

Text im Web – Einfluss auf Usability & Kaufbereitschaft

Eine Usability-Studie von

Jens Jacobsen

konzept. text. beratung
Bereiteranger 6
81541 München
Tel: 089/12 71 76 08

jens@jjac.de
www.jjac.de

Link zum Download: www.benutzerfreun.de/text/Text_im_Web.pdf

© Jens Jacobsen 2005. Weitergabe in digitaler Form oder in Papierform erlaubt, aber nur vollständig und unverändert. Es ist nicht erlaubt, das Dokument on- oder offline (auf Websites, im Intranet, in Aufsatzsammlungen usw.) zur Verfügung zu stellen.
Bei Zitat Quellenangabe: Jens Jacobsen 2005, www.benutzerfreun.de/text/

Inhaltsverzeichnis

1 Zusammenfassung ... 3

2 Die Ausgangslage ... 3

3 Der Forschungsstand – bestehende Regeln ... 3

3.1 Hamburger Verständlichkeitsansatz ... 4

3.2 Groebens Verständlichkeits-Dimensionen ... 4

3.3 Nielsens Untersuchungen ... 4

3.4 NCI Web Usability-Richtlinien ... 5

3.5 Die Psychologie eines guten Texts ... 5

4 Die neue Studie ... 6

4.1 Die Testfirma ... 6

4.2 Die fünf Testsites ... 6

4.3 Textbeispiele ... 7

4.4 Die Testaufgaben ... 9

4.5 Der Fragebogen ... 9

4.6 Die Ergebnisse ... 11

Bearbeitungszeit ... 11

Bearbeitung der Aufgaben ... 11

Erinnerung an den Inhalt ... 11

Beurteilung der Site durch die Teilnehmer ... 12

4.7 Diskussion der Ergebnisse ... 14

5 Fazit ... 14

6 Literatur ... 15

7 Der Autor ... 15

1 Zusammenfassung

Wie bringen Sie die Besucher einer Website dazu, die Texte tatsächlich zu lesen? Dafür gibt es einige Regeln, die alle unmittelbar einsichtig sind. Fast alle beruhen auf den Experimenten, die der Usability-Experte Jakob Nielsen schon 1997 mit einer amerikanischen Site durchgeführt hat. Es fehlte aber bisher an Untersuchungen für deutschsprachige Websites, die beweisen, dass ihr Text gelesen wird, wenn sie diese Regeln einhalten.

Die im Folgenden vorgestellte Studie zeigt, dass sich die **Kaufbereitschaft** von Besuchern einer Website **durch gute Texte um bis zu 50 Prozent steigern** lässt.

121 Testpersonen arbeiteten mit je einer von fünf Text-Varianten einer Website. Danach wurden sie gefragt, ob sie bei der dazugehörigen Firma kaufen würden. Bei der textlich am besten aufbereiteten Fassung beantworteten diese Frage 50 Prozent der Teilnehmer mehr mit „ja" als bei der Kontrollversion.

Die **Verbesserung des Textes steigerte** zudem das **Vertrauen** in die Betreiber der Site **um 12 Prozent**, die **positiven Gefühle** der Besucher gegenüber der Site **um 23 Prozent** und die **Einschätzung der Benutzerfreundlichkeit (Usability) um 48 Prozent**.

Teile der Studie wurden im Vortrag „Text und Usability – was macht Text benutzbar?" beim „Usability Professional's Track" der Tagung „Mensch und Computer" in Linz am 5.9.2005 vorgestellt und im Tagungsband veröffentlicht (Hassenzahl M., Peissner M. (Hrsg.): Usability Professionals 2005).

2 Die Ausgangslage

Der Internet-Hype ist lange vorbei, das Web hat Einzug in den Alltag gehalten. Es ist zur Binsenweisheit geworden, dass es die Inhalte sind, die auf Websites zählen und dass nur Erfolg hat, wer benutzerfreundlich ist.

Auch bekannt ist, dass Text im Internet kaum gelesen wird. Längerer Text schon gar nicht.

Dennoch gibt es sehr wenige Websites mit gutem Text. Meist ist er zu lang, kaum gegliedert, kurz: nicht webgerecht aufbereitet. Somit verstärkt er das, was viele beklagen: Benutzer lesen keinen Text, weil sie nicht erwarten, dass er gut und leicht verständlich ist.

3 Der Forschungsstand – bestehende Regeln

Im Folgenden eine kurze Zusammenfassung der Regeln für guten Text und deren Entstehungsgeschichte. Das zeigt, dass dieses Thema nicht neu ist und dass die Vorgaben keineswegs nur auf Sprachgefühl beruhen, sondern zumindest für gedruckten Text wissenschaftlich fundiert sind.

Wer direkt zu den Ergebnissen der Studie springen möchte, blättere zu Seite 6.

Wie man gut und leicht verständlich schreibt, ist seit den Anfängen der Schriftsprache Thema. Das älteste immer noch ganz aktuelle Buch zur deutschen Sprache, das heute noch verlegt wird, ist wohl Ludwig Reiners „Stilkunst" von 1943.

Die so genannte Verständlichkeitsforschung begann in den 30er und 40er Jahren des 20. Jahrhunderts. Die Forscher suchten ein objektives Maß für die Qualität von Texten und entwickelten über 50 verschiedene Formeln, in die vor allem Wort- und Satzlänge eingehen. Die resultierenden Maßzahlen

sollten die Schwierigkeit eines Textes anzeigen. Zu besseren Texten führte das aber zunächst nicht (siehe Ballstaedt, S.-P. 1997; Näheres zur zitierten Literatur am Ende des Dokuments).

3.1 Hamburger Verständlichkeitsansatz

Anfang der 70er Jahre entwickelten die Hamburger Verständlichkeitsforscher um Inghard Langer Kriterien für die Beurteilung der Verständlichkeit von Texten (z.B. Langer, I. et al., 1981). Der Ansatz leitet aus guten Texten die entscheidenden Merkmale ab. Dies sind

- Einfachheit,
- Gliederung und Ordnung,
- Kürze und Prägnanz sowie
- anregende Zusätze.

Experten beurteilen Texte anhand dieser Kriterien und messen damit ihre Verständlichkeit.

3.2 Groebens Verständlichkeits-Dimensionen

Norbert Groeben kritisierte wie einige andere den Ansatz der Hamburger Gruppe unter anderem als wenig praxistauglich. Er entwickelte einen kognitionspsychologisch fundierten Ansatz, aus dem er Tipps ableitete, die sich leicht beim Schreiben umsetzen lassen (Groeben, N. 1972).

Groeben stellte Kriterien für verständliche Texte auf, die sich stark vereinfacht so zusammenfassen lassen:

- Einfacher Stil
- Wiederholungen
- Strukturierung
- Denkanstöße

Als wichtigsten Punkt betrachtete er die Strukturierung, z.B. durch Einleitungen, Hervorhebungen, Zusammenfassungen und Beispiele. Diese Einschätzung bestärkte er auch durch seine Untersuchungen in den 90er Jahren (Christmann, U. & Groeben, N. 1999).

Ursprünglich bezogen sich Groebens Regeln nur auf gedruckte Texte. Doch bald wurden sie von vielen Autoren auf elektronischen Text übertragen – zunächst ohne theoretische Rechtfertigung.

3.3 Nielsens Untersuchungen

Jakob Nielsen führte 1997 die ersten Usability-Studien speziell zu Text im Web durch, die größeren Einfluss hatten (Morkes, J. & Nielsen, J. 1997). Sie sind bis heute die Grundlage fast aller Empfehlungen für das Schreiben von Text, der am Bildschirm gelesen wird.

