

# Anregungen der Forschung für eine Verbesserung von Websites. Konkrete Konsequenzen aus von Blickverlaufsuntersuchungen

Prof. Dr. Gerhard Schub von Bossiazky  
Forschungsschwerpunkt Kommunikation  
an der Fachhochschule Düsseldorf

MAI -Tagung (museums and the internet)  
Im LandesMuseum Bonn - 12.5.04

Themenbereiche des Vortrags:

1. Veränderung der Prämissen
2. Empirische Befunde
3. Konsequenzen für die Weiterentwicklung von Websites

# 1. Veränderung der Prämissen

Neue Technologien  
Eine neue Generation  
Konkrete Anforderungen

## Neue Technologien

Notebooks

Tablet PCs, Handholds, PDA,

Zweiseitige Bildschirme, rollbare Bildschirme

UMTS, Bluetooth, WLAN, UMTS-Handy

Web Services, XML, Entpersonalisierte Kommunikation

Neue Software, Streaming, Prallestreams,

Digitalfotografie

## Eine neue Generation

- Junge Menschen die 1994 18 Jahre alt waren sind heute 28 Jahre.
- Intensivnutzer von Video Clips. Wahrnehmungstraining. 10 Jahre Internet-Erfahrung.
- Erlebnisorientierung. Szenenorientierung.
- Ungeduld.
- Snobappeal (Designerkleidung). Designbegeisterung.
- Hohes Ausbildungsniveau (30 bis 40 % Abitur). Kunsterziehung.
- Kulturdistanz. Akzeptanzdefizite klassischer Werte.

## Konkrete Anforderungen

Alles muss konkret etwas erbringen.

Schnelle und präzise Beantwortung von Fragen.  
Vorteile.

Spaß.

Unterstützung der eigenen Arbeit.

Geringe Anforderungen.

Hohe Bedürfnisbefriedigung. Geschenke. Vorteile.  
Unentgeltlichkeit.

Bricht eine neue Zeit für die Gestaltung von Websites an ?

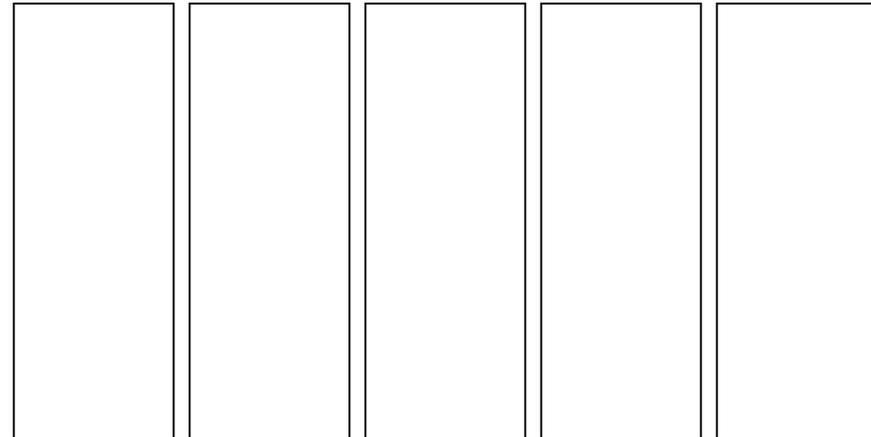
Es geht nicht um das Verbessern der Vergangenheit – sondern um das Gestalten zu Zukunft !!

## Selbst- darstellungs- orientierung



Dramaturgische Story  
VRML  
virtuelles Museum

## Bedarfsorientierung Erfüllung der Informationsbedarfe von spezifischen Zielgruppen



Lehrer, Professoren, Dozenten  
Studenten, Schüler,  
Kunsthochschule  
Touristen  
Sammler  
Eltern  
Journalisten

## Zielgruppeninformationen

Ausstellungen

Führungen

bestimmte Exponate

Veranstaltungsangebote

Öffnungszeiten,

Eintrittspreise, Eintritt für Schulklassen

Unterrichts-Services

Gastvorträge

Shop-Angebot

Kataloge

Dialogmöglichkeiten

Gutachter Tätigkeit

Interesse an bestimmten Werken

Interesse an bestimmten Ausstellungen

Wie wichtig sind die Zielgruppen für die Informationspolitik des Museums ?

Teil eines ganzheitlichen Kommunikationskonzeptes ?

Teil eines zukunftsbezogenen Informationsnetzwerkes/Kulturnetzwerkes

Welche Funktion hat im Rahmen des Kommunikationskonzeptes der ästhetische Anspruch ?

Gute Gründe !!

Zielgruppeneinstieg auf der Homepage ?

