
Inhaltsverzeichnis

Vorwort	V
Abbildungsverzeichnis	XI
1. Über die Bedeutung von Suchmaschinen	1
1.1 Die Verwendung von Suchmaschinen.....	1
1.2 Suchmaschinen sind nicht im Fokus der Produktentwicklung	2
1.3 Über die Elemente der Suche.....	3
1.4 Welche Chancen oftmals unterschätzt werden.....	6
1.5 Ein Blick in die Köpfe der Nutzer	6
Literatur.....	7
2. Der Kontext einer Suchmaschine	9
2.1 Kontext- und Umfeldanalyse	11
2.2 Quellen und Daten	14
2.3 Zugang zur Suche	15
2.4 Endgeräte und Schnittstellen.....	16
2.5 Nutzer.....	16
2.6 Technologie.....	17
2.7 Nutzung und Verwendungszweck	18
2.8 Betreuung und Entwicklung	18
2.9 Unternehmen und Betreiber	19
Literatur.....	20
3. Die Komponenten einer Suchmaschine im Suchprozess	21
3.1 Der Suchprozess in seiner einfachen Form.....	22
3.2 Nutzer.....	22
3.3 Schnittstelle Sucheingabe und Suchausgabe	23
3.4 Technologie.....	24
3.5 Indexe.....	25
3.6 Unternehmen und Betreiber	26
Literatur.....	28

4. Der Suchprozess innerhalb der Mensch-Maschine-Kommunikation	29
4.1 Der Suchprozess teilt sich in vier aufeinanderfolgende Aktionen auf	30
4.2 Sucheingabe	30
4.3 Verarbeitung der Sucheingabe	33
4.4 Ausgabe der Suchergebnisse	34
4.5 Interaktion mit den Suchergebnissen	36
4.6 Hilfestellung und Rückmeldung innerhalb des Suchprozesses	39
Literatur	43
5. Art der Suchanfrage und Auswirkung auf die User Experience	45
5.1 Wie Nutzer die Ergebnisse selektieren	48
5.2 Information Scent	50
Literatur	55
6. User Experience und Usability in Suchmaschinen	57
6.1 Definition User Experience	58
6.2 Definition Usability	60
6.3 Aufbau der User Experience in Suchmaschinen	62
Literatur	64
7. Interaktionsdesign und Informationsvisualisierung in Suchmaschinen	67
7.1 Visuelle Organisation	69
7.2 Komplexitätsgrad	71
7.3 Interaktionsparadigmen	75
Literatur	79
8. User Experience und Usability messen	81
8.1 User-Experience-Ziele für Suchmaschinen definieren	83
Literatur	86
9. Einsatz von Webanalytics für die Fragestellungen der Suche	87
9.1 Vorteile	89
9.2 Nachteile	89
9.3 User-Experience-Werte aus Webanalytics	90
Literatur	94
10. Vorbereitung zum Testen	95
10.1 Fragen zur Hilfestellung	96
10.2 Zur Art des Anwendungsfalles	98
10.2.1 Use Case	99
10.2.2 Nutzungsszenario	99
10.2.3 Personas	99
10.3 Die Auswahl der Aufgabenstellung für den Test	100
10.3.1 Freie Suche	100
10.3.2 Geführte Suche	100

10.4 Testziele definieren	101
10.5 Hypothesen aufstellen	101
10.6 Fragen für den Test formulieren.....	102
Literatur.....	104
11. Evaluationsmethoden im Überblick	105
11.1 Usability-Test	106
11.2 Tiefeninterview	108
11.3 Think Aloud	110
11.4 Eyetracking	112
11.5 Heuristische Evaluation	114
11.6 Onlinebefragungen.....	115
11.6.1 Panelumfragen.....	115
11.6.2 Onsiteumfragen	116
11.6.3 Onsitefeedback	118
11.7 Paper-Prototyping	120
11.8 A/B-Testing und multivariates Testing	121
11.9 Wettbewerbsanalyse.....	123
Literatur.....	126
12. Ergänzende Evaluationsmethoden speziell für Suchmaschinen.....	127
12.1 Logfileanalyse	129
12.2 Relevanztest bzw. Retrievaltests	131
Literatur.....	134
13. Nachbereitung der Tests und Folgemaßnahmen	137
13.1 Aussagen erstellen	137
13.2 Priorisierung der Ergebnisse	139
13.3 Gesichtspunkte der Priorisierung	139
13.4 Darstellungsart von User-Experience-Problemen.....	140
13.5 Kontrolle der Umsetzung	140
Literatur.....	142
14. Zur Produktentwicklung der Suche	143
14.1 Der Kontext der Produktentwicklung	145
14.2 Marktforschung als Treiber der Produktentwicklung	148
14.3 Kosten und Nutzen von User-Experience-Maßnahmen.....	150
14.4 Einfluss der Suchtechnologie auf die User Experience	152
14.5 Lokal, sozial und personalisiert	155
Literatur.....	157
15. Checklisten und Arbeitshilfen.....	159
15.1 Suchprozess.....	159
15.1.1 Die Sucheingabe.....	159
15.1.2 Verarbeitung der Sucheingabe.....	161
15.1.3 Ausgabe der Suchergebnisse	162
15.1.4 Interaktion mit den Suchergebnissen	163

15.1.5	Hilfestellung und Rückmeldung innerhalb des Suchprozesses	164
15.2	User-Experience-Ziele	164
15.3	System Usability Scale	165
Index		167