

Finanzen magisch einfach: App Finanzguru auch dank Usability-Optimierungen auf Erfolgskurs

Der Finanzguru verspricht seinen Nutzern Hilfe bei der Verwaltung von Bankkonten und zeigt Einsparmöglichkeiten anhand der individuellen Kontobewegungen. Mit Hilfe von Usability-Optimierungen stellt das Finanzguru-Team sicher, dass die App leicht zu bedienen ist und Vertrauen erweckt.

Die meisten kennen es: eine unnötige Versicherung hat man schon längst kündigen oder nach einem günstigeren Stromtarif suchen wollen. Im Alltag fehlt oft die Zeit, manchmal auch der Überblick über laufende Kosten. Finanzguru ist eine App, mit der die persönlichen Finanzen anhand der Bewegungen auf dem Girokonto analysiert werden und Einsparpotenzial aufgezeigt wird. Entwickelt vom Startup dwins steht die App kostenlos für Android und iOS zum Download bereit.



Abbildung 1: Testperson interagiert mit einer App im Rahmen einer Usability-Studie.

Usability-Optimierungen bei Apps

- Nur gut verständliche und bedienbare Apps kommen beim Nutzer an. Der kleine Bildschirm und die Touch-Bedienung stellen aber eine besondere Herausforderung dar. Usability-Tests zeigen Probleme und Möglichkeiten zur Optimierung bei der Bedienung.
- Der Einsatz von Eyetracking in Usability-Tests zeigt die Verteilung der visuellen Aufmerksamkeit der Nutzer. Häufig werden Probleme erst so sichtbar.

Das Team von dwins arbeitet agil an der Weiterentwicklung der App. Neue Services erweitern ständig den Funktionsumfang. So wurde ein Stromtarifcheck in die App eingebaut, mit der überprüft wird, wieviel Geld durch einen Stromanbieterwechsel eingespart werden kann.

Für eine App, die neu am Markt etabliert werden soll, ist die Akzeptanz der Benutzer von elementarer Bedeutung. Besonders in einem sensiblen Bereich wie den persönlichen Finanzen muss das Vertrauen der Nutzer gewonnen werden.

Die App stieß gerade in der Sendung „Die Höhle der Löwen“ auf großes Interesse bei Investoren. Als eine der jetzt schon technisch besten Fintech-App wird der Finanzguru durch Usability-Optimierungen noch weiter auf die Bedürfnisse seiner Nutzer angepasst. Eine hervorragende User Experience für alle Nutzer ist das Ziel!



Abbildung 2: Heatmap mit Blickdaten von 10 Personen auf einer Seite der App Finanzguru.

Optimierung der Usability für mehr Vertrauen und Freude am Finanzguru

Gute Usability, also Nutzungstauglichkeit, erlaubt nicht nur einen guten Einstieg für neue Nutzer und das Auffinden möglichst vieler Funktionen. Sie steht auch für Seriosität und

Zuverlässigkeit, besonders wichtig im Finanzbereich.

Deshalb wurde der Finanzguru mit seinem Stromtarifcheck von EYEVIDO mit zehn Testnutzern unter die Lupe genommen. EYEVIDO ist ein Tech-Startup, dessen Cloudsoftware unkompliziert die Durchführung Nutzertests mit Eyetracking ermöglicht. Die zehn Personen waren zwischen 21 und 45 Jahren alt und haben den Finanzguru getestet, indem sie mehrere Aufgaben mit der App erledigen sollten. Sie mussten zunächst in der App die Spartipps finden und dann den Stromwechselprozess durchlaufen.

Mit der Software EYEVIDO Lab wurden dabei neben dem Bildschirminhalt auch die Blick- und Touch-Daten der Testpersonen aufgezeichnet. EYEVIDO Lab zeigte die App dabei auf einem Tablet in einem simulierten Smartphone an, interagiert wurde mit Touch- und Wischgesten (siehe Abbildung 1). Wird eine Seite der App gescrollt, erstellt die Software einen erweiterten Screenshot. Besuchten mehrere Tester die gleiche Seite der App, so werden die Daten aller Nutzer auf einem Screenshot angezeigt. Die Nutzerdaten können somit sehr effizient visualisiert und ausgewertet werden (siehe Abbildung 2).

Eyetracking zeigt Design-Schwäche beim Stromtarif-Vergleich

Beim Finanzguru-Usability-Test zeigte sich, dass die meisten Tester mit der App zurechtkamen. Die gestellten Aufgaben konnten allerdings nicht von allen Personen erledigt werden und das Optimierungspotenzial der App wurde deutlich.

