

# Bachelorarbeit @ NZZ CAMPUS



## **NUTZERANALYSE UND BEWERTUNG DER NZZ CAMPUS WEBSEITE**

Jahr der Entstehung: 2013 • Autorin: Nina Suter •  
Begleitende Person: Markus Hug • Praxispartner: NZZ  
Campus

# **Nutzeranalyse und Bewertung der NZZ Campus Webseite**

Nina Suter

Fachhochschule Nordwestschweiz  
Hochschule für Angewandte Psychologie  
Riggenbachstrasse 16  
CH-4600 Olten

Begleitende Person: Markus Hug

Praxispartner: Neue Zürcher Zeitung AG  
NZZ-Campus  
Falkenstrasse 11  
Postfach  
CH-8021 Zürich

Baar, Juni 2013

## ABSTRACT

Im Jahr 2012 präsentierte sich die Webseite NZZ Campus mit einem neuen überarbeiteten Design und einer manifesteren inhaltlichen Spezifizierung. Gut ein Jahr nach der Einführen des neuen Designs und der neuen inhaltlichen Spezifizierung, ist noch wenig darüber bekannt, wie diese Überarbeitung von den Nutzern aufgenommen wird und wie diese das neue Design und die neue Fokussierung bewerten. Dem soll in dieser Arbeit Abhilfe geschaffen werden. Mittels einer Nutzeranalyse der Webseite NZZ Campus, mit einem starken Fokus auf die Usability, soll eine Grundlage für die weitere Ausrichtung und Positionierung der Webseite geschaffen werden. Die Nutzeranalyse und Bewertung der Webseite erfolgt durch einen Methoden Mix aus gängig praktizierten Usabilitymethoden; einer Dokumentenanalyse bisheriger Evaluationen, einer Experteninspektion, einer Fokusgruppendifkussion, einer Onlinestudie und einer Studie im Eyetracking Labor. Die Rahmenbedingungen für die Usabilityevaluation bieten die vier Konstrukte Inhalt, Usability, Ästhetik und Glaubwürdigkeit. Anhand der Beurteilung dieser drei Kriterien, durch die Nutzer werden Handlungsvorschläge zu den jeweiligen Bereichen für die Praxis abgeleitet.

Anzahl Zeichen inkl. Leerzeichen: 102'772

# INHALTSVERZEICHNIS

<b>Abstract</b> .....	<b>1</b>
<b>Erklärung</b> .....	<b>1</b>
<b>1. Einleitung</b> .....	<b>1</b>
1.1 Ausgangslage .....	1
1.2 Fragestellung und Abgrenzung .....	1
1.3 Aufbau der Arbeit .....	2
<b>2. Hauptteil</b> .....	<b>3</b>
2.1 Theoretische Herleitung .....	3
2.2 Vorstudie NZZ Campus .....	4
2.3 Experteninspektion .....	5
<i>Navigation und Orientierung</i> .....	6
<i>Interaktion und Informationsaustausch</i> .....	11
<i>Aktualität und Qualität</i> .....	14
<i>Informations- und Textdesign</i> .....	16
<i>Auffindbarkeit und Zugänglichkeit</i> .....	22
2.4 Focus Group .....	23
2.4.1 Inhalt .....	24
2.4.2 Usability .....	26
2.4.3 Ästhetik .....	29
2.4.4 Glaubwürdigkeit .....	31
2.5 Online Studie .....	32
2.5.1 Inhalt .....	33
2.5.2 Usability .....	34
2.5.3 Ästhetik .....	35
2.5.4 Glaubwürdigkeit .....	35
2.6 Eyetracking Studie .....	35
2.6.1 Homepage .....	37
2.6.2 Hirarchiestufe 1 .....	40
2.6.3 Hirarchiestufe 2 .....	43
2.6.4 Inhalt .....	44
2.6.5 Usability .....	45
2.6.6 Ästhetik .....	47
2.6.7 Glaubwürdigkeit .....	48
<b>3. Schlussfolgerungen</b> .....	<b>49</b>
3.1 Nutzerbeurteilung des Inhalts auf NZZ Campus .....	49
3.2 Nutzerbeurteilung der Usability auf NZZ Campus .....	49
3.3 Nutzerbeurteilung der Ästhetik auf NZZ Campus .....	49
3.4 Nutzerbeurteilung der Glaubwürdigkeit der NZZ Campusseite .....	50
3.5 Verbesserungsvorschläge und Massnahmen .....	50
<b>Literatur</b> .....	<b>51</b>
<b>Abbildungsverzeichnis</b> .....	<b>53</b>
<b>Anhang</b> .....	<b>55</b>

Zu Kapitel 2.3: WUI Web Usability Index.....	55
Zu Kapitel 2.4: Aufgabendossier Fokus Gruppe.....	59
Zu Kapitel 2.4: Transkription Focus Group.....	70
Zu Kapitel 2.4: Kodierung Focus Group.....	81
Zu Kapitel 2.5: Fragebogen Online Studie .....	87
Zu Kapitel 2.6: Aufgabendossier Eyetracking Experiment Center.....	96

## 1. EINLEITUNG

Die vorliegende Arbeit wurde in Form einer Bachelorarbeit der Fachhochschule Nordwestschweiz (FHNW) in Kooperation mit der Mediengruppe der Neue Zürcher Zeitung (NZZ) durchgeführt. In dieser Arbeit wird das online Angebot des Projektes NZZ Campus auf seine Benutzerfreundlichkeit hin analysiert. Unter NZZ Campus bündelt die NZZ sämtliche publizistischen und verlegerischen Leistungen mit einem klaren inhaltlichen Bezug auf das Leben der Studierenden<sup>1</sup>. Das Medienunternehmen der Neuen Zürcher Zeitung nimmt mit dem Projekt NZZ Campus die Möglichkeit wahr, diese spezifische Zielgruppe der Studierenden und Hochschulabsolventen direkt zu erreichen. Das Projekt NZZ Campus besteht unter anderem aus einem Magazin, welches viermal im Jahr erscheint, einer wöchentlichen Seite jeden Montag in der Neuen Zürcher Zeitung, wie auch der Webseite NZZ Campus. Die Webseite NZZ Campus bietet täglich aktuelle Inhalte rund ums Studieren. NZZ-Hochschulkorrespondenten berichten in exklusiven Blogs direkt aus dem Studentenleben (NZZ Homepage, 2013).

### 1.1 AUSGANGSLAGE

Im Jahr 2012 präsentierte sich die Marke NZZ Campus mit einem neuen überarbeiteten Design. Das Magazin erscheint am 29. Februar 2012 in neuem Kleid und ist inhaltlich noch klarer auf das Leben der Studierenden ausgerichtet. Auch die Webseite zu dem Magazin erschien in Mai 2012 in ihrem neuen Kleid. Die neuen Rubriken sowie der stärkere Servicecharakter mit Tipps und Hintergrundinformationen sollten Studierende noch besser auf ihrem Weg durch das Studium unterstützen (NZZ Homepage, 2012). Gut ein Jahr nach der Einführen des neuen Designs und der neuen inhaltlichen Spezifizierung ist noch wenig bekannt darüber wie diese Überarbeitung von den Nutzern angenommen wird und wie diese das neue Design und die neue Fokussierung bewerten. Um die weitere Ausrichtung und Positionierung des Maganzins zu planen, ist es für die Neue Zürcher Zeitung wichtig einen Einblick zu erhalten, wie ihre Nutzer die neue Webseite beurteilen.

### 1.2 FRAGESTELLUNG UND ABGRENZUNG

Anhand einer Absprache mit der für dieses Projekt verantwortlichen Person der Mediengruppe der Neuen Zürcher Zeitung war klar, dass es sich bei der vorliegenden Bachelorarbeit um eine Nutzeranalyse der Webseite NZZ Campus handeln wird, mit einem starken Fokus auf die Usability und den Inhalten der Seite, welche eine Grundlage darstellen soll für eine Optimierung der Webseite. Aus dieser Grundlage ergaben sich schliesslich folgende der Arbeit zugrunde liegende Fragestellung:

Wer greift auf die Webseite zu, wie sieht das Nutzerprofil aus?

Wie verhalten sich die Nutzer auf der Webseite, wie sieht das Nutzerverhalten aus?

Wie navigieren sich die Nutzer durch die Webseite?

Wo liegt das unausgeschöpfte Potenzial der Webseite?

Welche Themen funktionieren auf der Seite? Was ist diesbezüglich die Nachfrage der Nutzer?

Die vorliegende Analyse wird sich lediglich auf die Webseite NZZ Campus fokussieren. Die anderen Produkte der NZZ Campus Gruppe werden dabei nicht analysiert.

---

<sup>1</sup> In diesem Manuskript wird der Einfachheit halber oftmals die männliche Form verwendet. Die weibliche Form ist selbstverständlich immer mit eingeschlossen.

### 1.3 AUFBAU DER ARBEIT

Die vorliegende Arbeit ist grob in vier Teile gegliedert. Es handelt sich dabei um die theoretischen Grundlagen, die Datenerhebung mit den Auswertungen der erhobenen Daten sowie den Schlussfolgerung und abgeleiteten Massnahmen.

Im Anschluss an die Einleitung wird in Kap. 2.1 zunächst darauf eingegangen was eine Webseite braucht um erfolgreich zu sein, um eine Rahmenbedingung für die anschliessenden Evaluationen zu schaffen. In Kap. 2.2 wird ein kurzer Überblick geboten was über die NZZ Campus Webseite und ihre Nutzer bereits bekannt ist. In Kap. 2.3, 2.4, 2.5 und 2.6 folgen die Auswertungen und die Ergebnisse der verschiedenen Erhebungen. In Kap. 3 folgt ein zusammenfassendes Schlussfazit zur vorliegenden Arbeit mit einigen Optimierungsvorschlägen für die Webseite. Die Optimierungsvorschläge werden nur vorgestellt, jedoch werden diese im Rahmen der vorliegenden Arbeit weder ausgearbeitet noch implementiert

## 2. HAUPTTEIL

### 2.1 THEORETISCHE HERLEITUNG

Das Medium Internet hat in den letzten Jahren stark an Bedeutung gewonnen und hat sich innerhalb kürzester Zeit zu einem akzeptierten Massenmedium für digitale Informationen, Unterhaltung und Geschäftsaktivitäten entwickelt. Die immer grösser werdende Zahl an Unternehmen mit Web-Auftritten verstärkt massiv den Druck, nicht nur im Web präsent zu sein, sondern diese Web-Präsenz auch optimal zu gestalten (Mössler, 2003). Ein guter Webauftritt bringt dem Unternehmen nicht nur ein Mehr an Umsatz, sondern auch Kosteneinsparungen lassen sich durch ein user-freundliches Interface erreichen (von Gizycki, 2002). Für Unternehmen wird es also aufgrund des grossen Online Angebots immer wichtiger zu verstehen, wie sie ihre Websites gestalten sollen um sich trotz des hohen Konkurrenzdruckes fest bei dem Zielpublikum zu etablieren und dieses auch auf längere Sicht zufrieden zustellen. Doch was braucht eine Webseite überhaupt damit die User einen guten Gesamteindruck der Webseite haben, mit der Seite zufrieden sind und diese im besten Falle wiederbesuchen und weiterempfehlen? Ein tiefes Verständnis darüber wie Menschen Websites wahrnehmen, nutzen und wertschätzen ist also von hohem Interesse für Forschung und Praxis. Die Qualität von Web-Auftritten hängt von verschiedenen Faktoren ab.

Immer mehr ist die Ästhetik in den Mittelpunkt vieler Studien gerückt (Thielsch & Jaron, 2012). **Ästhetik** wird als unmittelbare angenehme subjektive Wahrnehmung des Webobjekts definiert, die wenig durch schlussfolgernde Prozesse beeinflusst wird (Moshagen & Thielsch, 2010). Die bisherige Forschung legt nahe, dass Ästhetik insbesondere den Ersteindruck einer Website mitbestimmt und sehr schnell wahrgenommen werden kann (vgl. Lindgaard et al., 2006; Thielsch & Hirschfeld, 2012; Tractinsky et al., 2006). In einer Studie von Thielsch (2008) zeigt sich eine hohe Korrelation im Zusammenhang mit der Ästhetik und dem Erst- und Gesamtbewertung einer Website. Auch in einer Studie von Schenkman and Jönnsons (2000) war Ästhetik der wichtigste Prädiktor auf das Gesamturteil. Dennoch darf die Bedeutung der **Usability** einer Website nicht vergessen werden, entsprechend oft wurde der Zusammenhang der beiden Aspekte Ästhetik und Usability betrachtet (Hassenzahl & Monk, 2010). In der DIN EN ISO 9241-11 (ISO, 1998) wird Usability als Gebrauchstauglichkeit bezeichnet, ist als das Mass der Effektivität, Effizienz und Zufriedenheit definiert, mit dem Benutzer mit einem System vorgegebene Ziele erreichen können. Diese Definition lässt sich ebenso auf die Website-Usability anwenden. Ein zentraler weiterer Aspekt, der Websites jedoch von anderen interaktiven Produkten unterscheidet, ist der **Inhalt** (Thielsch & Jaron, 2012). Kaum ein Nutzer geht online um eine Website lediglich zu betrachten oder gar nur zu bedienen, Informationssuche und Rezeption ist ein zentrales Motiv. Laut der ISO Norm 9241-151 (ISO, 2006) können Inhalte als interaktive oder nichtinteraktive Informationsobjekte in Form von Text, Video, Ton oder anderen Medien dargestellt werden. Eine Webseite ist folglich ein Trägermedium für verschiedene Inhaltsobjekte, diese bestimmen zentral die Gestaltung mit. Die Angebote und Inhalte des World Wide Web sind dabei so vielfältig, unterschiedlich und facettenreich wie die verschiedenen Nutzer selbst. In vielen Reichweitestudien wird nach Nutzungsmotiven für Online-Angebote gefragt, dabei landen stets inhaltsbezogene Äusserungen auf den ersten Rängen (Thielsch, 2008).

Cober et al. (2003) zeigen in einer Studie zum E-Recruiting das alle drei Aspekte einer Website relevant sind für die Wahrnehmung einer Organisation. Der Ersteindruck wird insbesondere durch die Ästhetik einer Website bestimmt, während Inhalt und Usability neben der Ästhetik ebenfalls hochsignifikanten Einfluss haben. Alle drei Konstrukte konstituieren den Gesamteindruck, aber nur dem Website-Inhalt kommt ein grosses Gewicht bei der Vorhersage von Wiederbesuchs- oder Weiterempfehlungsbereitschaft der Nutzer zu.

Diese Ergebnisse wie auch ähnliche Ergebnisse der Studie von Thielsch & Jaron (2008) lassen vermuten, dass die verschiedenen Website-Aspekte in unterschiedlicher Art und Weise wahrgenommen und durch den Nutzer verarbeitet werden. Thielsch und Jaron (2008) ziehen zur Erklärung der Ergebnismuster ein etabliertes Zwei-Prozess-Modell, das Elaboration Likelihood Model

(Petty & Cacioppo, 1986) heran: Und erklären damit, dass Ästhetik, vorrangig auf einer peripheren Route und damit beiläufig und eher affektiv verarbeitet wird. Der Ästhetik wird diesbezüglich einen besonderen Einfluss auf Erst- und Gesamteindrücke zu geschrieben. Die Ästhetik hat somit eine Bottleneck-Funktion für den Zugang zu den nachgelagerten Unternehmenszielen und könnte den Zugang der User zu den Angeboten des Unternehmens im Erstkontakt erleichtern. Ebenso gehen Thielsch und Jaron (2008) von einer peripheren Verarbeitung der Usability im Laufe der Interaktion aus – solange es nicht zu grösseren Störungen oder Problemen kommt, tritt diese nur wenig explizit ins Bewusstsein. Während der Nutzer eine Website liest und navigiert wird der Inhalt, der im Fokus der Aufmerksamkeit liegt und zentral verarbeitet wird, immer präsenter und wichtiger. Wenn anspruchsvollere kognitive Prozesse gefragt sind, also zum Beispiel die Frage, ob man eine Website Freunden empfehlen würde, sind zentral verarbeitete Informationen (also der Inhalt) am relevantesten. Der Einfluss der Ästhetik verschwindet aber hierbei nicht ganz – ein Teil einer derartigen Entscheidung bleibt affektiv, also eher ein Bauchgefühl, abhängig von der ästhetischen Gestaltung. Dieses ist bedeutender wenn wir eine Website noch nicht kennen und zum ersten Mal benutzen. Dabei bleibt aber nicht zu vergessen, dass die Inhalte eine zentrale Rolle einnehmen, sobald eine längere Interaktion oder fortdauernde Nutzung einer Website stattfindet. Ein weiteres Konstrukt, welches die Meinung der Nutzer mitbestimmt ist die Glaubwürdigkeit einer Webseite. Diese ist jedoch als Faktor zweiter Ordnung anzusehen, welche sich aus den Aspekten Inhalt, Usability und Ästhetik ergibt. Trotzdem spielen hier Faktoren, wie z.B. der Markenname, herein, welche mit der reinen Erfassung der Inhalte, Usability und Ästhetik verloren gehen könnte (Fogg et al., 2002). Aus diesem Grund wird die Glaubwürdigkeit der NZZ Campus wie auch der Neuen Zürcher Zeitung generell, ebenfalls erhoben in der vorliegenden Arbeit.

Diese theoretischen Erkenntnisse sollen die Rahmenbedingungen der vorliegenden Evaluation der NZZ Campus Webseite bilden. Die Qualität der Webseite wird im Hinblick auf diese vier Konstrukte und deren Bedeutungen in der Meinungsbildung der User, bewertet.

## 2.2 VORSTUDIE NZZ CAMPUS

In diesem Kapitel wird nun vorgängig erläutert, welche Informationen über die NZZ Campus Webseite bereits bekannt sind. Im März 2011 wurde von dem LINK Institut in Zürich bereits eine erste Evaluation der Bekanntheit, Nutzung und Bewertung von NZZ Campus durchgeführt. Als Erhebungsmethode wurde hierfür ein Online-Interview eingesetzt. Die Grundgesamtheit der Stichprobe umfasste 20-28 Jahre alte sprachassimilierte Studenten an Universitäten und Fachhochschulen in der Deutschschweiz, die mindestens einmal in der Woche das Internet nutzen. An der Onlineumfrage nahmen 502 Personen teil, welche zu 50% Männer waren und zu 50% weiblichen Geschlechts.

Von Interesse für diese Studie sind insbesondere folgende Erkenntnisse:

Das Internet ist bei den Befragten mit Abstand das meist genutzte Medium. Mobiles Internet wird jedoch nur von etwa der Hälfte der Befragten genutzt. Wenn mobiles Internet genutzt wird, dann aber meistens täglich. Am seltensten werden Zeitschriften gelesen mit einem Anteil von 18%. Das Nutzungsmotiv für das Internet ist in erster Linie Ablenkung und Unterhaltung. Auch wenn es ums Dazulernen, den schnellen Überblick über aktuelle Ereignisse oder Hintergrundinformationen geht, steht das Internet meist an erster Stelle. Am meisten interessiert die Befragten Teilnehmenden nationale/internationale Nachrichten sowie das Thema Studium/studentisches Leben. Befragte welche angegeben haben, dass sie NZZ Campus nutzen, interessieren sich deutlich mehr für die Themen „Studium/studentisches Leben“, „Tipps zu Berufseinstieg/Karriere“ und „Erfahrungsberichte aus dem Berufsleben“ als die Nicht-Nutzer. Weiter zeigen sie auch grösseres Interesse an Themenbereichen wie „nationale/internationale Nachrichten“ und an „Kultur und Wirtschaft“.

Die Marke NZZ Campus erfreut sich einer hohen Bekanntheit. Bei der offenen Frage nach Medienangeboten für Studenten ist „NZZ Campus“ mit 17% das meistgenannte Angebot. Gestützt haben 70% der Befragten schon einmal etwas von NZZ Campus gehört. Wer im Kanton Zürich wohnt

oder studiert, kennt NZZ Campus deutlich häufiger als befragte Personen aus anderen Regionen der Schweiz. Weiter ist NZZ Campus an Universitäten signifikant präsenter als an Fachhochschulen. Studenten der Sozial-/Geistes-/Kultur- und Wirtschaftswissenschaften nutzen das Angebot deutlich häufiger als Studenten anderer Fachrichtungen. Von den NZZ Campus Produkten ist das Magazin mit Abstand das bekannteste (56%), gefolgt von der Wochenendseite (20%), der Webseite (15%) und der Montagsseite (12%). 37% der Befragten kennen keines der Produkte von NZZ Campus. Jeder dritte Befragte der angegeben hat die NZZ Campus Webseite zu kennen besucht die Webseite mindestens mehrmals pro Monat. Die Webseite wird von ihren Nutzern insgesamt als gut bis sehr gut bewertet und die Befragten finden diese vorallem glaubwürdig, kompetent, informativ, modern, sympathisch und vielseitig. Am wenigsten Zustimmung erhielten Aussagen wie „inspirierend“ und „mir nah“. Die Befragten Studenten waren sich einig, dass der Titel „NZZ Campus“ sofort klar macht, an wen sich das Angebot richtet. Ein Grossteil der Befragten findet das NZZ Campus nur etwas für junge Leute sei bzw. Berufseinsteiger nicht mehr anspreche. 20% der Campus Nutzer würden das NZZ Campus Angebot vermissen, gäbe es dies nicht mehr. 55% haben jedoch angegeben sie würden es eher gar nicht vermissen.

## 2.3 EXPERTENINSPEKTION

Um einen ersten Überblick der Campus Webseite zu erhalten und gleichzeitig bereits erste Hinweise auf Schwachstellen zu finden wurde die Methode der Experteninspektion mittels eines Expertenleitfadens gewählt. Der Vorteil dieser Methode liegt in der vergleichweisen schnellen Durchführbarkeit und der Tatsache, dass für die Anwendung eines Expertenleitfadens kaum methodische Kenntnisse notwendig sind. Ziel dieses Verfahrens ist es , in einem Prozess der Selbstkontrolle gestalterische Mängel allgemeiner Art (z.B. fehlende Funktionen oder Hilfestellungen) ohne Nutzerbeteiligungen aufzudecken (Sarodnick & Brau, 2011). Zur Experteninspektion der NZZ Campus Webseite wurde Web Usability Index (WUI) verwendet. Der Web Usability Index (WUI) ist ein einfach standardisierte Methode zur Messung von Usabilityaspekten von Webseiten . Der WUI basiert auf der Grundidee des Keevil Usability Index, einer Checkliste von Fragen, entwickelt von Keevil & Associates (1998, in Harms et al. 2002). Im WUI wird die zu evaluierende Web Site nach Merkmalen bewertet, die nach den Kategorien Navigation und Orientierung, Interaktion und Informationsaustausch, Aktualität und Qualität, Informations- und Textdesign, Auffindbarkeit und Zugänglichkeit in einer Microsoft Excel-Tabelle zusammengefasst sind. Zur Kritik des Verfahrens muss darauf verwiesen werden das der WUI seit 2002 aus Kapazitätsgründen nicht mehr weiterentwickelt werden konnte und entspricht folglich nicht mehr dem aktuellen Stand der Technik. Der WUI kann jedoch den Einstieg in eine tiefergehende Usability Evaluation bilden, indem er eine erste Einschätzung der Usability-Mängel einer Website liefert und das Bewusstsein dafür weckt, dass eine detaillierte Evaluation nötig ist (Harms et al. 2002).

## NAVIGATION UND ORIENTIERUNG

### NAVIGATION

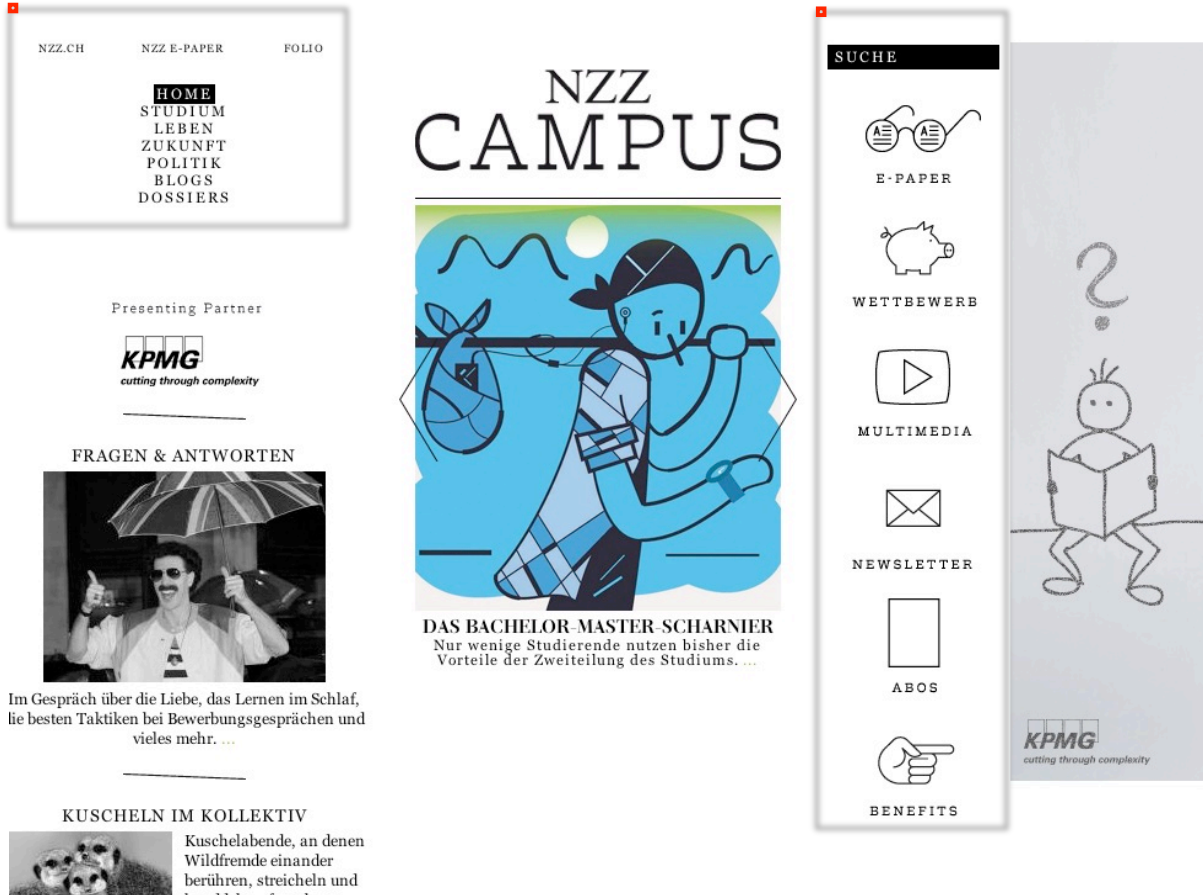


Abbildung 1: NZZ Campus Navigationsleisten

### Bewertung WUI:

1. Navigation und Orientierung		
Navigation		
Ist der Navigationsbereich immer verfügbar?	gut	↕
Befindet sich der Navigationsbereich immer an der selben Stelle?	gut	↕
Ist immer ein Home-Button vorhanden?	Sehr gut	↕
Ist immer ein Link zur nächst höheren Hierarchiestufe vorhanden?	ausreichend	↕

Die NZZ Campus Webseite besteht aus zwei Hauptnavigationen. Dem primären Navigationsbereich links mit den Links zum den Bereichen Home, Studium, Leben, Zukunft, Politik, Blogs und Dossiers sowie dem sekundären Navigationsbereich rechts mit der Suchfunktion und den Links zu den Bereichen E-Paper, Wettbewerb, Multimedia, Newsletter, Abos, Benefits, Meistgelesen, zuletzt kommentiert und in Kürze. Die beiden Navigationsbereiche befinden sich, sofern sie auf den unteren Hierarchiestufen vorhanden sind, immer an der selben Stelle. Der primäre Navigationsbereich ist auf allen Hierarchiestufen vorhanden und bleibt unverändert. Auf der Homeseite bewegt sich der primäre Navigationsbereich beim herunterscrollen mit, er ist somit immer ersichtlich und verfügbar, dies könnte man auch auf den unteren Hierarchiestufen umsetzen. Der sekundäre Navigationsbereich ist auf den Haupthierarchiestufen Home, Studium, Leben, Zukunft, Politik, Blogs und Dossiers und der zweiten Hierarchiestufe im Bereich Dossiers vorhanden. Auf den tiefer liegenden Hierarchiestufen wechselt dieser seine Position in die Mitte, ans untere Ende der Seite. Der Link zur Homepage ist auf jeder Hierarchiestufe vorhanden. Einen Link zur jeweilig nächst höheren Hierarchiestufe fehlt jedoch durchgehend.

## ORIENTIERUNG

### Bewertung WUI:

Orientierung		
Gibt es eine "sekundäre" bzw. "alternative" Homepage?	N/Z	↕
Kann die Pfadanzeige als Orientierungshilfe bei der Navigation dienen?	befriedigend	↕
Gibt es visuelle Orientierungshinweise, die anzeigen, dass man nach unten scrollen kann?	gut	↕
Ist immer ein Link zur Hilfefunktion vorhanden?	N/Z	↕

Die Pfadanzeige unterstützt im Grossen und Ganzen die Orientierung bei der Navigation durch die Webseite.

### Homepage

Befindet man sich auf der Homepage lautet der Pfad: <http://campus.nzz.ch/>.

### Hirarchiestufe 1

Auf der nächsten Hirarchiestufe folgt hinter dem Schrägstrich, die Bezeichnung für diese Hirarchiestufe, die Bezeichnung ist identisch mit der Bezeichnung in der Navigationsleiste. Wählt man beispielsweise den Bereich „Studium“ lautet der Pfad nun <http://campus.nzz.ch/studium>. Dies ist bei allen Seiten der ersten Hirarchiestufe identisch. Ausser bei den folgenden Ausnahmen: wenn man auf den Bereich „Wettbewerb“ klickt, lautet der Pfad <http://campus.nzz.ch/verlosung> oder im Bereich Newsletter lautet der Pfad <http://campus.nzz.ch/abonnemente/campus>. Weiter stösst man in verschiedenen Bereichen der Webseite auf Artikel, die dem Pfad <http://campus.nzz.ch/special> untergeordnet sind. Einen Bereich „Special“ gibt es jedoch in keiner der Navigationsleisten. Gibt man den Pfad <http://campus.nzz.ch/special> manuell ein gelangt man jedoch auf den Bereich mit dem Titel „Special“ mit einer Sammlung von 9 Pages mit diversen Artikeln.

### Hirarchiestufe 2

Die Pfade der zweiten Hirarchiestufe sind ebenfalls logisch aufgebaut und beinhalten den Pfad der Homepage + den Pfad der Hirarchiestufe 1 + den Titel der Seite (bzw. des Artikels). Wählt man beispielsweise im Bereich „Studium“ den Artikel „Wir sind Eins“ lautet der Pfad folgendermassen: <http://campus.nzz.ch/studium/wir-sind-eins>. Dies wird durchgehend eingehalten.

### Hirarchiestufe 3

Es gibt nur wenige Seiten auf der NZZ Campus Webseite die bis zur dritten Hirarchiestufe ausgebaut sind. Beispielsweise im Bereich „Multimedia“ ist es Möglich den z.B. Bereich „Audio“ auszuwählen, auf welchem man eine Auflistung von Podcasts findet, welche man anwählen kann und auf eine weitere Hirarchiestufe gelangt. Die Pfade zu diesen Hirarchiestufen lauten dann aber nicht <http://campus.nzz.ch/multimedia/audio/name-des-podcasts> sondern <http://campus.nzz.ch/podcasts/name-des-podcasts> obwohl es den Bereich „Podcasts“ ausserhalb des Bereichs „Audio“ nicht gibt.

Es gibt keine visuellen Orientierungshinweise, die anzeigen, dass man auf der Seite nach unten scrollen kann. Jedoch sind die Artikel bzw. Bilder jeweils so angeschnitten, dass es offensichtlich ist, dass sie nach unten fortsetzend sind und somit klar wird, dass man weiter nach unten scrollen kann.

## HIRARCHIE

### Bewertung WUI:

Hierarchie	
Hierarchische Einteilung der Seite erleichtert die Orientierung?	Sehr gut
Aktueller Standpunkt in der Hierarchie ist klar erkennbar (wo bin ich)?	ausreichend

Die Hirarchiestufen wurden im letzten Bereich bereits erläutert. Sie sind sehr simple und logisch aufgebaut. Es gibt Grundsätzlich die Homepage und zwei darunter liegende Hirarchiestufen. Nur in ganz wenigen Bereichen gibt es eine dritte Hirarchiestufe, was die Navigation durch die Seite sehr einfach gestaltet. Obwohl die Hirarchiestufen einfach aufgebaut sind, ist optisch nicht immer ganz klar wo der aktuelle Standpunkt in der Hirarchie ist, da in der Navigation jeweils nur die Seiten der Hirarchiestufe 1 aufgeführt und angewählt sind.

## SUCHE

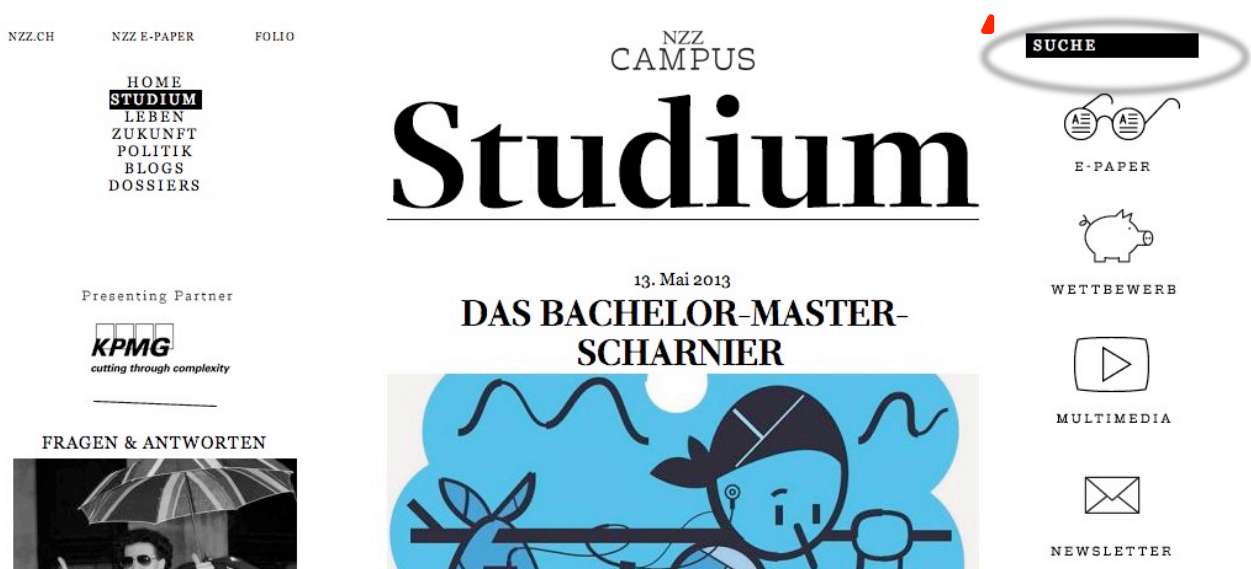


Abbildung 2: NZZ Campus Suchfunktion auf der Homepage

### Bewertung WUI:

Suche	
Such-Tool für Websites vorhanden?	gut
Link zu einer Suchfunktion auf der Hauptseite vorhanden?	Sehr gut
Ist ein Index vorhanden?	mangelhaft

Die NZZ Campus Webseite verfügt über eine Suchfunktion. Die Suchfunktion ist Bestandteil des sekundären Navigationsbereiches und ist somit wie dieser auf den Haupthirarchiestufen Home, Studium, Leben, Zukunft, Politik, Blogs und Dossiers und der zweiten Hirarchiestufe im Bereich Dossiers vorhanden. Im Gegensatz zum sekundären Navigationsbereich, welcher auf den tiefer liegenden Hirarchiestufen seine Position verändert, ist die Suchfunktion jedoch auf allen Hirarchiestufen an der selben Stelle vorhanden. Es könnte sein, dass die Suchfunktion aufgrund ihrer Farbe „schwarz“ schnell übersehen wird. Sie entspricht optisch anderen Layoutelementen wie beispielsweise einem ausgewähltem Navigationsbereich (Abbildung 2: z.B. dem ausgewählten Bereich Studium). Dies könnte laut dem Gesetz der Ähnlichkeit, welches besagt, dass ähnlich aussehende Objekte als Gruppe wahrgenommen werden (Sarodnick & Brau, 2011) zur Folge haben, dass der User sie ebenfalls als Layoutelement wahrnimmt und die Funktion übersieht.