## 2. Empirische Befunde

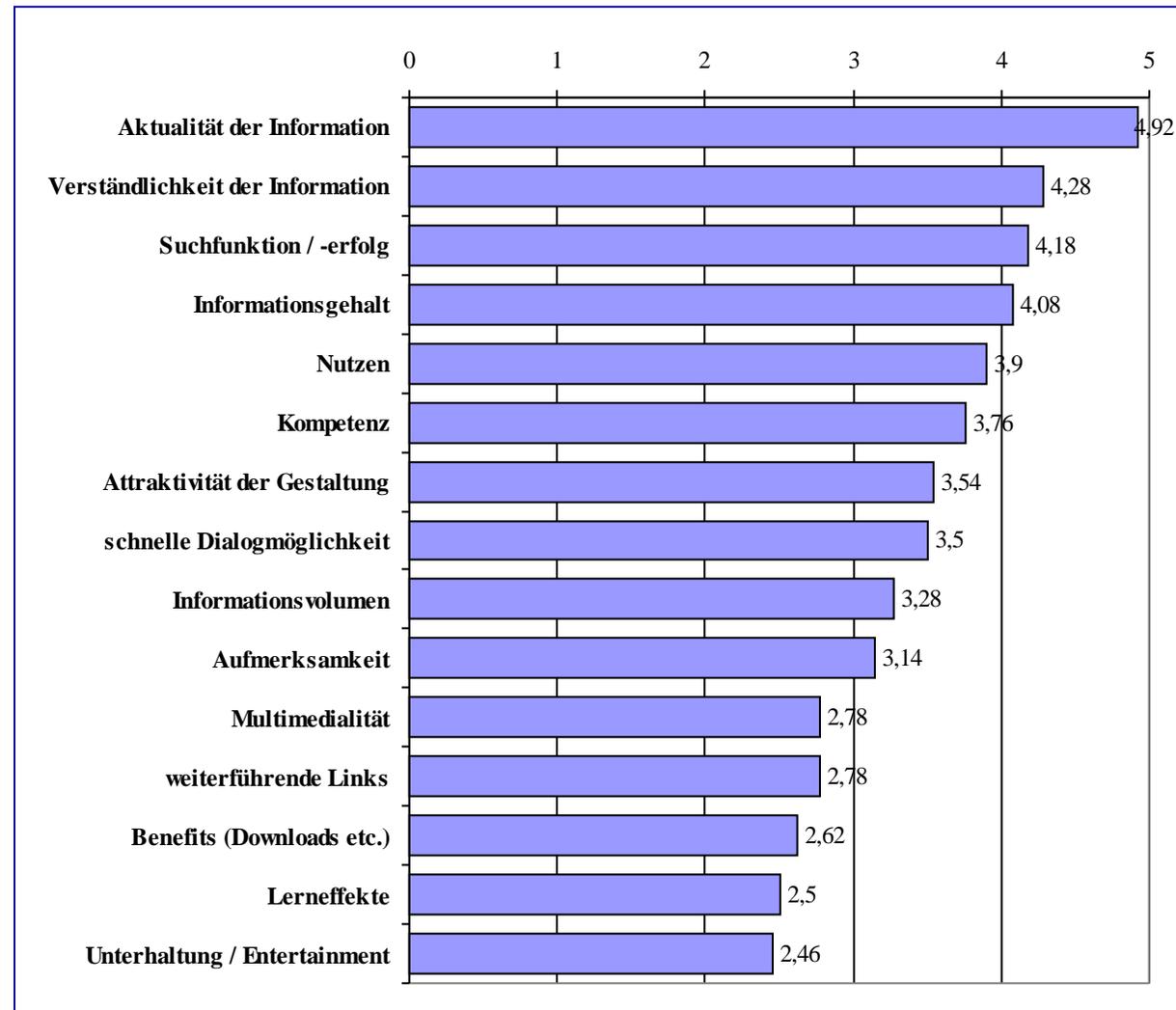
WEB-Zapping

Reaktionstypen

Frustration

## Eigenschaften von Websites und Virtuellen Shops

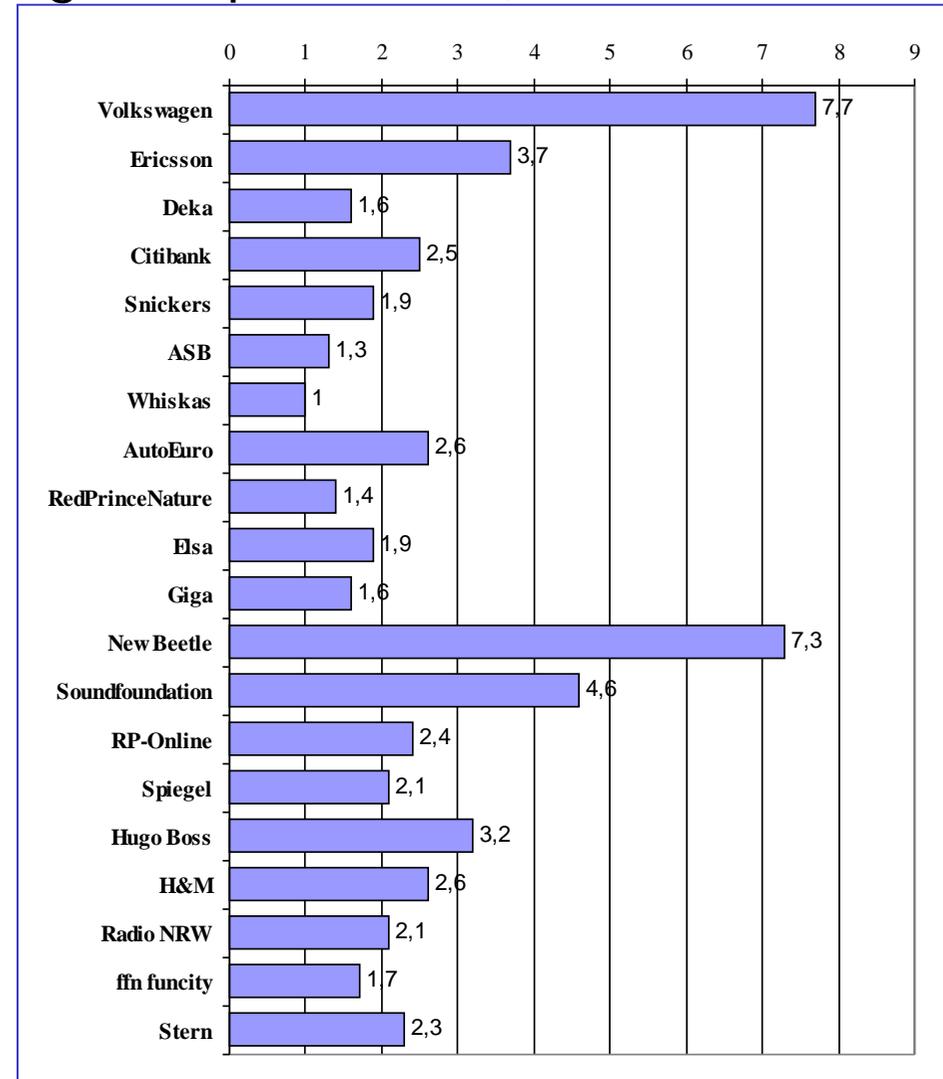
Wichtigkeit der  
Eigenschaften  
für Websites  
Basis:  
50 Probanden  
(0= nicht wichtig  
bis 5 = extrem  
Wichtig)



