



Usability-Tests bei Schüco: weil Nutzerfreundlichkeit kein Zufall ist

Im Zuge der strategischen Entscheidung, private Bauherren als Zielgruppe gezielt anzusprechen, hat Schüco den Bereich für Endkunden auf der Website angepasst. Ziel war eine möglichst nutzerorientierte Gestaltung, die wiederum die Grundlage für eine hohe Usability bildet. Ob dies wirklich erreicht ist und ob die späteren Nutzer wie gewünscht mit der Website interagieren, hat Arvato Systems bereits sehr frühzeitig mit einem Klickdummy getestet.

„Der Usability-Test gibt uns die Gewissheit, mit der Navigation auf der Website und mit dem Design der Module auf dem richtigen Weg zu sein. Das Feedback der Testpersonen hat uns wertvolle Impulse gegeben und gezeigt, dass Besucher die Module und Funktionen intuitiv verstehen und nutzen.“

Julia Stolte-Wölbing
Marketing Managerin Online bei Schüco

Ausgangssituation

Um private Bauherren als Zielgruppe gezielt anzusprechen, nimmt Schüco umfassende Änderungen im Endkunden-Bereich auf seiner Website vor. Dabei setzt der Bauzulieferer wieder auf seinen langjährigen Partner Arvato Systems: Der IT-Dienstleister konzipiert und designt den neuen Websitebereich nicht nur, er setzt ihn auch technisch um. Damit sich diese Investition bezahlt macht, war es Schüco wichtig, frühzeitig zu testen, ob das Konzept zur Nutzerführung tatsächlich funktioniert, also ob sich Nutzer auf der Website zurechtfinden. Auch für die Planung und Durchführung der Usability-Tests war Arvato Systems verantwortlich.

Der Kunde

- Die Schüco Gruppe mit Sitz in Bielefeld entwickelt und vertreibt Systemlösungen für Fenster, Türen und Fassaden.
- Der Marktführer im Bereich innovative Gebäudehüllen ist in mehr als 80 Ländern aktiv und beschäftigt weltweit rund 6.330 Mitarbeitende.
- 10.000 Handwerksbetriebe und 30.000 Architekturbüros sowie Bauschaffende, die den Bau eines Gebäudes in Auftrag geben, arbeiten dabei weltweit mit Schüco zusammen.

Branche

- Bauzulieferer



Vision

Schüco wollte einen neuen Websitebereich launchen, der sowohl optisch als auch funktional den eigenen Qualitätsanspruch als Premium-Hersteller und Marktführer unterstreicht: Die Website sollte intuitiv bedienbar sein und ebenso für sich sprechen wie die hochwertigen Schüco Produkte.

Lösung

Als Unternehmen, das bereits seit vielen Jahren User-Experience-Forschung (UX Research) betreibt, hat Arvato Systems für Schüco ein Testkonzept erarbeitet und praktisch umgesetzt. Es galt, die Nutzer von Beginn an in die Weiterentwicklung der Website einzubeziehen. Mit einem Klickdummy, der die spätere User Journey simuliert, hat Arvato Systems die Usability der Website getestet. Schüco wollte etwaige UX-Schwächen frühzeitig identifizieren. So konnte Arvato Systems im weiteren Projektverlauf zielführende Anpassungen vornehmen und einer Entwicklung in die funktional und optisch falsche Richtung entgegenwirken.

Unsere Leistungen

Im ersten Schritt haben die UX-Experten von Arvato Systems ein maßgeschneidertes Konzept und ein responsives Screendesign für den neuen Websitebereich erstellt. Ziel war es, die Nutzer einerseits zu informieren – auch mithilfe hochwertiger Animationen, die eine Geschichte erzählen (Storytelling). Andererseits sollten sie mit der Website so einfach wie möglich interagieren können. Zu überprüfen, ob beide Ziele erreicht sind, war Zweck des Usability-Tests. Als qualitative Methode lassen sich damit – selbst bei kleinen Stichproben – sehr aussagekräftige Ergebnisse erzielen. Insgesamt waren es acht Probanden, die Mussmerkmale wie „privater Bauherr“ und „Altersspanne“, erfüllt haben. Daneben gab es weiche Faktoren wie „Kenntnis zu energieeffizientem Bauen“ und „Internetaffinität“. Zudem war wichtig, dass die Probanden weder IT- noch UX-Experten sind und nicht für Schüco oder Arvato Systems arbeiten.

Gemeinsam mit Schüco hat Arvato Systems dann den Testgegenstand definiert: einen interaktiven Klickdummy, mit dem die Probanden unter anderem folgende Aufgaben erledigt haben:

- Finden Sie den Einstieg in den Privatkunden-Bereich.
- Informieren Sie sich dort über Produkt X.
- Vergleichen Sie Fenstertyp A mit Fenstertyp B.

