

Final *extensive* report on behalf of the Swiss Foundation for Alcohol Research (SSA) Grant 274

December 2018

**The missing links: life-logging and design features of alcohol-related
smartphone applications**

An extended update and evaluation from an interdisciplinary communication design perspective

Klingemann, H., Flückiger, M., Bongard, T., Büchi, M., Carrara, M.

Bern University of Applied Sciences BFH / Bern University of the Arts HKB

Abstract

(Introduction) The increasing use of mobile technology in the addiction field is mainly focused on data collection and brief interventions. The acceptance and consequences of autonomous self-tracking and self-governance as key elements for behaviour change are under-researched.

(Objective) The objective of the study is to establish an inventory and conduct a quality assessment of design and content features of smartphone applications related (at least) to alcohol and available (at least) in one of the Swiss national languages (German, Italian, French) as selection criteria.

(Methods) Based on a list of alcohol-related search terms and accessing both the iTunes App Store and Google Play, n=111 have been identified and analysed in phase one by general characteristics (e.g. icon type, developer, costs, store category/description). The total sample included all available self-tracking applications (n=25) meeting the criteria and a selection of the other applications (BAC applications, n=45). The two main groups 'health promotion' applications and 'entertainment applications' were divided into sub-categories. In phase two all self-tracking applications and selected cases of the remaining applications (n=27) were fully downloaded and independently assessed by three trained evaluators with the Mobile App Rating Scale (MARS) and the System Usability Scale (SUS). A complementary design-checklist allowed for an in-depth analysis. The content quality checklist - conducted with n=13 available self-tracking applications - was based on the theoretical self-change/self-help framework, including the interactivity scale and a modified self-help scale.

(Results) Alcohol-related self-tracking applications are scarce. Only 17 qualified for the scale assessment; drop-outs were partially due to incompatibility with iOS11 update. Presentation and 'marketing' in the shops was often incomplete and misleading (e.g. language, provider). The design scale analysis of the alcohol related applications presented here, shows a rather positive picture: Using the SUS scale, from n=17 self-tracking applications only about a third (six cases) are below the reference average ($x=68$) and three clearly above. Application of the MARS scale shows, with the exception of the 'functionality' subscale, higher scores among the self-tracking applications in the study than among the MARS health applications. The in-depth design-checklist analysis identified visualisation problems as a central flaw. In most cases better design quality also seems to go together with better basic content quality ('overall score'). At the same time, a look at the sub-topics of the content checklist reveals major shortcomings with the majority of applications tested. A website has been developed to grant access to instruments and results of the study (domain: swissalkselftrack.ch).

(Conclusions) Improvements are necessary on four levels: first, related to store information and marketing; secondly, providing a much bigger offer of alcohol-related self-tracking applications with quality assurance both content- and design-wise; thirdly, guidance to potential users how to 'navigate successfully' in a highly unstable digital environment when searching for an alcohol-related applications.

Table of contents

1. Self-tracking in digital lives	5
1.1 Self-tracking in patient-driven health care	5
1.2 The addiction field– diaspora of autonomous self-tracking?	7
2. Objectives of the study	11
3. Methods	11
4. Results	14
4.1 Typology	14
4.2 Description and selection	22
4.3 Quality assessment I (Design): SUS and MARS	26
4.4 Quality assessment II (Design): Design checklist	29
4.5 Quality assessment III (Content): Self-help, self-change checklist	37
5. Results go public: Development of a public website, public access	41
6. Discussion	41
References	46
Annexes	
Annex 1: MARS reference values by rating dimension	50
Annex 2: Design checklist	52
Annex 2a: Design checklist - inventory of app-specific results	53
Annex 3: Self-help, self-change content checklist	83
Annex 3a: Self-help, self-change checklist: inventory of app-specific results	84
Annex 3b Self-help, self-change checklist: web-site content summaries ‘in a nutshell’ based on results annex 3a	108

1. Self-tracking in digital lives

The increasing use and application of various forms of mobile technology in the addiction field can be seen as part of changing paradigms and frameworks of health care systems in general. The following review highlights commonalities and differences between these mainstream developments and the selective adoption of specific features of mobile technology in the addiction field. More specifically, barriers to use the full potential of self-tracking modes by smartphones are discussed and point to the necessity of an interdisciplinary assessment of available tools and their rational.

1.1 Self-tracking in patient-driven health care

In recent years an expanded concept of health and healthcare has gained ground with the empowered individual at the center of action taking, engaging in measuring, experimenting, interventions, treatments and research. Swan points to the consequences of these changes: “[...] implications of emerging patient-driven health care models are that a collaborative co-care model is starting to evolve [...] and that the patient’s role may become one of active participant, information sharer, peer leader and self-tracker, while the physician’s role may become one of care consultant, co-creator and health collaborator” (Swan 2009: 520). Piras and Miele (2018) have focused in their qualitative study on the ‘negotiation process’ as part of a new patient-provider relationship: “Providers can push self-tracking practices but cannot steer them; and patients, through and unexpected use of the self-tracking technologies, are able to negotiate a desired relationship with providers” (Piras & Miele 2018:38). Yet, self-experimentation and self-tracking also meet with scepticism and resistance from the professional world and specialists who do not feel at ease with a new role as consultant (Robert 2012). This becomes precarious, if the technological tool and the app are not adequately constructed and users have to rely on reluctant professionals to make sense of their data. Swan (2009) distinguishes three categories of novel health services: Health social networks where consumers may find health resources and find others in similar health situations (e.g. www.PatientsLikeMe.com). Services include clinical trials access, quantified self-tracking, physician Q&A and emotional support and information sharing. Consumer personalised medicine includes, among

others, direct to consumer personalised genomics services, blood and biomarker as well as environmental testing. Quantified self-tracking can be defined as “the regular collection of any data about the self, such as biological, physical, behavioural and environmental information “(Swan 2009: 509). The potential of mobile phone health applications is considerable with application downloads growing explosively from 300 million in 2009 to five billion in 2010; over 7,000 applications are health related (Swan 2012:104). In 2008, the Quantified Self group in San Francisco and the HomeCamp group in London offered an organisational framework for individuals who wanted to share and explore their self-tracking experiences. Members of this fast growing group (65 worldwide meet-up groups in 2012; Swan 2012:108) “are driven by the idea that collecting detailed data can help them make better choices about their health and behaviour [...] they discuss how they use [...] smart-phone apps [...] to monitor patterns of food intake, sleep, fatigue, mood and heart rate” (Singer 2011:1). Referring to 80% of internet users looking for health information online, Swan (2012) pointed out “statistics suggest that health empowerment and action-taking is becoming a mainstream behavioural norm as opposed to the limited activity of a small group of health enthusiasts“ (Swan 2012:104). Along the same line the recent survey by the Pew Research Centre “Tracking for Health” (2013) shows that 70% of U.S. adults track at least one health indicator (Fox & Duggan 2013:6).

Quantified self-experimentation as a ‘n=1 small data experiment’, typically defines a clear outcome at the beginning, tries many different interventions while observing the effects and at the end solves the issue or provides a new baseline for further experimentation (Swan 2012:110). However, the empowerment of the bio citizens (Swan 2012), who are owners of their data (their ‘data selves’) (Lupton 2013:29) and proactively use new technologies (‘self-hacking’) varies according to the *type of self-tracking*. Apart from ‘private self-tracking’ other types of self-monitoring imply incentives from another actor e.g. in the case of patient health care or health promotion, to complement and support the ‘individual program of behaviour change (e.g. Morris & Aguilera 2012; Gagioli et al. 2012). In contrast to the empowerment effect of these types of self-tracking appear ‘imposed self-tracking’ (e.g. monitoring of location and drug use for probation and parole surveillance) and ‘exploited self-tracking’ (e.g. customer loyalty programmes; applications for research subjects). In these cases, subjects provide - voluntarily or involuntarily - data for collateral use

(Lupton 2014). This ambivalence and the specific self-tracking mode potentially influence the acceptance and use of self-monitoring and self-tracking tools.

1.2 The addiction field – diaspora of autonomous self-tracking?

As two types of alcohol-related smartphone applications surveys so far have broadly distinguished between applications facilitating alcohol use and applications that intervene on alcohol use (Weaver et al. 2013; Cohn et al. 2011). Subcategories of the former include entertainment (e.g. drinking games, bar-finders, cocktail recipes, ordering alcohol) and of the latter BAC health promotion, self-monitoring applications. Applications which intervene on alcohol use have been furthermore classified contentwise by the underlying model of behaviour change e.g. based on motivational counseling, coping/self-control, social support (12-step facilitation), policy/information, cognitive therapy (Cohn et al. 2011: 2212). Attempts to assess the quality of intervening applications by content analysis almost exclusively focus on information reliability, checking for evidence-based information and correct match with claimed theoretical reference (behaviour model), at most complemented by user perspectives of the usefulness of the applications (Weaver et al. 2013: 8). Accordingly, Cohn et al. point out that the few applications addressing alcohol-use behaviour change mostly don't incorporate empirically based components (Cohn et al. 2011:2213) and Weaver et al. conclude "[h]ealth departments [...] need to [...] endorse quality, evidence-based apps to give specific apps credibility in an [...] unregulated market [...]" (Weaver et al. 2013). A more recent study by Penzenstadler et al. (2016), conducted in 2014, analyses 137 English language applications related to alcohol use disorder and focusses also on correctness of content quality, quality of health information and uses the Self-Help Model as a theoretical reference. The authors conclude that "most of the apps lack good content quality and good self-help features [...]" (Penzenstadler et al. 2016:7) only three of the applications had valid self-help options.

In contrast to the relevance of self-tracking in the general health care system as reviewed above, self-tracking applications in the addiction field are - based on the studies reported above - rare and hardly evidence-based. At the same time, one has to keep in mind, that content-oriented quality assessments will be influenced by normative decisions concerning selective evidence criteria and specific model fit. A

systematic analysis of the quality based on app design criteria is missing, at best marginally taken into consideration (e.g. 'interactivity' by the Abbot scale Penzenstadler et al. 2016) or referred to anecdotally e.g. when Weaver states that "[apps] should be innovative useful, desirable, and fun in order to compete with apps encouraging unhealthy behavior" (Weaver et al. 2013:1). However, design and usability matter: A closer look shows that the long-term use of self-tracking tools, as it is intended prominently in the context of prevention and chronic conditions, notably alcohol related problems, depends crucially on the acceptance of the user. Lifelong management of mental illnesses take felt stigma and appropriate feedback visualisation into account by using unobtrusive sensing technology represents another typical example (Matthews et al. 2014). Making life-logging usable therefore becomes a critical issue. The question "how can we design systems for wellbeing?" (Meyer et al. 2014:97) tends to be neglected, particularly when dealing with top-down therapeutic, preventive 'pushed self-tracking' or 'imposed self-tracking' (Lupton 2014). Rapp and Cena (2016) conducted a diary study with unexperienced potential users and identified perceived problems with 'tracking data', managing data', 'visualizing data' and 'using data' suggesting seven design strategies to better Personal Informatics tools (Rapp & Cena 2016). Furthermore, emotional dimensions of self-care and self-monitoring are important elements facilitating the adoption of specific self-tracking methods and their use: "When self-tracking tools incorporate gamification strategies, such self-management is rendered not only into a responsible activity, but also as fun and competitive" (Lupton 2013c:28).

Besides poor content related quality and lack of design evaluation, little interest in the addiction field in the requirements and needs for autonomous use of self-tracking tools, compared to 'top down' applications of mobile technologies will impede wider diffusion and acceptance:

Firstl, addiction research is using digital tools to collect more valid 'in the event' alcohol consumption data from using smartphones in particular as state-of-the-art data collection interface. Participants in such studies are considered as paid research subjects and don't own their data. Besides technical challenges only researchers' hesitation is seen as barrier for a wider use (Kuntsche & Labhard 2014). A

consideration for future studies is to connect breathalysers with smartphones¹ and to expand the range of data gathered from the participants (Kuntsche et al. 2014).

Secondly, self-tracking to facilitate behaviour change and to support proactive use is practiced within a wide range of applications based on the concept of brief intervention and findings that self-monitoring and 'prompt self- recording' is associated with improved out-comes (Michie et al. 2012). Smartphone applications have been used to offer continued care and monitoring after alcohol treatment discharge (Haug et al. 2015; Ming-Yuan et al. 2014 on relapse prevention); mobile text messaging-based interventions, partially combined as web- and text-based, have been tested in the prevention field targeting problem drinking (Haug et al. 2013a,2014), smoking (Haug et al. 2013b) and marijuana use (Shrier et al. 2014a, b). Finally, the digitalisation of controlled drinking programmes such as the Canadian/Swiss Alcochoix+ is currently discussed, with use options, however, strictly under therapeutic guidance (Pfister 2017). An exception to this limited intervention-oriented perspective is the increasing recognition of the potential of modern technologies to facilitate self-change in terms of 'private self-tracking'. Research on natural recoveries offers an evidence-based rationale for self-monitoring: Self-tracking and decisional-balancing have been identified as major agents of individual change (Klingemann & Sobell 2010). Earlier studies have used Interactive Voice Response (IVR) monitoring to study their influence e.g. on the natural resolution of drinking problems and medication adherence (Tucker et al. 2012,2013; Schroeder et al. 2013). However, this tool proves to be technologically out-dated and heavily research oriented. A comparison between stand-alone smartphone interventions and bibliotherapy combined with internet-based motivational intervention again showed improvements of consumption with both interventions (Gonzales & Dulin 2015). The authors assume that specific negative design features have impeded the full potential of the smartphone app such as lack of system prompts to encourage users (Gonzales & Dulin 2015:9). So far the only app based on research on self-change is iSelfchange first released in October 2014 and up-dated in April 2018 for iOS11. With students and young adults as target groups it is promoted by emphasising its evidence-based nature and autonomous use to change and understand personal drinking and smoking habits without professional

¹ See, for example, media reports in Switzerland concerning the development of new sensors as a spin-off of an ETH project: M.Kaufmann [Schweizer Firma macht aus Smartphone Alk-Tester](#). Blick am Abend 25.2.2015: 1,2.

treatment:

SelfChange™ app for Smartphones

Most individuals whose alcohol problems are not severe, particularly college students and young adults, do not seek treatment. Several studies have shown that many people with alcohol problems can successfully change their drinking with minimal help. Now an app, iSelfChange™, has been developed for Smartphones. This evidence-based smartphone application was designed to promote a healthier lifestyle by allowing people to better understand their drinking behavior and moderate their alcohol intake. Smokers can also track their cigarette use. The iSelfChange™ app is available 24/7, is confidential, innovative, free, and provides a non-stigmatizing way of helping people change their drinking without entering treatment. The app can be downloaded for free at the iTunes and Google Play stores by searching for iSelfChange™ or clicking on the following links.

iPhones: <https://itunes.apple.com/us/app/iselfchange/id761033899?ls=1&mt=8>

Android: <https://play.google.com/store/apps/details?id=edu.nova.iSelfChange>

This app was tested among 126 young adults in the age bracket 21 – 36 years (most certainly not seeking treatment), who had no past history of alcohol-related treatment or self-help use (Sobell et al. under review). In a group comparison the self-change intervention material was distributed as iPhone app intervention (group 1) and as email pdf intervention (group2) and various outcome measures collected at baseline and with a two-month follow-up. (The programme and messages delivered to the participants were similar to the approach used in the context of the authors' successful proactive community prevention project (Sobell et al. 1996, 2001)). The multivariate analysis of the intervention outcome, however, showed, that the transfer to smartphone technology proved not to yield any added value: "The study found comparable outcomes who received the same intervention designed to help them change their drinking on their own whether delivered by email or iPhone [...] both groups showed significant reductions [...]" (Sobell et al. under review). The authors do not offer any explanation for the self-tracking success independent of the tracking mode among this digital savvy group. Possibly, the expectations of the participants for self-observation were simple enough not to require sophisticated smartphone functions. 'According to participants' satisfaction, "recording my alcohol use on the weekly logs" was most appreciated by the participants with no differences between iPhone and e-Mail. Even though the study included a usability pretest, design deficits

(possibly to facilitate individual data entry) might explain the comparable performance of both modes of intervention.

2. Objectives of the study

Addressing the research gaps identified, the study pursues the following objectives: First, the compilation of a comprehensive typology of smartphone applications related to alcohol use disorders complementing previous classification efforts; secondly, establishing an inventory of alcohol-related applications available in German, French or Italian - applications in German or French developed and marketed in Switzerland and its neighbouring countries so far have not been reviewed - ; thirdly, a design evaluation of the applications with a focus on self-tracking applications – so far only content-based reviews are available -; fourthly, the development of a complementary design-checklist for in-depth analysis – available rating scales being often too general –; fifthly, the establishment of a ‘self-change content checklist’ – overcoming restrictions of other reference models - for an in-depth analysis of all self-tracking applications - and furthermore an analysis of the relationship between design and content quality of self-tracking applications in German, French or Italian. Finally, the app profiles and evaluation results will be made available to a broader public on a website to be established by the end of the project. The present article provides preliminary results of the first four objectives.

3. Methods

(search) Between February 2017 and March 2018 as a first step of the study, a key word search was conducted both in the iTunes App Store (Apple) and Google Play Store (Android), which share almost all the market. Comparable alcohol-related search terms in German, French and Italian included as single words or in combination: alcohol; drinking; harm reduction; alcohol dependency; alcoholic; alcohol abuse/abusing; controlling alcohol; reduce alcohol; quit alcohol; healthy lifestyle; drink less; alcohol abstinence; alcohol moderation; blood alcohol; AA – alcoholics anonymous; 12 step; cognitive therapy; alcohol dependency; alcohol help; stop drinking. Furthermore, only applications available in at least one Swiss national language - that is German, French and Italian - were selected. First, the Swiss stores ‘.ch’ was searched then the stores of neighbouring countries France, Belgium, Germany, Austria and Italy.

However, the seemingly straightforward selection criteria 'available language' surprisingly proved to be more ambiguous than initially assumed. The first, mainly descriptive collection of applications with key information in an online data base, was based on the store presentation only, without downloading. Language-related information proved not always to be reliable: In some cases, the applications simply did not exist in the shop stated language or were poorly (e.g. Google translate) or only partially translated with some functions remaining in the original language. During the second evaluative data collection phase (finished in March 2018; overlapping with phase 1) now using downloads of all self-tracking applications and selected applications of the other alcohol-related app types, changing language presets after downloading the applications turned out to be error-prone, the device language had to be preset and the App store had to be changed before downloading the app. The applications usually appear to the user in the phone system language and often there is no other way to know which other languages are available without changing the system language. Afterwards, each app was language quality checked. As to the search term results, we also had to do with a highly dynamic system and the store as some kind of black box, as unknown steering suggestions and search algorithms adapting to user /consumer profiles have to be kept in mind as limitations. Finally, app characteristics and availability changes quickly over time e.g. with the release of iOS11 during the study and applications not adapting to the new standard.

(sample) The main focus of the search were intervention/health promotion applications and the identification of all self-tracking and self-monitoring applications matching our selection criteria mentioned above. Other intervention/health promotion applications and entertainment applications were continuously included until no new sub-categories emerged and until a saturation point was reached. As the result of the search described above, the total sample consisted of n=111 applications; n=32 entertainment applications and n=79 health promotion, intervention applications.

(instruments) The analysis (and subsequent rating) was conducted by two researchers/trained evaluators with German as their mother tongue and knowledge of French and one bilingual Italian-French researcher using identical phones: Nexus 5X, operating system Android 6.0 (Playstore) and iPhone SE, iOS 11(App store). In a first step, formal characteristics of the applications (e.g. ratings, costs, developer, store) and objectives (mission statements) of the applications were registered on the basis

of shop presentations and a typology established using the studies by Cohn et al. (2011) and Weaver et al. (2013) as a starting point. In a second step, to enable a scale-based design quality rating selected applications were actually downloaded for further analysis.

The design evaluation of the applications in step 3 is based on a) a rating of the overall impression of the reviewers at the end of step 1 (“How well done with respect to user and design aspects, would you think is this app?” rating scale 1-5 ‘very well done’ – ‘complete failure’); b) independent application by the three reviewers of the System Usability Scale (SUS) (Brooke 2013) and c) the Mobile App Rating Scale (MARS) for assessing the quality of health mobile applications (Stoyanov et al. 2015); d) store ‘star’ ratings.

(ad b) Both scales for usability evaluations have been applied the first time with this study to applications related to alcohol use disorders. The 10-item questionnaire with 5 response options of the SUS scale has been widely used, initially meant as a ‘quick and dirty’ scale but it became soon an industry standard with references in over 1,200 publications (Brooke 2013). It was intended as a measure perceived ease-of-use but proved to be a global measure of system satisfaction including sub-scales of usability (8 items) and learnability (2 items: 4 and 10) and has been shown to be both reliable and valid (Sauro 2011).

(ad c) The MARS scale was developed in Australia as a new tool for assessing the quality of health mobile applications; as app-quality assessments so far had only relied on “star” ratings. The instrument was validated based on the analysis of 1,533 applications retrieved from an iTunes-search and the app quality criteria were clustered within the engagement, functionality, aesthetics, information quality and subjective quality categories, to develop 23 sub category from which the 23 individual MARS items were developed (Stoyanov 2015: 3). The three reviewers of the project team were prepared for the task by a 37 minutes training video

(<https://www.youtube.com/watch?v=25vBwJQlOcE>); the time necessary to rate the applications varied between 20 and 30 minutes.

(ad d) 5 star ratings (minimum of five user ratings necessary to obtain a star rating) will also be included as they have shown moderate correlations with the MARS total score (Stoyanov et al. 2015:4). At the same time some drawbacks have to be kept in

mind: Both stores have a rating system based on 5 stars, but Play Store ratings seem less consistent than App Store ratings because only the App Store has applications which prompts users with reminders asking them to rate an app regularly.

Finally, to check the reliability of the search results and in particular the assumption that all self-tracking applications had been detected, three key personalities in the addiction field in Switzerland were presented with the list of applications and asked to check if it was complete. All confirmed that no other applications were known; Dr Y. Khazal from the Geneva University Hospital research group and co-author of the English app quality assessment exercise (Penzenstadler et al. 2016) (e-mail confirmation March 2017); B. Erni, Director of the Berner Gesundheit, the major association of addiction counselling and prevention agencies (e-mail confirmation September 2017) and M. Mezzera, Head of the Berner Gesundheit Health Promotion, Prevention Division (e-mail March 2018).

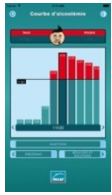
4 Results

4.1 Typology

The descriptive and explorative analysis of the total sample (n=111) led to a more detailed classification of alcohol-related smartphone applications and the identification of sub-types compared to previous attempts, which confounded formal and content criteria (e.g. Cohn et al. 2011; Weaver et al. 2013). We can distinguish broadly between alcohol-related intervening applications and alcohol-related facilitating applications.



A first category within the former can be called **information-centered** and simply aims at raising the knowledge about alcohol issues. A typical example is “Alcohol Quiz” (<https://tinyurl.com/ybr7uuhy>) - a multiple-choice quiz about alcohol. After the user has answered, the right answer is shown and additional information for the specific topic is provided.



Furthermore, an offer of numerous Blood Alcohol Concentration (BAC) applications can be found focusing on the DWI problematic. A closer look shows a diversity of 'app ambitions'. A first group focuses on **BAC blood alcohol concentration only**. For example: "AlcooTel MAAF" (<https://tinyurl.com/y8m5otob>), which is such a blood alcohol level calculator app. The user enters his or her personal data and the amount of meals and alcoholic drinks consumed during the day. The app then calculates the amount of alcohol in the user's blood and gives information on when the body will have broken down the alcohol. The app also informs about drinking and driving laws and encourages the user to take a cab or call a friend instead of driving him/herself.

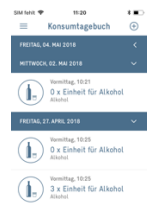


Besides this most familiar type some BAC applications are used to familiarise the user with a wider perspective on alcohol problems. A first category can be labelled **BAC enhanced with tests and information**: "Alkohol Check – Fähigkeiten Test" (<https://tinyurl.com/yaws9rf2>) uses five mini-games to determine the user's ability to drive. The first game checks the users balance by having to place a car on a precise place on the screen by balancing the smartphone. The second game checks the ability of coordination by having to click a black balloon each time it appears on the screen. The third game checks the ability of seeing, by having to click on a slightly darker red point between lots of other red points. The fourth game checks attention and concentration by choosing the next higher number than the one that appears in very short interval. The fifth game checks the user's memory by having to remember 5 different smileys in a row.

A second category **BAC additional behavior tracking** goes aims beyond the DWI topic: "Gesundheitsrechner" (<https://tinyurl.com/lo2vpqn>) is an app which offers various calculations for physical health (BMI, calories needed for losing or gaining weight, heart rate, blood volume, blood alcohol level, amount of water needed per day, ideal body weight, body fat percentage, due date (pregnancy), ovulation predictor).



The blood alcohol level calculator allows entering different personal, the amount of drinks consumed and time passed since the last consumption.



A focus of the further analysis and quality assessment are **self-control/self-assessment/tracking applications** of which a typical example is:

“Arud Konsumententagebuch” (<https://tinyurl.com/lo2vpqn>) is a diary which allows the user to enter for each day the number of drinks consumed and his mood at the time of consumption. The user can enter goals and the app shows if these goals were missed or achieved in the past weeks/months. The app offers a lot of other information, such as overview of entered data in graphs, calculating blood alcohol level, addresses of help and therapy centers, websites for further information and the option to lock the app with a PIN code.



Another example is: “Schluss mit Sucht – Quitzilla” (<https://tinyurl.com/y97ogccb>) which simply counts the time since the last alcohol consumption and calculates the amount of money saved since.



More specific applications within the intervening category promote **specific methods of treatment** such as “Vital Tones” (<https://tinyurl.com/y7u4ya7x>).

This app offers treatments for various addictions, including alcohol consumption. The app offers sessions of “brain wave sound” which promises to cure the addiction.

Finally, applications with the mission to facilitate awareness of and access to **social support** seem to be rather rare, other than in the United States where 12-step groups are dominant.



“Rettungsring” (<https://tinyurl.com/y7ccnbrv>) is an app of a self-help group in Germany. The app informs about the group’s mission, rules and contact information and show dates of real-life meetings.

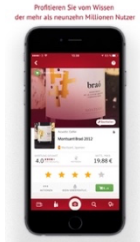
Within the second principal category of ‘alcohol facilitating applications’ the following subcategories can be identified and exemplified:

Buying, ordering, locating alcohol



“Drink-Shop” (<https://tinyurl.com/yd6lvsny>) is a Swiss online shop for alcoholic and non-alcoholic drinks with home delivery.

Information: beer and wine guides



“Vivino Wein Scanner” (<https://tinyurl.com/yaskyelt>) is a wine-lover’s community and online shop. The user gets opinions and ratings of the community for the chosen wine. Additional information such as origin, taste and serving suggestions are available. The wines can be bought directly through the app and the user can make a list of his favourite wine.

Making drinks



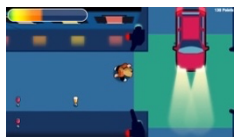
“Cocktail Flow” (<https://tinyurl.com/y9h62y3l>) is a recipe app for alcoholic mixed drinks.

Facilitating drinking games, trivia game



“Drink Roulette” (<https://tinyurl.com/y87heckd>) is a spinning wheel game for parties. The user enters all participating people and the app spins the wheel. The person chosen must drink.

Counteracting the alcohol promotion game category, some applications try to use fun and gamification strategies with **educational alcohol-related games**, such as playing



“After Party” (<https://tinyurl.com/ybcqmreb>), the user must guide a drunken avatar to its home. On the way, he must answer alcohol-related questions. If he answers wrong or the avatar collides with an alcoholic drink on the street, the avatar gets more drunk and the game gets more difficult to win.

Table 1 shows the distribution of these various app types in the present study

Table 1

Sample distribution by consolidated app-typology

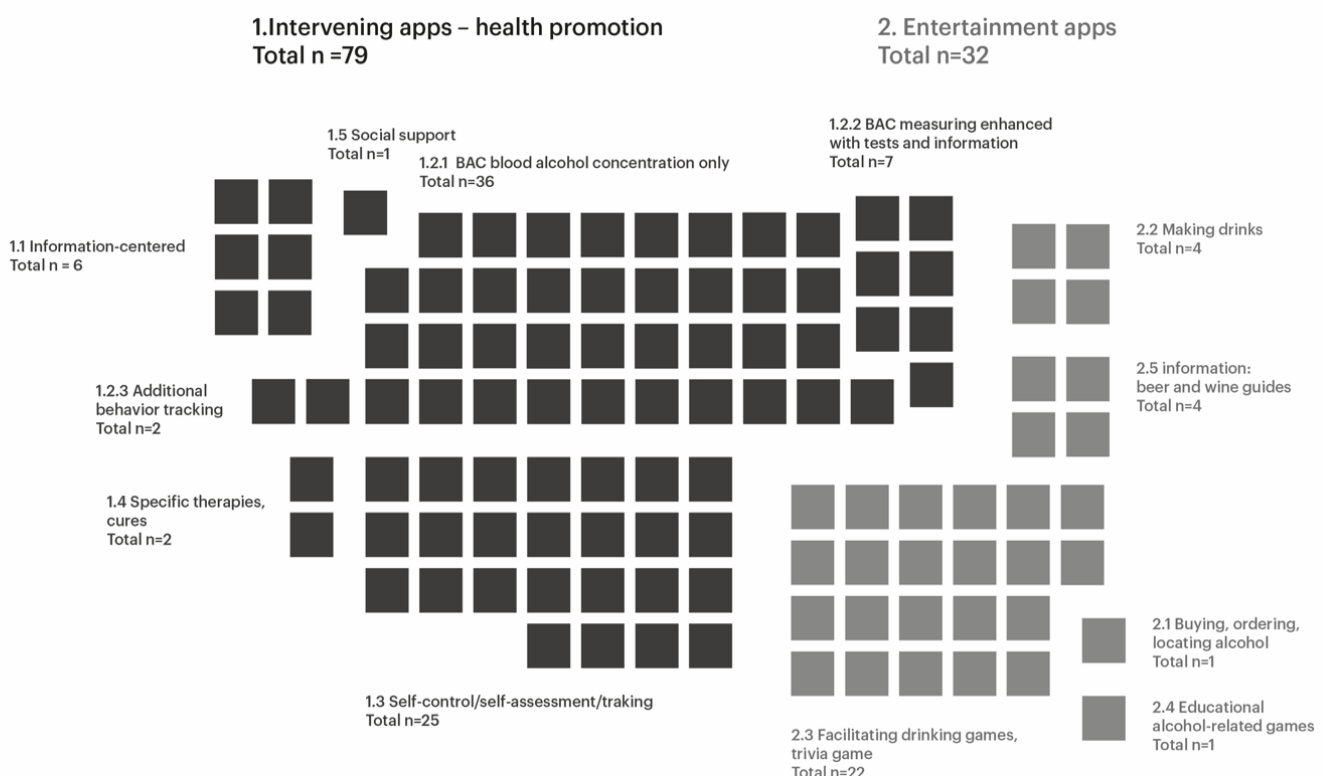


Table 2 provides an overview of the *general formal characteristics* of the total sample of the applications in the study. Both app stores are represented roughly equally with Apple Store applications 59% (n=65) and Google store (Android) applications with 41% (n=46). In all subcategories store information on the provider of the app is scarce. Even with self-tracking applications this is the case in 52%. In the BAC only category 92% applications cannot be linked to a provider or an institutional background. Modern Flat Design² is used with the majority of applications; 84% are for free and 13% (36% of tracking applications) address - besides alcohol problems - also other substance abuse and addiction problems. 60% are announced as being available in German, 49% in French, 41% in Italian; 56% additionally in English and 7% in other languages.

This is a only a rough indicator whether the app went “with the times”; however, as a design criteria itself, whether an app uses “flat” design or not, is more of a stylistic choice, rather than inherently “bad or good”.; more important is that the app is visually cohesive and aesthetically pleasing which can be achieved in numerous different styles. See also comments to the following table 2.

