



COMMUNICATIONS TO SUCCESS

Content Usability

Schreiben fürs Web

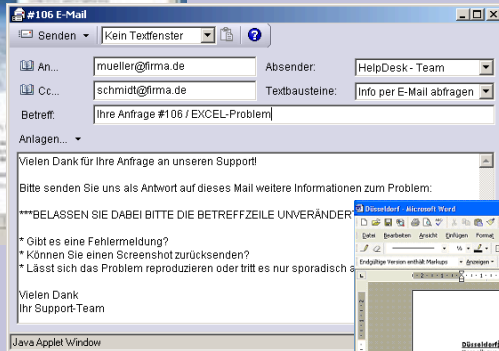
Caroline Salein
23. November 2006

COMMUNICATIONS TO SUCCESS

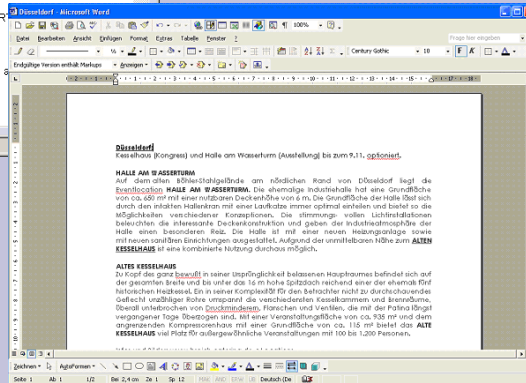
Tägliche Lektüre am Bildschirm



Webseiten



E-Mail



Textverarbeitung



COMMUNICATIONS TO SUCCESS

Inhalt

- I. Einführung in das Thema
- II. Lesen am Bildschirm
- III. Content Usability erzeugen
- IV. Journalistische Darstellungsformen im Web
- V. Zusammenfassung





COMMUNICATIONS TO SUCCESS

I. Was ist Content?

- ▮ Mit dem Content (oder Inhalt) einer Webseite sind alle Elemente gemeint, die für den Nutzer einen Informationswert haben können
- ▮ Texte, Bilder, Grafiken, Ton, Multimedia...



COMMUNICATIONS TO SUCCESS

I. Was ist Usability?

- 📌 Sammelbegriff für die Nutzerfreundlichkeit bzw. Nutzbarkeit
- 📌 ISO 9241:
“Die *Usability* eines Produktes ist das Ausmaß, in dem es von einem bestimmten *Benutzer* verwendet werden kann, um bestimmte *Ziele* in einem bestimmten Kontext *effektiv*, *effizient* und *zufrieden stellend* zu erreichen.“



COMMUNICATIONS TO SUCCESS

I. Was ist Content Usability?

Benutzerfreundlicher Inhalt:

- Direkt zugängliche, professionell aufbereitete Inhalte
- Sinnvoll und optimal verständlich verfasste Inhalte
- Sinnvoll verknüpfte Texte, Bilder, Audio- und Videoinhalte auf der Website -> Mehrwert!



COMMUNICATIONS TO SUCCESS

I. Was will der Besucher einer Webseite?



- Informationen finden
- ein Problem gelöst bekommen,
- etwas erledigen,
- oder etwas kaufen.



COMMUNICATIONS TO SUCCESS

I. Wie geht der Nutzer dabei vor?

- 📖 Webnutzer ist aktiv:
 - Entscheidet was er wann liest.
 - > Dem Nutzer ein attraktives und leicht verständliches Angebot unterbreiten.
- 📖 Der Webnutzer liest online anders.
 - > Lineares Erzählen und unveränderte Übernahme von Print-Texten vermeiden.
 - > Inhalte mediengerecht aufbereiten.



