Ralph Tille

Interaktionsdesign
Studiendekan



Dorothée Steib

Grafik Design, Typografie, Kalligrafie

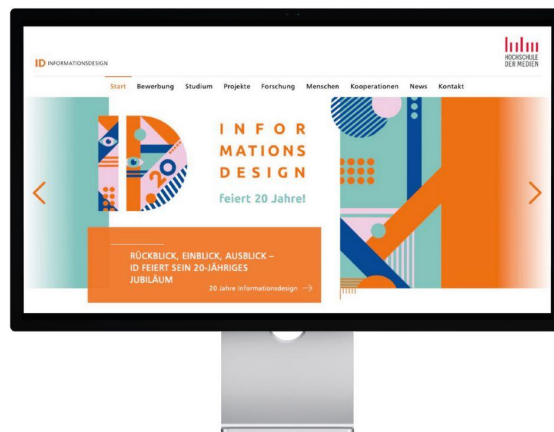
HCD I November 2022

2

Vorstellung Projekt

HCD | November 2022

ID INFORMATIONSDSIGN



HCD | November 2022

Vorstellung Projekt

Die Gründe, warum wir Sie heute
zu diesem Zoom Meeting
eingeladen haben

1. Der Wunsch der Auftraggeber

Die Website des Studiengangs Informationsdesign
soll einen für den Studiengang überzeugenden und
stimmigen Auftritt repräsentieren.

2. Unsere Aufgabe

Die Website zu untersuchen, um diese im Nachgang
entsprechend zu optimieren.

3. Die Zielgruppe

Sie als Elternteil von Studieninteressierten sind
eine wichtige Zielgruppe der
Informationsdesign Website.

HCD I November 2022



Ablauf des Usability- Tests

HCD I November 2022

Dauer



60 min

Essen, Trinken



Jederzeit

HCD I November 2022

Ablauf des Tests

Erklärung der einzelnen Schritte

1. Wir beginnen mit ein paar allgemeinen Informationen zum Test
2. Es folgt eine Einführung, ein Beispiel und eine Übung zur Methode "Lauten Denken"
3. Wir stellen Ihnen Aufgaben, die Sie auch in Papierform (sofern selbst ausgedruckt) vor sich haben. Ab diesem Zeitpunkt beginnt der eigentliche Test
4. Nach den Aufgaben Szenarien lassen wir den Test kurz Revue passieren
5. Danach geben wir Ihnen ein Formular, um Ihre soziodemografischen Daten (Alter, Geschlecht...) abzufragen.
6. Am Ende würden wir Sie bitten, zwei kurze Fragebögen auszufüllen, die wir Ihnen dann noch im Zoom Chat zukommen lassen werden.
7. Allgemein gilt, dass Sie jederzeit Fragen stellen dürfen und als kleine Hilfestellung haben wir für Sie eine Zusammenstellung der zu bearbeitenden Aufgaben vorbereitet.

HCD I November 2022

Allgemeine Informationen



Video-, Tonaufnahmen

werden direkt nach dem Usability-Test anonymisiert und nur durch das Projektteam - also uns - eingesehen



Start der Aufnahme

Kurz vor Beginn des Tests wird die Aufnahme von uns gestartet. Expliziter Hinweis folgt davor.



Die Website, nicht Sie!

Es werden nicht Sie oder Ihr Wissen getestet und bewertet, **sondern die Website!**

HCD | November 2022

Fragen?

HCD | November 2022

Methode "Lautes Denken"

Während des Usability-Tests ist es sehr wichtig, dass Sie **laut denken**
Wir bitten Sie, **alles laut auszusprechen**, was Sie während des Testes denken



Gefühle

z. B. "Das frustriert mich."



Gedanken

z. B. "Das ist sehr
übersichtlich."



Absichten

z. B. "Ich werde jetzt nach
mehr Informationen
suchen zu..."



Erwartungen

z. B. "Wenn ich hier klicke,
erwarte ich ..."

HCD I November 2022

Übung "Lautes Denken"

Jetzt sind Sie dran 😊

Googeln Sie das Wort "**Usability Test**" und erzähle Sie uns dabei wie Sie
vorgehen und welche Gedanken Sie dabei haben.

Bitte teilen Sie dafür auch Ihren Bildschirm.

HCD I November 2022

Fragen?

HCD | November 2022



Durchführung des Usability- Tests

HCD | November 2022



Start der Aufnahme

HCD | November 2022



Abschluss

HCD | November 2022

Weiteres Vorgehen

Erklärung der einzelnen Schritte

1. Der Test an der Website ist nun **abgeschlossen**



2. Fragebogen zu **soziodemografischen Daten** (Name, Alter, etc.)



3. **Aufgaben, Revue passieren lassen** + zwei abschließende Fragestellungen



4. **Zwei kurze Fragebögen**

HCD I November 2022

Revue der Aufgaben

Das haben Sie geleistet!



