



# Communication Lab

Institut für Verständlichkeit und Neue Medien





## Sprache 2.0

**Texten Sie noch oder werden Sie schon verstanden?**



## Ein paar Beispiele für Sprache 1.0

**Hochzeitscrash-Kurs** **579**

Hochzeitscrash-Kurs für 2 Personen.

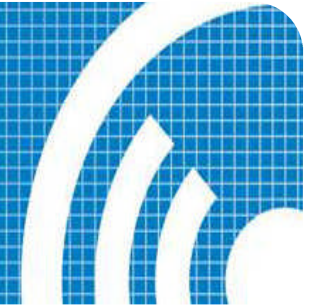


zwiebelfisch@spiegel.de



## Ein paar Beispiele für Sprache 1.0





## Ein paar Beispiele für Sprache 1.0

Stirbt ein Bediensteter während einer Dienstreise, so ist damit die Dienstreise beendet." (Kommentar zum Bundesreisekostengesetz)

Die Rakete weiß zu jeder Zeit, wo sie ist. Sie weiß dies, weil sie weiß, wo sie nicht ist. Durch Subtraktion des Ortes, an dem sie ist, von dem Ort an dem sie nicht ist, oder des Ortes an dem sie nicht ist, vom Ort, an dem sie ist (je nachdem, welcher größer ist), erhält sie eine Differenz, oder auch Abweichung.



Neben kurzen Ladezeiten, barrierefreiem Webdesign, hoher Funktionalität und intuitiver Bedienbarkeit sind leicht verständliche Inhalte und barrierefreie Informationen wichtige Bestandteile von Web-Usability, denn...

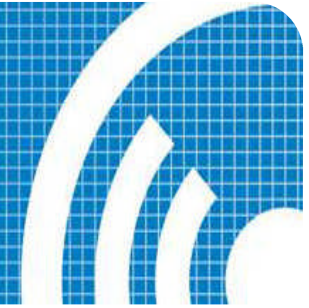
**am Anfang steht der Text!**



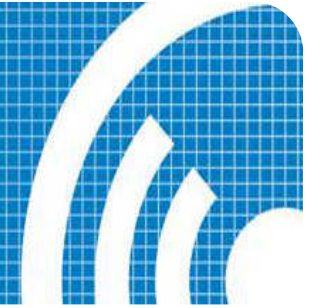
## Text und Usability

Verständlichkeit und Benennungen spielen im Kontext von Usability in verschiedenen Bereichen eine zentrale Rolle:

- Benennung von Navigationselementen
- Benennung von Funktionen
- Benennung von Links und Verlinkungen
- Teaser-Texte
- Textverständlichkeit
- Verständlichkeit von Formularen
- Verständlichkeit von relevanten Dokumenten wie AGBs, Lieferbedingungen etc.



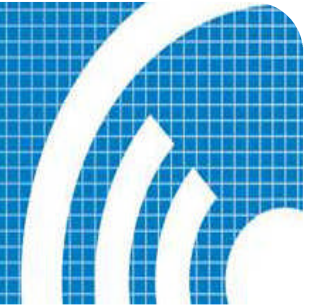
## Navigationselemente und Links



## Navigationselemente und Links

Navigationselemente müssen eindeutig benannt sein:

- Wenn Ihre User einen Newsletter suchen dann suchen Sie nicht nach Infopost oder noch besser:  
*upgedated bleiben*
- Navigationselemente müssen konsistent benannt werden
- Titel, Bezeichnungen oder Links sollten kurz, prägnant und verständlich sein



## Beispiele für unglückliche Bezeichnungen

Beispiel: *Markt der Ausbildung*

Beispiel: *Anerkannte Ausbildungsberufe im Dualen System*

Beispiel: *Info-Dienste statt Newsletter*

# MAI RICHTIG ABSCHALTEN

ALLE GRÖßEN-  
AM 5. SEPTEMBER



## UNSER PROGRAMM ZUR BUNDESTAGS- WAHL

SCHLIESSEN  
GRÖßTÄCHEN-  
PROGRAMM  
EINERSELBST, WENN  
ES STEHEN SOLL



### THEMEN

- Klimawelt
- Wirtschaft & Arbeit
- Soziale Gerechtigkeit
- ...
- ...
- ...

### PARTNER

- Vorstand
- ...
- ...
- ...
- ...

### BT-FUNKTION

- ...
- ...
- ...
- ...
- ...

### PR

- ...
- ...
- ...
- ...
- ...