Table 2. General characteristic of alcohol-related applications by sub-type (total sample n=111)

COMMENT				*	**		***	****	****	****
Application type	Store	provider info	provider status	Upgrade	Flat design	price	multi-problem	German	French	Italian
	AppStore (not Google)	not indicated	public, non-profit	yes	yes	for free	yes	shop info	shop info	shop info
Information n=6, 100%	n=3	n=2	n=1	-	n=4	n=6	n=1	n=3	n=4	n=3
BAConly n=36, 100%	18 / 50%	33 / 92%	3	9	22/60%	29 / 81%	not appl.	22	17	18
BACplus n=7,100%	5	7	-	1	4	6	1	4	2	3
BACbehac n=2, 100%	-	2	-	-	1	2	2	1	1	1
Tracking n=25, 100%	15 /75%	13 /52%	7/ 28%	7/28%	19 /76%	18 /72%	9 /36%	18/ 72%	14 /46%	10/40 %
Spec.cure n=2, 100%	2	-	-	2	2	-	0	2	1	1
Support n=1,100%	1	1	-	-	1	1	1	1	-	-
Buying n=1,100%	1	1	-	-	1	-	-	1	1	1
Drinks n=4, 100%	3	2	-	-	3	-	-	2	2	1
Drinking games n=22, 100%	13 /59%	18/82%	-	2	6/29%	-	-	13	9	5
Edu games n=1, 100%	1	-	1	-	-	-	-	-	-	-
Guides n=4, 100%	3	3	-	-	3	3	-	1	3	2
N=111										

Comment:

* Upgrade yes/no means if there is or not a pro version of the app available to buy.

** Flat design is “beautifully digital” and does not try to imitate properties from real life. The “opposite” of flat design is called ‘skeuomorphic design’ which imitates properties from “real life” in screen design; e.g. meaning icons may have “shadows” or appear “3-dimensional”, or imitate a certain real life material, such as wood or metal.

*** Multi-problem, if the app also addresses other addiction or health problems.

**** ‘Shop info’ meaning that according to shop information the availability is at least indicated

in this language (but see method section).

The visual representations of the applications in the shop by the icon used is shown in table 3. Intervening applications rely heavily on stereotypical icons; 40% use bottles or glasses in the icon, hardly appealing to at risk drinkers. Only in the self-tracking category more neutral icon designs can be observed; only 6 out of 25 applications use bottles or glasses.

Table 3. Visual icon presentations of alcohol-related applications by app sub-type (total sample n=111)

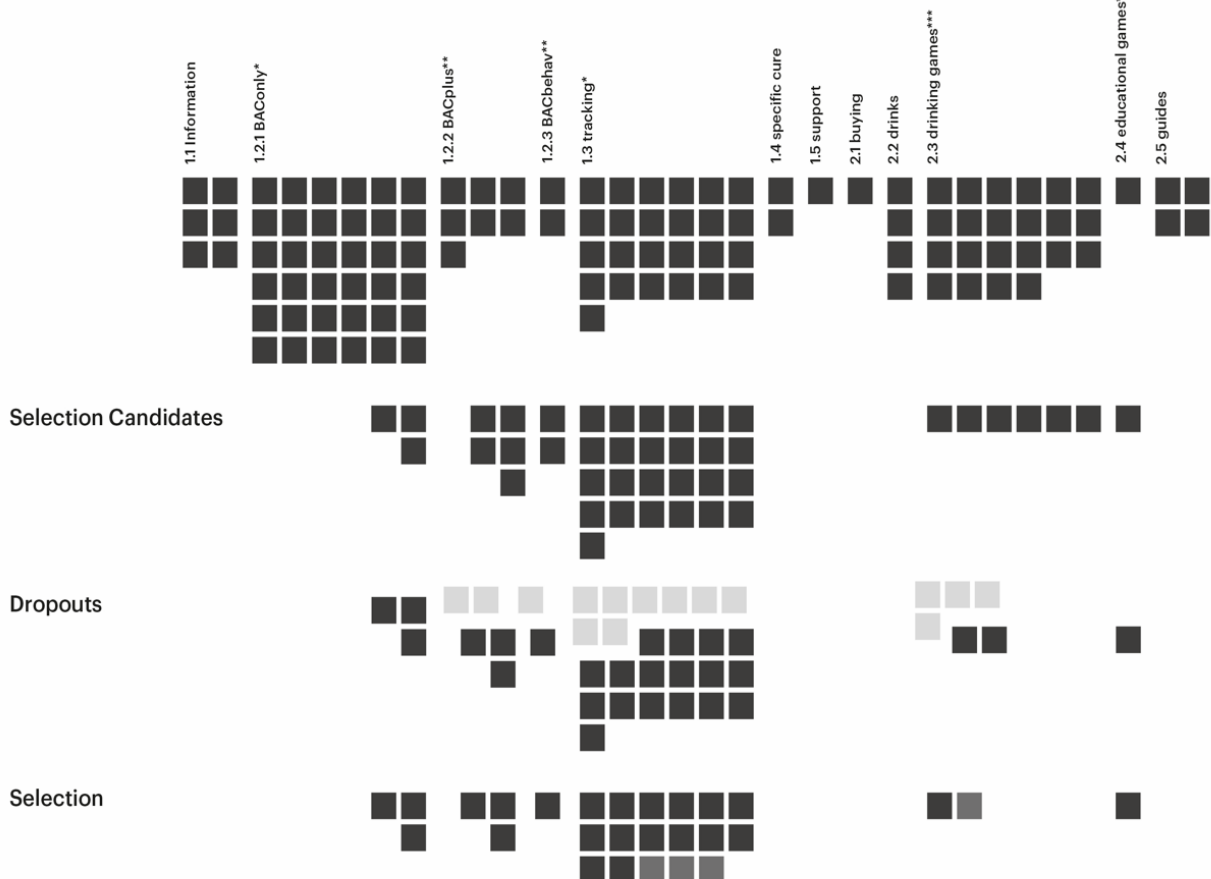


4.2 Description and selection

For the rating-based quality assessment of the applications all self-tracking applications were selected (n=25) as well as all enhanced BAC applications (n=7), all BAC applications with additional behaviour tracking (n=2) and the only educational entertainment app identified (n=1). From the specific 'BAC-only' applications during phase 1 the worst evaluated, based on 'overall impression' (see a), and the one with the best 'overall impression' were selected; a third app was chosen by the reviewers as a particularly interesting case ('wild card'); more specifically, of its way of using drag and drop for the selection of drinks. Similarly, and for comparison reasons, the best and worst rated entertainment applications (facilitating drinking games) were included in the rating-based quality assessment. From this sub-sample, after drop-outs for various reasons (see table 4) n=27 applications served as the data base for the MARS and SUS evaluations.

Table 4

Selection and drop out rates by app type



*selection: best and worst researcher rated and wild card (-> explanation why)
 ** all selected
 *** best and worst researcher rated

Table 5 summarises the general characteristics of the sample for quality analysis (n=27). Focusing on the self-tracking category (n=17; 1.2.3) eight were found in the Google store and 9 in the App Store and - with two exceptions - are for free; in five cases upgrades are available. All but three applications display Flat Design features. Checking the app languages after downloading (for specific issues see 4.), only three are available in three Swiss national languages (G/F/I); just two in French only and one in Italian only. Furthermore, four applications displayed poor language quality from bad translations; one app was no longer available and one app, initially featured in German changed in phase 2 of the project (downloading) to English only. 11 self-tracking applications focus on alcohol only, six self-tracking applications are multifunctional and address in addition other problems: all of them smoking, four drugs, two also behavioural addictions. Beyond the addiction perspective, four applications include fitness and sport and one adds nutrition and eating habits. In six cases, the visual presentation of the applications (icon design) uses stereotypical elements (bottles, glasses).


















Of the three identified enhanced BAC applications all have Flat Design; none is available in Italian, the other two in German and French.

Only one BAC app was found, which adds to the DWI features other health-related topics: available in three national languages (D,F,I) it suffers from translation problems.

The only available educational alcohol-related game 'After Party' was launched by the Swiss Federal Office of Public Health; even though offered in three national languages and for free, no upgrades are available.

Whereas the app categories mentioned above represent all applications found in that category, the remaining applications (BAC only & drinking games) have been selectively chosen for illustrative reasons and based on an overall impression rating as mentioned above.

Table 5 General characteristic of alcohol-related apps (analysis sample, n=27)

Icon	Name	ID	store	date	cost	Flat Des.	upgrade	multi funct.	language(s)	subtype &
1.2.1 BAC blood alcohol concentration only										
	AlcooTel MAAF	955	Appstore	06.03.17	free	yes	no		F	BAConly
	Alcoo-sim Be my angel	1003	Appstore	23.03.17	free	yes	no		G/F	BAConly
	Promille Calc (Free)	1009	Appstore	23.03.17	free	yes	yes		G	BaConly
1.2.2 BAC measuring enhanced with tests and information										
	Alkohol Check – Fähigkeiten Test	973	Appstore	09.03.17	1,00 CHF	yes	no		G/F	BACplus
	AlcoDroid Alcohol Tracker	1015	Google Play	27.03.17	free	yes	yes		G/F	BACplus
	Alkohol-Tester	1024	Google Play	27.03.17	free	yes	no		G	BACplus
1.2.3 Additional behavior tracking										
	Gesundheitsrechner	1063	Google Play	22.06.17	free	yes	no	11	G/F/I trans	BACmulti
1.2.3 Tracking self-monitoring										
	Arud Konsumtagebuch	910	Appstore	01.02.17	free	yes	no	1,2,3,4*,7	G/F/I	Self-tracking
	Stop-alcohol	947	Appstore	05.03.17	free	no	no		F	Self-tracking
	MyDrinkControl	969	Appstore	08.03.17	free	yes	no		G/F	Self-tracking
	drink less Schweiz	974	Appstore	09.03.17	free	yes	no		G/F/E	Self-tracking
	Dependn'	982	Appstore	10.03.17	free	yes	yes	1-4*,5-10	F/E	Self-tracking
	Smokenote	984	Appstore	13.03.17	free/pro 3CHF	yes	yes	7,10	G/F/I trans	Self-tracking
	AppyBen	986	Appstore	13.03.17	free	yes	no	7,10,11	I	Self-tracking
	MeSelfControl	996	Appstore	14.03.17	free	yes	yes		G	Self-tracking
	Trinken aufhören alkoholfrei	1016	Google Play	27.03.17	free/pro 3,30CHF	yes	no		G trans	Self-tracking
	Trinktagebuch	1017	Google Play	27.03.17	free	yes	no		G	Self-tracking

(Table 5 continued)

	Schluss mit Sucht +	1042	Google Play	20.06.17	freemium	no	yes	1-8,9*	G/F	Self-tracking
	Alkohol trinken aufhören	1044	Google Play	20.06.17	free	yes	no		(G)E +++	Self-tracking
	HabitBull - Habit Tracker+	1045	Google Play	20.06.17	freemium	yes	yes	1-3,4*5-11	G trans	Self-tracking
	Noch eins ? ++	1052	Google Play	21.06.17	free	no	no		(G) ++trans	Self-tracking
	kein Alkohol zu trinken	1058	Google Play	22.06.17	8,77CHF	yes	no		G/I	Self-tracking
	APPstinent - Alkohol Abstinenz	1067	Google Play	23.06.17	1,20CHF	yes	no		G	Self-tracking
	AlcooQuizz	1115	Appstore	04.09.17	free	yes	no		F	Self-tracking
2.3 Facilitating drinking games, trivia game										
	Alkohol Party Spiel	998	Appstore	22.03.17	free	yes	no		G/F/I	DrinkGames
	Alkoholfabrik Simulator	1113	Google Play	21.08.17	free	no	no		(G)E +++	DrinkGames
2.4 Educational alcohol-related games										
	After Party	1111	Appstore	21.08.17	free	no	no		G/F/I	EducGames

Comments Table 5:

'multifunctional' = Problems addressed in addition to alcohol:

1 cannabis; 2 cocaine; 3 medication; 4 other addictive substances*; 5 gambling; 6 eating disorders; 7 tobacco; 8 sex; 9 other behavioural addictions*; 10 fitness, sport; 11 health nutrition.

*app 910: 1, 2, 3, 4 (MDMA, Amphetamine, Methamphetamine, Heroin), 7, additional possibility to create individual categories.

*982: 1,2, 3 (Antidepressiva, Anxiolytika), 4 (Heroin, MDMA), 5, 6, 7 (E-cigarettes), 8, 9 (video games), 10, additional possibility to create individual categories

*1042: 1, 3, 4 (drugs, coffee), 5, 6, 7, 8 (porn), 9 (video games, TV, impulsive shopping, social media, procrastination, lying, swearing, fighting),

* 1045: 1 – 11, 4 (coffee), 8 (biting nails), lot of personal change wishes, new habits to get, like more hygiene, how to spend money, clean the house, etc.) additional possibility to create individual categories.

'cost' indicated in Swiss Francs; in some cases converted from other currencies; 'flat design' see comment table 2; 'date' date when downloaded

'upgrade' see comment table 2; + new name when checking 10 May 2018: 1042: Quitzilla: Kämpfe schlechte Gewohnheiten & Süchte; 1045: Gewohnheit Tracker; ++ not any longer available when checking 10 May 2018; +++ was offered in shop in German; later changed to English only but basic and not really language dependent.

'trans' translation quality questionable & for selection criteria of sub-types see method section and comments to table 6 below.

4.3 Quality assessment I (Design): SUS and MARS

The quality assessment of the applications in the analysis sample was mainly based on the SUS scale, the MARS scale with its five sub-scales and the overall impression of the three raters of the research team based on shop information only. Additionally, information from the shop 5- star ratings was checked (for the detailed descriptions of the scales, see section 4 'methods').

Whereas the average MARS total quality score shows both significant positive correlations with the average SUS score ($r_p = .760$; sig. 001) and the overall impression researcher rating based on shop display ($r_p = .460$; sig. 0.05), their correlation between individual researcher ratings and average SUS score is *not* significant.

In table 6, quality scores by app and app sub-type are displayed. The overall impression of the quality in the self-tracking group was 'well done' with one 'very well done' in the majority of tracking applications ($n=9$); six were judged as adequate and only two were considered as 'failure' or 'complete failure'. SUS scores higher than 68 (transformed scale 0-100) are considered to be 'above average' and lower than 68 'below average' based on numerous studies and big app samples (Sauro 2011; see also: <https://www.userfocus.co.uk/articles/measuring-usability-with-the-SUS.html>). Table 6 shows that about a third (in six cases) are 'below average' ($x = 18.75$ to 60) and three clearly above ($x = 81.67$ to 90). Benchmarking for the MARS scores is more difficult. However, the scores of the 50 applications used to validate the MARS scale, which the authors provide (Stoyanov et al. 2015), can be used as a proxy. Going by the title (see annex 1), all are health-related applications and therefore provide a relevant group of comparison for the alcohol-related applications of this study. A comparison of means across all sub-scales and the total quality MARS score with the cores of the self-tracking applications in the study ($n=17$) shows, with the exception of the 'functionality' subscale (4,01 MARS vs 3,8 study), higher scores among the tracking applications than among the MARS health applications (the total MARS score, due to an outlier with $x=1,81$ is slightly lower 2,3 vs 3,37). Reference values and bench marking for the other subcategories in the analysis sample are not available and a comparison with the MARS health applications not appropriate. As to the SUS score, however, only one educational game is considerable above average (SUS score=83) whereas only one of the three BAC enhanced applications reaches a score above average (SUS score=79) and the multifunction app is clearly below average (SUS=52). The BAC only and drinking games applications selected as opposites based on the first overall shop impression show inconsistent results across the other various quality indicators.

Table 6 Scale-based quality assessment of applications (analysis sample n=27)

		SUS	Star	Overall	MARS	MARS	MARS	MARS	MARS	MARS
APP TYPE	Id	(mean) ^{^^}	5 star shop rat.	Review first impress. &	Total Quality (mean) ****	Aesthetics (mean)	Functionality (mean)	Information (mean) +	Subjective (mean)	Engagement (mean)
Self-tracking Self-monitoring (n=17)	910	90,00	Not avail.	4.0	4,10	4,44	4,50	4,28	3,50	3,80
	947	69,17	3,50	4.0	3,49	3,33	3,83	4,28	2,50	3,13
	969	76,67	na	4.0	3,87	4,44	3,75	4,28	3,17	3,60
	974	81,67	na	4.0	3,95	4,44	4,33	4,27	3,33	3,53
	982	71,67	3,50	4.0	3,21	4,11	4,17	3,42	2,83	2,87
	984	60,00	5,00	3.0	3,45	4,00	4,25	3,25	2,75	3,13
	986	60,00	na	3.0	2,61	3,00	3,00	3,40	1,25	2,00
	996	75,00	na	3.0	4,01	4,00	4,67	4,17	3,42	3,80
	1016	58,33	4,90	5.0	3,26	3,44	3,83	3,00	2,50	3,20
	1017	83,75	4,30	2.0	3,66	3,83	3,88	4,25	4,25	3,30
	1042	72,50	na	4.0	3,39	4,22	4,33	3,00	2,25	2,73
	1044	69,17	na	3.0	2,48	2,67	3,83	2,75	1,17	1,73
	1045	74,17	4,50	4.0	3,49	3,67	4,17	3,30	3,00	3,60
	1052	63,33	na	3.0	3,35	3,44	3,92	2,78	2,67	3,67
	1058	36,67	na	1.0	2,03	2,22	2,92	1,73	1,25	1,80
1067	18,75	na	3.0	1,81	3,50	1,13	1,70	1,00	1,40	
1115	75,00	5,00	4.0	3,86	4,33	4,25	5,00	3,00	4,00	
Analysis sample x/sd	N=17	66.8/17.3	-	3.4/.93	3.2/.68	3.7/.64	3.8/.83	3.4/.92	2.5/.93	3.0/.81
++ MARS test applications x	N=50	-	-		3,37	3,49	4,01	3,32	2,19	2,69

Table 6 Scale-based quality assessment of app (analysis sample n=27) (continued)

BAC enhanced	973	65,83	na	1.0	2,71	2,56	4,00	2,28	1,33	2,87
	1015	60,83	4,30	2.0	2,78	2,67	4,00	3,08	1,75	2,53
	1024	79,17	3,50	1.0	2,90	3,00	4,17	2,28	1,92	2,73
Drinking games entertainment	998**	74,17	na	2.0	2,74	2,89	4,17	2,83	1,33	2,80
	1113*	40,00	4,00	4.0	3,03	4,33	3,25	2,67	2,00	3,40
Educational game	1111	83,33	4,00	2.0	3,71	4,11	4,42	3,58	2,25	3,53
BAC only	955*	87,50	4,00	4.0	3,73	3,78	4,33	3,92	3,08	3,60
	1003^	86,67	4,00	2.0	3,39	3,56	4,33	3,26	2,75	3,07
	1009**	67,50	na	1.0	2,90	2,67	3,83	3,14	1,42	2,73
BAC multifunction	1063	52,50	4,00	3,5	2,79	3,33	3,75	2,44	1,33	2,47
Total	N	27	27	27	27	27	27	27	27	27

Comments:

*Selected as *best* according to first overall rating; ** selected as *worst* according to first overall rating; ^selected as 'wild card' (see methods section); ^^mean of the three research ratings; **** mean scores based on three raters of the project team; + the rules for the ratings of some of the original items of the MARS in section D have been changed in order not to confound the formal design analysis with content-based ratings: D14 – limited to goal description not rating if achievable; D15 – limited to writing quality and relevance not rating if content is correct. ++ see listing of the applications used in Annex 1. &: rating of the overall impression of the reviewers based on shop information, without downloading ("How well done with respect to user and design aspects, would you think is this app?" rating scale 1-5 'very well done' – 'complete failure').

4.4 Quality assessment II (Design): Design checklist

While MARS and SUS provide a good initial overview of applications and user experiences, they do not allow for a more specific in-depth analysis of design features. However, in order to understand the user interface better, we need more specific, qualitative descriptions of the user interfaces. So for this purpose we have developed a more comprehensive design checklist to analyse the applications further (see annex 2; references to MARS or SUS items are annotated).

Sections B and C of MARS, for example, address “functionality” and “usability” in a general way. MARS measures “functionality” in section B with items “7. Ease of use: How easy is it to learn how to use the app; how clear are the menu labels/icons and instructions”; “8. Navigation: Is moving between screens logical [...]”. We elaborate with more specific questions focusing on “navigation” and “app state”. It is of specific interest, for example, if the app provides consistent feedback about the “app state”. An option for such feedback would be confirmation that a new calendar entry has been made and saved. This serves as a safeguard against double entries. Our design checklist also elaborates on the organisation of content: Is the hierarchy of contents logical and comfortable to use? Does the app follow OS standards, or is it based on its own metaphors or consistent concepts? These additional questions allow e.g. for a better understanding of the MARS B7 ratings and their validity. We have to note whether the app requires unusual patterns of use, or is puzzling. Is the hierarchy of the menu clear, and are the elements of use familiar? We also probe the typography: Does the app offer a hierarchy that helps to structure content elements and/or texts typographically? Are longer texts optimised so as to be reader-friendly? Data visualisation will be analysed more in-depth: Are scales and values consistently selected, intelligible and reader-friendly?

The design checklist also includes topics that neither SUS nor MARS cover, but that are of particular relevance with regard to self-tracking applications: First, which options the app offers in terms of privacy settings and the use of personal data collected. The design checklist therefore asks if the user is informed about what happens with the data, who has *access* to it and, if so, to what purpose. Secondly, the design checklist verifies if the user is informed about *where* the data is stored (on the device or as an upload to a cloud-based central repository). Thirdly, it is checked how easily data can be *deleted*. Finally, the app is assessed with regard to social

media integration and to what content is shared, either automatically or user-controlled.

As illustrated by the following example, n=26 applications – more specifically, all self-tracking applications, selected BAC and entertainment applications (see table 6 with app 1052 as drop-out) – were submitted to a design analysis complementary to the application of the MARS and SUS scales.

Design checklist – completed example: “ARUD” consumer diary

ID 910

1. General appeal

This application looks very serious and the looks probably do match the intention of the app.

2. Visibility of system status

This app closely follows iOS guidelines and the navigation is clear.

The app offers sufficient feedback.

3. Interaction / metaphor / style:

a) Users' language, real world conventions

The app uses a calendar/diary metaphor and utilises it relatively consistently. It's not difficult to learn to use, though certain actions are sometimes a little awkward. Because the app does not just track alcohol, the units are left to the users themselves. This isn't so comfortable, because you have to convert the amount consumed yourself in a meaningful manner.

The app's hierarchies are mostly well-structured and clear.

The viewport is mostly good to use, but the caption disappears during the evaluation.

b) Consistency and standards (see Nielsen 4.)

The app keeps very much to what you're already used to, and is mostly pretty consistent. Sometimes, however, it's also a bit awkward.

c) Typography: Is the text hierarchical and readable?

The text in the app is well structured and nicely presented.

d) Data visualisation:

The visual evaluation is depicted as bars in a calendar. Moods are depicted as a curve in a graphic.

Intervals for comparison are customisable.

The way the data is presented comes across as correct.

Over longer periods, the calendar depiction is not very clear.

e) Colour:

The colours have been chosen carefully.

4. General usability / user experience

The app does a lot of things right, but is sometimes a bit awkward in its handling. You always manage to find your way, but sometimes you feel that you've taken a detour or are being compelled to follow a slightly ponderous pattern.

5. Privacy and sharing

All data are saved only on the phone. There is no tracking of user behaviour. There is a long introductory text that explains everything well.

The app is not integrated with social media.

A look at the results of this in-depth analysis of the applications by category shows the extent to which the MARS and SUS rankings and results are contextualised, supported or contradicted.

In general, there is an impression that applications with higher MARS / SUS rankings come across as *more serious*, or, conversely, that applications that appear serious tend to have a higher MARS / SUS ranking (see table 6) (the situation with entertainment applications and BAC is clearly rather different). This is a design characteristic that is especially relevant to the user problems under consideration here – in other words, the context in which the app is expected to be used. Above and beyond this, if an app appears serious and reliable, this also increases *trust* in it. To offer a **serious impression**, it is important for the app to offer a clear, precise execution that is oriented very much on the general design of modern applications and the appropriate human interface guidelines of the operating system in question. This seems almost automatically to lead to a more homogenous impression and also creates a greater sense of trust in the app right from the start. It also seems to make it easier to use. This can be seen, for example, in 969 “My Drink Control”:

“The app seemed very familiar when I opened it the first time. You have the feeling that you already know it. This makes all aspects of using it very pleasant and simple”. Furthermore, with regard to the same app: *“In both its design and its navigation, the app is oriented on a diary like you know from smartphones. That’s why learning to use it is very quick and simple”*. Or 910 “Arud”: *“This app closely follows the iOS guidelines, and the navigation is clear”* (we quote from the checklist coding report here and in the following examples).

This increase in the impression of *serious sober-mindedness*, however, leads to a **dependent relationship** on the **operating system** in question. Design requirements must then be adapted regularly to be kept up to date, both with regard to aesthetics and to concepts of user guidance. This necessitates a rigorous cycle of updates. If an app is oriented closely to existing standards but is not adapted immediately, then it soon comes across as unkempt and less serious.

1044 “Alkohol trinken aufhören” (“Stop drinking alcohol”) can illustrate this:

“The app comes across as old-fashioned and a bit technical”; or 986 “AppyBen”: “In iOS, the application doesn’t follow the latest graphic standards, which could confuse the user”.

The *aesthetics* age at the same tempo as the operating system; applications that don’t implement innovations straightaway very clearly reveal their age and thereby imply that they haven’t been maintained or updated for a while – quite independently of whether or not this is truly the case. This tends to undermine trust in the app.

We can observe something similar with regard to the **homogeneity of the visual impression**.

For example, 1016 “Trinken Aufhören Alkoholfrei” (“Stop drinking alcohol-free”) makes a good first impression, but when you look closer, it seems too imprecise in its details or, rather, too heterogeneous in its components and it doesn’t convince.

“The app tries to make a good visual impression. There are lots of colours and icons. Most icons have been drawn cleanly, but not all of them have the same quality, neither in content nor visually. Nor do the icons all have the same visual language (compare “Getränke ausgelassen” – “skipped a drink” with “Besiege ein Gelüst” – “Overcome a craving”). At first glance it makes a good impression, but when you look closer, the design is very heterogeneous”.

This app is also in the “unsatisfactory” section of the ratings.

Feedback on the system status seems to be an important point regarding user guidance (see <https://www.nngroup.com/articles/visibility-system-status/>). If such feedback appears as a modal window that has to be clicked to be removed, then the feedback is always visible but leads to an extra action, and could thus lead to an impression of being ponderous, as in 910. 974 “Drink less Schweiz” solves the problem directly on the screen; new entries are not confirmed by an alert but are inserted directly in the list, which can seem very comfortable. This, however, reveals another fundamental design problem: the many different screen sizes in use. According to the model, it can happen that the feedback appears beneath the screen and isn’t visible without scrolling. This can lead to unintended multiple entries

because the user did not realise that new entries had already been saved. *“Newly entered data is simply taken on without any feedback. This has the advantage that inputting it is very easy. But depending on the size of your screen, the data you’ve entered appears outside the viewport. It can easily happen that you enter drinks more than once without intending to”*. The same is the case with 969

“MyDrinkControl”: *“Newly entered data is saved and shown straightaway, but you don’t get any confirmation that it was saved. To some extent it’s not depicted very well, which means that drinks you’ve entered appear below your field of view on the screen. This means you only see that it was saved when you scroll down. As a result, it often happens that you enter drinks several times, because you think the app hasn’t accepted your input”*.

It’s also because of the screen size that a caption disappears off the screen in 910 “Arud”. But these mistakes don’t seem to be really serious – in other words, the applications’ different approaches to handling don’t appear to have a negative impact, because all three applications got a very good rating.

Keeping so closely and so stoically to such guidelines can also result in the user guidance coming across as cumbersome. 910 “Arud”:

“The app does a lot of things right, but is sometimes a bit awkward in its handling. You always manage to find your way, but sometimes you feel that you’ve taken a detour or are being compelled to follow a slightly ponderous pattern”.

One dilemma for the design is therefore the pressure to adopt aesthetic standards and UX concepts as much as possible, and thus to subject oneself to a particular update cycle as opposed to adopting individual solutions that might seem original, but at the same time almost immediately come across as more “playful” and less serious.

A further characteristic of an app that helps it appear serious is how it deals with **typography and colour**.

Thus, highly rated applications ([see here and below for assessments, table 6](#)) often consciously utilise the typography to structure and order texts hierarchically.

For example, in 910 “Arud”, the text is praised for being well structured and nicely realised. Also 969 “MyDrinkControl” stands out on account of how it deals with typography. *“The text is well structured. Titles and important elements are*

correspondingly distinguished by size, thickness or colour”, or 1003 “Alcool-sim Be my angel”: “Texts are pleasant to read with regard to their length, size and depiction. Titles are differentiated from the running text by their colourfulness. All clickable elements are framed and thus recognisable as buttons”.

In less well rated applications, such as 973 “Alkohol Check – Fähigkeiten Test” (“Alcohol check – abilities test”), the typography is correspondingly criticised: *“The texts are typeset as if almost randomly. Sometimes regular, sometimes bold, sometimes colourful. Everything is very restless and isn’t balanced”.*

We can also observe this with regard to **colour**. All the top-rated applications seem to use colour very consciously and precisely.

Thus, for example, in 974, “DrinkLess Schweiz”: *“The colours are based on a precisely defined palette between blue and grey tones. They are employed consistently”*; and 969 “MyDrinkControl”: *“Colours are used in a very targeted, sparing manner, and are well suited to this seriously designed app”.*

It is striking that badly rated applications also seem to have no conscious approach to colour:

1067 “APPstinent – Alkohol Abstinenz”: *“The colours seem to be random and meaningless”.*

1054 “Alkoholtest”: *“The colours aren’t used in a coherent manner across the whole app, and don’t seem to be employed to make reading information any easier for the user”.*

1016 “Trinken aufhören alkoholfrei”: *“The colours aren’t consistent, they don’t help at all and have no role”.*

998 “Alkohol Party Spiel” (“alcohol party game”): *“The colours are crazily jumbled up, without any real colour concept being recognisable. Sometimes they don’t employ enough contrast, which makes the texts difficult to read”.*

Playfulness is perceived as something positive. However, an elegant sobriety ultimately seems to correspond far better to the expectations of such applications. As an example, we can here offer 1003 ‘Alcool-sim Be my Angel’: *“The app is very playful, reminding of a game. This is very refreshing, because dry information is depicted in an appealing way. But in part it also comes across as childlike, and the target group – young party-goers – is probably already too old for this”.* Clearly, this playfulness – at least in this example – bears within it the danger of unnecessary

naiveté. Or 1113 “Alkoholfabrik Simulator” (“alcohol factory simulator”): The app looks like a typical mobile game: three-dimensional, playful, with a lot of information and content at once. This suits the app very well, which is primarily intended to entertain”. Playfulness is here rated positively, but clearly decoded as an adjunct to entertainment.”

In matters of **data visualisation**, it naturally makes sense to differentiate between BAC and tracking applications, because they both make different demands on functionality.

BAC applications show the blood alcohol level as an approximate curve, often with a prediction of its course in the future. Such as 1003 “Alcoo-sim Be my angel”:

“The data are conveyed correctly and are comprehensible. The diagram offers a prognosis as to how the alcohol level will sink over time. This creates added value”.

Problems are mainly found in proportionality and clarity. There is a lack of possibilities for customising the output. This can have fatal consequences and can lead to unintentional communication problems:

1015 “AlcoDroid Alcohol Tracker”: *“However, you can’t zoom in on the display and it’s a bit small. So unless you really drink a lot, it doesn’t look like much. There’s no diary/quantity visualisation! That’s a shame! Statistical depictions are very technical and unclear”.*

With the trackers, a general impression emerges that a lot more could be done here, given that the digital capture of data naturally offers the possibility of processing this data afterwards. Often, however, the data evaluation seems to have been neglected or is even completely lacking.

There are problems both with the clarity of the visualisation and with the content.

There are a few serious faults with regard to content. For example, 947 “Stop-alcohol” only states the number of drinks that have been consumed, but doesn’t put this into the context of the amount per drink or the alcohol content in each case. In the graphic, a glass of high-alcohol schnapps appears the same as a glass of beer – in other words, both appear simply as a drink, without any explicit indication that

there is a strategy of generalisation here. The result is a completely inaccurate impression of the amount of alcohol that has been consumed.

947 “Stop-alcohol”: *“Graphics accompany the texts, making it easy to read them. In the consumption diary, even if you’re offered an option when selecting the type of drink, there is regrettably no differentiation between the various gradations of alcohol”.*

With regard to **data visualisation**, it is often complained that drinking behaviour cannot be compared meaningfully over a longer period of time. The depictions are mostly concentrated on depicting individual days within the diary by means of bar charts. This means that longer periods (longer than the number of days you can see in the viewport, i.e. roughly one week) cannot be analysed and compared. And often there are no data about how the user feels, or about the situation; data are captured for this additionally. It would be easy here to bring mood and consumption into a visual relationship; the question thus arises as to the extent to which this is a missed opportunity on the part of almost all the applications.

