

Pressemitteilung vom 09.03.2016

Und sie lesen doch! usability.de stellt Studie zum Leseverhalten im Internet vor

Haben lange Texte doch eine Chance?

Niemand liest Texte Wort für Wort, zumindest nicht im Internet. Diese Annahme ist unter Web- und Usability-Experten weit verbreitet. Wer viel Text online stellt, bemüht sich also umsonst. Doch stimmt das überhaupt? Oder kommt es auf die Situation an, in der gelesen wird? Dieser und weiteren Fragen gingen die Experten von usability.de, der hannoverschen Spezialagentur für Usability und User Experience, im letzten Jahr in einer Usability-Studie auf den Grund. Das Ergebnis sind 5 goldene Regeln, die dabei helfen, die Bedürfnisse der Nutzer auch bei zunehmender Textlänge besser zu berücksichtigen.

Skimming und Scanning – Leseverhalten im Internet

Im Web ist einiges anders. Das betrifft auch das Leseverhalten der Nutzer. Im Gegensatz zu analogen Medien werden Texte auf Internetseiten selten komplett gelesen. Auf der ständigen Suche nach Information neigen Leser dazu, Texte stattdessen zu überfliegen und nach Schlüsselwörtern zu durchsuchen. Experten für Web und Usability vertreten seit Jahren den Standpunkt, dass längere Texte im Internet keine Chance haben und empfehlen, darauf zu verzichten. Auch den Spezialisten von usability.de fällt bei ihrer Arbeit immer wieder auf, dass die Aufmerksamkeitsspanne der Nutzer für längere Texte selten ausreicht.

Dennoch stellt sich die Frage, ob es sich um ein allgemeingültiges Phänomen handelt. Werden längere Texte tatsächlich nie gelesen, oder hängt es vom Ziel des Lesers ab, wie er mit einem Text umgeht? Welche Rolle spielen Aufbau und Struktur des Textes? In einer Usability-Studie untersuchten die Experten von usability.de diese Faktoren genauer. Im Vordergrund stand dabei der Leseprozess der Nutzer, der mit einer Blickverlaufsmessung (Eye Tracking) sichtbar gemacht wurde.

Länge ist nur ein Aspekt

Entgegen der gängigen Annahme haben auch längere Texte ihre Daseinsberechtigung. Während grobe Lesetechniken wie erwartet häufig zum Einsatz kamen, wurden längere Texte jedoch nicht vollständig ignoriert. Unter den entsprechenden Umständen sind Nutzer auch im Web durchaus bereit, sich auf viel Text einzulassen.

Worauf es hierbei ankommt und wie Texte gestaltet werden können, um Nutzern zum besten Leseerlebnis zu verhelfen, zeigt die neue Studie von usability.de.

Informationen und Download

Kostenloser Download der Studie: www.usability.de/lesestudie

Über usability.de

Das Unternehmen usability.de mit Sitz in Hannover ist ein unabhängiges Beratungs- und Dienstleistungsunternehmen für Usability und User Experience Design. Die UX-Experten konzipieren, testen und optimieren interaktive Systeme und Produkte für Web, Apps, Software, Unterhaltungselektronik und Industrie für Kunden wie u.a. adidas, Continental, Edeka, FAZ, Immowelt, LG Electronics, Messe Frankfurt, Microsoft, Siemens, SOS Kinderdorf, TUI, Uni Halle.

Kontakt

usability.de GmbH & Co. KG
Torsten Bartel
Ihmeauen - Ricklinger Str. 5
30449 Hannover

Tel.: +49 511 360 50 70

Mail: presse@usability.de