

Forschungsbericht

In der vorliegenden Masterarbeit wird für den Tierschutzverein SARO Austria (Sarajevo Animal Rescue Organisation) eine Auftragsforschung durchgeführt. Ökonomische Krisen und mangelnde Transparenz im Bereich der Non-Profit-Organisationen führen immer mehr zu schwindenden SpenderInnenzahlen bei Themen wie Umweltschutz und Tierschutz. Mit diesen Herausforderungen sieht sich auch der Auftraggeber, der Verein SARO Austria konfrontiert.

Das Spendenvolumen der Organisation ist in den letzten Jahren deutlich zurückgegangen. Diesem Trend will die Tierschutzorganisation mit einem intensiveren Fokus auf die Optimierung des Internetauftritts und einer Zufriedenheitsbefragung der bestehenden Mitglieder und SpenderInnen entgegenwirken.

Dazu wurden die Forschungsfragen beantwortet wie der Verein SARO Austria für eine bessere Web-Usability auf ihrer Website sorgen kann, wie die Gesamtzufriedenheit der Mitglieder- und SpenderInnen sich darstellt und welche Faktoren die Gesamtzufriedenheit der StakeholderInnen beeinflussen. Zudem wird der Frage nachgegangen, ob die Zufriedenheit von SpenderInnen und Mitgliedern mit einer höheren Spendensumme oder Spendenhäufigkeit einhergeht und ob eine hohe Wahrnehmung von Transparenz in Bezug auf die Mittelverwendung von Spendengeldern zu einer höheren Zufriedenheit führt.

1 Usability-Test der Website von SARO Austria

Abgeleitet von der Zielsetzung ergab sich folgende Forschungsfrage:

Forschungsfrage 1:

Wie kann der Verein SARO-Austria für potentielle sowie bestehende UnterstützerInnen, SpenderInnen und Mitglieder eine bessere Benutzerfreundlichkeit auf der Website herstellen?

Richter und Flückiger beschreiben die Usability einer Website so zu gestalten, dass unnötige Komplexität vermieden werden sollte und dadurch die Funktionalität des Dienstes, einer Webseite oder eines Produktes auf ein für den Benutzer ideales Minimum beschränkt wird. (Richter, Flückiger, 2013 S.7) Düweke und Rabsch (2012) weisen darauf hin, die Usability immer im Hinblick auf die NutzerInnengruppen zu betrachten. Je bekannter die Zielgruppe einer Webseite ist, desto genauer kann man sich auf diese einstellen. Dieses Ziel wird auch in dieser Masterarbeit verfolgt. Die Methode des Usability-Test ist eine innovative, effiziente und kostengünstige Möglichkeit mit einer geringen ProbandInnenzahl qualitativ hochwertige Ergebnisse für die Verbesserung von Websites zu produzieren und die Bedürfnisse der potentiellen UserInnen einer Website zu erforschen.

In seinem Werk „Rocket Surgery made easy“ bringt Steve Krug den Begriff des Usability-Tests einfach auf den Punkt:

„Bei Usability-Tests schaut man anderen dabei zu, wie sie etwas benutzen, was man gerade erstellt, designt oder gebaut hat, und zwar mit der Absicht a) die Verwendung zu vereinfachen und b) zu beweisen, dass es einfach zu verwenden ist“ (Krug, 2010, S.19)

Der Aspekt der aktiven Verwendung beispielsweise einer Website unterscheidet diese Methode klar von jenen der Umfragen oder Fokusgruppen, da man hier mit einer Aufgabe konfrontiert wird, die es gilt zu lösen.

Sarodnick und Brau beschreiben Usability-Tests als die wohl bekannteste Form der Evaluation von Gebrauchstauglichkeit. Sie bezeichnen Usability-Tests als eine Methode bei der das sich in der Entwicklung befindende System mit Hilfe eines Users anhand von einer realen Testsituation erprobt wird. Dabei werden NutzerInnen zu Testern und erfahrene Testleiter beobachten die Personen bei der Erfüllung der Aufgaben, während sie ihnen zusätzlich Fragen stellen. Aus der Mischung an Beobachtungen und Äußerungen des Probanden wird ersichtlich, welche Probleme oder Verbesserungspotentiale in einer Webseite zum Vorschein kommen. (Sarodnick, Brau, 2011 S.162-