# Web-Zapping (Page-I mpressions)

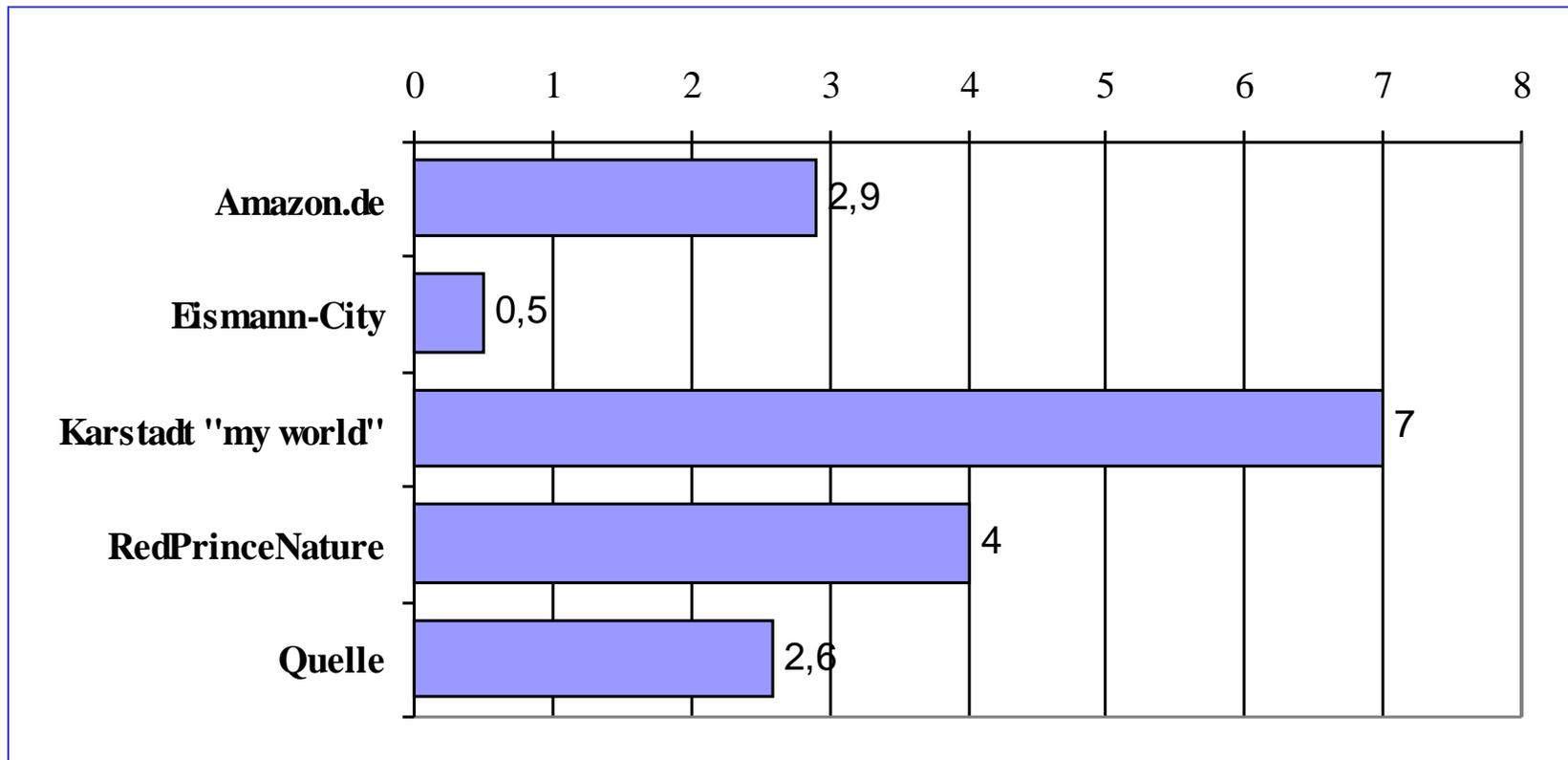
Durchschnittliche  
Seitenabrufe je Website

(absolut, ohne Einstiegsseite)  
(Basis: 50 Probanden Phase 1)



# Web-Zapping (Page-Impressions)

Durchschnittliche Seitenabrufe je Shopsystem  
(absolut, ohne Einstiegsseite; Basis: 50 Probanden Phase 1)