In the rating, however, this neglect in the visualisations does not seem to play a major role; all the leading applications have the same problem regarding a lack of clarity or a lack of opportunities for comparison over longer periods. But they are still at the top of the ratings table:

969 “My Drink Control”: *“The statistics are shown in the navigation by means of a small symbol with a statistic curve. But it doesn’t match the expectations generated, because the information isn’t offered graphically, but only as a text for reading. There are summaries for weeks and months in which goals reached, drinks consumed etc. are displayed. But here you have to get used to the conversion of drinks into standard drinks, which you need a bit of time to comprehend at the start. The possibility of downloading the weekly overviews as PDFs is good. These are also depicted in the form of a calendar, and they structure all the information very well and in a manner you can grasp quickly”.*

910 “ARUD”: *“The visual evaluation is depicted as bars in a calendar, moods as curves in a graphic. You can customise intervals for comparison. The data is*

depicted in a manner that comes across as accurate. But for longer periods, the visualisation as a calendar isn't very clear".

974 "Drink Less Schweiz": *"Consumption is depicted as a bar in a daily calendar. This initially appears accurate, but there is no further information depicted in graphic form. It's easy to analyse an individual week. But longer periods are not really taken into account, nor is there any deeper analysis".*

4.5 Quality assessment III (Content): Self-help, self-change checklist

Even though quality criteria for 'good design' also ultimately depend on various assumptions and technical-theoretical frameworks, this holds much more true for a content-based quality assessment. Ultimately the user decides if the content of a specific app matches his/her individual needs and strategies to pursue his individual goals when it comes to behaviour change and monitoring. However, what can be assessed is the fit of a given application with various theoretical frameworks (which incidentally, the applications not necessarily declare in a transparent way). The core entries for the content checklist applied for the current analysis (see annex 4) are first based on the Self-Change model, secondly, the related Self-help model and thirdly, change-relevant information. More specifically, as to the self-change framework, the key elements used for the Guided Self-change (GSC) treatment model and implemented in the first and only English language smartphone app iSelfChange™ (see 7, 1.2) have been included (*see example below): Goal setting features; self-monitoring logs, normative information (e.g. self-tests, survey information); weighing pros and cons (e.g. balancing exercises) and tips for changing (Sobell et al. under review). The study by Penzenstadler et al. (2016), which focused on English language alcohol-related applications, served as a reference study in two ways: First, we adopted the *Interactivity scale* by Abbot (2000) checking for the inclusion of the following features: Internal search engine, presence of audio or video support; satisfaction or knowledge questionnaire; complaints to webmaster option; chats; 'game like module; tailoring of app and personalization options (e.g. avatar) (***). The last three items have been added to the original scale by Penzenstadler et al. (2016). The scale consequently scores from 0 to 8. Secondly, we combined change-relevant information items (tapping effects of consumption; treatment options and information sources) and risk identification as well as (relapse) risk management items from the

self-help model in a 'risk/information' barometer (scoring 0 – 5)(**). Finally, the self-help, self-change checklist was additionally probing, if information on data migration/sharing options are provided and if the user is made aware of privacy issues and what happens with his/her data. A 'content overall score' mirrors the comprehensiveness of a given app and indicates how many of the 10 areas of the detailed self-help, self-change content checklist have been included with at least one item (scoring 0-10).

As illustrated by the example provided below all n=13 available self-tracking applications (see table 6 with 4 drop-outs at time of analysis) were submitted to a quality of content analysis according to the criteria described above.

Self-help, self-change checklist – completed example: ARUD Konsumtagebuch (ID: 910)

1. Introduction to the app

- Beim ersten Gebrauch gibt die App eine Übersicht mit kurzen, verständlichen Infotexten über die Haupt-Menüpunkte der App, und ihre Funktionen. Zusätzlich finden sich Hilfe zur Benutzung in einer FAQ innerhalb der App, sowie direkt im UI.
- Die FAQ gibt einen sehr kurzen Abriss über die Idee hinter der Funktion der App, bleibt dabei aber sehr pragmatisch. So steht, dass die App zum Festhalten von Konsumgewohnheiten dient und dies im Rahmen einer Therapie oder einer eigenen Auseinandersetzung passieren kann.
- Die App zeigt wie ihre Funktionen nützlich sind und wozu, versucht jedoch nicht, impliziert aber keinen bestimmten Zweck oder Nützlichkeit ausserhalb davon und bleibt pragmatisch (d.H. "Die App ist dazu da ihr Konsumverhalten festzuhalten").

2. Goal setting e.g. */**

- Die App lässt den User eigene Ziele bestimmen (wie viele Einheiten pro Tag/Woche/ wie viele Konsumfreie Tage).
- Nicht wirklich Belohnungen, App zeigt lediglich an ob Ziele erreicht wurden oder nicht.

3. Information topics, quality of information, coverage **

- Die App bietet einen "Selbsteinschätzungstest" und schätzt daraus ab, ob ein erhöhtes Risiko für die Gesundheit besteht und bietet Links zur Hilfe zur Änderung des Konsumverhaltens.
- Ob die App vor Risiken aufgrund der Einträge im Tagebuch warnt, kann ich ohne längere Nutzung keine Auskunft geben.
- Abgesehen von einer WHO Empfehlung eines Richtwerts für Alkohol (und einen Link zu entsprechenden Infos der WHO), enthält die App nicht viele zusätzliche Informationen, die über die Funktionen der App und deren Benutzung hinausgehen. Jedoch wird auf die arud-Webseite verlinkt, wo ausführlich über Alkoholkonsum, deren Risiken, Suchtbehandlung etc. informiert wird.

4. Self-monitoring logs *

- Daten Einträge sind sehr leicht zu erstellen, jedoch immer in "Einheiten" definiert. Diese lassen sich in der App nicht genauer einstellen bzw. definieren, sondern dienen als ein Richtwert die der User selber für sich definieren muss (z.B. 1 Bier = 1 Einheit, 1 Whisky = 2 Einheiten). Die App gibt aber, wie ich das sehe, keine Möglichkeit dies festzuhalten, erklärt jedoch wie es zu handhaben ist.
- Ohne längere Benutzung kann ich keine Auskunft über die Datenvisualisierung über längere Zeit geben, jedoch lassen sich bei der Darstellung verschiedene Zeiträume definieren (1 Woche, 2 Wochen, 1 Monat, 2 Monate, 3 Monate) und bietet so flexible Optionen zum einsehen der eigenen Daten. Dargestellt wird der Konsum in einem Punktediagramm auf einem Zeitstrahl.
- Neben dem Diagramm gibt es eine einfache Tagesübersicht, auf dem leicht ersichtlich ist, wieviele Einheiten an einem bestimmten Tag konsumiert wurden - eingeteilt in Morgen, Nachmittag und Abend.

5. Normative information *

- Die beiden WHO-Standard Selbsttests AUDIT und ASSIST sind in der App enthalten.
- Die App gibt Interpretationshilfe zu den Resultaten der Selbsttests, aber gibt kein dynamisches Feedback zum erfassten Trinkkonsum in Relation zu AUDIT/ASSIST, so wie ich das sehe.

6. Facilitating of weighing the pros and cons to change or pursue goal (s)

- Abgesehen von den oben erwähnten AUDIT/ASSIST test und Interpretationshilfe deren Resultate, bietet die App keine weiteren Tests zum Abwägen der eigenen Entscheidungen.

7. Tips for changing

- Innerhalb der App sind keine solchen Tips vorhanden, jedoch auf der verlinkten Webseite von ARUD konnte ich auf Anhieb keine solchen Tips finden. Jedoch sind verschiedene Broschüren und Kontaktmöglichkeiten vorhanden.

8. Interactivity ***

- Die User-Einstellungen sind sehr begrenzt: Sprache, Alter und Gewicht. Letztere Beiden dienen denke ich vor allem dem eingebauten BAC.
- Kein Audio/Videosupport, alles in Textform.
- Kontaktmöglichkeiten zu beidem, Entwickler und Institution (ARUD) sind sehr einfach zugänglich.
- Nicht vorhanden (Möglicherweise jedoch "Bewerten sie diese App"-prompt nach einer Weile?).
- Keine solche Community Optionen.
- Abgesehen von den selber definierbaren Zielen keine Game-ähnlichen Module.
- Keine interne search engine.
- App lässt sich nicht massschneidern.

9. Data migration options

- Daten lassen sich als PDF exportieren aber ich denke nicht in andere Systeme migrieren.

10. Privacy awareness

- Sämtliche Daten auf Endgerät gespeichert, keine Daten werden extern gespeichert.
- Nutzung wird mit Google Analytics getrackt, informiert über Opt-out Möglichkeit mit Browser Add-On.














Overall score: 9

Interactivity score: 1

Risk/information barometer: 3

A look at table 7 shows a wide range of the content *overall score* from two to eight points. Out of the 13 applications which were assessed a top group of four applications reached a score of 8; a middle group of four applications attained a score between 5 and 7 and a low group reached 5 applications had scores between 2 and 4.

Table 7 Design – and content quality of self-tracking /self-monitoring apps (n=13) including core results of the self-change content checklist (2018.11.13).

Icon	Title	ID	Content: Interactivity score*	Content: Risk/information barometer**	Content: Overall score***	Design: SUS+ score (mean)	Design: MARS++ total quality (mean)
	Arud Konsumtagebuch	910	1	3	8	90.00	4.10
	MeSelfControl	996	2	2	8	75.00	4.01
	drink less Schweiz	974	2	3	6	81.67	3.95
	MyDrinkControl	969	2	3	6	76.67	3.87
	Trinktagebuch	1017	1	4	8	83.75	3.66
	Stop-alcohol	947	3	5	8	69.17	3.49
	HabitBull - Habit Tracker	1045	2	0	5	74.17	3.49
	Smokenote	984	2	0	3	60.00	3.45
	Schluss mit Sucht	1042	1	0	4	72.50	3.39
	Trinken aufhören alkoholfrei	1016	5	2	7	58.33	3.26
	Dependn	982	1	0	4	71.67	3.21
	AppyBen	986	0	1	2	60.00	2.61
	APPstinent - Alkohol Abstinenz	1067	1	0	2	18.75	1.81

More specifically, the various content aspects in table 7a highlight, that almost all of the n=13 applications analysed provide at *one least* aspect of ‘Interactivity’ (n=12).

Table 7a Number of topics of the self-help, self-change checklist addressed at least with one item by self-tracking /self-monitoring apps (n=13)

Topics of the content self-help, self-change checklist	score by topic **	app – identification number												
		910	996	974*	969*	1017	947	1045	984	1042	1016	982	986	1067
1. Introduction to app	7	x	x			x	x	x			x	x		
2. Goal setting	11	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x			x
3. Information topics, coverage, quality of information	8	x	x	x	x	x	x				x		x	
4. Self-monitoring logs	10	x	x	x	x	x	x	x		x	x	x		
5. Normative information	4	x	x			x	x							
6. Facilitating of weighing the pros and cons to change or to pursue goal	3		x				x						x	
7. Tips for changing	4		x			x	x				x			
8. Interactivity	12	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x		x
9. Data migration options	6	x		x	x			x	x			x		
10. Private awareness	6	x		x	x	x				x	x			
Overall content score		8	8	6	6	8	8	5	3	4	7	4	2	2

* identical under different names on the market

** Topic/item counted only when direct access on the app; links not counted

However, a closer look at the eight individual items, which make up the *interactivity score* shows that typically only one or two items are taken into consideration – typically a certain tailoring e.g. by gender and options to contact the webmaster or author – but only two applications include a community option such as chat rooms. Hence overall, the interactivity features are not sufficiently exploited with only one app reaching a score of 5 out of 8. ‘Goal setting’ (n=11) and ‘self-monitoring logs’ (n=10) are covered with varying solutions when it comes to reward feedback and various forms of goal achievements, contingent upon abstinence or individual goal definitions as outcomes. Furthermore, the inclusion of at least one ‘information topic, quality of information, coverage’ in the app would seem a basic requirement but is only met by eight applications. Of the five *risk/information barometer* items mostly none to two are typically addressed (8 applications, see table 7). The potential to strengthen risk identification and relapse management in particular is not sufficiently exploited.

Deficiencies also show when we consider ‘data migration’ and ‘privacy awareness’ with only 6 applications taking these into account. The majority of applications also

fail to address some kind 'normative information' allowing for a self-assessment and putting one's own behaviour into perspective (nine applications without that feature) and equally omit any 'balancing exercises' facilitating the weighing of pros and cons of behaviour change and strengthening willingness to change (10 applications). In the rare positive proxi cases, the latter is included the assessment is rather one sided focusing upon the *negative* effects of continuing consumption.

Taken together, these overall results resemble those of the study by Penzenstadler et al. (2016) analysing 52 English language smartphone applications related to alcohol: "*The apps lack good content quality and good self-help features*" (Penzenstadler et al. 2016:236) and plenty room for improvement.

5. Results go public: Development of a public website, public access

In deviation from the initial research plan, which included the organisation of a meeting day to present the results to an interested public, mainly from the addiction field, the option to construct a website was chosen, allowing access to the results, data and instruments of this study both for interested lay people and treatment institutions (domain name: swissalkselftrack.ch). This decision followed as a logical step from the overall research process and design and was feasible with the know-how of the communication design research team. More specifically, this web application has been developed with a triple purpose: First, as an online questionnaire for the content analysis and ratings during the research process; secondly, as a database organising quantitative data, text data and visual data such as screen shots from the applications. Furthermore, with the overall objective to make the results of the study accessible to a wider audience. A user-friendly interface with the data set will allow for sorting of the applications in the data bank by various criteria such as MARS or SUS ratings or type of application. Users can establish a rank order of applications with detailed profiles (screen shots, ratings, mission statements) underpinning lists of recommendation and providing models for developing related applications.

6. Discussion

(Principal results) The two main objectives of the present study were the compilation of an inventory of self-tracking applications in German, French and Italian as well as a typology of alcohol-related applications and a comprehensive quality assessment.

As to the first objective, contrary to the great number of general health-related smartphone applications just 25 applications related to alcohol use disorders could be identified (using for the first-time data from both stores Google and AppStore) of which just 13 were available for further analysis (only two of them available in German, French and Italian). Similarly, also for English language applications Penzenstadler et al. (2016) could identify only three self-tracking applications. The **scarcity** of self-monitoring applications in the addiction field stands in stark contrast to changing paradigms and frameworks of general health care systems where top down interventions are replaced by interactive patient-driven models and self-tracking by pro-active users achieving individual objectives. Researchers have developed a range of applications, but few have explicitly made the connection with the popular self-tracking app genre, instead focusing on new types of data collection or brief interventions. Research on the potential of private smartphone self-tracking, overcoming the intervention bias and putting the user perspective in the center is only at the beginning in the addiction field. This deficit is most relevant considering the importance of self-monitoring over time with chronic diseases and as a key element during the stages of change from minor or major addiction problems. The typology of alcohol-related applications developed from the overall sample of n=111 applications provides a more differentiated view of BAC applications (far more numerous than self-monitoring applications), which – in their so far rare, enhanced, multifunctional form - could serve as a gateway to a wider perception of alcohol-related issues.

As to the second objective, this is the first study to provide to conduct a multidimensional quality assessment and design analysis of alcohol-related applications. Quality assessment of health mobile applications has been a problem in general, relying at most on in-shop star ratings as an unreliable reference. Only recently rating scales such as the MARS have been developed. Previous research on English-language applications has focused almost exclusively on content quality/evidence standards with rather negative results, being limited to the theoretical models chosen as a reference for the evaluations (see 1.2). *First*, the **design** and usability **scale analysis** of the alcohol related applications presented here, shows a rather *positive picture*: Using the SUS scale, from n=17 self-tracking applications only about a third (six cases) are below the average ($x=18.75$ to 60) and three clearly above ($x=81,67$ to 90). Benchmarking for the MARS scores is more difficult. However, a comparison with scores from the 50 health applications used to validate the MARS scale, shows, with the exception of the 'functionality' subscale (4,01 MARS vs 3,8 study), higher scores among the self-tracking applications in the study than among the MARS health applications (table 6)³. As a methodological finding, the strong correlation between the SUS score and the MARS total quality score ($r_p=76$, sig.001) seems to support the simplicity

³ These results don't change when considering the reduced final sample of n=13 applications, which were available for the content analysis: Three were below the benchmark of both the SUS (68) and the MARS (3,47) and none of the top three dropped out due to unavailability.

assumption that SUS is enough for quality assessment. However, this should be treated with caution, given the small sample size (n=27). For an **in-depth design analysis** a design checklist was developed and applied additionally to the MARS and SUS analysis of n=26 applications of various types of alcohol-related applications. Overall, the design checklist analysis confirms the cursorily rated quality assessments according to SUS and MARS. At the same time, these assessments become more transparent in their detail, and enable us to draw concrete conclusions about opportunities for improvement. Above and beyond this, however, it was only through the use of the design checklist that the **visualisation problems** were able to be identified as a **central design flaw** in the applications tested, and it was only thanks to the checklist that these problems were able to be illustrated in concrete terms. SUS and MARS in particular offered insufficient indicators to be able to narrow down this quality aspect, because their ratings only tend to offer an overall impression without weighting individual aspects separately, and without subjecting these to a deeper analysis. Given the lack of good-practice examples in this regard, it also proves to be difficult to engage in any relative benchmarking. As a result, we are compelled to conclude that there is considerable room for improvement in all the tracking applications tested, with regard to their analyses and visualisations of their data. The potentially added value and the additional benefits of digital data capture and data processing - when compared to analogue self-tracking methods (such as in traditional diary form or similar means) - have clearly not yet been properly recognised or exploited, neither by providers nor by developers.

Secondly, the **content** analysis, which was conducted within the theoretical framework of the 'self-change/self-help' model, using a topical checklist and applied to the n=13 self-tracking applications available at the time of analysis. As to the *relation between design and content quality*, in most cases better design quality (particularly when measured by MARS) also seems to go together with better *basic* content quality but only when taking the simplified 'overall score' into consideration. Badly design-rated applications fail to include minimum requirements (at least one item included from the respective topic) of the major elements of change supporting self-tracking applications. However, a closer look at the 'interactivity score' and the 'risk/information barometer' as well as at the individual sub-topics of the 10-point content checklist reveals major shortcomings and need for improvement with the majority of tested applications. This concerns complex topics such as lack of providing 'normative information' and 'balancing exercises', but also failure to include 'practice-related advice for changing and coping with 'risk situations'. While the first two aspects mentioned above might represent a challenge how to implement them into smartphone applications. Finally, it is rather hard to find a rational why only four applications provide concrete daily life practical tips for changing. With one exception all applications show very low *interactivity* scores.

Quality aspects might possibly influence the acceptance of and the interest in the app by potential users. At the same time, the first impression **shop marketing perspective** can be in the way of the diffusion of even good quality applications as the analysis across all categories of alcohol-related applications in the study (n=111) shows. It reveals shortcomings, which likely influence the acceptance by potential users. In all app sub – categories analysed, information on the provider of the app is missing among 92% in the BAC only category and even among 52% in the initial self-tracking group. This has implications for the confidence in the evidence and professionalism of the app. Along the same line, the visual icon presentations are in many cases hardly inviting; 40% still use stereotypical elements such as bottles or glasses. Taken together, the rather positive design quality goes unnoticed when the shop presentation is suboptimal and impedes willingness to download and to try.

In this context, a rather **unexpected result from the fieldwork** of this study was the insight that in order to exploit the full potential alcohol-related self-tracking applications increased availability and quality improvement are necessary, but not sufficient measures from a user perspective. General system characteristics have to be considered: During the process of data collection it became clear that the stores' offer and environment are highly volatile and unstable: In the search process applications disappeared and reappeared under different names; language declarations were misleading - once the app was downloaded were wrong or of bad quality or kept changing; applications disappeared because they were not adapted to changed system requirements (e.g. iOS11); applications crashed unexpectedly and prices changed. Cases of analysis being **'a moving target'** is a problem for the research process but even more important are the implications for potential app users interested in problem-solving self-tracking applications. If a person who decided to stop or reduce drinking, picks an app and three months later the app is discontinued for some reason and all data are lost, we can anticipate negative effects and reduced motivation.

(Limitations & future research) The quality assessment of alcohol-related applications in this study has been focused on applications available in at least one of Switzerland's national languages. Limited resources did not allow for bigger samples of other sub-types of alcohol-related applications apart from the self-tracking type. A *conceptual limitation*, pointing at the same time at a research gap, is the **exclusion of analog self-tracking** modes which appear as standalone strategies or in combinations. A closer look at the modalities and tools of self-tracking in the United States, for instance, shows that only 21% use some form of technology. 34% of trackers in the US use pencil and paper and 49% say they are simply tracking 'in their head'. The report concludes: "This finding is, however, a challenge to technology developers who would like to convince people to upgrade their habits. In order to capture this segment of the market they must strive to create a tool that is as seamless as keeping track in your head"

(Fox & Duggan 2013:9). This is even more important as 62% of US adults with 2+ chronic conditions track health indicators or symptoms and 41% of those aged 65 or older use paper and pencil methods. Of all smartphone owners in the sample only 19% have downloaded an app specifically to track or manage health with only 10% in the 65+ age group (Fox & Duggan 2013:11). Self-trackers preferring analogue tracking modes tend to be younger, less educated, *have more chronic conditions* and use the internet and mobile technology less (Puig Abril 2016:5, table 3). Users of everyday analog self-tracking methods cannot be simply described as laggards in modernisation trends or digitally illiterate. The adoption of analog or digital self-tracking tools, or a combination of both, might reflect an assessment of advantages and disadvantages of both ways of life-logging. For instance, collecting digital data and only focusing on metrics can potentially cause anxiety and be felt as burdensome (Lupton 2013b; Rapp & Cena 2016). Future research, particularly on self-change processes should therefore pay more attention to everyday lay strategies to monitor their individual goal achievement both by analog and digital tracking modes.

(Conclusions) Providing evidence-based guidelines to inform the evaluation and development of appropriate tools/applications, which are user-friendly and allow for individual goal setting and monitoring (with and without collateral support) will be essential to reach the majority of untreated populations and facilitate self-change. Targeting risk populations - which are not reached by the addiction treatment system - in particular requires the development and better understanding of the functions of mobile technologies, i.e. smartphones and related applications which could empower and help the user to monitor and achieve behaviour change. More specifically, best practice recommendations including lessons learned from general health-tracking applications and an interdisciplinary evaluation approach taking know-how from communication design into consideration, are missing in the addiction field so far. More specifically, improvements are necessary on four levels: first, related to store information and marketing, namely providing confidence building information on the source of the app; secondly, facilitating a much bigger offer of alcohol-related self-tracking applications with quality assurance both content- and design-wise; thirdly, guidance to potential users how to 'navigate successfully' when searching for an app matching their individual needs and last but not least improving the interface between digital and analog self-tracking modes. By publishing an inventory of alcohol-related applications as well as tests, tools of analysis and results on a website developed by the project team (swissalkselftrack.ch), NGOs and state agencies will be informed and enabled to proceed evidence-based when developing or selecting applications as tools for 'assisted self-change'. Finally, the results will lay the groundwork for the future development of improved, user-friendly app prototypes, 'taking design criteria' seriously.

References

- Abbott, V.P. (2000): Web page quality: can we measure it and what do we find? A report of exploratory findings. J Public Health Med 22: 191–197.
- Brooke, John (2013): SUS – A retrospective. Journal of Usability Studies, 8(2): 29-40.
- Chih, M.-Y., T. Patton, F. M. McTavish, A. J. Isham, C. L. Judkins-Fisher, A. K. Atwood and D. H. Gustafson (2014). "Predictive modeling of addiction lapses in a mobile health application." Journal of Substance Abuse Treatment 46(1): 29-35.
- Cohn, A. M., D. Hunter-Reel, B. T. Hagman and J. Mitchell (2011): "Promoting Behavior Change from Alcohol Use Through Mobile Technology: The Future of Ecological Momentary Assessment." Alcoholism-Clinical and Experimental Research 35(12): 2209-2215.
- Cooper, A., R. Reimann and D. Cronin (2007): About Face 3: The Essentials of Interaction Design. London, John Wiley & Sons.
- Fox, S. and M. Duggan (2013): Tracking for Health. Pew Research Center's Internet & American Life Project. Washington, D.C, PewResearchCenter.
- Gaggioli, A., P. Cipresso, S. Serino, G. Pioggia, G. Tartarisco, G. Baldus, D. Corda and G. Riva (2012): "An open source mobile platform for psychophysiological self tracking." Studies in health technology and informatics 173: 136-138.
- Gatica-Perez, D., J. K. Laurila and J. Blom (2013): "Special Issue on the Mobile Data Challenge." Pervasive and Mobile Computing 9(6): 751-751.
- Gonzales, V. M., and P. L. Dulin (2015): Comparison of a smartphone app for alcohol use disorders with an internet- based intervention plus bibliotherapy: A pilot study. Journal of Consulting and Clinical Psychology (online publ. 01/26, 2015)
- Haug, S., R. P. Castro, A. Filler, T. Kowatsch, E. Fleisch and M. P. Schaub (2014): "Efficacy of an internet and SMS-based integrated smoking cessation and alcohol intervention for smoking cessation in young people: study protocol of a two-arm cluster randomised controlled trial." BMC Public Health 14.
- Haug, S., T. Kowatsch, R. P. Castro, A. Filler and M. P. Schaub (2013b): "Efficacy of a web- and text messaging-based intervention to reduce problem drinking in young people: study protocol of a cluster-randomised controlled trial." BMC Public Health 14.
- Haug, S., M. J. Lucht, U. John, C. Meyer and M. P. Schaub (2015): "A pilot study on the feasibility and acceptability of a text message- based aftercare treatment programme among alcohol outpatients." Alcohol and alcoholism (Oxford, Oxfordshire) 50(2): 188-194.
- Haug, S., C. Meyer, B. Gross, G. Schorr, J. R. Thyrian, H. Kordy, S. Bauer, H. J. Rumpf and U. John (2008): "Continuous individual support of smoking cessation in socially deprived young adults via mobile phones - Results of a pilot study." Gesundheitswesen 70(6): 364-371.

- Haug, S., C. Meyer, G. Schorr, S. Bauer and U. John (2009): "Continuous individual support of smoking cessation using text messaging: A pilot experimental study." Nicotine & Tobacco Research 11(8): 915-923
- Haug, S., M. P. Schaub, V. Venzin, C. Meyer, U. John and G. Gmel (2013a): "A Pre-Post Study on the Appropriateness and Effectiveness of a Web- and Text Messaging-Based Intervention to Reduce Problem Drinking in Emerging Adults." Journal of Medical Internet Research 15(9): 126-137.
- Klingemann, H., M. B. Sobell and L. C. Sobell (2010): "Continuities and changes in self-change research." Addiction 105(9): 1510-1518.
- Kuntsche, E., P. Dietze and R. Jenkinson (2014). "Understanding alcohol and other drug use during the event." Drug and Alcohol Review 33(4): 335-337.
- Kuntsche, E. and F. Labhart (2014): "The future is now using personal cell phones to gather data on substance use and related factors." Addiction 109(7): 1052-1053.
- Laurila, J. K., D. Gatica-Perez, I. Aad, J. Blom, O. Bornet, D. Trinh Minh Tri, O. Dousse, J. Eberle and M. Miettinen (2013): "From big smartphone data to worldwide research: The Mobile Data Challenge." Pervasive and Mobile Computing 9(6): 752-771.
- Ling, C., W. Hwang and G. Salvendy (2007): "A survey of what customers want in a cell phone design." Behaviour & Information Technology 26(2): 149-163.
- Lupton, D. (2013a): "Quantifying the body: monitoring and measuring health in the age of mHealth technologies." Critical Public Health 23(4): 393-403.
- Lupton, D. (2013b): "The digitally engaged patient: Self-monitoring and self-care in the digital health era." Social Theory & Health 11(3): 256-270.
- Lupton, D. (2013c): "Understanding the Human Machine." Ieee Technology and Society Magazine 32(4): 25-30.
- Lupton, D. (2014): Self-tracking modes: Reflective self-monitoring and data practices. Imminent Citizenships: Personhood and Identity Politics in the Informatic Age. Canberra, Australia.
- Matthews, M., S. Abdullah, G. Gay and T. Choudhury (2014): "Tracking Mental Well-Being: Balancing Rich Sensing and Patient Needs." Computer 47(4): 36-43.
- Meyer, J., J. Fortmann, M. Wasmann and W. Heuten (2015): Making lifelogging usable: design guidelines for activity trackers. MultiMedia Modeling. 21st International Conference, MMM 2015. Proceedings: LNCS 8936. X. He, S. Luo, D. Tao et al., Springer International Publishing: 323-334.
- Meyer, J., S. Simske, K. A. Siek, C. G. Gurrin and H. Hermens (2014): Beyond quantified self: data for wellbeing. In CHI '14 Extended Abstracts on Human Factors in Computing Systems (CHI EA '14). ACM, New York, NY, USA, 95-98. DOI=10.1145/2559206.2560469 <http://doi.acm.org/10.1145/2559206.2560469>. Extended Abstracts on Human Factors in Computing Systems (CHI EA '14). New York, NY, USA: 95-98.
- Michie, S., C. Whittington, Z. Hamoudi, F. Zarnani, G. Tober and R. West (2012): "Identification of behaviour change techniques to reduce excessive alcohol consumption." Addiction 107(8): 1431-1440.

- Morris, M. E. and A. Aguilera (2012): "Mobile, Social, and Wearable Computing and the Evolution of Psychological Practice." Professional Psychology-Research and Practice 43(6): 622-626.
- Nielsen, J. and R. Budiu (1994): Usability Engineering. Boston, Academic Press Inc.
Nielsen, J. and R. Budiu (2012). Mobile Usability, New Riders Press.
- Pantzar, M. and M. Ruckenstein (2015): "The heart of everyday analytics: emotional, material and practical extensions in self-tracking market." Consumption Markets & Culture 18(1): 92-109.
- Penzenstadler, L., A. Chatton, M. van Singer, Y. Khazaal (2016): Quality of Smartphone Apps Related to Alcohol Use Disorder. European Addiction Research 22(6): 329-338.
- Pfister, P. (2017): Alcochoix+: Digitalisation. Unpublished paper.
- Puig Abril, E. P. (2016). "Tracking Myself: Assessing the Contribution of Mobile Technologies for Self-Trackers of Weight, Diet, or Exercise." Journal of Health Communication 21(6): 638-646.
- Rapp, Amon & Federica Cena (2016): Personal informatics for everyday life: How users without prior self-tracking experience engage with personal data. Int. J. Computer Studies 94, 1-17.
- Roberts, S. (2012): "The reception of my self-experimentation." Journal of Business Research 65(7): 1060-1066.
- Rogers, Y., H. Sharp and J. Preece (2011): Interaction Desing: Beyond Human-Computer Interaction. London, John Wiley & Sons.
Schroder, K. E. E., J. A. Tucker and C. A. Simpson (2013). "Telephone-Based Self-Change Modules Help Stabilize Early Natural Recovery in Problem Drinkers." Journal of Studies on Alcohol and Drugs 74(6): 902-908.
- Sauro, J. (2011): A practical guide to the System Usability Scale: Background, benchmarks & best practices. Denver, CO: Measuring Usability LLC.
- Shneidermann, B. and C. Plaisant (2009): Designing the User Interface: Strategies for Effective Human-Computer Interaction. London, Addison Wesley Pub Co Inc.
- Shrier, L. A., A. Rhoads, P. Burke, C. Walls and E. A. Blood (2014): "Real-time, contextual intervention using mobile technology to reduce marijuana use among youth: A pilot study." Addictive Behaviors 39(1): 173-180.
- Shrier, L. A., A. Rhoads, P. Burke, C. E. Walls and E. A. Blood (2013): Development of a real-time, contextual intervention using mobile technology to reduce marijuana use in adolescents and yourn adults. Journal of Adolescent Health 52(2): 15-16.
- Shrier, L. A., A. M. Rhoads, M. E. Fredette and P. J. Burke (2014b): "Counselor in Your Pocket": Youth and Provider Perspectives on a Mobile Motivational Intervention for Marijuana Use." Substance Use & Misuse 49(1-2): 134-144.
- Singer, E. (2011): "The Measured Life." Technology Review 114(4): 38-45.
- Sobell, L. C., J. A. Cunningham, M. B. Sobell, S. Agrawal, D. R. Gavin, G. I. Leo and K. N. Singh (1996): "Fostering self-change among problem drinkers: A proactive community intervention." Addictive Behaviors 21(6): 817-833.