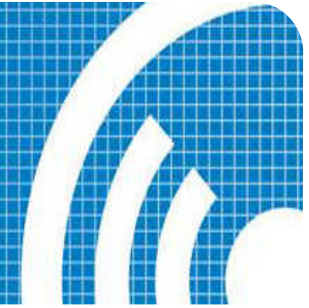
### ...

- ...
- ...
- ...
- ...
- ...

### ...

- ...
- ...
- ...
- ...
- ...



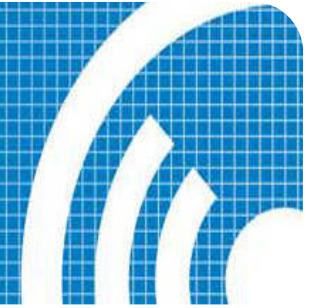


## Teaser-Texte

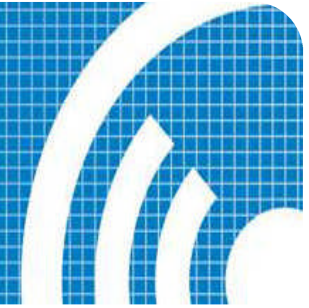


## Teaser-Texte

- Teaser-Texte (Anreißertexte) sind die strategisch wichtigsten Texte einer Webseite, weil...
  - Sie nur ganz kurze Zeit haben, um das Interesse Ihres Users zu wecken.
  - Ihr User nach mehreren erfolglosen Leseansätze Ihre Webseite verlässt.
  - wenn es Ihnen gelingen, die Neugier des Users zu wecken, dessen Bereitschaft stark ansteigt, weiter zu lesen und auf Ihrer Seite zu bleiben.
- Im Gegensatz zu Printmedien müssen Anreißertexte (Teaser-Texte) im Internet viel schneller und effizienter überzeugen. Bei Printmedien bestehen weniger „Fluchtmöglichkeiten“. Im Netz ist die Konkurrenz nur ein Mausklick entfernt.



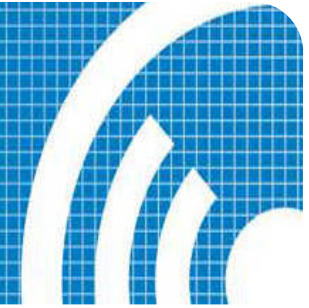
## Textverständlichkeit



## Textverständlichkeit

Beispiel: Studie zur Verständlichkeit politischer Webseiten

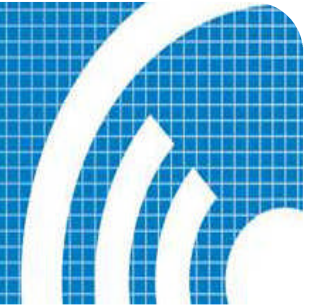
- Studie mit Online-Texten von 14 Ministerien
- Auswertung der Texte (Erfassung verschiedenster Merkmale)
- Optimierung der Texte
- Verständnis-Tests mit insgesamt 227 „Testlesern“



## Textverständlichkeit

Ergebnisse der Studie

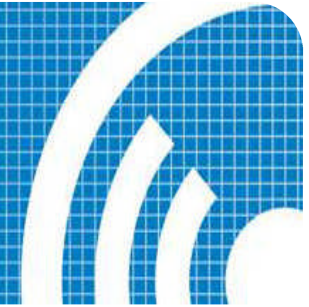
- Texte häufig sehr schwer verständlich
- Testpersonen können oft einfache Fragen nicht beantworten
- Einfache Optimierungen zeigen oft schon große Erfolge (16 – 49 % in der Studie)



## Beispiel aus der Studie:

„Dafür diskutieren wir auf unserer Sommeruniversität zur globalen Wirtschaftskrise, zu deren ersten sozialen Folgen, zur gemeinsamen politischen Agenda der Linken, zur Zusammenarbeit im Mittelmeerraum und den Rechten der Völker der Mittelmeer-Anrainerstaaten und zu den Erfahrungen der Linken an der Regierung am Beispiel von Lateinamerika.“

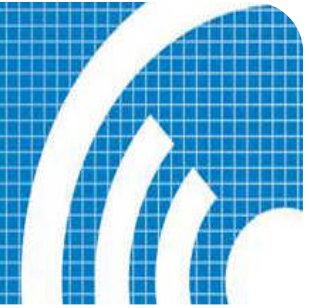
(44 Wörter).