Ein Index innerhalb der Suchfunktion ist nicht vorhanden. Dem User werden keine Suchvorschläge unterbreitet und die Suchfunktion verfügt über eine geringe Fehlertoleranz. Sucht man beispielsweise nach dem Artikel „Doktor FH“ und benützt hierzu das Suchwort „Doktor“ und vertauscht ausversehen zwei Buchstaben z.B. „Dotkor“ liefert die Suchfunktion keine Ergebnisse. Die Suchergebnisse werden im Unterschied zur übrigen Webseite nicht nach Datum, sondern nach Relevanz dargestellt.

## SITE MAP

### Bewertung WUI:

Site Map		
Site map ist vorhanden?	gut	↕
Links in der site map sind korrekt?	gut	↕
Überschriften sind korrekt gekennzeichnet?	Sehr gut	↕
Zwei, drei top-level Überschriften sind vorhanden?	gut	↕

Das Site Map entspricht dem Navigationsbereich auf der NZZ Campus Webseite. In dem Site Map vorhanden sind alle Links zu den Seiten der Hierarchiestufe 1, fehlend ist wie bereits erwähnt der Bereich „Specials“. Die Überschriften sind korrekt gekennzeichnet. Die Links entsprechen, mit wenigen, oben erwähnten Ausnahmen den Überschriften und sind somit grösstenteils korrekt.

## LINKS

### Bewertung WUI:

Links		
Sind Links immer als solche zu erkennen?	gut	↕
Folgen Links einem seiteninternen Standard (Unterstreichung, Farbgebung, Icons)?	gut	↕
Sind besuchte Links gekennzeichnet (z. B. durch Farbwechsel)?	mangelhaft	↕
Sind Informationen vorhanden, die anzeigen, wohin ein Link führt (z. B. Texte, Mouseover)?	befriedigend	↕
Ist eine größere Anzahl von Links durch Überschriften gegliedert?	Sehr gut	↕
Gibt es auf jeder Seite mindestens einen weiterführenden Link?	Sehr gut	↕
Gibt es Hinweise auf die Größe der Datei, bevor man sie herunterlädt?	mangelhaft	↕
Gibt es Hinweise auf das Format der Datei, bevor man sie herunterlädt?	Sehr gut	↕
Sind die Thumbnail-Bilder groß genug für eine Vorschau?	N/Z	↕

Die Links auf der Webseite sind meistens sehr gut erkennbar. Auf den Hierarchiestufen 1-3 ist jeweils oben in der Mitte das NZZ Campus Logo, welches beim klicken zurück auf die Homepage führt. Diese Funktion, ist nicht direkt ersichtlich. Grundsätzlich werden Textbereiche, welche Links beinhalten schwarz wenn man mit dem Cursor darüber fährt. Einige wenige beinhalten keine Farbgebung sondern eine Unterstreichung. Besuchte Links sind nie gekennzeichnet. Es ist also nicht ersichtlich, welchen Artikel man beispielsweise bereits gelesen hat und welchen nicht. Aufgrund des einfachen Seitenaufbaus ist immer klar wohin einem ein Link führt. Mit Ausnahme von Links welche auf die externe Seite [www.nzz.ch](http://www.nzz.ch) führen. Bei diesen Links ist oft nicht klar, dass man nun die NZZ Campus Webseite verlässt. Im Bereich „Wettbewerb“ gibt es diverse Links zu Wettbewerben. Bei einigen Links werden dafür neue Fenster geöffnet, bei den weiteren gelangt man auf eine tiefer liegende Hierarchiestufe. Jede Seite der NZZ Campus Webseite beinhaltet weiterführende Links.

### Das Rezept zum Downloaden

Damit du das Rezept auch ausdrucken, als Einkaufsliste benutzen, an die Kühlschranktür heften oder ~~anonym~~ an deine Freundin schicken kannst, bieten wir es auch als **PDF** an.

Guten Appetit.

Abbildung 3: PDF Download Rotkabissalat

Auf der Seite gibt es generell wenige Dokumente zum Downloaden. Sie sind jeweils beschriftet mit dem Format, jedoch ist nicht ersichtlich wie gross die Dokumente sind.

## QUERVERWEISE

### Bewertung WUI:

Querverweise		
Querverweise zu anderen Teilen der Website sind gekennzeichnet?	<input type="text" value="gut"/>	⬆️⬆️
Querverweise zu anderen Sites sind speziell gekennzeichnet (z. B. durch "extern")?	<input type="text" value="mangelhaft"/>	⬆️⬆️

ABONNEMENTE

## NICHT LANGE STUDIEREN: PROFITIEREN

«NZZ-Campus» kostenlos bestellen Verbleib auf Campus

Bestelle das Magazin «NZZ-Campus» kostenlos und bequem nach Hause.

[Jetzt bestellen](#)

---

5 Wochen kostenlos testen Verbleib auf Campus

«NZZ-Campus» bietet dir 5 Wochen lang die «NZZ am Sonntag» oder die «Neue Zürcher Zeitung» an. Profitiere jetzt von diesem Angebot! Fülle dazu einfach das untenstehende Formular aus.

[Jetzt testen](#)

---

40% Rabatt auf alle Abonnente Weiterleitung zu nzz.ch

Studierende erhalten die Abos der NZZ mit einem Studentenrabatt von 40%!

[Jetzt bestellen](#)

Abbildung 4: Querverweise auf der Campus Webseite

Querverweise innerhalb der Webseite sind klar. Führen Querverweise auf eine externe Webseite beispielsweise NZZ.ch ist dies nicht immer sofort ersichtlich (siehe Abbildung 4).

## LISTEN

### Bewertung WUI:

Listen		
Gewähltes Format der Listen ist angemessen für Art der Information?	<input type="text" value="Sehr gut"/>	⬆️⬆️
Aufzählungen sind konsistent im Format?	<input type="text" value="Sehr gut"/>	⬆️⬆️

Klassische Listen gibt es auf der NZZ Campus Webseite nicht. Es gibt beispielsweise eine Auflistung der Artikel unter einem Bereich. Diese sind jedoch klar voneinander getrennt, durch eine grosse

Überschrift, einem Bild und einem kurz Text. Das gewählte Format ist dem Newsbereich angemessen und die Aufzählungen sind konsistent im Format.

## INTERAKTION UND INFORMATIONSAUSTAUSCH

### BENUTZER-ORIENTIERTE FÜHRUNG

#### Bewertung WUI:

Gibt es eine Skip-Intro-Funktion für Animationen der Begrüßungsseite (Leitseite)?	N/Z	⬆
<b>Benutzer-Orientierte Führung</b>		
Ist der Titel ("Title-Tag") der Website aussagekräftig in Bezug auf den Inhalt?	Sehr gut	⬆
Enthält die Web Site eine Einführung in ihr Themengebiet (z. B. Einleitung)?	mangelhaft	⬆
Repräsentieren die einzelnen Themen Teile des beschriebenen Inhalts?	Sehr gut	⬆
Gibt es die Möglichkeit mit einer Tour durch die Site geführt zu werden?	mangelhaft	⬆

Da es kein Intro auf der Startseite der Homepage gibt wurde die Skip-Intro-Funktion im WUI nicht bewertet. Der Titel der Webseite ist sehr gut, da er mit nur zwei Worten, den Inhalt der Webseite aussagekräftig beschreibt. Durch die Bezeichnung „NZZ“ wird klar, dass diese Seite zum Medienunternehmen „Neue Zürcher Zeitung“ gehört. Der Begriff Campus, welcher Universitätsgelände bzw. Hochschulzentrum (duden.de, 2013) steht, macht klar, dass sich die Inhalte auf der Seite weitgehend auf das Thema Studium beziehen. Die Webseite enthält keine Einführung in ihr Themengebiet. Dies könnte mit einer kurzen Beschreibung der Webseite auf der Homepage, verbessert werden. Die einzelnen Thementeil sind sehr klar, auf den durch den Titel vorgegeben Inhalt der Webseite, fokussiert. Sie konzentrieren sich gezielt auf den Themenbereich Studium, bzw. auf den Lebensraum klassischer Studenten. Die Möglichkeit mit einer Tour durch die Seite geführt zu werden fehlt auf der NZZ Campus Webseite. Da sich die Seite auf den ersten Blick etwas komplex präsentiert, wäre dies sicherlich eine gute Hilfe, um den Einstieg in die Webseite zu erleichtern. Die NZZ Campus Webseite enthält diverse multimediale Inhalte. Es wäre denkbar den Usern eine „Guided-Tour“ auf der Homepage mittels eines Videos zur Verfügung zu stellen.

### BENUTZERFRAGEN

#### Bewertung WUI:

<b>Benutzerfragen</b>		
Sind Frequently Asked Questions (FAQ) vorhanden?	mangelhaft	⬆
Ist eine Kontaktaufnahme auch konventionell (Post, Telefon, Anfahrtsskizze) möglich?	Sehr gut	⬆
Gibt es fragen-spezifische Kontaktstellen (Webmaster, Inhalt)?	gut	⬆
Sind Kontakt-Formulare kürzer als eine Seite?	Sehr gut	⬆

Frequently Asked Questions (FAQ's) sind auf der Seite nicht vorhanden. Jedoch gibt es eine Kommentar-Funktion bei jedem Artikel. Diese Funktion ist kurz und übersichtlich und lässt inhaltliche Kommentare zu. Unter dem Bereich „Kontakt“ findet man die Adresse des NZZ Campus Verlags, sowie jeweils eine spezifische E-Mail Adresse zu den Bereichen Redaktion, Verlag und Werbung. Dies ermöglicht den Zugang zu spezifischen Kontaktstellen. Jedoch nur mittels E-Mail und nicht mittels eines Kontakt-Formulars.

## GLOSSAR

### Bewertung WUI:

Glossar	
Ist ein Glossar vorhanden?	mangelhaft
Sind alle spezifischen Begriffe erklärt?	N/Z
Einträge sind in alphabetischer Anordnung?	N/Z
Akronyme sind korrekt behandelt?	N/Z
Definitionen sind konsistent mit dem Gebrauch in der Website?	N/Z
Von anderen Seiten übernommene Begriffe und Definitionen sind gekennzeichnet?	N/Z

Einen Glossar gibt es auf der Seite nicht. Deshalb wurde dieser Bereich im WUI nicht bewertet. Ein Glossar für Begriffsdefinitionen ist jedoch im Bereich der Online Newspapers unüblich. Dies zeigt eine Konsultation der Webseiten der vier grössten Tageszeitungen in der Schweiz ([www.20min.ch/](http://www.20min.ch/), [www.blick.ch/](http://www.blick.ch/), [www.tagesanzeiger.ch/](http://www.tagesanzeiger.ch/) und [www.nzz.ch/](http://www.nzz.ch/)). Auf keiner dieser Websites befindet sich ein Begriffsglossar. Was jedoch ab und zu praktiziert wird, ist ein Inhaltlicher Glossar. Auf der Abbildung 5 befindet sich ein Beispiel eines Inhaltlichen Glossars der 20 Minuten Webseite. Ein solcher inhaltlicher Glossar könnte eine gezielte Suche nach spezifischen Themengebieten auf der Campus Webseite ebenfalls erleichtern.

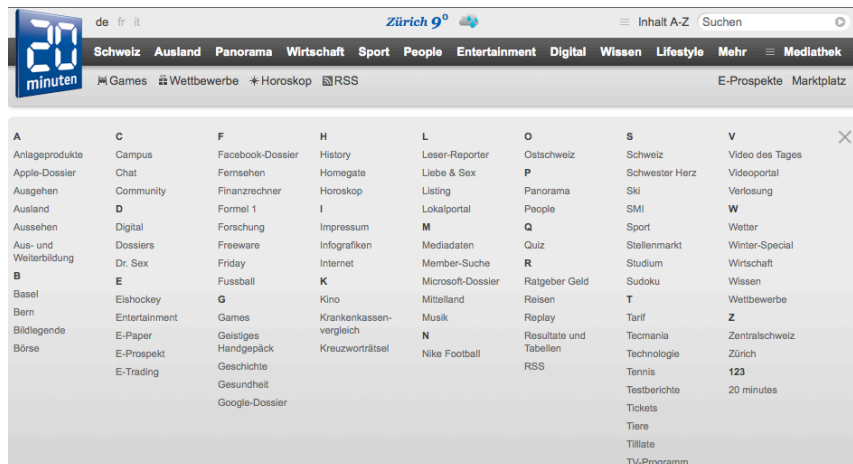


Abbildung 5: Inhaltlicher Glossar auf [www.20min.ch](http://www.20min.ch)

## MELDUNGEN

### Bewertung WUI:

Meldungen	
Meldungen (zum Beispiel Fehlermeldungen) sind vorhanden und akkurat?	Sehr gut
Format der Meldungen ist korrekt?	Sehr gut
Stil der Meldungen ist konsistent?	Sehr gut
Meldungen sind so kurz wie möglich gehalten?	Sehr gut

Die Fehlermeldungen (siehe Abbildung 6, am Beispiel eines Onlineformulars) auf der NZZ Campus Webseite sind akkurat und vorhanden. Das Format der Meldungen ist korrekt und der Stil der Meldungen konsistent. Der Nutzer wird optimal darauf hingewiesen, welche Informationen fehlen, und wie dieser Mangel behoben werden kann. Zudem werden die entsprechenden Felder markiert. Der Nutzer wird somit in der Behebung seines Fehlers bestmöglich unterstützt. Weiter ist klar gekennzeichnet welche Felder Pflichtfelder sind und welche optional.

# NZZ CAMPUS

Das Feld Anrede ist erforderlich.  
 Das Feld PLZ/Ort ist erforderlich.  
 Das Feld E-Mail ist erforderlich.  
 Die Wort-Überprüfung wurde nicht korrekt abgeschlossen. Bitte schließen Sie diese Überprüfung ab und versuchen Sie es erneut.

ABONNEMENTE

## NICHT LANGE STUDIEREN: PROFITIEREN

### «NZZ-Campus» kostenlos bestellen

Bestelle gratis die aktuelle Ausgabe von «NZZ-Campus» oder das Abonnement mit vier Ausgaben im Jahr. Wenn du auch zwischen durch laufend informiert werden willst, dann abonniere unseren E-Mail-Newsletter. Fülle dazu einfach das untenstehende Formular aus.

#### BESTELLUNG \*

- «NZZ Campus»-Magazin, aktuelle Ausgabe
- «NZZ Campus»-Magazin, Abo, 4 x pro Jahr (Lieferungen ins Ausland sind nicht möglich. Gerne verweisen wir hierzu auf unsere iPad-App)
- «NZZ Campus»-Newsletter, alle zwei Wochen

#### ADRESSE

Anrede \*

Vorname \*

Name \*

Firma/Zusatz

Strasse/Nr. \*

Postfach

PLZ/Ort \*

Land \*

E-Mail \*

Telefon

Deine Daten werden vertraulich behandelt und nicht an Dritte weitergegeben.

#### Wort-Überprüfung \*

(Audio-basierte Verifizierung)

Geben Sie die Zeichen ein, die im oben gezeigten Bild zu sehen sind. Wenn die Zeichen unlesbar sind, senden Sie das Formular ab und ein neues Bild wird generiert. Groß- und Kleinschreibung wird nicht beachtet.

Abbildung 6: Onlineformular auf NZZ Campus

## ROLLE DER BENUTZER

### Bewertung WUI:

Rolle der Benutzer	
Werden den Benutzern Rollen zugewiesen (z. B. Kunde, Informationssuchender etc.)?	Sehr gut
Werden mögliche Rollen der Benutzer ausdrücklich angesprochen (z. B. um ihm/ihr seine Rolle deutlich zu machen)?	gut
Entspricht diese Rolle den potenziellen Erwartungen und Zielen der Benutzer?	Sehr gut

Die NZZ Campus Webseite verfolgt ein klares und begrenztes Zielpublikum, Studierende und Absolventen. Die NZZ Campus Webseite möchte Studierende und Absolventen informieren und unterhalten. Die Rolle der Benutzer ist also klar, sie sollen auf der Seite surfen, sich unterhalten sowie gezielte Informationen bezogen auf das spezifische Lebensmodell der Studierenden finden.

## ROLLE DES SITE-BETREIBERS

### Bewertung WUI:

Rolle des Site-Betreibers	
Wird dem Site-Betreiber eine Rolle zugewiesen (z. B. Anbieter von Information oder Dienstleistungen etc.)?	Sehr gut
Werden mögliche Rollen des Site-Betreibers ausdrücklich angesprochen (z. B. um seine Rolle deutlich zu machen)?	Sehr gut

Wie bereits im letzten Punkt erwähnt möchte die NZZ Campus Webseite Studierende und Absolventen informieren und unterhalten. Dies geschieht auf der NZZ Campus Webseite sehr Zielpublikums nah, in dem beispielsweise Studierende für die NZZ Campus Webseite im Bereich „Blogs“ bloggen. Somit ist sichergestellt, dass die Inhalte der Webseite die Studierenden spezifisch auf ihre Bedürfnisse ausgerichtet unterhalten und informieren.

## AKTUALITÄT UND QUALITÄT

### AKTUALITÄT DER INFORMATIONEN

#### Bewertung WUI:

3. Aktualität und Qualität	
<b>Aktualität der Informationen</b>	
Sind die angebotenen Informationen auf dem aktuellen Stand?	Sehr gut
Sind die angebotenen Informationen mit einem Datum versehen (z. B. Datum des ersten Eintrags, der letzten Änderung)?	Sehr gut
Sind neue Informationen als solche gekennzeichnet?	gut
Sind Links zu externen Quellen funktionsfähig, also keine "toten" Links?	Sehr gut
Gibt es einen automatischen Benachrichtigungsservice für neue Informationen (z. B. via E-Mail, Newsletter)?	Sehr gut

Da es sich bei der NZZ Campus Webseite um eine Newsblog-Webseite handelt, werden laufend neue Berichte hinzugefügt. Die angebotenen Informationen sind somit aktuell. Jeder Artikel bzw. Bericht ist mit einem Datum oberhalb des Titels versehen. Es lässt sich somit schnell identifizieren (bspw. auch innerhalb der Dossiers, wo diverse Artikel zusammengebündelt sind), wie aktuell die Informationen sind. Neue Berichte sind nicht explizit als „neu“ gekennzeichnet, sie befinden sich jedoch immer zuoberst in dem jeweiligen Themenbereich (siehe Abbildung 7).

The screenshot shows the NZZ Campus website interface. At the top, there's a search bar and navigation icons for 'JOB', 'E-PAPER', 'WETTBEWERB', 'MULTIMEDIA', 'NEWSLETTER', and 'AROS'. The main content area displays three articles sorted by date:

- GRÜNDEN JA - ABER WIE?** (24. Mai 2013): Am zweiten Responsible Career Day gaben Unternehmer Basic-Tipps für Startup-Gründer...
- IM FALSCHEN JOB GELANDET** (14. Mai 2013): Der innere Kompass, Bewerbungs-Know-how und eine Portion Glück helfen wieder raus, wenn man trotz Studium im Absicht gelandet ist...
- DANK MENTORING IN DER ARBEITSWELT FUSS FASSEN** (29. April 2013): Kein Geld für Wahlen in Luzern

The left sidebar contains various sections like 'HOME', 'EDUCATION', 'LIFE', 'FLORA', 'ANALYTIK', 'WIRTSCHAFT', 'REISEN', 'KUNST', 'SPORT', 'KULTUR', 'WISSEN', 'GESUNDHEIT', 'MAGAZIN', 'DOKUMENTARIE', 'REPORTAGE', 'INTERVIEW', 'ANALYSE', 'KOLUMNE', 'GASTARTIKEL', 'KORREKTUR', 'REDAKTION', 'KONTAKT', 'IMPRESSUM', 'DATENSCHUTZ', 'AGB', 'NACHRICHTEN', 'FEEDBACK', 'KONTAKT', 'REDAKTION', 'KONTAKT', 'REDAKTION', 'KONTAKT'.

Abbildung 7. Artikel nach Datum sortiert

Ausser im Bereich der Suchfunktion ist dies nicht der Fall. Wird nach einem Begriff gesucht, werden die Artikel nach Relevanz und nicht nach ihrem Erscheinungsdatum sortiert (siehe Abbildung 8).

1-10 von 150

- 30. November 2011

**DER MASTER-PLAN**

Der **Master**-Plan ... Herr Loprieno, Studierenden, diesen Herbst Bachelorstudium aufgenommen haben, noch automatisch **Master** zugelassen werden ... Ich glaube, man muss zunächst darüber einigen, man «automatisch» versteht. Alle Studierenden, diesen Herbst angefangen haben, werden Möglichkeit haben, in **Master** einzusteigen. Ob **Master** ist, jetzigen Zeitpunkt ...
- 13. Mai 2013

**DAS BACHELOR-MASTER-SCHARNIER**

Das Bachelor-**Master**-Scharnier ... Die Einführung Bachelor **Master** erleichtert Wechsel zwischen Fächern Hochschulen. Trotzdem folgen viele Studierende alten Lizentiats-Strukturen ... Studierenden kaum wahrgenommen werden. Die Übertrittsquote **Master** Schweiz extrem ...
- 30. Oktober 2012

**MASTER, ARBEITSLOS**

**Master**, arbeitslos ... Neulich traf alten Studikollegen, gerade eben Genf zurückgekehrt ist. Wir haben zusammen Bachelor internationalen ...

Abbildung 8: Artikelsortierung in der Suchfunktion

Es würde den Umfang dieser Arbeit sprengen, bei jedem Artikel, welcher auf der Campus Webseite archiviert ist, zu prüfen ob die externen Links funktionieren. Im Rahmen der Inspektion der Webseite waren jedoch alle überprüften Links zu externen Quellen auf der NZZ Campus Webseite funktionsfähig. Dies traf beispielsweise auch auf ältere Artikel aus dem Jahr 2009 zu. Aus diesem Grund wurde dieses Kriterium im WUI als sehr gut bewertet. Auf der Campus Webseite gibt es einen Bereich „Newsletter“, welcher die angemeldeten Nutzer alle zwei Wochen automatisch über die neusten Informationen auf der Webseite benachrichtigt.

## ZUORDENBARKEIT UND GENAUGIGKEIT DER INFORMATIONEN

### Bewertung WUI:

Zuordenbarkeit und Genauigkeit der Informationen		
Gibt es ein Impressum, das die Benutzer über den Site-Betreiber informiert?	Sehr gut	⬆️
Sind Name, Position und Referenzen von Autoren von Beiträgen angegeben?	Sehr gut	⬆️
Werden Quellen zu den angebotenen Informationen genannt?	Sehr gut	⬆️
Sind die angebotenen Informationen frei von Tipp-, Rechtschreib- und Grammatikfehlern?	Sehr gut	⬆️
Werden Bezeichnungen korrekt und konsistent verwendet?	N/Z	⬆️
Angaben über Verwendung von personenbezogenen Informationen des Benutzers wurden gemacht?	befriedigend	⬆️
Werden Abkürzungen beim ersten Gebrauch eingeführt und erläutert?	N/Z	⬆️
Werden Fachbegriffe beim ersten Gebrauch eingeführt und erläutert?	N/Z	⬆️

Bei jedem publizierten Bericht ist jeweils namentlich erwähnt wer der Autor des Berichtes ist. Um nähere Informationen über die Autoren zu erhalten, existiert für die Nutzer ein Impressum auf der Webseite. Das Impressum informiert über die Autoren der Seite wie auch über Site-Betreiber. Name und Position der Autoren und Betreiber werden darin erläutert. Klickt man auf die jeweiligen Namen einer Person, gelangt man zu einer kurzen biographischen Historie der Person.

Quellen zu den angebotenen Informationen werden immer genannt. Des Weiteren sind die angebotenen Informationen frei von Tipp-, Rechtschreib- und Grammatikfehlern. Personenbezogene Informationen der Benutzer müssen angegeben werden, wenn der Benutzer die Kommentarfunktion nutzt oder sich für ein Abonnement oder den Newsletter anmelden möchte. Angaben über die Verwendung von personenbezogenen Informationen der Benutzer werden dabei gemacht (Abbildung 9). Die Informationen sind spärlich aber ausreichend. Dem Benutzer wird erklärt, dass seine Daten vertraulich behandelt werden. In der Kommentarfunktion wird darauf hingewiesen, dass die

Emailadresse nicht publiziert wird. Es ist jedoch zu überlegen ob eine Publikation der Vor- und Nachnamens sinnvoll ist, oder ob an dieser Stelle lieber nach einem Benutzernamen zum Schutz der Nutzer gefragt werden soll, wie dies teilweise auf anderen Webseiten praktiziert wird.

E-Mail \*

Telefon

Deine Daten werden vertraulich behandelt und nicht an Dritte weitergegeben.

Wort-Überprüfung \*



(Audio-basierte Verifizierung)

KOMMENTAR SCHREIBEN ...

VORNAME UND NAME

EMAIL (WIRD NICHT PUBLIZIERT)

SENDEN

Benachrichtige mich, wenn neue Kommentare erstellt wurden.

..

Abbildung 9. Personenbezogene Benutzer Informationen

## INFORMATIONEN- UND TEXTDESIGN

### GRÖSSE UND KONTRAST DER DARSTELLUNG

#### Bewertung WUI:

Größe und Kontrast der Darstellung		
Ist die Schrift groß genug, um erkennbar und lesbar zu sein (z. B. auch bei Seheinschränkungen)?	ausreichend	⬆️
Kontrastiert die Schrift ausreichend mit dem Hintergrund, um erkennbar und lesbar zu sein?	Sehr gut	⬆️
Sind Grafiken groß genug, um erkennbar und lesbar zu sein (z. B. auch bei Seheinschränkungen)?	Sehr gut	⬆️
Kontrastieren Grafiken ausreichend mit dem Hintergrund, um erkennbar und lesbar zu sein?	Sehr gut	⬆️
Sind Icons groß genug, um leicht anklickbar zu sein?	befriedigend	⬆️

Die Schriften auf der NZZ Campus Webseite kontrastieren immer sehr gut mit dem Hintergrund. Die Schriftfarbe ist praktisch immer schwarz und die Hintergrundfarbe weiss. Nur in der Kommentarfunktion und in der Suchfunktion ist der Hintergrund schwarz und die Schriftfarbe weiss, was ebenfalls sehr gut kontrastiert. Die Schrift ist jedoch nicht auf allen Bereichen der Seite gross genug um auch bei Seheinschränkungen gut lesbar zu sein. Beispielsweise der Schriftschnitt im Bereich der unter Navigationsleiste mit den Links zum Impressum und zum Kontakt, ist etwas klein gewählt (Abbildung 10). Dies gilt ebenfalls für die Navigation mit den externen Links im linken Ecken

am oberen Ende der Webseite (Abbildung 11), wie auch für einige kurz Artikel in der rechten Seitenspalte (Abbildung 12).

KONTAKT \* IMPRESSUM \* WERBUNG \* COPYRIGHT  
AGB \* UNTERNEHMEN

Abbildung 10: Untere Navigation

NZZ.CH      NZZ E-PAPER      FOLIO

Abbildung 11: Navigation externe Links



Diese Reportage ist im NZZ Campus Magazin «Wir» im Mai 2013 erschienen.

In dem Magazin stellen wir zudem die enge Welt von jungen Koreanern vor, die sich jahrelang auf die eine, alles entscheidende Prüfung vorbereiten. Wir gehen der Frage nach, ob «wir Eidgenossen» in Deutschland von einem «Schweizerbonus» profitieren und diskutieren mit dem Sozialpsychologen Stephen Reicher, ob Gruppendynamik willenlos macht.

Abbildung 12: Artikel Campus Magazin rechte Seitenspalte

Die Grafiken auf der NZZ Campus Webseite sind immer relativ gross und gut lesbar. Weiter kontrastieren die Grafiken und Bilder farblich in allen überprüften Fällen sehr gut mit dem weissen Hintergrund. Die Icons auf der Webseite sind ebenfalls in den meisten Fällen gross genug um ein effizientes anwählen zu ermöglichen. In einem überprüften Fall waren die Icons jedoch etwas klein und somit gestaltete sich die Anwahl der Icons etwas schwerer (Abbildung 13).



Abbildung 13: Kleine Icons

Die kleinen Icons finden sich jeweils in den Artikeln, sprich auf der dritten Hierarchiestufe und sind für die weitere Verarbeitung der Artikel durch den Nutzer gedacht.

## INFORMATIONSTRUKTURIERUNG

### Bewertung WUI:

Informationsstrukturierung		
Folgt die Anordnung der Informationen der kulturell vorgegebenen Leserichtung?	befriedigend	⬆️⬇️⬆️
Verdeutlicht das Design die Struktur der dargestellten Informationen (z. B. logische und funktionale Beziehungen)?	befriedigend	⬆️⬇️⬆️
Zeigt die Anordnung von Informationen die relative Wichtigkeit und Reihenfolge an?	gut	⬆️⬇️⬆️

Die Anordnung der Informationen auf der NZZ Campus Webseite ist etwas unkonventionell und erfolgt über drei Spalten, welche horizontal über die Webseite verteilt sind. Die mittlere Spalte ist dabei die zentrale Informationsquelle. Der Nutzer wird hier gezwungen sein normales Leseverhalten anzupassen, dies gelingt nach einer kurzen Eingewöhnungszeit relativ schnell. Das Design verdeutlicht die Struktur der dargestellten Informationen nur ungenügend. Dem Leser wird jedoch durch das Design, möglichst viele Artikel präsentiert, was die Verweildauer auf der Seite wahrscheinlich deutlich erhöht, da es sehr einfach ist sich von Artikel zu Artikel zu hangeln. Die Anordnung findet zumindest ab der ersten Hierarchiestufe nach Aktualität statt, was dem Blogstiel der Seite entspricht.

## GESTALTUNG VON ICONS

### Bewertung WUI:

Gestaltung von Icons		
Sind die Icons aussagekräftig und haben sie einen Bezug zu dem, was sie darstellen?	befriedigend	⬆️⬇️⬆️
Sind gängige Icons verwendet worden?	Sehr gut	⬆️⬇️⬆️
Sind die Icons mit erläuternden Texten versehen?	Sehr gut	⬆️⬇️⬆️

Die Icons sind in den meisten Fällen aussagekräftig und haben einen Bezug zu dem, was sie darstellen. Insbesondere ist jedes Icon auf der Webseite mit einem erläuterten Text versehen, was die Interpretation der Icons sehr einfach gestaltet. Für die Drucken-, Senden- und Kommentierenfunktion werden die gängigen Symbole verwendet (siehe Abbildung 13). Bei zwei Icons auf der Webseite war der Sinn und Zweck unschlüssig. Die Animation des Wettbewerb-Glücksschweines (siehe Abbildung 14) steht in keinem Zusammenhang mit dem Thema Wettbewerb und könnte negativ gewertet werden.



Abbildung 14: Wettbewerb Glücksschwein

Weiter wird zudem jeweils am Ende eines Artikel ein Kreuzsymbol (siehe Abbildung 15) als Icon verwendet, welches keine Funktion inne hat.

- Der Senat stellt nun dem Universitätsrat den Antrag, Michael Hengartner zum Rektor zu wählen. Diese Wahl findet am 24. Juni 2013 statt. Amtsantritt ist am 1. August 2014 für eine Amtsdauer von vier Jahren.



Abbildung 15: Kreuzsymbol am Ende eines Artikels

Das Kreuzsymbol wird oft verwendet, um einen Vorgang zu beenden. Dies könnte insbesondere durch die Position des Symbols am Ende der Artikel zu Verwirrungen führen.

## GESTALTUNG VON TEXTINFORMATIONEN

### Bewertung WUI:

Gestaltung von Textinformation		
Sind die Texte für das Zielpublikum verständlich (z. B. Wortwahl, Satzbau, Fachbegriffe)?	gut	⬆️⬇️⬆️
Wird Jargon, der nicht der Zielgruppe entspricht, vermieden bei der Wortwahl?	gut	⬆️⬇️⬆️
Werden Texte durch Überschriften strukturiert?	Sehr gut	⬆️⬇️⬆️
Sind Überleitungen zwischen Abschnitten vorhanden, die das Verständnis verbessern?	N/Z	⬆️⬇️⬆️
Werden längere Texte alternativ in druckbarem Format angeboten (z. B. als PDF-Datei)?	befriedigend	⬆️⬇️⬆️
Entsprechen die Textformatierungen dem Inhalt der Texte?	befriedigend	⬆️⬇️⬆️

Die Texte sind salopp geschrieben aber auch nicht ganz unanspruchsvoll. Da die Zielgruppe jedoch eher intellektuell ist, trifft dies eigentlich auch den Jargon der Zielgruppe. Die Texte sind jeweils sehr übersichtlich strukturiert, da sie durch grosse Überschriften und Bilder von einander getrennt sind. Längere Texte werden nicht als PDF-Datei angeboten, jedoch gibt es in jedem Artikel eine „Drucken-Funktion“ und „Senden-Funktion“, mit welcher sich die Nutzer längere Texte ausdrucken können oder via E-Mail zusenden. Die Textformatierung entspricht nicht immer ganz den Inhalten. Auf der Titelseite gibt es beispielsweise viele verschiedene Texte die unterschiedlich formatiert sind. Die einen Texte sind gross geschrieben, die anderen normal, die einen nehmen mehr Platz auf der Seite ein, die anderen weniger. Die Formatierung ist jedoch unabhängig von der Wichtigkeit des Artikels. Dies könnte dazu führen, dass Nutzer beispielsweise Artikel, welche in der Vorschau gross geschrieben sind als wichtiger interpretieren als Artikel, welche in der Vorschau weniger Platz einnehmen oder mit einer normalen Schrift geschrieben sind.

## GESTALTUNG VON BILDINFORMATIONEN

### Bewertung WUI:

Gestaltung von Bildinformation		
Sind Bilder und Abbildungen für das Zielpublikum verständlich (z. B. Motivwahl, Bildgestaltung)?	gut	⬆️⬇️⬆️
Wurde bei der Motivwahl der interkulturelle Aspekt berücksichtigt?	N/Z	⬆️⬇️⬆️
Werden Bilder und Abbildungen durch Texte erläutert bzw. wird der Bezug zum Text hergestellt?	Sehr gut	⬆️⬇️⬆️
Werden Bilder und Abbildungen in unterschiedlich großen Formaten angeboten (z. B. erst Thumbnail, dann Vollbild)?	mangelhaft	⬆️⬇️⬆️

Die Motivwahl und Bildgestaltung entspricht dem Zielpublikum. Die Bilder sind oftmals eher optisch ansprechend, als dass sie über einen hohen Informationsgehalt verfügen, sie werden jedoch mit einer kurzen Bildunterschrift und einer Quellenangabe erläutert. Die Bilder werden jeweils nur in einem Format auf der Webseite angeboten.