- Sobell, L. C., M. B. Sobell, G. I. Leo, S. Agrawal, L. Johnson-Young and J. A. Cunningham (2001): Promoting self-change with alcohol abusers A community-level mail intervention based on natural recovery studies. Annual Meeting of the Research-Society-on- Alcoholism, Montreal, Canada.
- Sobell Carter L.; Domingo S. Mirtenbaum, D.S. (under review) iSelf-Change™: A randomized trial of a brief alcohol intervention delivered by iPhone and email. Under review.
- Stoyanov, S.R., L. Hides, D. Kavanagh, O. Zelenko, D. Tjondronegoro and M. Mani (2015): "Mobile App Rating Scale: A New Tool for Assessing the Quality of Health Mobile Apps." JMIR mHealth uHealth DOI: DOI: 10.2196/mhealth.3422.
- Swan, M. (2009): "Emerging Patient-Driven Health Care Models: An Examination of Health Social Networks, Consumer Personalized Medicine and Quantified Self-Tracking." International Journal of Environmental Research and Public Health 6(2): 492-525.
- Swan, M. (2012): "Crowdsourced Health Research Studies: An Important Emerging Complement to Clinical Trials in the Public Health Research Ecosystem." Journal of Medical Internet Research 14(2): 13.
- Swan, M. (2012): "Health 2050: The Realization of Personalized Medicine through Crowdsourcing, the Quantified Self, and the Participatory Biocitizen." Journal of Personalized Medicine 2(3): 93-118.
- Tidwell, J. (2011): Designing Interfaces. Sebastopol, CA, O'Reilly Medi, Inc.
- Tucker, J. A., D. L. Roth, J. Huang, M. S. Crawford and C. A. Simpson (2012): "Effects of Interactive Voice Response Self-Monitoring on Natural Resolution of Drinking Problems: Utilization and Behavioral Economic Factors." Journal of Studies on Alcohol and Drugs 73(4): 686-698.
- Tucker, J. A., C. A. Simpson, J. Huang, D. L. Roth and K. E. Stewart (2013): "Utility of an Among Substance Users Living with HIV/AIDS in the Rural South." Aids Patient Care and Stds 27(5): 280-286.
- Weaver, E. R., D. R. Horyniak, R. Jenkinson, P. Dietze and M. S. Lim (2013): "Let's get Wasted!" and Other Apps: Characteristics, Acceptability, and Use of Alcohol-Related Smartphone Applications." JMIR mHealth and uHealth 1(1): e9-e9.
- Ying-Hsang, L. and R. Bierig: A review of users' search contexts for lifelogging system design. 5th Information Interaction in Context Symposium (IliX '14). New York, NY, USA, ACM: 271-274.

Annexes

Annex 1: MARS reference values by rating dimension

50 apps used for MARS reliability test						
Name	Engage-ment	Func-tionality	Aes-thetics	Infor-mation	Sub-jective	Total Mean
Headspace	4.30	4.50	4.83	4.33	4.25	4.49
Momentum Challenge	4.60	4.75	3.83	4.60	3.25	4.45
NIVEA pure and natural	3.90	4.75	4.67	4.30	3.00	4.4
In Flow- Mood and Emotion	4.20	4.75	4.83	3.46	3.50	4.31
Smiling Mind	3.90	4.50	4.5	4.32	3.75	4.30
Brainy App	4.40	4.50	3.83	4.42	4.13	4.29
PTSD Coach	3.60	4.63	4.33	4.58	3.88	4.29
Healing Time	3.30	4.63	4.17	3.83	2.38	3.98
Moodlytics- The Smart Mood Tracker	3.90	4.25	4.00	3.75	3.00	3.97
Bloom	3.90	4.38	4.33	3.23	2.75	3.96
Humana fit	4.20	3.50	4.17	3.75	3.00	3.90
Kissy Project	2.80	4.75	3.67	4.20	3.13	3.85
Hot Body Yoga	3.00	4.25	3.83	4.00	2.50	3.77
Total Awake	3.90	3.00	4.00	3.58	2.00	3.62
Nursing Psychiatric Drugs	2.10	4.38	3.50	4.38	4.00	3.59
Free Your Mind Hypnosis	2.90	4.38	4.33	2.70	2.00	3.58
Tactical Breather	2.20	4.50	3.50	3.97	1.88	3.54
Thirsty Fish	2.60	4.38	4.17	2.63	1.63	3.44
Deep Relaxation Silvia	2.00	4.38	3.17	4.20	2.25	3.44
Mindful Moments	2.90	4.00	3.00	3.80	1.50	3.43
Stop Stress Pro	3.10	3.88	3.17	3.40	2.38	3.39
Self Help	2.70	3.38	3.33	4.08	3.13	3.37
Conscious	3.00	3.50	3.33	3.60	2.25	3.36
Relax with Andrew Johnson	2.20	4.63	3.33	3.10	2.00	3.31
Get relaxed free- Personal Hypnosis Program	1.60	4.63	3.67	3.30	1.75	3.30
MyPsych	3.30	3.38	3.17	3.17	1.63	3.25
ASK and Prevent Suicide	1.50	4.50	3.00	3.80	2.38	3.20
EFT Clinic	1.60	4.13	3.50	3.58	1.50	3.20
Mindfulness TS	2.30	3.38	3.33	3.70	1.75	3.18
Sleep App Insomnia	2.30	3.75	4.50	2.00	1.63	3.14
Alpha Mind System	2.40	3.75	2.83	3.55	1.63	3.13
Depression Monitor	2.40	3.63	3.17	3.25	2.00	3.11
Gratitude Tree	2.70	4.00	2.67	3.00	2.13	3.09
Positive Me	1.80	4.38	3.17	3.00	1.63	3.09
Mindfulness Meditation- Guided	1.80	4.38	3.17	2.80	1.38	3.04
Yoga Fitness Poses	2.00	3.38	2.67	4.00	1.75	3.01
Be and it will be	2.50	4.38	3.33	1.83	1.75	3.01
Psych Facts	2.10	3.88	2.83	3.20	1.88	3.00
Stress Release Hypnosis	1.70	4.5	3.00	2.60	1.25	2.95
Mental Workout	1.60	3.13	4.17	2.80	1.38	2.92
Animated Quick Reference GAD	1.90	3.75	3.33	2.48	1.25	2.87
20 Minute Deep Relaxing Sleep with Hypnosis	1.90	3.63	2.83	2.98	1.25	2.84
The Guru With You	2.20	3.25	3.00	2.83	1.25	2.82
Binaural Brain Game	2.90	3.25	2.67	2.37	2.13	2.80
Aggression Test	2.50	4.00	2.83	1.67	1.75	2.75
Won Diary	2.30	2.75	2.83	2.90	1.38	2.70
7 Second Meditation- Daily mindfulness	1.60	4.38	2.00	2.70	1.38	2.67
Reaction Time by sleep-2-Peak	2.30	3.50	2.67	2.20	1.63	2.67
Divine Chants to overcome Fear, Anxiety and Depression	1.60	3.88	3.33	1.85	1.50	2.66
Art Helps Healing	1.50	2.38	2.83	2.17	1.25	2.22
mean	2.69	4.01	3.49	3.32	2.19	3.37

Source:

Stoyanov, S.R., L. Hides, D. Kavanagh, O. Zelenko, D. Tjondronegoro and M. Mani (2015) "Mobile App Rating Scale: A New Tool for Assessing the Quality of Health Mobile Apps." JMIR mHealth uHealth DOI: DOI: 10.2196/mhealth.3422.

Annex 2: Design checklist

1) General Appeal:

- Please comment on the general appeal.
 - Is it cheap, elegant, unserious/serious, playful, or just plain technical?
- Do you think that it matches the supposed intention of the app?
 - If yes, why? - If no, why not?

~ Mars section A5, C12

2. Visibility of system status (VGL Nielson Heuristics 1.)

The system should always keep users informed about what is going on, through appropriate feedback within a reasonable period.

- Do you know where you are?
- Is there consistent feedback on the app state? Example: Are the actions/navigation/location reflected in visual terms? Has your entry been saved and confirmed? Are alerts consistent?

3. Interaction / Metaphor / Style:

(VGL Nielson Heuristics 2. Match between system and the real world)

The system should speak the users' language, with words, phrases and concepts familiar to the user, rather than system-oriented terms. Follow real-world conventions, making information appear in a natural, logical order.

- Is it easy to learn and to understand?
- Is there a logical/convenient hierarchy?
 - Example: Is important information at the top and/or easily reachable? Is there a meaningful order of things/information?
- Does the design fit the screen?

Example: Screen space is visually well used, all interactive elements are comfortably accessible.

~Mars B7, B8, C10

b) Consistency and standards (see Nielson 4.)

Users should not have to wonder about whether different words, situations or actions mean the same thing. Follow platform conventions.

- Does the app follow the OS guidelines and/or is there a clear and consistent metaphor/concept?
- Is the navigation consistent?

~Mars B7, B8, C10

c) Typography:

Is the text hierarchical and readable?

Examples:

- Does the font size/weight differentiate between content types? Is the text well structured?
- Are there different styles to separate content from controls (buttons, links etc.)?
- Is the text body optimized for readability, or does it scare you away?

d) Data visualization:

Please comment on the Viz:

- Is the representation of consumption in the journal logical and correct?

Example: How is the current state presented vs my defined target?

Does it show you positive progress, or does it look like you have to drink 3 more beers to reach your target?

- Is there other visual data output, such as statistics etc.?

- Is the data comparable (comparisons over time, across categories etc.)?

- Is the output clear/readable/understandable?

- Does it provide some added value?

- Is the representation consistent /correct? Example: Are the relations between strong and soft drinks translated correctly?

- Comment on the navigation through the output. Example: Can you set the time / interval you are interested in? Is it zoomable?

e) Colour

Are colours used intentionally (do they match, do they serve a purpose)?

Does the colour help with accessibility?

4) General Usability / User Experience

Please comment on the functional experience:

- Please describe the user flow in your own words (simple, elegant, logical, inconvenient, cumbersome, laborious?)

- Do you understand where you have to go to do what you want? How easily is your intended action reachable?

- How easy is it to make an entry?

~Mars B7, B8

5) Privacy and Sharing

Please comment on the privacy settings and sharing options

- Is any personal data (e.g. my name) or activity log data (e.g. location, drink logs, etc.) introduced in the app?

- Is there clarity in the consent terms w.r.t. who will have access to my data (if any) and what might be done with it (e.g. used for research purposes? sold to third parties?)

- Is there information on how data (if any) is stored (e.g. data collected only locally on the phone vs data uploaded to a cloud-based central repository)?

- How easy is it to remove my own data (if any)? Is the procedure to do this clear?

- Is there social media integration?

- If yes, what gets shared?

Annex 2a: Design checklist - inventory of app-specific results

Arud Konsumtagebuch

910

1. General appeal

this application looks very serious and the looks do match probably the intention of the app.

2. Visibility of system status

Diese App folgt eng den iOs Guidelines und die Navigation ist klar.

Die App bietet genügend Feedback.

3. Interaction / metaphor / style:

a) The system should speak the users' language, with words, phrases and concepts familiar to the user, rather than system-oriented terms. Follow real-world conventions, making information appear in a natural and logical order.

Die App nutzt eine Kalender-/ Tagebuchmetapher und setzt die relativ konsequent um. Die Benutzung ist nicht schwierig zu lernen, allerdings sind gewisse Aktionen manchmal etwas umständlich. Die Einheit ist - da die App nicht nur Alkohol trackt- der Userin selbst überlassen und nicht so bequem wie allenfalls bei drink less, da man das Konsumierte selbst sinnvoll umrechnen muss.

Die Hierarchien der App sind meist gut gegliedert und klar.

Der Viewport ist meist gut genutzt, allerdings verschwindet leider bei der Auswertung ausgerechnet die Legende.

b) Consistency and standards (vgl nielson 4.)

Die App hält sich stark an gewohntes und ist meist relativ konsistent. Teilweise aber auch etwas umständlich

c) Typography: Is the text hierarchical and readable?

Der Text in der App ist gut gegliedert und schön umgesetzt

d) Datavisualisation:

Die visuelle Auswertung wird in Balken in einem Kalender dargestellt. Die Stimmungen als Kurve in einer Grafik.

Die Vergleichsintervalle sind einstellbar.

Die Representation der Daten wirkt korrekt.

Die Kalenderdarstellung wirkt bei längeren Zeiträumen aber nicht sehr übersichtlich.

e) Colour:

Die Farben sind bewusst gewählt.

4. General usability / user experience

Die App macht vieles richtig, jedoch ist das Handling manchmal etwas umständlich. Man findet sich zwar immer zurecht, hat aber zuweilen das Gefühl, Umwege gehen oder einem leicht schwerfälligen Raster folgen zu müssen.

5. Privacy and sharing

Alle Daten werden nur auf dem Telefon gespeichert. Es gibt auch kein Tracking des Nutzungsverhaltens. Es gibt einen längeren Text zur Einführung, der alles gut erklärt.

Die App hat keine Socialmediaeinbindung.

Stop-alcool

947

1. *General appeal*

L'application présente une identité propre et des codes visuel qui la rendent facilement reconnaissable. Ceux-ci s'accordent bien avec les différentes fonctionnalités de l'app. L'aspect général de l'application s'accorde très bien avec le propos que celle-ci cherche à recouvrir, car elle garde un aspect sérieux sans rester dans une approche purement technique.

2. *Visibility of system status*

Il est facile de s'orienter dans les différents menus de l'application, qui ont leur point d'origine dans l'écran d'accueil de l'outil. Celui-ci est le point de départ de toute interaction avec l'application.

Les retour visuels et textuels sont réguliers sans devenir envahissant, à l'intérieur de l'application comme à travers des notifications.

3. *Interaction / metaphor / style:*

a) The system should speak the users' language, with words, phrases and concepts familiar to the user, rather than system-oriented terms. Follow real-world conventions, making information appear in a natural and logical order.

Il est simple d'utiliser cet outil, qui propose plusieurs options modulables selon le profil de l'utilisateur. Les différents éléments enregistrés (consommation, jours depuis l'arrêt, économies, etc.) sont par ailleurs hiérarchisés et de facile identification à travers l'écran d'accueil qui exploite des icônes de compréhension simple pour l'utilisateur

b) Consistency and standards (vgl nielson 4.)

L'application suit les codes graphiques et de navigation du système d'exploitation sans cependant y adhérer complètement. Celle-ci développe toutefois un "univers visuel" qui lui est propre et la rend facilement reconnaissable

c) Typography: Is the text hierarchical and readable?

Les texte sont facilement lisibles et bien présentés. Il est parfois difficile de discriminer entre les différents boutons et la fonctionnalité qu'ils recouvrent, qui n'est pas toujours évidente au premier abord

d) Datavisualisation:

Des graphique accompagnent les parties textuelles tout en facilitant leur lecture. Dans le journal de consommation, même si une option est offerte au moment de la sélection du type de boisson, les différentes gradations d'alcool ne sont malheureusement pas discriminées

e) Colour:

Le couleurs sont utilisées de manière pertinente et permettent une meilleure lecture du contenu et des fonctionnalités de l'application

4. *General usability / user experience*

L'utilisateur est accompagné dès l'ouverture de l'application dans ses démarches. Il a le choix entre réduire sa consommation et arrêter de boire. Des questionnaires différents sont ainsi proposés afin d'évaluer la situation de l'utilisateur, avec un retour textuel et graphiques correspondant aux données que celui-ci a renseigné. Une fois ce premier questionnaire rempli, toute action se déroule depuis l'écran d'accueil principal, où il est possible de suivre le nombre de jours passés ans consommation, d'entrer d'éventuelles consommations ou de chercher d'obtenir de l'aide en cas de difficulté, soit à travers les renseignements fournis à l'intérieur de l'application, soit en utilisant les différentes propositions d'aide extérieure

5. *Privacy and sharing*

L'application ne présente pas d'indications claires concernant l'utilisation des données et la manière dont celles-ci sont utilisées ou moins au delà qu'à l'intérieur de l'application. Des données personnelles ne sont cependant jamais demandées et toute interaction se fait par pseudonyme.

Une intégration des réseaux sociaux n'est pas présente. Les redirections à l'extérieur de l'application visent plutôt le forum du promoteur de l'application, espace de témoignage et renseignements complémentaires pour les utilisateurs.

AlcooTel MAAF

955

1. General appeal

L'application développe un aspect visuel cohérent et pertinent par rapport à l'objectif qu'elle vise à recouvrir, tout en gardant un aspect attirant pour l'utilisateur.

2. Visibility of system status

Il est très facile pour l'utilisateur de s'orienter à l'intérieur de l'application, dont les fonctionnalités sont essentielles mais bien présentées sur un nombre d'écrans réduit.

3. Interaction / metaphor / style:

a) The system should speak the users' language, with words, phrases and concepts familiar to the user, rather than system-oriented terms. Follow real-world conventions, making information appear in a natural and logical order.

Il est intuitif de comprendre comment utiliser l'application, qui utilise des techniques qui simplifient la prise en main pour l'utilisateur (le "drag and drop" pour la sélection des boissons consommées, par exemple), tout en permettant d'approfondir à travers des sous-menus intégrés de manière intelligente.

b) Consistency and standards (vgl nielson 4.)

La navigation à l'intérieur de l'application de révèle logique et simple d'approche, tout en maintenant une très bonne cohérence d'ensemble.

c) Typography: Is the text hierarchical and readable?

Les textes sont facilement lisibles et adaptés à la taille de l'écran, comme le sont les différents boutons, qui permettent une utilisation facile de l'application.

d) Datavisualisation:

La représentation de la consommation est cohérente avec le style de l'application et montre l'évolution du taux d'alcoolémie dans le temps sans entrer dans une approche trop technique.

e) Colour:

Les couleurs donnent à l'application une cohérence stylistique tout en l'inscrivant dans l'univers visuel de la marque (assurance) promotrice de l'outil avec des couleurs reprises de son logo.

4. General usability / user experience

L'utilisation de l'application se révèle linéaire et de facile compréhension. Les interactions possibles pour l'utilisateur sont expliquées clairement sur l'écran et les interactions sont habilement facilitées pour l'utilisateur. L'utilisation du "drag and drop" pour la sélection des boissons et des repas, peu exploité par d'autres applications, est par exemple un moyen pratique de d'approcher le renseignement de données dans l'application tout en le rendant moins laborieux. Les différents types de boissons alcoolisées (bière, spiritueux etc.) sont par ailleurs également différenciés.

5. Privacy and sharing

Aucune donnée personnelle n'est demandée par l'application. Des options de partage sont disponible uniquement pour permettre de faire connaître à d'autres l'app.

MyDrinkControl

969

1. General appeal

Das App erinnert an ein ganz normales Tagebuch. Es wirkt seriös, schlicht und übersichtlich.

2. Visibility of system status

Neu eingebene Daten werden sofort gespeichert und angezeigt, es gibt jedoch keine Bestätigung, dass gespeichert wurde. Teilweise ist es nicht gut dargestellt, sodass neu eingetragene Getränke unterhalb des Sichtfelds auf dem Screen erscheinen. Somit sieht man erst, dass gespeichert wurde, wenn man runterscrollt. Es passiert oft, dass man deshalb Getränke mehrmals eingibt, da man denkt das App hätte die Eingabe nicht angenommen.

3. Interaction / metaphor / style:

a) The system should speak the users' language, with words, phrases and concepts familiar to the user, rather than system-oriented terms. Follow real-world conventions, making information appear in a natural and logical order.

Das App orientiert sich in der Gestaltung sowie in der Navigation an einem Tagebuch, das man von Smartphones kennt. Deshalb ist die Bedienung auch sehr schnell und einfach zu lernen.

b) Consistency and standards (vgl nielson 4.)

Das App orientiert sich an Design-Standards und wirkt deshalb vertraut. Die Navigation ist konsistent.

c) Typography: Is the text hierarchical and readable?

Der Text ist gut gegliedert. Titel und wichtige Elemente sind entsprechend ausgezeichnet durch Grösse, Dicke oder Farbe. Kürzere Informationen sind leserlich gestaltet. Der Disclaimer und die Informationen zum Datenschutz sind jedoch in einem Blocksatz gesetzt, der sehr grosse Lücken zwischen den Wörtern hat. Dies macht den Text so unangenehm zu lesen, dass man es lieber sein lässt.

d) Datavisualisation:

Die Statistik wird in der Navigation mit einem kleinen Symbol einer Linienstatistik angezeigt. Diese Erwartungen erfüllt es jedoch nicht, die Informationen werden nicht grafisch aufbereitet, sondern sind nur als Lesetext vorhanden. Es gibt Wochen- und Monatweise Zusammenfassungen, in denen erreichte Ziele, konsumierte Drinks etc. angezeigt werden. Hier muss man sich an die Umrechnung der Getränke in Standarddrinks gewöhnen, was Anfangs ein wenig Zeit braucht zu verstehen. Gut ist die Möglichkeit, die Wochenübersichten als PDF Downloaden zu können. Dies wird auch in Form eines Kalenders dargestellt und gliedert alle Informationen sehr gut und schnell verständlich.

e) Colour:

Farben werden sehr gezielt und sparsam eingesetzt und passen gut zur seriös gestalteten App.

4. General usability / user experience

Die App wirkt schon beim ersten Öffnen sehr vertraut, man hat das Gefühl, man kenne sie schon. Dies macht die ganze Bedienung sehr angenehm und einfach. Der einzige Nachteil ist, wie schon in Punkt 2 erwähnt, dass man neue Einträge nicht immer gleich sieht, so passieren ärgerliche Fehler.

5. Privacy and sharing

Im Menüpunkt «Datenschutz» gibt die App ausführlich Informationen zur Verwendung der Daten an. Die App speichert alle Daten nur auf dem Mobilien Endgerät, keine Daten werden in einer Cloud oder einem externen Server gespeichert. Es werden keine Daten an die Apple Health App weitergegeben und auch sonst an keine weiteren Applications. Einzig anonymisierte Daten zur Nutzung der App werden durch Google Analytics in den USA verarbeitet und gespeichert.

Alkohol Check – Fähigkeiten Test

973

1. *General Appeal*

Die App macht einen nicht sehr bewusst gestalteten Eindruck. Viel eher wirkt sie nach ein paar lustigen Ideen, die eher technisch umgesetzt wurden. Die App will sicherlich unterhalten und kann das auch. Allerdings hätte ein wenig mehr Aufwand bei der Gestaltung sicherlich gut getan. Es gibt keinen durchgezogenen Stil sondern es entsteht eher der Eindruck, dass jedes der 5 Minigames irgendwie gemacht wurde.

2. *Visibility of system status*

Es gibt nicht sehr viel zum Navigieren und daher ist es auch immer klar, wo man ist.

3. *Interaction / metaphor / style:*

a) The system should speak the users' language, with words, phrases and concepts familiar to the user, rather than system-oriented terms. Follow real-world conventions, making information appear in a natural and logical order.

Es gibt nicht viel zum bedienen, es ist aber meist klar, wo man tippen muss.

Das Design passt auf den Bildschirm. Es wird nichts abgeschnitten. Allerdings wird man auch nicht geleitet und das Spielergebnis ist klein und unglücklich platziert. Auch der Farbkontrast ist nicht wirklich geglückt.

b) Consistency and standards (vgl nielson 4.)

Die App folgt keine Guidelines, es gibt aber fast nichts zu navigieren und daher ist es nicht wirklich ein Problem.

c) Typography: Is the text hierarchical and readable?

Die Texte sind fast schon zufällig gesetzt. Mal Regular, mal Bold, mal Farbig. Alles ist sehr unruhig und nicht ausbalanciert.

d) Datavisualisation:

Es gibt keine visuelle Auswertung der Daten

e) Colour:

Die Farben wirken fast schon zufällig gewählt

4. *General usability / user experience*

Die App ist einfach zu bedienen. Aber es gibt auch fast keine Möglichkeiten und keine Auswertung. Auch keine Topscores, wie man sich das bei Games wünschen würde.

5. *Privacy and sharing*

Es wird nichts gesammelt.

Es gibt keine Einbindung von Social Media.

drink less Schweiz

974

1. General appeal

Die App sieht seriös aus und weckt Vertrauen. Das Design ist schlicht und mit einer klar definierten Farbpalette umgesetzt

Das Aussehen passt gut zum vermuteten Zweck der App

2. Visibility of system status

Neu eingegebene Daten werden ganz einfach und ohne Feedback übernommen. Das hat zwar den Vorteil, dass die Eingabe sehr bequem ist. Je nach Screenshotgröße erscheinen die so eingegebenen Daten aber ausserhalb des Viewports. Es kann so sehr schnell passieren, dass man Drinks fälschlicherweise mehrmals eingibt.

Die Navigation ist aber sehr übersichtlich und zeigt immer gut an, wo man sich gerade befindet und was man macht.

3. Interaction / metaphor / style:

a) The system should speak the users' language, with words, phrases and concepts familiar to the user, rather than system-oriented terms. Follow real-world conventions, making information appear in a natural and logical order.

Die App orientiert sich in der Gestaltung wie auch in der Navigation an einem Tagebuch oder an einem Kalender und ist sehr einfach zu lernen und zu bedienen.

Die Hierarchien sind meist logisch und klar. Einzig die neuen Einträge erscheinen ggf unterhalb des Viewports und nicht immer ist deswegen ersichtlich, ob man die Eingaben korrekt gemacht hat.

b) Consistency and standards (vgl. Nielsen 4.)

Die App folgt eng iOS Designstandards und ist daher sehr vertraut. Die Navigation ist konsistent.

c) Typography: Is the text hierarchical and readable?

Die Schriftgrößen sind gut gewählt und mehr oder weniger konsistent umgesetzt. In einzelnen Ansichten gibt es aber doch einen nicht ganz klaren Mix von Schriftgrößen und macht manchmal optisch einen leicht unruhigen Eindruck.

d) Data visualization:

Die Konsumation wird als Balken in einem Kalender pro Tag dargestellt. Die erscheint erstmal korrekt. Weitere grafische Aufbereitungen fehlen aber. Es fällt leicht, eine einzelne Woche zu analysieren. Längere Perioden oder tiefere Analysen werden jedoch nicht wirklich berücksichtigt.

e) Colour:

Den Farben liegt eine genau definierte Palette zwischen Blau und Grautönen zu Grunde. Sie werden konsistent eingesetzt.

4. General usability / user experience

Das Führen eines Tagebuches wird sehr einfach und elegant ermöglicht. Fast alles ist logisch, konsistent und leicht zugänglich. Eintragen und Löschen geht sehr einfach, das Navigieren ist übersichtlich und es ist meist klar, was man tun muss um das gewünschte zu erreichen. Allerdings fehlt mir bei neuen Einträgen ein deutlicheres Feedback.

5. Privacy and sharing

Die App fragt nach Nickname und erfasst in einem Tagebuch den persönlichen Trinkkonsum.

Es ist deutlich erklärt, was mit den eingetragenen Daten geschieht. Sie werden nur auf dem Telefon gespeichert.

Zum völligen Löschen der Daten genügt es also, einfach die App zu löschen.

Die App hat keine Socialmedia Integration. Allerdings werden anonymisierte Nutzungsdaten erhoben. Es ist nicht genau erklärt, was das alles beinhaltet und wieso man das eigentlich genau macht.

Dependn'

982

1. *General appeal*

L'application présente un style élégant et adapté à la fonction qu'elle recouvre, avec des couleurs sobres et une interface construite autour des fonctionnalités qu'elle développe (enregistrement de consommations et envies de consommation).

2. *Visibility of system status*

La navigation à l'intérieur de l'application est simple et logique. Il est possible d'activer des notifications pour avoir un résumé quotidien ou hebdomadaire des ses consommations ou envies de consommation.

3. *Interaction / metaphor / style:*

a) The system should speak the users' language, with words, phrases and concepts familiar to the user, rather than system-oriented terms. Follow real-world conventions, making information appear in a natural and logical order.

La prise en main de l'application est simple et quasi-immédiate. Un tutoriel apparaît à la première ouverture, ce qui permet à l'utilisateur de comprendre facilement les fonctionnalités qu'il a à disposition. Les fonctionnalités sont par ailleurs bien organisées et peuvent être trouvées aisément depuis l'écran d'accueil.

b) Consistency and standards (vgl nielson 4.)

L'application suit les standards graphiques du système, tout en permettant une navigation aisée entre les différentes fonctionnalités.

c) Typography: Is the text hierarchical and readable?

Les textes sont lisibles et adaptés de manière cohérente au dispositif et à la taille de son écran.

d) Datavisualisation:

L'exportation et la visualisation de données est malheureusement disponible uniquement dans la version payante de l'application. Cette exportation ne vise cependant pas une utilisation directe de l'utilisateur, mais plutôt une consultation de la part d'un addictologue.

e) Colour:

Les couleurs de l'interface sont discrètes et servent le propos de l'application. Des codes couleurs basiques sont également utilisés pour différencier les différentes intensités d'envie de consommation ou de consommation (nuances de jaune claire jusqu'à rouge foncé).

4. *General usability / user experience*

Le propos de l'application est celui d'enregistrer les consommations et envies de consommation de l'utilisateur tout en contextualisant leur occurrence, à travers par exemple l'enregistrement du lieu et de l'humeur au moment de l'évènement. L'écran d'accueil est le point de départ des enregistrements. L'utilisateur, outre à l'alcool, à la possibilité de sélectionner différents types de dépendances et d'enregistrer plusieurs de celles-ci en parallèle, ce qui est un élément intéressant de l'application. Les données enregistrées visent plutôt le partage avec le soignant (par exemple, un addictologue), que la consultation par l'utilisateur.

5. *Privacy and sharing*

Le développeur déclare explicitement dans l'App Store que les données personnelles ne sont pas utilisées autrement qu'à l'intérieur de l'application. Aucun détail personnel n'est cependant demandé par l'application.

Les options de partage fournies par l'application concernent uniquement l'envoi des données enregistrées au soignant de l'utilisateur, et aucune intégration avec les réseaux sociaux.

Smokenote

984

1. General appeal

L'application est d'apparence élégante et sérieuse, mais ne présente pas l'ergonomie de consommation de manière ludique. L'approche est principalement technique.

Malheureusement, la version gratuite de l'application intègre des publicités, qui ne sont probablement pas présentes dans la version "Pro".

L'apparence générale de l'application adhère bien au but supposé de l'outil. Cette apparence peut également être personnalisée à travers la sélection d'un "fond d'écran" par l'utilisateur.

2. Visibility of system status

L'application est très claire quant aux événements. La mise à jour des informations concernant l'arrêt de consommation ou l'argent économisé se déroule en temps réel (délai d'une seconde). Les mises à jour sont régulières. Les notifications sont disponibles uniquement dans la version "Pro", mais devraient être régulières et offrir un retour personnalisé à l'utilisateur (régularité des notifications etc.).

3. Interaction / metaphor / style:

a) The system should speak the users' language, with words, phrases and concepts familiar to the user, rather than system-oriented terms. Follow real-world conventions, making information appear in a natural and logical order.

Il est très simple d'appréhender l'application et ses usages possibles. Au moment de la première ouverture, quelques écrans de présentation de l'application sont proposés à l'utilisateur. Une logique stricte et claire est présente dans l'organisation de l'application. Fumer, boire et faire de l'exercice sont présentés chacun de manière séparée. Le design de l'application est pensé en fonction du but que celle-ci cherche à atteindre ainsi que de la charte graphique du système d'exploitation (évalué dans iOS 11).

b) Consistency and standards (vgl. Nielsen 4.)

Le design de l'application suit clairement la charte graphique du système d'exploitation et la navigation est aisée.

c) Typography: Is the text hierarchical and readable?

Tous les textes sont lisibles et de taille pertinente par rapport au contexte. Les publicités dans la version gratuite pourraient cependant distraire l'utilisateur ou ne pas être pertinentes au contexte d'utilisation.

d) Data visualization:

La présentation des consommations dans le journal est logique et correcte. L'application offre un large nombre de représentations visuelles de la consommation et du mode de vie, avec des données que l'on peut comparer. Le style des graphiques est clair et simple, mais ne semble pas offrir une plus-value à part pour ce qui est des données quantitatives.

e) Colour:

Les couleurs sont pertinentes et servent le propos général de l'application (les multiples nuances de bleu). Elles permettent également de discerner les différents éléments enregistrés dans l'application (exercice physique = bleu, consommation d'alcool = jaune, fumée = rouge etc.). Ces couleurs différenciantes aident clairement à rendre l'application plus accessible.