## Reaktionstypen

### Sucher 28-33%

- Lange Fokussierung auf relativ vielen Objekten
- Systematisches Suchverhalten

### Beharrer 20-25%

- Extrem lange Fokussierung auf ganz wenigen gleichen (2 bis 3) Objekten

### Aktivist 15-45%

- Kurze Verweildauer auf der Homepage
- schnelle Reaktion

### Orientierer 30-35%

- Sehr wenige längere Fokussierungen
- Schnelles „Herumblicken“ mit wenigen dezidierten Wahrnehmungen
- Lange präattentative Orientierungsphase

# Beispiel: Reaktionstypen auf der Karstadt-Homepage

**KARSTADT** Karstadt.de Filialen Kontakt Log In Sicherheit Warenkorb ?

In Karstadt.de

**Karstadt.de**

- Sport
- Reisen
- Bücher
- Multimedia
- Musik/Video/DVD
- Elektrogroßgeräte
- Wein

Filialen  
Klub Karstadt  
Das Unternehmen

## Karstadt stellt sich vor:

**Lorem ipsum**

Ein Set von Text als Copy. Hier ist ein Blindtext. Dieser Text wiederholt sich immer wider. Er ist nicht zum Lesen da. Das ist ein Blindtext. Er ist zuverlässig und gut. Noch mehr Blindtext gefällig? Ein Blindtext. Dieser Text wiederholt sich immer wider. Er ist nicht zum lesen da.

[ mehr zu Bücher ]

**KLUB KARSTADT**  
3% und viele Extras

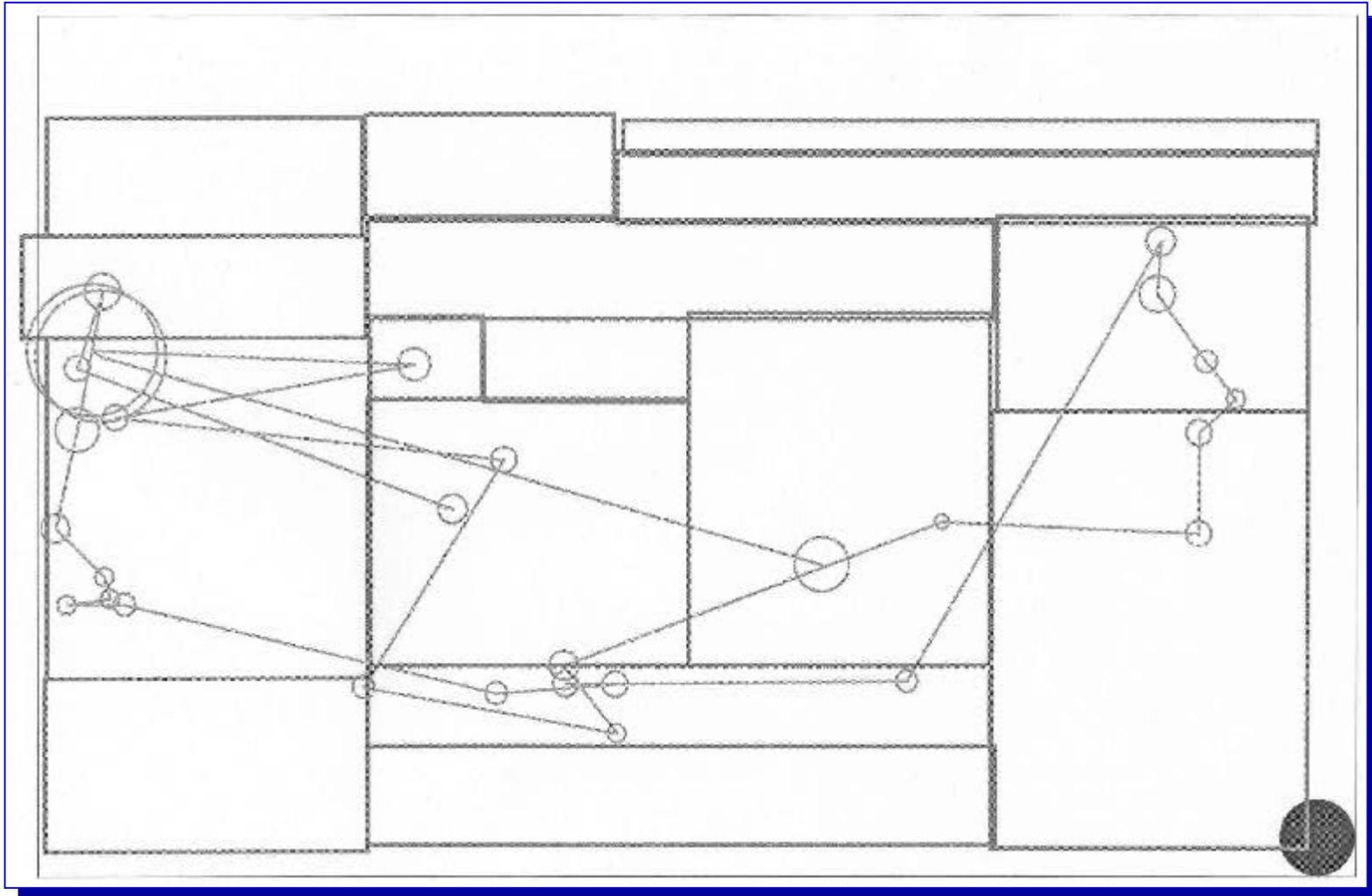
**Service**  
von Karstadt für Sie!