COMMUNICATIONS TO SUCCESS

I. Wann kommt der Nutzer wieder?

Die wichtigsten Kriterien:

- 73%: Hochwertige Inhalte
- 66%: Einfache Bedienung
- 58%: Schnelle Ladezeiten
- 54%: Regelmäßige Aktualisierung

Forrester Research 2001



COMMUNICATIONS TO SUCCESS

Inhalt

- I. Einführung in das Thema
- II. Lesen am Bildschirm**
- III. Content Usability erzeugen
- IV. Journalistische Darstellungsformen im Web
- V. Zusammenfassung





COMMUNICATIONS TO SUCCESS

II. Lesen am Bildschirm (1)

- ❏ Erfahrung: Die meisten von uns lesen ungern lange Texte am Bildschirm.
- ❏ Eine Studie von Nielsen fand heraus:
 - 16% lesen Wort für Wort
 - 79% überfliegen neue Internetseiten



COMMUNICATIONS TO SUCCESS

II. Lesen am Bildschirm (2)

- ❏ Lesen am Bildschirm ist **anstrengend**.
Der Grund: Die Augen schauen in eine Lichtquelle, was ihnen Höchstleistungen abverlangt.*
- ❏ Lesen am Bildschirm braucht etwa $\frac{1}{4}$ **mehr Zeit**.
Der Grund: Störfaktoren erschweren die Fixierung.
- ❏ Lesen am Bildschirm ist **ungemütlich**, die Haltung ist meist angespannt.
- ❏ Die **fehlende Haptik** (wie bei Buch) erschwert die Orientierung.



COMMUNICATIONS TO SUCCESS

II. Leseverhalten am Bildschirm

	Lesen	Scannen
Aufnahme	80%	50%
Schnelligkeit	150 Wörter/ Min	500 Wörter/ Min
Was wird aufgenommen?	(fast) die gesamte Text- & Bildinformation	Nur hervorgehobene Infos: Listen, Grafiken, Anfänge von Absätzen



COMMUNICATIONS TO SUCCESS

II. Leseverhalten am Bildschirm

	Lesen	Scannen
Aufnahme	80%	50%
Schnelligkeit	150 Wörter/ Min	500 Wörter/ Min
Was wird aufgenommen?	(fast) die gesamte Text- & Bildinformation	Nur hervorgehobene Infos: Listen, Grafiken, Anfänge von Absätzen



COMMUNICATIONS TO SUCCESS

II. Zwischenfazit

- ❏ Noch immer gibt es Autoren, die Printversionen im Web recyceln.



❏ **ABER:**

Texte aus Firmebroschüren oder anderen Print-Veröffentlichungen lassen sich nicht 1:1 in eine Webseite übertragen.



COMMUNICATIONS TO SUCCESS

Inhalt

- I. Einführung in das Thema
- II. Lesen am Bildschirm
- III. Content Usability erzeugen**
- IV. Journalistische Darstellungsformen im Web
- IV. Zusammenfassung





COMMUNICATIONS TO SUCCESS

III. Wie erzeugt man Content Usability?

1. Den Text scanbar machen!
2. Informationen portionieren!
3. Orientierung unterstützen!
4. Glaubwürdigkeit herstellen!



COMMUNICATIONS TO SUCCESS

III. 1. Den Text scanbar machen!

- ▣ Jede Seite hat mindestens eine Überschrift.
- ▣ Überschriften sind klar und kurz (maximal 60 Zeichen) .
- ▣ Sätze, die das Thema ankündigen (Lead)
- ▣ Listen und Tabellen
- ▣ kurze Absätze
- ▣ Hervorhebung von Stichwörtern



COMMUNICATIONS TO SUCCESS

III. 1. Den Text scanbar machen! (Beispiel)

BUSINESS & ECONOMY

Although agriculture dominates Nebraska's economic landscape, more and more of Nebraska's income has come from other industries in recent years. Nebraska manufacturing jobs have been growing in number, though the number for the nation has declined! In May 1997, Nebraska manufacturing jobs had increased 1.3 percent over a year earlier, reaching an estimated 114,200.

Manufacturing is the state's second-ranked industry, behind agriculture. Most manufacturing sites are located in the state's most urban areas. The counties that employ the most workers in manufacturing are Douglas, Lancaster, Dakota and Platte. Food processing is the leading type of manufacturing, while durable goods manufacturing is a rapidly expanding industry.

The state's third-ranked industry is tourism, which employs 36,000 workers.

Omaha is a major center for food processing, as well as health care, insurance, trade and transportation. Livestock and grain exchanges are also located in this bustling city.

