

Benutzerbefragung

Steckbrief

- Ziel
- Medien
- Restriktionen
- Erhebungsprobleme

Formen von Befragungen

- **schriftlich** (Validierte Befragung, Ad-Hoc-Befragung)
- **mündlich** (Interview, Fokusgruppen)

Vermeidung sozialer Erwünschtheit

- Vermeidung Anwesenheit Dritter
- Zusicherung Anonymität
- Neutraler Interviewer
- Spezielle Frageformulierungen
 - Definition des abweichenden Verhaltens als normal
 - Betonung des Ausnahmecharakters des abweichenden Verhaltens
 - Unterstellung einer Autorität
 - Verharmlosung einer Frage
 - Gegensuggestion
 - Einbettung von Fragen in nicht bedrohlichen Kontext

Definition standardisierte Befragung

- besondere Form geplanter Kommunikation
- basierend auf Fragebogen
- Ziel:
 - zahlreiche individuelle Antworten generieren,
 - die zur Klärung einer Fragestellung beitragen
- soll von Störeinflüssen freigehalten werden
- Verlauf, Thema, Befragungspartner, Situation vorgegeben

Standardisierung

- Ziel:
 - Gleichheit der Befragung
 - valide / reliable Daten
 - Statistische Auswertung möglich
- Problem bei unterschiedlicher Frageformulierung
- geschlossene Fragen
- identischer Wortlaut und Antwortvorgaben
- Feststehende Fragen- / Antwortreihenfolge
- Kontrollierte Befragungssituation

Vorteile Fragebogen

- Ökonomisch
- Anonymität
- Auswertung
- Kein System oder Prototyp nötig

Nachteile Fragebogen

- Non-Response
- Missverständnisse möglich
- Wahrheitsgehalt
- Incentives

Formen von Fragen

- Offene Fragen (Meinungsfreiheit)
- Geschlossene Fragen (Skalen zum ankreuzen)

Fragentypen

- Frage mit Einfachantwort
- Frage mit Mehrfachantwort
- Matrixfrage (Likert-Skalen)
- semantisches Differential
- Ranking-Frage
- Thermometerskala

- Stimmung- / Sympathieskala

Fragebogengestaltung

- Hypothesen und Forschungsfragen als Basis
- Nur fragen,
 - was man wissen will
 - was beantwortet werden können
 - was beantwortet werden will
- zielgenaue Fragen
- eindeutige allgemein verständliche Frageformulierung
- Pro Frage ein Sachverhalt
- Ausschöpfung aller Antwortkategorien
- keine Kategorie-Überschneidungen
- "Weiss nicht", "Keine Angabe" gewähren
- "Weiss nicht", "Keine Angabe" aus der Skala ausgerückt
- Möglichst wenig Pflichtfragen
- Keine Suggestivfragen
- Ähnliche Fragen zur Kontrolle mehrfach stellen

Online-Befragung

Vorteile

- günstig, schnell
- kostenlose Tools (SurveyMonkey)
- Daten sofort elektronisch
- Einbindung Medien
- Filterführung
- Automatische Randomisierung

Nachteile

- hohe Abbrecherraten
- keine Kontrolle über Zielpublikum
- Fake-Ausfüller (Incentives)
- Mehrfachteilnehmer schwer erkennbar

Validierte Fragebögen

Vorteile

- Durch Wissenschaftler entwickelt / getestet
- Messfehler möglichst ausgeschlossen
- Vergleich zwischen Studien möglich
- Einfach handhabbar

Nachteile

- Starre Frageninhalte / Reihenfolgen
- evtl. unpassend für Produkt
- eher umfangreich
- Übersetzung ins Deutsche nötig

ISONorm (Fragebogen)

Fragebogen zur ISO-Norm 9241 Teil 110 über Konstrukte:

- Aufgabenangemessenheit
- Selbstbeschreibungsfähigkeit
- Steuerbarkeit
- Erwartungskonformität
- Fehlertoleranz
- Individualisierbarkeit
- Lernförderlichkeit

→ 5 Items pro Konstrukt

→ Total Fragen: 35

AttrakDiff

- Misst Usability und Hedonische Qualität
- Gebrauchstauglichkeit (pragmatisch)
- Stimulation (hedonisch)
- Identität (hedonisch)
- Attraktivität

SUS

- Misst Usability und Learnability
- Total Fragen 10

- Fünfstufige Likert-Skala

SUPER-Q

- Misst Usability, Credibility, Loyalty, Appearance
- Total Fragen 13
- Fünfstufige Likert-Skala

Formen der mündlichen Befragung

- Einzelinterview
 - 1 Befragter
 - 1 Teilnehmer
 - Ziel: Infos möglichst unverfälscht von Person
- Fokusgruppe
 - 1-x Befrager
 - 2-y Teilnehmer
 - Ziel: Gruppeneffekte, Ökonomischer, Störeinflüsse durch Gruppe fördern

Interview

Interviewformen

- Offenes Interview
- Strukturiertes Interview

Arten von Interviews

- vor Ort
- in definierter Umgebung
- per Telefon

Einflüsse durch Interviewer

- Effekte sichtbarer Merkmale (Geschlecht, Alter)
- Effekte nicht sichtbarer Merkmale ("Dr. Prof.")
- Gefahr bei unvorhergesehenen Situationen

Neutralität Interviewer

- Reaktionen des Interviewers in Grenzen halten
- Wirksamer Kompromiss
- Keine Argumentation, keine Zustimmung

Merkmale für Interviewer

- Kommunikation
 - Immer hinterfragen: Bin ich objektiv?
 - Alles was gesagt ist wichtig
 - Keine Suggestivfragen
 - Immer höflich
 - Nachfragen (nicht aggressiv)
 - Nachhaken bei unklarer Antwort
 - Kommunikation beginnt beim Empfang, endet mit Verabschiedung
- Ort
 - Aufzeichnungsmittel
 - Über Aufzeichnung informieren
 - Evtl. Möglichkeit für Video-Beobachtung durch Auftraggeber
 - Angenehmes Klima schaffen

Fokusgruppe

- Form: Gruppenworkshop
- Ziel:
 - Antworten auf Forschungsfragen
 - Interaktion inn
-