## ÜBERSCHRIFTEN

### Bewertung WUI:

Überschriften		
Überschriften sind kurz und informativ?	gut	↕
Zumindest eine Überschrift pro Seite?	Sehr gut	↕
Jede Überschrift reflektiert eine Aufgabe oder Information?	N/Z	↕

Es existiert auf jeder Seite eine Überschrift und die Überschriften auf der Seite sind kurz, informativ und ansprechend. Die Überschriften haben jeweils die Aufgabe über die Artikel kurz zu informieren und zum lesen des Artikels zu animieren. Unklar ist die Unterteilung in die verschiedenen Hauptüberschriften Studium, Leben, Zukunft, Politik etc. Da diese nicht immer strikt von einander abgrenzbar sind.

## STIL

### Bewertung WUI:

Stil		
Aktiv- und Passivformen sind passend gewählt?	Sehr gut	↕
Zweite Person-Form ist passend gewählt?	Sehr gut	↕
Konventionen für Hervorhebungen sind konsistent und korrekt umgesetzt?	Sehr gut	↕
Übergänge zwischen Themen sind leicht zu lesen?	N/Z	↕
Instruktionen sind im Imperativ?	Sehr gut	↕
Positive Ausdrücke wurden gewählt?	Sehr gut	↕
Level von technischen Begriffen ist angemessen für die Zielgruppe?	Sehr gut	↕

Der sprachliche Stil der Webseite erscheint Zielgruppenspezifisch angemessen. Aktiv- und Passivformen wurden in den überprüften Fällen korrekt verwendet. Der sprachliche Stiel ist eher anspruchsvoll aber aufgrund der spezifisch gewählten Zielgruppe adäquat.

## INTERNATIONALISIERUNG

### Bewertung WUI:

Internationalisierung		
Entsprechen Maßangaben internationalen Standards?	N/Z	↕
Entsprechen Zeitangaben internationalen Standards?	N/Z	↕
Werden Farben kulturübergreifend verständlich verwendet (z. B. Grün ist nur in den USA die Farbe des Geldes)?	N/Z	↕
Sind Icons kulturübergreifend verständlich?	N/Z	↕
Sind Grafiken und Piktogramme kulturübergreifend verständlich?	N/Z	↕
Ist die Sprache kulturübergreifend verständlich (z. B. Wortwahl, Vermeidung von Slang und Modewörtern)?	N/Z	↕
Ist die Metaphorik kulturübergreifend verständlich?	N/Z	↕
Entspricht die Anrede und der Umgangston international üblichen Standards?	N/Z	↕
Ton der Präsentation ist höflich?	N/Z	↕

Die Kriterien der Internationalisierung im WUI wurden nicht bewertet, da es sich um ein deutsch-schweizer Magazin handelt, welches auch gezielt das deutsch-schweizer Publikum ansprechen soll. Aus diesem Grund ist das Kriterium der Internationalisierung im Bezug auf die NZZ Campus Webseite irrelevant.

## TEXTFORMATIERUNG

### Bewertung WUI:

Textformatierung	
Ist das Textformat konsistent in der ganzen Website?	ausreichend
Information wird in lesbaren Blöcken präsentiert?	gut
Hauptthemen sind deutlich von einander abgegrenzt?	gut

Die Informationsblöcke sind insbesondere durch die Bilder und die grossen Überschriften in gut lesbare Böcke abgetrennt. Auch die Hauptthemen sind deutlich voneinander abgrenzbar. Jedoch finden sich oftmals viele verschiedene Schriftarten, Schriftgrössen und Schriftschnitte auf einer Seite, wie in Abbildung 16 deutlich ersichtlich wird. Die Vielfalt der Schriften macht den Charme der Webseite und das spezielle Design teilweise aus, jedoch ist die Anzahl verschiedener Schriften auf einem Webseitenausschnitt oftmals an der oberen Grenze.



Abbildung 16: Textformatierung

## GRAFIKEN/BILDER

### Bewertung WUI:

Grafiken/Bilder	
Grafiken sind konsistent in Schriftart, Layout, und Style?	Sehr gut
Grafiken sind einfach zu interpretieren?	befriedigend
Grafiken passen zu den präsentierten Informationen?	gut
Grafiken sind angemessen beschriftet und nummeriert?	Sehr gut
Jeder Titel wird nur einmal verwendet?	Sehr gut
Grafiken werden im Text erwähnt?	N/Z
Titel und Beschreibungen sind aussagekräftig?	gut

Die Grafiken und Bilder auf der Webseite sind konsistent in ihrem Style und ihrer Schriftart und passen in den meisten Fällen sehr gut zum Layout. Die Bilder sind nicht immer ganz einfach zu

interpretieren, jedoch zählt hier auch mehr die Optik als die Funktionalität, da die Bilder die Nutzer ansprechen und zu den Artikeln locken sollen. Die Grafiken passen diesbezüglich auch jeweils gut den Artikeln. Jedes Bild ist mit einem Titel und der Quelle angemessen beschriftet. In allen überprüften Fällen wurden die Titel jeweils nur einmalig verwendet. Es wurde auf der gesamten Webseite kein Titel doppelt vorgefunden. Zudem sind die Titel und die Beschreibungen immer aussagekräftig. Ausser im Bereich der Wettbewerbe. Mit dem Titel „Bist du Top?“ lässt sich nicht auf den ersten Blick erkennen, dass es in diesem Wettbewerb um Bachelor- und Masterarbeiten geht, obwohl dies sicherlich eine Menge Nutzer ansprechen würde.

## AUFFINDBARKEIT UND ZUGÄNGLICHKEIT

### WEBADRESSE

#### Bewertung WUI:

Webadresse		
Ist die Webadresse so gewählt, dass sie einen sinnvollen Bezug zur Organisation oder zum Unternehmen herstellt?	Sehr gut	⬆️⬇️⬆️
Ist die Webadresse gut zu behalten?	Sehr gut	⬆️⬇️⬆️
Existieren alternative Webadressen für das Angebot (z. B. bekannte Abkürzungen des Namens)?	mangelhaft	⬆️⬇️⬆️

Die Webadresse der Campus Webseite lautet <http://www.campus.nzz.ch>. Diese Webadresse macht Sinn, da die Webadressen der anderen Produkte der Mediengruppe Neue Zürcher Zeitung ebenfalls so aufgebaut sind. Die Webadresse zum Folio beispielsweise lautet <http://www.folio.nzz.ch>. Die Namensgebung Campus ist für dieses Produkt naheliegend, da diese Bezeichnung darauf schliessen lässt, dass es um den Themenbereich Studium geht. Alternative Webadressen für das Angebot existieren nicht.

### TECHNISCHE ZUGÄNGLICHKEIT

#### Bewertung WUI:

Technische Zugänglichkeit		
Kann die Website in verschiedenen Web-Browsern ohne wesentliche Beeinträchtigungen betrachtet werden?	mangelhaft	⬆️⬇️⬆️
Kann die Website mit zwei Browser-Versionen vor der aktuellen ohne wesentliche Beeinträchtigungen betrachtet werden?	N/Z	⬆️⬇️⬆️
Gibt es eine High-Tech- und eine Low-Tech-Variante der Website (z. B. mit/ohne Flash oder 3D)?	N/Z	⬆️⬇️⬆️
Sind Multimedia-Features mit Angaben zu notwendigen Programmen zum Abspielen versehen?	Sehr gut	⬆️⬇️⬆️
Sind Multimedia-Features mit Angaben zur Größe der Applikationen oder Dateien versehen?	Sehr gut	⬆️⬇️⬆️
Gibt es Indexierungshilfen (z. B. beschreibende Texte) für nichtindexierbare Informationen wie Bild- und Tondateien?	N/Z	⬆️⬇️⬆️
Existieren für zentrale Webseiten Metadaten (z. B. Dublin Core Metadaten)?	N/Z	⬆️⬇️⬆️
Existieren für alle Webseiten individuelle Titel als HTML-Title-Tags (z. B. für Lesezeichen, Favoriten und Suchmaschinen)?	Sehr gut	⬆️⬇️⬆️
Ist die Website mit Suchdiensten (z. B. Webkatalogen, Webringen, Suchmaschinen, Linklisten) auffindbar?	Sehr gut	⬆️⬇️⬆️
Werden Video- und Audiodateien in unterschiedlicher Größe und in gepackten und ungepackten Formaten angeboten?	Sehr gut	⬆️⬇️⬆️
Sind alle Grafiken/Bilder und Text druckbar?	Sehr gut	⬆️⬇️⬆️

Die Webseite verhält sich in verschiedenen Web-Browsern unterschiedlich, sie kann jedoch in allen Browsern betrachtet werden. In einigen Browsern (Firefox, Safari) rollt das Frame auf der Titelseite beim Scrollen mit, in anderen Browsern (Google Chrome) bleibt es an Ort und Stelle fest. Alle Multimedia-Features können auf der Webseite ohne Probleme abgespielt werden. Desweiteren besteht jeweils die Möglichkeit die Multimedia-Features (Podcasts und Videos) via iTunes herunterzuladen. Das Icon für den Download via iTunes ist etwas klein und könnte schnell übersehen werden. Weiter ist die Webseite, wie auch ihre Unterseiten, mit Hilfe von Suchmaschinen sehr gut auffindbar. Alle Grafiken können gespeichert und gedruckt werden, dasselbe gilt auch für alle Artikel auf der Campus Webseite.

### SPRACHLICHE ZUGÄNGLICHKEIT (MEHRSPRACHIGKEIT)

#### Bewertung WUI:

Sprachliche Zugänglichkeit (Mehrsprachigkeit)	
Sind alle Informationen in der/den Sprache/n des Zielpublikums vorhanden?	N/Z
Sind die wichtigsten Informationen in mehreren Sprachen verfügbar (mindestens in Englisch)?	N/Z

Die Kriterien der Mehrsprachigkeit wurden im WUI ebenfalls wie die Internationalisierung nicht bewertet, da es sich um ein deutsch-schweizer Magazin handelt, welches auch gezielt das deutsch-schweizer Publikum ansprechen soll. Aus diesem Grund ist auch das Kriterium der sprachlichen Zugänglichkeit im Bezug auf die NZZ Campus Webseite irrelevant.

## ZUGÄNGLICHKEIT FÜR BEHINDERTE

Zugänglichkeit für Behinderte	
Entsprechen die Webseiten den Vorgaben der Web Accessibility Initiative (testen z. B. mit <a href="http://www.cast.org/bobby?">http://www.cast.org/bobby?</a> )	befriedigend

Die Webseite ist für Menschen mit einer Behinderung zugänglich, es besteht beispielsweise die Möglichkeit das Captcha im Bereich der Kommentarfunktion auch audio-basiert zu Verifizieren. Weiter kontrastieren die Artikel sehr gut mit dem Hintergrund. Jedoch sind einige Texte aufgrund der kleinen Schriftgrösse bereits für normal Sehende eher schwer zu lesen. Für Menschen mit einer Sehbehinderung wäre dies wahrscheinlich unmöglich. Die ausführliche Analyse der Webseite mit dem WAI würde den Rahmen der Experteninspektion sprengen. Es wäre den Seitenbetreibern jedoch zu empfehlen die NZZ Campus Webseite ausführlich auf diese Kriterien zu überprüfen, da sich im Rahmen dieser Inspektion bereits einige Schwachstellen in diesem Bereich zeigten.

## GESCHWINDIGKEIT DES AUFBAUS DER SEITE

Geschwindigkeit des Aufbaus der Seite	
Feedback für Verzögerungen ist vorhanden?	N/Z
Sind WIDTH und HEIGHT Attribute für alle Grafiken/Bilder definiert?	N/Z
Sind WIDTH und HEIGHT Attribute für alle Tabellen definiert?	N/Z

Die Geschwindigkeit des Aufbaus der Seite war zu jedem Zeitpunkt der Inspektion schnell und angemessen.

## 2.4 FOCUS GROUP

Die qualitative Methode der Fokusgruppendifkussion ist eine spezielle Form des Gruppeninterviews, bei der Daten von Experten durch deren Meinungsäusserungen in der Gruppe generiert werden. Die Diskussion ist in dem Sinne fokussiert, dass den Teilnehmerinnen in Bezug auf das zur Diskussion stehende Thema eine spezifische Erfahrung gemeinsam ist (Littig & Wallace, 1997). Ein Moderator führt dabei eine Gruppe von mehreren Personen durch eine Diskussion. Der Moderator versucht dabei Hintergrundinformationen, die z.B. das Kaufverhalten beeinflussen, zu finden. Die Vorteile dieses Verfahrens sind die grosse Spontanität der Teilnehmenden, die emotionelle Inspiration durch die anderen, sowie die Generation von mehr Ideen durch die Interaktion. Die Focusgroup gehört zu den explorativ, untersuchenden Forschungsmethoden und wird genutzt, um Meinungen und Gefühle, der Konsumenten im Bezug auf Produkte, Werbebotschaften oder andere Kommunikationsmedien zu evaluieren, wenn diese bei Produzenten bis Anhin unbekannt geblieben sind. Die Nachteile des Verfahrens sind, dass man keine generellen Schlussfolgerungen ziehen lassen, die Resultate sind einseitig verbal und die Einflüsse der Gruppe können störend sein (Flick, 2010). Diskussionen in Fokus-Gruppen werden in der explorativen Phase quantitativer Forschung verwendet, um die Spezifizierung der abzufragenden Themenbereiche und die Konstruktion des Fragebogens zu unterstützen (Littig & Wallace, 1997).

An der vorliegenden Fokusgruppendifkussion haben sechs Personen teilgenommen, darunter zwei Männer (33.33%) und vier Frauen (66.66%). Das Alter der Teilnehmenden reichte von 21 bis 33 Jahren (M = 25,5). Die gemeinsame spezifische Erfahrung der Teilnehmenden war, dass sie jeweils

vier identische Aufgaben auf der NZZ Campus Webseite lösen sollten. Im Anschluss an jede Aufgabe wurde mit den Teilnehmenden darüber diskutiert, wie sie die Aufgabenbewältigung empfunden haben, was man an der Webseite zur Aufgabenbewältigung verbessern könnte bzw. was als besonders positiv aufgefallen ist. Zum Schluss sollten die Teilnehmenden einen Fragebogen zu ihrem generellen Eindruck der NZZ Campus Webseite im Bezug auf den Inhalt, die Usability, die Ästhetik und die Glaubwürdigkeit der Webseite (weitere Informationen zu den verwendeten Skalanen finden sich im Kapitel 2.6), ausfüllen. Die Instruktionen sowie die generellen Fragen am Schluss wurden den Teilnehmenden in Papierform am Anfang der Gruppendiskussion ausgeteilt. Die gesamte Diskussion der Teilnehmenden wurde durch die Moderatorin geleitet. Um die darauf folgende Datenauswertung zu erleichtern, wurde mit dem Einverständnis der Teilnehmenden eine Audioaufnahme während der Diskussion erstellt, welche anschliessend transkribiert wurde. Das Ziel der Fokusgruppendiskussion war es, Hinweise auf Usabilityschwächen und mögliche Defizite der Seite zu erhalten, um daraus Hypothesen für die anschliessende Onlinestudie sowie die Eyetracking-Studie abzuleiten. Weiter sollten Erkenntnisse aus der Experteninspektion spezifiziert und überprüft werden und die Konstruktion des Online-Fragebogens überprüft werden.

Die folgende Auswertungszusammenfassung bietet einen Überblick über die gewonnenen Erkenntnisse und wird daher nicht mit Zitatauszügen aus den jeweiligen Interviews verstärkt. Eine ausführliche und mit Zitaten begründete Auswertung ist dem Anhang zu Kapitel 00 zu entnehmen.

---

## 2.4.1 INHALT

### „EINE SEITE UM SICH ZU VERZETTeln“

Zu den Inhalten der NZZ Campus Webseite wurde von den Teilnehmenden der Fokusgruppendiskussion festgestellt, dass es sich um eine Webseite handelt auf der man sich ein wenig verzetteln kann. Die Informationen wurden als nicht besonders wichtig eingestuft, sondern eher als „Nice to Know“. Der Sinn und Zweck der Seite sei es ein bisschen auf der Seite herum zu stöbern. Den Nutzern gehen keine wichtigen Informationen verloren, wenn sie aufgrund des Designs einmal etwas übersehen oder die Seite nur unregelmässig besuchen. Es sei eine Seite auf der man sich amüsieren und unterhalten kann aber auf welcher man nicht spezifisch nach gewissen Artikel oder Inhalten sucht, sondern sich eher von Artikel zu Artikel durchstöbert. Von einer der Teilnehmenden wurde ein Vergleich zum „Tagi-Magi“ gezogen, in welchem ebenfalls nicht besonders relevante Informationen publiziert werden aber immer sehr interessante Hintergrundberichte zu spezifischen Themen. Auf der NZZ Campus Webseite beziehen die Hintergrundberichte noch spezifischer auf Alltagssituationen der Studierenden, was von den Studierenden sehr positiv gewertet wurde. Die Befragten haben sich beispielsweise ein Nutzungsszenario folgendermassen vorgestellt; „Ein Student welcher sich zur Zeit gerade in seiner Prüfungsvorbereitung befindet und eine Pause braucht, einen Kaffee trinkt und sich auf der Campus Webseite ein bisschen unterhalten möchte“. Dies bedingt das keine Inhalte publiziert werden, welche zu einer grossen Informationsverarbeitung führen, sondern eher einen unterhaltenden Anspruch haben.

### „INBEGRIFF EINER TYPISCHEN STUDENTENWEBSEITE“

Von den Teilnehmenden der Focusgroup wurde festgestellt, dass die NZZ Campus Webseite, den Inbegriff einer typischen Studentenwebseite darstellt. Die meisten Artikel sind nur auf Studierende bezogen und Leute die nicht studieren fühlen sich durch die Inhalte der Webseite wenig angesprochen. Studierende können sich sehr gut mit den Inhalten der Webseite identifizieren, halten jedoch fest, dass sie sich vorstellen können, dass wenn sie einmal fertig mit dem Studium sind, sie die Inhalte der Webseite auch nicht mehr ansprechen würden und die Webseite nicht mehr bzw. nicht mehr regelmässig besuchen würden. Zudem wurde festgestellt, dass die Inhalte für diese gezielte Ansprechgruppe perfekt passen, dass jedoch kaum ein 50-jähriger die Webseite besuchen würde. Die Webseite wurde als eine „Funseite“ für Studierende klassifiziert. Weiter wurde mehrfach spekuliert,

dass die Neue Zürcher Zeitung, mit der NZZ Campus Seite wahrscheinlich ein Marketingziel verfolge und Studierenden den Namen NZZ näher zu bringen, um sie nach Abschluss des Studiums als potenzielle Abonnenten der NZZ zu gewinnen.

#### „DER ERSTE PREIS IST 6000.-?“

Eine Teilnehmende war sehr überrascht über das hohe Preisgeld im Bereich der Wettbewerbe. Das Preisgeld wurde als grosse Motivation für die Teilnahme an dem Wettbewerb wahrgenommen und die Befragte überlegte laut ob sie ihre Bachelorarbeit bei der NZZ Campus Webseite einreichen solle. Der Anreiz welcher auf Seiten der Campus Webseite geboten wird, erfüllt also in diesem Sinne seinen Zweck.

#### „AUS DEM ALLTAG“

Grundsätzlich wurde die Campus Webseite nicht als eine klassische News Webseite empfunden sondern eher als ein Blog. Die Teilnehmenden fanden die Artikel amüsant und unterhaltsam. Als besonders positiv wurde vermerkt, dass die Webseite aus allen Lebensbereichen Themen aufgreift und die Themen sehr Alltags nah sind. Auch hier bedeutet Alltagsnah am Alltag der Studierenden.

### FRAGEBOGENBEWERTUNG

**Bericht**

meanInhalt

Beruf	Mittelwert	N	Standardabweichung
Studenten	4,8333	4	,79349
Nicht Studenten	4,3095	2	1,44789
Insgesamt	4,6587	6	,93286

Abbildung 17: Mean Inhalt

Der Inhalt der Webseite wurde in dem ausgeteilten Fragebogen mit einem Durchschnittswert von  $M=4.65$  als eher gut bewertet. Die Studenten bewerteten den Inhalt dabei etwas besser ( $M=4.83$ ) als die Teilnehmenden welche nicht studieren ( $M=4.30$ ).

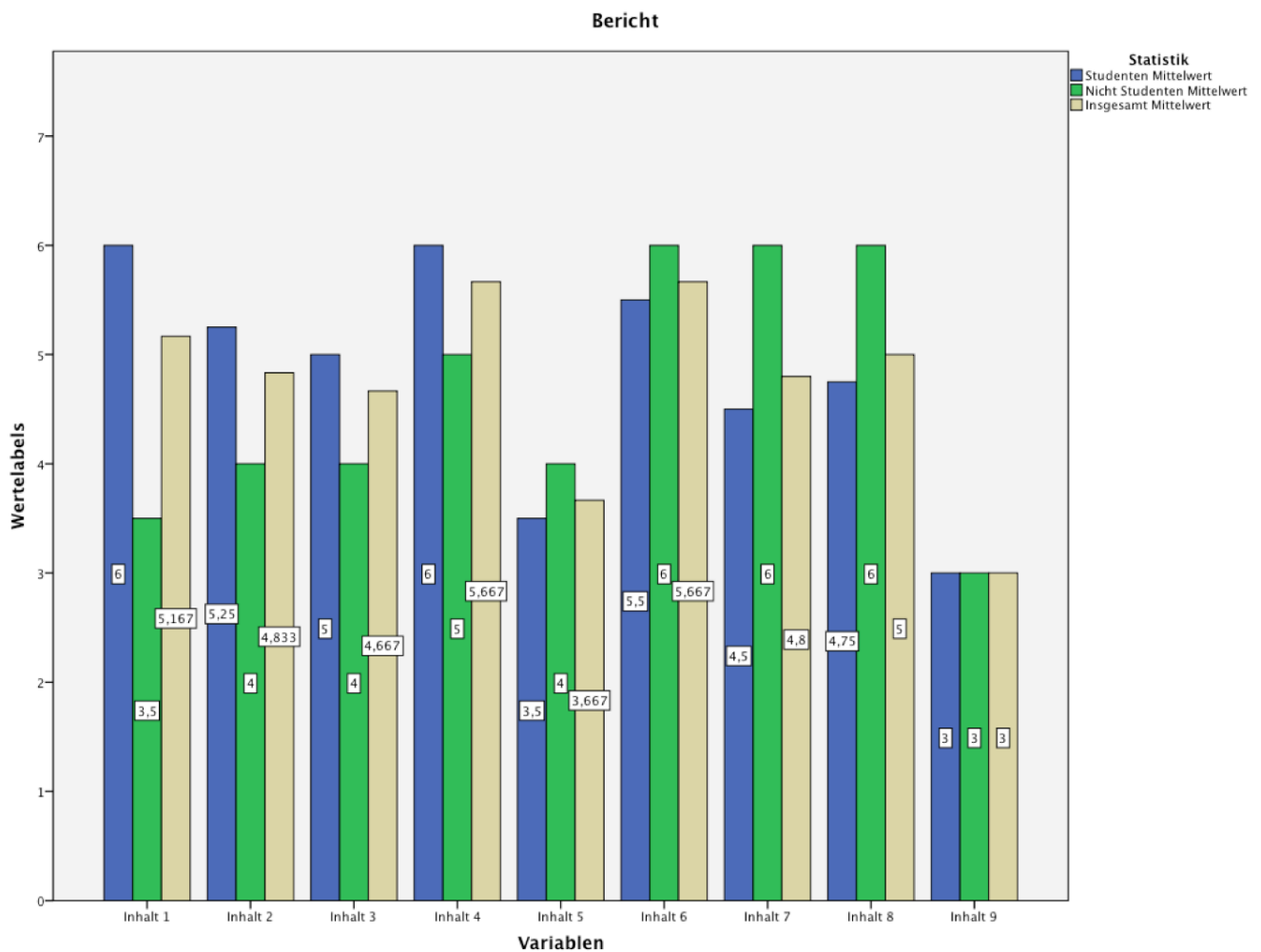


Abbildung 18: Inhaltverteilung

Die NZZ Campus Webseite weckt deutlich eher das Interesse der Studierenden ( $M=6.0$ ) als das Interesse der nicht Studierenden ( $M=3.5$ ). Naheliegender ist daher auch, dass die Inhalte ( $M=5.25$ ) eher den Studierenden als den Nicht-Studierenden ( $M=4$ ) gefallen und dass Studierende die Seite lieber lesen ( $M=4$ ) als die Nicht-Studierenden ( $M=4$ ). Die Texte liefern den Nutzern kurz und bündig die wichtigsten Informationen ( $M=5.66$ ). Entgegen der Erwartungen bewerteten die Studierenden den Sprachgebrauch als weniger geläufig und allgemein weniger verständlich ( $M=5.5$ ) als die nicht Studierenden, die Nicht-Studierenden werteten die Informationen auf der Seite des Weiteren als qualitativ hochwertiger ( $M=6$ ) als die Studierenden ( $M=4.5$ ). Beide Gruppen antworteten konstant ( $M=3$ ), dass ihnen die Inhalte der Webseite eher nicht so wichtig erscheinen und sie sich diese eher nicht ausdrucken oder speichern würden.

## 2.4.2 USABILITY

### „ES GIBT KEINE HEADLINES“

Es wurde ausgiebig über den Blogartigen Aufbau der Seite diskutiert. Ein paar Teilnehmende hatten bemängelt, dass sich auf der Seite keine richtigen Headlines befinden. Die andere Seite argumentierte, dass die Seite Blogartig aufgebaut sei und es durchaus Sinn mache, dass die neuesten Artikel jeweils zuoberst angezeigt werden. Es sei wahrscheinlich so gedacht, dass die Nutzer die Seite regelmäßig besuchen, und zuoberst somit immer die neuesten Informationen vorfinden. Die Teilnehmenden, welche die Seite weniger oft besuchen nahmen dieses Argument zur Kenntnis und

meinten sie denken wenn sie da mehr drauf wären, fänden sie den Aufbau wahrscheinlich nicht einmal so schlecht. Trotzdem waren sich die Teilnehmenden mehrheitlich einig, dass sie sich in den jeweiligen Kategorien (z.B. Studium, Politik, Leben etc. einen strukturierteren Aufbau wünschen, welcher die Steuerung durch die verschiedenen Artikel vereinfache. Beispielsweise konnten sich die Teilnehmenden vorstellen, dass die bisherige Darstellung für die ersten fünf Artikel in den jeweiligen Unterkategorien beibehalten werde, aber die restlichen Artikel nur mittels Headlines in einer Übersicht dargestellt werden. Mit diesem Prinzip soll das bisherige Prinzip, bei welchem sich die Nutzer durch verschiedene unter Seiten klicken müssen, aufgelöst werden.

### „ALSO BEI MIR KOMMT DAS NICHT MIT“

Den Teilnehmenden ist aufgefallen, dass sich das Frame auf der Homepage in verschiedenen Browsern unterschiedlich verhält. Bei den Teilnehmenden mit den Browsern Safari und Firefox, kam das Frame mit dem scrollen mit. Bei den Teilnehmenden mit dem Browser Google Chrome, blieb das Frame beim scrollen an Ort und Stelle und war auf dem unteren Bereich der Seite nicht mehr ersichtlich. Das Prinzip, dass das Frame mitscrollt wurde von den Teilnehmenden einheitlich negativ bewertet.

### „...DANN MUSST DU NÄMLICH NICHT JEDESMAL HERAUFSCROLLEN“

Die Teilnehmenden bewerteten es sehr positiv, dass die primäre Navigationsleiste auf der Homepage beim herunterscrollen immer ersichtlich bleibt. Sie wünschten sich dies auch auf den Seiten der darunterliegenden Hierarchiestufen, da die Blogartikel teilweise etwas lang sind und sie somit nicht wieder bis an das obere Ende der Webseite scrollen müssten.

### „AH DOCH ES HAT EINE SUCHFUNKTION“

Die Suchfunktion der Seite wurde von den Teilnehmenden beinahe übersehen. In der Diskussion fragte der eine Teilnehmende, ob es überhaupt eine Suchfunktion habe. Die Teilnehmenden schauten kurz auf die Homepage und antworteten mit nein, bis eine der Teilnehmenden nach einiger Zeit die Suchfunktion entdeckte und die anderen darüber informierte. Die Teilnehmenden begründeten ihre erfolglose Suche nach der Suchfunktion damit, dass sie den Begriff „Suche“ für den Titel der darunterliegenden Icons gehalten hätten.

Als die Teilnehmenden in der Aufgabe 5 den Wettbewerb für das Einreichen der Bachelorarbeit suchen mussten, nutzte eine der Teilnehmerinnen die Suchfunktion. Als einzige der Teilnehmenden konnte sie die Aufgabe nicht korrekt lösen, da ihr die Suchfunktion lediglich Suchergebnisse der letztjährigen Wettbewerbe lieferte. Dies wurde von den Teilnehmenden als sehr negativ gewertet.

Weiter bemängelten die Teilnehmenden an der Suchfunktion, dass diese die Suchergebnisse nicht nach Aktualität, wie sonst alles auf der Webseite, sondern nach Relevanz darstellt.

## STEUERBARKEIT

Die Teilnehmenden kamen grundsätzlich relativ schnell mit der Steuerung durch die Webseite zurecht. Die Seite sei am Anfang etwas gewöhnungsbedürftig aber wenn man sich ein wenig mit der Seite auseinandersetze, sei sie aber sehr schnell und leicht verständlich. Während die einen der Gruppe die Einteilung der Artikel in die Bereiche Studium, Leben, Zukunft und Politik sehr hilfreich fanden, fanden die anderen diese Einteilung sei unklar und nicht wirklich voneinander abgrenzbar. Da die Seite aber Blogartig aufgebaut sei, und man sowieso mehr durch die Seite stöbert als gezielt etwas suche, sei diese Einteilung aber auch nicht von grosser Bedeutung, sondern eher unterstützend und man finde sich eigentlich schnell darin zurecht.

## FRAGEBOGENBEWERTUNG

### Bericht

meanUsability			
Beruf	Mittelwert	N	Standardabweichung
Studenten	5,1500	4	,20817
Nicht Studenten	4,1875	2	,26517
Insgesamt	4,8292	6	,53582

Abbildung 19: Mean Usability

Die Usability wurde in dem Fragebogen mit einem Mittelwert von  $M=4.83$  ebenfalls als gut bewertet. Auch hier unterschieden sich die Meinungen der Studierenden ( $M=5.15$ ) und der Nicht-Studierenden ( $M=4.18$ ) deutlich.

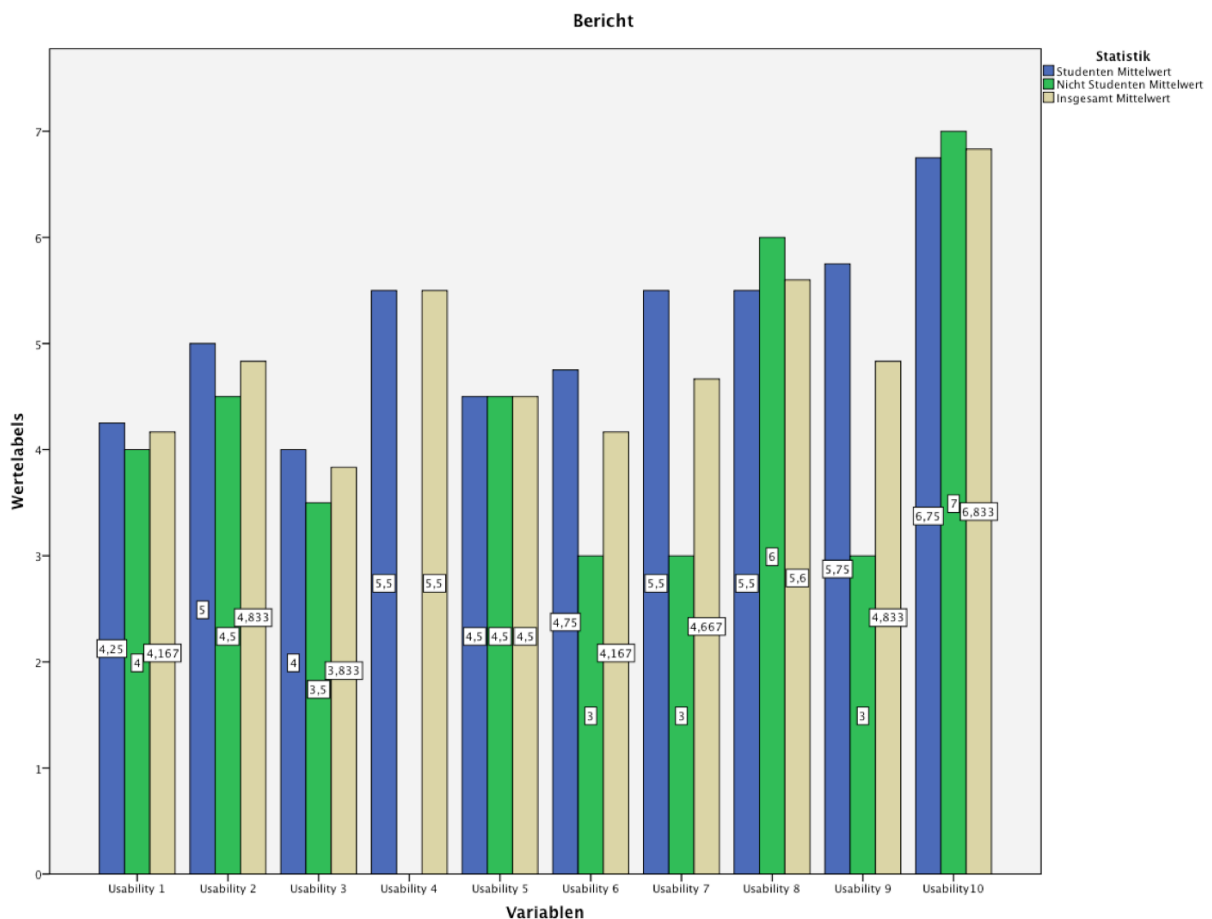


Abbildung 20: Usabilityverteilung

Beide Gruppen ( $M=4.16$ ) finden die Webseite eher nicht komplex. Studierende finden die Seite leicht einfacher zu benutzen ( $M=5$ ) als Nicht-Studierende ( $M=4.5$ ). Ebenfalls gaben die Studierenden eher an dass die Funktionen der NZZ Campus Webseite gut in der Webseite integriert sind ( $M=4$ ) als Nicht-Studierende ( $M=3.5$ ), wobei beide Werte eher im Mittelmass liegen. Die Studierenden gaben an, dass

die Webseite wenig Widersprüche aufweist (M=5.5), dieses Kriterium wurde von den Nicht-Studierenden mit keiner Angabe gewertet. Beide Gruppen gaben konstant (M=4.5) an, dass sie sich eher gut vorstellen können, dass die meisten Leute sehr schnell lernen würden, mit der NZZ Campus Webseite umzugehen. Studierende empfanden die Webseite deutlich weniger schwerfällig im Gebrauch (M=4.75) als Nicht-Studenten (M=3). Noch deutlicher zeigte sich der Unterschied im Bereich des sicheren Umgangs mit der Webseite zwischen den Studierenden (M=5.5) und den Nicht-Studierenden (M=3). Beide Gruppen gaben an, dass sie eher nicht viel lernen mussten, bevor sie mit der Webseite zurechtkamen (M=5.5 und M=6). Jedoch gaben die Studierenden viel häufiger an (M=5.75), dass sie die Seite regelmässig benutzen würden, als Nicht-Studierende (M=3). Beide Gruppen waren sich jedoch einig, dass sie keine technische Unterstützung beim Erlernen der Bedienung der Webseite bräuchten (M=6.83).