Early explorers once described Nebraska and the surrounding area as "The Great American Desert." Little did they realize that the state would later become the bread basket for the nation and an important region for manufacturing! The pioneers who settled Nebraska in the late 1800s deserve much of the credit for transforming the state from a land considered "almost wholly unfit for cultivation" into an agricultural oasis and economic success. Promised free land by the federal government under the 1862 Homestead Act, farmers stubbornly fought economic hardships, droughts and insects.

In later years, scientific farming methods and new industries brought prosperity to the state. Today, Nebraska ranks among the leading states in many agricultural production categories.

BUSINESS & ECONOMY

In May 1997, Nebraska manufacturing jobs had increased 1.3% over a year earlier, reaching an estimated 114,200. However, the figure for the nation has declined.

Manufacturing is the state's second-ranked industry, behind agriculture.

Most manufacturing sites are located in the state's most urban areas. The counties that employ the most workers in manufacturing are:

- Douglas
- Lancaster
- Dakota
- Platte.

Food processing is the leading type of manufacturing.

Omaha is a center for food processing, as well as health care, insurance, trade and transportation. Livestock and grain exchanges are also located in this city.

Early explorers once described the Nebraska region a "**The Great American Desert**". They did not know that the state would later become an important region for agriculture and manufacturing.

<http://www.useit.com/papers/webwriting/studyfiles/>



COMMUNICATIONS TO SUCCESS

III. 2. Informationen portionieren!

- Der Benutzer entscheidet:
 - wie tief er in das Thema eindringen will
 - wie viele zusätzliche Informationen er abrufen will
 - und in welcher Reihenfolge dies geschieht.

Also:

- Der Text in Informationshäppchen teilen (**Break it up!**).
- Auf Nachfrage weiterführende Infos anbieten und verlinken (**Detail on demand**).
- Verwendung von Diagrammen oder Grafiken, wenn ein Text umständlicher wäre.

COMMUNICATIONS TO SUCCESS

III. 2. Informationen portionieren! (Beispiel)



Minister Tiefensee:
Raserei soll teuer werden

Straßenverkehr

Bis zu 2000 Euro Bußgeld für Raser und Drängler

Mit drakonischen Bußgeldern soll Verkehrsrowdys die Lust an ihrem Treiben genommen werden. Darin sind sich die Verkehrsminister einig. Daß Bundesverkehrsminister Tiefensee gleich öffentlich konkrete Zahlen nannte, verärgerte seine Länderkollegen dennoch. >

→ Drakonische Strafen gegen Verkehrsrowdys angekündigt

Headline

Lead

Link

Hintergründe

Straßenverkehr Bis zu 2000 Euro Bußgeld für Raser und Drängler



22. November 2006
Raser im Straßenverkehr müssen künftig mit erheblich härteren Strafen rechnen. Dies gilt auch für Autofahrer, die sich unter Alkohol- oder Drogeneinfluß ans Steuer setzen. Darauf verständigten sich am Mittwoch die Verkehrsminister von Bund und Ländern zu Beginn ihrer zweitägigen Konferenz in Berlin. Für Rowdys, die vorsätzlich rasen oder drängeln, werde der Bußgeld-Rahmen bis auf 2000 Euro verdoppelt, teilte Bundesverkehrsminister Wolfgang Tiefensee (SPD) mit. Bei Alkohol- und Drogenkonsum sei eine entsprechende Erhöhung von 1500 auf 3000 Euro vorgesehen.

Einzelne Länder empörten sich nach der Sitzung allerdings über Tiefensee, weil er öffentlich einen neuen Bußgeld-Rahmen aus der Tasche gezogen habe. „Über Zahlen ist in der Konferenz überhaupt nicht gesprochen worden“, sagte der nordrhein-westfälische Verkehrsminister Oliver Wittke (CDU) der Nachrichtenagentur dpa. Dies sei wie schon bei der letzten Sitzung im Mai ein „Eilat“, bei dem sich Tiefensee über den Länderwillen hinwegsetze. „Was Tiefensee da vorhat, ist reine Abzocke.“ Das von den Ländern diskutierte Papier müsse auch noch von der Innenministerkonferenz beschlossen werden.
Bayern gegen eine generelle Erhöhung