Bei dem Test untersuchten Nielsen und Morkes fünf Varianten einer Mini-Site, die Nebraska als Touristenziel beschreiben und sich nur durch die Formulierung der Texte unterscheiden.

Die wichtigsten Erkenntnisse:

- Nutzer lesen nicht im Web, sie überfliegen die Seiten.
- Lange Seiten werden meist nicht gelesen, oft nicht einmal gescrollt.
- Nutzer bevorzugen Fakten und lehnen stark werblichen Stil ab.

Morkes und Nielsen errechneten einen Index für die Usability von Text. In diesen geht ein, wie lange die Testpersonen für die ihnen gestellten Aufgaben gebraucht haben, wie viele Fehler sie dabei gemacht

haben und wie sie die Texte subjektiv bewertet haben. Der Text, der knapp formuliert, gut gegliedert und objektiv geschrieben ist, hatte eine um 124 Prozent höhere Usability verglichen mit der Ausgangsvariante. In einer Folgestudie kam ein optimierter Text sogar auf eine 159 Prozent höhere Usability (Morkes, J. & Nielsen, J. 1998).

Nielsen selbst leitet folgende Regeln in seinem Buch „Designing Web Usability" (Nielsen, J. 1999) aus den Testergebnissen ab:

- Schreibe knapp. Nicht mehr als halb so viel wie in einer Print-Veröffentlichung.
- Schreibe so, dass sich der Text gut überfliegen lässt. Verwende kurze Absätze, Zwischenüberschriften und Listen.
- Teile längere Texte auf mehrere verlinkte Seiten auf.

Verfechter von guten Texten im Web wie der irische Berater, Dozent und internationale Vortragsreisende Gerry McGovern beziehen sich zwar meist nicht direkt auf Nielsens Arbeit, haben aber ganz ähnliche Regeln aufgestellt.

3.4 NCI Web Usability-Richtlinien

Dem Mangel an theoretischer Begründung für benutzerfreundliche Websites wollte das amerikanische National Cancer Institute 2003 abhelfen. Um die Qualität seiner für die breite Öffentlichkeit bestimmten Websites zu verbessern hat es eine gründliche Literaturrecherche durchgeführt und daraufhin eine Sammlung von Richtlinien herausgegeben (Koyani, S.J. et al. 2003). Für jede Regel werden Studien als Beleg zitiert.

Die Regeln betreffen Site-Struktur, Navigation, Gestaltung, Links und Text. Die wichtigsten Regeln für Text sind:

- Gebrauche übliche Wörter.
- Vermeide Fachsprache.
- Schreibe im 1. Satz jedes Absatzes, worum es in diesem geht.
- Verwende das Aktiv.
- Schreibe kurze Sätze und Texte. (Maximal 20 Wörter pro Satz, 6 Sätze pro Absatz – ob das direkt aufs Deutsche übertragbar ist, sei dahingestellt.)

3.5 Die Psychologie eines guten Texts

Ein Vorurteil, das sich hartnäckig hält ist, dass komplizierte Texte den Eindruck von Kompetenz und Intelligenz erwecken. Der Psychologe Daniel Oppenheimer von der Stanford University in Kalifornien fand 2005 heraus, dass das Gegenteil der Fall ist.

Leser schätzen die Intelligenz des Autors eines Textes umso höher ein, je einfachere Worte er gebraucht und je klarer er die Sätze formuliert.

Oppenheimer legte Testpersonen Texte aus Bewerbungsaufsätzen, Doktorarbeiten und philosophischen Werken vor. Je komplizierter die Texte geschrieben waren und je mehr unnötig Fachsprache gebraucht wurde, desto schlechter fiel das Urteil der Testpersonen über die Intelligenz des Autors aus.

4 Die neue Studie

Um weitere Argumente für die hohe Bedeutung von benutzerfreundlichem Text auf Websites zu sammeln, startete im Juni 2005 die nun im Detail vorgestellte Studie.

Ziel war herauszufinden, ob die existierenden Regeln auch für deutschsprachige Webseiten, auch heute gültig sind. Einige der Regeln wurden nicht für Text am Bildschirm entwickelt, andere nicht für deutsche Texte, und alle sind bereits etwas älter. Auch wurden Stil und Satzlänge bisher wenig berücksichtigt.

4.1 Die Testfirma

Als Textobjekt diente die Site einer fiktiven mittelständischen Firma mit 79 Mitarbeitern, die für kleine und mittelgroße Büros Computer verkauft und wartet. Die Mitarbeiter und Geschäftsführer der Firma sind somit Technik-affin und nutzen das Web täglich und selbstverständlich.

Die Zielgruppe der Site ist ebenfalls fit im Web, hat allerdings teilweise wenig Interesse an Technik: die Firma hat sich vor allem auf Ärzte, Anwälte und auf kleine und mittlere Büros von Einzelhändlern spezialisiert.

4.2 Die fünf Testsites

Für den Test wurden fünf Varianten einer Website erstellt. Alle fünf bestehen aus 27 HTML-Seiten und haben dieselbe Struktur, Navigation und Grafik. Sie basieren auf einer tatsächlich eingesetzten Website einer solchen Firma, die mit Usability-Tests überprüft und daraufhin optimiert worden war. Damit sollte so weit wie möglich ausgeschlossen werden, dass Probleme gefunden werden, die nichts mit den Texten auf der Site zu tun haben.