---

### 2.4.3 ÄSTHETIK

#### „ES IST HALT EIN TRENDY DESIGN“

Eines war in der Gruppendiskussion schnell klar, das Design der NZZ Campus Webseite polarisiert. Während die einen das Design trendy, ansprechend und speziell fanden, waren die anderen der Meinung es sei unübersichtlich und nervös. Bei den Studierenden der Teilnehmenden kam das Design sehr gut an. Diese Gruppe empfand es als fancy und extra designed und merkte dabei an, dass es bei diesem Design mehr um einen Trend, als um die Funktionalität gehe. Die anderen zwei Personen, welche nicht studierten empfanden es als unstrukturiert. Die eine Person sagte, sie sei kein Fan von dem Design, es drücke genau das aus was sie für einen Eindruck von Studierenden habe. Es sei alternativ, gehillt, wild, jung und frei. Ihr Arbeitsalltag sei jedoch sehr strukturiert und alles habe seinen Prozess. Sie sei sich diese Art und Weise eines Designs nicht gewohnt. Sie könne sich aber sehr gut vorstellen, dass dieses eher künstlerische Design, der Zielgruppe der Webseite absolut entspreche.

#### NAVIGATIONSLEISTE

Die Navigationsleiste wurde grundsätzlich positiv gewertet, jedoch gab es auch hier unterschiedliche Meinungen. Es wurde lange diskutiert, weil eine Person der Meinung war die Platzierung der Navigationsleiste wäre nicht optimal. Diese Person würde die Navigationsleiste lieber oberhalb auf der Seite horizontal vorfinden. Der Rest der Gruppe teilte diese Meinung nicht. Links sei die Navigationsleiste besser, weil die Navigation auf den meisten Webseiten links sei und man somit auch dort mit dem Suchen beginnt. Auch sei es links übersichtlicher, weil sich oben an der Webseite oft Werbung befinde und man diesen Bereich eher ausblendet. Eine Teilnehmende meinte auch, dass die Webseite bereits aus vielen verschiedenen Elementen besteht und es kompakter wirke auf der linken Seite, wie wenn man sie oben über die Seite verteilen würde.

#### SCHRIFT-/BILD

Auch bezüglich des Schriftbildes, bzw. generell der Layoutelemente waren die Meinungen in der Gruppe unterschiedlich. Das Design polarisiert. Teilweise wurde die Seite als etwas verworren und unübersichtlich empfunden, weil oftmals viele verschiedene Schriftarten bzw. Schriftschnitte und diverse Bildgrößen auf einer Seite ersichtlich sind. Es werden dabei beispielsweise einige Titel nur in Grossbuchstaben geschrieben, ein Teil klein, dann wieder eine andere Schriftart, dann kommen noch Logos und Werbung hinzu. Auf der Homepage gibt es zusätzlich noch unterschiedliche Bildgrößen der Vorschaubilder. Den Teilnehmenden sind auf einigen Seiten, in den 3 Spalten bis zu fünf verschiedene Schriftgrößen und -arten aufgefallen, was auf einige der Teilnehmenden etwas nervös wirkte. Andere fanden dies nicht so schlimm.

## „WÄH WAS MACHT DAS SCHWEIN?“

Einem der Teilnehmenden ist das Icon, welches zu den Wettbewerben führte sehr negativ aufgefallen. Er äusserte dies lautstark mit folgendem Statement: „Wähh schau mal was passiert, wenn ich über das Schwein beim Wettbewerb fahre. Wähh“. Auch die übrigen Teilnehmenden kommentierten dieses Icon negativ. Es wäre daher sinnvoll die Animation dieses Icons anzupassen.

## SPECIALEFFEKT AUF DER HOMEPAGE

Eines der Merkmale, welches die Besonderheit der NZZ Campus Webseite ausmacht, ist das Frame in der Mitte auf der Homepage. Auch über diesen Aspekt der Webseite wurde während der Gruppendiskussion viel diskutiert. Die Meinungen zum Frame waren relativ einheitlich. Die Teilnehmenden werteten negativ, dass das Frame sich beim scrollen mitbewegt. Sie empfanden dies als störend und irritierend und insbesondere lenkte sie das von den Passagen links und rechts der Seite ab. Jedoch wurde das Frame als Layout Element trotzdem als positiv gewertet. Es sei optisch ansprechend und es sei noch fancy, dass die Berichte in dem Frame alle paar Sekunden wechseln. Die Teilnehmenden würden ungern auf das Frame verzichten, wünschen sich jedoch, dass dieses an Ort und Stelle bleibt.

## FRAGEBOGENBEWERTUNG

**Bericht**

meanÄsthetik

Beruf	Mittelwert	N	Standardabweichung
Studenten	4,7500	4	1,17260
Nicht Studenten	3,5000	2	,70711
Insgesamt	4,3333	6	1,15830

Abbildung 21: Mean Ästhetik

Die Ästhetik wurde ebenfalls als eher gut (M=4.3) gewertet in dem Fragebogen. Jedoch zeigte sich hier eine klare Differenzierung zwischen den Studierenden (M=4.75) und den Nicht-Studenten (M=3.5). Das Layout spricht folglich eher Studierende an als Nicht-Studierende.

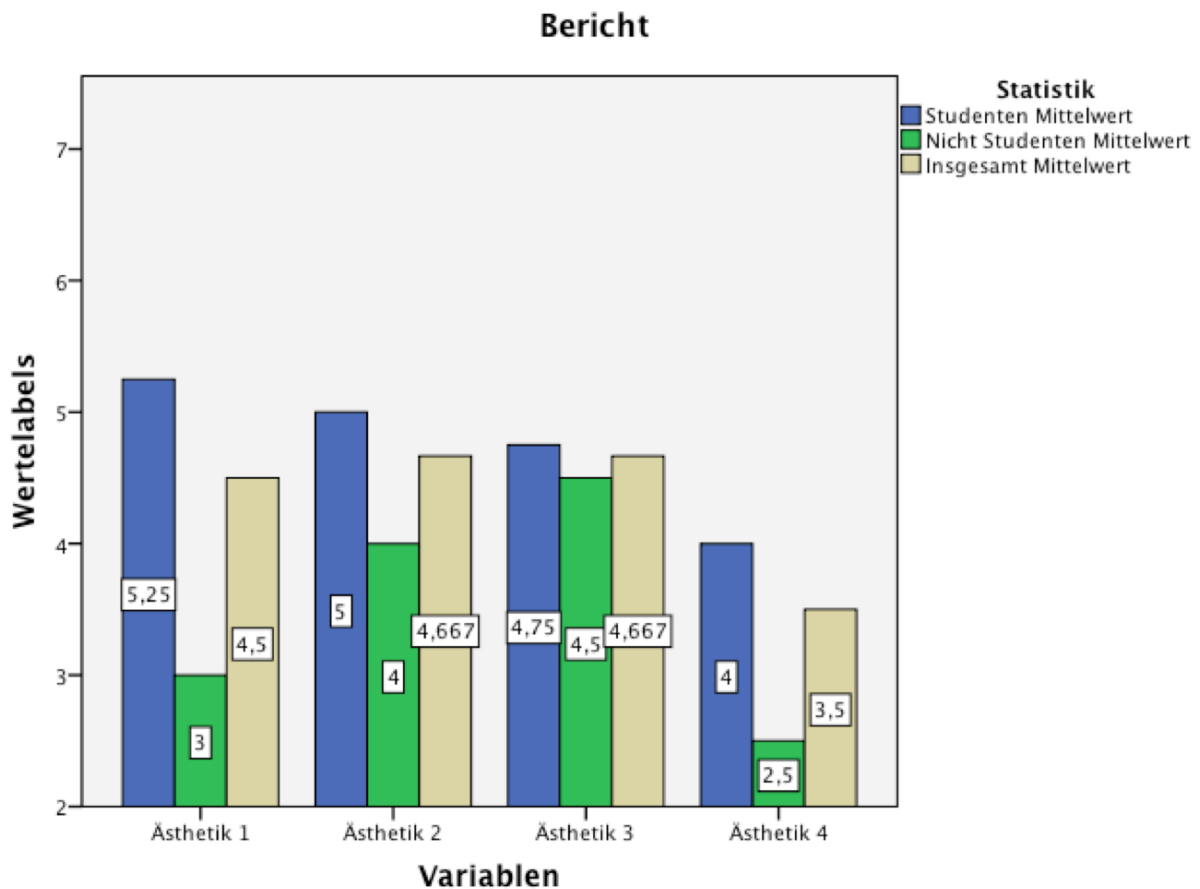


Abbildung 22: Ästhetikverteilung

Beide Gruppen fanden das Layout professionell ( $M=4.75$  und  $M=4.5$ ) wie auch die farbliche Gesamtgestaltung eher attraktiv ( $M=5$  und  $M=4$ ). Die Studierenden fanden das Layout jedoch deutlich angenehm vielseitiger ( $M=5.25$ ) als die Nicht-Studierenden ( $M=3$ ). Auch wurden von den Studierenden eher angegeben, dass auf der Seite alles zusammen passt ( $M=4$ ). Von den Nicht-Studierenden wurde angegeben, dass vieles auf der Seite eher nicht zusammenpasst ( $M=2.5$ ).

#### 2.4.4 GLAUBWÜRDIGKEIT

Über die Glaubwürdigkeit der NZZ Campus Webseite wurde in der Gruppendiskussion kaum diskutiert. Ein Teilnehmer hielt jedoch fest, dass die Webseite der Neuen Zürcher Zeitung über eine schlechte Glaubwürdigkeit verfügt, da sie seit neuestem Geld koste.

mean\_CredCampus

Beruf	Mittelwert	N	Standardabweichung
Studenten	5,5556	3	,96225
Insgesamt	5,5556	3	,96225

Abbildung 23: Mean Glaubwürdigkeit NZZ Campus

Auch im Fragebogen wurde die Glaubwürdigkeit nicht vollständig beurteilt. Die Studierenden beurteilten die NZZ Campus Webseite als sehr glaubwürdig ( $M=5.55$ ). Die Nicht-Studierenden

werteten diesen Bereich mit keiner Angabe, was darauf schliessen lässt, dass sie von der Reputation der Seite eher wenig mitbekommen.

mean\_CredNZZ

Beruf	Mittelwert	N	Standardabweichung
Studenten	6,0000	3	,88192
Nicht Studenten	4,5000	1	.
Insgesamt	5,6250	4	1,03972

Abbildung 24: Mean Glaubwürdigkeit Neue Zürcher Zeitung

Die Glaubwürdigkeit der Neuen Zürcher Zeitung wurden von den Studierenden ebenfalls als sehr gut eingestuft (M=6) auch die Nicht-Studierenden gaben an, dass die Neue Zürcher Zeitung eher glaubwürdig ist (M=4.5).

## 2.5 ONLINE STUDIE

Die Onlinestudie als Methode wurde eingesetzt um die vorangegangenen Erkenntnisse weiter zu verifizieren. Da mittels einer Onlinestudie eine grössere Zielgruppe erreicht werden kann, und somit quantitative Aussagen getätigt werden können. Das Ziel dieser Onlinestudie war es die Meinungen der Nutzer zu den Konzepten Inhalt, Usability, Ästhetik und Glaubwürdigkeit weiter zu spezifizieren.

An der Onlinestudie nahmen 69 Testpersonen teil, darunter 21 Männer (30.4%) und 46 Frauen (66.7%) eine Person machte keine Angaben zu ihrem Geschlecht. Das Alter der Befragten reichte von 18 bis 45 Jahren (M = 28,2; SD = 7,26). Die Befragten wurden über den Verteiler der FHNW, den Marktplatz der Universität Basel und den Verteiler der Universität Zürich anonym eingeladen. Als Anreiz für die Studienteilnahme wurde von der Neuen Zürcher Zeitung ein Halbjahres Digi-Abo zur Verfügung gestellt, welches im Anschluss an die Studie an einen Teilnehmenden verlost wurde.

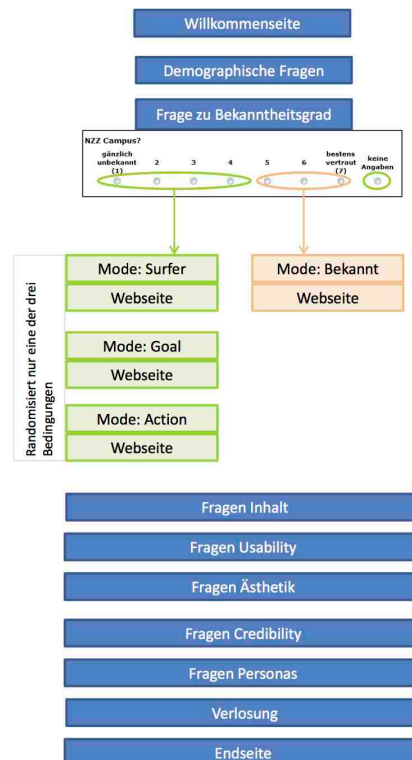


Abbildung 25: Onlinestudie Design

Jeder Teilnehmer wurde zuerst auf eine Willkommenseite geführt, danach wurden einige demografische Angaben verlangt. Im Anschluss mussten die Teilnehmer angeben wie bekannt ihnen die NZZ Campus Webseite ist, um einer Aufgabe, welche sie auf der Campus Webseite lösen sollten zugeteilt werden zu können. Gaben sie an, dass ihnen die Seite relativ vertraut (5-7) ist wurden sie auf den Aufgabenmodus „Bekannt“ weiter geleitet. Gaben Sie jedoch an, dass ihnen die Seite eher unbekannt ist (1-4) oder machten sie keine Angaben (8) wurden sie randomisiert dem Aufgabenmodus „Surfer“, „Action“ oder „Goal“ zu geteilt. Eine Aufgabe wurde aus diesem Grundgestellt um den Befragten, welchen die Seite nicht so vertraut war, eine Grundlage zu geben um die anschliessende Bewertung vornehmen zu können. Die Aufgaben Modis Surfer, Action und Goalmode wurden gewählt um möglichst alle natürlichen Verhaltensweisen auf einer Newswebseite abzubilden (Rogers, Wang, Rettie, & Alpert, 2007).

Nach der Aufgabenlösung wurden die drei Konstrukte Inhalt, Usability und Ästhetik erhoben. Der Website-Inhalt wurde mit dem WWI (Thielsch, 2008) erhoben, dieser umfasste neun Fragen zum Inhalt. Die Usability wurde mit dem SUS (System Usability Scale) mit zehn Fragen zur Usability erfasst und die Ästhetik der Webseite mit dem VisAWI (Moshagen & Thielsch, 2010) mit vier Fragen erfasst. Alle drei Skalen werden als reliabel und valide eingestuft (Tielsch & Jaron, 2012 und Sauro, 2011). Im Anschluss an die Bewertung der drei Konstrukte mussten die Teilnehmer die Glaubwürdigkeit der NZZ Campus Webseite wie auch der Neuen Zürcher Zeitung im Allgemeinen beurteilen. Zum Schluss hatten die Teilnehmenden die Gelegenheit einige offene Fragen zur Campus Webseite zu beantworten. Der detaillierte Fragebogen der Onlinestudie befindet sich im Anhang.

## 2.5.1 INHALT

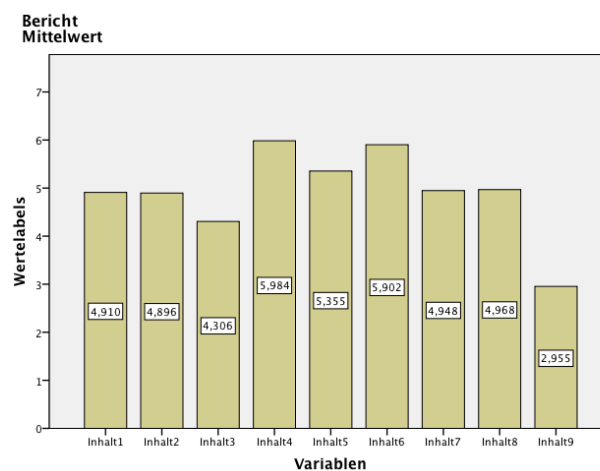


Abbildung 26: Onlinestudie Inhaltsverteilung

Die Inhalte der NZZ Campus Webseite wurde insgesamt als eher gut ( $M=4.8$ ) bewertet. Studierende bewerten dabei den Inhalt tendenziell etwas besser ( $M=4.94$ ) als Nicht-Studierende ( $M=4.65$ ). Die Meinungen der männlichen und weiblichen Nutzer unterscheiden sich kaum ( $M=4.7$  und  $M=4.8$ ). Auch regelmässige News Webseiten Leser bewerten den Inhalt nicht merklich besser ( $M=4.93$ ) als Personen die eher selten das Angebot von Online News in Anspruch nehmen. Bei dem verschiedenen Aufgabenmodes wurde ersichtlich, dass die Inhalte vom Actionmode am schlechtesten bewertet wurde ( $M=4.4$ ). Personen die dem Bekanntheitsmode zugeordnet wurden gefallen die Inhalte am besten ( $M=5.4$ ). Ein T-test bei unabhängigen Stichproben zeigt, dass Personen denen die Webseite eher bekannt sind, auch deren Inhalte signifikant (Sig. 2-seitig: 0,012) besser bewerten. Die Webseite weckt das Interesse der Befragten ( $M=4.91$ ) und die Inhalte der Webseite gefallen den Befragten eher gut ( $M=4.89$ ). Die Befragten gaben des weiteren an, dass die einzelnen Sätze sehr einfach zu lesen sind ( $M=5.98$ ), der Sprachgebrauch in den Texten sehr geläufig und allgemein sehr gut verständlich ist ( $M=5.9$ ) und dass die Texte kürz und bündig die wichtigsten Informationen liefern ( $M=5.35$ ). Die

Nutzer lesen die Seite eher gerne (M=4.3) und finden die Informationen qualitativ eher hochwertig (M=4.94). Zudem finden Sie die Informationen auf der Webseite nützlich (M=4.96) jedoch nicht so wichtig, dass sie sich ausdrucken oder speichern würden (M=2.9).

## 2.5.2 USABILITY

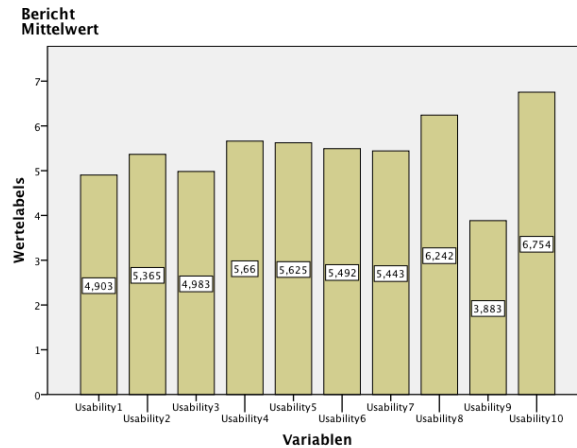


Abbildung 27: Onlinestudie Usabilityverteilung

Die Usability der NZZ Campus Webseite wurde insgesamt als gut bis sehr gut (M=5.41) bewertet. Dabei bewertet Studierende (M=5.4) und Nicht-Studierende (M=5.34) die Webseite praktisch identisch benutzerfreundlich. Auch bei Männern (M=5.47) und Frauen (M=5.23) unterschieden sich die Bewertungen kaum. Im Bereich der Usability spielte es auch keine Rolle wie Bekannt die Seite den Benutzern war, Personen welchen die Seite Bekannt bewerteten diese beinahe gleich gut (M=5.38) wie Personen denen die Seite eher vertraut war (M=5.5). Die Befragten gaben an das sie die Seite eher wenig komplex finden (M=4.9) und die Seite sehr einfach zu benutzen ist (5.3). Die verschiedenen Funktionen seien gut in die Webseite integriert (M=4.98) und ein grossteil der Befragten könnte sich vorstellen, dass die meisten Leute sehr schnell lernen würden, mit der NZZ Campus Webseite umzugehen. Die Befragten fanden die Seite nicht schwerfällig im Gebrauch (M=5.4) und fühlen sich sehr sicher im Umgang mit der NZZ Campus Webseite (M=5.44). Die meisten Befragten mussten nicht viel lernen, bevor sie mit der Campus Webseite gut zurecht kamen (M=6.24) und brauchen keine technische Unterstützung beim erlernen wie sie die Webseite bedienen können (M=6.75). Jedoch denken eher wenige der Befragten, dass sie die NZZ Campus Webseite regelmässig nutzen würden (M=3.8). Dieser Wert relativiert sich jedoch leicht wenn man nur die Studierenden betrachtet (M=4.23) jedoch ist die Intention die Seite regelmässig zu nutzen auch hier eher nicht so stark ausgeprägt.

### 2.5.3 ÄSTHETIK

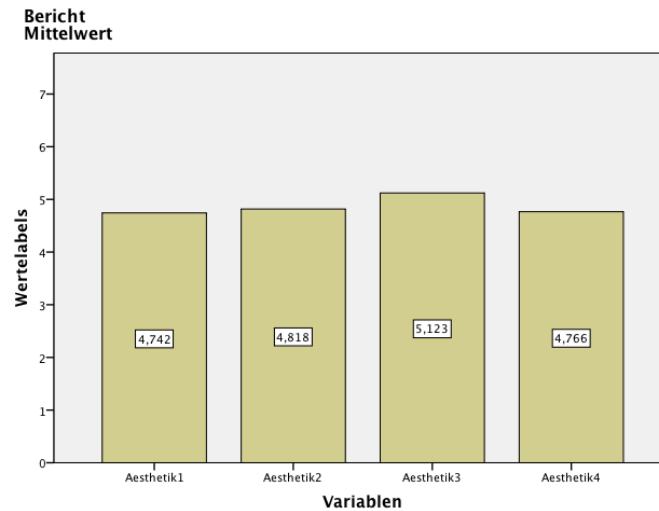


Abbildung 28: Onlinestudie Ästhetikverteilung

Die Ästhetik der NZZ Campus Webseite wurde insgesamt als gut ( $M=4.87$ ) bewertet. Dabei bewerteten die Studierenden ( $M=4.96$ ) die Ästhetik kaum anders als die Nicht Studierenden ( $M=5.08$ ). Frauen ( $M=4.96$ ) gefällt die Ästhetik jedoch etwas besser als den Männern ( $M=4.6$ ). Ebenfalls sprach die Ästhetik der Webseite eher viel Nutzer ( $M=5.28$ ) als wenig Nutzer ( $M=4.7$ ) von Online News an. Über die unterschiedlichen Aufgabenmodes hinweg wurde die Ästhetik fast identisch beurteilt. Auch Personen denen die Webseite bekannt ist ( $M=4.9$ ) bewerten die Ästhetik nicht besser als Personen denen die Seite zuvor eher unbekannt war ( $M=4.84$ ). Die Befragten empfanden das Layout eher als vielseitig ( $M=4.74$ ) und die farbliche Gesamtgestaltung attraktiv ( $M=4.81$ ). Auf der Seite passt alles gut zusammen ( $M=4.7$ ) und vorallem wirkt es auf die Befragten sehr professionell ( $M=5.12$ ).

### 2.5.4 GLAUBWÜRDIGKEIT

Die Glaubwürdigkeit der **NZZ Campus Webseite** wurde insgesamt als gut ( $M=5.03$ ) bewertet. Frauen ( $M= 5.2$ ) beurteilten die Glaubwürdigkeit tendenziell ganz wenig besser als die Männer ( $M=4.75$ ). Studierende ( $M=5.08$ ) beurteilten die Glaubwürdigkeit beinahe identisch wie die Nicht-Studierenden ( $M=4.96$ ). Ein deutlicher unterschied fand sich auch zwischen den viel Nutzern ( $M=5.28$ ) und den wenig Nutzern ( $M=4.77$ ) von onlinen Newswebseiten. Eine entscheidende Rolle in der Beurteilung der Glaubwürdigkeit der NZZ Campus Webseite spielte auch der Faktor ob die Seite den Nutzern bereits bekannt war ( $M=5.4$ ) oder eher unbekannt ( $M=4.86$ ). Im Bereich der Aufgabenmodis beurteilten die Befragten die Glaubwürdigkeit am schlechtesten, wenn sie dem Goalmodus zugeteilt wurden ( $M=4.5$ ).

Die Glaubwürdigkeit der **Neuen Zürcher Zeitung** generell wurde insgesamt als sehr gut ( $M=6.0$ ) bewertet. Während Studierende ( $M=6.06$ ), Nicht Studierende ( $M=5.93$ ), Frauen ( $M=5.95$ ) und Männer ( $M=6,1$ ) die Glaubwürdigkeit fast gleich bewerteten, unterschieden sich die Werte leicht bei wenig Nutzern von Onlinenews ( $M=5.7$ ) und viel Nutzern von Onlinenews ( $M=6.2$ ).

## 2.6 EYETRACKING STUDIE

Menschen geben einem Interface und stärker noch einer Webseite häufig sehr wenig Zeit. Bilder werden häufig nur kurz angeschaut und Texte meist nur flüchtig gelesen. Deshalb muss der Blick schnell auf die wichtigen Aspekte gelenkt werden. Mit der Blickbewegungsmessung (Eye-Tracking) können die Blickbewegungen, bzw. die Fixierungen bestimmter Regionen, bei der Aufgabenbearbeitung erfasst und gespeichert werden (Sarodnick & Brau, 2011). Auf diese Weise lassen sich unter anderem laut Ross (2009) folgende Fragen beantworten:

- Welche Elemente werden wahrgenommen bzw. nicht wahrgenommen?
- In welcher Reihenfolge werden die Elemente wahrgenommen?
- Wie schnell werden Elemente wahrgenommen?
- Wo erwarten Nutzer Informationen oder Elemente?
- Werden Informationen nur überflogen oder intensiv gelesen?
- Lenken sekundäre Elemente von primären ab?
- Gibt es Unterschiede bei der Orientierung zwischen verschiedenen Nutzergruppen?

Die Daten können laut Sarodnick und Brau (2011) allerdings nur dann sinnvoll interpretiert werden, wenn der Nutzer bei der Aufgabenbearbeitung nicht unterbrochen wird, da hierbei unwillkürliche Änderungen des natürlichen Blickverlaufs eintreten. Qualitative Informationen müssen deshalb in einer Nachbefragung erhoben werden. Aus diesem Grund wurde das Design der vorliegenden Eyetrackingstudie folgendermassen aufgebaut:



Abbildung 29: Eyetrackingstudie Design

Die Probanden mussten jeweils fünf Aufgaben auf der NZZ Campus Webseite lösen. Nach Beendigung jeder Aufgabe auf der Seite wurden den Probanden Fragen zur Aufgabenbewältigung gestellt. Im Anschluss mussten die Probanden den Fragebogen im Unipark (zu den Konzepten: Inhalt, Usability und Ästhetik) ausfüllen, auf welchen Sie direkt aus dem Experiment Center gelangten. Die Darstellung des gesamten Experiments im Experiment Center befindet sich im Anhang.

An der Eyetrackingstudie nahmen 6 Testpersonen teil, darunter 3 Männer (50%). Das Alter der Befragten reichte von 20 bis 28 Jahren ( $M = 25,33$ ;  $SD = 3,07$ ). Die Eyetrackingstudie wurde im

Experiment Center erstellt und mit einem SMI Gerät in einem Labor an der Universität Basel am Institut für Mensch Maschine Interaktion durchgeführt. Die Befragten wurden über den Marktplatz der Universität Basel eingeladen und erhielten Unterschriften (für 3/4 Std) oder 20.- für die Studienteilnahme. Die Teilnahme erfolgte freiwillig und anonym.

## 2.6.1 HOMEPAGE

Als erste wurde evaluiert welche Elemente von den Nutzern auf der Homepage wahrgenommen bzw. nicht wahrgenommen werden. In welcher Reihenfolge und wie schnell diese Elemente wahrgenommen werden. Um zu verstehen wie sich der User auf der Homepage orientiert. Um diese Fragen zu beantworten wurde ein Heat Map der ersten 15 Sekunden, aller Probanen mit dem BeGaze erstellt.

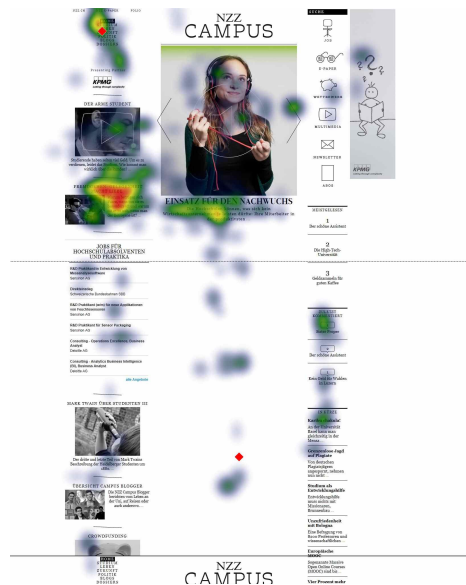


Abbildung 30: Heat Map Homepage 15 Sekunden

Im Heat Map zeigt sich, dass die Probanden in der ersten 15 Sekunden, vor allem den linken unteren ersichtlichen Bereich auf dem Bildschirm fixierten. Die Kurzbeschreibung des Inhalts sowie die Darstellung des Artikels, welcher sich an dieser Stelle befindet ist also sehr wichtig um den User auf der Webseite zu halten. Weiter wurde die primäre Navigationsleiste am linken oberen Ende der Seite stark fixiert sowie die Kurzbeschreibung des Artikels innerhalb des Frames in der Mitte der Seite. Beim herunterscrollen wurden insbesondere die linke und rechte Spalte nach Artikeln gescannt. Die rechte Seite vor allem in der unteren Hälfte. In der mittleren Spalte zeigen sich in ein paar Abständen einige Fixationspunkte. Es könnte möglich sein, dass die Aufmerksamkeit der Nutzer jeweils durch das Wechseln des Frames, was alle paar Sekunden geschieht, auf diesen Bereich gelenkt wird.

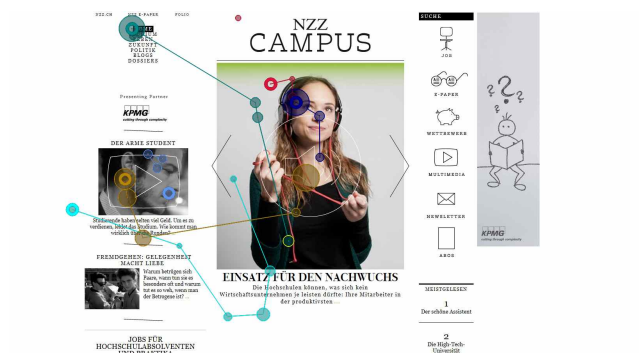


Abbildung 31: Scan Path 1.5 Sekunden

Das Scan Path der ersten 1.5 Sekunden zeigt, dass der erste Blick alles Nutzer auf das Framebild gerichtet ist, danach verläuft der Blick bei allen Probanden zur Linkenseite. Die rechte Seite wird in den ersten 1.5 Sekunden nicht beachtet. Auch nach 5 Sekunden wird die rechte Navigationsleiste noch nicht fixiert wie in Abbildung 00 ersichtlich wird.

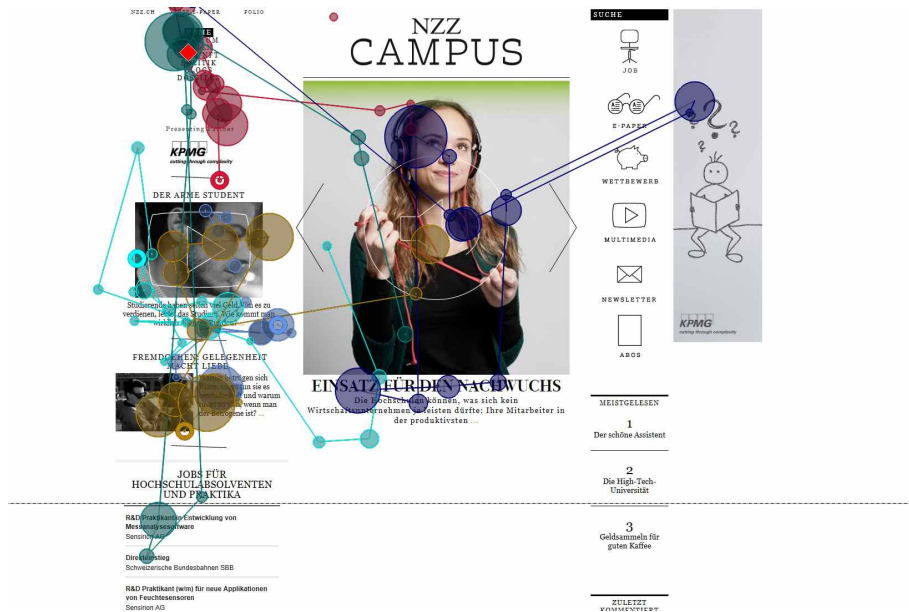


Abbildung 32: Scan Path Homepage fünf Sekunden

Vieleher fängt sich der User auf der linken Seite an zu orientieren. Der Hauptfokus liegt dabei auf der Navigationsleiste. Die Werbung rechts wurde nur von einem Probanden innerhalb der ersten 5 Sekunden fokussiert. Bildinformationen scheinen ebenfalls viel Bedeutung zu haben in den ersten paar Sekunden.

Ein anderes Bild zeigt sich jedoch wenn man die Heat Map der gesamten Verweildauer aller Probanden auf der Homepage betrachtet.