Der Staatssekretär im bayerischen Innenministerium, Georg Schmid, sagte: „Bayern hat sich gegen eine generelle Erhöhung der Bußgelder ausgesprochen und weiteren Diskussionsbedarf angemeldet. Wir fordern eine enge Abstimmung mit der Innenministerkonferenz.“ Eine Erhöhung der Bußgelder allein bedeute nicht automatisch mehr Sicherheit auf deutschen Straßen. Tiefensee vertritt dagegen die These: „Nur wenn es im Portemonnaie wirklich weh tut, werden Verkehrsrowdys ihr Verhalten ändern.“

„Ich bin davon überzeugt, daß dies im Interesse der überwiegenden Mehrheit der vernünftigen Autofahrer ist“, sagte Tiefensee weiter. „Die schweren, oft tödlichen Unfälle verursachen Raser, Drängler und häufig auch Drogenkonsumenten. Dagegen müssen wir hart vorgehen.“ Im vergangenen Jahr starben mehr als 5300 Menschen auf deutschen Straßen, mehr als 80.000 wurden laut Tiefensee schwer verletzt. Der Bußgeldkatalog war zuletzt im Jahr 1990 grundlegend angepaßt worden. Seither hätten die Strafen ihre Abschreckungswirkung zum Teil eingebüßt. Verwarnungsgelder würden zunehmend bewußt in Kauf genommen.

Verkehrsrowdys Drakonische Strafen gegen Verkehrsrowdys angekündigt



16. Mai 2006
Bundesverkehrsminister Wolfgang Tiefensee will mit drakonischen, abschreckenden Strafen gegen Verkehrsrowdys vorgehen und dazu die Gelbullen verdoppeln.
„Wer als Rowdy vorsätzlich rast oder drängelt, soll künftig bis zu 2000 Euro zahlen. Wer nach maßlosem Alkohol- oder Drogenkonsum am Steuer erwischt wird, muß sich auf bis zu 3000 Euro einstellen“, erklärte der SPD-Minister am Dienstag in Berlin.

Tiefensee will das Thema an diesem Dienstag auch mit seinen Ministerkollegen der Länder an Rande der Internationale Luftfahrtausstellung (ILA) in Berlin besprechen. „Die schwereren, oft tödlichen Unfälle verursachen Raser, Drängler und häufig auch Drogenkonsumenten. Dagegen müssen wir mit drakonischen, abschreckenden Strafen vorgehen, um die vielen vernünftigen Autofahrer zu schützen“, sagte Tiefensee und fügte hinzu: „Nur wenn es im Portemonnaie wirklich weh tut, werden Verkehrsrowdys ihr Verhalten ändern.“ Im vergangenen Jahr seien auf deutschen Straßen 5300 Menschen getötet, mehr als 80.000 seien schwer verletzt worden.



COMMUNICATIONS TO SUCCESS

III. 3. Orientierung unterstützen!

- ▮ Orientierungshilfe im Webangebot bieten (Brotkrumentechnik).
- ▮ Informativer Titel am Anfang jeder Seite.
- ▮ Überschriften spiegeln den Inhalt wider.
- ▮ Einführung von nicht mehr als 20 Wörtern
- ▮ Links sind so bezeichnet, das klar ist, was dahinter liegt.
- ▮ Erläuterung von Fremd- und Fachwörtern und Ausschreiben von Abkürzungen
- ▮ Bei langen Texten eine Druckversion anbieten.



COMMUNICATIONS TO SUCCESS

III. 4. Glaubwürdigkeit herstellen!

- ▣ Name des Autors, Referenzen und E-mail-Adresse
- ▣ vollständiges Datum des letzten Updates
- ▣ Links zu relevanten externen Websites
- ▣ Korrekte Grammatik und Orthographie
- ▣ Objektiver, unaufdringlicher Ton



COMMUNICATIONS TO SUCCESS

Content Usability - Inhalt

- I. Einführung in das Thema
- II. Lesen am Bildschirm
- III. Content Usability erzeugen
- IV. Journalistische Darstellungsformen im Web**
- V. Zusammenfassung