163)

Für die Durchführung des Usability Test wurden 10 ProbandInnen nach einem Quotenauswahlverfahren gewählt, um ein breites Spektrum an Diversität in der Zielgruppe zu gewährleisten. Diese mussten Aufgaben auf der Website des Tierschutzvereins in den drei Kategorien Zahlungsabwicklung, Hundevermittlung und dem Abschließen einer Mitgliedschaft bei SARO Austria lösen. Die transkribierte Information wurde in Form eines tabellarischen Codierschemas erfasst und nach den 10 Heuristiken von Jakob Nielsen bewertet, um anschließend die Bewertung der NutzerInnenfreundlichkeit nach den 7 Grundsätzen der ISO Norm 9241-110 vorzunehmen. In weiterer Folge wurden die gefundenen NutzerInnenhürden in Schweregrade eingeteilt, um eine Abstufung zwischen schwerwiegenden und wenig hinderlichen NutzerInnenhürden vornehmen zu können. Als letzter Schritt, in der methodischen Analysephase, folgte die Ausformulierung von Lösungsansätzen zur Optimierung der Website.

Der Vorteil dieser Methode liegt in der leichten Identifizierung von Usability Schwachstellen durch potentielle UserInnen, was einen geringen Kostenaufwand mit qualitativ hochwertigem Nutzen für den Auftraggeber vereint. Sowohl ein Usability Test als auch eine Zufriedenheitsbefragung von Mitgliedern oder KonsumentInnen lassen sich auf alle denkbaren Branchen, Unternehmen oder Institutionen anwenden. Es wurde für den Auftraggeber somit ein Werkzeug entworfen, um in regelmäßigen zeitlichen Abständen sowohl die Web-Usability des Internetauftritts als auch die Zufriedenheit der SpenderInnen und Mitglieder des Tierschutzverein SARO zu erheben. Auch weitere Non-Profit Organisationen, Klein- und Mittelbetriebe sowie politische Organisationen können diese Art der Erhebungsmethodik nutzen, um dieses Wissen in ihrem Branchenbereich anzuwenden.

Folgende zu lösende Aufgaben wurden den ProbandInnen zur Beurteilung der Web-Usability vorgelegt:

Aufgabe 1:

*Gehen Sie auf die Website vom Tierschutzverein SARO und spenden Sie per **Sofortüberweisung** 20Euro für ein Projekt ihrer Wahl. Sie müssen den Spendenvorgang nicht wirklich abschließen, aber führen Sie alle Schritte durch und beenden den Vorgang, bevor sie die Sofortüberweisung absenden.*

Aufgabe 2:

*Gehen Sie auf die Website vom Tierschutzverein SARO und **finden Sie einen Hund**, um diesen zu adoptieren. (Alter und Rasse kann nach Ihrem Geschmack sein) Anschließend suchen Sie heraus:*

- *Wo befindet sich dieser Hund?*
- *Welche Voraussetzungen muss man erfüllen, um den Hund zu adoptieren?*
- *Wie läuft die Vermittlung ab, die Sie für den zuvor ausgewählten Hund brauchen?*

Aufgabe 3:

*Gehen Sie auf die Website vom Tierschutzverein SARO und schließen Sie eine **Mitgliedschaft** ab. Führen Sie die Schritte vor dem Abschluss einer Mitgliedschaft durch, aber schließen Sie den Vorgang am Ende nicht ab.*

Der Wunsch nach benutzerfreundlichen Webdesigns zeigte sich in Hinweisen der ProbandInnen nach einfachen, bildhaften Darstellungen ohne irreführende Wordings und ausgeprägte Textblöcke auf der Website des Tierschutzverein SARO Austria.

Es zeigte sich eine starke Tendenz zu NutzerInnenhürden, die durch eine einfachere Gestaltungen wie beispielsweise dem optimierten Wording der Überschriften und der farblichen Abgrenzung der wichtigsten Begriffe ermöglicht werden kann. Außerdem wird ersichtlich, wie die Usability der Website oftmals die UserInnen zu längeren Suchprozessen verleitet, womit eine schnelle Zielerreichung verhindert wird. Diesem Aspekt kann mit einem klaren, strukturellen Aufbau der Website entgegen gewirkt werden.