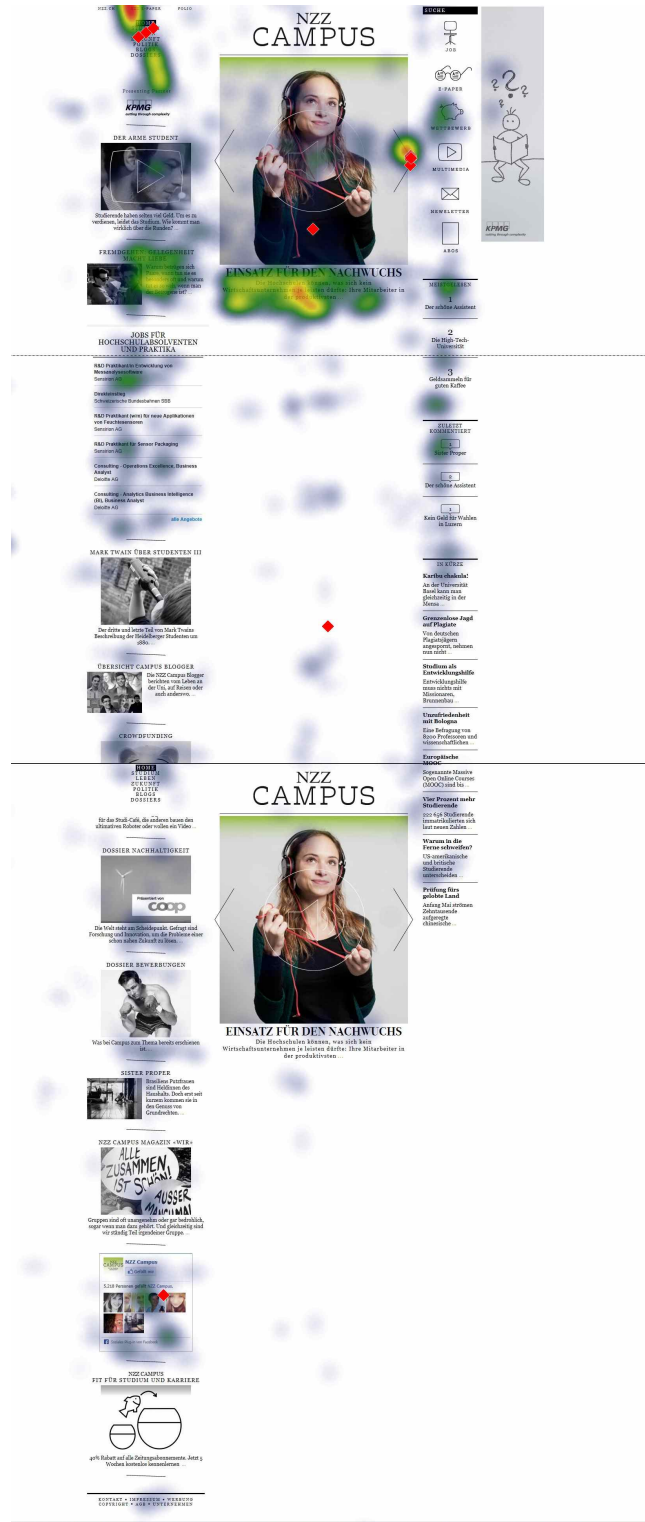


Abbildung 33: Heatmap Homepage totale Verweildauer

Der Fixationsdauer auf den Bildern ist deutlich geringer. Der Fokus auf dem Artikel am linken unteren ersichtlichen Bildschirmzone relativiert sich ebenfalls während der totalen Verweildauer, dafür erhöht sich der Fokus auf die Navigation und den Vorschautext im Frame. Die Fixationsdauer aus dem Framebild in der Mitte ist jedoch eher gering. Das Framebild dient wie im Scan Path der ersten 1.5 Sekunden klar wird, eher als Blickfang und gerät danach nur bei einem Wechsel des Bildes wieder kurz in die Aufmerksamkeit des Benutzers. Das selbe gilt generell für die Bildinformation. Um die Homepage um zur unteren Hirarchiestufe zu gelangen klicken die meisten Teilnehmenden in die

Navigationsleiste. Zwei Personen klicken auf das Framebild. Und zwei Personen wählen den manuellen durchlauf des Frames mithilfe des Pfeils an.

## 2.6.2 HIRARCHIESTUFE 1

Auf der ersten Hirarchiestufe interessierte besonders in welcher Reihenfolge die Elemente wahrgenommen werden? Ob Informationen nur überflogen oder intensiv gelesen werden und ob sekundäre Elemente von primären ablenken, um zu verstehen wie der User sich auf dieser Stufe orientiert.



Abbildung 34: Heat Map im Bereich Studium

Eine Heat Map Auswertung im Bereich Studium zeigt das sich die Teilnehmenden die Navigationsleiste stark fixieren und sich hauptsächlich an den Überschriften der Artikel orientieren. Diese werden kurz gescannt, stösst das Thema beim Nutzer auf interesse wird der Vorschautext ebenfalls gelesen. Interessant ist das in diesem Bereich der Fokus praktisch nur auf der mittleren Spalte der Page liegt. Die Spalte eins und 3 werden dabei praktisch nicht fixiert. Weiter ist auffallend, dass die Teilnehmenden jeweils einige Sekunden die Scrollfunktion am rechten Bildschirmrand fixierten. Ein Ähnliches Bild der Scanverhaltens der Nutzer zeigt sich auch im Bereich „Dossiers“.

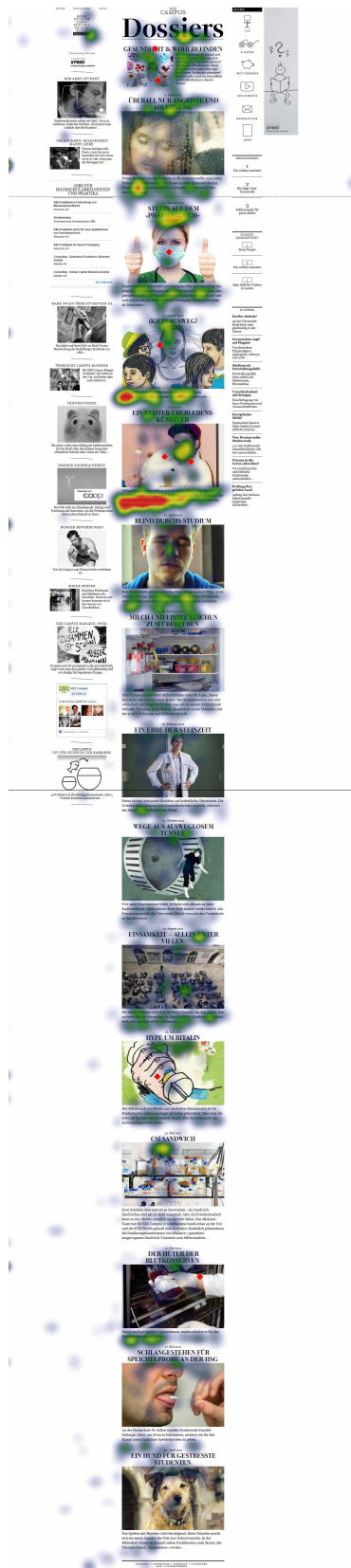


Abbildung 35: Heat Map im Bereich „Dossiers“

Auch hier werden vorwiegend die Überschriften gescannt und bei Interesse auch noch die Vorschautexte. Die Spalten 1 und 3 werden ebenfalls kaum beachtet.

## 2.6.3 HIRARCHIESTUFE 2

Auf der letzten Hirarchiestufe also spricht im Bereich der einzelnen Artikel interessierte insbesondere ob Informationen nur überflogen oder intensiv gelesen werden, ob sekundäre Elemente von primären ablenken und ob es Unterschiede bei der Orientierung zwischen verschiedenen Nutzermodes gibt.

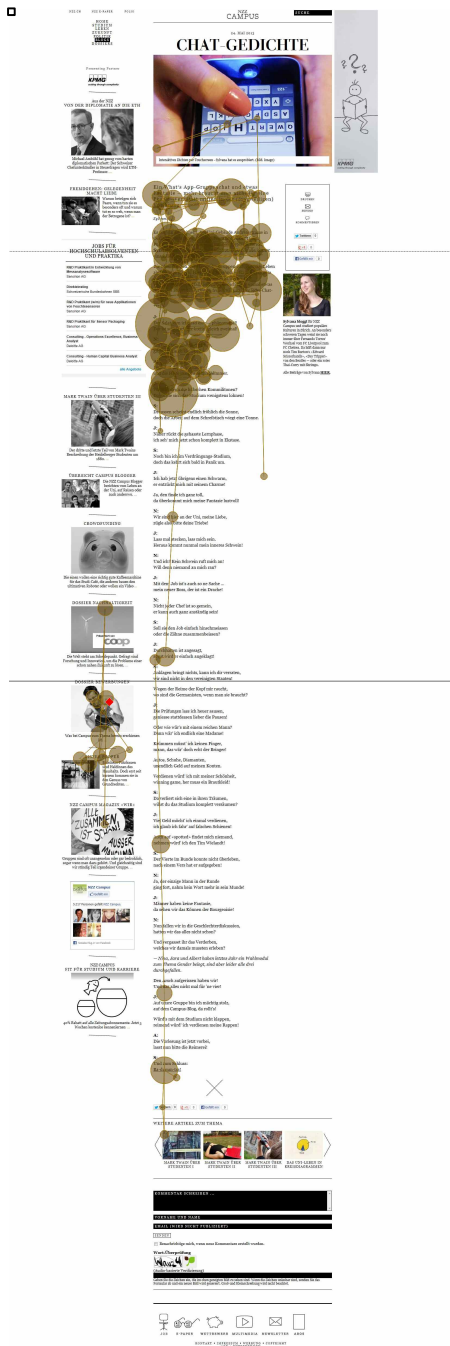


Abbildung 36: Surfmode einer Versuchsperson

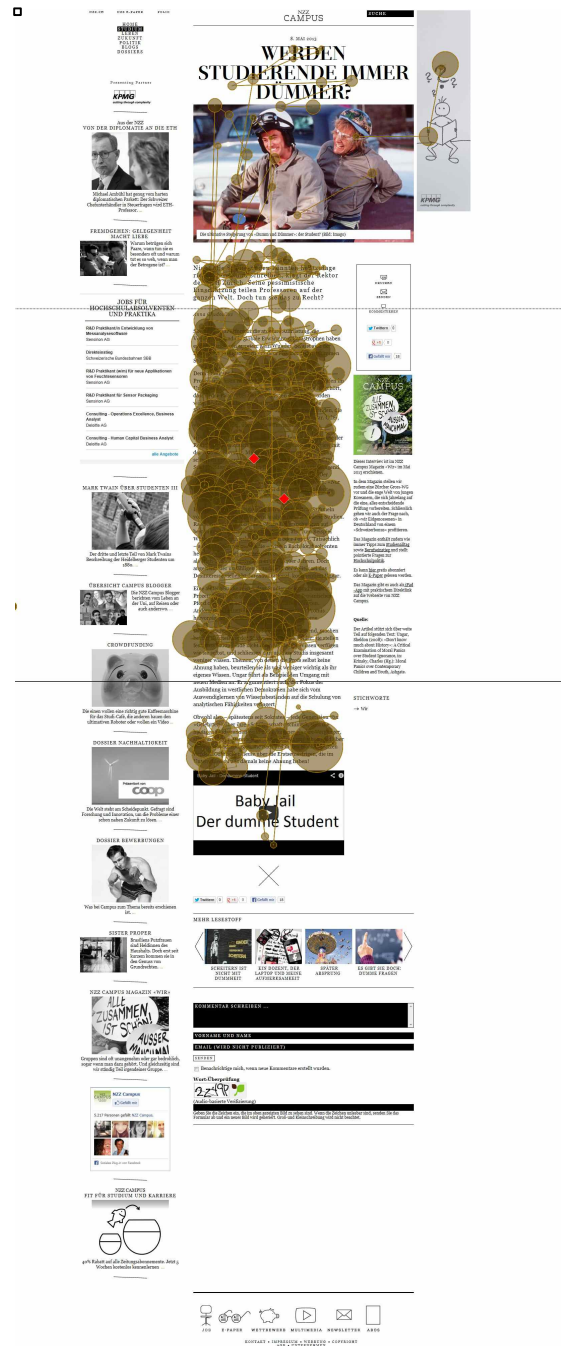


Abbildung 37: Goalmode einer Versuchsperson

Auf den beiden Scan Paths sieht man ein exemplarisches Beispiel einer Versuchsperson, welche sich in der Abbildung 00 im Surfmode befindet und in der Abbildung 00 im Goalmode. Während des Surfmodos wird der Artikel eher überflogen, die Fixationsraten sind eher gering. Der Teilnehmende rutscht in der Mitte des Artikels in die erste Spalte ab und orientiert sich nach neuen Artikeln. Im Goalmode sind die Fixationszeiten im Text viel höher. Der User ist stärker auf den Inhalt des Artikels fokussiert und wird nicht von anderen Elementen abgelenkt.

## 2.6.4 INHALT

### Bericht

meaninhalt			
Beruf	Mittelwert	N	Standardabweichung
Studenten	4,3333	3	1,26198
Nicht Studenten	4,9398	3	1,24786
Insgesamt	4,6366	6	1,17058

Abbildung 38: Mean Inhalt Eyetracking Fragebogen

Der Inhalt der Webseite wurde in dem ausgeteilten Fragebogen mit einem Durchschnittswert von 4.63 als eher gut bewertet. Die Studenten bewerteten den Inhalt dabei etwas schlechter (4.33) als die Teilnehmenden welche nicht studieren (4.94).

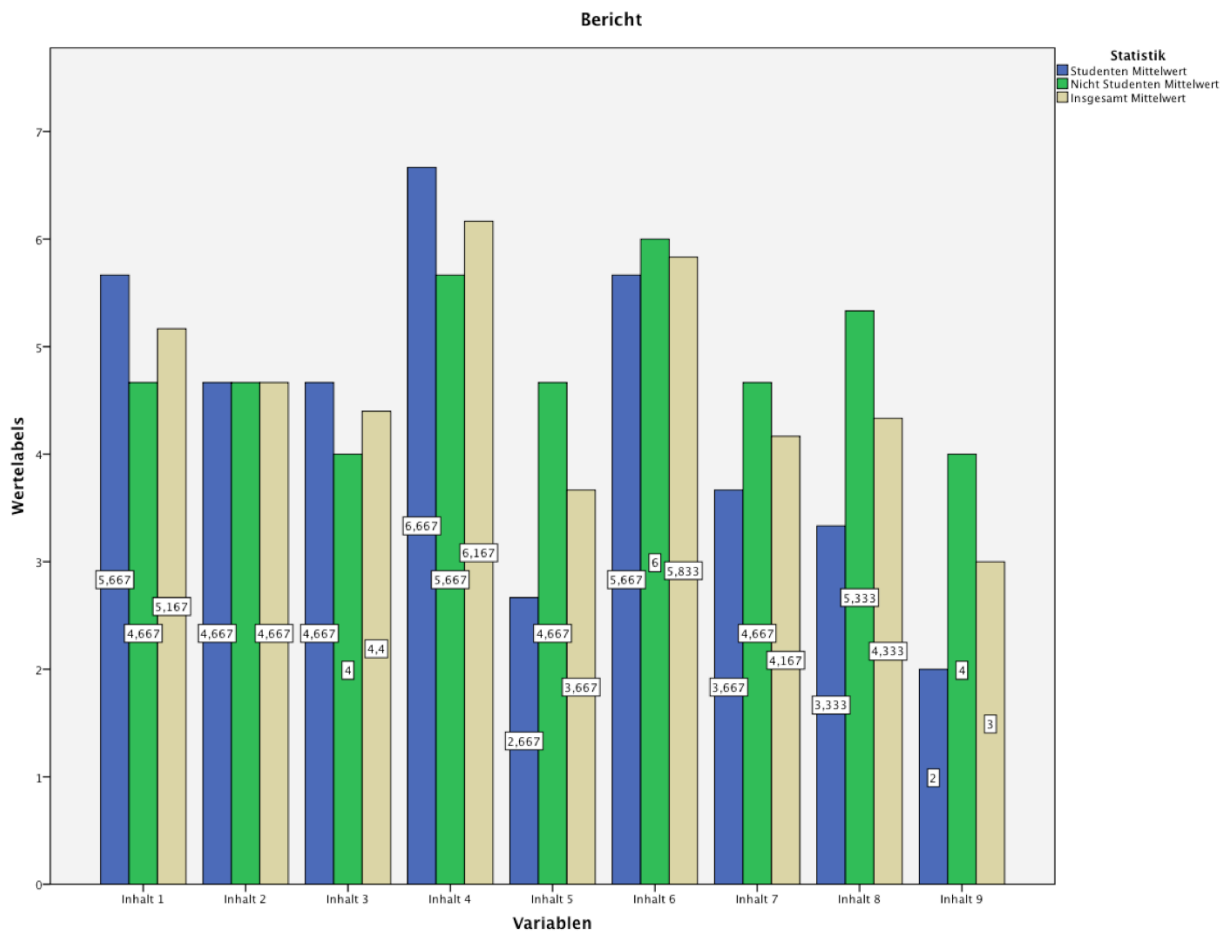


Abbildung 39: Eyetracking Fragebogen Inhaltsverteilung

Die NZZ Campus Webseite weckt auch in dieser Befragung deutlich eher das Interesse der Studierenden (5.6) als das Interesse der Nicht-Studierenden (4.6). Die Inhalte wurden hier jedoch von beiden Gruppen gleich gut bewertet (4.6). Trotzdem lesen auch hier die Studierende die Seite lieber (4.6) als die Nicht-Studierenden (4). Beide Gruppen gaben an, dass sie stark zustimmen, dass die Texte einfach zu lesen seien. Die Studierenden bestätigten dies noch etwas deutlicher (6.6) als die Nicht-Studierenden (5.6). Die Studierenden fanden jedoch deutlich seltener, dass die Texte auf der

Seite kurz und bündig die wichtigsten Informationen liefern (2,6) als die Nicht-Studenten (4.6). Auch hier bewerteten die Studierenden den Sprachgebrauch erstaunlicherweise als minim weniger geläufig und allgemein weniger verständlich (5.6) als die nicht Studierenden (6). Die Nicht-Studierenden werteten die Informationen auf der Seite des weiteren als qualitativ hochwertiger (4.6) als die Studierenden (3.6). Nicht-Studierende empfanden die Informationen auf der Webseite als deutlich nützlicher (5.3) als die Studierenden (3.3). Die Nicht-Studierenden fanden tendenziell eher so wichtig, dass sie sich diese ausdrucken oder speichern würden (4) im Gegensatz zu den Studenten (2), welche die Informationen eher als unwichtig bewerteten.

## 2.6.5 USABILITY

### Bericht

meanUsability

Beruf	Mittelwert	N	Standardabweichung
Studenten	5,0667	3	1,19304
Nicht Studenten	5,8667	3	,70238
Insgesamt	5,4667	6	,97912

Abbildung 40: Mean Usability Eyetracking Fragebogen

Die Usability wurde in dem Fragebogen mit einem Mittelwert von 5.46 als gut bis sehr gut bewertet. Auch hier bewerteten die Studierenden die Usability (5.06) im Gegensatz zu den Nicht-Studierenden (5.86) deutlich schlechter.

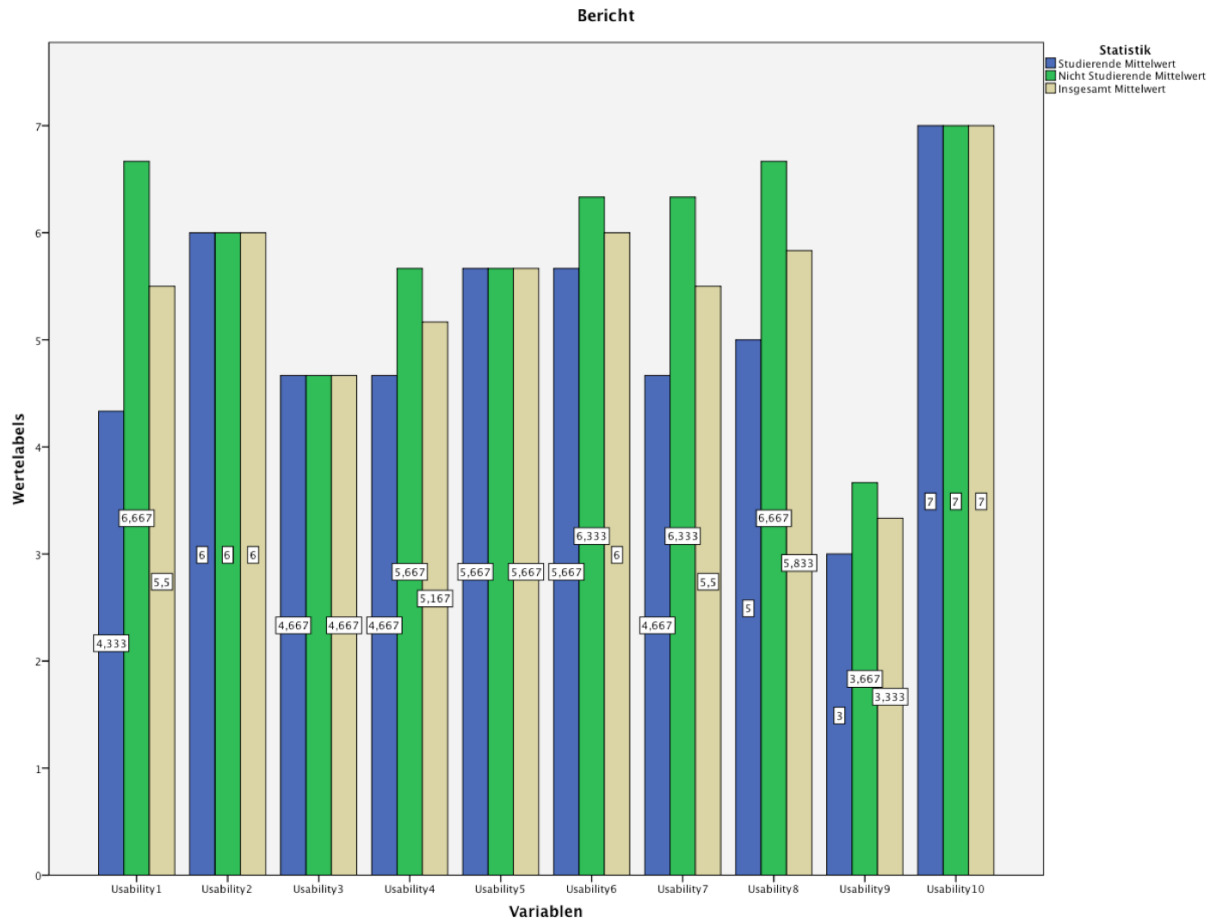


Abbildung 41: Eyetracking Fragebogen Usabilityverteilung

Die Studierenden finden die Webseite deutlich komplexer (6.6) als die Nicht-Studierenden (4.33), obwohl auch diese die Seite als eher unnötig komplex bewerteten. Beide gaben jedoch an das die Webseite sehr einfach zu benutzen sei (6). Ebenfalls gaben beide Gruppen an das die Funktionen der NZZ Campus Webseite eher gut in der Webseite integriert sind (4.6). Die Studierenden gaben an, dass die Webseite eher wenig Widersprüche aufweist (4.6), dieses Kriterium wurde von den Nicht-Studierenden noch stärker bewertet (5.6), sie empfanden also noch weniger Widersprüche. Beide Gruppen gaben konstant (5.6) an, dass sie sich gut bis sehr vorstellen können, dass die meisten Leute sehr schnell lernen würden, mit der NZZ Campus Webseite umzugehen. Studierende empfanden die Webseite etwas schwerfälliger im Gebrauch (5.6) als Nicht-Studenten (6.3). Noch deutlicher zeigte sich der Unterschied im Bereich des sicheren Umgangs mit der Webseite zwischen den Studierenden (4.6) und den Nicht-Studierenden (6.3). Beide Gruppen gaben an, dass sie eher nicht viel lernen mussten, bevor sie mit der Webseite zurechtkamen (5 und 6.6). Beide Gruppen gaben an, dass sie die Seite eher nicht regelmässig nutzen würden (3 und 3.6) und waren sich einig, dass sie keine technische Unterstützung beim Erlernen der Bedienung der Webseite bräuchten (7).

## 2.6.6 ÄSTHETIK

**Bericht**

meanAesthetik

Beruf	Mittelwert	N	Standardabweichung
Studenten	5,0833	3	,72169
Nicht Studenten	4,5000	3	1,88746
Insgesamt	4,7917	6	1,31735

Abbildung 42: Mean Ästhetik Eyetracking Fragebogen

Die Ästhetik wurde ebenfalls als eher gut (4.7) bewertet in dem Fragebogen. Jedoch zeigte sich hier eine Differenzierung zwischen den Studierenden (5.08) und den Nicht-Studenten (4.5). Das Layout spricht folglich eher Studierende an als Nicht-Studierende.

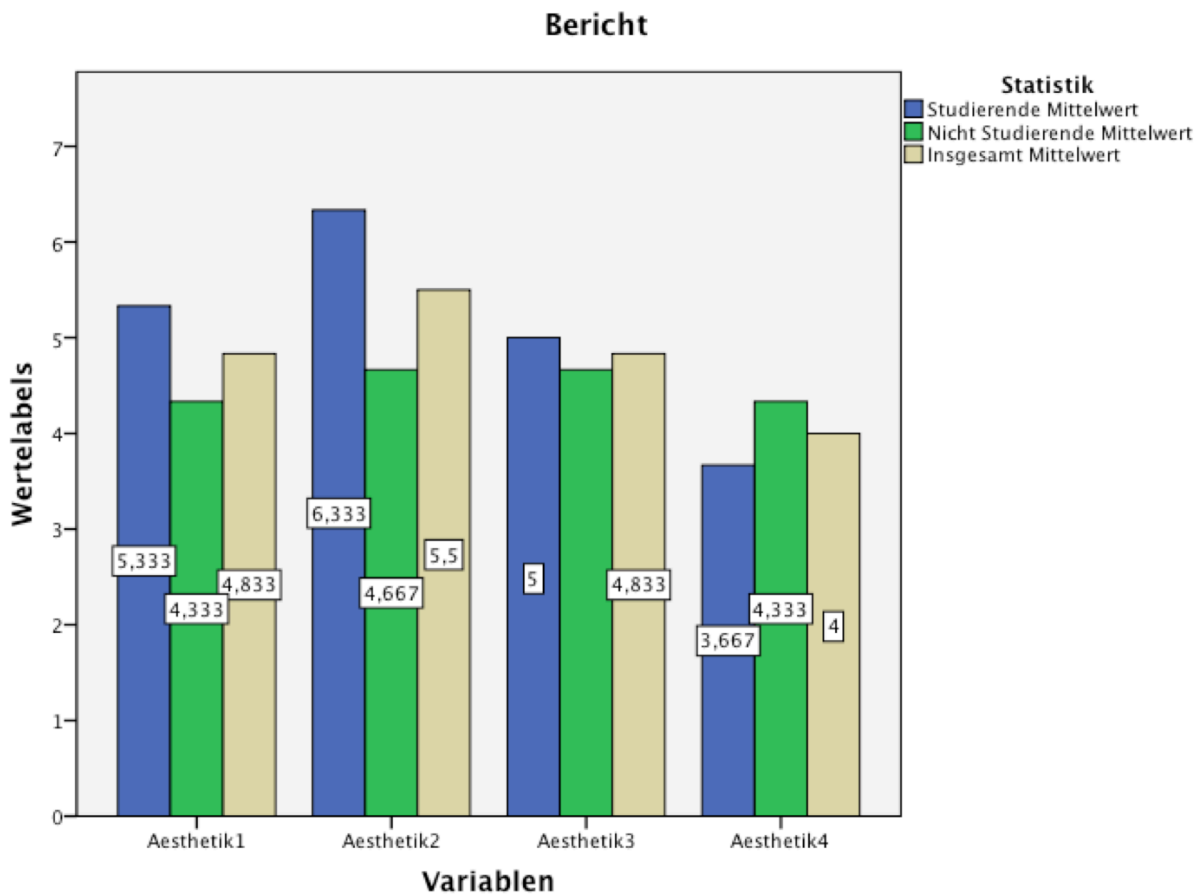


Abbildung 43: Eyetracking Fragebogen Ästhetikverteilung

Die Studierenden fanden das Layout sehr angenehm vielseitig (5.33) während die Nicht-Studierenden es ebenfalls als eher vielfältig bewerteten (4.5). Die farbliche Gesamtgestaltung wurde von den Studierenden ebenfalls als sehr gut (6.33) gewertet während Nicht-Studierende das farbliche Gesamtgestaltung, als eher gut bezeichneten (4.3). Beide Gruppen fanden das Layout professionell (4.8). Von den Nicht-Studierenden wurde eher angegeben, dass auf der Seite alles zusammen passt (4.3) als von den Studierenden (3.6).

## 2.6.7 GLAUBWÜRDIGKEIT

**Bericht**

meanCredCampus

Beruf	Mittelwert	N	Standardabweichung
Studenten	4,0000	2	,00000
Nicht Studenten	4,7778	3	,69389
Insgesamt	4,4667	5	,64979

Abbildung 44: Mean Credibility Campus Eyetracking Fragebogen

NZZ Campus wurde tendenziell als eher glaubwürdig eingestuft (4.46). Wobei die Nicht-Studierenden die Glaubwürdigkeit von NZZ Campus als besser bewerteten (4.7) als die Studierenden (4.0).

**Bericht**

meanCredNZZ

Beruf	Mittelwert	N	Standardabweichung
Studenten	6,3333	2	,94281
Nicht Studenten	5,5556	3	,19245
Insgesamt	5,8667	5	,64979

Abbildung 45: Mean Credibility NZZ Eyetracking Fragebogen

Die Neue Zürcher Zeitung wurde als sehr glaubwürdig bewertet (5.8). Dabei wurde die Neue Zürcher Zeitung durch die Studenten deutlich besser bewertet (6.33) also von den Nicht-Studenten (5.5).

### 3. SCHLUSSFOLGERUNGEN

#### 3.1 NUTZERBEURTEILUNG DES INHALTS AUF NZZ CAMPUS

Die Inhalte auf einer Webseite sind wie in der theoretischen Herleitung aufgezeigt wird, sehr wichtig für die Wiederbesuchs und Weiterempfehlungsbereitschaft der Nutzer. Die Inhalte auf der NZZ Campus Webseite wurden durch die Nutzer gesamthaft als mittel bis eher gut bewertet. Studierende spricht der Inhalt eher an als Nicht-Studierende. Die Seite ist sehr spezifisch auf diese Zielgruppe ausgerichtet und spricht andere Zielgruppen in anderen Lebensphasen eher nicht an. Auch die Nutzer, welche die Seite heute regelmässig nutzen, geben an, dass sie die Seite nach dem Lebensabschnitt „Studium“ eher nicht mehr nutzen würden. Insbesondere wurde in den Evaluationen ersichtlich, dass der Sprachgebrauch gut gewählt ist und die Inhalte für die Leser sehr gut lesbar sind. Für User die durch die Webseite browsen ohne ein spezifisches Informationsziel, welche aber trotzdem ihr Wissen erweitern möchten (Actionmode) sind die Inhalte am ungeeignetsten und werden am schlechtesten bewertet. Dies könnte daran liegen, dass die Inhalte zwar als amüsant und unterhaltsam bewertet werden, die meisten Leute die Inhalte jedoch nicht sonderlich wichtig empfinden. Dies stellt insbesondere ein Problem dar, da der Actionmode typische Usermode der Campusnutzer ist. Der typische Campusnutzer ist ein Student, welcher sich in einer Pause unterhalten möchte, jedoch sein Wissen ebenfalls erweitern möchte. Der Campusseite könnten aufgrund dieser Tatsache regelmässige Nutzer verloren gehen. Viele der Befragten gaben an, dass ihnen keine wichtigen Informationen verloren gehen, wenn sie die Seite nicht regelmässig besuchen würden, dadurch denken tendenziell eher weniger der Befragten, dass sie die Seite regelmässig nutzen würden.

#### 3.2 NUTZERBEURTEILUNG DER USABILITY AUF NZZ CAMPUS

Wie in der theoretischen Herleitung illustriert wurde, wird die Usability eher peripher Verarbeitet. Solange es nicht zu grösseren Störungen oder Problemen kommt, tritt diese nur wenig explizit ins Bewusstsein der User. Die Usability der NZZ Campus Webseite wurde insgesamt als gut bis sehr gut bewertet. Trotzdem gibt es einiges was durch die Befragten bemängelt wurde. Die Orientierung innerhalb der ersten Hierarchiestufe (z.B. im Bereich Studium) könnte einfacher gestaltet werden. Die User orientierten sich hauptsächlich an den Headlines, und achten nur wenig auf Bildinformationen. Die Bildinformationen sind jedoch in diesem Bereich sehr dominant. Die User wünschen sich weniger Bildinformation und dafür mehr Übersicht. Sie möchten mehr Headlines auf einer Seite und weniger unter Seiten, bei welchen Sie sich durch navigieren müssen. Die User bewerteten es negativ, dass das Frame auf der Homepage beim scrollen mit läuft. Dies irritiert die User und lenkt sie von der Informationssuche ab. Das Frame wird ansonsten Grundsätzlich positiv aufgenommen, inklusive der Tatsache, dass die Artikel in dem Frame alle paar Sekunden, wechseln. Würde das Frame an Ort und Stelle bleiben, würden es die User als sehr positiv bewerten. Es wurde zudem positiv gewertet das die linke Navigationsleiste auf der Homepage mitscrollt, jedoch bemängelt das dies auf den unteren Hierarchiestufen nicht der Fall ist. Die Suchfunktion auf der Webseite ist nicht ganz deutlich, zudem empfinden es die User als störend, dass die Artikel in der Suchfunktion nach Relevanz und nicht nach Aktualität gefiltert werden.

#### 3.3 NUTZERBEURTEILUNG DER ÄSTHETIK AUF NZZ CAMPUS

Der Ästhetik kommt, wie in der theoretisch Herleitung erwähnt, eine besonders wichtige Funktion bei der Bildung des Ersteindruckes des Users zu. Die Ästhetik der Campus Webseite wurde insgesamt als mittel bis gut bewertet. Das Design polarisiert, es wird jedoch von der Zielgruppe tendenziell gut aufgenommen. Vorallem Personen, welche die Seite gut kennen beurteilen das Design besser. Wie bereits im Bereich der Usability erwähnt wurde, fanden die befragten Personen das Frame in der Mitte „trendy“ und optisch Ansprechend. Es ist auch das Element der Seite, welches als erstes von den Blicken fixiert wird. Weiter wurde vorallem das Schriftbild als störend empfunden. Das Schriftbild

macht den Gesamteindruck der Webseite etwas verworren, weil oftmals viele verschiedene Schriftschnitte und Schriftgrößen auf einer Seite ersichtlich sind. Der User ist insbesondere in den Übersichtsbereichen tendenziell eher mit viel Information auf kleinem Raum konfrontiert. Die farbliche Gestaltung und der gute Mix, aus Bild, Text und Medialeninformationen auf der Webseite wirken auf die User sehr attraktiv.

### 3.4 NUTZERBEURTEILUNG DER GLAUBWÜRDIGKEIT DER NZZ CAMPUSSEITE

Die Glaubwürdigkeit der NZZ Campus Webseite wurde insgesamt als gut bewertet, die Glaubwürdigkeit der Neuen Zürcher Zeitung sogar als sehr gut. Jedoch wurde oftmals erwähnt, dass die NZZ Campus Webseite in den Regionen ausserhalb Zürichs nicht sehr präsent ist.