COMMUNICATIONS TO SUCCESS

IV. Journalistische Darstellungsformen

- ❏ Für das Texten im Internet eignen sich nicht alle Genres gleich gut.
- ❏ Überblick über die etablierten Darstellungsformen, ihre Modifikation im Internet sowie internetspezifische, neue Darstellungsformen
 - Nachricht, Meldung und Bericht
 - Reportage (Netzreportage)
 - Feature / Dossier (Netzdossier)
 - Interview



COMMUNICATIONS TO SUCCESS

IV. Nachricht, Meldung und Bericht im Web

↳ Eigenschaften der **Nachricht**

- Prinzip der „umgedrehten Pyramide“
- Faktenorientiert
- Ohne Meinungsäußerung
- 200 bis 500 Zeichen

- Geeignet fürs Web!

↳ Eigenschaften der **Meldung**

- „kleine Schwester“ der Nachricht
- Weniger als 200 Zeichen
- Enthält nicht alle W.

- Geeignet fürs Web!

↳ Eigenschaften des **Berichts**

- „großer Bruder“ der Nachricht
- Detaillierter, enthält mehr Hintergrundinformationen
- Umfasst mehr als 500 Zeichen
- Prinzip der „umgedrehten Pyramide“ in jedem Absatz

- Muss modifiziert werden!

Download
Info-Module



COMMUNICATIONS TO SUCCESS

IV. Reportage und Netzreportage

- ↳ Eigenschaften der **Reportage**:
 - nicht nach dem Prinzip der „umgedrehten Pyramide“
 - Folgt dramaturgischen Prinzipien (z.B. Anfang-Mitte-Ende)
 - Bildhafte, erzählende Sprache
- Muss modifiziert werden!
 - Info-Module
 - Hypertext
 - Grafiken
 - Bilder
 - Ton / Video
- Im Internet ist die Bezeichnung **Netzreportage**.
Bsp. Geisterfahrer: <http://www.zdf.de/ZDFde/inhalt/28/0,1872,4070812,00.html>

COMMUNICATIONS TO SUCCESS

IV. Feature / Dossier (Netzdossier)

- Eigenschaften eines **Feature**:
 - umfassende und unterhaltsame Information
 - Ergänzt durch Porträts, Analysen, etc.
 - Mehrperspektivisch

- Muss modifiziert werden!

Info-Module
Hypertext
Grafiken
Bilder
Ton / Video



<http://service.tagesschau.de/multimedia-box/index.php?id=Tschernobyl>

- Im Internet ist die Bezeichnung **Netzdossier** oder **Online-Special**.
- Auch für Portäts denkbar



COMMUNICATIONS TO SUCCESS

IV. Interview im Web

↳ Eigenschaften des Interviews:

- Frage-Antwort-Muster

- Kann modifiziert werden!

Informationsmodule:

Hintergrundinformationen

Lebenslauf

O-Töne erhöhen Glaubwürdigkeit



COMMUNICATIONS TO SUCCESS

Content Usability - Inhalt

- I. Einführung in das Thema
- II. Lesen am Bildschirm
- III. Content Usability erzeugen
- IV. Journalistische Darstellungsformen im Web
- V. Zusammenfassung**





COMMUNICATIONS TO SUCCESS

V. Lange Rede, kurzer Sinn

- 📌 Web-Inhalte sollen
 - leicht zu überfliegen
 - kurz und
 - objektiv sein.

- 📌 Merke: Die Konkurrenz ist nur einen Klick entfernt.



COMMUNICATIONS TO SUCCESS

V. Links und Literatur

- How users read on the web (Nielsen):
<http://www.useit.com/alertbox/9710a.html>
- Replicate Web-Reading Study (Nielsen):
<http://www.useit.com/papers/webwriting/studyfiles/>
- Alkan, Saim Rolf (2004): Texten für das Web. Praxisbuch für Online-Redakteure und Webtexter.
- Lackerbauer, Ingo (2003): Handbuch für Online-Texter und Online-Redakteure
- Nielsen, Jakob (2003): Designing Web Usability.
- Schmider, Ekkerhard (2003): Handbuch für Webtexter
- Spielkamp, Matthias & Wieland, Melanie (2003): Schreiben fürs Web. Konzeption, Text, Nutzung