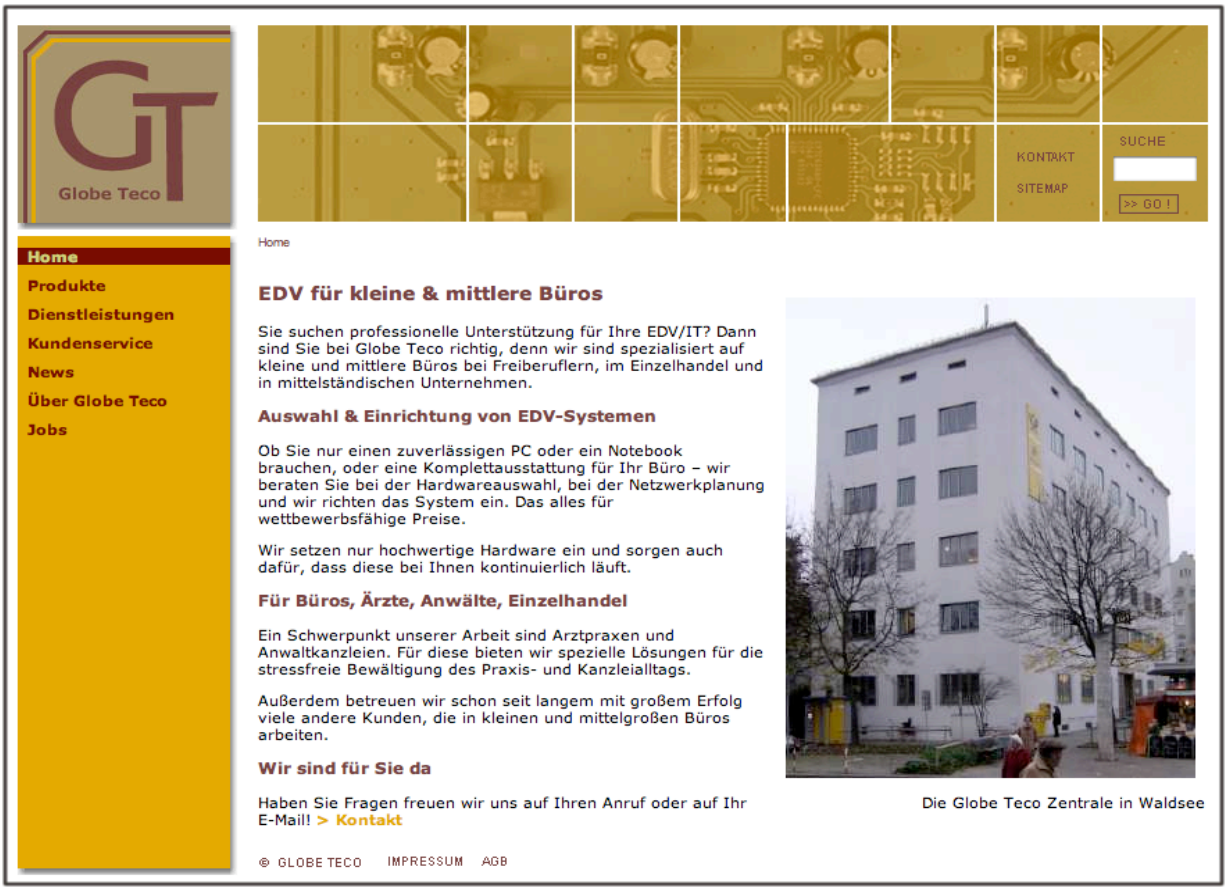


Abbildung 1: Die Startseite der Testsite mit redigiertem Text

Der Text der Rohfassung hat die Qualität, wie sie auf vielen Websites von Firmen dieser Größe üblich ist. Er entstand durch die Kombination von Texten, die von Kunden als Ausgangsbasis für Website-Inhalte geliefert wurden, und aus abgewandelten Texten, die so im Web zu finden sind.

Die Inhalte sind bei allen fünf Testversionen gleich, sie unterscheiden sich lediglich so:

Rohfassung: lange Texte, viele Fachwörter, schlechter Sprachstil, kaum gegliedert

Gegliedert: keine Textänderung; nur Gliederung durch Zwischenüberschriften, Aufteilung auf mehrere Absätze, Listen

Gegliedert & gekürzt: Streichung von Wiederholungen (inhaltlich, Nebensätze, Wörter)

Gegliedert, gekürzt & redigiert: Der Sprachstil wurde stark verbessert (Aktiv, konkrete Formulierungen, kein Nominalstil, kurze Sätze, wenig Fachwörter)

Gegliedert, gekürzt & redigiert; werblich: Text wie zuvor, nur mit mehr Superlativen und Übertreibungen („die allerbesten" etc.) und Überschriften, die werblich sind oder mit Wörtern spielen

Die absolute Textmenge unterscheidet sich nicht stark. Die gegliederte, gekürzte und redigierte Version hat insgesamt 78 Prozent so viele Zeichen und 80 Prozent so viele Wörter wie die Rohfassung.

Die verwendeten Textvarianten und Fragebögen sowie das Vorgehen bei der Auswertung sind angelehnt an Morkes und Nielsen (1997, siehe Literaturhinweise am Ende des Dokuments), beim Schreiben der einzelnen Texte wurde ähnlich wie bei Groeben (1972) gearbeitet.

4.3 Textbeispiele

Zur Illustration der Unterschiede hier zwei Beispiele, wie sich der Text der Varianten unterscheidet.



Willkommen bei Globe Teco!

Sie suchen professionelle Unterstützung für Ihre EDV/IT? Dann sind Sie bei Globe Teco richtig, denn wir bieten die optimale Lösung für kleine und mittlere Büros, gleich ob Sie nun eine Arztpraxis, ein Einzelhandelsunternehmen oder eine Rechtsanwaltskanzlei besitzen oder ein Mittelständler sind. Wir beraten Sie von Anfang an – bei der Hardwareauswahl, bei der Netzwerkplanung und wir sorgen für die Implementierung des von Ihnen mit uns zusammen festgelegten Systems. Das alles natürlich für wettbewerbsfähige Preise. Doch bei uns steht nicht die Erzielung eines schnellen Gewinns im Vordergrund, sondern die langfristig angelegte Kundenbeziehung auf Dauer. Daher setzen wir nur qualitativ hochwertige Hardware ein und sorgen auch dafür, dass diese bei Ihnen kontinuierlich rund um die Uhr ohne Unterbrechung läuft.

Doch auch wenn Sie einfach nur einen hochwertigen und zuverlässigen PC für Ihr Home Office oder ein Notebook für unterwegs ordern möchten, finden Sie bei uns faire Angebote zu attraktiven Preisen. Besonderer Schwerpunkt unserer Arbeit ist seit Gründung unserer Firma der Medizinbereich, für diesen bieten wir speziell zugeschnittene Lösungen und Komplettpakete für die einfache und stressfreie Bewältigung des Praxisalltags. Doch auch bei der Betreuung von anderen Kunden, die in kleinen und mittelgroßen Büros arbeiten, können wir auf einen jahrelang gewachsenen Erfahrungsschatz zurückgreifen, weshalb wir auch in diesem Fall ein starker Partner für Sie sein können.

Informieren Sie sich hier auf unserer Website über unser reichhaltiges Angebot und über die Dienstleistungen, die wir Ihnen anbieten oder nehmen Sie direkt Kontakt mit uns auf – wir freuen uns auf Ihren Anruf oder auf Ihr E-Mail!
> Kontakt

EDV für kleine & mittlere Büros

Sie suchen professionelle Unterstützung für Ihre EDV/IT? Dann sind Sie bei Globe Teco richtig, denn wir sind spezialisiert auf kleine und mittlere Büros bei Freiberuflern, im Einzelhandel und in mittelständischen Unternehmen.

Auswahl & Einrichtung von EDV-Systemen

Ob Sie nur einen zuverlässigen PC oder ein Notebook brauchen, oder eine Komplettausstattung für Ihr Büro – wir beraten Sie bei der Hardwareauswahl, bei der Netzwerkplanung und wir richten das System ein. Das alles für wettbewerbsfähige Preise.

Wir setzen nur hochwertige Hardware ein und sorgen auch dafür, dass diese bei Ihnen kontinuierlich läuft.