### 3.5 VERBESSERUNGSVORSCHLÄGE UND MASSNAHMEN

Obwohl sowohl die Inhalte, die Usability, die Ästhetik wie auch die Glaubwürdigkeit der Webseite als gut beurteilt wurden, gibt es doch ein paar Dinge welche man an der Webseite verbessern könnte:

- Die Inhalte mehr auf Personen fokussieren, welche durch die Webseite browsen ohne ein spezifisches Informationsziel, jedoch ihr Wissen erweitern möchte.
- Mehr „high class“ Informationen mit einer hohen Wichtigkeit, weniger Fokus auf „Fun“, beispielsweise noch stärkerer Servicecharakter mit gezielten Studentenjobs oder Stipendieninformationen etc.
- Hierarchiestufen 1 übersichtlicher gestalten. Die Personen orientieren sich hauptsächlich an den Headlines und wechseln nicht gerne die Seiten. Weniger Fokus auf Bildinformation dafür mehr Übersicht.
- Das Frame auf der Homepage soll an Ort und Stelle fest bleiben und nicht beim Scrollen mit fahren. Der User wird sonst bei seiner Informationssuche abgelenkt.
- Die primäre Navigationsleiste soll auf allen Hierarchiestufen mitscrollen, dies erspart dem User bei langen Artikeln wieder an den Anfang der Seite zu scrollen.
- Die Suchfunktion auf der Webseite verdeutlichen. Die Artikel in der Suche nach Aktualität und nicht nach Relevanz sortieren. Die Suchfunktion auf dem aktuellen Stand halten.
- Ein ruhigeres Schriftbild. Die Webseite wirkt auf viele User etwas verworren. Dem könnte mit einem ruhigeren Schriftbild abholfe verschaffen werden.
- Keine Toten Rubriken wie beispielsweise die Rubrik „Specials“.
- Die User sind allgemein insbesondere auf den Übersichtsseiten mit relativ viel Information konfrontiert. Die Informationsflut etwas lockern.
- Das Marketing in Regionen ausserhalb Zürichs etwas stärker lancieren.

Insgesamt bedient die NZZ Campus Webseite eine sehr spezifische Zielgruppe mit Informationen rund um ihren Lebensbereich. Diese spezifische Zielgruppe ist mit besonderen Anforderungen aufgrund ihres Lebensabschnittes konfrontiert. Aus diesen besonderen Anforderungen resultieren spezifische Interessen, welchen auf der NZZ Campus Webseite in einer besonderen Form Rechnung getragen werden. Das Angebot hat diesbezüglich seine Berechtigung und stösst bei der Zielgruppe auf Interesse. Die Zielgruppe befindet sich in einer rasant wandelnden Welt, was auch eine Wandlung ihrer Interessen zur Folge hat, welchen sich die NZZ Campus Webseite auch in Zukunft immer neu anpassen werden muss.

## LITERATUR

- Cober, R.T., Brown, D.A., Levy, P.E., Cober, A.B. & Keeping, L.M. (2003). Organizational web sites: Web site content and style as determinants of organizational attraction. *International Journal of Selection and Assessment*, 11(2/3), 158-169.
- Duden (2013). Campus. Verfügbar unter: <http://www.duden.de/rechtschreibung/Campus> [05.06.2013]
- Flick, U. (2010). *Qualitative Sozialforschung Eine Einführung* (3. Aufl.). Reinbeck bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag.
- Fogg, B.J., Kameda, T., Beyod, J., Marshall, J., Sethi, R., Sockol, M., Trowbridge, T. (2002). *Stanford-Markovsky Web Credibility Study 2002: Investigating what makes web sites credible today. A Research Report* by the Stanford Persuasive Technology Lab & Markovsky & Company. Stanford University
- Harms, I., Schweibenz, W. und Strobel, J. (2002). Usability Evaluation von Web-Angeboten mit dem Web Usability Index. In: Proceedings der 24. DGI-Online-Tagung 2002 – Content in Context, S. 283-292. Frankfurt/Main.
- Hassenzahl, M. & Monk, A. (2010). The inference of perceived usability from beauty. *Human-Computer Interaction*, 25, 235-260.
- ISO (1998). *ISO 9241: Ergonomic requirements for office work with visual display terminals, VDTs) – part 11: Guidance on usability*. Geneva: International Organization for Standardisation.
- ISO (2006). *ISO 9241: Ergonomics of Human-System Interaction – Part 151: Guidance on World Wide Web Interfaces*. Geneva: International Organization for Standardisation.
- Lindgaard, G., Fernandes, G., Dudek, C. & Brown, J. (2006). Attention web designers: You have 50 milliseconds to make a good first impression! *Behaviour & Information Technology* 25, 115-126.
- Littig, B., & Wallace, C. (1997). Möglichkeiten und Grenzen von Fokus-Gruppendiskussionen für die sozialwissenschaftliche Forschung.
- Moshagen, M. & Thielsch, M. T. (2010). Facets of visual aesthetics. *International Journal of Human-Computer Studies*, 68, 689-709.
- Mössler, K. (2003). *Evaluierung von Websites-Ein Ländervergleich zwischen Österreich und Neuseeland*. GRIN Verlag
- NZZ. (2012). Mediengruppe. Verfügbar unter: <http://www.nzzmediengruppe.ch/2012/02/28/das-nzz-campus-magazin-in-neuem-design/> [05.06.2013]
- NZZ. (2013). Campus. Verfügbar unter: <http://www.nzzwerbung.ch/produktepreise/magazine/nzz-campus/> [05.05.2013]
- Petty, R.E. & Cacioppo, J.T. (1986). The elaboration likelihood model of persuasion. *Advances in experimental social psychology*, 19, 123-205.
- Rogers, S., Wang, Y., Rettie, R., & Alpert, F. (2007). The Web Motivation Inventory: Replication, extension and application to Internet advertising. *International Journal of Advertising*, 26(4), 447-476.
- Ross J. (2009). *Eyetracking: Is it Worth it?* <http://uxmatters.com/mt/archives/2009/10/eyetracking-is-it-worth-it.php> [05.06.2013]

- Sarodnick, F. & Brau, H. (2011). *Methoden der Usability Evaluation. Wissenschaftliche Grundlagen und praktische Anwendung*. (2. Aufl.). Bern: Verlag Hans Huber
- Sauro, J. (2013). Measuring Usability with the System Usability Scale (SUS). Verfügbar unter: <http://www.measuringusability.com/sus.php> [05.06.2013]
- Schenkman, B.N. & Jönsson, F.U. (2000). Aesthetics and preferences of web pages. *Behaviour & Information Technology*, 19, 367-377.
- Thielsch, M. T. (2008). Inhalt, Usability und Ästhetik in der Bewertung durch Webnutzer. In M. Herczeg & M. C. Kindsmüller (Hrsg.). *Mensch & Computer 2008: Viel mehr Interaktion* (S. 441-444). München: Oldenbourg.
- Thielsch, M. T. & Hirschfeld, G. (2012). Spatial frequencies in aesthetic website evaluations – explaining how ultra-rapid evaluations are formed. *Ergonomics*, 55 (7), 731-742.
- Thielsch, M. T., & Jaron, R. (2012). Das Zusammenspiel von Website-Inhalten, Usability und Ästhetik. *Mensch & Computer 2012: interaktiv informiert–allgegenwärtig und allumfassend!?*.
- Tractinsky, N., Cokhavi, A., Kirschenbaum, M. & Sharfi, T. (2006). Evaluating the consistency of immediate aesthetic perceptions of web pages. *International Journal of Human-Computer Studies* 64, 1071-1083.
- von Gizycki, V. (2002). Usability—Nutzerfreundliches web-design. In Usability (pp. 1-17). Springer Berlin Heidelberg.

## ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abbildung 1: NZZ Campus Navigationsleisten.....	S. 06
Abbildung 2: NZZ Campus Suchfunktion auf der Homepage.....	S. 08
Abbildung 3: PDF Download Rotkabissalat.....	S. 09
Abbildung 4: Querverweise auf der Campus Webseite.....	S. 10
Abbildung 5: Inhaltlicher Glossar auf www.20min.ch.....	S. 12
Abbildung 6: Onlineformular auf NZZ Campus.....	S. 13
Abbildung 7: Artikel nach Datum sortiert.....	S. 14
Abbildung 8: Artikelsortierung in der Suchfunktion.....	S. 15
Abbildung 9: Personenbezogene Benutzer Informationen.....	S. 16
Abbildung 10: Untere Navigation.....	S. 17
Abbildung 11: Navigation externe Links.....	S. 17
Abbildung 12: Artikel Campus Magazin rechte Seitenspalte.....	S. 17
Abbildung 13: Kleine Icons.....	S. 17
Abbildung 14: Wettbewerb Glücksschwein.....	S. 18
Abbildung 15: Kreuzsymbol am Ende eines Artikels.....	S. 19
Abbildung 16: Textformatierung.....	S. 21
Abbildung 17: Mean Inhalt.....	S. 25
Abbildung 18: Inhaltverteilung.....	S. 26
Abbildung 19: Mean Usability.....	S. 28
Abbildung 20: Usabilityverteilung .....	S. 28
Abbildung 21: Mean Ästhetik.....	S. 30
Abbildung 22: Ästhetikverteilung.....	S. 31
Abbildung 23: Mean Glaubwürdigkeit NZZ Campus.....	S. 31
Abbildung 24: Mean Glaubwürdigkeit Neue Zürcher Zeitung.....	S. 32
Abbildung 25: Onlinestudie Design.....	S. 32
Abbildung 26: Onlinestudie Inhaltsverteilung.....	S. 33
Abbildung 27: Onlinestudie Usabilityverteilung.....	S. 34
Abbildung 28: Onlinestudie Ästhetikverteilung.....	S. 35
Abbildung 29: Eyetrackingstudie Design.....	S. 36

Abbildung 30: Heat Map Homepage 15 Sekunden.....	S. 37
Abbildung 31: Scan Path 1.5 Sekunden.....	S. 37
Abbildung 32: Scan Path Homepage fünf Sekunden.....	S. 38
Abbildung 33: Heatmap Homepage totale Verweildauer.....	S. 39
Abbildung 34: Heat Map im Bereich Studium.....	S. 40
Abbildung 35: Heat Map im Bereich „Dossiers“ .....	S. 42
Abbildung 36: Surfmode einer Versuchsperson.....	S. 43
Abbildung 37: Goalmode einer Versuchsperson.....	S. 43
Abbildung 38: Mean Inhalt Eyetracking Fragebogen.....	S. 44
Abbildung 39: Eyetracking Fragebogen Inhaltsverteilung.....	S. 44
Abbildung 40: Mean Usability Eyetracking Fragebogen.....	S. 45
Abbildung 41: Eyetracking Fragebogen Usabilityverteilung.....	S. 46
Abbildung 42: Mean Ästhetik Eyetracking Fragebogen.....	S. 47
Abbildung 43: Eyetracking Fragebogen Ästhetikverteilung.....	S. 47
Abbildung 44: Mean Credibility Campus Eyetracking Fragebogen.....	S. 48
Abbildung 45: Mean Credibility NZZ Eyetracking Fragebogen.....	S. 48



Name der Site 1  
NZZ Campus

Werner Schweibenz (1), Johannes Strobel (2)  
(1) Universität des Saarlandes  
(2) University of Missouri-Columbia

1. Navigation und Orientierung	
Navigation	
Ist der Navigationsbereich immer verfügbar?	gut
Befindet sich der Navigationsbereich immer an der selben Stelle?	gut
Ist immer ein Home-Button vorhanden?	Sehr gut
Ist immer ein Link zur nächsthöheren Hierarchiestufe vorhanden?	ausreichend
Orientierung	
Gibt es eine "sekundäre" bzw. "alternative" Homepage?	N/Z
Kann die Pfadarzeige als Orientierungshilfe bei der Navigation dienen?	befriedigend
Gibt es visuelle Orientierungshinweise, die anzeigen, dass man nach unten scrollen kann?	gut
Ist immer ein Link zur Hilfefunktion vorhanden?	N/Z
Hierarchie	
Hierarchische Einteilung der Seite erleichtert die Orientierung?	Sehr gut
Aktueller Standpunkt in der Hierarchie ist klar erkennbar (wo bin ich)?	ausreichend
Suche	
Such-Tool für Websites vorhanden?	gut
Link zu einer Suchfunktion auf der Hauptseite vorhanden?	Sehr gut
Ist ein Index vorhanden?	mangelhaft
Site Map	
Site map ist vorhanden?	gut
Links in der site map sind korrekt?	gut
Überschriften sind korrekt gekennzeichnet?	Sehr gut
Zwei, drei top-level Überschriften sind vorhanden?	gut
Links	
Sind Links immer als solche zu erkennen?	gut
Folgen Links einem seiteninternen Standard (Unterstreichung, Farbgebung, Icons)?	gut
Sind besuchte Links gekennzeichnet (z. B. durch Farbwechsel)?	mangelhaft
Sind Informationen vorhanden, die anzeigen, wohin ein Link führt (z. B. Texte, Mouseover)?	befriedigend
Ist eine größere Anzahl von Links durch Überschriften gegliedert?	Sehr gut
Gibt es auf jeder Seite mindestens einen weiterführenden Link?	Sehr gut
Gibt es Hinweise auf die Größe der Datei, bevor man sie herunterlädt?	mangelhaft
Gibt es Hinweise auf das Format der Datei, bevor man sie herunterlädt?	Sehr gut
Sind die Thumbnail-Bilder groß genug für eine Vorschau?	N/Z
Querverweise	
Querverweise zu anderen Teilen der Website sind gekennzeichnet?	gut
Querverweise zu anderen Sites sind speziell gekennzeichnet (z. B. durch "extern")?	mangelhaft
Listen	
Gewähltes Format der Listen ist angemessen für Art der Information?	Sehr gut

Aufzählungen sind konsistent im Format?	Sehr gut
<b>2. Interaktion und Informationsaustausch</b>	
Gibt es eine Skip-Intro-Funktion für Animationen der Begrüßungsseite (Leitseite)?	N/Z
<b>Benutzer-Orientierte Führung</b>	
Ist der Titel ("Title-Tag") der Website aussagekräftig in Bezug auf den Inhalt?	Sehr gut
Enthält die Web Site eine Einführung in ihr Themengebiet (z. B. Einleitung)?	mangelhaft
Repräsentieren die einzelnen Themen Teile des beschriebenen Inhalts?	Sehr gut
Gibt es die Möglichkeit mit einer Tour durch die Site geführt zu werden?	mangelhaft
<b>Benutzerfragen</b>	
Sind Frequently Asked Questions (FAQ) vorhanden?	mangelhaft
Ist eine Kontaktaufnahme auch konventionell (Post, Telefon, Anfahrtsskizze) möglich?	Sehr gut
Gibt es fragen-spezifische Kontaktstellen (Webmaster, Inhalt)?	gut
Sind Kontakt-Formulare kürzer als eine Seite?	Sehr gut
<b>Glossar</b>	
Ist ein Glossar vorhanden?	mangelhaft
Sind alle spezifischen Begriffe erklärt?	N/Z
Einträge sind in alphabetischer Anordnung?	N/Z
Akronyme sind korrekt behandelt?	N/Z
Definitionen sind konsistent mit dem Gebrauch in der Website?	N/Z
Von anderen Seiten übernommene Begriffe und Definitionen sind gekennzeichnet?	N/Z
<b>Meldungen</b>	
Meldungen (zum Beispiel Fehlermeldungen) sind vorhanden und akkurat?	N/Z
Format der Meldungen ist korrekt?	N/Z
Stil der Meldungen ist konsistent?	N/Z
Meldungen sind so kurz wie möglich gehalten?	N/Z
<b>Rolle der Benutzer</b>	
Werden den Benutzern Rollen zugewiesen (z. B. Kunde, Informationssuchender etc.)?	Sehr gut
Werden mögliche Rollen der Benutzer ausdrücklich angesprochen (z. B. um ihm/ihr seine Rolle deutlich zu machen)?	gut
Entspricht diese Rolle den potenziellen Erwartungen und Zielen der Benutzer?	Sehr gut
<b>Rolle des Site-Betreibers</b>	
Wird dem Site-Betreiber eine Rolle zugewiesen (z. B. Anbieter von Information oder Dienstleistungen etc.)?	Sehr gut
Werden mögliche Rollen des Site-Betreibers ausdrücklich angesprochen (z. B. um seine Rolle deutlich zu machen)?	Sehr gut
<b>3. Aktualität und Qualität</b>	
<b>Aktualität der Informationen</b>	
Sind die angebotenen Informationen auf dem aktuellen Stand?	Sehr gut
Sind die angebotenen Informationen mit einem Datum versehen (z. B. Datum des ersten Eintrags, der letzten Änderung)?	Sehr gut
Sind neue Informationen als solche gekennzeichnet?	gut
Sind Links zu externen Quellen funktionsfähig, also keine "toten" Links?	Sehr gut
Gibt es einen automatischen Benachrichtigungsservice für neue Informationen (z. B. via E-Mail, Newsletter)?	Sehr gut
<b>Zuordenbarkeit und Genauigkeit der Informationen</b>	
Gibt es ein Impressum, das die Benutzer über den Site-Betreiber informiert?	Sehr gut
Sind Name, Position und Referenzen von Autoren von Beiträgen angegeben?	Sehr gut
Werden Quellen zu den angebotenen Informationen genannt?	Sehr gut
Sind die angebotenen Informationen frei von Tipp-, Rechtschreib- und Grammatikfehlern?	Sehr gut
Werden Bezeichnungen korrekt und konsistent verwendet?	N/Z
Angaben über Verwendung von personenbezogenen Informationen des Benutzers wurden gemacht?	befriedigend
Werden Abkürzungen beim ersten Gebrauch eingeführt und erläutert?	N/Z
Werden Fachbegriffe beim ersten Gebrauch eingeführt und erläutert?	N/Z

<b>4. Informations- und Textdesign</b>	
<b>Größe und Kontrast der Darstellung</b>	
Ist die Schrift groß genug, um erkennbar und lesbar zu sein (z. B. auch bei Seheinschränkungen)?	ausreichend
Kontrastiert die Schrift ausreichend mit dem Hintergrund, um erkennbar und lesbar zu sein?	Sehr gut
Sind Grafiken groß genug, um erkennbar und lesbar zu sein (z. B. auch bei Seheinschränkungen)?	Sehr gut
Kontrastieren Grafiken ausreichend mit dem Hintergrund, um erkennbar und lesbar zu sein?	Sehr gut
Sind Icons groß genug, um leicht anklickbar zu sein?	befriedigend
<b>Informationsstrukturierung</b>	
Folgt die Anordnung der Informationen der kulturell vorgegebenen Leserichtung?	befriedigend
Verdeutlicht das Design die Struktur der dargestellten Informationen (z. B. logische und funktionale Beziehungen)?	befriedigend
Zeigt die Anordnung von Informationen die relative Wichtigkeit und Reihenfolge an?	gut
<b>Gestaltung von Icons</b>	
Sind die Icons aussagekräftig und haben sie einen Bezug zu dem, was sie darstellen?	befriedigend
Sind gängige Icons verwendet worden?	Sehr gut
Sind die Icons mit erläuternden Texten versehen?	Sehr gut
<b>Gestaltung von Textinformation</b>	
Sind die Texte für das Zielpublikum verständlich (z. B. Wortwahl, Satzbau, Fachbegriffe)?	gut
Wird Jargon, der nicht der Zielgruppe entspricht, vermieden bei der Wortwahl?	gut
Werden Texte durch Überschriften strukturiert?	Sehr gut
Sind Überleitungen zwischen Abschnitten vorhanden, die das Verständnis verbessern?	N/Z
Werden längere Texte alternativ in druckbarem Format angeboten (z. B. als PDF-Datei)?	befriedigend
Entsprechen die Textformatierungen dem Inhalt der Texte?	befriedigend
<b>Gestaltung von Bildinformation</b>	
Sind Bilder und Abbildungen für das Zielpublikum verständlich (z. B. Motivwahl, Bildgestaltung)?	gut
Wurde bei der Motivwahl der interkulturelle Aspekt berücksichtigt?	N/Z
Werden Bilder und Abbildungen durch Texte erläutert bzw. wird der Bezug zum Text hergestellt?	Sehr gut
Werden Bilder und Abbildungen in unterschiedlich großen Formaten angeboten (z. B. erst Thumbnail, dann Vollbild)?	mangelhaft
<b>Überschriften</b>	
Überschriften sind kurz und informativ?	gut
Zumindest eine Überschrift pro Seite?	Sehr gut
Jede Überschrift reflektiert eine Aufgabe oder Information?	N/Z
<b>Stil</b>	
Aktiv- und Passivformen sind passend gewählt?	Sehr gut
Zweite Person-Form ist passend gewählt?	Sehr gut
Konventionen für Hervorhebungen sind konsistent und korrekt umgesetzt?	Sehr gut
Übergänge zwischen Themen sind leicht zu lesen?	N/Z
Instruktionen sind im Imperativ?	Sehr gut
Positive Ausdrücke wurden gewählt?	Sehr gut
Level von technischen Begriffen ist angemessen für die Zielgruppe?	Sehr gut
<b>Internationalisierung</b>	
Entsprechen Maßangaben internationalen Standards?	N/Z
Entsprechen Zeitangaben internationalen Standards?	N/Z
Werden Farben kulturübergreifend verständlich verwendet (z. B. Grün ist nur in den USA die Farbe des Geldes)?	N/Z
Sind Icons kulturübergreifend verständlich?	N/Z
Sind Grafiken und Piktogramme kulturübergreifend verständlich?	N/Z
Ist die Sprache kulturübergreifend verständlich (z. B. Wortwahl, Vermeidung von Slang und Modewörtern)?	N/Z
Ist die Metaphorik kulturübergreifend verständlich?	N/Z
Entspricht die Anrede und der Umgangston international üblichen Standards?	N/Z
Ton der Präsentation ist höflich?	N/Z

<b>Textformatierung</b>	
Ist das Textformat konsistent in der ganzen Website?	befriedigend
Information wird in lesbaren Blöcken präsentiert?	gut
Hauptthemen sind deutlich von einander abgegrenzt?	gut
<b>Grafiken/Bilder</b>	
Grafiken sind konsistent in Schriftart, Layout, und Style?	Sehr gut
Grafiken sind einfach zu interpretieren?	befriedigend
Grafiken passen zu den präsentierten Informationen?	gut
Grafiken sind angemessen beschriftet und nummeriert?	Sehr gut
Jeder Titel wird nur einmal verwendet?	Sehr gut
Grafiken werden im Text erwähnt?	N/Z
Titel und Beschreibungen sind aussagekräftig?	gut
<b>5. Auffindbarkeit und Zugänglichkeit</b>	
<b>Webadresse</b>	
Ist die Webadresse so gewählt, dass sie einen sinnvollen Bezug zur Organisation oder zum Unternehmen herstellt?	Sehr gut
Ist die Webadresse gut zu behalten?	Sehr gut
Existieren alternative Webadressen für das Angebot (z. B. bekannte Abkürzungen des Namens)?	mangelhaft
<b>Technische Zugänglichkeit</b>	
Kann die Website in verschiedenen Web-Browsern ohne wesentliche Beeinträchtigungen betrachtet werden?	mangelhaft
Kann die Website mit zwei Browser-Versionen vor der aktuellen ohne wesentliche Beeinträchtigungen betrachtet werden?	N/Z
Gibt es eine High-Tech- und eine Low-Tech-Variante der Website (z. B. mit/ohne Flash oder 3D)?	N/Z
Sind Multimedia-Features mit Angaben zu notwendigen Programmen zum Abspielen versehen?	Sehr gut
Sind Multimedia-Features mit Angaben zur Größe der Applikationen oder Dateien versehen?	Sehr gut
Gibt es Indexierungshilfen (z. B. beschreibende Texte) für nichtindexierbare Informationen wie Bild- und Tondateien?	N/Z
Existieren für zentrale Webseiten Metadaten (z. B. Dublin Core Metadaten)?	N/Z
Existieren für alle Webseiten individuelle Titel als HTML-Title-Tags (z. B. für Lesezeichen, Favoriten und Suchmaschinen)?	Sehr gut
Ist die Website mit Suchdiensten (z. B. Webkatalogen, Webringen, Suchmaschinen, Linklisten) auffindbar?	Sehr gut
Werden Video- und Audiodateien in unterschiedlicher Größe und in gepackten und ungepackten Formaten angeboten?	Sehr gut
Sind alle Grafiken/Bilder und Text druckbar?	Sehr gut
<b>Sprachliche Zugänglichkeit (Mehrsprachigkeit)</b>	
Sind alle Informationen in der/den Sprache/n des Zielpublikums vorhanden?	N/Z
Sind die wichtigsten Informationen in mehreren Sprachen verfügbar (mindestens in Englisch)?	N/Z
<b>Zugänglichkeit für Behinderte</b>	
Entsprechen die Webseiten den Vorgaben der Web Accessibility Initiative (testen z. B. mit <a href="http://www.cast.org/bobby">http://www.cast.org/bobby</a> )?	N/Z
<b>Geschwindigkeit des Aufbaus der Seite</b>	
Feedback für Verzögerungen ist vorhanden?	N/Z
Sind WIDTH und HEIGHT Attribute für alle Grafiken/Bilder definiert?	N/Z
Sind WIDTH und HEIGHT Attribute für alle Tabellen definiert?	N/Z

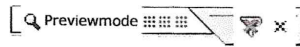
# ZU KAPITEL 2.4: AUFGABENDOSSIER FOKUS GRUPPE

frage

13.05.13 16:00



Fachhochschule Nordwestschweiz  
Hochschule für Angewandte Psychologie



**Zu Beginn bitten wir Sie um einige Angaben zu Ihrer Person.**

Alle Daten werden von uns selbstverständlich vertraulich behandelt und bleiben anonym.

**Alter (in Jahren)**

25

**Geschlecht**

- weiblich     männlich     keine Angabe

**Welches ist Ihr höchster Bildungsabschluss?**

- obligatorische Primar- und Oberstufe  
 Lehre, Berufsschule, Handelsschule  
 Kantonsschule, Gymnasium, Lehramt  
 Höhere Fach- oder Berufsschule  
 Universität, Hochschule  
 anderes

**Was üben Sie zur Zeit für einen Beruf aus?**

Studentin/Sachbearbeiterin Teilzeit

**Wie häufig besuchen Sie generell News Webseiten (nzz.ch, 20min.ch, etc.)?**

- nie     seltener     ca. einmal pro Woche     mehrmals pro Woche     täglich

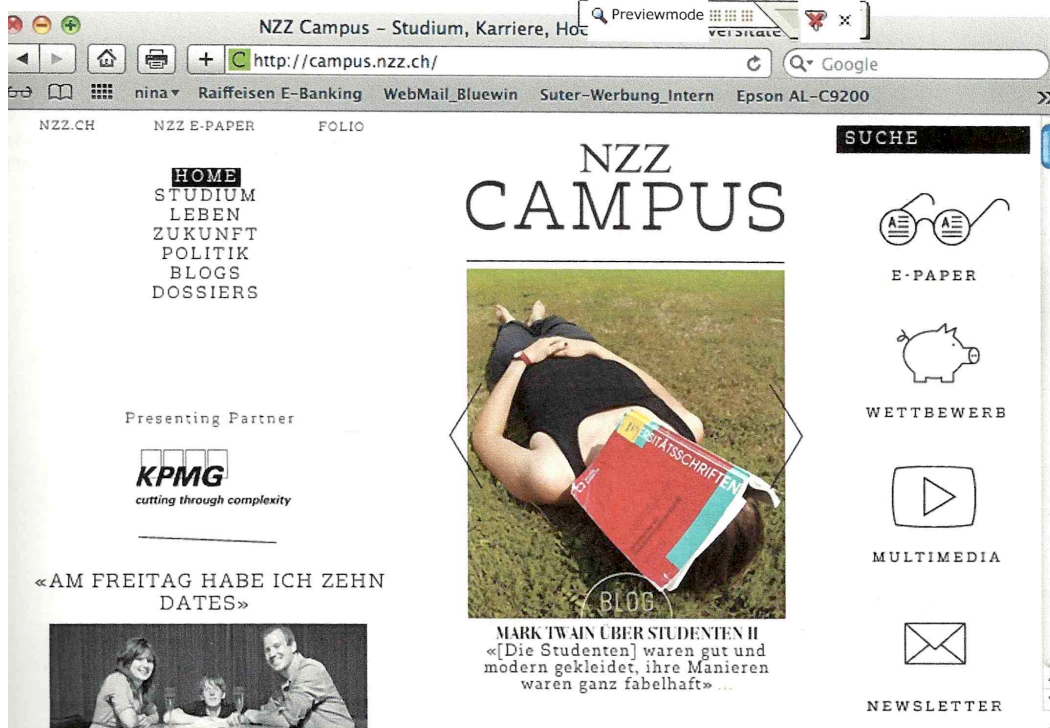
**Welche der folgenden News Webseiten besuchen Sie wie oft?**

	nie	seltener	ca. einmal pro Woche	mehrmals pro Woche	täglich
Tages Anzeiger	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Neue Zürcher Zeitung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Blick	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Handelszeitung	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20 Minuten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
NZZ Campus	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tageswoche	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Der Bund	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Bitte schätzen Sie Ihr Wissen in den folgenden Gebieten ein (jeweils nur eine Antwort)**

	Anfänger			Experte
Bedienen von Computern	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Surfen im Internet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Weiter



auf der Abbildung oben sehen Sie einen Screenshot der NZZ Campus Webseite.

**Wie bekannt ist Ihnen die Webseite NZZ Campus?**

gänzlich unbekannt (1)    2    3    4    5 ~~6~~    6    bestens vertraut (7)    keine Angaben

Bekanntheitsgrad                               

Weiter



### Instruktion

Auf der folgenden Seite sehen Sie die NZZ Campus Webseite der Neuen Zürcher Zeitung. Nehmen Sie sich kurz Zeit einen **Eindruck** der Seite zu erhalten, navigieren Sie sich durch die Seite und lesen Sie 2-3 Artikel, die Sie inhaltlich ansprechen und klicken Sie dann *Weiter*.

Weiter

- Das Bachelor-Unter-schamier (Studium)
- Gwke Vorsätze (Blog)

**Instruktion**

Auf der folgenden Seite sehen Sie die NZZ Campus Webseite der Neuen Zürcher Zeitung. Sie müssen zwei kurze Aufgaben dazu lösen und anschliessend einige Fragen beantworten.

**Aufgabe 1**

Suchen Sie auf der NZZ Campus Webseite den Bereich "Studium", wo Sie eine Auswahl der Artikel zu diesem Thema finden.

Welchen Artikel fänden Sie persönlich am interessantesten?

Stipendien - Konkurrenz mit Abwesenden

**Aufgabe 2**

Was aus diesem Artikel würden Sie einem Mitstudenten/in während einer Kaffeepause erzählen? Beschreiben Sie dies Stichwortartig.

- Dass seit 1. März ein Konkurrenz in Kraft ist.
- Dass es noch immer nicht einheitlich ist.
- Etwas zur Spitzkultur (z. B. wo mein Heimutkanten steht).

~~- Das Bachelor-Master-Schneer~~



**Instruktion**

Auf der folgenden Seite sehen Sie die NZZ Campus Webseite der Neuen Zürcher Zeitung. Sie müssen zwei kurze Aufgaben dazu lösen und anschliessend einige Fragen beantworten.

**Aufgabe 1**

Stellen Sie sich vor, Sie interessieren sich für das Thema Gesundheit & Wohlbefinden. Sie möchten herausfinden, was Sie insbesondere als StudentIn zu diesem Thema beachten können und gehen dafür auf die NZZ Campus Webseite. Suchen Sie das Dossier "Gesundheit & Wohlbefinden".

Welchen Artikel fänden Sie persönlich am hilfreichsten/relevantesten?

**Aufgabe 2**

Beschreiben Sie stichwortartig im Antwortfeld auf der nächsten Seite den Inhalt des Artikels.

*Sehr lang gebraucht bis ich es gefunden habe. Hätte ich nicht gewusst dass es dieses Dossier gibt hätte ich es nie entdeckt*

*"Einsamkeit - Allein unter vielen"*

*Überall anonym  
gross, viele Einsame*

Weiter



## Instruktion

### Aufgabe

Stellen Sie sich vor Sie schreiben zur Zeit Ihre Bachelorarbeit und haben von einem Freund/einer Freundin gehört, dass es auf der NZZ Campus Webseite einen Wettbewerb gibt, bei welchem Sie Ihre Bachelorarbeit einreichen können und einen attraktiven Preis gewinnen können. Suchen Sie auf der NZZ Campus Webseite den Bereich "Wettbewerb".

Bis zu welchem Datum müssen Sie ihre Bachelorarbeit spätestens einsenden um an dem Wettbewerb teilnehmen zu können?

Bis zum 6. Oktober

Weiter

**Instruktion**

**Aufgabe 5:**

Stellen Sie sich vor, Sie überlegen sich zur Zeit nach Ihrem regulären Studium den Dokortitel in Angriff zu nehmen. Sie möchten möchten Informationen zu diesem Thema sammeln und gehen dafür auf die NZZ Campus Webseite. Suchen Sie auf der NZZ Campus Webseite über die **Suchfunktion** nach diesem Thema. Wie viele Suchergebnisse zum Thema "Doktorieren" erhielten Sie mit Ihrem Suchwort?

Weiter

12



Bitte bewerten Sie anhand der untenstehenden Aussagen die Inhalte der NZZ Campus-Webseite.

	stimme nicht zu (1)	2	3	4	5	6	stimme zu (7)	keine Angabe
Die Webseite weckt mein Interesse.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Der Inhalt der Webseite gefällt mir.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich lese diese Webseite gerne.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die einzelnen Sätze sind einfach zu lesen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die Texte liefern mir kurz und bündig die wichtigsten Informationen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Der Sprachgebrauch in den Texten ist geläufig und allgemein verständlich.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die Informationen sind qualitativ hochwertig.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich finde die Informationen auf der Webseite nützlich.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die Inhalte der Webseite erscheinen mir so wichtig, dass ich sie mir ausdrucken oder speichern würde.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Haben Sie noch weitere Bemerkungen zu den Inhalten der NZZ Campus-Webseite?

Weiter



**Bitte bewerten Sie anhand der untenstehenden Fragen die Benutzerfreundlichkeit der NZZ Campus-Webseite.**

	stimme						stimme zu (7)	keine Angabe
	1	2	3	4	5	6		
<input type="radio"/> Ich finde die NZZ Campus-Webseite unnötig komplex.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/> Ich finde, die NZZ Campus-Webseite ist einfach zu benutzen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/> Ich finde, dass die verschiedenen Funktionen der NZZ Campus-Webseite gut integriert sind.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/> Die NZZ Campus-Webseite hat viele Widersprüche.	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/> Ich könnte mir vorstellen, dass die meisten Leute sehr schnell lernen würden, mit der NZZ Campus-Webseite umzugehen. (Studenten schon)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/> Ich finde die NZZ Campus-Webseite sehr schwerfällig im Gebrauch.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/> Ich fühle mich sicher im Umgang mit der NZZ Campus-Webseite.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/> Ich musste eine Menge lernen, bevor ich mit der NZZ Campus-Webseite zurechtkam.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/> Ich denke ich würde die NZZ Campus-Webseite regelmässig nutzen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/> Ich denke ich bräuchte technische Unterstützung beim Erlernen wie ich die Webseite bedienen kann.	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Haben Sie noch weitere Bemerkungen zu der Benutzerfreundlichkeit der NZZ Campus-Webseite?**

Weiter



**Bitte bewerten Sie anhand der untenstehenden Fragen die Ästhetik der NZZ Campus-Webseite.**

	stimme nicht zu (1)	2	3	4	5	6	stimme zu (7)	keine Angabe
Das Layout ist angenehm vielseitig.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die farbliche Gesamtgestaltung wirkt attraktiv.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Das Layout ist professionell.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Auf der Seite passt alles zusammen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Haben Sie noch weitere Bemerkungen zu dem Layout der NZZ Campus-Webseite?**

Weiter



# NZZ CAMPUS

Bitte beurteilen Sie ob Sie mit den untenstehenden Aussagen im Bezug auf NZZ Campus einverstanden sind.

	stimme nicht zu (1)	2	3	4	5	6	stimme zu (7)	keine Angabe
Es ist bekannt, dass NZZ Campus zuverlässig ist	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
NZZ Campus hat einen schlechten Ruf auf dem Markt	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
NZZ Campus ist hoch angesehen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

# Neue Zürcher Zeitung

Bitte beurteilen Sie ob Sie mit den untenstehenden Aussagen im Bezug auf die Neue Zürcher Zeitung generell einverstanden sind.

	stimme nicht zu (1)	2	3	4	5	6	stimme zu (7)	keine Angabe
Die Neue Zürcher Zeitung ist dafür bekannt, dass sie zuverlässig ist	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die Neue Zürcher Zeitung hat einen schlechten Ruf auf dem Markt	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die Neue Zürcher Zeitung ist hoch angesehen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>

Weiter

1 Interviewer: Aufgabe 1

2

3 #00:09:24-4# Interviewer: Sind alle soweit mit der Aufgabe 1 fertig?