**Genau das Richtige...**  
...für Strassenfeger

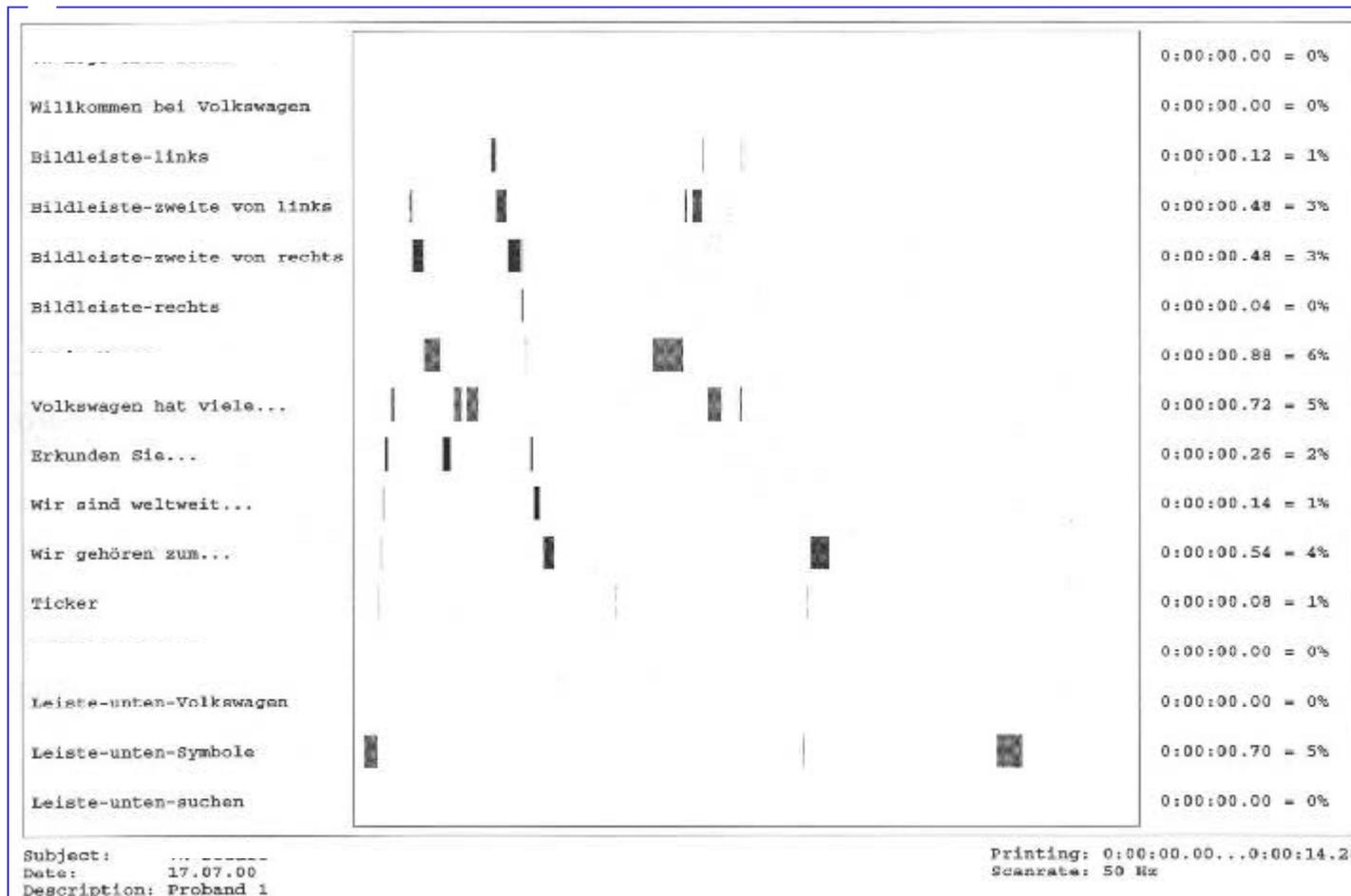
**Diablo 2 CD-ROM**  
Medium: CD-ROM  
DM 89,00  
EUR 45,50  
**Neuheit!** [ i | | ]