Dabei haben die Testpersonen die Aufgaben während eines Webmeetings mit einem Interviewer von Arvato Systems bearbeitet, der die Bewegung des Nutzers über die Seite in Echtzeit mitverfolgt hat. Der Interviewer war thematisch vom Fach, jedoch aufgrund der geforderten Neutralität nicht in Konzeption und Design des neuen Websitebereichs involviert. Ein weiterer Teilnehmer fungierte als Protokollant. Zudem wurden – für die spätere Auswertung – alle Testsitzungen aufgezeichnet.

Die rund 45-minütige Testsitzung hat mit einem qualitativen Interview begonnen. Im weiteren Verlauf lag der Fokus auf der Interaktion des Probanden mit dem Klickdummy. Dabei waren die möglichen Klickpfade in der zugrundeliegenden Prototyping-Software hinterlegt. Die damit erzeugten Prototypen unterstützten auch Storytelling-Module mit umfangreichen Animationen.



Der Case im Überblick

Aufgabe

- Konzeption, Design und Umsetzung eines neuen Websitebereichs
- Konzeption und Durchführung von Usability-Tests
- Aufbereitung der Testergebnisse
- Umsetzung bedarfsgerechter Optimierungsmaßnahmen

Technologie

- CoreMedia DXP
- Prototyping-Software Axure
- HTML-Klickdummy Sketch

Ergebnis

Dank des Usability-Tests weiß Schüco, dass sich die Nutzer intuitiv über die Website bewegen können. Sie finden die bereitgestellten Informationen und tätigen die gewünschte Konversion: Sie nehmen Kontakt zu einem Schüco Partner auf – was Schüco neue Leads beschert.



Kundenvorteile

Mithilfe des Usability-Tests hat Schüco unter anderem herausgefunden:

- Ist der angedachte Weg der richtige?
- Finden Nutzer die bereitgestellten Informationen?
- Sind die Informationsmenge und -tiefe ausreichend?
- Ist die Ansprache richtig gewählt?

Neben der Testkonzeption und der Durchführung des Usability-Tests hat Arvato Systems auch die Ergebnisse ausgewertet und in einer Quadranten-Übersicht einschließlich erklärender Video-Snippets für Schüco aufbereitet. Die Quadranten waren:

1. Schweres UX-Problem
2. Moderates UX-Problem
3. Geringfügiges UX-Problem
4. Kosmetisches UX-Problem

Erfreulicherweise gab es keine schwerwiegenden Probleme mit der Usability. Alle Nutzer haben den Einstieg in den zu testenden Websitebereich gefunden. Zu Tage getreten ist lediglich eine Handvoll kleinere funktionale und kosmetische Probleme. So war etwa der Kontrast an manchen Stellen nicht groß genug, weshalb die Nutzer eine Filtermöglichkeit nicht sofort gesehen haben. Neben den Testergebnissen hat Schüco weitere wichtige Erkenntnisse über die Zielgruppe gewonnen: Privatkunden verbinden mit dem Unternehmensnamen eine hohe Qualität. Um den eigenen Anspruch als Premium-Anbieter zu unterstreichen, legt Schüco großen Wert auf eine hochwertige und klar strukturierte Website – was die Testpersonen genauso empfunden haben.

Weitere Fragen? Nehmen Sie Kontakt mit uns auf.

Arvato Systems | **Robert Döme** | Key Account Manager
E-Mail: robert.doeme@bertelsmann.de
arvato-systems.de



Womit können wir Sie heute begeistern?

Über Arvato Systems

Als international agierender IT-Spezialist unterstützt Arvato Systems namhafte Unternehmen bei der Digitalen Transformation. Rund 3.100 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter an weltweit über 25 Standorten stehen für hohes technisches Verständnis, Branchen-Know-how und einen klaren Fokus auf Kundenbedürfnisse.

Als Team entwickeln wir innovative IT-Lösungen, bringen unsere Kunden in die Cloud, integrieren digitale Prozesse und übernehmen den Betrieb sowie die Betreuung von IT-Systemen. Zudem können wir im Verbund der zum Bertelsmann-Konzern gehörenden Arvato ganze Wertschöpfungsketten abbilden.

Durch unser starkes strategisches Partner-Netzwerk mit internationalen Top-Playern wie AWS, Google, Microsoft oder SAP stärken wir unser Know-how kontinuierlich und setzen auf modernste Technologie. We Empower Digital Leaders.

Weitere Fragen? Nehmen Sie Kontakt mit uns auf.

Arvato Systems | **Robert Döme** | Key Account Manager
E-Mail: robert.doeme@bertelsmann.de
arvato-systems.de