4

5 #00:09:24-4# Befragte: Ja.

6

7 #00:09:24-4# Interviewer: Jetzt konntet ihr euch ja alle die Seite einmal  
8 anschauen, auch die die sie bisher noch nicht kannten. Wie ist euer erster  
9 Eindruck? Gab es etwas was euch nicht so gefallen hat, oder auch etwas  
10 das euch besonders gut gefallen hat?

11

12 #00:09:37-5# Befragter M: Es gibt keine Headlines. Sondern du musst  
13 dich zuerst durch das ganze durch klicken. Befragter N.: Ja ich finde es ist  
14 nicht, wenn du etwas suchst, es ist einwenig "verworren" fast. Befragter L.:  
15 Gut es ist ja auch nicht eine News Homepage oder so, es ist ja keine  
16 Zeitung, es ist eher Blog-Artig aufgebaut. Es ist ja bei vielen Blogs so, dass  
17 du zuerst ganz oben die neuesten Artikel zu Oberst hast. Es ist  
18 wahrscheinlich so gedacht, dass man jeden Tag auf die Seite geht, oder  
19 jede Woche, dann siehst du einfach immer das neueste. Befragte N.: Ich  
20 find es cool, dass es doch relativ klar unterteilt ist, da Links so mit dem  
21 Studium, Leben, Zukunft, so Politik ding, dass ist ziemlich easy. Befragte S.:  
22 Ich finde es unübersichtlich weil, ein Teil ist gross geschrieben, ein Teil  
23 klein, dann ist alles in Grossen Buchstaben, dann alles in kleinen, dann  
24 eine andere Schriftart. Ich finde es macht es mega nervös.

25

26 #00:10:29-5# Interviewer: Von den Überschriften zu den  
27 Vorschautexten?

28

29 #00:10:29-5# Befragte S.: Ja das ist meistens so, aber dann ist "gut zu  
30 wissen" ist wieder eine andere Schrift, und rechts ist wieder eine andere  
31 Schrift und dann ist da Werbung und es kommt da wieder ein Logo hinein,  
32 was du dann irgendwie liest.

33

34 #00:10:42-2# Befragter N.: Ja also wenn wenn du jetzt nur hier kurz  
35 drüber schaut, hast du eins, zwei, drei, vier verschiedene Schriftgrößen  
36 und Schriftarten.

37

38 #00:10:49-5# Befragte J.: Also ich find das nicht so schlimm.

39

40 #00:10:49-5# Befragte L.: Also mir gefällt das noch vom Design her  
41 eigentlich. Ich meine es ist auch extra Desiged.

42  
43 #00:10:56-4# Befragte J.: Ich finde es eher Übersichtlich.  
44  
45 #00:10:57-9# Befragter N.: Es ist halt ein trendy design.  
46  
47 #00:10:56-9# Befragte N: Jaja genau.  
48  
49 #00:10:57-5# Befragte L.: Ich denke es geht ja hier nicht nur um die  
50 Funktionalität sondern auch um einen Trend.  
51  
52 #00:11:04-3# Befragte N: Also ich habe das Gefühl es ist eine Website  
53 auf der man sich mega verzetteln kann. Also ich habe jetzt gerade  
54 irgendwie so fünf verschiedene Artikel hintereinander angeklickt, weil ich  
55 dann irgendwie da noch darauf gekommen bin. Aber ich denke für das ist  
56 es ja irgendwie auch gedacht.  
57  
58 #00:11:12-5# Befragter N: Aber ich denke wenn du da mehr drauf bist  
59 dann... Ich find das nicht mal so schlecht...  
60  
61 #00:11:25-0# Befragte N.: Wenn du nicht spezifisch etwas suchst  
62 sondern einfach so ein bisschen etwas nachlesen möchtest und so, ist es  
63 etwas cooles, weil da taucht etwas auf und...  
64  
65 #00:11:32-7# Befragter N.: Aber wenn du etwas spezifisches willst, dann  
66 ist es schwieriger zum finden.  
67  
68 #00:11:35-0# Befragte N.: Dann ist es natürlich schwieriger genau.  
69 Genau logisch aber weil es etwas ist was so einmal in der Woche  
70 aktualisiert wird, was so ein bisschen jaja.  
71  
72 #00:11:44-0# Befragter N.: Wird das nur einmal pro Woche aktualisiert?  
73  
74 #00:11:46-7# Interviewer: Nein die Online-Seite wird öfters aktualisiert.  
75  
76 #00:12:06-7# Interviewer: Wie findet ihr das Layout auf der Titelseite?  
77 Dass das Bild mit scrollt?  
78  
79 #00:12:24-3# Befragte S.: Es macht mega nervös.  
80  
81 #00:12:26-5# Befragter N.: Ja, aber das musst du mal anschauen mit  
82 dem Internet Explorer, das sieht anders aus.  
83

84 #00:12:32-0# Befragte J.: Hä das in der Mitte bleibt fest oder was meinst  
85 du.  
86  
87 #00:12:40-6# Befragter N.: Ja aber es kommt auf den Browser an.  
88  
89 #00:12:41-4# Befragte L.: Also bei mir nicht.  
90  
91 #00:12:46-0# Befragter N.: Eben das kommt auf den Browser darauf an,  
92 das ist eine Eigenschaft vom Safari. Also ich finde es Scheisse.  
93  
94 #00:12:53-1# Interviewer: Beim Firefox kommt es auch mit.  
95  
96 #00:12:57-6# Befragter N.: Also ich finde es besser wenn du herunter  
97 scrollst, dass alles gleichmässig herauf geht. Also ich finde es irritierend.  
98 Also wenn alles miteinander mit herauf gehen würde dann könntest du dich  
99 besser konzentrieren aber jetzt hast du etwas festes.... Befragte S.: Dann  
100 musst du immer rechts und links schauen. Befragter N.: ... und das fährt  
101 irgendwie vorbei. Für das Auge ist das irgendwie... dann musst du immer  
102 hin und her und wenn alles miteinander hinauf geht, das Auge kann folgen.  
103 Aber wenn das stehen, dann auf der Seite, dann muss das Auge immer  
104 irgendwie hin und her, dann checkt es sicher nicht. Aber wenn alles  
105 miteinander hoch geht dann checkt es das Auge viel eher. Befragte J.: Ja  
106 schon. Befragter N.: Also für mich ist das so. Befragte S.: Für mich ist es  
107 auch so. Befragter N.: Für mich ist es viel besser am Anfang siehst du viel  
108 besser was links und rechts noch so ist, aber sobald dass hier stehen bleibt  
109 ist das wie etwas störendes.  
110  
111 #00:14:01-2# Befragter M.: Also ich verstehe den Sinn nicht, warum  
112 bleibt den das stehen? Der Artikel ist doch derselbe. Bei mir macht es das  
113 eben nicht, ich sehe es nicht.  
114  
115 #00:14:05-5# Befragter N.: Ja aber das ist weil es Frame mässig  
116 aufgebaut ist denke ich, macht es das.  
117  
118 #00:14:15-9# Befragte L.: Was ich noch gut finde ist, dass die  
119 Navigation oben links auch bleibt. Befragte: Ja voll.  
120  
121 #00:14:20-5# Interviewer: Das bleibt nur auf der Homepage auf den  
122 anderen Seite bleibt es nicht.  
123

124 #00:14:27-3# Befragte N.: Es wäre aber sehr cool wenn es das auch auf  
125 den unteren Seiten machen würde. Befragte S.: Dafür das andere lösen.  
126 Befragte L.: Dann musst du nämlich nicht jedesmal herauf scrollen. Wenn  
127 du in einem Blog bist und dann musst du wieder alles herauf scrollen.  
128

129 #00:14:34-7# Befragter N.: Aber die Frage ist von der Navigation ob es  
130 nicht besser wäre wenn man sie oben auf dem Bildschirm verteilen, als  
131 einfach nur hier am Ecken. Befragte N.: Also ich finde es eigentlich noch  
132 schön hier am Ecken. Befragter N.: Ja das schon aber wenn du herauf  
133 scrollst dann hast du hier so ja.  
134

135 #00:14:51-1# Interviewer: Was meinen die anderen zu der Navigation?  
136 Besser auf der linken Seite oder besser oben?  
137

138 #00:14:56-7# Befragte S.: Ja aber es ist meistens auf der linken Seite.  
139 Bei allen Webseiten. Du fängst dann auch entsprechend hier an zu suchen.  
140

141 #00:15:05-9# Befragte L.: Also ich finde es links übersichtlicher, mega  
142 oft hast du oben Werbung und so. Befragte N.: Und es ist mega klar weil  
143 es hat schon mega viel sonst so Sachen da und dort, es hat so viele  
144 Sachen, so ist es wie so ein bisschen zusammen kompakt.  
145

146 #00:15:24-3# Befragter N.: Aber das andere ist du hast normalerweise,  
147 dann unter der Navigation nicht noch Artikel oder Text. Da hast du jetzt  
148 eben etwas. Darum würde ich einfach oben Anfangen und weiter herüber  
149 und nicht nach unten. Befragte S.: Ich nicht. Ich finde es nicht so.  
150

151 #00:15:35-1# Interviewer: Und der Rest wie sieht ihr das?  
152

153 #00:15:35-1# Befragte J.: Ja das finde ich mega gut das die  
154 Navigation mit kommt. Aber das in der Mitte finde ich nicht gut, das  
155 es stehen bleibt. Ich finde die Navigation sollte bei allen Seiten so  
156 bleiben.  
157

158 #00:16:11-2# Befragte N.: Ja es wäre cool wenn es wirklich auf jeder  
159 Seite mit herab kommt. Vorallem jetzt hier zb. ist ein mega langer  
160 Artikel. Befragter N.: Ja also das ist natürlich blöde wenn es nicht auf  
161 allen Seiten gleich ist. Interviewer: Nein es ist nur auf der Homepage.  
162 Befragter N.: Das ist schlecht. Befragte J.: Nein das ist nicht gut.  
163 Befragte S.: Für was machen sie es dann wenn es nicht überall gleich  
164 ist? Auf der Titelseite bist du ja eigentlich selten.

165  
166 #00:16:46-9# Befragter N.: Nur kurz weisst du was ich cool finde,  
167 zb. bei 20 Minuten du hast am Anfang eigentlich eine Navigation  
168 wenn du einbisschen herunter scrollst, dann geht die Navigation mit  
169 der Seite hoch, wenn du dann aber genug weit unten bist, gibt es  
170 dann plötzlich wie einen Balken hinein, wo dann die Navigation  
171 wieder wie herunter fährt wo du dann hast. Das finde ich noch recht  
172 cool, irgendwie ist sie grundsätzlich fest oben in der Seite, aber wenn  
173 du ein gewisses Stück herunter fährst wird sie dann oben plötzlich wieder  
174 eingeblendet.  
175  
176 #00:17:20-4# Interviewer: Und sonst wie kommt das Layout so bei euch  
177 an.  
178  
179 #00:17:19-9# Befragte L.: Also bei mit kommt es gut an. Befragter M.:  
180 Es ist ok. Befragte N.: Ich finde es noch cool.  
181  
182 #00:17:33-1# Interviewer: Wie findet ihr das Prinzip das auf der  
183 Homepage die Artikel in der Mitte alle paar Sekunden wechseln?  
184  
185 #00:17:32-6# Befragte L.: Also ich finde es noch fancy aber es halt  
186 schon ein ziemlich modernes Design. Befragter N.: Also ich find das  
187 nicht schlimm, dass du hier einen Durchlauf hast. Befragte S.: Für  
188 die Leute die es Anspricht ja. Befragte N.: Also ich finde das cool,  
189 das ist mega ansprechend. Befragter N.: Ich finde es auch gut. Aber  
190 es soll an seinem bleiben und nicht mit herunter kommen.  
191  
192 #00:18:10-7# Interviewer: Wie ist es euch gegangen? Seit ihr schnell  
193 damit zu recht gekommen wie ihr zu den Artikeln kommt und so?  
194  
195 #00:18:13-2# Befragte L.: Ja. Befragte N.: Ja mega schnell. Befragter  
196 M.: mhm-hm. Befragte S.: Ich habe es nicht ganz gerafft was das  
197 Leben und Zukunft. Ich dachte was wollt ihr jetzt sagen, sind dort  
198 Artikel drin oder sonst steht doch immer. Ich komme halt überhaupt  
199 nicht von dem Fach. Befragter N.: Das ist so. Befragte S.: Ich lese  
200 auch nie online Zeitung oder so. Ich habe das so noch nie gesehen.  
201 Dann denkst du so was? Studium, aber ich will ja nicht studieren.  
202  
203 #00:18:50-4# Befragter N.: Was ist z.B. der Unterschied zwischen  
204 Leben und Zukunft. Befragte N.: Ich glaube Leben ist eher eine  
205 Restkategorie und Zukunft geht wahrscheinlich eher so in Richtung

206 Karriere. Befragte L.: Technik oder so. Befragter N.: Aber für mich  
207 gehört das auch zum Leben. Befragte J.: Leben ist einfach so der  
208 Alltag, jetzt. Befragte N.: Also man muss natürlich auch sagen dass  
209 dies der Inbegriff einer typischen...ich meine jetzt auch alle Artikel  
210 die ich gesehen habe sind nur auf Studenten bezogen. Befragte L.:  
211 Ja es heisst ja auch Campus. Befragte N.: Ja klar es ist ja schon  
212 logisch aber ich meine... Befragte L.: Ja es ist klar das es Leute die  
213 nicht studieren... Befragte N.: auch überhaupt nicht anspricht. Ich  
214 mein was wollt ihr lesen über Studium. Befragter N.: Nein ich meine  
215 wir können sagen gerade wie wir die Übersicht finden, der Seite,  
216 vom Navigieren aber ja. Studium ist klar. Politik ist klar. Blogs  
217 vielleicht auch noch aber eben was der Unterschied ist zwischen  
218 Leben und Zukunft. Befragter M.: Wie schon erwähnt ist es Blog Artig  
219 aufgebaut, es ist speziell für eine Informations lieferungs Seite, im  
220 Sinne von News ist ja trotzdem es ist ja ein informeller Inhalt. Man  
221 muss sich daran gewöhnen, das so Aufgebaut ist mit einem kleinen  
222 Menü. Aber man findet sich eigentlich schnell zurecht.  
223  
224 #00:20:21-6# Interviewer: Aufgabe 2.  
225  
226 #00:27:31-4# Facebook!!!  
227  
228 #00:30:35-3# Interviewer: Was könnte man eurer Meinung nach an  
229 der NZZ Campus Webseite zur Bewältigung dieser Aufgabe  
230 verbessern?  
231  
232 #00:30:58-8# Befragte L.: Das du irgendwo eine Übersicht hast von  
233 allen Artikel. Das du nicht musst Seite 3, Seite 4. Befragter N.: Ja das  
234 wäre gut nur die Headlines oder die Bilder. Befragte L.: Ja wirklich  
235 nur die Headlines. Befragte N.: Ja aber das macht dann die Seite  
236 mega unübersichtlich, wenn du dass dann hättest wo würdest du  
237 das dann hin tun auf der Seite? Befragter M.: Dort wo jetzt die ganze  
238 Texte sind, das was in der Mitte ist. Befragte N.: Meinst du das du  
239 irgendwo anklicken kannst, ich möchte nur die Headlines? Befragter  
240 N.: Nein es ist ja schon praktisch, dass du die neusten Sachen so  
241 siehst. Befragter M.: Ja z.B. die ersten 5. Befragter N.: Aber das du  
242 dann... Befragte L.: Das du ein Menü hast... Befragter M.: Eine Art  
243 Archiv... Befragte L.: Ja genau ein Archiv, so wie bei, wart ich zeige  
244 es dir kurz, irgendwo wo du eine Art ein Menü hast, und dann  
245 kannst du durch klicken und herunter scrollen. Befragter N.: Also

246 wirklich nur die Headlines sondern nicht noch ein Foto und ein Text  
247 dazu, sondern wirklich nur die Headlines. Weil wenn du jetzt da etwas  
248 suchst. Hat es überhaupt eine Suchfunktion. Ah ja doch es hat eine  
249 Suchfunktion. Nein. Befragte J.: Nein hat es nicht. Befragter N.: Nein  
250 es hat ja nicht einmal eine Suchfunktion. Befragter M.: Ja es hat  
251 keine, es ist jetzt gut. Befragte L.: Ok das wäre ganz wichtig.  
252 Befragte J.: Ah doch. Befragter N.: Wo? Befragte J.: Auf Suche.  
253 Befragter N.: Ja da kannst du aber nicht drauf klicken, ah doch da  
254 kann man drauf klicken. Befragte J.: Ja. Befragte L.: Haha es ist  
255 schwarz und man kann trotzdem drauf klicken (Lachen), raffiniert.  
256 Befragter N.: Ja ich habe gesehen es hat da den Begriff Suche, dann  
257 bin ich mit dem Pfeil darüber und dann hat sich der Pfeil nicht  
258 verändert, dann dachte ich es meint das was unterhalb steht und  
259 nicht, dass man da rein kann. Befragte J.: Ja das stimmt schon, dass  
260 ist schon ein bisschen komisch. Weil man denkt der Suchbalken  
261 gehört zu diesen Symbolen unten dran. Befragter N.: Ja zu dem  
262 unten.  
263  
264 #00:32:40-7# Befragter N.: Wähh schau mal was passiert wenn ich  
265 über das Schwein beim Wettbewerb wähhh.  
266  
267 #00:33:16-8# Interviewer: Aufgabe 4.  
268  
269 #00:34:21-6# Befragter N.: Jaaa das ist aber nett. Interviewer: Hmm?  
270 Befragter N.: Das ist nett. Befragter M.: Fail. Befragte L.: Ja um das  
271 geht es ja genau ob man es herausfindet oder nicht. selber.  
272 Befragter N.: Aber es steht weder im Titel noch im in den ersten paar  
273 Zeilen. Befragte N.: Der erste Preis ist 6000.-?? Vielleicht sollte ich  
274 meine Arbeit einmal einsenden (Lachen). Befragter N.: Eben wenn du  
275 sagst du möchtest Bachelorarbeit, ich habe jetzt einfach kurz  
276 geschaut, gewinnen Sie ein Abo? Nein das tönt nicht danach. Bist du  
277 Top? Nein das denke ich auch nicht. Befragte L.: (Lachen) Also ich  
278 habe es in 20 Sekunden gefunden. Befragter N.: Also für mich ist  
279 dieser Titel bist du top? zuwenig. Es müsste heißen Gewinne mit  
280 deiner Bachelorarbeit oder so. Weisst du als Titel, nicht bist du top.  
281 Befragter M.: Darum erwarten Sie von dir an der Zugermesse auch  
282 nicht mehr von dir als dass du deine Adresse auf einen Zettel  
283 schreibst. (Lachen) Befragter N.: Ja aber es ist so. Ein Mensch ist  
284 grundsätzlich als dumm anzusehen. Befragte L.: Ja also wenn er  
285 eine Bachelorarbeit geschrieben hat. (Lachen) Befragte J.: Hä ich habe

286 irgendwie den falschen. Befragte L.: ja aber um das geht es ja, dann  
287 kann man schreiben man findet es nicht. Befragter M.: Hä wieso  
288 habe ich ein anderes Datum als J. Was habt ihr für ein Datum.  
289 Befragter N.: Der 6ste. Befragte L.: Ich habe auch den 6. Oktober.  
290 Befragter M.: Ha ha ha J. ist auf den letztjährigen Wettbewerb  
291 gekommen. (Lachen) Interviewer: Also J. weshalb hast du es nicht  
292 gefunden? Was hätte dir geholfen, dass du es besser gefunden  
293 hättest. Befragter N.: Also meine Antwort hast du ja, eine  
294 eindeutigeren Überschrift. Ja also ich finde wenn man etwas sucht  
295 muss es herausstechen. Befragte N.: Vielleicht könnte man unter das  
296 Bist du Top? noch schreiben Wettbewerb für Master- und  
297 Bachelorarbeiten. Befragter N.: Ja genau einen Untertitel machen  
298 wenigstens. Befragter M.: Vielleicht gibt es ja diese Seite noch in  
299 einer "Für Dummies Version" (Lachen). Befragte J.: Aber bei mir  
300 kommt nur das. Interviewer: Wie bist du dann auf den Wettbewerb?  
301 Befragte J.: Ich habe in der Suchfunktion Wettbewerb eingegeben.  
302 Interviewer: Ah du hast über die Suchfunktion Wettbewerb  
303 eingegeben? Befragte J.: Ja und dann kommt alles nur 2012. Befragte  
304 N.: Ui das ist aber schlecht. Das ist mega schlecht. Befragter N.: Ja  
305 logisch das ist mega schlecht, wenn jemand sucht dann geht er oft  
306 über die Suchfunktion. Befragte J.: Ja. Befragter N.: Was ist dann  
307 gekommen? Nur das vom letzten Jahr? Befragte J.: Nur alles 2012.  
308 Aber alles. Alle Wettbewerbe und 2011. Befragter M.: Weil sie einfach  
309 die Suchdatenbank nicht aktualisieren. Befragter N.: Es sollte einfach  
310 das neuste zu Oberst sein. Befragte J.: Also ich schreib jetzt hin  
311 Suchfunktion scheisse.  
312  
313 #00:38:47-6# Interviewer: Also jetzt noch die letzte Aufgabe 5.  
314  
315 #00:40:52-5# Befragter N.: Es hat kein Index. Aber egal, das findet  
316 man eh sozusagen nie auf einer Seite.  
317  
318 #00:42:00-0# Interviewer: Und wie findet ihr die Suchfunktion?  
319  
320 #00:42:01-8# Befragter M.: So wie es sein sollte. Also ich finde sie  
321 voll easy. Befragter N.: Ja es ist eine normale Suchfunktion. Es ist  
322 einfach veraltet, laut J. Interviewer: Hättet ihr die Suchfunktion  
323 gefunden, wenn wir vorher nicht schon darüber diskutiert hätten?  
324 Befragter N.: Also nein. Weil sich der Mauszeiger nicht verändert.  
325 Befragte L.: mhmm. Befragter M.: Also jetzt durch dich halt schon.

326 Befragte N.: Ja das Thema hatten wir schon. Befragter M.: Also das  
327 ist wirklich dumm. Interviewer: Was ist dumm. Befragter M.: Es  
328 sortiert die Artikel nicht nach Aktualität sondern nach Relevanz.  
329 Befragte S.: Was der Mauszeiger verändert sich nicht, es verändert  
330 sich. Ich schaue nicht auf den Pfeil ich klicke rein. Befragter N.: Das  
331 Problem ist wenn du jetzt beispielsweise das Home angeklickt hast  
332 dann sieht die Suchfunktion genau gleich aus und sonst hättest du  
333 wirklich ein Feld wo du siehst ah du kannst da etwas eingeben. Das  
334 hat mich irritiert.

335  
336 #00:43:19-0# Interviewer: Ok jetzt könnt ihr mit den generellen  
337 Fragen zur NZZ Campus Webseite weitermachen.

338  
339 #00:49:08-7# Befragter N.: Die NZZ Seite hat einen schlechten Ruf,  
340 weil sie etwas kostet.

341  
342 #00:54:46-1# Interviewer: Habt ihr alles die Fragen ausgefüllt? Alle:  
343 Ja. Interviewer: Ok ich möchte euch jetzt kurz noch ein paar Fragen  
344 stellen. Wie fandet ihr die Inhalte auf der NZZ Campus Webseite?  
345 Befragter N.: Also was ich gelesen habe war lustig. Befragte S.: Mega  
346 aus allen Bereichen etwas. Befragte L.: Ich finde es noch schön, dass  
347 es so aus dem Alltag gegriffen ist. Befragte N.: Und ich habe einen  
348 Artikel gelesen über Sachen heraus schieben, bei dem ich lachen  
349 musste weil ich mich sehr gut damit identifizieren konnte. Ich kann  
350 mir aber vorstellen, dass wenn ich mal fertig bin mit dem Studium,  
351 dass es mich nicht mehr so ansprechen würde. Befragter N.: Ja also  
352 ich denke es ist wirklich eine Seite nur für Studierende. Befragte N.:  
353 Ja also mich hat es mega angesprochen. Befragter N.: Ja das ist  
354 wahrscheinlich auch der Sinn, dass es wirklich für Studierende ist  
355 und wenn die dann draussen sind, dass die dann auf die NZZ Seite  
356 gehen.

357  
358 #00:55:52-4# Interviewer: Und zum Layout. Was haltet ihr davon?

359  
360 #00:55:54-4# Befragte S.: Ich finde es zu nervös. Befragte L.: Also  
361 ich finde es halt noch schön anzuschauen. Es ist mal was anderes  
362 und wirklich designed. Befragte J.: Ja ich find auch. Es ist nicht so  
363 Zeitungsmässig. Befragter M.: Easy. Befragte N.: Ich finde es jetzt  
364 auch noch cool. Befragte J.: Einfach weil es was anderes ist. Also ich  
365 find das mega cool. Befragter N.: Also mir kommt es irgendwie so  
366 vor wie eine Internetseite vor 10 Jahren. Befragte S.: Also ich bin

367 auch nicht so der Fan von dem Design. Es ist so voll wie soll ich  
368 sagen die Studierenden sind immer so alternativ. Bei einem Student  
369 denkst du immer so uh der chillt es die ganze Zeit. Befragte N.: Und  
370 so sieht die Seite dementsprechend aus. Befragte S.: Ja so sieht sie  
371 aus. So wild, jung, frei. Befragter M.: Aber das soll sie ja auch  
372 vermitteln. Befragte S.: Für mich ist das zu nervös weil ich in meinem  
373 Arbeitsalltag, ist immer alles Struktur, alles hat seinen Prozess und  
374 Timetables und alles. Es ist alles haargenau und das ist so mehr  
375 künstlerisch easy so wie ich Studenten so wahrnehme. Befragter M.:  
376 Aber es ist ja nicht eine Information die du weiter verarbeitest  
377 sondern es ist einfach so wenn du mal nichts zu tun hast oder einfach  
378 mal Lust hast auf etwas, dann gehst du darauf und liest einbisschen. Es ist  
379 nichts wichtiges drauf, es hat keine wichtigen Informationen und das Design  
380 ist dementsprechend auch so jaja wenn du jetzt mal etwas übersiehst ist es  
381 halt Pech. Befragte S.: Eben ich denke für die Ansprechgruppe die es  
382 ansprechen soll passt es perfekt, finde ich. Befragte N.: Das denke ich  
383 genau auch. Befragte S.: Ich denke jetzt nicht, dass ein 50 jähriger auf die  
384 Seite gehen würde.

385  
386 #00:58:28-7# Interviewer: Wie ging es euch mit dem navigieren durch die  
387 Seite?

388  
389 #00:58:33-2# Befragte S.: Ich fand es nicht so einfach. Befragter M.:  
390 Gewöhnungsbedürftig aber sehr schnell verständlich. Befragter N.: Wenn  
391 du dich einwenig mit der Seite auseinander setzt wirst du dich sehr schnell  
392 zurecht finden denke ich. Aber es ist nicht so dass du darauf kommst und  
393 gerade ohne Problem alles machen. Du brauchst einbisschen  
394 Einarbeitungszeit denke ich. Befragte N.: Ja. Befragte S.: z.B. jetzt links  
395 sind doch jetzt auch Bilder, mir sticht hier z.B. der Titel nicht so ins  
396 Auge, eher die Bilder. Das eine ist grösser das andere ist kleiner.  
397 Dann denkst du dir, ist jetzt das was grösser ist jetzt dieser Text  
398 wichtiger. Etwas ist plötzlich wieder farbig das andere schwarzweiss  
399 da weisst du voll nicht ist jetzt da etwas wichtigeres daran. Befragte  
400 N.: Für mich ist es so einwenig eine Seite zum sich einwenig  
401 verzetteln. Befragte S.: Ja zum mal einbisschen auswählen und so  
402 einbisschen durchschauen. Befragter N.: Ja. Befragte N.: Ja so das  
403 Bild sieht noch cool aus, ich klicke mal drauf, was steht dahinter. Ich  
404 weiss nicht ob das der Sinn ist der Campus Seite aber es ist nicht so  
405 die grosse, z.B. die Suchfunktion ist schon ziemlich schlecht finde  
406 ich, aber es ist vielleicht wie auch nicht das Ziel gross spezifische

407 Artikel zu suchen auf der Seite. Oder vielleicht wäre es schon das  
408 Ziel aber ich glaube du gehst nicht auf die Seite und denkst ich  
409 möchte jetzt möglichst viele Artikel zu einem Thema finden.  
410 Sondern du gehst mal einbisschen darauf und denkst ja ich  
411 unterhalte mich jetzt einbisschen. Befragter N.: Ist es nicht eher eine  
412 Fun Seite. So einbisschen eine Fun Seite für Studierende. Befragter  
413 M.: Eben es hat keine wichtigen Informationen. Befragter N.: Es hat  
414 nicht wirklich Berichte die sehr... Befragte L.: Es ist keine  
415 informative Seite. Befragter M.: Du hast kein Nachteil wenn du es  
416 nicht gelesen hast. Befragter N.: Die Suche ist wahrscheinlich nicht  
417 die relevanteste Funktion auf der Seite. Befragte N.: Du schaust eher  
418 so was hat es für neue Artikel. Ich habe jetzt wirklich ein paar Artikel  
419 gesehen da dachte ich cool das sieht lässig aus. Befragter N.: Einfach  
420 einbisschen "schnäuggen" und hinein schauen und lesen. Und  
421 wahrscheinlich die Studierenden nach dem Studium auf die NZZ  
422 Seite selber zu bringen. Das sie halt NZZ schon kennen. Ich denke  
423 nicht das es mega relevante Sachen darauf hat. Befragte N.: Es ist  
424 einbisschen wie das TagiMagi finde ich. Befragte L.: Ja einfach  
425 spezifisch für Studenten. Befragte N.: So einbisschen  
426 Hintergrundberichte so einbisschen dieses und jenes. Mega lässig  
427 zum lesen aber nicht der ganz krasse Informationsgehalt kriegst. So  
428 einbisschen Nice to Know. z.B. wenn du am lernen bist und eine  
429 Pause brauchst einen Kaffee trinkst und dich beschäftigen möchtest.  
430  
431 #01:03:17-4# Interviewer: Gut vielen Dank für eure Teilnahme und  
432 eure wertvollen Inputs, damit wären wir am Ende der Fokus Group  
433 angelangt.  
434

INHALT

Zeile	Textpassagen
15 - 16	Es ist ja auch nicht eine News Homepage oder so, es ist ja keine Zeitung, es ist eher Blog-Artig aufgebaut.
52 - 56	Also ich habe das Gefühl es ist eine Website auf der man sich mega verzetteln kann. Also ich habe jetzt gerade irgendwie so fünf verschiedene Artikel hintereinander angeklickt, weil ich dann irgendwie da noch darauf gekommen bin. Aber ich denke für das ist es ja irgendwie auch gedacht.
61 - 66	Wenn du nicht spezifisch etwas suchst sondern einfach so ein bisschen etwas nachlesen möchtest und so, ist es etwas cooles, weil da taucht etwas auf und... Aber wenn du etwas spezifisches willst, dann ist es schwieriger zum finden.
208 - 216	Befragte N.: Also man muss natürlich auch sagen dass dies der Inbegriff einer typischen... ich meine jetzt auch alle Artikel die ich gesehen habe sind nur auf Studenten bezogen. Befragte L.: Ja es heisst ja auch Campus. Befragte N.: Ja klar es ist ja schon logisch aber ich meine... Befragte L.: Ja es ist klar das es Leute die nicht studieren... Befragte N.: auch überhaupt nicht anspricht. Ich mein was wollt ihr lesen über Studium. Befragter N.: Nein ich meine wir können sagen gerade wie wir die Übersicht finden, der Seite, vom Navigieren aber ja.
273 - 274	Befragte N.: Der erste Preis ist 6000.-?? Vielleicht sollte ich meine Arbeit einmal einsenden (Lachen).
345 - 356	Befragter N.: Also was ich gelesen habe war lustig. Befragte S.: Mega aus allen Bereichen etwas. Befragte L.: Ich finde es noch schön, dass es so aus dem Alltag gegriffen ist. Befragte N.: Und ich habe einen Artikel gelesen über Sachen heraus schieben, bei dem ich lachen musste weil ich mich sehr gut damit identifizieren konnte. Ich kann mir aber vorstellen, dass wenn ich mal fertig bin mit dem Studium, dass es mich nicht mehr so ansprechen würde. Befragter N.: Ja also ich denke es ist wirklich eine Seite nur für Studierende. Befragte N.: Ja also mich hat es mega angesprochen. Befragter N.: Ja das ist wahrscheinlich auch der Sinn, dass es wirklich für Studierende ist und wenn die dann draussen sind, dass die dann auf die NZZ Seite gehen.
375 - 348	Befragter M.: Aber es ist ja nicht eine Information die du weiter verarbeitest sondern es ist einfach so wenn du mal nichts zu tun hast oder einfach mal Lust hast auf etwas, dann gehst du darauf und liest einbisschen. Es ist nichts wichtiges drauf, es hat keine wichtigen Informationen und das Design ist dementsprechend auch so jaja wenn du jetzt mal etwas übersiehst ist es halt Pech. Befragte S.: Eben ich denke für die Ansprechgruppe die es ansprechen soll passt es perfekt, finde ich. Befragte N.: Das denke ich genau auch. Befragte S.: Ich denke jetzt nicht, dass ein 50 jähriger auf die Seite gehen würde.
399 - 429	Befragte N.: Für mich ist es so einwenig eine Seite zum sich einwenig verzetteln. Befragte S.: Ja zum mal einbisschen auswählen und so einbisschen durchschauen. Befragter N.: Ja. Befragte N.: Ja so das Bild sieht noch cool aus, ich klicke mal drauf, was steht dahinter. Ich weiss nicht ob das der Sinn ist der Campus Seite aber es ist nicht so die grosse, z.B. die Suchfunktion ist schon ziemlich schlecht finde ich, aber es ist vielleicht wie auch nicht das Ziel gross spezifische Artikel zu suchen auf der Seite. Oder vielleicht wäre es schon das Ziel aber ich glaube du gehst nicht auf die Seite und denkst ich möchte jetzt möglichst viele Artikel zu einem Thema finden. Sondern du gehst mal einbisschen darauf und denkst ja ich unterhalte mich jetzt einbisschen. Befragter N.: Ist es nicht eher eine Fun Seite. So einbisschen eine Fun Seite für Studierende. Befragter M.: Eben es hat keine wichtigen Informationen. Befragter N.: Es hat nicht wirklich Berichte die sehr... Befragte L.: Es ist keine informative Seite. Befragter M.: Du hast kein Nachteil wenn du es nicht gelesen hast. Befragter N.: Die Suche ist wahrscheinlich nicht die relevanteste Funktion auf der Seite. Befragte N.: Du