Für Büros, Ärzte, Anwälte, Einzelhandel

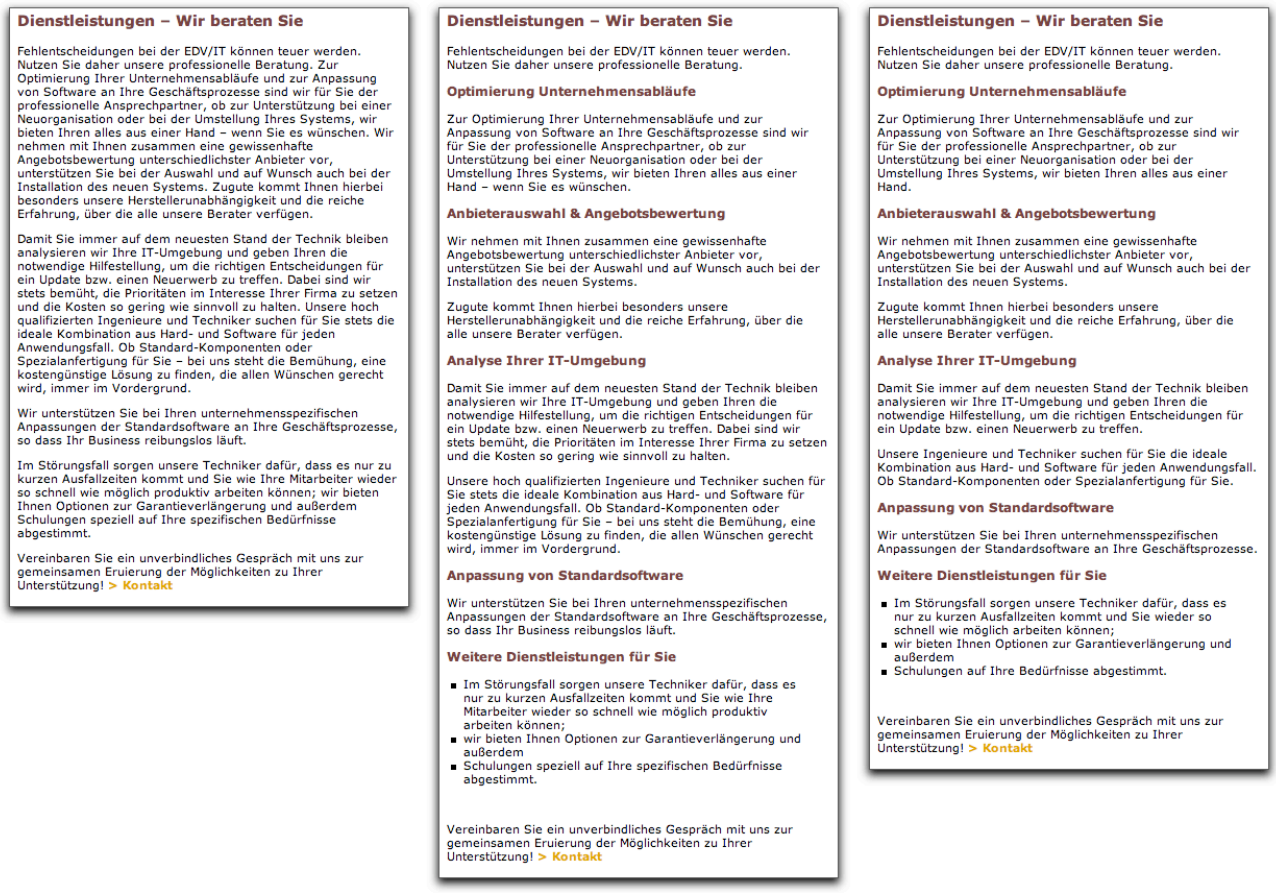
Ein Schwerpunkt unserer Arbeit sind Arztpraxen und Anwaltkanzleien. Für diese bieten wir spezielle Lösungen für die stressfreie Bewältigung des Praxis- und Kanzleialltags.

Außerdem betreuen wir schon seit langem mit großem Erfolg viele andere Kunden, die in kleinen und mittelgroßen Büros arbeiten.

Wir sind für Sie da

Haben Sie Fragen freuen wir uns auf Ihren Anruf oder auf Ihr E-Mail! > Kontakt

Abbildung 2: Der Text der Startseite der Rohfassung (links) und der gegliederten, gekürzten und redigierten Fassung (rechts)



Dienstleistungen – Wir beraten Sie

Fehlentscheidungen bei der EDV/IT können teuer werden. Nutzen Sie daher unsere professionelle Beratung. Zur Optimierung Ihrer Unternehmensabläufe und zur Anpassung von Software an Ihre Geschäftsprozesse sind wir für Sie der professionelle Ansprechpartner, ob zur Unterstützung bei einer Neuorganisation oder bei der Umstellung Ihres Systems, wir bieten Ihren alles aus einer Hand – wenn Sie es wünschen. Wir nehmen mit Ihnen zusammen eine gewissenhafte Angebotsbewertung unterschiedlichster Anbieter vor, unterstützen Sie bei der Auswahl und auf Wunsch auch bei der Installation des neuen Systems. Zugute kommt Ihnen hierbei besonders unsere Herstellerunabhängigkeit und die reiche Erfahrung, über die alle unsere Berater verfügen.

Damit Sie immer auf dem neuesten Stand der Technik bleiben analysieren wir Ihre IT-Umgebung und geben Ihren die notwendige Hilfestellung, um die richtigen Entscheidungen für ein Update bzw. einen Neuerwerb zu treffen. Dabei sind wir stets bemüht, die Prioritäten im Interesse Ihrer Firma zu setzen und die Kosten so gering wie sinnvoll zu halten. Unsere hoch qualifizierten Ingenieure und Techniker suchen für Sie stets die ideale Kombination aus Hard- und Software für jeden Anwendungsfall. Ob Standard-Komponenten oder Spezialanfertigung für Sie – bei uns steht die Bemühung, eine kostengünstige Lösung zu finden, die allen Wünschen gerecht wird, immer im Vordergrund.

Wir unterstützen Sie bei Ihren unternehmensspezifischen Anpassungen der Standardsoftware an Ihre Geschäftsprozesse, so dass Ihr Business reibungslos läuft.

Im Störungsfall sorgen unsere Techniker dafür, dass es nur zu kurzen Ausfallzeiten kommt und Sie wie Ihre Mitarbeiter wieder so schnell wie möglich produktiv arbeiten können; wir bieten Ihnen Optionen zur Garantieverlängerung und außerdem Schulungen speziell auf Ihre spezifischen Bedürfnisse abgestimmt.

Vereinbaren Sie ein unverbindliches Gespräch mit uns zur gemeinsamen Eruierung der Möglichkeiten zu Ihrer Unterstützung! > Kontakt

Dienstleistungen – Wir beraten Sie

Fehlentscheidungen bei der EDV/IT können teuer werden. Nutzen Sie daher unsere professionelle Beratung.

Optimierung Unternehmensabläufe

Zur Optimierung Ihrer Unternehmensabläufe und zur Anpassung von Software an Ihre Geschäftsprozesse sind wir für Sie der professionelle Ansprechpartner, ob zur Unterstützung bei einer Neuorganisation oder bei der Umstellung Ihres Systems, wir bieten Ihren alles aus einer Hand – wenn Sie es wünschen.

Anbieterauswahl & Angebotsbewertung

Wir nehmen mit Ihnen zusammen eine gewissenhafte Angebotsbewertung unterschiedlichster Anbieter vor, unterstützen Sie bei der Auswahl und auf Wunsch auch bei der Installation des neuen Systems.

Zugute kommt Ihnen hierbei besonders unsere Herstellerunabhängigkeit und die reiche Erfahrung, über die alle unsere Berater verfügen.

Analyse Ihrer IT-Umgebung

Damit Sie immer auf dem neuesten Stand der Technik bleiben analysieren wir Ihre IT-Umgebung und geben Ihren die notwendige Hilfestellung, um die richtigen Entscheidungen für ein Update bzw. einen Neuerwerb zu treffen. Dabei sind wir stets bemüht, die Prioritäten im Interesse Ihrer Firma zu setzen und die Kosten so gering wie sinnvoll zu halten.

Unsere hoch qualifizierten Ingenieure und Techniker suchen für Sie stets die ideale Kombination aus Hard- und Software für jeden Anwendungsfall. Ob Standard-Komponenten oder Spezialanfertigung für Sie – bei uns steht die Bemühung, eine kostengünstige Lösung zu finden, die allen Wünschen gerecht wird, immer im Vordergrund.

Anpassung von Standardsoftware

Wir unterstützen Sie bei Ihren unternehmensspezifischen Anpassungen der Standardsoftware an Ihre Geschäftsprozesse, so dass Ihr Business reibungslos läuft.

Weitere Dienstleistungen für Sie

- Im Störungsfall sorgen unsere Techniker dafür, dass es nur zu kurzen Ausfallzeiten kommt und Sie wie Ihre Mitarbeiter wieder so schnell wie möglich produktiv arbeiten können;
- wir bieten Ihnen Optionen zur Garantieverlängerung und außerdem
- Schulungen speziell auf Ihre spezifischen Bedürfnisse abgestimmt.