Im Bereich der Spendenabgabe kann ein farblich hervorgehobener Spendenbutton die Usability weiter erleichtern. Außerdem sollen auffordernde Worte die UserInnen leichter zu einer Spendenabgabe animieren. (Bsp: „Helfen Sie jetzt das Tierleid zu beenden!“). Die NutzerInnenhürden bei der Zahlungsabwicklung bestehen in der undeutlichen Abgrenzung des Spendenbuttons. Hierbei sollte eine Trennung der Zahlungsmodalitäten vorgenommen werden und jeweils ein eigener Spendenbutton für die betreffende Zahlungsform angeboten werden. Zudem zeigte sich die Eingabe eines Eurobetrages als Herausforderung, die man mit einem offenen Eingabefeld für die Zahlungsbeträge mit geringem Aufwand vermeiden kann.

Im Website Bereich der Tiervermittlung kann auf graphische Darstellungen gesetzt werden, die zu vermittelnde Hunde in Form von kleinen Alben mit Informationen zu den Tieren darstellen. Der Blocktext beim Vermittlungsablauf eines Hundes irritiert potentielle UserInnen und führt zu Abbrüchen bei der Informationssuche. Hierbei sollte der Text in punktueller Form angepasst werden, um einen leichteren Lesefluss zu erreichen. Pfeile die neben den Bildern graphisch konzipiert werden sollten, können die Navigation erheblich verbessern. Mehrdeutige Begriffe sollten einheitlich zu einer Kategorie zusammenfasst werden und in diesem Bereich alle relevanten Informationen wie: Voraussetzungen, Ort, Kontaktadressen, Vermittlungsablauf etc. bereitstellen.

Als letzter Analyse Bereich des Usability-Test wurde der Abschluss einer Mitgliedschaft auf der Website erfasst. Dieser Prozess ist für die ProbandInnen schwer ersichtlich und konnte teilweise nur durch Hinweise erfasst werden. Somit ließe sich hier ein Mitgliedschaftsbutton neben einem entsprechenden Spendenbutton konzipieren. Dieser sollte sich sichtbar, farblich abgegrenzt auf der Startseite des Verein SARO befinden und sofort ersichtlich sein. Leistungen und Inhalte einer Mitgliedschaft müssen den potentiellen Mitgliedern dargestellt werden. Irreführende Wordings wie „Fördermitgliedschaft“ und normale „Mitgliedschaft“ sollten übersichtlicher ausgestaltet werden und einen auffordernden Charakter bekommen. (Bsp.: Ihre Vorteile auf einem Blick). Hierbei kann zusätzlich auf eine Art „Supply-Chain“ zurückgegriffen werden, die graphisch die Prozessschritte des Mitgliedschaftsabschlusses visualisiert. Außerdem sollte man mit Schieberegler für Geldbeträge arbeiten, da diese Form der Bildgestaltung nach der vorgenommenen Befragung die präferierte Form der Visualisierung des Mitgliedschaftsbereiches darstellt.

2 Zufriedenheitsanalyse bestehender SpenderInnen und Mitglieder:

Forschungsfrage 2:

Wie beurteilen die SpenderInnen und Mitglieder ihre eigene Gesamtzufriedenheit mit der Projektarbeit und den Teilbereichen des Leistungsspektrums des Verein SARO Austria?

Der zweite Themenbereich der Masterarbeit befasste sich mit der Zufriedenheitsanalyse von bestehenden SpenderInnen und Mitgliedern. Es wurden zu diesem Zweck die SpenderInnen und Mitglieder zu Ihrer Zufriedenheit in einer quantitativen Erhebung anhand einer bestehenden Mitglieder und SpenderInnen Liste anhand einer Stichprobenziehung mittels Zufallsauswahl (n=82) online in folgenden Bereichen mit einem Fragebogen befragt:

- Kontaktaufnahme mit dem Verein
- Kanäle der Informationsbeschaffung zur Arbeit von SARO Austria
- Präferenz bei Zahlungsmodalitäten
- Bewertung der Transparenz (z.B. Im Umgang mit SpenderInnengeldern)
- Bewertung der Tiervermittlung
- Allgemeine Zufriedenheit mit den Projekten des Verein SARO Austria
- Vorgangsweise beim Adoptieren eines Hundes
- Inhalte die den Stakeholdern (SpenderInnen und Mitgliedern) am wichtigsten sind
- Verbesserungsvorschläge als offene Antwortmöglichkeit
- Soziodemographische Daten