**ALEX Crossbike**  
[ mehr Info ]  
DM 699,00  
EUR 350,00  
**Angebot** [ i | | ]

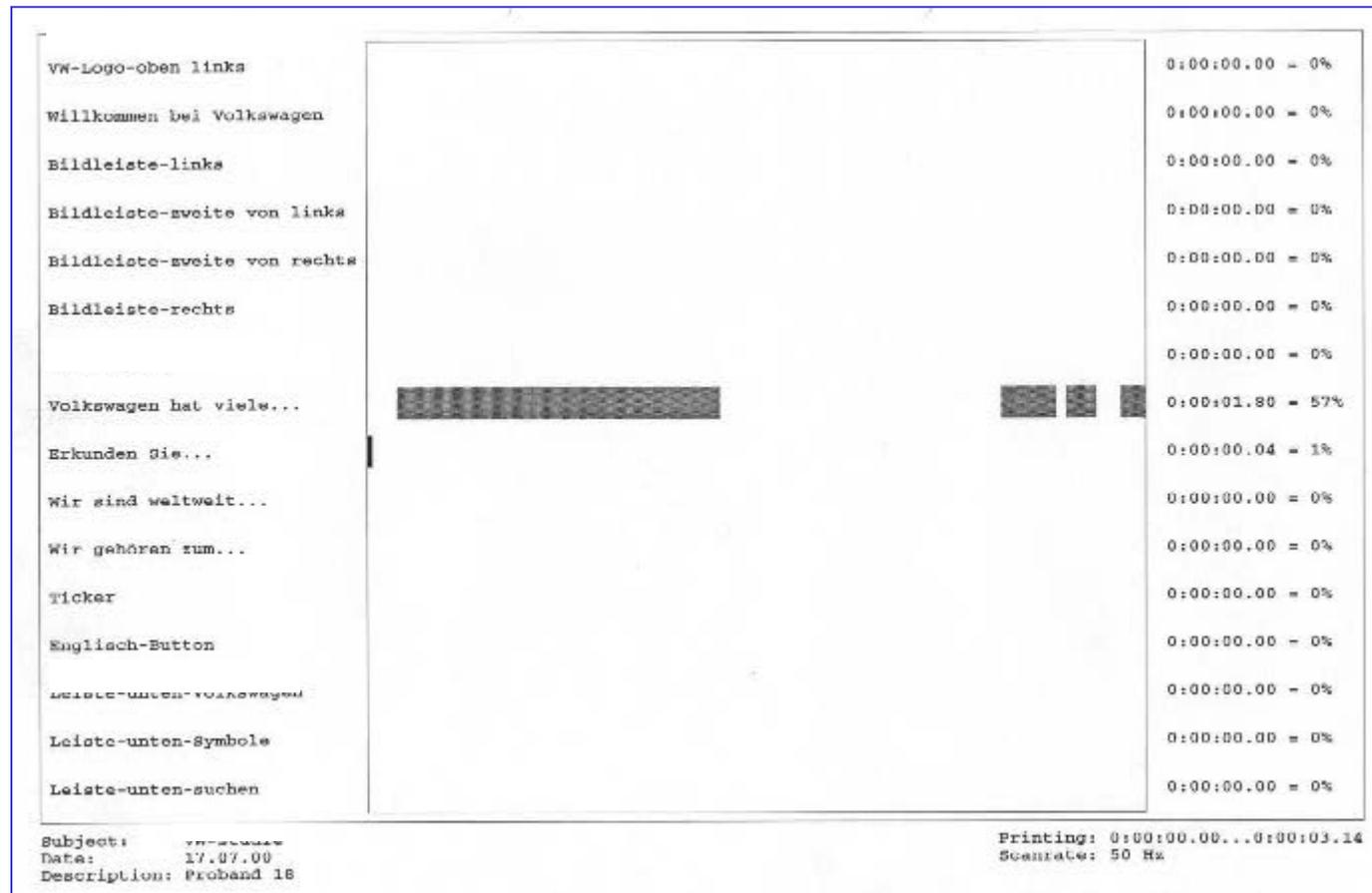
# Reaktionstyp „Sucher“



## Beispiel: Sucher (Verweildauer 14,28 sec.)

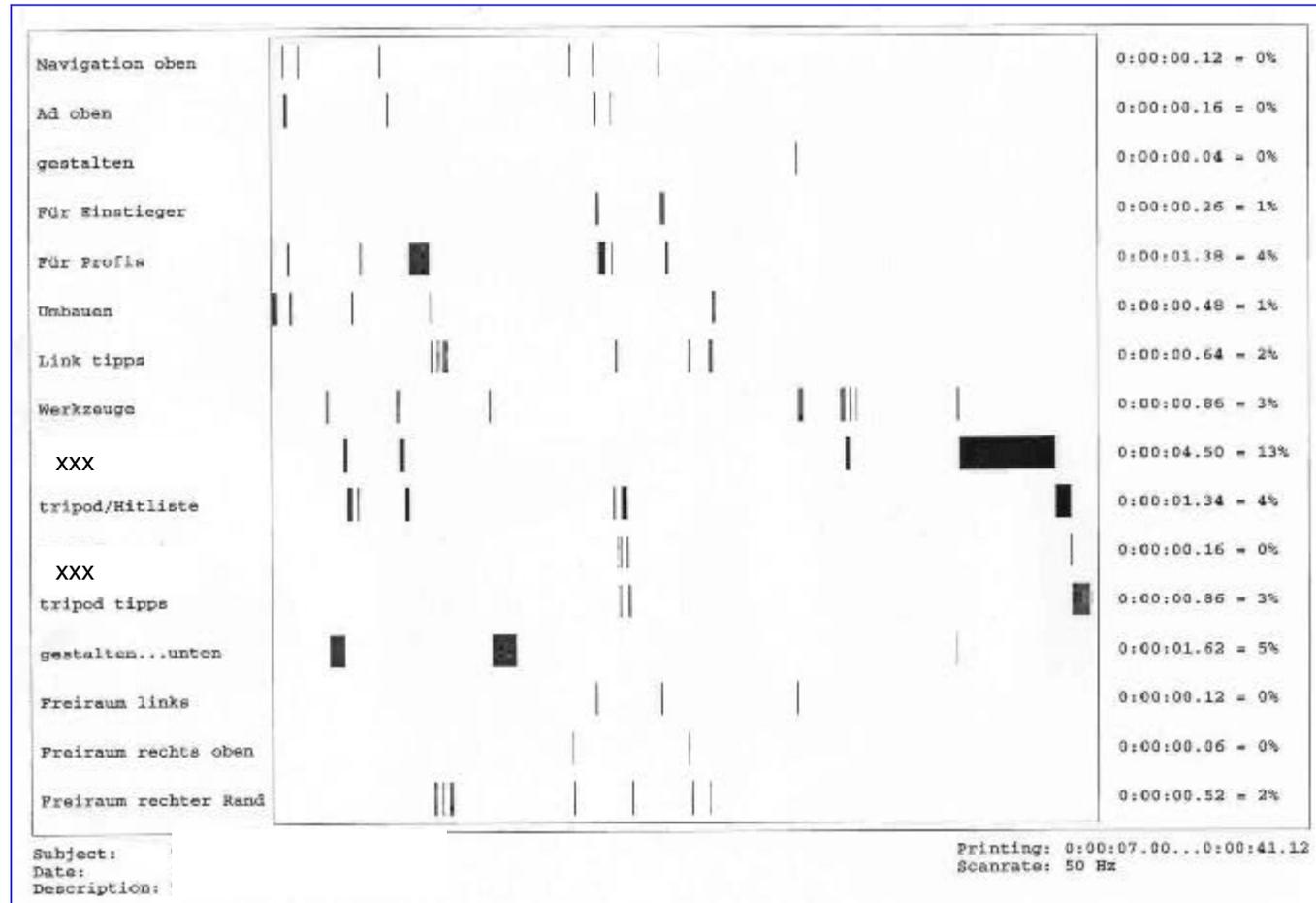


## Beispiel: Aktivist (Klick nach 3,14 sec.)



Navigation oben		0:00:00.00 = 0%
Ad oben		0:00:00.00 = 0%
gestalten		0:00:02.30 = 18%
Für Einsteiger		0:00:00.00 = 0%
Für Profis		0:00:00.00 = 0%
Umbauen		0:00:00.00 = 0%
Link tipps		0:00:00.00 = 0%
Werkzeuge		0:00:08.64 = 68%
Marktplatz		0:00:00.84 = 7%
XXX		0:00:00.00 = 0%