## Verständlichkeitsfaktoren

Zu den wichtigsten Textfaktoren für verständliches Schreiben im Internet zählen:

- Satzbau
- Wortkomplexität
- Zielgruppenansprache
- Fremdwortverwendung
- Umgang mit Fachsprache
- Struktur/ Gliederung/ Navigation
- Begriffliche Konsistenz
- Füllwörter, überflüssige Wörter oder ungenaue Angaben



## Verständlichkeitsfaktoren

Neben diesen (global gültigen) Regeln, müssen wir im Internet noch einen weiteren wichtigen Faktor in Bezug auf Verständlichkeit beachten, der eng mit den Lesegewohnheiten zusammenhängt:

Das Layout, oder wie Texte aufbereitet und präsentiert werden.

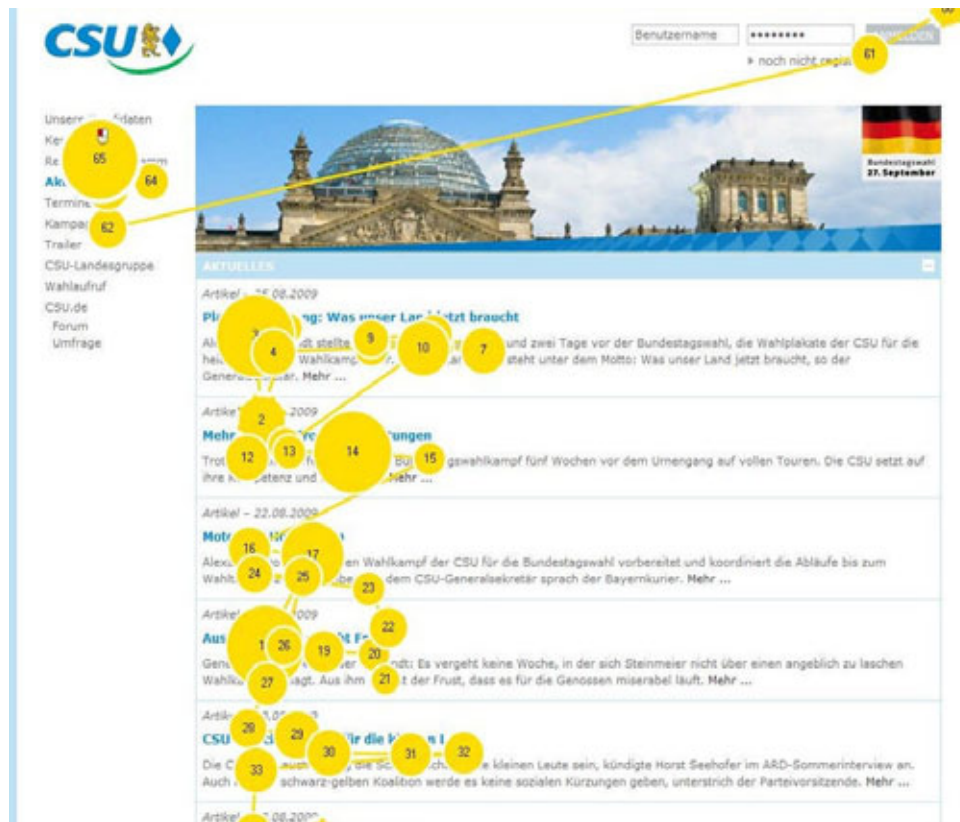


## Der User 2.0 – Wie lesen wir?

- Wie lesen User im Internet?  
Zum großen Teil überhaupt nicht!
- Zwischen 70-85 % der Internetnutzer scannen (überfliegen) die Inhalte im Internet. Nur 30-15% der User lesen Inhalte Wort für Wort.
- User wollen schnell und effektiv an die gesuchten Informationen gelangen.
- „Don´t make me think“: Ihre Nutzer wollen im Internet keine Rätsel lösen und über Funktionalitäten grübeln, sie wollen bei Ihren Aufgaben unterstützt werden.



## Content Usability – Die Navigationsfunktion von Webinhalten



Typisches Lesemuster:

- Überschriften werden gescannt
- Text wird nicht gelesen

Daher: Wichtiges an den Anfang!



## Informationsmenge

Internetnutzer haben keine Zeit, lesen nicht und wollen nicht lange nachdenken, deshalb:

- **Schreiben Sie klar und vor allem: verständlich**
- **Denken Sie daran, dass Sprache in vielen Aspekten Ihrer Webseite die Usability beeinflussen kann**
- **Nur Webseiten, die sowohl gestalterisch wie auch sprachlich keine Barrieren aufbauen, können von Ihren Nutzern optimal genutzt werden**



**Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!**

## Communication Lab

Institut für Verständlichkeit und Neue Medien