Forschungsfrage 2 wurde einerseits im Rahmen der Vergleiche von Mock-Ups zu den Bereichen: Spendenabgabe, Mitgliedschaft und Information zu Tieren beantwortet, um neue Designvorschläge direkt an UserInnen zu testen und deren Präferenz in Bezug auf das Bildmaterial zu messen. Dazu

wurden in allen 3 Teilgebieten jeweils 3 Bilder in eine Rangordnung nach der persönlichen Präferenz gebracht und anhand eines Friedman-Test im Programm IBM SPSS Statistics ausgewertet.

Andererseits wurde in einem weiteren Schritt eine Bewertung von Statements zu einzelnen Teilbereichen des Leistungsspektrums des Vereins vorgenommen. Aus diesen Informationen wurde die Auswertung eines Mittelwertindex vorgenommen und andererseits offene Fragen zur persönlichen Meinung der ProbandInnen erhoben, die im Zusammenhang mit wichtigen Themen des Verein SARO Austria stehen.

Die Bewertung von bildhaften Mock-Ups zu Beginn des Online Fragebogens lässt deutlich werden, dass die Anwendung von Schieberegler bei Geldbeträgen den befragten ProbandInnen bei der Eurobetrag Eingabe am liebsten erscheint. Sowohl im Bereich der Spendenabgabe als auch im Mitgliedschaftsformular wurde dies ersichtlich. Bei der Hundevermittlung sollte man das Design in Richtung Bilderalben verändern, die alle Informationen über die zu vermittelnden Tieren darstellen und in einer Rubrik die notwendigen Informationen beinhalten.

Bezüglich der Zufriedenheitsanalyse bestehender Mitglieder und SpenderInnen zeigt sich eine hohe allgemeine Gesamtzufriedenheit mit der Arbeit und den Projekten des Tierschutzverein SARO Austria. Die Zufriedenheit der SpenderInnen und Mitglieder wird erhöht, wenn die Transparenz im Sinne der Mittelverwendung im Tierschutzverein hoch ist. Zudem beeinflusst die Gesamtzufriedenheit mit dem Tierschutzverein die Spendenhäufigkeit. Es sei darauf hingewiesen, dass diese Arbeit nur für interne Vereinszwecke konzipiert ist und somit nicht auf andere Tierschutzvereine oder Non-Profit Organisation übertragen betrachtet werden kann.

Abschließend kann man die Ergebnisse als sehr positiv bewerten. Sowohl die Methode des Usability-Test als auch der Zufriedenheitsanalyse lassen sich in einem vom Auftraggeber definierten Zeitrahmen auch für wiederholte Messungen einsetzen. Infolgedessen liefert diese Masterarbeit auch ein Werkzeug für weitere Analysen in einem bestimmten abgesteckten Zeitraum, um Web-Usability als auch die Zufriedenheit von SpenderInnen mit der Arbeit des Verein SARO Austria langfristig zu beurteilen. Diese methodische Vorgangsweise eignet sich ebenfalls für eventuelle andere NGO's oder Klein- und Mittelbetriebe, um Kundenzufriedenheiten unmittelbar an ihren jeweiligen KundInnen zu analysieren und Dienstleistungen bewerten zu lassen.

Schlagworte: Web-Usability, Usability, Usability-Test, Websiteoptimierung, Tierschutz

Literaturverzeichnis:

Krug, Steve (2010): Rocket Surgery Made Easy, New Riders Verlag.

Sarodnick, Florian, Hennin, **Brau** (2011): Methoden der Usability Evaluation: Wissenschaftliche Grundlagen und praktische Anwendung, 2. überarbeitete Auflage, Verlag Hans Huber.

Richter, Michael; **Flückiger** Markus (2013): Usability Engineering kompakt: Benutzbare Produkte gezielt entwickeln. 3. Auflage, Springer Verlag Berlin Heidelberg.

Düweke, Esther; **Rabsch**, Stefan; (2012): Erfolgreiche Websites; SEO SEM Online Marketing, Usability. 2. Auflage, Rheinwerk Verlag GmbH, Bonn.