Vereinbaren Sie ein unverbindliches Gespräch mit uns zur gemeinsamen Eruierung der Möglichkeiten zu Ihrer Unterstützung! > Kontakt

Dienstleistungen – Wir beraten Sie

Fehlentscheidungen bei der EDV/IT können teuer werden. Nutzen Sie daher unsere professionelle Beratung.

Optimierung Unternehmensabläufe

Zur Optimierung Ihrer Unternehmensabläufe und zur Anpassung von Software an Ihre Geschäftsprozesse sind wir für Sie der professionelle Ansprechpartner, ob zur Unterstützung bei einer Neuorganisation oder bei der Umstellung Ihres Systems, wir bieten Ihren alles aus einer Hand.

Anbieterauswahl & Angebotsbewertung

Wir nehmen mit Ihnen zusammen eine gewissenhafte Angebotsbewertung unterschiedlichster Anbieter vor, unterstützen Sie bei der Auswahl und auf Wunsch auch bei der Installation des neuen Systems.

Zugute kommt Ihnen hierbei besonders unsere Herstellerunabhängigkeit und die reiche Erfahrung, über die alle unsere Berater verfügen.

Analyse Ihrer IT-Umgebung

Damit Sie immer auf dem neuesten Stand der Technik bleiben analysieren wir Ihre IT-Umgebung und geben Ihren die notwendige Hilfestellung, um die richtigen Entscheidungen für ein Update bzw. einen Neuerwerb zu treffen.

Unsere Ingenieure und Techniker suchen für Sie die ideale Kombination aus Hard- und Software für jeden Anwendungsfall. Ob Standard-Komponenten oder Spezialanfertigung für Sie.

Anpassung von Standardsoftware

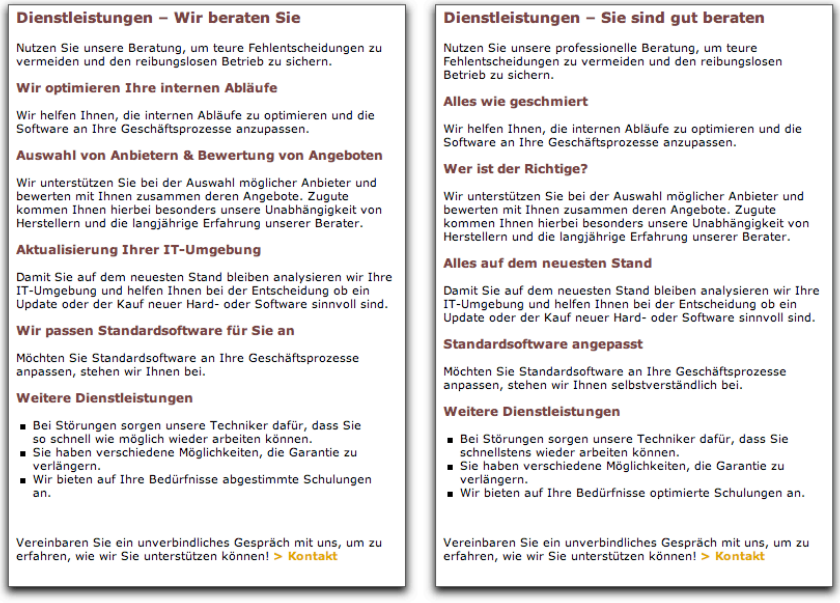
Wir unterstützen Sie bei Ihren unternehmensspezifischen Anpassungen der Standardsoftware an Ihre Geschäftsprozesse.

Weitere Dienstleistungen für Sie

- Im Störungsfall sorgen unsere Techniker dafür, dass es nur zu kurzen Ausfallzeiten kommt und Sie wieder so schnell wie möglich arbeiten können;
- wir bieten Ihnen Optionen zur Garantieverlängerung und außerdem
- Schulungen auf Ihre Bedürfnisse abgestimmt.

Vereinbaren Sie ein unverbindliches Gespräch mit uns zur gemeinsamen Eruierung der Möglichkeiten zu Ihrer Unterstützung! > Kontakt

Abbildung 3: Der Text der Seite über die Dienstleistungen der Firma in der Rohfassung (links), in der lediglich gegliederten Fassung (Mitte) und in der gegliederten & gekürzten Fassung (rechts)



Dienstleistungen – Wir beraten Sie

Nutzen Sie unsere Beratung, um teure Fehlentscheidungen zu vermeiden und den reibungslosen Betrieb zu sichern.

Wir optimieren Ihre internen Abläufe

Wir helfen Ihnen, die internen Abläufe zu optimieren und die Software an Ihre Geschäftsprozesse anzupassen.

Auswahl von Anbietern & Bewertung von Angeboten

Wir unterstützen Sie bei der Auswahl möglicher Anbieter und bewerten mit Ihnen zusammen deren Angebote. Zugute kommen Ihnen hierbei besonders unsere Unabhängigkeit von Herstellern und die langjährige Erfahrung unserer Berater.

Aktualisierung Ihrer IT-Umgebung

Damit Sie auf dem neuesten Stand bleiben analysieren wir Ihre IT-Umgebung und helfen Ihnen bei der Entscheidung ob ein Update oder der Kauf neuer Hard- oder Software sinnvoll sind.

Wir passen Standardsoftware für Sie an

Möchten Sie Standardsoftware an Ihre Geschäftsprozesse anpassen, stehen wir Ihnen bei.

Weitere Dienstleistungen

- Bei Störungen sorgen unsere Techniker dafür, dass Sie so schnell wie möglich wieder arbeiten können.
- Sie haben verschiedene Möglichkeiten, die Garantie zu verlängern.
- Wir bieten auf Ihre Bedürfnisse abgestimmte Schulungen an.

Vereinbaren Sie ein unverbindliches Gespräch mit uns, um zu erfahren, wie wir Sie unterstützen können! > Kontakt

Dienstleistungen – Sie sind gut beraten

Nutzen Sie unsere professionelle Beratung, um teure Fehlentscheidungen zu vermeiden und den reibungslosen Betrieb zu sichern.

Alles wie geschmiert

Wir helfen Ihnen, die internen Abläufe zu optimieren und die Software an Ihre Geschäftsprozesse anzupassen.

Wer ist der Richtige?

Wir unterstützen Sie bei der Auswahl möglicher Anbieter und bewerten mit Ihnen zusammen deren Angebote. Zugute kommen Ihnen hierbei besonders unsere Unabhängigkeit von Herstellern und die langjährige Erfahrung unserer Berater.

Alles auf dem neuesten Stand

Damit Sie auf dem neuesten Stand bleiben analysieren wir Ihre IT-Umgebung und helfen Ihnen bei der Entscheidung ob ein Update oder der Kauf neuer Hard- oder Software sinnvoll sind.

Standardsoftware angepasst

Möchten Sie Standardsoftware an Ihre Geschäftsprozesse anpassen, stehen wir Ihnen selbstverständlich bei.

Weitere Dienstleistungen

- Bei Störungen sorgen unsere Techniker dafür, dass Sie schnellstens wieder arbeiten können.
- Sie haben verschiedene Möglichkeiten, die Garantie zu verlängern.
- Wir bieten auf Ihre Bedürfnisse optimierte Schulungen an.