Ad XXL		0:00:00.00 = 0%
XXX		0:00:00.00 = 0%
gestalten...unten		0:00:00.00 = 0%
Freiraum links		0:00:00.00 = 0%
Freiraum rechts oben		0:00:00.00 = 0%
Freiraum rechter Rand		0:00:00.00 = 0%
Subject:		Printing: 0:00:16.72...0:00:29.36
Date:		Scanrate: 50 Hz
Description:		

## Beispiel: Orientierer (Verweildauer 34,12 sec.)



Frustration

Suche wird abgebrochen

Umständlichkeit; immer nur Fragen

Defizit an Interessantheit

Keine positiven Erwartungen

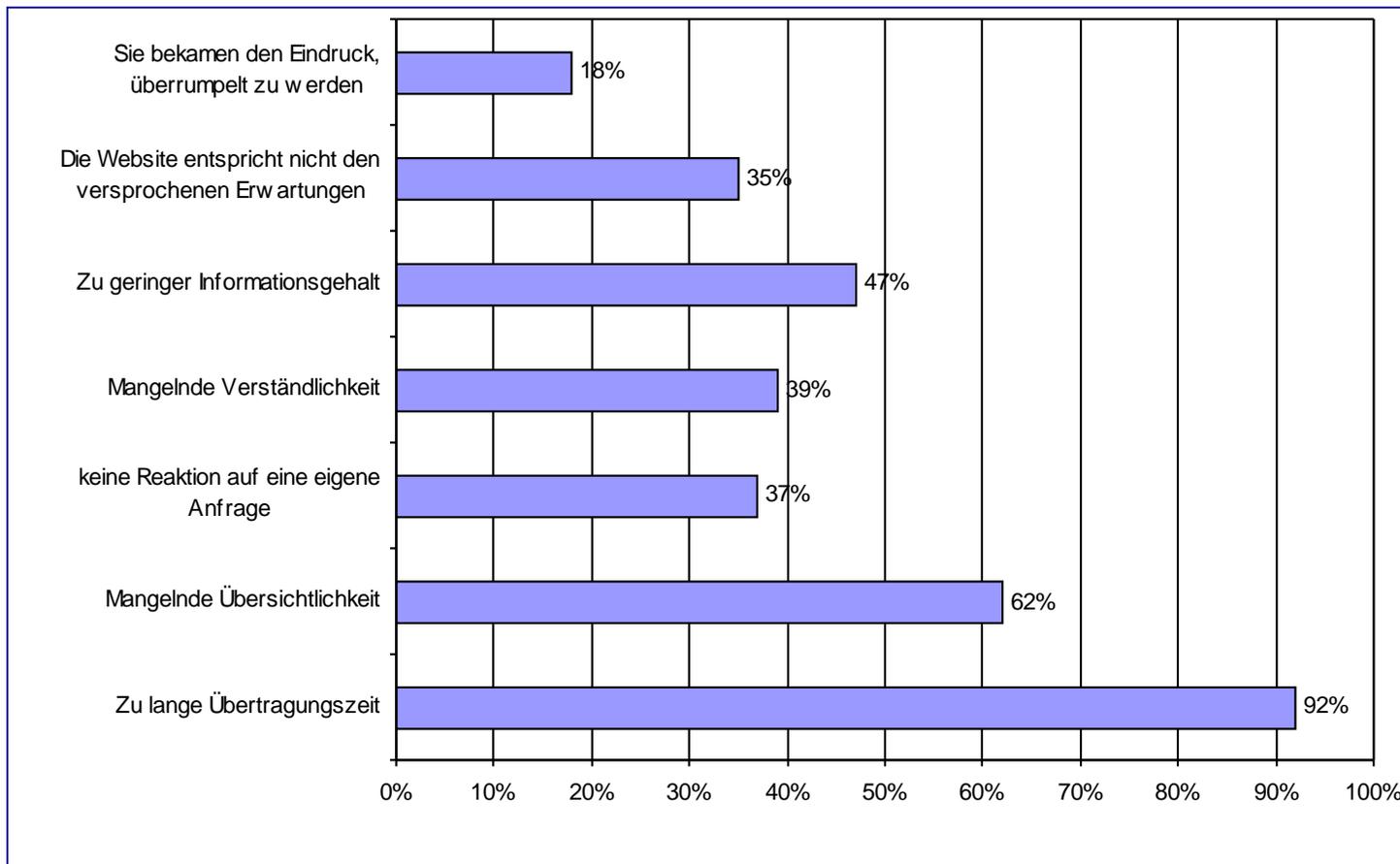
Keine konkreten Vorstellungen, was man erwarten kann ?

