Klartext: Auf dem Weg zu Standard-Navigationswordings im deutschsprachigen Internet

Christian Bopp & Michael Wörmann

Die argonauten

Zusammenfassung

Welche Begriffe beim Entwurf von Webangeboten ausgewählt werden, ist in der Regel eine auf Erfahrungswerten beruhende "Bauchentscheidung" der Verantwortlichen. Der Grund: Die Wünsche und das Verständnis der Nutzer beim Navigationswording sind bislang noch nicht systematisch untersucht worden.

Die Studie "Klartext" untersucht die wichtigsten Navigationsbegriffe aus Sicht der Nutzer und trägt dazu bei, allgemeine Standards für die Verwendung von Navigationsbezeichnungen zu bestimmen.

1 Ziel

Das übergreifende Ziel der Studie ist es, den im deutschen Sprachraum gegenwärtig stattfindenden Prozess der Standardbildung bei Navigationswordings aufzuzeigen und damit zu beschleunigen. Zukünftig müssen somit die verwendeten Begriffe nicht mehr auf persönlichen Einschätzungen basieren, sondern können aufgrund repräsentativer Befunde ausgewählt werden.

2 Methode

In einer repräsentativen Online-Panelbefragung wurde bei 1031 deutschen Internetnutzern das Verständnis von gängigen Web-Wordings geprüft. Außerdem konnten die Teilnehmer diejenigen Begriffe auswählen, die sie auf Websites am liebsten sehen würden sowie diejenigen Inhalte auswählen, die sie in Standardkategorien wie "Hilfe" suchen.

3 Testteile

- "Wird es verstanden?" Die wichtigsten Web-Wordings im Verständnis-Check: Es werden typische Situationen der Internetnutzung, in denen die entsprechenden Begriffe vorkommen, geschildert. Darauf folgt die gestützte Abfrage, was der jeweilige Begriff bedeutet.

Unter vier zufällig dargebotenen Alternativen gibt es nur eine Richtige sowie die Antwort "weiß ich nicht".

- "Welches ist am besten?" Klassische Streitfälle bei Wordingentscheidungen in den Augen des Nutzers: Es wird eine typische Link-Funktion auf einer Website beschrieben und gefragt, wie diese am besten heißen sollte. Zur Auswahl stehen jeweils zwischen fünf bis zehn alternative (in zufälliger Reihenfolge dargebotene) Wordings.
- "Was gehört dazu?" Die wichtigsten Elemente von Standard-Navigationskategorien: Gestützte Abfrage, was seiner Meinung nach Meinung des Nutzers zu vorgegebenen Kategorien gehört.

4 Ergebnisse

- Es gibt zahlreiche Schwierigkeiten beim Verständnis von Navigationswordings unter den Nutzern – gebräuchliche Bezeichnungen wie "Sitemap", "Cookie" oder "FAQ" werden von bis zu 45 % der deutschen Internetnutzer nicht verstanden. Insbesondere weniger erfahrene Nutzer und jene mit geringen Englischkenntnissen haben zum Teil erhebliche Schwierigkeiten, Standardbegriffe richtig zu deuten. Diese Gruppen müssen bei Wordingentscheidungen stärker berücksichtigt werden.
- In der Präferenz der Nutzer haben sich bereits mehrere Standardwordings etabliert – dazu zählen z.B. die eindeutig präferierten Begriffe "Startseite" (anstelle von "Homepage"), "Benutzername" (statt "Username") oder "Newsletter" (statt "E-Mail-Abo").
- Bei englischsprachigen Navigationswordings differenzieren die Nutzer. Einige englische Begriffe werden klar vorgezogen (wie z. B. "Login"), andere werden hingegen auch von erfahrenen Nutzern abgelehnt (wie z. B. "Privacy Policy"). Außerdem lässt sich bei den Nutzern eine Vorliebe für ausführliche Klartextbeschriftungen von Links feststellen.
- Bei der Zuordnung von Inhalten zu bestimmten Navigationskategorien bestehen verschiedene Möglichkeiten. Kontakt- und Erreichbarkeitsinformationen sind zentrale Anforderungen an jedes Webangebot. Diese sollten leicht zugänglich in den Navigationsrubriken angeordnet werden.