Vereinbaren Sie ein unverbindliches Gespräch mit uns, um zu erfahren, wie wir Sie unterstützen können! > Kontakt

Abbildung 4: Der Text der Seite über die Dienstleistungen in der gegliederten, gekürzten & redigierten Fassung (links) sowie in der daraus entstandenen stärker werblich gehaltenen Fassung (rechts)

Man sieht, dass die Inhalte in allen fünf Fassungen der Website weitgehend die gleichen sind. Es wäre sinnvoll gewesen, manche Inhalte ganz zu streichen, manche an anderer Stelle unterzubringen oder einzelne Bereiche umzubenennen. So hätte man noch knappere Seiten erreichen können und somit wahrscheinlich die Ergebnisse weiter verbessern können. Um die Varianten aber möglichst gut vergleichen zu können und lediglich den Text zu testen, wurde das nicht getan.

4.4 Die Testaufgaben

In einem Online-Test arbeiteten 121 Freiwillige selbstständig an ihrem eigenen Computer jeweils mit einer der fünf Varianten der Site. Dabei wussten sie nicht, welche Variante sie jeweils vor sich hatten. Außerdem wussten sie nur, dass es um den Vergleich mehrerer Fassungen einer Site ging, nicht aber, dass der Fokus auf den Texten lag.

Die Teilnehmer sollten auf der Site Antworten auf diese zwei Fragen finden:

- Wie lange dauert es, bis ein Techniker vor Ort ist, wenn Sie einen Wartungsvertrag haben?
- Wie viele Monate gewährt die Firma Garantie auf ihre Geräte?

Dabei wurde die Zeit gemessen, die Teilnehmer brauchten, bis sie die Antwort fanden.

Danach konnten sie die Site so lange ansehen, wie sie wollten.

4.5 Der Fragebogen

Im Anschluss wurden die Testpersonen per elektronischem Fragebogen zu ihrer Meinung über die Site und über die Firma befragt (je eine Seite Fragebogen). Abschließend sollten sie aus dem Gedächtnis Fragen zum Inhalt beantworten. Auf der vierten und letzten Seite wurden die Teilnehmer gebeten, einige persönliche Angaben zu machen (z.B. Erfahrung im Web, Beruf).



Fragbogen 1 von 4

Vorgehen beim Ausfüllen

Nun stellen wir Ihnen ein paar Fragen zu der Site, die Sie eben getestet haben. Das Ausfüllen aller vier Formulare dauert insgesamt etwa fünf Minuten.

Bitte beantworten Sie alles aus dem Gedächtnis und **springen Sie nicht zurück zur Site**! Füllen Sie möglichst alle Felder aus. Nur wenn Sie sich an eine Antwort nicht erinnern, lassen Sie das Feld leer. Wenn Sie alles ausgefüllt haben, klicken Sie ganz unten auf "Zur nächsten Seite...".

Fragen zur Website

Geben Sie für jedes Wort an, ob es auf die Website zutrifft:

	Trifft für die Site voll zu									Trifft für die Site gar nicht zu
Prägnant	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
Seriös	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
Hilfreich	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
Interessant	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
Sympathisch	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
Nervig	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○

Wie passend fanden Sie die grafische Gestaltung der Site für die dargestellte Firma?

Überhaupt nicht passend ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ Sehr passend

Abbildung 5: Ein Ausschnitt aus einer Fragebogenseite

Bei allen Fragen konnten die Teilnehmer auf einer Skala von 1 bis 10 wählen (von „trifft überhaupt nicht zu“ bis „trifft voll zu“).

Für die Auswertung wurden die Antworten auf die Fragen zu fünf Kategorien zusammengefasst, wiederum angelehnt an das Vorgehen von Morkes & Nielsen (siehe Tabelle 1). Allerdings ging das Ergebnis bei der Bearbeitung der Testaufgaben anders als bei Morkes & Nielsen nicht in die Kategorie „Usability“ mit ein, da die Unterschiede zwischen den Varianten zu gering waren (siehe weiter unten).

Tabelle 1: Gruppierung der Ergebnisse bei der Beantwortung der Fragen zu den fünf Kategorien (linke Spalte). „Umcodiert“ bedeutet, dass die Werte so umgerechnet wurden, so dass positive Bewertungen hohen Zahlenwerten entsprechen, so wie es bei allen anderen Fragen der Fall ist. So wird etwa eine „10“ bei „aufdringlich“ zu „1“ und geht also korrekterweise als schlechter Punktwert in die Bewertung ein.

Kategorie	**Fragen**
Gesamtqualität Site	Eigenschaft Website „seriös”
	Eigenschaft Website „hilfreich”
	Eigenschaft Website „interessant”
	Eigenschaft Website „sympathisch”
	Eigenschaft Website „nervig” (umcodiert)
	Wie passend fanden Sie die grafische Gestaltung der Site für die dargestellte Firma?
	Wie beurteilen Sie den Umfang der angebotenen Informationen?
	Wie stark sind Sie überzeugt, alle relevanten Informationen gefunden zu haben?
Textqualität	Waren Sie mit der sprachlichen Qualität zufrieden?
	Wie leicht ist es Ihnen gefallen, mit dem Text auf der Site zu arbeiten?
Usability	Wie leicht fiel es Ihnen, Informationen zu finden?
	Fanden Sie den Umgang mit der Site mühsam? (umcodiert)
	Wie schnell konnten Sie die Aufgaben erledigen – im Vergleich mit dem, was Sie erwartet
	Wie schwierig fanden Sie es, sich auf die Informationssuche zu konzentrieren? (umcodiert)
Vertrauen in Betreiber	Eigenschaft Firma „vertrauenserweckend”
	Eigenschaft Firma „professionell”
	Eigenschaft Firma „hoch qualifiziert”

Kategorie	Fragen
	Eigenschaft Firma „herstellerunabhängig"
	Eigenschaft Firma „kundenorientiert"
	Eigenschaft Firma „qualitätsorientiert"
	Würden Sie für Ihr Büro etwas kaufen oder sich beraten lassen bzw. ein Angebot einholen?
Positive Gefühle	Eigenschaft Firma „teuer" (umcodiert)
	Eigenschaft Firma „aufdringlich" (umcodiert)
	Wie erschöpft fühlen Sie sich nach diesem Test? (umcodiert)
	Hat Sie die Site verwirrt? (umcodiert)
	Eigenschaft Firma „unsympathisch" (umcodiert)

Die vollständigen Fragebögen können heruntergeladen werden unter: www.benutzerfreun.de/text/

4.6 Die Ergebnisse

Bearbeitungszeit

Insgesamt verweilten die Benutzer nicht lange auf der Site: 6,6 Minuten im Schnitt für die Bearbeitung der zwei Aufgaben und das anschließende freie Erkunden. Dabei war die Schwankungsbreite recht groß: 1,5 Minuten als kürzeste Zeit und 26,6 Minuten als längste. Ein Zusammenhang mit der verwendeten Textversion ließ sich nicht ermitteln.

Auch beeinflusste die Bearbeitungszeit die Qualität der Ergebnisse nicht.

Bearbeitung der Aufgaben

Diejenigen, die mit der gegliederten, gekürzten und redigierten Fassung gearbeitet haben, beantworteten die zwei Fragen zu Informationen auf der Site am schnellsten (in 170 Sekunden im Vergleich zu 219 Sekunden bei der Rohfassung).

88 bis 93 Prozent der Teilnehmer lösten die Aufgaben korrekt, einen Zusammenhang mit der verwendeten Version gab es nicht.

Erinnerung an den Inhalt

Nachdem die Testpersonen sich die Site so lange angesehen hatten, wie sie wollten, sollten sie Fragen zur deren Inhalt beantworten. Dabei lagen die Gesamtraten der richtigen Antworten bei 41 bis 44 Prozent.

Einen deutlichen Unterschied zwischen den Varianten der Site gab es nur bei zwei der sechs Fragen (Anzahl Mitarbeiter; Hauptkunden der Firma). Bei diesen schnitt die Rohfassung deutlich schlechter ab als die anderen Versionen.