4. General usability / user experience

À la première ouverture, l'application propose des écrans qui expliquent de manière claire les fonctionnalités de l'application. Après cette première phase, l'utilisateur doit ajouter quelques informations personnelles à propos de sa consommation (l'application est basée majoritairement sur la problématique du tabagisme, mais peut aussi être utilisée facilement pour enregistrer la consommation d'alcool et l'exercice physique). Après cette phase un compteur est activé. Celui-ci est mis à jour par rapport au temps s'étant déroulé depuis la dernière consommation et l'argent économisé. L'utilisateur a la possibilité d'avoir un retour graphique de son mode de vie après quelques jours, quand suffisamment de données ont

été collectées. L'application est élégante (à part pour ce qui est des publicités dans la version gratuite), claire et simple d'utilisation. Son point faible est peut-être son approche uniquement quantitative, qui n'offre pas d'autres retours à l'utilisateur que des graphiques ou des indications temporelles. En outre, pour les fumeurs qui roulent leurs cigarettes, il est difficile d'évaluer l'argent dépensé, ainsi que la quantité de cigarettes fumées, sur la base de la référence du paquet de 20 cigarettes industrielles, qui est la seule option proposée par l'application.

5. Privacy and sharing

Des données personnelles peuvent être insérées dans l'application. Il est possible d'utiliser l'application sans avoir de nom d'utilisateur, mais l'objectif de l'application étant celui d'un suivi personnel, il n'est pas possible de l'utiliser sans entrer de données personnelles.

L'application ne fournit pas d'informations concernant le stockage des données. Une fonction de sauvegarde dans le cloud est proposée à travers un compte Dropbox de l'utilisateur, et celle-ci permet l'enregistrement et une sécurité par rapport à la perte des données, ou la possibilité de transférer les données vers un autre appareil.

Il est très simple d'effacer ses données personnelles. Le processus est clair et il s'agit par ailleurs d'une des seules options disponibles dans les réglages de l'application.

Une intégration de réseaux sociaux n'est pas présente à proprement parler. L'application propose cependant un bouton de partage qui utilise les fonctions intégrées à iOS pour l'envoi d'un message concernant le nombre de jours écoulés depuis la dernière consommation.

AppyBen

986

1. *General appeal*

L'application possède un design simple et clair qui facilite la prise en main et la navigation pour l'utilisateur. L'aspect visuel général de celle-ci n'est cependant plus actuel et ne s'adapte plus bien aux écrans d'appareils récents, avec des icônes et des boutons qui peuvent apparaître pixelisés.

2. *Visibility of system status*

Il est simple de s'orienter à l'intérieur de l'application et de ses différentes fonctionnalités. Chaque étape est expliquée et des retours après chaque action sont donnés à l'utilisateur.

3. *Interaction / metaphor / style:*

a) The system should speak the users' language, with words, phrases and concepts familiar to the user, rather than system-oriented terms. Follow real-world conventions, making information appear in a natural and logical order.

Il est très simple d'apprendre et comprendre les différentes fonctions de l'application, qui sont bien hiérarchisées. Les concepts théoriques sont expliqués à travers des graphiques, des tables et de dessins qui en facilitent la compréhension.

L'agencement des écrans n'est cependant pas toujours bien adapté à la taille de l'écran et peut en rendre plus laborieuse la lecture.

b) Consistency and standards (vgl. Nielsen 4.)

Dans iOS, l'application ne suit pas les derniers standards graphiques, ce qui pourrait confondre l'utilisateur. La navigation entre les différents écrans reste cependant logique et cohérente.

c) Typography: Is the text hierarchical and readable?

La taille des textes est appropriée et les paragraphes sont bien structurés. Les boutons, les liens et le texte sont bien différenciés, même si leur style ne correspond pas aux derniers standards.

d) Datavisualisation:

Ne s'applique pas: l'application n'offre pas un suivi mais plutôt des informations et suggestions basées sur le profil de l'utilisateur.

e) Colour:

Les couleurs sont utilisées de manière appropriée pour différencier les écrans et menus. Le sentiment général est cependant celui d'une application un peu datée qui ne suit pas des standards précis concernant les couleurs.

4. *General usability / user experience*

L'utilisateur sélectionné avant tout son genre, son âge, son hauteur et son poids dans l'écran d'accueil. Après cette interaction, différents écrans lui sont présentés et offrent chacun différentes options: "arrête de fumer", "moins boire", "mieux manger" et "faire plus d'activité". Chacun de ces sous-menus propose des échelles qui proposent un retour textuel et graphique quant à sa possibilité d'améliorer son style de vie en relation avec la problématique qu'il a sélectionné. Il est simple de naviguer à travers ces différents écrans et la lecture des informations est facilitée par des éléments graphiques qui précisent le contenu.

5. *Privacy and sharing*

Les seules données personnelles demandées sont l'âge, la hauteur, le poids et le genre. Aucune indication précise n'est donnée concernant l'utilisation de ces données, mais celles-ci ne semblent pas être recueillies et utilisées à l'extérieur de l'application. Il est par ailleurs simple d'effacer les données en effaçant l'application.

Aucune option de partage sur les réseaux sociaux n'est proposée.

MeSelfControl

996

1. General appeal

- Design ist sauber und seriös, jedoch auf den ersten Blick etwas überladen
- Design ist "freundlich" und relativ normal, passt gut zur Absicht

2. Visibility of system status

- Man kann sich sehr gut in der App orientieren, es gibt zwar etwas viele Menüpunkte/Funktionen, diese sind aber aus einem Hauptmenü alle leicht zugänglich und es ist immer klar, durch einen gut sichtbaren Header, wo man sich befindet
- Die Navigation ist sehr gut, das auswählen eines Menüpunkts wird durch eine Screen-transition animation gut reflektiert. Das erfassen von Getränken könnte in dieser Hinsicht etwas besser gestaltet sein: nach dem erfassen kehrt man in den Hauptmenü screen zurück ohne grosses visuelles Feedback, ausser dass sich ein grosser Zähler, die die Anzahl Gramm konsumierten Alkohols diese Woche anzeigt, angepasst wird, keine Bestätigung o.ä.

3. Interaction / Metaphor / Style:

a) The system should speak the users' language, with words, phrases and concepts familiar to the user, rather than system-oriented terms. Follow real-world conventions, making information appear in a natural and logical order.

- Die Bedienung/Navigation ist relativ einfach zu verstehen und macht Sinn. Auch das Erfassen von Drinks wird relativ einfach gemacht, man wählt eine Art von drink aus (Bier, Schnapps, etc..) wählt die Alkohol% und Grösse. Die Reflektion davon in der Statistik könnte jedoch besser sein, der konsumierte Alkohol wird einem nur in gramm angezeigt, was die konsumierten Menge irgendwie abstrakt macht, für mich jedenfalls, da ich nicht wirklich eine Relation dazu habe, wieviel Alkohol in gramm wiegt. Kann mir vorstellen dass das der Aussagekraft der Statistiken schadet. Allerdings wird sehr gut sichtbar gewarnt/gelobt wenn man zu viel getrunken hat oder man auf gutem Weg ist.
- Die App hat eine flache Hierarchie: alle Funktionen sind aus einem Hauptmenü zugänglich. Dadurch wirkt es am Anfang evtl. etwas überwältigend, jedoch eigentlich sehr einfach und übersichtlich
- Screen-nutzung völlig ok

b) Consistency and standards (vgl Nielsen 4.)

- Die App ist in sich konsistent designed. Es wird keiner bestimmten visuellen Metapher gefolgt, die App ist "beautifully digital".
- Navigation einfach und konsistent

c) Typography: Is the text hierarchical and readable?

- Verschiedene Schriftschnitte werden sinnvoll und dezent eingesetzt, Text ist gut strukturiert. Der verwendete Font für die Haupttitel/Überschriften ist evtl. etwas zu "leicht", geht visuell etwas unter, jedoch nicht so fest dass es der Übersicht schaden würde
- Visuelles Feedback/Differenzierung was "klickbar" ist könnte, hauptsächlich beim erfassen von Getränken, besser sein
- Im grossen und ganzen gut lesbar, jedoch gibt es einige hässliche Zeilen auf denen Wörter zusammengequetscht werden, was aus einem schlecht eingestellten Blocksatz resultiert

d) Datavisualisation:

- Kurvendiagramm zeigt auf einer Timeline die konsumierte Menge, so wie ein grosser Counter im Hauptmenü
- Das Kurvendiagramm lässt einfach unterschiedliche Zeitspannen vergleichen
- Das Diagramm und der Zähler an sich ja, jedoch zeigen sie wie erwähnt die konsumierte Menge in Gramm an, was ich persönlich zu abstrakt finde, und nicht ein

sehr gutes Bild des tatsächlichen Konsums gibt, ausser jemand hat eine sehr konkrete Vorstellung davon, wie viel Alkohol in g in Getränken ist

- Daher unsicher wieviel Value darin besteht
- Schwächere und stärkere Getränke werden in der Statistik nicht differenziert, alles wird auf die Menge Alkohol in Gramm reduziert
- Navigation auf der Timeline sehr einfach, man swiped links und rechts um in der Zeit zurück/nach vorne zu gelangen. Will man jedoch eine weit zurückliegende Zeitspanne ansehen ist das sehr mühsam, da weit zurück geswiped werden muss. Die Ansicht ist nicht zoombar.

e) Colour:

- Farben sind dezent und sinnvoll eingesetzt, eine grosse rote "STOP" Nachricht warnt wenn zu viel konsumiert wird, diese speziell ist sehr gut umgesetzt: das Hauptmenü kommt normalerweise in angenehmen grün/blau tönen daher, wird aber zu viel konsumiert färbt sich so der ganze Screen eher rot. Sehr kräftig.
- Nicht erledigte/ausgefüllte Quizzes/Angaben werden jedoch ebenfalls rot gekennzeichnet, und zwar mit einem roten Gut-Zeichen, was etwas verwirrend ist, war mir zuerst nicht sicher ob das bedeutet erledigt oder nicht erledigt (es bedeutet nicht erledigt)

4. *General usability / user experience*

- App ist simpel zu bedienen, und man verliert nie die Übersicht, mit einem klick ist man immer zurück im Hauptmenü und es gibt keine verschachtelten Untermenüs
- Sinn/Zweck einiger Funktionen ist mir nicht wirklich klar und wozu sie da sind. Hauptfunktionalität Erfassen von Drinks etc. jedoch sehr einfach zugänglich
- Sehr simpel, 3 klicks/taps vom Hauptmenü aus

5. *Privacy and sharing*

- Keine Personalien wie etwa Name, jedoch Geschlecht und persönliche Beziehung zu Alkohol wird durch einen Fragebogen erfasst ("I drink when I'm happy/depressed" etc.), sowie offensichtlich die Statistik des konsumierten Alkohols
- Datenschutzerklärung ist kurz und knapp: Keine persönlichen oder geographischen Daten werden von der App erfasst, oder weitergegeben.
- Siehe oben
- Sehr einfach, 2 klicks/taps von Einstellungsmenü aus
- keine Socialmedia Integration

Alkohol Party Spiel

998

1. *General appeal*

Das App sieht verspielt und unseriös aus. Dazu kommt, dass ständig ein Werbebanner angezeigt wird und dass die Texte fehlerhaft übersetzt sind. Somit passt die Gestaltung gut zum Zweck der App, ein zwangsloses Trinkspiel für Partys zu sein.

2. *Visibility of system status*

Da das App sehr einfach aufgebaut ist, weiss der Nutzer jederzeit, wo er sich befindet. Jede Aktion des Benutzers wird sofort umgesetzt und dargestellt.

3. *Interaction / metaphor / style:*

a) The system should speak the users' language, with words, phrases and concepts familiar to the user, rather than system-oriented terms. Follow real-world conventions, making information appear in a natural and logical order.

Die Bildschirmfläche wird gut genutzt, alle Elemente sind einfach zu erreichen. Die Bedienung ist schnell erlernbar.

b) Consistency and standards (vgl. Nielsen 4.)

Sowohl Navigation als auch Auszeichnungen der Elemente sind konsistent.

c) Typography: Is the text hierarchical and readable?

Der Text ist sehr gross dargestellt. Das mag gut sein, wenn verschiedene Spieler um die App sitzen. Trotzdem wirkt es ständig so, als ob nicht der ganze Text im kleinen Kästchen Platz gehabt hätte, er wirkt sehr gedrängt.

d) Data visualisation:

Es gibt keine Datenvisualisierung.

e) Colour:

Die Farben sind wild durcheinander gewürfelt, ein Farbkonzept ist nicht wirklich erkennbar. Teilweise wird nicht genug Kontrast eingehalten, wodurch Texte schwer zu lesen sind.

4. *General usability / user experience*

Die Bedienung der wichtigsten Navigationspunkte ist einfach. Nicht alle Menüpunkte führen zur erwarteten Unterseite.

5. *Privacy and sharing*

Die App macht keine Angaben dazu, jedoch sieht es so aus, als ob keine Benutzerdaten gespeichert werden. Es können weder Benutzerkonten noch Social Media-Profilen angelegt oder geteilt werden.

Alcoo-sim Be my angel

1003

1. General appeal

Das App ist sehr verspielt, erinnert an ein Game. Dies ist sehr erfrischend, da trockene Informationen ansprechend dargestellt werden. Jedoch wirkt es teilweise auch kindlich, wofür die Zielgruppe, junge Partygänger, wohl schon zu alt ist.

2. Visibility of system status

Eingegebene Informationen werden sofort und verständlich dargestellt. Der Benutzer weiss jederzeit, wo in der App er sich befindet.

3. Interaction / metaphor / style:

a) The system should speak the users' language, with words, phrases and concepts familiar to the user, rather than system-oriented terms. Follow real-world conventions, making information appear in a natural and logical order.

Die Bildschirmfläche wird optimal genutzt und die Möglichkeiten einer App mit Navigation in alle Richtungen werden gut eingesetzt. Die verwendeten Begriffe sind verständlich und Benutzer-orientiert.

b) Consistency and standards (vgl nielson 4.)

Die App verfolgt einen eigenen Stil und zieht diesen konsequent durch. Die Navigation ist konsistent und gleiche Funktionen werden auch gleich dargestellt.

c) Typography: Is the text hierarchical and readable?

Texte sind angenehm zu lesen, sowohl von der Länge, der Grösse und der Darstellung. Titel werden durch ihre Farbigkeit von Fliesstext unterschieden. Alle klickbaren Elemente werden umrahmt und sind somit als Buttons erkennbar.

d) Datavisualisation:

Die Daten werden korrekt wiedergegeben und sind verständlich. Das Diagramm gibt eine Prognose ab, wie der Promillegehalt im Verlauf der Zeit sinkt. Somit wird zusätzlicher Wert geschaffen.

e) Colour:

Die Farben passen gut zusammen, ein Farbkonzept ist erkennbar. Eine Farbe wird speziell dafür verwendet, Buttons welche gerade angeklickt wurden, auszuzeichnen.

4. General usability / user experience

Die Benutzung der App macht Spass und bietet ein Erlebnis. Mann muss sich zuerst kurz eingewöhnen, doch danach ist sie klar verständlich und einfach zu benutzen.

5. Privacy and sharing

Es gibt keine Integration mit Social media und auch keine Möglichkeit, ein Benutzerkonto anzulegen. Einträge werden nur solange gespeichert, bis ein neuer Eintrag stattfindet. Danach sind die Informationen nicht mehr erreichbar.

Promille Calc (Free)

1009

1. General appeal

- Seems cheap due to inconsistent typography/font choice, and is extremely cheapened by advertising banners (those would be gone in the full version though I reckon)
- The visual design itself would be adequate, it's simple and clean, white with bold typography, but it seems extremely cheap due to the ads and the Info-section having the wrong/different font, which makes me not want to use it

2. Visibility of system status

- Menüführung beim messen des Blutalkohols sehr schlecht, nicht gut ersichtlich wo's weiter geht, etc. Navigation durch Hauptmenüpunkte ok
- Nein, wie erwähnt, vor allem beim Erfassen der getrunkenen Menge zur Berechnung des Blutalkohols nicht gut ersichtlich an welchem Punkt man sich befindet, weiter/zurück buttons sehr schlecht/kaum gekennzeichnet. Visuelle Anzeige des Blutalkohols am Ende jedoch wieder sehr gut

3. Interaction / metaphor / style:

a) The system should speak the users' language, with words, phrases and concepts familiar to the user, rather than system-oriented terms. Follow real-world conventions, making information appear in a natural and logical order.

- Konzept ist einfach zu begreifen, jedoch muss man sich zuerst einmal mit der sub-optimalen Navigation zurechtfinden
- Flache Hierarchie der Hauptfunktionen, macht Sinn
- Ja

b) Consistency and standards (vgl nielson 4.)

- Typische iOS Navigation mit Menu-bar unten, und mehr oder weniger sauberen, weissen Look
- Konsistent aber nicht besonders gut

c) Typography: Is the text hierarchical and readable?

- Schriftschnitte ok eingesetzt, ausser, wie erwähnt, auf einem Screen wird eine komplett andere Schrift verwendet was das ganze sehr billig wirken lässt. Ansonsten ok
- Buttons sehr schlecht gekennzeichnet, beim Erfassen von Drinks/Berechnen des Blutalkohols unklar. Ausserdem gibt es manchmal intrusive Werbebanner die Buttons enthalten, was die Navigation der App im grossen und ganzen ziemlich verwirrend macht

d) Datavisualisation:

- Es gibt ein Säulendiagramm dass über den Blutalkohol der letzten Stunden Auskunft gibt
- Die visuelle Anzeige des BA ist ziemlich gut, es wird ein Zähler hochgezählt und eine Flasche auf einer Leiste hin und her bewegt. Diese Leiste ist jedoch Regenbogenfarben: die Flasche bewegt sich von wenig Grün (wenig Alkohol) übers ganze Regenbogenspektrum bis zu Dunkelblau (sehr viel Alkohol). Diese Farbdifferenzierung macht keinen Sinn und hätte besser gewählt werden können, zB. einfach von Grün nach Rot
- im Säulendiagramm Vergleichbar über die letzten Stunden, um zu sehen wie sich der Blutalkohol abbaut
- Gut verständlich
- Keine Differenzierung von Soft/Hard drinks. Anzeige in Promille
- Zeitspannen im Säulendiagramm lassen sich nicht anpassen, sie zeigt die Zeit an, in der man angibt getrunken zu haben. Die Anzahl Säulen verändert sich jedoch nicht. Je länger also die angegebene Zeitspanne ist, umso ungenauer

e) Colour:

- App grundsätzlich nüchtern weiss, mit schwarzem Text
 - Ausser der erwähnte Regenbogenbalken, der überhaupt keinen Sinn macht
4. *General usability / user experience*
- Etwas mühsame, verwirrende Navigation wegen intrusiver Werbung und schlecht gekennzeichneten/sichtbaren Buttons
 - Nein, nicht sehr einfach verständlich wegen der erwähnten Probleme
 - Siehe oben
5. *Privacy and sharing*
- Geschlecht/Grösse/Gewicht wird erfasst
 - Keine Info
 - keine Info
 - Profil (Geschlecht/Grösse/Gewicht) lässt sich einfach löschen, und Drinks zurücksetzen
 - Ja, Facebook/Twitter/Whatsapp/eMail etc...
 - Eine Nachricht mit dem Icon der App, sowie dem aktuellen Blutalkoholgehalt

AlcoDroid Alcohol Tracker

1015

1. General appeal

Die App scheint viele gute Funktionen zu haben, wirkt aber sehr technisch und fast ein wenig ungestaltet.

Das Aussehen passt damit vermutlich nicht ganz zur intention weil eben alles da ist, aber nicht sehr ansprechend aussieht

2. Visibility of system status

Man weiss immer, wo man ist und was man tut. Technisch gut gemacht, visuell wenig ansprechend

3. Interaction / metaphor / style:

a) The system should speak the users' language, with words, phrases and concepts familiar to the user, rather than system-oriented terms. Follow real-world conventions, making information appear in a natural and logical order.

Der technische Aufbau macht die Interaktion nicht immer einfach. Die App ist zwar inhaltlich logisch aufgebaut, aber gibt sich visuell keine Mühe, beim navigieren zu helfen. Positionen der Buttons sind nicht wirklich klar / logisch

Es fehlt eine übersichtliche Tagebuchdarstellung

b) Consistency and standards (vgl nielson 4.)

Die Navigation ist nicht sehr leichtfüßig, aber konsistent

c) Typography: Is the text hierarchical and readable?

Der Text ist grau auf schwarz. Nicht sehr glückliche Wahl weil das Grau etwas zu dunkel geraten ist

Es gibt kein unmittelbar einleuchtendes typografisches Konzept, dass die Hierarchisierung unterstützt

d) Datavisualisation:

Die Visualisierung des Promilleverlaufs ist logisch und korrekt. Allerdings ist die Ansicht nicht zoombar und ist etwas klein geraten. Sie sieht deshalb, ausser man trinkt sehr viel, nach wenig aus.

Tagebuch / Mengenvisualisierung fehlt! Schade!

Statistische Darstellungen sind sehr technisch und unübersichtlich.

e) Colour:

Es gibt keine Farben ausser in der Visualisierung. Da ist grün gut und rot viel

4. General usability / User Experience

Die App ist ein wenig umständlich und schwerfällig geraten. Ansichten sind ein wenig unübersichtlich.

5. Privacy and sharing

Es gibt keine Personalisierung und kein Sharing. Es ist aber auch nicht klar, wo die Daten gespeichert werden.

Trinken aufhören alkoholfrei

1016

1. General appeal

- Die App gibt sich Mühe, visuell einen guten Eindruck zu hinterlassen. Es gibt viele Farben und Icons. Die meisten Icons sind sauber gezeichnet, aber nicht alle haben inhaltlich und visuell dieselbe Qualität. Die Icons haben auch nicht alle dieselbe visuelle Sprache. (vgl. "Getränke ausgelassen" mit "Besiege ein Gelüst"). Es macht auf den ersten Blick einen guten Eindruck, bei genauerer Betrachtung ist das Design aber sehr heterogen.

- Im Grossen und Ganzen aber legt die App viel Gewicht auf den visuellen Eindruck und wirkt so auf den ersten Blick seriös und gleichzeitig visuell verspielt. Daher passt sie vermutlich nicht schlecht auf die Zielgruppe

- Die Werbung trübt den Eindruck.

- Es ist mir nicht ganz klar, was die App möchte. Ich finde keinen wirklichen Tracker. Offenbar kann ich lediglich einstellen, wann ich mit trinken aufgehört habe. Ausser beim Menüpunkt "Langsames Aufhören". Da kann man Drinks pro Woche zählen. Allerdings offenbar ohne Einfluss auf den Rest der App und es scheint auch keine Auswertung zu geben.

Insofern ist mir die "Intention" der App unklar und ich weiss nicht genau, ob die Grafik sie erfüllt.

2. Visibility of system status

Die App ist ziemlich geradlinig aufgebaut und meistens findet man sich gut zurecht. Es gibt aber ein paar wenige Ausnahmen. So ist zum Beispiel nicht ganz klar, was der Unterschied zwischen dem Menüpunkt "Gesamte Gesundheit" und "Erholte Lebenszeit" ist.

3. Interaction / metaphor / style:

a) The system should speak the users' language, with words, phrases and concepts familiar to the user, rather than system-oriented terms. Follow real-world conventions, making information appear in a natural and logical order.

Die App ist sehr einfach zu bedienen.

Wie logisch sie ist, ist schwieriger zu beurteilen, weil ich nicht genau weiss, was die App genau von mir will.

Die obersten Anzeigen sind gespartes Geld und ein Spiel, um sich vom Trinken abzulenken.

Wenn es bloss ein Motivationsapp ist, macht das ev. Sinn. Wenn es aber mehr um Daten gehen soll, so sind die Einstellungsmöglichkeiten zu beschränkt und zu weit weg.

Das Design ist aber recht gut auf die Screengrösse angepasst.

b) Consistency and standards (vgl. Nielsen 4.)

Die Navigation ist konsistent.

c) Typography: Is the text hierarchical and readable?

Es gibt nicht viel Text. Es gibt eine fragwürdige Schriftwahl, ansonsten ist es aber ganz ok.

d) Data visualisation:

Es gibt offenbar keine Datenvisualisierung

e) Colour:

Die Farben sind nicht konsistent, geben keine Hilfestellung und spielen keine Rolle.

4. General usability / user experience

Die Bedienung ist einfach weil es nicht viel zu bedienen gibt und daher führt sie selten zu Verwirrung.

Einstellungen sind aber recht schlecht zu erreichen und somit kann man nach einem kurzen Drink die App sehr schlecht resetten. Taugt eigentlich nur als Motivationsapp und Zähler, wie lange man aufgehört hat, wenn man an einem fest definierten Punkt aufhörte und nie schwach geworden war.

5. Privacy and sharing

Man kann Screenshots der App im Googleuniversum sowie über Bluetooth teilen.

Es steht aber nirgends was zum Datenschutz.

Trinktagebuch

1017

1. General appeal

Die App ist sehr textlastig.

2. Visibility of system status

Bei gewissen Unterseiten (Info-Seiten) und bei den persönlichen Einstellungen gibt es keinen Zurück-Button. Die einzige Möglichkeit, zurück zu kommen ist durch den Rückwärtsbutton des Telefon selbst. Dies ist vor allem zu Beginn der Nutzung verirrend, da man als erstes auf die Seite der persönlichen Angaben kommt und von dort den Rückwärts-Button klicken muss.

3. Interaction / metaphor / style:

a) The system should speak the users' language, with words, phrases and concepts familiar to the user, rather than system-oriented terms. Follow real-world conventions, making information appear in a natural and logical order.

b) Consistency and standards (vgl nielson 4.)

Die Symbole in der Navigation sind nicht alle gewöhnlich und auf Anhieb verständlich. Beispielsweise wird ein Daumen-hoch als Symbol für weiterführende Links und Selbsthilfegruppen verwendet. Der gleiche Daumen wird aber auch verwendet um anzuzeigen ob der Grenzwert des täglichen Alkoholkonsums über- oder unterschritten wurde. Deshalb erwartet man beim Klick in der Navigation nicht das, was dann kommt.

c) Typography: Is the text hierarchical and readable?

Die Informationen zu jedem Thema sind sehr ausführlich. Dies ist sehr gut für interessierte Leser, kann jedoch abschrecken, den Text zu lesen. Zudem sind die Zeilenabstände sehr eng gesetzt, was das längere Lesen anstrengend macht. Zudem sind alle Informationen, abgesehen von Titeln, gleichwertig gestaltet. Dies macht es schwierig, die wichtigen Details schnell im Überfliegen zu erfassen.

d) Datavisualisation:

Die eingegebenen Daten werden als Balken- und Liniendiagramm und als Text dargestellt. Hier irritiert, dass je nach Zeitraum der Statistik, eine andere Art der Statistikdarstellung gewählt wird. Das macht es unmöglich zu vergleichen. Gewöhnungsbedürftig ist zudem, dass die Getränke in Gramm Alkohol umgerechnet werden und nicht mehr als einzelne Getränke angezeigt werden.

e) Colour:

Die Farben ergeben Sinn (rot für schlecht, grün für gut, blau für die Navigationsleiste). Könnten aber noch gezielter eingesetzt werden um die Übersicht zu verbessern.

4. General usability / user experience

Die App hat sehr viele Unterseiten und Informationen. Diese sind jedoch oft versteckt in Menüpunkten, die nicht verständlich sind und an Orten, an denen man sie nicht erwartet. Dies macht die Bedienung der App zu einer ständigen Suche und Überraschung. Der Nutzer muss viel Geduld und Motivation aufbringen um die App längerfristig zu benutzen.

5. Privacy and sharing

Die App gibt in einer Unterseite Informationen zum Datenschutz. Alle eingegebenen Daten werden nur auf dem mobilen Endgerät gespeichert. Wird die App gelöscht, werden auch alle Daten auf dem gerät gelöscht.

Alkohol-Tester

1024

1. General appeal

Die App nimmt Game-Elemente in der Gestaltung auf, was gut zu ihrem Hauptmerkmal, der spielerischen Berechnung des Promillegehaltes, passt. Dadurch wirkt sie verspielt, aber trotzdem seriös, da alle anderen Informationen schlicht dargestellt sind.

2. Visibility of system status

Da das App sehr einfach aufgebaut ist, es gibt eine Startseite, die das Menu ist, und Unterseiten, die aber nicht weiterführen, ist die Navigation schnell verständlich. Der Nutzer weiss jederzeit, wo er sich befindet und wie er zurückkommt. Gespeicherte Einträge werden sofort aktualisiert angezeigt.

3. Interaction / metaphor / style:

a) The system should speak the users' language, with words, phrases and concepts familiar to the user, rather than system-oriented terms. Follow real-world conventions, making information appear in a natural and logical order.

Die verwendeten Begriffe sind klar und verständlich. Die Bildschirmfläche wird optimal ausgenutzt. Die Hierarchie ist jedoch noch nicht ganz ausgereift. Alle Unterseiten werden gleich gross im Menu angezeigt. Jedoch werden 4 von 6 Unterseiten nur sehr selten gebraucht. Die Seite «Testen» wird am häufigsten gebraucht und Seite «Statistik» am zwei häufigsten. Dieser Logik folgend, wäre es besser, die Seite «Testen» im Menü hierarchisch höhergestellt (z.B. durch Grösse) darzustellen sodass sie schneller sichtbar und einfacher erreichbar wäre.

b) Consistency and standards (vgl Nielsen 4.)

Die App folgt einem klaren, verständlichen Konzept. Gleiche Informationen und Funktionen werde gleich angezeigt.

c) Typography: Is the text hierarchical and readable?

Die typografische Hierarchie mit Titeln, Fliesstext und speziell ausgezeichneten klickbaren Elementen wird konsequent eingehalten. Der Text ist für Mobile optimiert und angenehm zu lesen.

d) Datavisualisation:

Die Daten werden in einem Linienendiagramm festgehalten. Der Nutzer kann wählen, ob er eine Wochen- Monats oder Jahresansicht sehen möchte. Das Diagramm ist jedoch komplett unverständlich. Weder das Datum, an welchem der Eintrag gemacht wurde, noch die Höhe des Promillegehaltes an diesem Tag sind sichtbar. Einzig eine Tendenz lässt sich ausmachen. Dies macht die Datenvisualisierung nutzlos.

e) Colour:

Die Farben werden neben ihrer Funktion als «Stimmung» auch funktional eingesetzt bei der Kennzeichnung von klickbaren Elementen.

4. General usability / user experience

Die Nutzung der App ist sehr angenehm, der Benutzer fühlt sich zu keiner Zeit gestört oder irritiert. Die Navigation ist schnell verständlich. Zudem birgt die App einen «Spas-Faktor», da sie den Promillegehalt mittels eines Games errechnet.

5. Privacy and sharing

Die App weist darauf hin, dass sie Facebook SDK nutzen. Dies ist ein Code von Facebook, welcher verwendet werden kann, damit sich Benutzer der App mit Facebook anmelden können. Dann können sie ihre Testergebnisse auf Facebook teilen. Die App gibt aber an, keine Benutzerdaten zu speichern oder ungefragt weiterzugeben. Die App fragt jedes Mal, bevor sie Inhalte auf Facebook postet.

Schluss mit Sucht

1042

1. General appeal

Die App sieht sauber, aufgeräumt und ansprechend aus. Die Farben wurden gezielt ausgewählt und eingesetzt. Es passt gut zur Absicht der App, da sich die Gestaltung zurückhält und die Information, die der Benutzer eingegeben hat, und motivierende Sprüche in den Vordergrund stellt.

2. Visibility of system status

Die Navigation innerhalb der App erfolgt in einem Menü. Die verschiedenen Unterseiten sind mit Symbolen visualisiert, welche die Farbe ändern, wenn man sich auf einer der Unterseiten befindet. Das Menü ist leider nur sichtbar, wenn man nach oben scrollt, scrollt man nach unten verschwindet es. Eingegebene Informationen werden sofort sichtbar, der User weiss somit, dass sie gespeichert wurden.

3. Interaction / metaphor / style:

a) The system should speak the users' language, with words, phrases and concepts familiar to the user, rather than system-oriented terms. Follow real-world conventions, making information appear in a natural and logical order.

Die Logik ist schnell verständlich, man findet sich gut zurecht. Die Hierarchie ist klar. Die Screenfläche wird gut ausgenutzt, ist weder zu voll noch zu leer und alle Elemente sind gut mit dem Daumen erreichbar.

b) Consistency and standards (vgl nielson 4.)

Die visuelle Erscheinung der klickbaren Flächen ist nicht konsistent. Teilweise sind sie in der Signalfarbe, in welcher auch die Menüpunkte sind. Weitere Flächen sind mit einem kleinen Menu (drei übereinander liegende Punkte) gekennzeichnet, dass sie bearbeitbar sind. Dritte sind nicht gekennzeichnet, dass sie klickbar sind. Die Navigation ist konsistent. Standards in der Navigation, Benennung der Inhalte und Inhalte der Icons / Symbole werden eingehalten.

c) Typography: Is the text hierarchical and readable?

