

# Usability-Testprotokoll

foodpanda.de

Laufende Nummer	01
Testgegenstand	Website foodpanda.de
Testaufgabe	„Bestelle eine Salamipizza mit Sonderwunsch, z. B. extra Oliven“
Datum / Dauer	15. Oktober 2021 / 40 Minuten
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	Beobachterin im Raum
Ort	Homeoffice
Testgerät	Notebook
Eingesetzte Software	Windows 10, Chrome (aktuell), NVDA-Screenreader 2021.2
Datei	<a href="#">usabilityally_foodpanda-01_2021-10-15.mp4</a>

## Wichtigste Erkenntnisse

Der Auswahlprozess ist durch die mangelhafte semantische Strukturierung sehr zeitraubend.

- Kein einheitliches Bedienprinzip, der Proband muss immer wieder neue Wege ausprobieren, um den Seitenaufbau zu verstehen
- Die Interaktion mit verschiedensten Formularfeldern ist mühselig. Der Proband musste verschiedene Zugangswege probieren (Pfeiltasten, Tabtaste, Screenreader-Shortcuts), um zu verstehen, welche Eingabe jeweils erwartet wird. Erwartetes akustisches Feedback zu Eingaben bleibt aus
- Icon-Schalter sind vielfach unbeschriftet (Sprachwechsler, Bewertungen, Favoriten, Anzahl erhöhen/verringern etc.)
- Die hilfreichen Kategorien zum Eingrenzen der Auswahl haben keine Überschrift und wurden so schlicht nicht gefunden
- Filter werden gefunden, sind aber kaum mit dem Screenreader bedienbar
- Erzwungene Angabe von Telefonnummer und E-Mail-Adresse wäre ohne Testsituation schon ein Abbruchgrund (die Preisgabe personenbezogener Daten ist generell eine zunehmende Hürde für Erstbestellende)

Der angebotene Gutscheincode wurde wahrgenommen, aber die Eingabemöglichkeit wurde letztlich nicht mehr aktiv gesucht.

Unter dem Strich war es aber möglich, per Screenreader die Wunschpizza zur Barbezahlung an der Haustür zu bestellen.

## Empfehlungen

- Strukturierung mit Überschriften (Artikelnamen sollten als Überschrift gesetzt werden)
- Formularelemente und Grafiken nachbeschriften
- Sämtliche Formularinteraktionen sollten stets Rückmeldung geben (vor allem, aber nicht nur, bei "Eingabefehlern").

In der Nachbesprechung kam die Idee auf, den Gutscheincode dem Warenkorb automatisch hinzuzufügen oder zumindest beim Hinweis eine Schaltfläche anzubringen, diesen in den Warenkorb zu übernehmen.

## 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?

Die Gesellschaft zur Entwicklung von Dingen ist eine der ersten Anbieter\*innen am Markt, die **Usability-Tests auf Barrierefreiheit** anbieten. Unter dem Label „Usabilityally“ 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/usabilityally](http://www.gesellschaft-zur-entwicklung-von-dingen.de/usabilityally)

Oder nehmen Sie gleich Kontakt auf:

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

**Usabilityally**