

Usability Testing – Wave 2 Rapport

Projectnaam: *Zuin*

Datum testen: 6 december 2025

Locatie: De Krook, Gent

Onderzoekers: Sam Verkimpe, Maxim Depever, Jitse Van Laer

1. Doelstelling

Het project richt zich op **duurzaamheid in huis** door kinderen te betrekken bij het bewust omgaan met energie en hen te stimuleren om hierover met hun ouders in interactie te gaan. Het doel van deze test was om te bepalen **welke interface het meest intuïtief is voor kinderen**, en welke hen het meest motiveert om energiebewuste keuzes te maken.

2. Onderzoeksopzet

- **Methode:** Usability testing met *wizard-of-oz*-benadering.
- **Steekproef:** 5 gezinnen met kinderen in de lagere school.
- **Interfaces:** 3 UI-varianten op een smartwatch.
- **Taken:**
 1. Identificeer een kamer met “brand” (hoog energieverbruik).
 2. Schakel fysiek een lamp uit.
 3. Doof het vuur in de interface via een slider.
 4. Zoek een verhaaltje in de interface.

Elke taak werd **per interface** opnieuw uitgevoerd om het effect van herhaling op begrip en navigatie te meten.

3. Resultaten

Algemene observaties

- **Herhaling** heeft een sterke positieve invloed op begrip en zelfstandigheid.
- Het **brand-icoon** motiveert kinderen, maar vereist een duidelijke eerste uitleg.
- **Verhaaltje vinden** was in alle UI's moeilijk → structureel probleem in informatie-architectuur.

- **Tekstgrootte** is te klein voor kinderen → ouders merkten dit ook op.

UI-specifieke bevindingen

- **UI 1:**
 - Eerste interactie verwarrend door brand-icoon.
 - Swipe-interactie pas spontaan toegepast bij tweede poging.
 - Kinderen willen personalisatie-opties.
- **UI 2:**
 - Navigatie vlotter door bekendheid met concept.
 - Dropdown menu onduidelijk → negatieve invloed op taak “verhaaltje zoeken”.
- **UI 3:**
 - Enthousiasme bij brand-blussen, maar menu verwarrend.
 - Eén test vroegtijdig stopgezet door bug (“open verhaal” blokkeerde scherm).

Voorkeuren:

- 1 kind koos UI 2, 2 kinderen UI 3, 1 kind UI 1.

4. Conclusies

- **Herhaling** is cruciaal voor begrip van energieconcept en navigatie.
- **Informatie-architectuur** moet herzien worden (verhaaltje beter vindbaar).
- **Visuele aanpassingen** nodig: grotere tekst, duidelijkere iconen.
- **Motivatie-elementen** zoals brand-metafoor werken goed, mits introductie.

5. Aanbevelingen

1. **Vergroot tekstgrootte** en optimaliseer leesbaarheid.
2. **Herstructureer menu** om verhaaltjes eenvoudig vindbaar te maken.
3. **Introduceer onboarding** met duidelijke uitleg van iconen en functies.
4. **Voeg personalisatie-opties** toe om engagement te verhogen.
5. **Test opnieuw** na implementatie van verbeteringen.