Verschiedene Schriftgrößen markieren die Schrifthierarchie verständlich und machen sie schnell sichtbar. Die Schrift hat eine angenehme Lesegrösse, könnte jedoch noch leicht grösser sein.

d) Datavisualisation:

Die App zeigt das eingesparte Geld seit dem letzten Glas Alkohol. Die Information wird in Echtzeit errechnet und dargestellt. Die positive Entwicklung ist jederzeit sichtbar mittels verschiedener Art der Information. Zahlen, Prozentuale Ringdiagramme, eine Tagebuchansicht, Liniendiagramme und Texte visualisieren die verschiedenen Informationen. Die Daten werden korrekt und vollständig gezeigt. Zeitspannen können selbst ausgewählt werden.

e) Colour:

Die Farben werden gezielt eingesetzt und helfen bei der Bedienung. Die Signalfarbe kann vom Benutzer geändert werden.

4. General usability / user experience

Es ist angenehm zwischen den Inhalten zu navigieren, was durch das Menü der App erleichtert wird. Der User Flow ist elegant, einfach und wird nie behindert. Eingaben sind schnell zu tätigen.

5. Privacy and sharing

Die App kann mit einem Pincode verschlossen werden. Die Daten können auf Google Drive gesichert werden. Zusätzlich können sie via Mail, Bluetooth und Google+ geteilt werden, jedoch nicht auf anderen Social Media. Die App gibt keine Informationen über die Sicherheit der Daten, deren Speicherort oder Nutzung von Dritten.

Alkohol trinken aufhören

1044

1. General appeal

Die App wirkt altbacken und ein bisschen technisch.

2. Visibility of system status

Die App ist so simpel, dass man sich nie verlieren kann. Wurde ein Eintrag gemacht, ändert sich die Farbe des Datumfeldes. So weiss man sofort, dass der Eintrag gespeichert wurde.

3. Interaction / metaphor / style:

a) The system should speak the users' language, with words, phrases and concepts familiar to the user, rather than system-oriented terms. Follow real-world conventions, making information appear in a natural and logical order.

Das Design passt sich ideal dem Bildschirm an. Alle Punkte sind gut zu erreichen.

b) Consistency and standards (vgl nielson 4.)

Zwei der drei Menüpunkten in der Navigation führen aus der App raus ins Internet und den App Store. Dies ist nicht zuvor sichtbar gemacht. So wird der Benutzer überrascht, dass er plötzlich die App verlässt. Die Tagebuchansicht und -navigation sind folgen jedoch den Standards.

c) Typography: Is the text hierarchical and readable?

Der Text ist zwar nicht besonders schön gestaltet, aber ist angenehm zu lesen und hat eine gute Grösse. Titel werden mit Farbe unterschieden und Buttons sind nebst der Farbe noch umrahmt, was sie schnell erkennbar macht.

d) Datavisualisation:

Es gibt keine Datavisualisation oder sonstige Auswertung der Daten. Der Benutzer trägt für jeden Tag ein, wieviele Drinks konsumiert wurden. Dabei kann nicht zwischen starken und schwachen Getränken unterschieden werden. Wurden keine Drinks konsumiert, färbt sich das Datumfeld grün, ansonsten rot. Jedoch ist die Anzahl konsumierten Drinks nicht mehr sichtbar. Nur wenn man den Tag wieder öffnet, sieht man was eingetragen wurde. Somit ist keine differenzierte Übersicht möglich.

e) Colour:

Jede Farbe erfüllt ihren Zweck und hilft mit der Bedienung und schnellen visuellen Erfassung von Inhalten.

4. General usability / user experience

Gut ist, dass es eine Unterseite gibt, die eine detaillierte Erklärung gibt, wie die App zu bedienen ist. Liest man sie jedoch zuerst nicht und beginnt einfach mal, ist vieles nicht klar. Die App ist so simpel gehalten, dass es überrascht. Der Benutzer denkt sich, es gäbe noch mehr, dass man einfach nicht findet. Was zudem sehr irritiert und die User Experience sehr verschlechtert sind die Menüpunkte die aus der App führen, nicht aber als solche erkennbar sind. Um einen Eintrag zu machen, muss der Benutzer lange auf das Datumfeld klicken. Nur ein kurzes draufklicken, wie dies meist üblich ist, bringt nichts.

5. Privacy and sharing

Die App gibt keine Informationen zum Datenschutz. Social Media ist nicht eingebunden.

HabitBull - Habit Tracker

1045

1. General appeal

- Grundsätzlich sauber und übersichtlich designed. Auf einigen Screens nehmen einige UI Elemente etwas viel unnötigen Platz ein, was der Übersicht etwas schadet. Farben werden dezent und sinnvoll eingesetzt. Grundsätzlich würde die App seriös aussehen wäre da nicht ein Detail: auf der Hauptübersicht ist Konstant ein billig wirkendes "Motivierende Sprüche"-Bild mit 2 Katzen im Hintergrund. erinnert an Facebook-Einträge und zieht Gesamtbild der App enorm herunter. Vermutlich sollten dort unterschiedliche solche Bilder angezeigt werden, ich sah in meiner Zeit mit der App jedoch immer dasselbe.
- Das Katzenbild nimmt der App visuell jegliche Kreditibilität und Ernsthaftigkeit, und erscheint somit unangemessen. Ohne das Bild wäre es völlig adäquat.

2. Visibility of system status

- Übersichtliche Navigation, es ist stets klar in welchem Bereich man sich befindet.
- Visuelles Feedback genügend. Das "Verketteten" von erfolgreichen Tagen fühlt sich recht gut an.

3. Interaction / metaphor / style:

a) The system should speak the users' language, with words, phrases and concepts familiar to the user, rather than system-oriented terms. Follow real-world conventions, making information appear in a natural and logical order.

- Nach wenigen Minuten verständlich und einfach zu handhaben.
- Aufbau macht Sinn, am Meisten wird man die Gesamtübersicht oder die spezifische Übersicht eines getrackten Habits ansehen, wo die Strukturierung der Informationen sehr logisch ist.
- Einige UI Elemente nehmen in der Vertikale unnötig viel Platz ein, davon wirken einige Screens etwas unnötig "lang", hat aber wenig Einfluss auf die Bedienbarkeit.

b) Consistency and standards (vgl nielson 4.)

- Die App scheint in sich, und soweit ich das Beurteilen kann auch mit Android Standards, konsistent. Einziger, jedoch ausschlaggebender, Bruch ist das bereits erwähnte Katzenbild.

c) Typography: Is the text hierarchical and readable?

- Text ist gut lesbar jedoch hätte etwas mehr Varianz in Font Weight nicht geschadet um einige Informationen etwas besser voneinander zu differenzieren. Alle Texte sind etwas "leicht", und einige Überschriften in Unterfunktion (zB. bei den Tips) sind etwas zu prominent im Vergleich zu Überschriften von wichtigeren Sektionen (zB. Übersicht einer getrackten Gewohnheit)

d) Datavisualisation:

- Anzeige macht Sinn, erfolgreiche Tage werden grün, nicht erfolgreiche Tage rot angezeigt. Erfolgreiche Tage werden zu einem "Streak" verkettet, was sich gut anfühlt.
- Neben der Anzeige im Kalender werden drei Diagramme angezeigt für gesamte Erfolgsquote, täglichen und monatlichen Fortschritt. Diese sind jedoch nicht sehr detailliert und auf den ersten Blick nicht sehr gut lesbar. Hauptübersicht im Kalender aber gut.

e) Colour:

Farben dezent und sinnvoll eingesetzt. Sie dienen hauptsächlich zur Differenzierung der verschiedenen Gewohnheiten, die getrackt werden.

4. General Usability / User Experience

- Einfache Bedienung, sinnvoll strukturiert. Nichts besonderes aber ok.
- Einträge sind sehr einfach, mit 2-3 taps gemacht.

5. Privacy and sharing

- Im "Haftungsausschluss" wird eine Datenschutzerklärung erwähnt, und eine (lange) URL dafür ist da, diese ist jedoch KEIN Link und lässt sich nicht anklicken, somit sind Infos bez. Datenschutz nicht in der App ersichtlich.
- Eingegebene Daten lassen sich leicht aus der App löschen.
- Es gibt eine Share-Funktion. Diese lässt mich aber anscheinend nur das furchtbare Katzenbild sharen?!

Alkoholtest

1054

1. General appeal

En général, l'application résulte peu attrayante et mal adaptée aux codes visuels actuel sur téléphone mobile. Les fonctionnalités semblent être pertinentes du point de vue technique, mais des éléments comme les parties textuelles imprécises, donnent l'impression d'une traduction automatisée (Google Translate, par exemple), qui pourrait décourager ou confondre l'utilisateur.

2. Visibility of system status

Le flux d'utilisation est logique et linéaire. Les indications textuelles mal traduites peuvent cependant confondre l'utilisateur.

3. Interaction / metaphor / style:

a) The system should speak the users' language, with words, phrases and concepts familiar to the user, rather than system-oriented terms. Follow real-world conventions, making information appear in a natural and logical order.

La qualité du design de l'application est sommaire et peu cohérente dans sa globalité. Les écrans sont organisés de manière logique mais sont peu attrayants du point de vue stylistique.

b) Consistency and standards (vgl nielson 4.)

L'application ne suit pas les standards de la plateforme et utilise des éléments graphiques qui peuvent confondre l'utilisateur quant à ce qui est présenté à l'écran.

c) Typography: Is the text hierarchical and readable?

Les textes ont un taille pertinente par rapport à l'écran mais sont mal traduits, ce qui peut confondre l'utilisateur.

d) Datavisualisation:

La représentation des données semble correcte d'un point de vue technique mais ne s'inscrit pas dans une approche visuelle globale à l'intérieur de l'application.

e) Colour:

Les couleurs ne sont pas utilisées de manière cohérente à travers toute l'application et ne semblent pas être utilisées afin de faciliter la lecture des informations pour l'utilisateur.

4. General usability / user experience

Il est simple d'entrer des données concernant sa consommation d'alcool dans l'application.

La lecture de textes mal traduits demande cependant un certain effort d'interprétation.

Certains écrans, mal adaptés à la taille de l'écran ou pixelisés pourraient être mal interprétés.

5. Privacy and sharing

Aucune donnée personnelle n'est demandée par l'application. Une intégration de fonctionnalités de partage à travers les réseaux sociaux n'est pas présente non plus.

Gesundheitsrechner

1063

1. *General appeal*

Die App wirkt einigermaßen seriös, ist aber etwas zu farbig um medizinische Seriosität zu vermitteln, vielmehr ist sie im Bereich Todo Liste oder sowas ähnlichem.

So trifft sie aber eigentlich ziemlich genau das, wozu sie da ist. Zwar keine Todo Liste, aber doch eine Liste um Referenzwerte zu berechnen.

Detailview hingegen wirkt visuell und kompositorisch ungenau und eher technisch und von Technikern arrangiert. Seltsame Abstände, seltsame Größen der Eingabefelder, heterogene Bildsprache und Unschärfe bei den Icons machen das Ganze visuell nicht sehr ansprechend
-> Kein Tracker etc

2. *Visibility of system status*

Klassische Listen / Detailviewansicht. von daher immer klar, wo man ist und was man macht

3. *Interaction / metaphor / style:*

a) The system should speak the users' language, with words, phrases and concepts familiar to the user, rather than system-oriented terms. Follow real-world conventions, making information appear in a natural and logical order.

Es ist sehr einfach und logisch strukturiert. Listen / Detailansicht

b) Consistency and standards (vgl Nielsen 4.)

Die App folgt in der Listenansicht den Androidstyleguides. Die Detailview sieht etwas anders aus. Das macht den visuellen Eindruck etwas inkonsistent

c) typography: Is the text hierarchical and readable?

Es gibt fast keine Text. Der, der da ist, ist ok

d) Datavisualisation:

Keine Visualisierung

e) Colour:

4. *General usability / user experience*

Die Farben wirken zufällig

5. *Privacy and sharing*

Kein Sharing

APPstinent - Alkohol Abstinenz

1067

1. General appeal

Das Logo sieht einigermaßen seriös aus und erinnert an "offizielle" Gesundheitsorganisationen.

Aber die App sieht seltsam aus. Es gibt einen grossen, roten pseudorealistisch gerenderten NEIN!-Knopf, der aber nichts bewirkt. Das wirkt wie billige Werbung.

2. Visibility of system status

Der Knopf ist nicht wirklich verständlich, zumal weder visuell, haptisch noch akkustisch was geschieht. Vermutlich löst er auch gar nichts aus. Ich verstehe also nicht ganz, was das soll. Das Menu ist Klassisch und verständlich, wirkt aber etwas altbacken. (ca wie jQuery-mobile 2012)

es gibt kein feedback

3. Interaction / metaphor / style:

a) The system should speak the users' language, with words, phrases and concepts familiar to the user, rather than system-oriented terms. Follow real-world conventions, making information appear in a natural and logical order.

Hier gibts schlechte Kritik:

Wenn der Knopf nichts können muss, sondern einfach ein Neinsagen symbolisieren soll, wieso dann der Knopf? Entweder unlogische Metapher, oder die App ist kaputt

b) Consistency and standards (vgl nielson 4.)

Navigation ist einigermaßen klar und Webstandart. Allerdings ist der Menubutton sehr klein geraten und an einem sehr komischen Ort.

c) Typography: Is the text hierarchical and readable?

Der Text ist nicht schlecht gesetzt. Abstände und Grösse ist einigermaßen in Ordnung. Allerdings hat sie einen Schatten und wirkt eingestanz, was sinnlos und der Lesbarkeit abträglich ist.

Ausserdem ist der text grau auf rötlich-bräunlichem Hintergrund und die Titel Orange auf selbigem Hintergrund, was sehr zweifelhaft ist.

d) Datavisualisation:

Keine nenneswerte Visualisierung

e) Colour:

Die Farben scheine zufällig und sinnlos

4. General usability / user experience

- Es gibt keinen nenneswerten userflow.

- Menubutton ist klein und versteckt.

5. Privacy and sharing

Es gibt kein Sharing

After Party

1111

1. General appeal

L'application est un jeu qui aborde la thématique de l'abus d'alcool de manière ludique. Celle-ci développe un univers visuel pertinent par rapport au propos qu'elle souhaite mettre en avant.

2. Visibility of system status

Les interactions et possibilités du jeu étant relativement limitées, la prise en main de celui-ci reste plutôt simple. À la première ouverture, les indications concernant le déroulement du jeu sont cependant trop sommaires et il est difficile de comprendre rapidement comment faire évoluer le personnage sur le parcours.

3. Interaction / metaphor / style:

a) The system should speak the users' language, with words, phrases and concepts familiar to the user, rather than system-oriented terms. Follow real-world conventions, making information appear in a natural and logical order.

Des brèves indications plus détaillées concernant les interactions avec le jeu auraient été utiles. L'application reste cependant visuellement attrayante et appropriée à la taille de l'écran, tout en développant des codes visuels qui lui sont propres.

b) Consistency and standards (vgl. Nielsen 4.)

Il est facile de se repérer dans l'"espace" du jeu, dont les options de navigation et de personnalisation sont plutôt limitées.

c) Typography: Is the text hierarchical and readable?

Les textes sont facilement lisibles dans leur forme et leur taille et leur style est adapté au domaine du jeu sur mobile.

d) Data visualization:

e) Colour:

4. General usability / user experience

Le propos du jeu est celui de faire évoluer un personnage alcoolisé tout au long d'un parcours à obstacles (verres d'alcool supplémentaires, voitures) et bonus (questions à propos de l'abus d'alcool). Au-delà de l'allure titubante du personnage, qui est intentionnelle par rapport au thème du jeu, le jeu ne donne pas toujours une réaction par rapport aux actions que l'utilisateur effectue qui est satisfaisante. Il arrive par ailleurs également que le jeu puisse se fermer soudainement lors de la sélection de certaines options.

5. Privacy and sharing

Aucune donnée personnelle n'est demandée par le jeu. La seule donnée qui peut être demandée est la sélection d'un pseudonyme pour pouvoir suivre son classement par rapport à d'autres joueurs. Aucune option de partage sur les réseaux sociaux n'est proposée.

Alkoholfabrik Simulator

1113

1. General appeal

Die App sieht aus wie ein typisches Mobile-Game; dreidimensional, verspielt, viele Informationen und Inhalte aufs Mal. Dies passt sehr gut zur App, die in erster Linie unterhalten will.

2. Visibility of system status

Der Benutzer weiss jederzeit, wo er ist und Einträge werden sofort gespeichert und angezeigt. Gewisse Bereiche sind, wie oft in Games, zwar schon sichtbar, aber können noch nicht angeklickt werden.

3. Interaction / metaphor / style:

a) The system should speak the users' language, with words, phrases and concepts familiar to the user, rather than system-oriented terms. Follow real-world conventions, making information appear in a natural and logical order.

Die Bildschirmfläche wird ideal genutzt und alle klickbaren Orte sind verteilt. Die Begriffe sind bekannt aus anderen Mobile-Games und somit schnell verständlich.

b) Consistency and standards (vgl nielson 4.)

Die App verfolgt ihren eigenen Stil, der sich aber in die Reihe vieler Mobile-Games einordnen lässt. Das Gestaltungskonzept wird konsequent durchgezogen und wirkt sehr durchdacht.

c) Typography: Is the text hierarchical and readable?

Es wurde eine spezielle Schrift gewählt, die zwar gut zur Gestaltung des Games passt, jedoch teilweise schwierig zu lesen wird, wenn der Text klein gesetzt ist.

d) Datavisualisation:

Da es sich um ein Game handelt, ist keine Datenvisualisierung nötig.

e) Colour:

Die Farben wurden gezielt gewählt, um eine eigene Stimmung zu erzeugen. Für ähnliche Funktionen wurden auch die gleichen Farben wiederverwendet.

4. General usability / user experience

Das Tutorial zu Beginn hilft sehr, die Bedienung zu verstehen, welche zu Beginn noch ein bisschen gewöhnungsbedürftig ist. Danach macht es schnell Spass, da man seine Fortschritte gleichsieht. Jedoch braucht es viel Zeit und Geduld um in den Levels aufzusteigen.

5. Privacy and sharing

Das App ist mit Facebook verbunden. Will man dies nutzen, muss man sich zuerst mit seinem Facebook-Account anmelden. Man kann das App aber auch ohne Facebook benutzen. Die App gibt keine Informationen zum Datenschutz.

AlcooQuizz

1115

1. General appeal

L'application présente un aspect global soigné et cohérent dans son ensemble. En général, les éléments visuel sont pertinents par rapport aux propos que celle-ci développe, mis à part l'icône, trop générique, et le nom, qui suggère une dimension ludique, qui pourraient confondre l'utilisateur potentiel par rapport au véritable objectif de l'application.

2. Visibility of system status

Il est simple de s'orienter à l'intérieur de l'application, qui présente un organisation cohérente et hiérarchique des informations et des différentes fonctionnalités

3. Interaction / metaphor / style:

a) The system should speak the users' language, with words, phrases and concepts familiar to the user, rather than system-oriented terms. Follow real-world conventions, making information appear in a natural and logical order.

La prise en main de l'application est simple et immédiate, comme le sont les différentes interactions possibles pour l'utilisateur.

b) Consistency and standards (vgl nielson 4.)

Le passage aux différents sous-menus et les interactions avec les questionnaires sont linéaires et présentées de manière simple d'approche pour l'utilisateur, qui rencontre des difficultés de prise en main minimales

c) Typography: Is the text hierarchical and readable?

Les différents textes sont hiérarchisés de manière pertinente et appropriée, ce qui facilite la navigation à l'intérieur de l' application

d) Datavisualisation:

L'application ne présente pas une approche quantitative au sens strict par rapport à la consommation d'alcool, ni la possibilité d'enregistrer sur la durée ses propres consommations en dehors des "challenges" personnels avec une durée allant au delà de 7 jours. Même si les différents types de boissons alcoolisées sont discriminés, ceux-ci servent plus pour une classification indicative de l'utilisateur par rapport à sa consommation qu'à un suivi sur la durée de la consommation

e) Colour:

Les couleurs sont utilisées pour faciliter l'identification et la hiérarchisation des différents éléments textuels, comme les menus de navigation ou les résultats de test, ce qui permet de faciliter la lecture du contenu proposé dans l'application à l'utilisateur

4. General usability / user experience

L'expérience de l'utilisateur à l'intérieur de l'application est simple. Celui-ci a la possibilité, à travers des questionnaires de courte durée, d'évaluer son type de consommation, d'évaluer son taux d'alcoolémie du moment et de lancer un challenge personnel de consommation d'une durée maximale de 7 jours. Une partie plus informative, l'Alcoopedia", est également disponible pour les utilisateurs présentant des problématiques d'alcool ou les proches de celles-ci

5. Privacy and sharing

Aucune indication concernant l'utilisation des données entrées dans l'application n'est fournie. Celle-ci ne demande cependant jamais d'entrer des indications personnelles et les seules données qu'il est possible d'entrer concernent d'éventuelles consommations d'alcool, qui restent cependant sommaires. Aucune option d'intégration ou partage avec les réseaux sociaux n'est disponible.

Annex 3: Self-help, self-change content checklist

1) Introduction to the app

- Explanations how to handle the app and to navigate 11
 - Explanation of the underlying assumptions and general idea and mission 12
 - Introduction how to use the data and ideas about the usefulness of the app 13
-

2) Goal setting e.g. */**

- Fixed (abstinence or other goal) vs. user defined; achievement and goal revision 21
 - Rewards for achievements 22
-

3) Information topics, quality of information, coverage **

- Identifies *risk situations* (personal agenda, geo-localization, possibility to interact directly with phone at moments of risk; gives/sends pre-programmed or personalized strategies in risk situations) 31
 - Defines *relapse* risks, develops relapse risk-coping strategies; explains relapse prevention strategies 32
 - *General information* about the effects and problems related to consumption or addictive behaviors (e.g. somatic, mental, withdrawal, collateral – social) 33
 - *Information about the quality/ sources of the information*, references, evidence based and/or experience reports 34
 - *Information about available* professional (treatment, counselling options) or lay *help* (e.g. self-help groups) 35
-

4) Self-monitoring logs *

- *Data collection 1*; e.g. quantity, frequency, specific type of drink/substance/behavior (*standard drink calculation* or *easier data collection options*) 41
 - *Visualisation* over time; choice of time frames (e.g. consumption last 60 days) 42
 - *Data collection 2*: context information (e.e. situation of use and state of mind) 43
 - *Specification by gender as filter* 44
-

5) Normative information

- self tests (standardized e.g. AUDIT, but also quizzes or games to tap knowledge level) 51
 - positioning (personalized feedback information relating to participants' assessment responses about their recent xy use and xy T score; (e.g.. where does your drinking or e.g. AUDIT score Fit in *compared to national or other group norms*) 52
-

6) Facilitating of weighing the pros and cons to change or pursue goal (s)

- Decisional balance exercises 61
-

7) Tips for changing

- Practical concrete tips consumption related 71
 - Situation-related 72
 - Person-related 73
-

8) Interactivity ***

- Profile personalization (e.g. my avatar, sound, color) 81
 - Presence of Audio or Video support 82
 - Possibility to send complaints to the webmaster or authors 83
 - User satisfaction questionnaire 84
 - Option forums, chats, networks 85
 - Presence of game like module 86
 - Internal search engine 87
 - Tailoring of app possible 88
-

9) Data migration options

- No / if yes specify! Information/explanations about migration provided? 91
-

10) Privacy awareness

- Information what 'they' do with the data? 101
- Explicit information or disclaimer if data are shared or not 102
- Tracking of collected data acknowledged? 'opt out' option? 103
- Tracking of data collection acknowledged? 'opt out' option? 104

Content check list summary scores
<ul style="list-style-type: none"> • General score (0-10) if at least one aspect of each module has been addressed/included in the app (=1) or not (=0) and summing up; if information is only available by links provided and not directly, it is counted '0'. • Interactivity score (0-8) scoring 81-88 each (0/1) and summing up • Self-help/information barometer (0-5) scoring 31-35 each (0/1) and summing up

***Components according to the Guided Self-Change (GSC) treatment model**
According to: Sobell Carter L.; Domingo S. Mirtenbaum D.S. et L. (under review)
 iSelf-Change™: A randomized trial of a brief alcohol intervention delivered by iPhone and email. Under review.

****Self-help model/ change relevant information variables & ***Abbott's scale (interactivity)**

According to: Louise Penzenstadler, Anne Chatton, Mathias van Singer, Yasser Khazaal (2016): European Addiction Research 22(6):329-338.

Annex 3a: Self-help, self-change checklist _ inventory of app-specific results (green: 1 point for content overall score; red: 0 point for content overall score)

Arud Konsumtagebuch

ID: 910

1. Introduction to the app - 1

- Bei ersten Gebrauch gibt die App eine Übersicht mit kurzen, verständlichen Infotexten über die Haupt-Menüpunkte der App, und ihre Funktionen. Zusätzlich finden sich Hilfe zur Benutzung in einer FAQ innerhalb der App, sowie direkt im UI.
- Die FAQ gibt einen sehr kurzen Abriss über die Idee hinter der Funktion der App, bleibt dabei aber sehr pragmatisch. So steht dass die App zum Festhalten von Konsumgewohnheiten dient und dies im Rahmen einer Therapie oder einer eigenen Auseinandersetzung passieren kann
- Die App zeigt wie ihre Funktionen nützlich sind und wozu, versucht jedoch nicht, impliziert aber keinen bestimmten Zweck oder Nützlichkeit ausserhalb davon und bleibt pragmatisch (d.H. "Die App ist dazu da ihr Konsumverhalten festzuhalten".)

2. Goal setting e.g. */ - 1**

- Die App lässt den User eigene Ziele bestimmen (wie viele Einheiten pro Tag/Woche/ wie viele Konsumfreie Tage)
- Nicht wirklich Belohnungen, App zeigt lediglich an ob Ziele erreicht wurden oder nicht

3. Information topics, quality of information, coverage ** - 1

- Die App bietet einen "Selbsteinschätzungstest" und schätzt daraus ab, ob ein erhöhtes Risiko für die Gesundheit besteht und bietet Links zur Hilfe zur Änderung des Konsumverhaltens.
- Ob die App vor Risiken aufgrund der Einträge im Tagebuch warnt, kann ich ohne längere Nutzung keine Auskunft geben.
- Abgesehen von einer WHO Empfehlung eines Richtwerts für Alkohol (und einen Link zu entsprechenden Infos der WHO), enthält die App nicht viele zusätzliche Informationen, die über die Funktionen der App und deren Benutzung hinausgehen. Jedoch wird auf die arud-Webseite verlinkt, wo ausführlich über Alkoholkonsum, deren Risiken, Suchtbehandlung etc. informiert wird.

4. Self-monitoring logs * - 1

- Daten Einträge sind sehr leicht zu erstellen, jedoch immer in "Einheiten" definiert. Diese lassen sich in der App nicht genauer einstellen bzw. definieren, sondern dienen als ein Richtwert die der User selber für sich definieren muss (z.B. 1 Bier = 1 Einheit, 1 Whisky = 2 Einheiten). Die App gibt aber, wie ich das sehe, keine Möglichkeit dies festzuhalten, erklärt jedoch wie es zu handhaben ist.
- Ohne längere Benutzung kann ich keine Auskunft über die Datenvisualisierung über längere Zeit geben, jedoch lassen sich bei der Darstellung verschiedene Zeiträume definieren (1 Woche, 2 Wochen, 1 Monat, 2 Monate, 3 Monate) und bietet so flexible Optionen zum einsehen der eigenen Daten. Dargestellt wird der Konsum in einem Punktediagramm auf einem Zeitstrahl.
- Neben dem Diagramm gibt es eine einfache Tagesübersicht, auf dem leicht ersichtlich ist, wie viele Einheiten an einem bestimmten Tag konsumiert wurden - eingeteilt in Morgen, Nachmittag und Abend.

5. Normative information * - 1

- Die beiden WHO-standart Selbsttests AUDIT und ASSIST sind in der App enthalten
- Die App gibt Interpretationshilfe zu den Resultaten der Selbsttests, aber gibt kein dynamisches Feedback zum erfassten Trinkkonsum in Relation zu AUDIT/ASSIST, so wie ich das sehe.

6. Facilitating of weighing the pros and cons to change or pursue goal (s) - 0

- Abgesehen von den oben erwähnten AUDIT/ASSIST test und Interpretationshilfe deren Resultate, bietet die App keine weiteren Tests zum abwägen der eigenen Entscheidungen.

7. Tips for changing - 0

- Innerhalb der App sind keine solchen Tips vorhanden, jedoch auf der verlinkten Webseite von ARUD konnte ich auf antrieb keine solchen Tips finden. Jedoch sind verschiedene Broschüren und Kontaktmöglichkeiten vorhanden.

8. Interactivity *** - 1

- Die User-Einstellungen sind sehr begrenzt: Sprache, Alter und Gewicht. Letztere Beiden dienen denke ich vor allem dem eingebauten BAC.
- Kein Audio/Videosupport, alles in Textform
- Kontaktmöglichkeiten zu beidem, Entwickler und Institution (ARUD) sind sehr einfach zugänglich
- Nicht vorhanden (Möglicherweise jedoch "Bewerten sie diese App"-prompt nach einer Weile?)
- Keine solche Community Optionen
- Abgesehen von den selber definierbaren Zielen keine Game-ähnlichen Module
- Keine interne such-engine
- App lässt sich nicht massschneidern

9. Data migration options - 1

- Daten lassen sich als PDF exportieren aber ich denke nicht in andere Systeme migrieren

10. Privacy awareness - 1

- sämtliche Daten auf Endgerät gespeichert, keine Daten werden extern gespeichert
- Nutzung wird mit Google Analytics getrackt, informiert über Opt-out Möglichkeit mit Browser Add-On

Overall score: 8

Interactivity score:1

Risk/Information barometer:3

Stop-alcohol

ID: 947

1. Introduction to the app - 1

- L'application a pour but de proposer à l'utilisateur plusieurs options de soutien concernant sa consommation d'alcool. À la première ouverture celui-ci a en effet la possibilité de sélectionner trois possibilités différentes: l'arrêt de sa consommation, le contrôle de celle-ci ou plus simplement d'obtenir des informations utiles en lien avec l'alcool. La sélection de chacune de ces options permet d'accéder à un questionnaire qui vise l'évaluation de la consommation d'alcool de l'utilisateur et établir si celle-ci est problématique. À travers d'autres questionnaires qui sont présentés par la suite, l'utilisateur est amené à réfléchir sur son rapport aux boissons alcoolisées et à sa volonté d'arrêter ou réduire sa consommation. À chaque fin de questionnaire, un feedback est donné à l'utilisateur en fonction de son profil. Une fois cette étape qui permet de définir son "profil" terminée, une deuxième partie est proposée. Celle-ci permet d'enregistrer sa consommation ou d'observer le temps s'étant déroulé depuis l'arrêt de l'alcool, tout en recevant quotidiennement pendant 90 jours des notifications motivationnelles ou informatives. L'utilisation de l'application se révèle être très intuitive et facile d'utilisation, sans que ses fonctionnalités fassent l'objet d'un tutoriel dédié

2. Goal setting e.g. */** - 1

- L'application permet à l'utilisateur de choisir entre deux objectifs, ce qui se révèle intéressant pour celui-ci et permet de toucher plus de personnes en fonction de leur objectif. Les fonctions de notifications motivationnelles ou informative, qui encouragent l'utilisateur quotidiennement permettent de valider et soutenir sa démarche. Le compteur de jours passés depuis l'arrêt ainsi que celui qui se réfère à l'argent épargné sont également des éléments motivants et peuvent avoir une fonction de récompense

3. Information topics, quality of information, coverage ** - 1

- L'utilisateur a également la possibilité de faire appel à l'application dans des moments d'envie de consommation ou de rechute. Dans ce cas aussi des propositions de stratégies pour diminuer l'envie boire ou réduire l'anxiété sont fournies. Des redirections vers les différents services s'occupant d'addictions en suisse romande sont proposés à un utilisateur se disant en difficulté. Les informations contenues dans l'application semblent par ailleurs provenir d'une source sûre et compétente dans le domaine des addictions: le service d'addictologie du HUG de Genève, qui a promu la création de l'application. En cas de résultat indiquant une consommation très problématique, l'utilisateur est invité à se rediriger impérativement vers un médecin et informé par rapport aux risques d'un sevrage hors supervision d'un professionnel

4. Self-monitoring logs * - 1

- Pour les utilisateurs visant une réduction ou un contrôle de leur consommation, il existe la possibilité d'entrer dans un calendrier leur consommation journalière. Les différents types de boissons sont discriminés et affichés en unités standard au moment de la sélection. Ils sont cependant traités de la même façon dans l'affichage graphique du calendrier, ce qui ne permet pas de bien évaluer sa consommation. Il est possible de sélectionner son genre lors du premier questionnaire. Il est cependant difficile de savoir si cette information est prise en compte dans le calendrier.