Zum Beispiel hatten sechs Testpersonen Schwierigkeiten zu erkennen, dass auf einer Seite des Finanzgurus seitwärts gescrollt werden musste, um alle Informationen zu finden. Der Nutzer der App befindet sich an dieser Stelle auf einer langen, scrollbaren Seite zu seinem Stromtarif. Etwa im unteren Drittel werden Vergleichstarife zum existierenden Stromvertrag – inklusive Einsparpotenzial – angezeigt. Um die verschiedenen Tarife zu sehen,

musste an dieser Stelle seitwärts gescrollt werden. Im Design ist dies dadurch erkennbar, dass am rechten Rand die nächste Kachel mit dem nächsten Tarif minimal hineinragt. Offensichtlich genügte dieser visuelle Reiz einigen Testern nicht, um die Kachelfunktionalität an dieser Stelle zu erkennen. In den aufgezeichneten Eyetracking-Daten wurde deutlich, dass die Testpersonen diesen Bereich insgesamt kaum wahrgenommen haben.

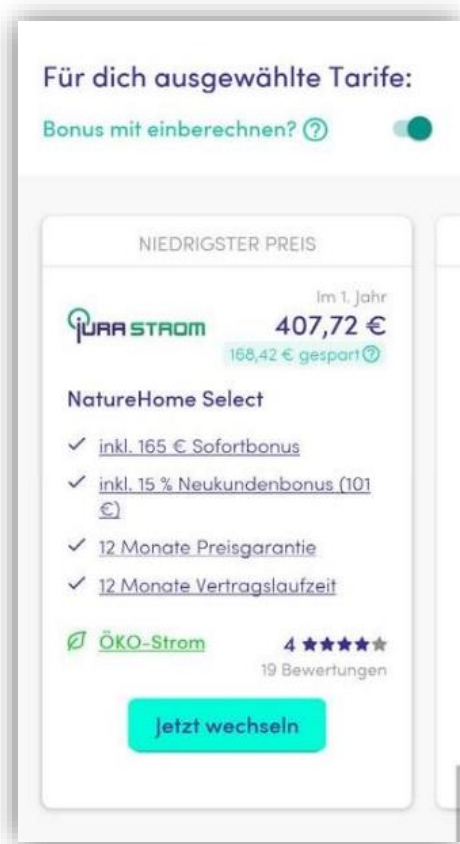


Abbildung 3: Seitliche scrollbare Kacheln in der App Finanzguru. Die nächste Kachel ist am rechten Bildschirmrand zu erkennen.

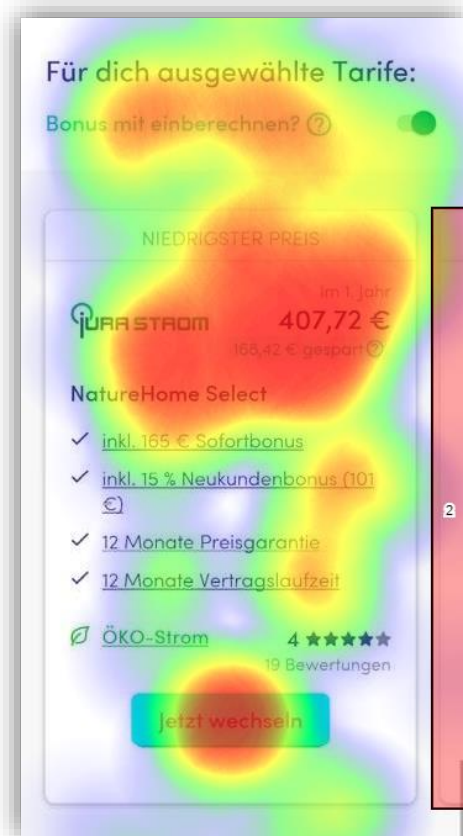


Abbildung 4: Heatmap mit Blickdaten von 10 Personen. Rot markiert: der kaum beachtete Bereich mit den seitlich scrollbaren Kacheln.

An das Finanzguru-Team konnte die Empfehlung weitergegeben werden, diesen Bereich optisch auffälliger zu gestalten und die Kombination von vertikalem und horizontalem Scrolling auf einer Seite zu vermeiden.

Durch das Auffinden und die konsequente Behebung solcher Usability-Probleme hat die App die Chance, nicht nur technisch, sondern auch bei der einfachen Bedienung auf höchstem Niveau mitzuspielen.