Herumgewerke

# Ärger

Worüber haben Sie sich beim Surfen schon einmal geärgert?

Basis: 100 Probanden



### 3. Konsequenzen für die Weiterentwicklung von Websites

Zielklarheit

Zielgruppenstrategien

Klarheit

Findeschwindigkeit, Findehilfen

Generelle Ergebnisse:

Übersicht über den Inhalt

Intuitive Benutzerführung

Relevanz der Inhalte für die Nutzer (Nutzen)

Stärkere Ausrichtung an den physiologischen und psychologischen Voraussetzungen

Zielklarheit

Was soll im Rahmen der Kommunikationspolitik mit der Online-Kommunikation erreicht werden ?

Welche Instrumente werden wofür eingesetzt ?

## Zielgruppenstrategien

Mit welchen Zielgruppen wird Kommunikation angestrebt ?

Was soll den Zielgruppen an Informationen zur Verfügung gestellt werden ?

Findeschwindigkeit

Wie kann eine extrem einfache Nutzung sichergestellt werden ?

1. Auf die Gestaltungsidee kommt es an!
2. Die Hauptaufgabe der Homepage ist es, für den Inhalt zu „werben“
3. Programmstruktur
4. Inhalte attraktiv darstellen Attraktive Navigation
5. Innere Verbindungen herstellen: Dramaturgie
6. Optisch attraktivster Inhalt in die Mitte
7. Nutzung von Bildern für die Navigation
8. Fläche nutzen
9. Anspruchlich nicht simpel
10. Einsatz von Bewegung
11. Laufschriften vermeiden
12. Geeignete Struktur entwickeln
13. Technische Personalisierung

## Generelle Ergebnisse Homepage

- Je nach optischen und inhaltlicher Ausgestaltung der Seite schwankt die Zeitdauer des Verweilens auf einer Homepage im Durchschnitt zwischen rund 12 und 25 Sekunden.
- Von dieser Zeit des Betrachtens der Homepage wird nur etwa die Hälfte der Zeit für das systematische Betrachten der Objekte verwandt.
- Tatsächlich wird die Homepage viel zu kurz und mit meist geringer Konzentration angesehen.
- Es werden nur rund 10% der eigentlich erforderlichen Wahrnehmungszeit aufgebracht.
- Allerdings bestehen bei der Relation von erforderlicher zu aufgewandter Zeit erhebliche interindividuelle Unterschiede.
- Unter diesem „zeitlichen Druck“ werden überaus wenige Objekte auf der Homepage beachtet.
- Das Informationsangebot wird in der Regel unzulänglich erfasst.

# Generelle Ergebnisse Homepage

- Es kann davon ausgegangen werden, dass nur 10 bis 20% der Objekte auf inhaltlich orientierten Homepages beachtet werden.
- Bei Homepages mit weniger informativem Inhalt werden im Durchschnitt 1 bis 3 Objekte beachtet.
- Bei Homepages mit vielen Inhalten werden entsprechend 3 bis 7 Objekte aufgenommen.
- Die Texte werden in der heutigen „Bildkultur“ wenig wirklich gelesen. Auch sehr textorientierte Varianten werden eher überflogen.
- Für die erforderliche Konzentration des Blicks beim Lesen auf der Homepage sind die meisten Probanden zu ungeduldig.
- Es lassen sich vier unterschiedliche Nutzertypologien erkennen: Aktivisten, Beharrer, Orientierer und Sucher

## Generelle Ergebnisse Homepage

- Viele Probanden laufen schon auf der Homepage in die falsche Richtung.
- Es fehlt häufig an Attraktoren, die den Blick gezielt auf sich ziehen und Interesse wecken.
- Die Frustrationsrate der Probanden ist verhältnismäßig hoch.
- Der Mangel an optischen Prioritäten führt dazu, dass zahlreiche Probanden optisch verwirrt reagieren.
- Viele Probanden brauchen eine lange Orientierungsphase, um sich auf den Homepages zurechtzufinden.
- Teilweise werden Objekte relativ häufig angesehen, die für Informationsvermittlung keine Bedeutung haben.
- Die Wahrnehmungsabläufe der Probanden werden bei zahlreichen Gestaltungen der Homepages nur unzureichend berücksichtigt.
- Die Navigationsleisten werden wenig beachtet. Sie werden erst angesehen, wenn man sie braucht.

## Generelle Ergebnisse Homepage

- Die Probanden fokussieren häufig ihre Wahrnehmung auf den Content-Bereich von Homepages.
- Die für die Kommunikationspolitik wichtigen Bereiche werden in der Regel nur von 50-70% der Probanden wahrgenommen. Sie wenden sich spontan anderen Bereichen der Page zu und klicken von dort aus weiter.
- Die Probanden finden häufig nur mit erheblichen Schwierigkeiten die Klickmöglichkeiten.
- In einigen Fällen wird der vorgesehene Informationsprozess nur von einer deutlichen Minderheit (10-30%) beschritten.
- Wichtige Funktionen, die gesucht werden, konnten vielfach nicht gefunden werden (z.B. Carconfigurator)