5. Normative information * - 1

- Les informations et conseils fournis à l'utilisateur sont proportionnés par rapport à sa consommation et à la volonté qu'il a renseigné dans le questionnaire initial. Une comparaison par rapport au reste de la population est également proposée à la fin de celui-ci afin que l'utilisateur puisse se situer

6. Facilitating of weighing the pros and cons to change or pursue goal (s) - 1

- Un deuxième questionnaire est proposé pour aider l'utilisateur à évaluer si sa consommation est problématique et l'aider à analyser ses motivations, tout en fournissant des informations concernant les bénéfices d'une réduction ou de l'abstinence

7. Tips for changing - 1

- Les conseils visant à aider la personne à changer sont comportement ou à faire face à des moments de difficulté sont très présents à l'intérieur de l'application, et sont proposés en fonction de la situation présente de l'utilisateur (boutons "ça ne va pas", "j'ai craqué" ou "j'ai envie de consommer")

8. Interactivity *** - 1

- L'application permet un certain degré de personnalisation . D'autres fonctionnalités outre à celles décrites plus haut sont proposés par le site stop-alcool.ch ainsi que par un forum de discussion en ligne. Il est également possible de contacter les développeurs ou responsables de l'application en suivant des hyper-liens extérieurs.

9. Data migration options - 0

- Aucune possibilité de migration des données n'est possible

10. Privacy awareness - 0

- Aucune information concernant le traitement des données, leur stockage et utilisation n'est donnée

Overall score: 8

Interactivity score:3

Risk/Information barometer:5

MyDrinkControl

ID: 969

1. Introduction to the app - 0

- Keine Infos zur Nutzung/Bedienung der App
- Nein
- Nein

2. Goal setting e.g. */** - 1

- Es können individuelle Ziele erfasst werden (Anzahl drinks pro Tag/Woche)
- Für erreichte Ziele erhält man "Badges", für drei Badges einen "Orden"
-

3. Information topics, quality of information, coverage ** - 1

- Kein solches System vorhanden
- In der Rubrik "Informationen" wird kurz über Alkoholkonsum als Gesundheitsrisiko informiert, jedoch nicht spezifiziert
- Wenig Info in der App, aber viele Links zu Webseiten mit sehr ausführlicher Info
- Verlinkt hauptsächlich auf externe Informationen, somit Quellen direkt ersichtlich
- Nicht in der App direkt, aber in den verlinkten Webseiten

4. Self-monitoring logs * - 1

- Die App definiert einen Standarddrink genau und bietet eine grosse Auswahl an Drinks (verschiedene Wein- und Biersorten, Cocktails, Likörs und Cocktails und Spirituosen), Drinks lassen sich einfach und auch rückwirkend erfassen
- Bietet eine Wochen- und Monatsübersicht sowie ein "Zusammenfassung"-Screen, auf dem das gezeigt wird wie man mit dem aktuellen Ziel auf Kurs ist
- Stimmung (in Smilies - von happy bis weinen) und Trinksituation (Restaurant, Party, Zuhause etc.) lassen sich erfassen
- Geschlecht wird beim ersten Gebrauch erfasst, jedoch sehe ich den Zweck/Auswirkung davon in der App nicht

5. Normative information * - 0

- Keine Tests in der App selbst enthalten, linkt aber auf mehrere Webseiten mit Selbsttests
- Nicht vorhanden

6. Facilitating of weighing the pros and cons to change or pursue goal (s) - 0

- Nicht vorhanden

7. Tips for changing - 0

- Keine Tips in der App, jedoch auf den verlinkten Webseiten

8. Interactivity *** - 1

- Geschlecht und Jahrgang werden beim ersten Gebrauch erfasst, jedoch sehe ich den Zweck/Auswirkung davon in der App nicht, keine weitere Personalisierung
- Nein
- Ja
- Möglicherweise "Bewerten sie diese App"-Pop Up, bei mir jedoch nicht aufgetaucht
- Gamification durch das Belohnungssystem mit Badges und Orden erinnert sehr an Achievement-Systeme auf Videospielekonsolen (PS4/Xbox)
- Nein
- Nein

9. Data migration options - 1

- Bericht kann als PDF exportiert werden, aber nicht in andere Systeme migriert werden. Keine spezifische Erklärung dazu

10. Privacy awareness - 1

- Die Daten die eingegeben werden werden ausschliesslich auf dem Gerät des Users gespeichert
- Anonymisierte Daten zur Nutzung der App werden via Google Analytics ausgewertet, kein opt-out

Overall score: 6
Interactivity score:2
Risk/Information barometer:3

drink less Schweiz

ID: 974

1. Introduction to the app - 0

- Keine Infos zur Nutzung/Bedienung der App
- Nein
- Nein

2. Goal setting e.g. */** - 1

- Es können individuelle Ziele erfasst werden (Anzahl drinks pro Tag/Woche)
- Für erreichte Ziele erhält man "Badges", für drei Badges einen "Orden"

3. Information topics, quality of information, coverage ** - 1

- Kein solches System vorhanden
- In der Rubrik "Informationen" wird kurz über Alkoholkonsum als Gesundheitsrisiko informiert, jedoch nicht spezifiziert
- Wenig Info in der App, aber viele Links zu Webseiten mit sehr ausführlicher Info
- Verlinkt hauptsächlich auf externe Informationen, somit Quellen direkt ersichtlich
- Nicht in der App direkt, aber in den verlinkten Webseiten

4. Self-monitoring logs * - 1

- Die App definiert einen Standarddrink genau und bietet eine grosse Auswahl an Drinks (verschiedene Wein- und Biersorten, Cocktails, Likörs und Cocktails und Spirituosen), Drinks lassen sich einfach und auch rückwirkend erfassen
- Bietet eine Wochen- und Monatsübersicht sowie ein "Zusammenfassung"-Screen, auf dem das gezeigt wird wie man mit dem aktuellen Ziel auf Kurs ist
- Stimmung (in Smilies - von happy bis weinen) und Trinksituation (Restaurant, Party, Zuhause etc.) lassen sich erfassen
- Geschlecht wird beim ersten Gebrauch erfasst, jedoch sehe ich den Zweck/Auswirkung davon in der App nicht

5. Normative information * - 0

- Keine Tests in der App selbst enthalten, linkt aber auf mehrere Webseiten mit Selbsttests
- Nicht vorhanden

6. Facilitating of weighing the pros and cons to change or pursue goal (s) - 0

- Nicht vorhanden

7. Tips for changing - 0

- Keine Tips in der App, jedoch auf den verlinkten Webseiten

8. Interactivity *** - 1

- Geschlecht und Jahrgang werden beim ersten Gebrauch erfasst, jedoch sehe ich den Zweck/Auswirkung davon in der App nicht, keine weitere Personalisierung
- Nein
- Ja
- Möglicherweise "Bewerten sie diese App"-Pop Up, bei mir jedoch nicht aufgetaucht
- Gamification durch das Belohnungssystem mit Badges und Orden erinnert sehr an Achievement-Systeme auf Videospielekonsolen (PS4/Xbox)
- Nein
- Nein

9. Data migration options - 1

- Bericht kann als PDF exportiert werden, aber nicht in andere Systeme migriert. Keine spezifische Erklärung Dazu

10. Privacy awareness - 1

- Alle eingegebenen Daten werden ausschliesslich auf dem Gerät des Users gespeichert
- Anonymisierte Nutzungsdaten werden mit Google Analytics geteilt und ausgewertet, kein Opt-out

Overall score: 6
Interactivity score:2
Risk/Information barometer:3

Dependn'

ID: 982

1. Introduction to the app - 1

- Very brief introduction, not really explaining how to navigate - only roughly what the app does ("record your consumption and cravings" etc.)
- No
- The App mentions that the data is mainly there to share with a specialist to help analyze behaviour

2. Goal setting e.g. */** - 0

- No
- No

3. Information topics, quality of information, coverage ** - 0

- No
- No
- No
- No
- The app seems specially geared to share data with medical specialists, but there's no information about where to find help

4. Self-monitoring logs * - 1

- You can record consumption or cravings, however there's no standard drink unit, you enter an "intensity" from 1-10 for both consumption and cravings. but there's no mention what that actually means. for consumption it can be interpreted as the amount you drank and for cravings the intensity of the craving i guess
- No choice of time-frames, but clear list of all consumptions/cravings in chronological order, structured under each month. Counter shows amount of consumptions/cravings of current day and week, and a timer shows how long it's been since your last consumptions/craving
- two text-fields are offered for additional info, in which can be typed freely: "Feelings" and "Additional Comments"

5. Normative information * - 0

- No
- No
-

6. Facilitating of weighing the pros and cons to change or pursue goal (s) - 0

- No

7. Tips for changing - 0

- No
- No
- No

8. Interactivity *** - 1

- Different Addictions can be tracked and recorded (i.e. Alcohol, Smoking etc..), but no further customization
- No
- "Contact us" function in menu, however in the version I'm using the button seems to do nothing - so No
- "Rate app" function in menu that takes user to the app overview in the app-store where it can be Star-rated
- No
- No
- No

9. Data migration options - 1

- Data can be exported to a simple Table-Sheet, but not migrated to other systems. No specific explanation on that. To unlock export-feature a one-time in-app purchase for 1 CHF is needed

10. Privacy awareness - 0

- No
- No

Overall score: 4

Interactivity score:1

Risk/Information barometer:0

Smokenote

ID: 984

1. Introduction to the app - 0

- No - only very brief introduction of functions, however not really how to use them
- No - the App seems to be totally geared to stop smoking, not drinking however. you can record alcoholic drinks consumed, but it seems only related to the smoking - because it increases smoke-cravings
- No

2. Goal setting e.g. */** - 1

- Abstinence as seemed fixed goal, shows timer since last consumption and how much money saved
- No, unless you count the counters of saved money and time alcohol/smoke free

3. Information topics, quality of information, coverage ** - 0

- No
- No
- Very vague info on the benefits of stopping smoking - not alcohol though
- No
- No

4. Self-monitoring logs * - 0

- No, you can only record when you had a drink ("1 cup"), a cigarette or a workout
- Shows a timer since the last cigarette, how much money you have saved since your last cigarette by not smoking, how much money/time you have saved wasted by smoking. A month overview shows how many cigarettes have been smoked in total, how many cups of alcohol consumed and how many times you had a work-out
- No
- You do set your gender in the profile, not sure what it effects

5. Normative information * - 0

- No
- No

6. Facilitating of weighing the pros and cons to change or pursue goal (s) - 0

- No

7. Tips for changing - 0

- No
- No
- No

8. Interactivity *** - 1

- Only data relevant to the data collection can be personalized (price of a pack of cigs, date of quitting etc.)
- No
- Yes, there's a "send feedback" option that shows the developer eMail
- "Rate this app" function that takes user to app store where it can be star-rated
- No
- No
- No
- No

9. Data migration options - 1

- Data can apparently be back-upped to Dropbox, and be restored from Dropbox. No specific explanation on that.
- Option to share "Status-updates" to Facebook, Mail, iMessage etc (à la "4 days since my last cigarette!")

10. Privacy awareness - 0

- No info

- No info

Overall score: 3

Interactivity score:2

Risk/Information barometer:0

AppyBen

ID: 986

1. Introduction to the app - 0

- L'applicazione propone all'utente di valutare e ottenere informazioni riguardo a quattro temi legati alla salute con l'obiettivo di migliorare quest'ultima: il fumo, l'alcool, il cibo e il movimento. Ci concentriamo qui sulla rubrica dedicata al alcool. Questa permette, attraverso l'inserzione di indicazioni riguardo alle abitudini di consumo quotidiano di bevande alcoliche, di essere informati riguardo ai vantaggi di smettere di bere. Nessuna informazione precisa riguardo al suo utilizzo è fornita, elemento che potrebbe confondere l'utente a causa di funzionalità poco intuitive

2. Goal setting e.g. */** - 0

- Nessun obiettivo può essere fissato dall'utente, dato che l'applicazione ha un contenuto principalmente informativo

3. Information topics, quality of information, coverage ** - 1

- Le informazioni fornite sono sommarie e molto generiche. È a volte difficile comprendere strategia informativa è stata adottata. Delle informazioni riguardo a delle richieste di aiuto esterne sono presenti ma riguardano dei servizi italiani

4. Self-monitoring logs * - 0

- Nessuna opzione che permetta di seguire il proprio consumo di bevande alcoliche è fornita dall'applicazione

5. Normative information * - 0

- Il test che permette di valutare il proprio consumo di bevande alcoliche è poco esaustivo e non permette un risultato personalizzato all'utente

6. Facilitating of weighing the pros and cons to change or pursue goal (s) -1

- Delle informazioni che concernono i vantaggi di un arresto del consumo di alcool sono fornite, ma paiono sommarie e quindi poco efficaci.

7. Tips for changing - 0

- Nessun consiglio particolare per sviluppare strategie utili a smettere di bere è proposto

8. Interactivity *** - 0

- L'applicazione non è personalizzabile e a parte le funzioni di valutazione del proprio consumo non propone altre possibilità di interazione

9. Data migration options - 0

- Non vi sono funzioni di trasferimento dati, anche se questi non sembrano essere raccolti

10. Privacy awareness - 0

- Nessuna indicazione riguardo alla privacy è presentata nell'applicazione

Overall score: 2

Interactivity score:0

Risk/Information barometer:1

MeSelfControl

ID: 996

1. Introduction to the app - 1

- Beim ersten Gebrauch kurze Erklärung zur Navigation, danach scheinbar nicht mehr aufrufbar
- Ja, erklärt Sinn & Ziel verständlich. Wissenschaftliche Grundlage wird ebenfalls erklärt, mit Literatur- und Webquellen
- Ja, App erklärt detailliert wie in 2 Phasen, Beobachtung und Stabilisierung, durch erfassen des Trinkverhaltens dabei geholfen werden soll, den Alkoholkonsum zu verringern und mehr Trinkfreie Tage einzuführen

2. Goal setting e.g. */** -1

- App definiert als Ziel den Konsum allgemein einzuschränken, und fixiert nicht auf detaillierte Konsumziele. Allerdings können angestrebte trinkfreie Wochentage definiert werden
- Anzeige wenn auf gutem Kurs

3. Information topics, quality of information, coverage ** - 1

- Prominente Warn-Nachricht wenn täglicher Konsum gefährlich/Grenzwerte stark überschritten werden, informiert über allgemeine Risikosituationen (Einladungen zu Parties, Einsamkeit etc.), ebenfalls wird gewarnt wenn nicht genug Einträge erstellt werden, was laut App ein erfolgsgefährdendes Risiko darstellt
- Nein
- Verschiedene Informationen über Alkoholkonsum/Suchtverhalten (Gesundheitliche Hinweise, "Wieso reduzieren?", "Risikosituationen", "Trinkanlässe" etc..). Wissenschaftliche Grundlage wird in einem Menüpunkt grob erklärt, und mit Literatur- und Webquellen unterstützt
- Nein
- Nein

4. Self-monitoring logs * -1

- Drinks können spezifisch erfasst werden, gemessen wird die Gesamtmenge Alkohol in Gramm, und es wird entsprechen gewarnt wenn Grenzwerte überschritten werden (diese werden nehme ich an aufgrund vom persönlichen Profil mit Geschlecht, Alter etc. festgelegt?)
- Jede Woche kann ein "Weekly Review" angesehen werden, dass die letzte Woche zusammenfasst, und den User nach seinem Befinden an diesem Zeitpunkt fragt. Unter "Statistik" ist eine fortlaufendes Diagramm des Konsums auf einer Timeline ersichtlich. Timeframe kann wie ich das sehe nicht gewählt/eingegrenzt werden
- Trinkanlass lässt sich beim Erfassen eines Getränks angeben ("Aus Gewohnheit", "Negative Stimmung" etc.)
- Geschlecht lässt sich erfassen und beeinflusst nehme ich an Grenzwerte?

5. Normative information * - 1

- Verschiedene Quizzes über Alkohol im allgemeinen, und um zu sehen, ob man Konsum reduzieren soll/will
- Man kann Gründe angeben weshalb man reduzieren möchte, und die App gibt eine Einschätzung ob diese auf gefährliches Trinkverhalten hinweisen etc.

6. Facilitating of weighing the pros and cons to change or pursue goal (s) - 1

- Nicht sehr detailliert aber das "Warum reduzieren?" Quiz geht in diese Richtung

7. Tips for changing - 1

- App zeigt einige Strategien zur Reduktion des Konsums auf

8. Interactivity *** - 1

- Keine kosmetische Personalisierung, aber detaillierte Personalisierung über persönlichen Hintergrund (Probleme mit Alkohol, Stimmungszustand, Alter, Geschlecht etc..) aber nicht genau ersichtlich welchen Einfluss diese haben

- Nein, aber ziemlich user-freundliche "Tour" durch das GUI, die erklärt wie die App zu handhaben ist
- Nein
- "Achievement"-System dass Erfolge für verschiedene Aktivitäten in der App vergibt (Quiz ausgefüllt, Getränke erfasst, Profil eingestellt etc...) die an Achievement-Systeme an Spielekonsolen (PS4/Xbox) erinnert
- Nein
- Nein

9. Data migration options - 0

- Nein

10. Privacy awareness - 0

- Sehr kurze und nicht detaillierte Datenschutzerklärung. App sagt es werden keine persönlichen oder geografischen Daten gesammelt oder weitergegeben - aber es werden ja Daten erfasst. Unklar was damit passiert.
- Keine Info

Overall score: 8

Interactivity score:2

Risk/Information barometer:2

Trinken aufhören alkoholfrei

ID: 1016

1. Introduction to the app - 1

- Es gibt eine kurze "Tour" die die verschiedenen Funktionen der App highlighted, die später in den "Einstellungen" erneut angesehen werden kann
- Nicht wirklich, die App erwähnt "wissenschaftliche Studien", jedoch keine Quellen oder weitere Ausführungen
- Nicht wirklich, die App fokussiert jedoch auf ziemlich einfach zu lesende Daten die nicht wirklich Erklärung bedürfen (zB. Geld gespart, wie viele Getränke ausgelassen, wie viele Tage alkoholfrei etc.)

2. Goal setting e.g. */** - 1

- Zwei verschiedene vordefinierte Zielkategorien: Alkoholfreie Zeit, und ausgelassene Getränke.
- In beiden Kategorien werden "Orden" verteilt die in einer Übersicht angezeigt werden (1 Tag Alkoholfrei, 1 Woche, 1 Monat, etc...) Zudem können unter der "Geld gespart" eigene monetäre Belohnungen erfasst werden (in €) die man sich mit dem gesparten Geld, das nicht für Alkohol ausgegeben wurde, kaufen möchte. Hat man diese dann im echten Leben gekauft kann sie in der App abgehakt werden

3. Information topics, quality of information, coverage ** - 1

- Es gibt ein Memory spiel, dass dazu dienen soll, in Momenten von Gelüsten abzulenken, und über sie hinweg zu kommen, sowie konkrete Tips die in Momenten von Gelüsten helfen sollen (etwa "Lies einen Artikel über die Vorteile des Aufhören", oder "Schau dir ein paar Comedians auf Youtube an, Lachen tut gut und lenkt ab")
- Nein
- Ja, jedoch vage. Es gibt verschiedene Anzeigen an denen abgelesen wird wie sich verschiedene Gesundheitliche Aspekte ohne Alkohol regenerieren (Neuronen, Graue Materie, Mentale Gesundheit, Fitness, Krebs+ Schlaganfallrisiko...) erklärt diese aber nicht wirklich und scheinen so etwas belanglos
- Erwähnt "wissenschaftliche Studien", jedoch keine Quellen
- Nein

4. Self-monitoring logs * - 1

- Die App dient nicht dazu den Konsum- sondern Abstinenz zu tracken. Es werden keine Drinks erfasst, sondern lediglich das Datum, wann aufgehört wurde und das Geld, das durchschnittlich für das Alkohol-habit ausgegeben wird. Es kann zudem erfasst werden wie viele Getränke pro Woche "erlaubt" sind, ich sehe jedoch die Auswirkung auf die Daten nicht
- Daraus erstellt die App eine Vielzahl unterschiedliche Statistiken wie gespartes Geld, regenerierte Gesundheit, erholte Lebenszeit, ausgelassene Getränke, nüchterne Zeit. Diese werden all in ihren eigenen Menüpunkten unterschiedlich visualisiert
- Nein
- Nein

5. Normative information * - 0

- Memory spiel zur Ablenkung, nicht wirklich ein Test
- Nein

6. Facilitating of weighing the pros and cons to change or pursue goal (s) - 0

- Nein, impliziert jedoch durch die verschiedenen Stats zur Gesundheit die Pros

7. Tips for changing - 1

- Konkrete Tips für Situationen bei Trinklust (etwa "Lies einen Artikel über die Vorteile des Aufhören", oder "Schau dir ein paar Comedians auf Youtube an, Lachen tut gut und lenkt ab")

8. Interactivity *** - 1

- App Hauptfarbe kann gewählt werden
- Es gibt ein kleines "Tour-Video" das die Funktionen der App highlighted

- Ja, "Feedback/Kontakt" Funktion
- App bittet um Sterne-Rating Feedback im Play-Store
- Nein
- Ja, einerseits ein tatsächliches Memory-Spiel, sowie die "Orden" die als Belohnung für die Zeit ohne Alkohol, und die für Anzahl ausgelassener Getränke vergeben wird. Zudem haben auch alle Statistiken durch ihre Aufmachung einen Charakter der an Videospiele-Statistiken erinnert
- Nein
- Nein

9. Data migration options - 0

- Einzelne Bereiche können "geshared" werden, zB. die Erfolgs "Orden" (via Mail, Facebook, etc.), Daten können aber nicht migriert werden. Keine spezifischen Erklärungen dazu

10. Privacy awareness - 1

- Detaillierte Datenschutzerklärung: keine Daten werden weitergegeben, alles auf dem Telefon gespeichert
- Ja, kein opt-out

Overall score: 7

Interactivity score:5

Risk/Information barometer:2

Trinktagebuch

ID: 1017

1. Introduction to the app - 1

- Kurze Einführung in die Funktionen der App beim ersten Gebrauch und auch später aufrufbar, aber ziemlich rudimentär und nicht im Detail erklärt wie die App zu handhaben ist
- Ja - viele Infotexte, Ziel der App Alkoholkonsum/missbrauch einzugrenzen ist deutlich
- Nein - trotz vieler Infos und Tips zur Eingrenzung von Alkoholkonsum, scheinbar keine Info wie die App konkret dabei hilft

2. Goal setting e.g. */** - 1

- Eigene Grenzwerte können als Ziele definiert werden, und werden mit offiziellen verglichen
- Thumbs-up und Thumbs-down icons für erfüllte/nicht erfüllte Ziele/Grenzwerte

3. Information topics, quality of information, coverage ** - 1

- scheinbar kein System zur Risikoerkennung, keine Meldung wenn zB. übermäßig viele Getränke-Einträge gemacht werden
- Infotexte über Rückfallverhalten, und Strategien damit umzugehen vorhanden
- Ja, viel Info dazu
- deutliche Quellenangabe: www.dhs.de
- Verzeichnis mit Selbsthilfegruppen und Beratungsstellen vorhanden, zeigt anhand von GPS solche "in meiner Nähe an" scheint aber hauptsächlich für Deutschland ausgerichtet

4. Self-monitoring logs * - 1

- Viele verschiedene Getränke lassen sich erfassen, arbeitet wie ich das sehe nicht mit Standard-Einheiten sondern Getränk wird spezifisch gewählt, und mit Grenzwerten in Gramm/Tag verglichen, es lassen sich auch neue Getränke hinzufügen
- Tages-, Wochen-, Monats- und Gesamtübersicht vorhanden
- Nein
- Geschlecht kann eingestellt werden, offizielle Grenzwerte werden dementsprechend angepasst

5. Normative information * - 1

- Keine Selbsttests vorhanden
- Vergleiche von Trinkverhalten mit offiziellen Grenzwerten

6. Facilitating of weighing the pros and cons to change or pursue goal (s) - 0

- Nicht vorhanden

7. Tips for changing - 1

- Verschiedene Tips und Strategien zur Eingrenzung des Alkoholkonsums, etwa um Rückfall in bestimmten Situationen zu verhindern, Geschlechterspezifische Informationen, Infos über Alkohol am Steuer, bei der Arbeit etc.

8. Interactivity *** - 1

- Geschlecht / Alter / Schwangerschaft etc. lassen sich personalisieren und beeinflussen Grenzwerte, aber keine "kosmetische" Personalization
- Nein
- Detailliertes Impressum mit Kontaktmöglichkeiten
- Nein, jedoch auf verlinkten Seiten von etwa Selbsthilfegruppen t.T. vorhanden
- Nein
- Nein
- Abgesehen vom eigenen Profil (Geschlecht/Alter etc.) Nein

9. Data migration options - 0

- Nein

10. Privacy awareness - 1

- Ja - Daten ausschliesslich auf Gerät gespeichert, nirgends extern
- Keine Info

Overall score: 8

Interactivity score:1

Risk/Information barometer:4

Schluss mit Sucht

ID: 1042

1. Introduction to the app - 0

- Nein, jedoch selbsterklärend
- Nein, App ist jedoch dazu da sich alle möglichen Gewohnheiten ab- oder anzugewöhnen, nicht Alkohol spezifisch
- Nein

2. Goal setting e.g. */** - 1

- Nicht wirklich, Abstinenz scheint jedoch Ziel: App trackt Zeit und gespartes Geld bei Abstinenz, sowie zukünftige Ersparnisse
- App schickt Benachrichtungen à la "Weiter so!"

3. Information topics, quality of information, coverage ** - 0

- Nein
- Nein
- Nein
- Nein
- Nein

4. Self-monitoring logs * - 1

- App trackt nicht Konsum- sondern Abstinenz. Es wird Ein Aufhördatum angegeben, und die App zählt von da an die Zeit, sowie gesparte Kosten
- App zeigt gesamte Abstinenzzeit, sowie gesamte Ersparnisse sowie eine Leiste die sich bis zum nächsten Meilensteil füllt mit einer Anzeige in % (Am Anfang 1 Tag, dann 1 Woche, 1 Monat, 6 Monate, 1 Jahr etc...)
- Nein
- Nein

5. Normative information * - 0

- Nein
- Nein

6. Facilitating of weighing the pros and cons to change or pursue goal (s) - 0

- Nein

7. Tips for changing - 0

- Keine Tips, jedoch zeigt die App zufällig "inspirierende" Zitate an (etwa: "Entzünde ein Feuer falls dir die Welt gegenüber kalt erscheint")

8. Interactivity *** - 1

- Nein
- Nein
- Ja, Feedback Funktion in Einstellungen
- Nein
- Nein
- Nein
- Nein

9. Data migration options - 0

- Nein
-

10. Privacy awareness - 1

- Keine explizite Info über die spezifischen Daten die eingegeben werden (die sich hier jedoch auf ein Aufhördatum beschränken)
- Ja, kein opt-out

Overall score: 4

Interactivity score: 1

Risk/Information barometer: 0

HabitBull - Habit Tracker

ID: 1045

1. Introduction to the app - 1

- Hauptprinzip der App wird gut erklärt, Navigation/Handling jedoch gar nicht
- Nein
- Nein

2. Goal setting e.g. */** - 1

- Ziel der App ist es, möglichst viele Tage an denen das selber definierte Ziel erfüllt wird (etwa: kein Alkohol trinken, Fitness machen, etc...), aneinander zu reißen. Das jeweilige Tagesziel kann ebenfalls definiert werden (etwa: nicht mehr als 1 Bier pro Tag)
- Je länger die "Kette" erfolgreicher Tage umso besser, bei erfolgreicher Aneinanderreihung wird man mit einem Pop-Up mit einem "Pokal" und Glückwünschen benachrichtigt

3. Information topics, quality of information, coverage ** - 0

- Nein
- Nein
- Nein
- Nein
- Nein

4. Self-monitoring logs * - 1

- Dateneinträge sind einfach, man klickt auf den jeweiligen Tag und gibt an, wieviel man getrunken hat (bzw. trainiert, geraucht, was auch immer hat)
- Hauptübersicht ist ein Monatskalender, in dem die aneinandergereihten Tage als "Kette" dargestellt werden, sowie Erfolgsquote auf einem kontinuierlichen Zeitstrahl als Säulendiagramm, sowie ein paar aufgelistete Statistiken (Erfolgsquote in %, längster Streak (= "Kette" aneinandergereilter Tage), aktueller Streak etc.)
- In einem Kommentarfeld können zu jedem Eintrag beliebig zusätzliche Infos erfasst werden, diese sind aber nicht vordefiniert

5. Normative information * - 0

- Nein
- Nein

6. Facilitating of weighing the pros and cons to change or pursue goal (s) - 0

- Nein

7. Tips for changing - 0

- Nein
- Nein
- Nein

8. Interactivity *** - 1

- Nein
- Nein
- Nein
- Nein
- Ja, je nach erfasster Gewohnheit ist ein entsprechendes Forum direkt in die App eingebunden und leicht zugänglich (ich bin nicht sicher, aber ich glaube es handelt sich um eine Einbettung von Foren/subreddits von www.reddit.com)
- Die Hauptfunktion der App, das Anstreben von "Ketten" durch die Aneinanderreihung erfolgreicher Tage hat etwa sehr spielerisches
- Nein
- Nein

9. Data migration options - 1

Es kann ein HabitBull Profil erstellt werden, mit dem ein Cloud-Backup zur Verfügung steht. Genügende Erklärung dazu möglich. Daten können aus einem BackUp wiederhergestellt werden, jedoch nicht in andere Systeme migriert

10. Privacy awareness - 0

- Nicht deutlich spezifiziert, der Haftungsausschluss erwähnt Links mit der Privacy policy der "Company" die allerdings nicht angeklickt, und somit nicht direkt in der App sichtbar sind
- Siehe Antwort oben - das gleiche hier

Overall score: 5

Interactivity score:2

Risk/Information barometer:0

APPstinent - Alkohol Abstinenz

ID: 1067

1. Introduction to the app - 0

- Keine Erklärung, auch überhaupt nicht selbsterklärend
- Sie claimen dass die App hilft dabei helfen soll in heiklen Situationen nicht zu trinken, aber sie sagt nicht wie sie das tut
- Nein

2. Goal setting e.g. */** - 1

- Ziel scheint komplette Abstinenz
- Mann kann Sterne "verdienen" für Abstinenz, allerdings nicht klar wie diese Gemessen wird? Ich glaube die App zählt einfach vom ersten benutzen an aufwärts, aber es gibt keine Möglichkeit seinen Konsum festzuhalten

3. Information topics, quality of information, coverage ** - 0

- Nein
- Nein
- Nein
- Nein
- Nein

4. Self-monitoring logs * - 0

- Keine Datenkollektion, nur ein grosser roter Knopf auf dem "Nein!" steht.. ich denke um "Nein" zum Alkohol zu sagen, der Knopf bewirkt aber nichts
- Ein Stern "füllt" sich mit fortlaufender Abstinenz (die die App aber gar nicht versucht zu messen?)
- Nein
- Nein

5. Normative information * - 0

- Keine Selbsttests vorhanden
- Nein

6. Facilitating of weighing the pros and cons to change or pursue goal (s) - 0

- Nein

7. Tips for changing - 0

- Nein
- Nein
- Nein

8. Interactivity *** - 1

- Nein
- Nein
- Ja, Autor leicht zu kontaktieren
- Nein
- Nein
- Nein
- Nein
- Nein
- Nein

9. Data migration options - 0

- Nein

10. Privacy awareness - 0

- App ist grundsätzlich ohne persönliche Daten nutzbar, laut Datenschutzerklärung werden Daten nicht ohne Zustimmung weitergegeben (ausser Username werden aber eigentlich auch keine Daten in der App erfasst)
- Keine Info

Overall score: 2

Interactivity score: 1

Risk/Information barometer: 0

Annex 3b Self-help, self-change checklist: web-site content summaries 'in a nutshell' based on results annex 3a

ARUD Konsumtagebuch

ID910 -> icon and link added

1. Languages: as listed in the shop plus actual available languages
2. Inhaltstelegramm

Es können Ziele definiert werden über die maximale Anzahl konsumierte Drinks pro Tag und Woche. Ist eines der Ziele erreicht, wird dies via Push-Nachricht und im App angezeigt.