Beurteilung der Site durch die Teilnehmer

Um die Wertung der Teilnehmer leicht vergleichen zu können, wurde die Rohfassung (Kontrollversion) als Ausgangsbasis definiert und mit 0 Prozent angesetzt. Jeder ermittelte Punktwert bezieht sich also auf diese Rohfassung.

Ein Beispiel: Zeigt eine Site-Variante 25 Prozent Verbesserung heißt das, dass die Testpersonen ihr 125 Prozent der Punkte gegeben haben, die die Rohfassung erhalten hat.

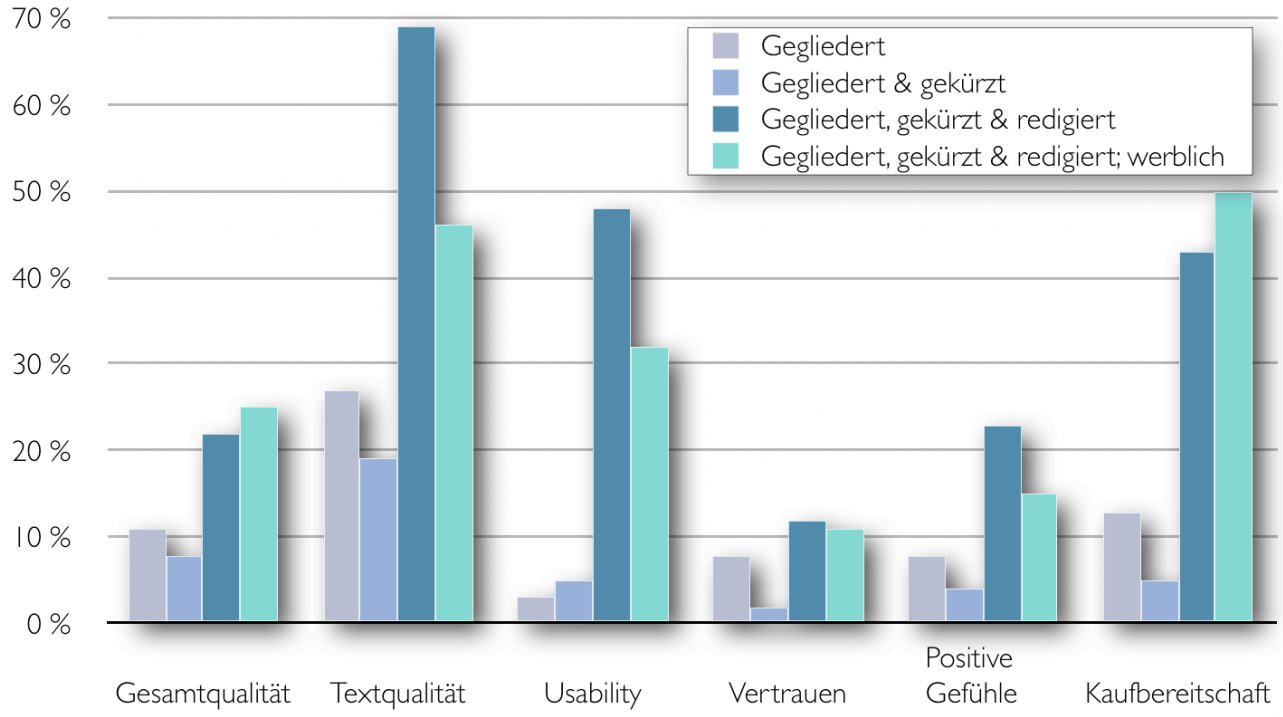


Abbildung 6: Steigerung der Beurteilungen der Testversionen durch die Benutzer. Die Werte sind auf die Rohfassung bezogen (entspricht 0%).

Die Testpersonen bewerteten die Gesamtqualität der Site 25 Prozent höher, wenn sie mit der Version mit redigiertem Text arbeiteten als wenn sie mit der Rohfassung arbeiteten. Die Usability bewerteten sie sogar 48 Prozent höher (siehe Abbildung 6).

Die Teilnehmer der Untersuchung bestätigten, dass die nach den Regeln der Kunst gestalteten Texte tatsächlich besser sind: sie bewerteten sie ganze 69 Prozent besser.

Die Textbearbeitung steigerte auch das Vertrauen in die Betreiber der Site um bis zu 12 Prozent und die positiven Gefühle (Affekte) um bis zu 23 Prozent.

Besonders eindrucksvoll ist die Antwort auf die Frage, ob die Testpersonen bei der Firma kaufen würden: Sie war bei der redigierten Testversion um 43, bei den werblich formulierten Texten sogar um 50 Prozent höher als bei der Rohfassung („Kaufbereitschaft" in Abbildung 6).

Insgesamt gaben 43 Prozent der Teilnehmer im Feld für frei formulierte Anmerkungen zur Site einen Kommentar ab (siehe Abbildung 7). Bei den zwei am wenigsten aufbereiteten Textvarianten waren es über 50 Prozent, bei der optimal aufbereiteten nur 29 Prozent. Das Feld wurde ausschließlich für Kritik an der Site genutzt.

Die Kritikpunkte sind in der Auswertung zusammengefasst zu den folgenden Kategorien:

- Sitestruktur
- Grafik
- Textlänge
- Textgliederung
- Inhalt (z.B. persönliche Ansprache oder bestimmte Fakten vermisst)

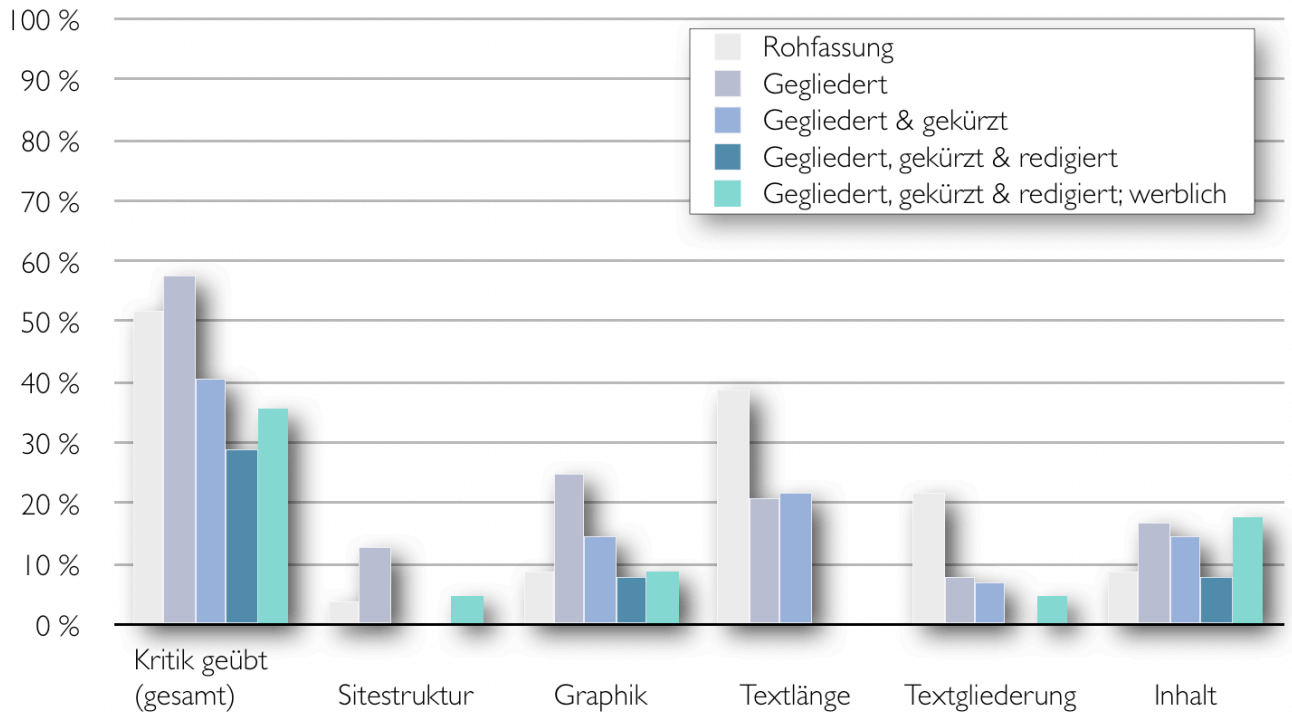


Abbildung 7: Kritik der Benutzer an Aspekten der Site, die sie im Anmerkungs-Feld des Fragebogen übten