1. Sie haben sich einen ersten Eindruck von der Website gemacht und nach für Sie relevanten Informationen über das Studium gesucht

2. Sie haben recherchiert, um was es sich beim Studiengang Informationsdesign im Kern handelt

3. Sie haben sich über die angebotenen Module informiert

4. Sie haben schriftlich Kontakt mit dem Studiengang aufgenommen

5. Sie haben sich über die Zukunftsmöglichkeiten Ihres Kindes informiert

6. Sie haben nach den Lehrenden des Studienganges gesucht

7. Zum Schluss haben Sie sich gefragt, ob sich ihr Kind wohlfühlen würde. Dazu haben Sie sich die Anzahl der Kommiliton:innen, die Räumlichkeiten des Studienganges und seine außerstudetischen Aktivitäten angeschaut.

HCD I November 2022

Abschlussinterview

Über die Website...



Positive Aspekte



Negative Aspekte

HCD | November 2022

Abschlussinterview

Nachdem Sie sich nun ausführlich mit dem Studiengang beschäftigt haben...
noch zwei kleine Fragen:

1

Stufen Sie den Studiengang als vertrauenswürdig ein? Wenn ja, anhand welcher Kriterien machen Sie dies fest?

2

Macht die Website des Studiengangs einen seriösen Eindruck auf Sie?
Wenn ja, anhand welcher Kriterien machen Sie dies fest?

HCD | November 2022



Beenden der Aufnahme

HCD I November 2022



Fragebögen

HCD I November 2022

Zum Schluss... Zwei Fragebögen



Attrak-Diff

Nutzungserlebnis mit einer Website



VisaAWI

Wahrnehmung der Ästhetik der Website

HCD | November 2022

**Herzlichen
Dank für Ihre
Teilnahme!**

HCD | November 2022

Eltern! GESUCHT

Machen Sie mit bei
unserem Usability Test!

Studiengang

ID INFORMATIONSDSIGN



Liebe Eltern – Sie sind gefragt!

Wir sind im 4. Semester des Studiengangs
Informationsdesign und haben die Aufgabe eine
Website auf ihre Nutzerfreundlichkeit zu testen.
Dafür brauchen wir Ihre Unterstützung!

Für die Untersuchung brauchen Sie kein Fachwissen,
nur Motivation an einem studentischen Projekt
teilzunehmen. Die ersten 6 Teilnehmer*innen erhalten
einen 20,00 € Amazon Gutschein.

Wo? an der HdM oder online
Wann? Ende November - Anfang Dezember
Wie lange? 60 Minuten



QR-Code scannen &
für die Teilnahme
anmelden



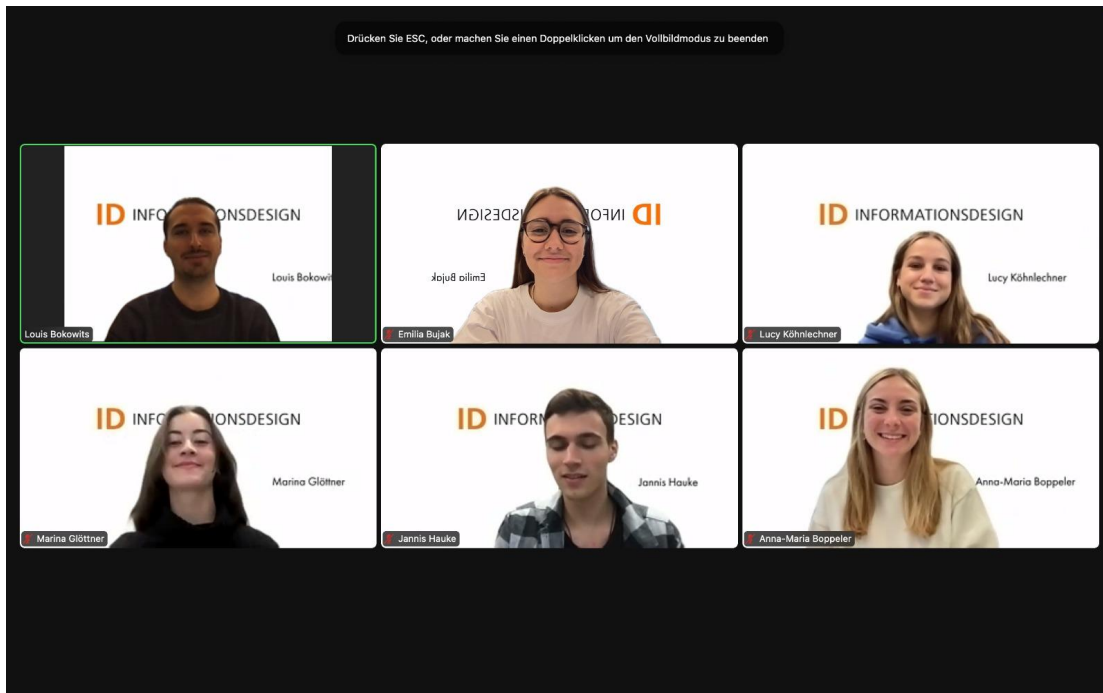
Wir freuen uns auf Ihre Teilnahme!