Zusätzliche kann man seinen aktuellen Promillegehalt ausrechnen lassen und einen Selbsttest machen, der mittels Fragen zum Konsum das Konsumverhalten aufzeigt und warnt, falls dies in einem riskanten Bereich ist.

Bei einem Eintrag gibt man die Anzahl konsumierten Drinks und die Stimmung während des Konsums an. Es gibt keine Differenzierung zwischen verschiedenen Alkoholtypen. Einträge können auch nachträglich gemacht und bearbeitet werden.

Die Einträge werden als endlose Liste angezeigt, wobei der neuste Eintrag die Liste führt. Die Einträge und deren Veränderung über die Zeit können über selbst gewählte Zeiträume als Diagramm dargestellt werden.

Neben dem Alkoholkonsum bietet die App die Möglichkeit, zwischen vielen weiteren Süchten auszuwählen, sowie weitere zu ergänzen.

3. Explanantion how quality was measured ('Qualitätsmessung')

Zur Bewertung der Designqualität wurden die Bewertungsskalen SUS und MARS eingesetzt. Die SUS Skala (System Usability Scale) umfasst 10 Punkte, welche vor allem die Nutzerfreundlichkeit und Erlernbarkeit ansprechen. SUS Gesamtwerte von '68' und mehr gelten als überdurchschnittlich, Werte darunter, als unterdurchschnittlich (Details ->). Die MARS Skala (Mobile App Rating Skale) mit 23 Unterkategorien ist ungleich umfangreicher und deckt Ansprüche an Funktionalität, Ästhetik, Informationsqualität, subjektive Qualität und den motivierenden Gehalt ab. Der daraus abgeleitete Gesamtwert liegt bei den MARS Testskalen im Durchschnitt bei 3,37 was als Anhaltspunkt herangezogen werden kann (Details ->)

Die Bewertung der inhaltlichen Qualität hängt letztlich vom gewählten theoretischen Referenzmodell ab. Hier wurde ein Selbsthilfe, Selbstheilung (self-change) Modell gewählt und eine entsprechende Prüfliste entwickelt, welche 10 Kriterien umfasst: 1) Qualität der Einleitung (z.B. Navigationsanweisungen); 2) Zielsetzungsmodus (z.B. variabel vs. fix); 3) Selbsthilfemodell-Infos (z.B. Hinweis auf Risikosituationen); 4) Datenaufnahme (z.B. Art der Konsumregistrierung); 5) Selbstpositionierung/normative Information (z.B. Selbsttests); 6) Abwägungsübungen pro und kontra Verhaltensänderung; 7) konkrete Verhaltenstips (z.B. situationsbezogen); 8) Interaktivität (z.B. chat-Möglichkeit); 9) Hinweise zur Datenmigration; 10) Datenschutzhinweise (z.B. Hinweise was mit den Daten geschieht) (Details ->).

Als erster Übersichtswert zur inhaltlichen Qualität wurde mit dieser Checkliste ein Qualitäts Gesamtwert gebildet, welcher berücksichtigt, ob bei jedem der 10 Kriterien zumindest jeweils einer Anforderung Rechnung getragen wurde. Aufaddiert ergibt sich dann ein erster Orientierungswert von '0', d.h. kein Kriterium berücksichtigt bis '10' d.h. zumindest eine Anforderung bei allen Kriterien berücksichtigt. Entsprechend wurde auch eine Interaktivitätsskala aus den zugehörigen acht Punkten gebildet (Wertebereich also von 0 -8) sowie eine Selbsthilfe-Informationsgehalt Skala, welche den Grad der Berücksichtigung des Selbsthilfemodells (z.B. Risikobewältigung) sowie den gebotenen Informationsgehalt (z.B. Wirkung und Behandlungsmöglichkeiten) mit drei bzw. zwei Unterkriterien prüft (Wertebereich also von 0-5).

4. Strong points and weak points ('Stärken und Schwächen in Kürze')

Ein Blick auf die erzielten SUS und MARS Werte (90: Referenzwert 68; 4,10: Referenzwert: 3,37) zeigt, dass dieses app als Spitzenreiter betrachtet werden kann, was die Designqualität anbetrifft. Bei den MARS Unterskalen wird bei 'Funktionalität' der höchste Wert erreicht (4,50). Was die Inhaltsqualität anbetrifft, so weist das app auch hier mit drei anderen applications den höchsten Qualitäts Gesamtwert auf (8 von 10), liegt

schneidet bei der Selbsthilfe-Informationsgehalt Skala im oberen Bereich (3 von 5) und schneidet allerdings bei der Interaktivitätsskala schlecht ab (1 von 8). Bei den Unterpunkten des Qualitäts Gesamtwertes zeigt sich entsprechend etwa, dass die Usereinstellungen sehr begrenzt sind, keine community Optionen und keine Belohnungen vorgesehen sind (Punkt 2) und dass das app sich nicht individueller anpassen lässt (Punkt 8.) Praktische Tips zur Verhaltensänderung im Alltag fehlen (7.) wenngleich ein link zu Broschüren vorhanden ist ebenso wie Hilfen zur Abwägung der pros und cons für Verhaltensänderungen (6.). Andererseits sind besonders positiv hervorzuheben die sehr leichte Erstellung der Dateneinträge (4.) und der neutrale Grundton, der es dem Nutzer überlässt, seine Ziel zu definieren (2.) und eine pragmatische, gelungene Ein- und Anleitung (1.). Insgesamt gesehen, fallen sowohl Design- als auch Inhaltsqualität sehr gut aus.

stop-alcool

ID947

2. Inhaltstelegramm

L'application a pour but de proposer à l'utilisateur plusieurs options de soutien concernant sa consommation d'alcool. À la première ouverture celui-ci a en effet la possibilité de sélectionner trois possibilités différentes: l'arrêt de sa consommation, le contrôle de celle-ci ou plus simplement d'obtenir des informations utiles en lien avec l'alcool. La sélection de chacune de ces option permet d'accéder à un questionnaire qui vise l'évaluation de la consommation d'alcool de l'utilisateur et établir si celle-ci est problématique. À travers d'autres questionnaires qui sont présentés par la suite, l'utilisateur est amené à réfléchir sur son rapport aux boissons alcoolisées et à sa volonté d'arrêter ou réduire sa consommation. À chaque fin de questionnaire, un feed-back est donné à l'utilisateur en fonction de son profil. Une fois cette étape qui permet de définir son "profil" terminée, une deuxième partie est proposée. Celle-ci permet d'enregistrer sa consommation ou d'observer le temps s'étant déroulé depuis l'arrêt de l'alcool, tout en recevant quotidiennement pendant 90 jours des notifications motivationnelles ou informatives. L'utilisation de l'application se révèle être très intuitive et facile d'utilisation, sans que ses fonctionnalités fassent l'objet d'un tutoriel dédié

Der Benutzer kann angeben, ob sein Ziel ist mit dem Konsum ganz aufzuhören, ihn in den Griff zu bekommen oder sich nur informieren möchte. Mittels Fragebögen zur Konsummenge und Häufigkeit und den Konsumgründen wird ein Profil angelegt. Daraufhin gibt die App auf den Benutzer zugeschnittene Tipps und Informationen an. Zusätzlich sind Tagebuchartige Einträge mit den konsumierten Drinks möglich, sowie ein Zähler der konsumfreien Tage. In dieser App gibt es viele weiterführende Informationen zu den möglichen Hintergründen des eigenen Alkoholkonsums, die eigene Verortung in der Gesellschaft sowie viele Motivationsgründe zum Verzicht.

4. Stärken und Schwächen in Kürze

Ein Blick auf die erzielten SUS und MARS Werte (69: Referenzwert 68; 3,49: Referenzwert: 3,37) zeigt, dass dieses app knapp überdurchschnittliche Designqualität aufweist. Bei den MARS Unterskalen wird bei 'Information' der höchste Wert erreicht (4,28). Was den Qualitäts Gesamtwert anbetrifft, so teilt sich hier das app mit zwei weiteren applications den zweiten Rang mit einem Wert von 8 (aus 10), fungiert bei der Selbsthilfe-Informationsgehalt Skala als Spitzenreiter (5 von 5) und erreicht bei der Interaktivitätsskala mit 3 (aus 8) den zweithöchsten Wert bei den untersuchten applications. Bei den Unterpunkten des Qualitäts Gesamtwertes zeigt sich hingegen, dass Hinweise zur Speicherung und Verwendung der Daten fehlen (10.) ebenso wie Möglichkeiten zur Migration von Daten (9); weiter ist die differenzierte Kalendervisualisierung des Konsums nach Getränkearten nicht möglich. Positiv hervorzuheben die grosse Benutzerfreundlichkeit (1.), Zieloffenheit mit motivierenden Elementen (2.) und Tips zum Risikomanagement (7.) sind positiv hervorzuheben. Insgesamt gesehen, geht eine eher durchschnittliche Designqualität mit guter bis sehr guter Inhaltsqualität einher.

MyDrinkControl

ID 969

2. Inhaltstelegramm

Die App ist wie ein klassisches Tagebuch aufgebaut. Der Benutzer kann Ziele für die nächsten Wochen eingeben. Die Auswahl der Drinks kann personalisiert werden in dem Getränketyp, Menge und Preis eingeben werden können. Diese stehen danach zur schnellen Auswahl zur Verfügung. Bei den täglichen Einträgen können die Anzahl und Art der konsumierten Drinks, die Stimmung beim Konsum sowie die Situation/der Ort eingetragen werden. Die App zeigt danach Wochen- und Monatsübersichten zum Konsum an, sowie ob das Ziel erreicht wurde oder nicht. Als zusätzliche Motivation gibt es Belohnungsbadges wenn die Ziele erreicht wurden. Die App liefert Adressen und Webseiten in der Schweiz, wo man sich zu seiner Sucht informieren und beraten lassen kann.

4. Stärken und Schwächen in Kürze

Ein Blick auf die erzielten guten SUS und sehr guten MARS Werte (77: Referenzwert 68; 3,87: Referenzwert: 3,37) zeigt, dass dieses app überdurchschnittliche Designqualität aufweist. Bei den MARS Unterskalen wird bei 'Ästhetik' ein Spitzenwert erreicht (4,44). Was den Qualitäts Gesamtwert anbetrifft, so liegt das app mit im oberen Mittelfeld (6 aus 10), ebenso bei der Selbsthilfe- Informationsgehalt Skala (3 aus 5) und der Interaktivitätsskala (3 aus 8). Bei den Unterpunkten des Qualitäts Gesamtwertes zeigen sich als Schwachpunkte vor allem eine fehlende Benutzerführung (1.), der schwerpunktmässige Verweis auf externen links statt direktem Zugang zu Information, Tests und Verhaltenstips (3.; 5. & 7.) Weiter ist der Effekt von Alters- und Geschlechtsangabe nicht nachvollziehbar. Stärken liegen vor allem bei der Individualisierung der Zielsetzung verbunden mit Belohnungen bei Zielerreichung (2.) und einer einfachen, auch rückwirkenden Erfassung von Drinks bei der Dateneingabe (4.) Insgesamt gesehen, geht eine gute bis sehr gute Designqualität mit guter Inhaltsqualität einher.

drink less Schweiz

ID 969 = ID 974 identisch; Koproduktion Berner Gesundheit und Fachstellen des Kantons Zürich

Auf Anfrage teilt die Berner Gesundheit (Frau Schärmeli) am 23.11.2018 hierzu mit: «Wie Sie richtig gemerkt haben sind die Trinktagebuch-Applications Mydrinkcontrol und Drinkless identisch. Die Trinktagebücher werden nicht nur – aber insbesondere - von Klientinnen und Klienten der jeweiligen Beratungsstellen gebraucht. Es war uns von der Berner Gesundheit deshalb wichtig, das Trinktagebuch unter dem Namen Mydrinkcontrol zu veröffentlichen. Umso mehr als wir unter dem Namen Mydrinkcontrol ja auch einen Selbsttest und eine entsprechende Webseite betreiben. Die Zürcher Fachstellen hatten eigene Gründe, um die App unter eigenem Namen zu führen. Dies ist der Grund, weshalb sich die Berner Gesundheit wie auch die Zürcher Fachstellen auf zwei unterschiedliche Namen und Designs geeinigt haben. Ausserdem haben damals beide Fachstellen unabhängig voneinander den Entscheid gefällt, eine solche App zu entwickeln. Zum Glück haben wir zu einem frühen Zeitpunkt gegenseitig von diesem Vorhaben erfahren. Und so war es naheliegend die Entwicklung gemeinsam anzupacken. Es hat dazu geführt, dass das KnowHow für die Entwicklung aus beiden Fachstellen einfließen konnte. Ebenfalls konnten wir die Kosten teilen. Dies ist bis heute ein grosser Vorteil, da wir seither einige Weiterentwicklungen und auch die Kosten für technischen Updates aufteilen können.»

Dependn'

ID 982

2. Inhaltstelegramm

Die Einträge werden als endlose Liste angezeigt, wobei der neuste Eintrag die Liste führt. Die Angaben zum Alkoholkonsum sind einfach gehalten, der Nutzer kann einen Balken zwischen «schwachem Konsum = 0» und «starkem Konsum = 10» bewegen, was auch gleich farblich visualisiert wird. Dazu kann man seine Gefühle und weitere Kommentare machen. Es gibt keine Differenzierung zwischen Anzahl und Art der Drinks. Die App zeigt den Alkoholkonsum des aktuellen Datums und den Konsum in der letzten Woche an und zählt die Zeit die seit dem letzten Eintrag vergangen ist. Zudem gibt es die kostenpflichtige Möglichkeit, seine Eingaben zu exportieren. Neben dem Alkoholkonsum bietet die App die Möglichkeit, zwischen vielen weiteren Süchten auszuwählen, sowie weitere zu berücksichtigen. Insgesamt gesehen, besteht die Zielsetzung vor allem in der Aufzeichnung des Verhaltens; Daten, die dann mit professioneller Unterstützung ausgewertet werden können.

4. Stärken und Schwächen in Kürze

Ein Blick auf die erzielten SUS und MARS Werte (72: Referenzwert 68; 3,21: Referenzwert: 3,37) zeigt, dass dieses app respektive knapp über- und knapp unterdurchschnittliche Designqualität aufweist. Bei den MARS Unterskalen wird bei 'Funktionalität' der höchste Wert erreicht (4,17). Was den Qualitäts Gesamtwert anbetrifft, so schneidet das app unterdurchschnittlich ab (4 aus 10); bei der Selbsthilfe-Informationsgehalt Skala (0 aus 5) und der Interaktivitätsskala (1 aus 8) fallen die Werte sehr schlecht aus. Bei den Unterpunkten des Qualitäts Gesamtwertes zeigen sich entsprechend zahlreiche Schwachpunkte u.a. vor allem keine Möglichkeit zur individuellen Zielsetzung (2.) keine Positionierung des eigenen Verhaltens (5.); fehlende Tips für die Praxis (7.) und fehlende Hinweise zur Datennutzung und zum Datenschutz (10.). Positiv bietet das app die Möglichkeit zur Aufzeichnung und Verfolgung des Konsumverhaltens sowie von Entzugserscheinungen bezüglich verschiedener Süchte (8.) sowie offene Felder zur Aufzeichnung von Stimmungen und Gefühlen. Insgesamt gesehen, geht eine durchschnittliche Designqualität mit mangelhafter Inhaltsqualität einher.

Smokenote

ID 984

2. Inhaltstelegramm

Obwohl die App hauptsächlich bestimmt ist, mit dem Rauchen aufzuhören, kann man auch seinen Alkoholkonsum verfolgen. Dazu gibt der Nutzer einzig die Anzahl Drinks am aktuellen Tag ein. Es können keine nachträglichen Einträge gemacht werden. Danach sind die Anzahl Drinks in einer klassischen Kalenderansicht sichtbar.

4. Stärken und Schwächen in Kürze

Ein Blick auf die erzielten SUS und MARS Werte (60: Referenzwert 68; 3,45: Referenzwert: 3,37) zeigt, dass dieses app respektive knapp unter- und knapp überdurchschnittliche Designqualität aufweist. Bei den MARS Unterskalen wird bei 'Funktionalität' der höchste Wert erreicht (4,25). Was den Qualitäts Gesamtwert anbetrifft, so schneidet das app klar unterdurchschnittlich ab (3 aus 10); bei der Selbsthilfe-Informationsgehalt Skala (0 aus 5) und der Interaktivitätsskala (2 aus 8) fallen die Werte sehr schlecht aus. Bei den Unterpunkten des Qualitäts Gesamtwertes zeigen sich entsprechend zahlreiche Schwachpunkte u.a. vor allem eine mangelhafte Nutzereinführung, -führung (1); keine Möglichkeit zur individuellen Zielsetzung (2.); lediglich vage einschlägige Informationen; keine Positionierung des eigenen Verhaltens (5.); keine Praxistips (7.) und fehlende Hinweise zur Datennutzung und zum Datenschutz (10.). Positiv erlaubt das app Datensicherung in der Dropbox (9.) und beinhaltet eine feed-back Option (8.). Insgesamt gesehen, geht eine schwach durchschnittliche Designqualität mit mangelhafter Inhaltsqualität einher.

MeSelfControl

ID 996

2. Inhaltstelegramm

Die App bietet ein auf den Nutzer zugeschnittenes, ca. 22-wöchiges Programm an, das ihm helfen soll, sein Konsumverhalten zu verstehen und zu reduzieren.

In einer 2-wöchigen Beobachtungsphase lernt die App das Konsumverhalten des Nutzers zu verstehen. Danach soll in einer 10-wöchigen Phase der Konsum reduziert werden und in einer folgenden 10-wöchigen Phase dieser reduzierte Konsum stabilisiert werden.

Die Einträge müssen am jeweiligen Tag gemacht werden, nachträgliche Einträge sind nicht möglich. Ist ein Eintrag gemacht, kann er nicht mehr gelöscht oder verändert werden. Für einen Eintrag muss man den Alkoholtyp, die Volumenprozent, Menge des Drinks sowie den Anlass zum Konsum eingeben. Die App zeigt gleich an, wieviel Gramm Alkohol konsumiert wurde und ob die tägliche Grenze bereits überschritten wurde. Die Auswertung der Daten kann erst nach mehreren Tagen angesehen werden.

Die App bietet weiter Informationen zum den Risiken und den Hintergründen die zum Konsum führen, sowie Strategien die angewendet werden können um den Konsum zu minimieren.

4. Stärken und Schwächen in Kürze Stärken und Schwächen in Kürze

Ein Blick auf die erzielten SUS und MARS Werte (75: Referenzwert 68; 4.01: Referenzwert: 3,37) zeigt, dass dieses app respektive gute und sehr gute Designqualität aufweist. Beim MARS rating nimmt es den zweiten Platz ein. Bei den MARS Unterskalen erreicht es bei 'Funktionalität' den Spitzenwert von 4,67. Was den Qualitäts Gesamtwert anbetrifft, so teilt sich hier das app den besten Wert mit drei weiteren applications mit einem Wert von 8 (aus 10); es schneidet jedoch sowohl bei der Selbsthilfe-Informationsgehalt Skala als auch der Interaktivitätsskala mit jeweils 2 (aus 8) ausgesprochen schwach ab. Eine Betrachtung der Punkte des Qualitäts Gesamtwertes weist auf vereinzelte Schwächen hin bei den Themen 'Datenschutz' (10.) und Datenmigration (9.). Bei den Stärken sind u.a. hervorzuheben: flexible Zielsetzung mit feedback (2.) differenzierte Erfassung des Konsumverhaltens kombiniert mit der Verfolgung des Befindens (4.) und ein Quiz zur Änderungsmotivation (6.). Insgesamt gesehen, gehen eine sehr gute Designqualität mit sehr guter Inhaltsqualität einher.

Trinken aufhören alkoholfrei

ID 1016

2. Inhaltstelegramm

Zu Beginn gibt der Nutzer das Datum des letzten Alkoholkonsums, seine davor durchschnittliche Konsummenge und das dazu ausgegebene Geld ein. Ab dann gibt es keine weiteren Einträge, sondern die App zählt neben den Anzahl Tagen seit dem letzten Konsum verschiedene weitere Dinge und zeigt sie dem Nutzer an. Somit soll die Motivation erhalten bleiben, ab sofort nichts mehr zu trinken. Zum Beispiel kann man Ziele eingeben, die man sich mit dem eingesparten Geld kaufen möchte. Ist das Geld erreicht, gibt die App eine Nachricht. Verschiedene positive gesundheitliche Lang- und Kurzeffekte, die der Alkoholverzicht mit sich bringt werden angezeigt. Dabei wird bei jedem Effekt angezeigt, ob man ihn bereits erreicht hat oder nicht, Kurzeffekte sind sofort erreicht, bei Langzeiteffekten wird angezeigt, wann man sie erreicht haben wird.

4. Stärken und Schwächen in Kürze

Ein Blick auf die erzielten SUS und MARS Werte (58: Referenzwert 68; 3,26: Referenzwert: 3,37) zeigt, dass dieses app klar unterdurchschnittliche respektive knapp unterdurchschnittliche Designqualität aufweist. Bei den MARS Unterskalen wird bei 'Funktionalität' der höchste Wert erreicht (3,83). Was den Qualitäts Gesamtwert anbetrifft, so schneidet das app überdurchschnittlich gut ab und erreicht 7 Punkte (aus 10). Während bei der Selbsthilfe-Informationsgehalt Skala ein eher schwacher Wert erreicht wird, fungiert das app bei der Interaktivitätsskala mit 5 (aus 8) als Spitzenreiter. Bei den Unterpunkten des Qualitäts Gesamtwertes zeigen sich vereinzelte Schwächen wie das Fehlen von Informationen zur Positionierung/Selbsteinstufung (5.) und der Möglichkeit die Vor- und Nachteile einer Verhaltensänderung abzuwägen (6.) Dem stehen vor allem Stärken gegenüber beim feedback/Belohnungsmanagement (2.); dem sharing von Daten (9.) und was Datenschutz anbetrifft (10) – vor allem aber ist die Berücksichtigung spielerischer Elemente (3. & 8.) positiv hervorzuheben. Insgesamt gesehen, geht eine unterdurchschnittliche Designqualität mit guter Inhaltsqualität einher.

Trinktagebuch

ID 1017

2. Inhaltstelegramm

Der Nutzer kann sich persönliche Motivationsgründe oder Strategien aufschreiben, sie können gespeichert werden und sind jederzeit sichtbar. Dabei werden verschiedene Vorschläge gemacht, was man sich aufschreiben könnte. In dieser App gibt es viele weiterführende Informationen zum Thema Alkoholkonsum, gesundheitliche und gesellschaftliche Aspekte einer Alkoholsucht, sowie viele Motivationsgründe zum Verzicht.

Der Nutzer kann ein persönliches Profil anlegen, worauf die auf ihn empfohlene Alkoholhöchstmenge pro Tag angezeigt und mit den Einträgen abgeglichen wird. Einträge können jederzeit und nachträglich gemacht werden. Dazu kann der Nutzer aus einer grossen Auswahl an verschiedenen Drinks auswählen oder neue hinzufügen. Die Einträge und deren Veränderung über die Zeit können über verschiedene Zeiträume als Diagrammübersicht dargestellt werden.

4. Stärken und Schwächen in Kürze

Ein Blick auf die erzielten SUS und MARS Werte (84: Referenzwert 68; 3,66: Referenzwert: 3,37) zeigt, dass dieses app knapp durchgängig sehr gute Designqualität aufweist. Es erreicht beim MARS rating den dritthöchsten Wert. Bei den MARS Unterskalen wird bei 'Information' der höchste Wert erreicht (4,25). Was den Qualitäts Gesamtwert anbetrifft, so schneidet das app ebenfalls sehr gut ab (8 Punkte aus 10) und liegt damit gemeinsam mit drei weiteren applications an der Spitze. Während bei der Selbsthilfe-Informationsgehalt Skala der zweithöchste Wert erreicht wird (4 aus 8) fällt einzig die Einstufung in bei der Interaktivitätsskala mit 1 (aus 8) schlecht aus. Bei den Unterpunkten des Qualitäts Gesamtwertes zeigen sich entsprechend Schwächen im Bereich 'Datenmigration'/sharing (9.) und es fehlen Optionen zur Entscheidungsabwägung (6.). Dem stehen vor allem Stärken gegenüber beim den Zielsetzungsmöglichkeiten nebst feedback/Belohnungsmanagement (2.), breite Möglichkeiten zur Konsumerfassung angepasst nach Geschlecht (4.) und ein gutes Angebot von Tips für die Praxis mit Blick auf Risikosituationen und Konsumbegrenzung (7.).

Insgesamt gesehen, geht hier eine sehr gute Designqualität mit sehr guter Inhaltsqualität einher.

Schluss mit Sucht

ID 1042

2. Inhaltstelegramm

Zu Beginn wird man aufgefordert, die Motivation zum Verzicht auszuwählen. Zur Auswahl stehen Geld oder Zeit zu sparen. Dann gibt man den Zeitpunkt der letzten Konsumation ein. Nun beginnt die App die Zeit seit der letzten Konsumation zu zählen. Das zuvor eingegebene Ziel wird dann fortlaufen angezeigt und die eingesparte Menge aktualisiert. Der Nutzer kann sich Belohnungen setzen, die er sich mit dem eingesparten Geld oder der Zeit gönnen möchte. Zusätzlich kann er sich seine persönlichen Motivationsgründe zum Verzicht aufschreiben. Neben dem Alkoholkonsum bietet die App die Möglichkeit, zwischen vielen weiteren Süchten auszuwählen, sowie weitere hinzuzufügen.

4. Stärken und Schwächen in Kürze

Ein Blick auf die erzielten SUS und MARS Werte (73: Referenzwert 68; 3,39: Referenzwert: 3,37) zeigt, dass dieses app knapp überdurchschnittliche bis durchschnittliche Designqualität aufweist. Bei den MARS Unterskalen wird bei 'Funktionalität' der höchste Wert erreicht (4,33). Was den Qualitäts Gesamtwert anbetrifft, so schneidet das app unterdurchschnittlich ab (4 Punkte aus 10). Sowohl bei der Selbsthilfe-Informationsgehalt Skala (0 aus 5) als auch bei der Interaktivitätsskala mit (1 aus 8) erreicht das app schlechte bis sehr schlechte Werte. Bei den Unterpunkten des Qualitäts Gesamtwertes zeigen sich entsprechend Schwächen etwa bei der Informationsvermittlung (3.) oder bei fehlenden Praxistips, die durch blumige Zitate kaum ersetzbar sind (7.) oder auch fehlende Hilfe das eigene Verhalten relativ einzuschätzen und zu bewerten (5.). Positiv das tracking von Zeit und gespartem Geld in Bezug auf das Abstinenzziel mit Meilensteinkennzeichnung (2. & 4.). Insgesamt gesehen, geht hier eine eher durchschnittliche Designqualität mit eher schwacher Inhaltsqualität einher.

HabitBull - Habit Tracker

ID 1045

2. Inhaltstelegramm

Zu Beginn stellt der Nutzer die Art des Trackings ein: möchte er seinen Konsum mit einer einfachen Ja/nein Frage (war ich erfolgreich) oder mit einer Zahl (Anzahl konsumierte Drinks) Es ist auch möglich, die App mit Google Fit zu synchronisieren anstatt manuell Daten einzugeben. Nun gibt man ein Tages- und Wochen-Ziel ein, das man erreichen möchte. Es folgt eine klassische Kalenderansicht, in der man jeden Tag seinen Konsum eintragen kann. Erfolgreiche Tage werden grün, nicht erfolgreiche rot angezeigt. Nachträgliche Einträge und Änderungen sind möglich. Die Einträge und deren Veränderung über die Zeit werden über die letzten zwei Monate als Diagramm dargestellt. Neben dem Alkoholkonsum bietet die App die Möglichkeit, zwischen vielen weiteren Süchten auszuwählen, sowie weitere hinzu zu fügen. Die App hat ein integriertes Forum, in dem man sich mit Gleichgesinnten austauschen kann.

4. Stärken und Schwächen in Kürze

Ein Blick auf die erzielten SUS und MARS Werte (74: Referenzwert 68; 3,49: Referenzwert: 3,37) zeigt, dass dieses app knapp überdurchschnittliche Designqualität aufweist. Bei den MARS Unterskalen wird bei 'Funktionalität' der höchste Wert erreicht (4,33). Was den Qualitäts Gesamtwert anbetrifft, so schneidet das app einerseits eher durchschnittlich ab (5 Punkte aus 10). Andererseits erreicht es sowohl bei der Selbsthilfe- Informationsgehalt Skala (0 aus 5) als auch bei der Interaktivitätsskala mit (2 aus 8) einen sehr schlechten bis schlechten Wert. Bei den Unterpunkten des Qualitäts Gesamtwertes zeigen sich entsprechend zahlreiche Schwächen etwa bei der Informationsvermittlung (3.) oder bei fehlenden Praxistips (7.) oder auch fehlende Hilfe das eigene Verhalten relativ einzuschätzen und zu bewerten (5.). Positiv sind spielerische Elemente beim Aneinanderreihen von erfolgreichen Tagen (8); und flexible Zielsetzungsmöglichkeiten mit feedback Funktionen (2.). Insgesamt gesehen, fallen Design- als auch Inhaltsqualität eher durchschnittlich aus.

APPstinent - Alkohol Abstinenz

ID 1067

2. Inhaltstelegramm

Zu Beginn setzt der Nutzer das Datum der letzten Alkoholkonsumation. Die Idee der App scheint, dass der Nutzer jedes Mal wenn er Alkohol konsumieren möchte, auf den roten Nein-Knopf klickt. Mit jedem Klick und der Anzahl abstinenter Tage steigt seine Punktezah. Dadurch kann er Levels aufsteigen, die durch einen sich farblich verändernden Stern zeigen.

4. Stärken und Schwächen in Kürze

Ein Blick auf die erzielten SUS und MARS Werte (19: Referenzwert 68; 1,81 Referenzwert: 3,37) verweist dieses app auf den letzten Platz bezüglich Designqualität aufweist. Bei den MARS Unterskalen wird bei 'Ästhetik' der höchste Wert erreicht (3,5). Was den Qualitäts Gesamtwert anbetrifft, teilt sich das app den letzten Rang mit einem weiteren app und erreicht 2 aus 10 Punkten. Entsprechend sehr schlecht (0 aus 5) so schneidet das app bei der Selbsthilfe- Informationsgehalt Skala (0 aus 5) ab und schlecht auch bei der Interaktivitätsskala mit (1 aus 8). Positive Ansatzpunkte zeigen sich einzig bei der Zielverfolgung (Abstinenz) und man kann hier 'Sterne' verdienen (2) und die Möglichkeit, den Anbieter zu kontaktieren (8.) konnten ist gegeben. Alle übrigen Punkte sind nicht erfüllt; so bleibt vor allem unklar wie der Konsum bzw. die Abstinenz im Zeitverlauf gemessen wird; es erscheint ein grosser roter Knopf auf dem «Nein» steht und ein Stern scheint sich mit fortlaufender Abstinenz 'zu füllen' (4.) Insgesamt gesehen fällt dieses app durch sehr schlecht Design- und Inhaltsqualität aus dem Rahmen.

AppyBen

ID: 986

2. Inhaltstelegramm

L'applicazione APPyBEN permette a chi la utilizza di valutare il proprio stato di salute concentrandosi su quattro temi principali: il fumo, il cibo, l'alcool et il movimento. Attraverso dei semplici questionari l'utente può ottenere brevi informazioni riguardo ai vantaggi de potrebbe trarre da un cambiamento di "stile di vita"

4. Stärken und Schwächen in Kürze

Ein Blick auf die erzielten SUS und MARS Werte (60: Referenzwert 68; 1,81 Referenzwert: 2,61) rangiert dieses app mit zwei weiteren Applikationen auf dem letzten Platz. Bei den MARS Unterskalen wird bei 'Information der höchste Wert erreicht (3,4). Was den Qualitäts Gesamtwert anbelangt, teilt sich das app den letzten Rang mit einem weiteren app und erreicht 2 aus 10 Punkten. Entsprechend schlecht (1 aus 5) so schneidet das app bei der Selbsthilfe-Informationsgehalt Skala ab und sehr schlecht auch bei der Interaktivitätsskala mit (0 aus 8). Ansatzpunkte zeigen sich lediglich bei der Informationsvermittlung (3.) und der tendenziellen Unterstützung von Abwägungsprozessen (6.). Es ist im schweizer app store erhältlich, zielt jedoch auf den italienischen Kontext und entsprechen tauchen lediglich Verweise zu italienischen Angeboten auf. Insgesamt gesehen fällt dieses app durch sehr schlecht Design- und Inhaltsqualität aus dem Rahmen.