

# Usability-Testprotokoll

## Call-a-Pizza.de

Laufende Nummer	01
Testgegenstand	Website call-a-pizza.de
Testaufgabe	„Bestelle eine Salamipizza mit extra Oliven.“
Datum / Dauer	18. Oktober 2021 / 00:16:40
Einverständnis zur Datennutzung	unterschrieben, unwiderrufen
Auftraggeberin bekannt?	Ja
Testgegenstand bekannt?	Nein
Vorbildung	Sehr routinierter Screenreader-User, häufige Internetnutzung, beruflich wie privat
Testmethode	Thinking Aloud
Aufzeichnung	Bildschirm, Mikrofon
Beobachtung	Keine Live-Beobachter*innen
Ort	Homeoffice
Testgerät	Notebook
Eingesetzte Software	Windows 10, Chrome (aktuell), NVDA-Screenreader 2021.2
Datei	<a href="#">usability_callapizza-01_2021-10-18.mp4</a>

## Wichtigste Erkenntnisse

- Zahlungsmethode ist auf keinem Zugangsweg auswählbar (kein Formularfeld), die Bestellung konnte nicht abgeschlossen werden
- Menü gut auffindbar/zugänglich
- Vorab-Auswahl der Lieferadresse: Autocomplete-Feld ist nicht (vollständig) übersetzt
- Navigation über Überschriften nicht möglich (Artikel haben keine, nur die Menüblöcke im Footer), so dass - über Links navigiert - immer mehrere unnötige Elemente je ungewollter Pizza im Weg stehen
- Bei der Artikelwahl wurde Feedback erwartet, das ausblieb. De facto hatte noch keine Auswahl stattgefunden, aber da Fokus auf den Modal-Layer für die Verfeinerung der Auswahl gelegt wurde, entstand Ratlosigkeit.
- Eher per Zufall konnte über das Anspringen von Überschriften der Fokus in den Modal-Layer gesetzt werden
- Upselling-Artikel vor der Auswahl der Belagsoptionen unglücklich (sind auch für Sehende nicht im Viewport)
- Optionen werden unkonventionell als "anklickbares Element" ausgegeben (aber geben immerhin Feedback auf Klick)
- Warenkorb-Button ist kein semantischer Button, sondern schlicht Text, ohne Feedback (wurde ratend über Beschriftung identifiziert und aktiviert)
- Link im Mini-Warenkorb ebenfalls keine Schaltfläche
- "Lieferung" vorausgewählt ohne Information, unkonventionelles semantisches Element
- AGB-Feld enthält keine semantische Checkbox

## Empfehlungen

- Die Formularfelder bedürfen dringend einer Überarbeitung.
- Artikelnamen sollten als Überschrift gesetzt werden.
- Anrede: "Ich bin unsicher" ist keine Übersetzung von "weder Herr noch Frau". Inklusiver wäre "keine" oder "weder-noch". Noch moderner: Anrede ganz weglassen.

## Methodik

Beim „Thinking Aloud“ – eingedeutscht „Lautes Denken“ – werden die Proband\*innen aufgefordert, jeden Gedanken gegenüber dem Testgegenstand laut auszusprechen und jede Interaktion mit diesem vorher zu kommentieren. Beteiligt an einer Sitzung sind ein\*e Proband\*in und eine Person in der Rolle Testleitung/Moderation. Optional kann eine weitere Person im Raum den Test beobachten (ohne sich einzubringen) und/oder mehrere Personen mittels Übertragung in anderen Räumen den Test verfolgen.

Die beobachtete Interaktion wird zusammen mit den Äußerungen der Testperson von einer Person mit

Usability-Expertise ausgewertet (typischerweise von der Testleitung). Vordringlicher Nutzen ist allerdings die Aufzeichnung, die denjenigen Personen vorgelegt werden sollte, die mit der Konzeption und Umsetzung der Verbesserung des Testgegenstands befasst sind.

Das Vorgespräch hat zum Ziel, eine entspannte Atmosphäre und Vertrauen herzustellen sowie die Einwilligung zur Aufzeichnung geben zu lassen. Proband\*innen werden ausdrücklich darauf hingewiesen, dass nicht sie getestet werden, sondern der Testgegenstand (hier: die Website). Ziel ist die geplante Verbesserung des Testgegenstands, wobei die gewonnenen Erkenntnisse einbezogen werden sollen.

Bei uns ist es zudem Usus, zuvor zu klären, ob Siezen oder Duzen bevorzugt wird. Ferner bitten wir darum, die abstrakte Aufgabenstellung um eine persönliche Sichtweise anzureichern und mit eigenen Worten umzuformulieren.

Der hier gegenständliche Test wurde remote mittels der Videomeetingsoftware Jitsi durchgeführt und aufgezeichnet.

## Haben wir Ihr Interesse geweckt?

**Usability**

Die Gesellschaft zur Entwicklung von Dingen ist eine der ersten Anbieter\*innen am Markt, die **Usability-Tests auf Barrierefreiheit** anbieten. Unter dem Label „Usability“ führen Usability-Expert\*innen mit langjähriger Erfahrung Usability-Tests nach bewährten Methoden durch, gemeinsam mit Proband\*innen, die unterschiedliche assistive Technologien nutzen.

Mehr Informationen: [www.gesellschaft-zur-entwicklung-von-dingen.de/usability](http://www.gesellschaft-zur-entwicklung-von-dingen.de/usability)

Oder nehmen Sie gleich Kontakt auf:

[usability@gzevd.de](mailto:usability@gzevd.de) – gern auch telefonisch unter +49 30 280 40-0.