Bei der Rohfassung bemängelten 39 Prozent der Testpersonen, dass der Text zu lang sei. Bei der optimal aufbereiteten Fassung waren es 0 Prozent. Die Textgliederung kritisierten 22 Prozent der Tester der Rohfassung; bei der optimal aufbereiteten Fassung wurde das von niemandem beanstandet.

Die Kritikrate ist bei der optimalen Textfassung mit Abstand am geringsten. Das ist neben dem zuvor erwähnten deutlich gesteigertem Wert für positive Gefühle der Benutzer ein Beleg dafür, dass gut aufbereiteter Text zu einer generell höheren Zufriedenheit der Benutzer mit der Site führt, auch wenn weiter keine Verbesserungen an Inhalten, Informations-Architektur oder Grafik vorgenommen werden.

4.7 Diskussion der Ergebnisse

Beim **Lösen der Aufgaben** und bei der **Erinnerung** an den Inhalt unterschied sich die Fehlerrate kaum zwischen den Versionen. Die Testpersonen waren lediglich bei den besser aufbereiteten Texten etwas schneller. Alle Testpersonen gaben an, das Web mindestens an fünf Tagen die Woche zu nutzen. Vermutlich sind sie inzwischen Profis darin, durch Überfliegen auch aus großen, ungegliederten Textmengen die relevanten Informationen herauszufiltern.

Die Benutzer nahmen sich nicht mehr **Zeit**, wenn die Texte schwerer verständlich waren. Das bestätigt die Regel, dass die Benutzer keine Rücksicht auf die Qualität einer Site nehmen – sie folgen ihren bewährten Verhaltensmustern. Die Geduld, lange zu suchen bringen sie im Web nicht mit.

Bei der Studie von Morkes und Nielsen war die Fehlerrate höher als in der hier vorgestellten Untersuchung. Auch war die Erinnerung der Teilnehmer schlechter, wenn die Texte nicht webgerecht aufbereitet waren. Das kann zum einen mit dem Inhalt der Site zusammenhängen – Informationen über Touristenziele wie bei Nielsen sind weniger strukturiert und es fällt schwerer, vorher zu ahnen, was die Dinge sind, die man sich merken sollte. Zum anderen haben die meisten Webnutzer seit 1997 intensiv trainiert, Informationen auf Websites zu finden.

Bei der **Bewertung** dagegen spielte die Qualität der Texte eine große Rolle. Je höher sie ist, desto positiver beurteilten die Benutzer die Site und desto höher war ihr Vertrauen in deren Betreiber.

Wie werblich die Sprache sein darf, muss von Fall zu Fall entschieden werden. Textqualität und Usability wurden zwar geringer eingeschätzt, wenn der Text viele Übertreibungen enthält und die Überschriften nicht beschreibend, sondern eher unterhaltend sind. Dennoch beantworteten bei dieser Version die Frage nach der Kaufbereitschaft 50 Prozent mehr Benutzer positiv als in der Rohfassung (in der Version mit den sachlich redigierten Texten lag der Wert bei 43 Prozent). Eine Firmensite darf sicher stärker werblich formuliert sein, als eine Site, die Touristenziele beschreibt.

5 Fazit

Die vorgestellte Studie zeigt, dass die Usability und die Kaufbereitschaft sich entscheidend steigern lassen, wenn die bekannten Regeln für klare und nachvollziehbare Gliederung und für gute Formulierung von Texten im Web eingehalten werden.

Ebenso wird deutlich, dass eine gute Gliederung und kurze Texte allein nicht genügen – auch wenn damit schon einiges gewonnen ist. Es kommt darauf an, auch die richtigen Worte zu wählen, klare Sprache, kurze Sätze und ansprechende Formulierungen zu verwenden, damit die Besucher einer Website die Texte lesen. Je besser die Aufbereitung des Textes gelingt, desto größer ist die Zufriedenheit der Benutzer mit der Website.

Die Ergebnisse belegen, dass es bedeutet, Chancen zu verschenken, wenn man einfach nur vorhandene Broschüren oder anderes Print-Material ins Web stellt. Je besser Text an das Medium Internet angepasst ist, desto besser beurteilen Benutzer eine Website – und desto erfolgreicher wird die Site.

6 Literatur

Ballstaedt, S.-P. (1997). Wissensvermittlung. Beltz

Christmann, U. & Groeben, N. (1999). Psychologie des Lesens (S. 145-223). In Franzmann, B., Hasemann, K., Löffler, D. & Schön, E. (Hrsg.), Handbuch Lesen. Saur.

Groeben, N. (1972). Die Verständlichkeit von Unterrichtstexten. Aschendorff.

Koyani, S.J., Bailey, R.W., Nall, J.R. (2003). Research-Based Web Design & Usability Guidlines. National Cancer Institute. http://usability.gov/guidelines/

Langer, I., Schulz von Thun, F. & Tausch, R. (1981). Sich verständlich ausdrücken. Reinhardt.

Morkes, J. & Nielsen, J. (1997) Concise, SCANNABLE, and Objective: How to Write for the Web. www.useit.com/papers/webwriting/writing.html

Morkes, J. & Nielsen, J. (1998) Applying Writing Guidelines to Web Pages. www.useit.com/papers/webwriting/rewriting.html

Nielsen, J. (1999) Designing Web Usability. New Riders.

Oppenheimer, D. (2005) Erudite Vernacular Utilized Irrespective of Necessity: Problems With Using Long Words Needlessly. Journal of Applied Cognitive Psychology

Reiners, L. (1943). Stilkunst. Ein Lehrbuch deutscher Prosa. C.H. Beck

7 Der Autor



Autor dieser Studie ist Jens Jacobsen, unabhängiger Usability-Experte in München. Er arbeitet als Konzepter für interaktive Medien und als Dozent, berät Firmen zum Thema Benutzerfreundlichkeit und optimiert Arbeitsabläufe in Multimedia-Agenturen.

Sein Schwerpunkt liegt auf der Vermittlung komplexer Zusammenhänge. Er hat zunächst als Fachjournalist gearbeitet; seit 1996 schreibt er Konzepte für interaktive Anwendungen für Museen, CD-ROMs und Internet. Er erstellt die Informations-Architektur für Websites und führt Usability-Tests sowie -Reviews durch.

Er ist Autor mehrerer Bücher, unter anderem von „Website-Konzeption“, erschienen im Addison-Wesley-Verlag (3. Auflage 2005).

Jens Jacobsen betreibt außerdem das Konzepter-Portal www.benutzerfreun.de.

Kontakt:

Jens Jacobsen

konzept. text. beratung
Bereiteranger 6
81541 München
Tel: 089/12 71 76 08

jens@jjac.de
www.jjac.de