Haben Sie Fragen?

Kontaktieren Sie uns gerne:

☎ +49 151 1216 2449

✉ lb182@hdm-stuttgart.de



Aufgabenverteilung	
1) Kurzfassung	Gruppenarbeit
2) Hinweise zum Usability-Bericht	Anna-Maria Boppeler
3) Testbericht	Gruppenarbeit
3.1 Beschreibung Nutzungskontext	Gruppenarbeit
3.1.1 Produktname und Produktbeschreibung	Gruppenarbeit
3.1.2 Auflistung der evaluierten Produktbereiche	Gruppenarbeit
3.1.3 Definition der Nutzergruppe Eltern	Gruppenarbeit
3.1.4 Beschreibung der Nutzergruppe Eltern	Gruppenarbeit
3.1.5 Beschreibung der Aufgabensammlung	Gruppenarbeit
3.1.6 Aufgabenbeschreibung	Gruppenarbeit
3.1.7 Beschreibung der Umgebung	Gruppenarbeit
3.2 Evaluationsziele bzw.-fragen	Marina Glöttner
4) Methoden	
4.1 Testteilnehmer	Lucy Köhnlechner
4.1.1 Rekrutierung	Lucy Köhnlechner
4.1.2 Beschreibung der Testteilnehmer	Lucy Köhnlechner
4.1.3 Unterschiede Testteilnehmer und Nutzergruppen Beschreibung	Lucy Köhnlechner
4.2 Testkontext	Emilia Bujak
4.2.1 Testaufgaben sowie die Test- und Aufgaben Szenarien	Emilia Bujak
4.2.2 Testumgebung Usability-Lab	Emilia Bujak
4.2.3 Technische Umgebung Usability-Lab	Emilia Bujak
4.2.4 Testumgebung Remote	Emilia Bujak
4.2.5 Technische Umgebung Remote	Emilia Bujak
4.3 Untersuchungsablauf	Lucy Köhnlechner
4.3.1 Test Ablauf Usability-Lab	Lucy Köhnlechner
4.3.2 Test Ablauf Remote	Lucy Köhnlechner

4.3.3 Moderationsunterlagen Usability-Lab, Remote	Lucy Köhnlechner
4.4 Datenerhebungsverfahren	Emilia Bujak
4.4.1 Lautes Denken	Emilia Bujak
4.4.2 Verhaltensbeobachtung	Emilia Bujak
4.4.3 Befragung (kooperative Evaluation)	Emilia Bujak
4.4.4 Standardisierte Fragebogen AttrakDiff mini	Emilia Bujak
4.4.5 Standardisierte Fragebogen VisAWI short	Emilia Bujak
4.4.6 Anfangs-Interview	Marina Glöttner
4.4.7 Abschluss-Interview	Marina Glöttner
5) Datenauswertung	
5.1 Datenanalyse	Marina Glöttner
5.1.1 Definition Usability-Problem	Marina Glöttner
5.1.2 Das Beobachtungsprotokoll-Wichtige Definitionen	Marina Glöttner
5.1.3 Qualitative Daten Auswertung	Marina Glöttner
5.1.4 Severity Rating	Marina Glöttner
5.1.5 Auswertung der quantitativen Ergebnisse	Anna-Maria Boppeler
5.2 Repräsentativität der Testergebnisse	Anna-Maria Boppeler
5.2.1 Vergleich zwischen Nutzergruppen und Testteilnehmer	Anna-Maria Boppeler
5.2.2 Ergebnis und Schlussfolgerungen zur Aufgabe	Anna-Maria Boppeler
5) Ergebnisse	
6.1 Priorisierte Liste der Usability-Probleme nach Severity Rating	
Usability-Probleme im Detail 1-15	Jannis Hauke
Usability-Probleme im Detail 16-30	Louis Bokowits
6.3 Quantitative Ergebnisse	Anna-Maria Boppeler
6.3.1 AttrakDiff mini	Anna-Maria Boppeler
6.3.2 VisAWI short	Anna-Maria Boppeler
6.3 Interviewergebnisse	Marina Glöttner
6.3.1 Anfangs-Interview	Marina Glöttner
6.3.2 Abschluss-Interview	Marina Glöttner
6.4 Ergebnisse im Bezug auf die Webseite	Anna-Maria Boppeler

6.5 Ergebnisse im Bezug auf die Evaluationsziele	Marina Glöttner
7. Fazit und übergreifende Empfehlungen	
7.1 Fazit	Anna-Maria Boppeler
7.2 Übergreifende Empfehlungen	Marina Glöttner