	<p>schaust eher so was hat es für neue Artikel. Ich habe jetzt wirklich ein paar Artikel gesehen da dachte ich cool das sieht lässig aus. Befragter N.: Einfach einbisschen "schnäuggen" und hinein schauen und lesen. Und wahrscheinlich die Studierenden nach dem Studium auf die NZZ Seite selber zu bringen. Das sie halt NZZ schon kennen. Ich denke nicht das es mega relevante Sachen darauf hat. Befragte N.: Es ist einbisschen wie das TagiMagi finde ich. Befragte L.: Ja einfach spezifisch für Studenten. Befragte N.: So einbisschen Hintergrundberichte so einbisschen dieses und jenes. Mega lässig zum lesen aber nicht der ganz krasse Informationsgehalt kriegst. So einbisschen Nice to Know. z.B. wenn du am lernen bis und eine Pause brauchst einen Kaffee trinkst und dich beschäftigen möchtest.</p>
--	---

## USABILITY

<b>Zeile</b>	<b>Textpassagen</b>
12 - 13	Es gibt keine Headlines. Sondern du musst dich zuerst durch das ganze durch klicken.
16 - 19	Es ist ja bei vielen Blogs so, dass du zuerst ganz oben die neuesten Artikel zu Oberst hast. Es ist wahrscheinlich so gedacht, dass man jeden Tag auf die Seite geht, oder jede Woche, dann siehst du einfach immer das neueste.
58 - 59	Aber ich denke wenn du da mehr drauf bist dann... Ich find das nicht mal so schlecht...
81 - 116	<p>(Layout auf der Titelseite, dass die Artikel in der Mitte mitscrollen) Ja, aber das musst du mal anschauen mit dem Internet Explorer, das sieht anders aus.</p> <p>Hä das in der Mitte bleibt fest oder was meinst du.</p> <p>Also bei mir nicht.</p> <p>Eben das kommt auf den Browser darauf an, das ist eine Eigenschaft vom Safari.</p> <p>Beim Firefox kommt es auch mit.</p> <p>Also wenn alles miteinander mit herauf gehen würde dann könntest du dich besser konzentrieren aber jetzt hast du etwas festes</p> <p>Dann musst du immer rechts und links schauen.</p> <p>und das fährt irgendwie vorbei. Für das Auge ist das irgendwie... dann musst du immer hin und her und wenn alles miteinander hinauf geht, das Auge kann folgen. Aber wenn das stehen, dann auf der Seite, dann muss das Auge immer irgendwie hin und her, dann checkt es sicher nicht. Aber wenn alles miteinander hoch geht dann checkt es das Auge viel eher.</p> <p>Für mich ist es auch so.</p> <p>Also ich verstehe den Sinn nicht, warum bleibt den das stehen? Der Artikel ist doch derselbe. Bei mir macht es das eben nicht, ich sehe es nicht.</p> <p>Ja aber das ist weil es Frame mässig aufgebaut ist denke ich, macht es das.</p> <p>Dafür das andere lösen (Homepage das Artikel nicht mehr mitscrollen).</p>
118 - 127	Was ich noch gut finde ist, dass die Navigation oben links auch bleibt. Befragte: Ja voll.
153 - 174	<p>Es wäre aber sehr cool wenn es das auch auf den unteren Seiten machen würde</p> <p>Dann musst du nämlich nicht jedesmal herauf scrollen. Wenn du in einem Blog bist und dann musst du wieder alles herauf scrollen.</p>

	<p>a das finde ich mega gut das die Navigation mit kommt. Aber das in der Mitte finde ich nicht gut, das es stehen bleibt. Ich finde die Navigation sollte bei allen Seiten so bleiben.</p> <p>Befragte N.: Ja es wäre cool wenn es wirklich auf jeder Seite mit herab kommt. Vorallem jetzt hier zb. ist ein mega langer Artikel. Befragter N.: Ja also das ist natürlich blöde wenn es nicht auf allen Seiten gleich ist. Interviewer: Nein es ist nur auf der Homepage. Befragter N.: Das ist schlecht. Befragte J.: Nein das ist nicht gut. Befragte S.: Für was machen sie es dann wenn es nicht überall gleich ist? Auf der Titelseite bist du ja eigentlich selten.</p> <p>Nur kurz weisst du was ich cool finde, zb. bei 20 Minuten du hast am Anfang eigentlich eine Navigation wenn du einbisschen herunter scrollst, dann geht die Navigation mit der Seite hoch, wenn du dann aber genug weit unten bist, gibt es dann plötzlich wie einen Balken hinein, wo dann die Navigation wieder wie herunter fährt wo du dann hast. Das finde ich noch recht cool, irgendwie ist sie grundsätzlich fest oben in der Seite, aber wenn du ein gewisses Stück herunter fährst wird sie dann oben plötzlich wieder eingeblendet.</p>
192 - 201	<p>#00:18:10-7# Interviewer: Wie ist es euch gegangen? Seit ihr schnell damit zu recht gekommen wie ihr zu den Artikeln kommt und so?</p> <p>#00:18:13-2# Befragte L.: Ja. Befragte N.: Ja mega schnell. Befragter M.: mhm-hm. Befragte S.: Ich habe es nicht ganz gerafft was das Leben und Zukunft. Ich dachte was wollt ihr jetzt sagen, sind dort Artikel drin oder sonst steht doch immer. Ich komme halt überhaupt nicht von dem Fach. Befragter N.: Das ist so. Befragte S.: Ich lese auch nie online Zeitung oder so. Ich habe das so noch nie gesehen. Dann denkst du so was? Studium, aber ich will ja nicht studieren.</p> <p>#00:18:50-4# Befragter N.: Was ist z.B. der Unterschied zwischen Leben und Zukunft. Befragte N.: Ich glaube Leben ist eher eine Restkategorie und Zukunft geht wahrscheinlich eher so in Richtung Karriere. Befragte L.: Technik oder so. Befragter N.: Aber für mich gehört das auch zum Leben. Befragte J.: Leben ist einfach so der Alltag, jetzt.</p> <p>Studium ist klar. Politik ist klar. Blogs vielleicht auch noch aber eben was der Unterschied ist zwischen Leben und Zukunft. Befragter M.: Wie schon erwähnt ist es Blog Artig aufgebaut, es ist speziell für eine Informations lieferungs Seite, im Sinne von News ist ja trotzdem es ist ja ein informeller Inhalt. Man muss sich daran gewöhnen, das so Aufgebaut ist mit einem kleinen Menü. Aber man findet sich eigentlich schnell zurecht.</p>
232 - 247	<p>#00:30:58-8# Befragte L.: Das du irgendwo eine Übersicht hast von allen Artikel. Das du nicht musst Seite 3, Seite 4. Befragter N.: Ja das wäre gut nur die Headlines oder die Bilder. Befragte L.: Ja wirklich nur die Headlines. Befragte N.: Ja aber das macht dann die Seite mega unübersichtlich, wenn du dass dann hättest wo würdest du das dann hin tun auf der Seite? Befragter M.: Dort wo jetzt die ganze Texte sind, das was in der Mitte ist. Befragte N.: Meinst du das du irgendwo anklicken kannst, ich möchte nur die Headlines? Befragter N.: Nein es ist ja schon praktisch, dass du die neusten Sachen so siehst. Befragter M.: Ja z.B. die ersten 5. Befragter N.: Aber das du dann... Befragte L.: Das du ein Menü hast... Befragter M.: Eine Art Archiv... Befragte L.: Ja genau ein Archiv, so wie bei, wart ich zeige es dir kurz, irgendwo wo du eine Art ein Menü hast, und dann kannst du durch klicken und herunter scrollen. Befragter N.: Also wirklich nur die Headlines sondern nicht noch ein Foto und ein Text dazu, sonder wirklich nur die Headlines.</p>
247 - 262	<p>Weil wenn du jetzt da etwas suchst. Hat es überhaupt eine Suchfunktion. Ah ja doch es hat eine Suchfunktion. Nein. Befragte J.: Nein hat es nicht. Befragter N.: Nein es hat ja nicht einmal eine Suchfunktion. Befragter M.: Ja es hat keine, es ist jetzt gut. Befragte L.: Ok das wäre ganz wichtig. Befragte J.: Ah doch. Befragter N.: Wo? Befragte J.: Auf Suche. Befragter N.: Ja da kannst du aber nicht drauf klicken, ah doch da kann man drauf klicken. Befragte J.: Ja. Befragte L.: Haha es ist schwarz und man kann trotzdem</p>

	drauf klicken (Lachen), raffiniert. Befragter N.: Ja ich habe gesehen es hat da den Begriff Suche, dann bin ich mit dem Pfeil darüber und dann hat sich der Pfeil nicht verändert, dann dachte ich es meint das was unterhalb steht und nicht, dass man da rein kann. Befragte J.: Ja das stimmt schon, dass ist schon einmischen komisch. Weil man denkt der Suchebalken gehört zu diesen Symbolen unten dran. Befragter N.: Ja zu dem unten.
274 - 280 295 - 298	Befragter N.: Eben wenn du sagst du möchtest Bachelorarbeit, ich habe jetzt einfach kurz geschaut, gewinnen Sie ein Abo? Nein das tönt nicht danach. Bist du Top? Nein das denke ich auch nicht. Befragte L.: (Lachen) Also ich habe es in 20 Sekunden gefunden. Befragter N.: Also für mich ist dieser Titel bist du top? zuwenig. Es müsste heissen Gewinne mit deiner Bachelorarbeit oder so. Weisst du als Titel, nicht bist du top.  Befragte N.: Vielleicht könnte man unter das Bist du Top? noch schreiben Wettbewerb für Master- und Bachelorarbeiten. Befragter N.: Ja genau einen Untertitel machen wenigstens.
299 - 311	Befragte J.: Aber bei mir kommt nur das. Interviewer: Wie bist du dann auf den Wettbewerb? Befragte J.: Ich habe in der Suchfunktion Wettbewerb eingegeben. Interviewer: Ah du hast über die Suchfunktion Wettbewerb eingegeben? Befragte J.: Ja und dann kommt alles nur 2012. Befragte N.: Ui das ist aber schlecht. Das ist mega schlecht. Befragter N.: Ja logisch das ist mega schlecht, wenn jemand sucht dann geht er oft über die Suchfunktion. Befragte J.: Ja. Befragter N.: Was ist dann gekommen? Nur das vom letzten Jahr? Befragte J.: Nur alles 2012. Aber alles. Alle Wettbewerbe und 2011. Befragter M.: Weil sie einfach die Suchdatenbank nicht aktualisieren. Befragter N.: Es sollte einfach das neuste zu Oberst sein. Befragte J.: Also ich schreib jetzt hin Suchfunktion scheisse.
326 - 328	Befragter M.: Also das ist wirklich dumm. Interviewer: Was ist dumm. Befragter M.: Es sortiert die Artikel nicht nach Aktualität sondern nach Relevanz.
330 - 334	Befragter N.: Das Problem ist wenn du jetzt beispielsweise das Home angeklickt hast dann sieht die Suchfunktion genau gleich aus und sonst hättest du wirklich ein Feld wo du siehst ah du kannst da etwas eingeben. Das hat mich irritiert.
386 - 394	Interviewer: Wie ging es euch mit dem navigieren durch die Seite?  #00:58:33-2# Befragte S.: Ich fand es nicht so einfach. Befragter M.: Gewöhnungsbedürftig aber sehr schnell verständlich. Befragter N.: Wenn du dich einwenig mit der Seite auseinander setzt wirst du dich sehr schnell zurecht finden denke ich. Aber es ist nicht so dass du darauf kommst und gerade ohne Problem alles machen. Du brauchst einbisschen Einarbeitungszeit denke ich. Befragte N.: Ja.

## ÄSTHETIK

Zeile	Textpassagen
13 - 14	Ja ich finde es ist .... einwenig "verworren" fast.
19 - 21	Ich find es cool, dass es doch relativ klar unterteilt ist, da Links so mit dem Studium, Leben, Zukunft, so Politik ding, dass ist ziemlich easy.
22 - 24	Ich finde es unübersichtlich weil, ein Teil ist gross geschrieben, ein Teil klein, dann ist alles in Grossen Buchstaben, dann alles in kleinen, dann eine andere Schriftart. Ich finde es macht es mega nervös.
29 - 32	"gut zu wissen" ist wieder eine andere Schrift, und rechts ist wieder eine andere Schrift und dann ist da Werbung und es kommt da wieder ein Logo hinein, was du dann

	irgendwie liest.
34 - 36	Ja also wenn wenn du jetzt nur hier kurz drüber schaust, hast du eins, zwei, drei, vier verschiedene Schriftgrößen und Schriftarten.
38	Also ich finde das nicht so schlimm.
40 - 41	Also mir gefällt das noch vom Design her eigentlich. Ich meine es ist auch extra Desiged.
43	Ich finde es eher Übersichtlich.
45	Es ist halt ein trendy design.
49 - 50	Ich denke es geht ja hier nicht nur um die Funktionalität sondern auch um einen Trend.
76 - 79	(Layout auf der Titelseite) Es macht mega nervös
92 - 97	(Layout auf der Titelseite, dass die Artikel in der Mitte mitscrollen) Also ich finde es Scheisse.  Also ich finde es besser wenn du herunter scrollst, dass alles gleichmässig herauf geht. Also ich finde es irritierend.  Für mich ist es viel besser am Anfang siehst du viel besser was links und rechts noch so ist, aber sobald dass hier stehen bleibt ist das wie etwas störendes.
129 - 149	Aber die Frage ist von der Navigation ob es nicht besser wäre wenn man sie oben auf dem Bildschirm verteilen, als einfach nur hier am Ecken. Befragte N.: Also ich finde es eigentlich noch schön hier am Ecken.  Ja aber es ist meistens auf der linken Seite. Bei allen Webseiten. Du fängst dann auch entsprechend hier an zu suchen  Also ich finde es links übersichtlicher, mega oft hast du oben Werbung und so. Befragte N.: Und es ist mega klar weil es hat schon mega viel sonst so Sachen da und dort, es hat so viele Sachen, so ist es wie so ein bisschen zusammen kompakt.  Aber das andere ist du hast normalerweise, dann unter der Navigation nicht noch Artikel oder Text. Da hast du jetzt eben etwas. Darum würde ich einfach oben Anfangen und weiter herüber und nicht nach unten. Befragte S.: Ich nicht. Ich finde es nicht so.
179 - 180	(Layout generell) Befragte L.: Also bei mit kommt es gut an. Befragter M.: Es ist ok. Befragte N.: Ich finde es noch cool.
185 - 190	(Zum Prinzip das auf der Homepage die Artikel in der Mitte alle paar Sekunden wechseln)  Befragte L.: Also ich finde es noch fancy aber es halt schon ein ziemlich modernes Design.  Befragter N.: Also ich finde das nicht schlimm, dass du hier einen Durchlauf hast.  Befragte S.: Für die Leute die es Anspricht ja.  Befragte N.: Also ich finde das cool, das ist mega ansprechend.  Befragter N.: Ich finde es auch gut. Aber es soll an seinem bleiben und nicht mit herunter kommen.
264 - 265	#00:32:40-7# Befragter N.: Wähh schau mal was passiert wenn ich über das Schwein beim Wettbewerb wähhh.

360 - 375	Befragte S.: Ich finde es zu nervös. Befragte L.: Also ich finde es halt noch schön anzuschauen. Es ist mal was anderes und wirklich designed. Befragte J.: Ja ich find auch. Es ist nicht so Zeitungsmässig. Befragter M.: Easy. Befragte N.: Ich finde es jetzt auch noch cool. Befragte J.: Einfach weil es was anderes ist. Also ich find das mega cool. Befragter N.: Also mir kommt es irgendwie so vor wie eine Internetseite vor 10 Jahren. Befragte S.: Also ich bin auch nicht so der Fan von dem Design. Es ist so voll wie soll ich sagen die Studierenden sind immer so alternativ. Bei einem Student denkst du immer so uh der chillt es die ganze Zeit. Befragte N.: Und so sieht die Seite dementsprechend aus. Befragte S.: Ja so sieht sie aus. So wild, jung, frei. Befragter M.: Aber das soll sie ja auch vermitteln. Befragte S.: Für mich ist das zu nervös weil ich in meinem Arbeitsalltag, ist immer alles Struktur, alles hat seinen Prozess und Timetables und alles. Es ist alles haargenau und das ist so mehr künstlerisch easy so wie ich Studenten so wahrnehme.
394 - 399	Befragte S.: z.B. jetzt links sind doch jetzt auch Bilder, mir sticht hier z.B. der Titel nicht so ins Auge, eher die Bilder. Das eine ist grösser das andere ist kleiner. Dann denkst du dir, ist jetzt das was grösser ist jetzt dieser Text wichtiger. Etwas ist plötzlich wieder farbig das andere schwarzweiss da weisst du voll nicht ist jetzt da etwas wichtigeres daran.

## GLAUBWÜRDIGKEIT

Zeile	Textpassagen
339 - 340	Befragter N.: Die NZZ Seite hat einen schlechten Ruf, weil sie etwas kostet.

# ZU KAPITEL 2.5: FRAGEBOGEN ONLINE STUDIE

## Fragebogen

### 1 Willkommen

#### Herzlich Willkommen!

Vielen Dank, dass Sie sich für diese Online-Studie interessieren.

Im Rahmen meiner Bachelorarbeit an der Hochschule für Angewandte Psychologie der FHNW führe ich eine Studie zur Wahrnehmung und Benutzerfreundlichkeit der Webseite NZZ Campus der Neuen Zürcher Zeitung durch.

Ihre Teilnahme an dieser Studie dauert ca. **15 Minuten**.

Als kleines Dankeschön wird unter allen TeilnehmerInnen ein **Halbjahres Digi-Abo der NZZ** verlost.

Bei Fragen können Sie sich jederzeit an mich wenden: Nina Suter

Klicken Sie bitte auf "Weiter".

### 2 Demographie

Zu Beginn bitten wir Sie um einige Angaben zu Ihrer Person.

Alle Daten werden von uns selbstverständlich vertraulich behandelt und bleiben anonym.

#### Alter (in Jahren)

#### Geschlecht

- weiblich  männlich  keine Angabe

#### Welches ist Ihr höchster Bildungsabschluss?

- obligatorische Primar- und Oberstufe  
 Lehre, Berufsschule, Handelsschule  
 Kantonsschule, Gymnasium, Lehramt  
 Höhere Fach- oder Berufsschule  
 Universität, Hochschule  
 anderes

#### Was üben Sie zur Zeit für einen Beruf aus?

#### Wie häufig besuchen Sie generell News Webseiten (nzz.ch, 20min.ch, etc.)?

- nie  seltener  ca. einmal pro Woche  mehrmals pro Woche  täglich

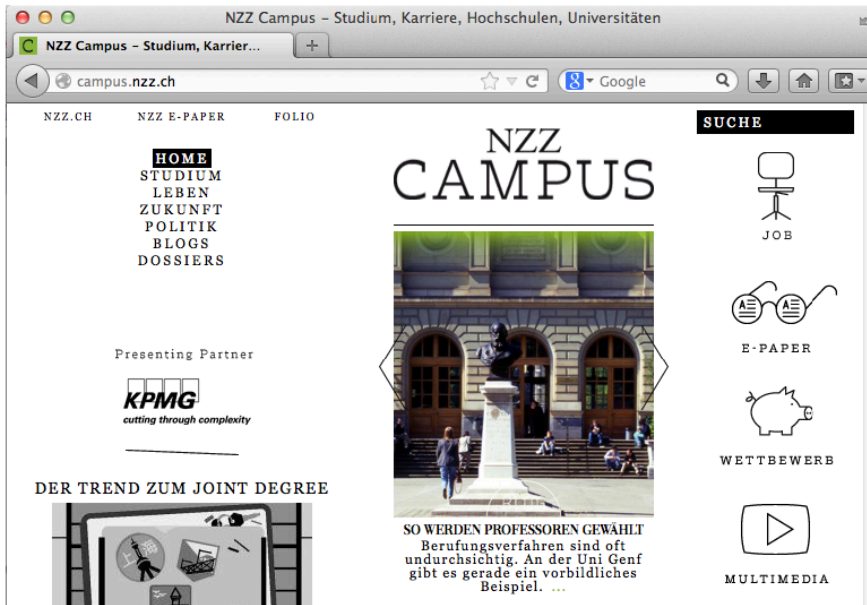
#### Welche der folgenden News Webseiten besuchen Sie wie oft?

	nie	seltener	ca. einmal pro Woche	mehrmals pro Woche	täglich
Tages Anzeiger	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Neue Zürcher Zeitung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Blick	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Handelszeitung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
20 Minuten	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
NZZ Campus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tageswoche	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Der Bund	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

#### Bitte schätzen Sie Ihr Wissen in den folgenden Gebieten ein (jeweils nur eine Antwort)

	Anfänger			Experte	
Bedienen von Computern	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Surfen im Internet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

### 3 Bekanntheitsgrad



Auf der Abbildung oben sehen Sie einen Screenshot der NZZ Campus Webseite.

Wie bekannt ist Ihnen die Webseite NZZ Campus?

	gänzlich unbekannt (1)	2	3	4	5	6	bestens vertraut (7)	keine Angaben
Bekanntheitsgrad	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

#### 4.1 Mode: Bekannt (5-7)

##### Instruktion

Sie haben angegeben, dass Ihnen die NZZ Campus Webseite relativ vertraut ist. Sie erhalten jetzt die Gelegenheit, sich die Seite noch einmal kurz anzusehen, klicken Sie dann auf *Weiter*. Im Anschluss erhalten Sie die Gelegenheit einige Fragen zu Ihrem Eindruck der NZZ Campus Webseite zu beantworten.

##### 4.1.1 Campus Webseite

**Hinweis:** Die NZZ Campus Webseite ist in diese Onlineumfrage implementiert. Dies kann zu längeren Ladezeiten führen.

Der *Weiter* Button befindet sich am unteren Ende der Seite.

# NZZ CAMPUS



**oms**

**«Wir schaffen Angebote»**

**ist keine**

**Das Co-Präsidium des neuen VSUZH, Oriana Schälliba  
Renninger, skizzieren ihre Projekte im...**

## 5.1.1 Mode: Surfer

### Instruktion

Auf der folgenden Seite sehen Sie die NZZ Campus Webseite der Neuen Zürcher Zeitung. Nehmen Sie sich kurz Zeit einen **Eindruck** der Seite zu erhalten, navigieren Sie sich durch die Seite und lesen Sie 2-3 Artikel, die Sie inhaltlich ansprechen und klicken Sie dann **Weiter**. Im Anschluss erhalten Sie die Gelegenheit einige Fragen zu Ihrem Eindruck der NZZ Campus Webseite zu beantworten.

### 5.1.1.1 Webseite Surfer

**Hinweis:** Die NZZ Campus Webseite ist in diese Onlineumfrage implementiert. Dies kann zu längeren Ladezeiten führen.

**Ihre Aufgabe:** Lesen Sie 2-3 Artikel, die Sie inhaltlich ansprechen.

**Der Weiter Button befindet sich am unteren Ende der Seite.**

# NZZ CAMPUS



oms

**«Wir schaffen Angebote»**

ist keine

Das Co-Präsidium des neuen VSUZH, Oriana Schälliba  
Renninger, skizzieren ihre Projekte im...

## 5.1.2 Mode: Action

### Instruktion

Auf der folgenden Seite sehen Sie die NZZ Campus Webseite der Neuen Zürcher Zeitung. Sie müssen zwei kurze Aufgaben dazu lösen und anschliessend einige Fragen beantworten.

#### Aufgabe 1

Suchen Sie auf der NZZ Campus Webseite den Bereich "Studium", wo Sie eine Auswahl der Artikel zu diesem Thema finden.

Welchen Artikel fänden Sie persönlich am interessantesten?

#### Aufgabe 2

Was aus diesem Artikel würden Sie einem Mitstudenten/in während einer Kaffeepause erzählen? Beschreiben Sie dies Stichwortartig.

### 5.1.2.1 Webseite Action

*Hinweis:* Die NZZ Campus Webseite ist in diese Onlineumfrage implementiert. Dies kann zu längeren Ladezeiten führen.

**Ihre Aufgabe:** Suchen Sie auf der NZZ Campus Webseite den Bereich "Studium", wo Sie eine Auswahl der Artikel zu diesem Thema finden.

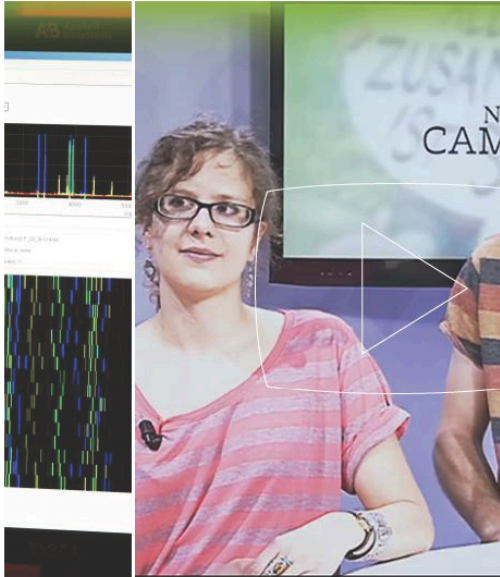
a) Welchen Artikel fänden Sie persönlich am interessantesten?

b) Was aus diesem Artikel würden Sie einem Mitstudenten/in während einer Kaffeepause erzählen?

(die Antwortmöglichkeit finden Sie auf der nächsten Seite)

Der **Weiter Button** befindet sich am unteren Ende der Seite.

# NZZ CAMPUS



**oms**

## «Wir schaffen Angebote»

ist keine

Das Co-Präsidium des neuen VSUZH, Oriana Schälliba  
Renninger, skizzieren ihre Projekte im...

### 5.1.2.2 Antwort: Action

#### Antwort

Beantworten Sie bitte die unten stehenden Fragen.

#### Aufgabe 1: Welchen Artikel fanden Sie persönlich am interessantesten?

#### Aufgabe 2: Was aus diesem Artikel würden Sie einem Mitstudenten/in während einer Kaffeepause erzählen?

Beschreiben Sie dies stichwortartig.

Wenn Sie die Aufgaben beantwortet haben, klicken Sie bitte auf **weiter**. Sie erhalten nun die Gelegenheit einige Fragen zu Ihren Eindrücken der Seite zu beantworten.

### 5.1.3 Mode: Goal

#### Instruktion

Auf der folgenden Seite sehen Sie die NZZ Campus Webseite der Neuen Zürcher Zeitung. Sie müssen zwei kurze Aufgaben dazu lösen und anschliessend einige Fragen beantworten.

#### Aufgabe 1

Stellen Sie sich vor, Sie interessieren sich für das Thema "Bewerbungen". Sie möchten herausfinden, was Sie insbesondere als StudentIn zu diesem Thema beachten können und gehen dafür auf die NZZ Campus Webseite. Suchen Sie das Dossier "Bewerbungen".

Welchen Artikel fänden Sie persönlich am hilfreichsten/relevantesten?

#### Aufgabe 2

Beschreiben Sie stichwortartig im Antwortfeld auf der nächsten Seite den Inhalt des Artikels.

### 5.1.3.1 Webseite Goal

*Hinweis:* Die NZZ Campus Webseite ist in diese Onlineumfrage implementiert. Dies kann zu längeren Ladezeiten führen.

#### Ihre Aufgabe:

Stellen Sie sich vor, Sie interessieren sich für das Thema **Bewerbungen**. Sie möchten herausfinden, was Sie insbesondere als StudentIn zu diesem Thema beachten können und gehen dafür auf die NZZ Campus Webseite. Suchen Sie das Dossier "Bewerbungen".

- Welchen Artikel fänden Sie persönlich am hilfreichsten/relevantesten?
- Beschreiben Sie stichwortartig im Antwortfeld auf der nächsten Seite den Inhalt des Artikels.

Der **Weiter** Button befindet sich am unteren Ende der Seite.

# NZZ CAMPUS



**oms**

**«Wir schaffen Angebote»**

ist keine

Das Co-Präsidium des neuen VSUZH, Oriana Schälliba  
Renninger, skizzieren ihre Projekte im...

### 5.1.3.2 Antwort: Goal

#### Antwort

Beantworten Sie bitte die unten stehenden Fragen.

**Aufgabe 1: Welchen Artikel zum Thema "Bewerbungen" fänden Sie persönlich am hilfreichsten/relevantesten?**

**Aufgabe 2: Beschreiben Sie den Inhalt des Artikels.**

Beschreiben Sie dies stichwortartig.

Wenn Sie die Aufgaben beantwortet haben, klicken Sie bitte auf **weiter**. Sie erhalten nun die Gelegenheit einige Fragen zu Ihrem Eindruck der Seite zu beantworten.

## 6 Fragen Inhalt

Bitte bewerten Sie anhand der untenstehenden Aussagen die Inhalte der NZZ Campus-Webseite.

	stimme nicht zu (1)	2	3	4	5	6	stimme zu (7)	keine Angabe
Die Webseite weckt mein Interesse.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Der Inhalt der Webseite gefällt mir.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich lese diese Webseite gerne.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die einzelnen Sätze sind einfach zu lesen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die Texte liefern mir kurz und bündig die wichtigsten Informationen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Der Sprachgebrauch in den Texten ist geläufig und allgemein verständlich.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die Informationen sind qualitativ hochwertig.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich finde die Informationen auf der Webseite nützlich.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die Inhalte der Webseite erscheinen mir so wichtig, dass ich sie mir ausdrucken oder speichern würde.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Haben Sie noch weitere Bemerkungen zu den Inhalten der NZZ Campus-Webseite?

## 7 Fragen Usability

Bitte bewerten Sie anhand der untenstehenden Fragen die Benutzerfreundlichkeit der NZZ Campus-Webseite.

	stimme nicht zu (1)	2	3	4	5	6	stimme zu (7)	keine Angabe
Ich finde die NZZ Campus-Webseite unnötig komplex.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich finde, die NZZ Campus-Webseite ist einfach zu benutzen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich finde, dass die verschiedenen Funktionen der NZZ Campus-Webseite gut integriert sind.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die NZZ Campus-Webseite hat viele Widersprüche.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich könnte mir vorstellen, dass die meisten Leute sehr schnell lernen würden, mit der NZZ Campus-Webseite umzugehen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich finde die NZZ Campus-Webseite sehr schwerfällig im Gebrauch.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich fühle mich sicher im Umgang mit der NZZ Campus-Webseite.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich musste eine Menge lernen, bevor ich mit der NZZ Campus-Webseite zurechtkam.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich denke ich würde die NZZ Campus-Webseite regelmässig nutzen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich denke ich bräuchte technische Unterstützung beim Erlernen wie ich die Webseite bedienen kann.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Haben Sie noch weitere Bemerkungen zu der Benutzerfreundlichkeit der NZZ Campus-Webseite?

## 8 Fragen Ästhetik

Bitte bewerten Sie anhand der untenstehenden Fragen die Ästhetik der NZZ Campus-Webseite.

	stimme nicht zu (1)	2	3	4	5	6	stimme zu (7)	keine Angabe
Das Layout ist angenehm vielseitig.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die farbliche Gesamtgestaltung wirkt attraktiv.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Das Layout ist professionell.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Auf der Seite passt alles zusammen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Haben Sie noch weitere Bemerkungen zu dem Layout der NZZ Campus-Webseite?

## 9 Fragen Glaubwürdigkeit

# NZZ CAMPUS

Bitte beurteilen Sie ob Sie mit den untenstehenden Aussagen im Bezug auf NZZ Campus einverstanden sind.

	stimme nicht zu (1)	2	3	4	5	6	stimme zu (7)	keine Angabe
Es ist bekannt, dass NZZ Campus zuverlässig ist	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
NZZ Campus hat einen schlechten Ruf auf dem Markt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
NZZ Campus ist hoch angesehen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

# Neue Zürcher Zeitung

Bitte beurteilen Sie ob Sie mit den untenstehenden Aussagen im Bezug auf die Neue Zürcher Zeitung generell einverstanden sind.

	stimme nicht zu (1)	2	3	4	5	6	stimme zu (7)	keine Angabe
Die Neue Zürcher Zeitung ist dafür bekannt, dass sie zuverlässig ist	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die Neue Zürcher Zeitung hat einen schlechten Ruf auf dem Markt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die Neue Zürcher Zeitung ist hoch angesehen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

## 10 Fragen Personas

Zum Schluss bitten wir Sie darum anhand der untenstehenden Fragen einige Angaben zu machen, welche helfen sollen die NZZ Campus Webseite zu verbessern.

Aus welchen Gründen würden Sie die NZZ Campus Webseite besuchen?

Was wünschen Sie sich auf der NZZ Campus Webseite?

Was wollen Sie nicht auf der NZZ Campus Webseite?

Was könnte man Ihrer Meinung nach an der heutigen Situation der NZZ Campus Webseite verbessern?

**Mit was sind Sie besonders zufrieden, auf der NZZ Campus Webseite?**

## 11 Verlosung

**Vielen Dank!**

Damit sind Sie bereits am Ende der Umfrage angelangt. Wenn Sie an der Verlosung des Halbjahres Digi-Abo der NZZ teilnehmen möchten, tragen Sie bitte hier Ihre E-Mail Adresse ein. Der/Die GewinnerIn werden nach Abschluss der Studie per E-Mail benachrichtigt.

## 12 Endseite

**Vielen Dank für Ihre Teilnahme an der Studie.**

Freundliche Grüsse,  
Nina Suter  
Hochschule für Angewandte Psychologie, Fachhochschule Nordwestschweiz

Bei Fragen können Sie sich jederzeit an [Nina Suter](#) wenden.

Fenster schließen

Eyetracking Studie Experiment Center

**Herzlich Willkommen!**

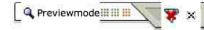
Vielen Dank, dass Sie sich für diese Studie interessieren.

Im Rahmen meiner Bachelorarbeit an der Hochschule für Angewandte Psychologie der FHNW führe ich eine Studie zur Wahrnehmung und Benutzerfreundlichkeit der Webseite NZZ Campus der Neuen Zürcher Zeitung durch.

Ihre Teilnahme an dieser Studie dauert ca. **30 Minuten**.

Bei Fragen können Sie sich jederzeit an mich wenden.

*(Bitte Leertaste drücken)*



**Zu Beginn bitten wir Sie um einige Angaben zu Ihrer Person.**

Alle Daten werden von uns selbstverständlich vertraulich behandelt und bleiben anonym.

**Alter (in Jahren)**

**Geschlecht**

- weiblich   
  männlich   
  keine Angabe

**Welches ist Ihr höchster Bildungsabschluss?**

- obligatorische Primar- und Oberstufe  
 Lehre, Berufsschule, Handelsschule  
 Kantonsschule, Gymnasium, Lehramt  
 Höhere Fach- oder Berufsschule  
 Universität, Hochschule  
 anderes

**Was üben Sie zur Zeit für einen Beruf aus?**

**Wie häufig besuchen Sie generell News Webseiten (nzz.ch, 20min.ch, etc.)?**

- nie   
  seltener   
  ca. einmal pro Woche   
  mehrmals pro Woche   
  täglich

**Welche der folgenden News Webseiten besuchen Sie wie oft?**

	nie	seltener	ca. einmal pro Woche	mehrmals pro Woche	täglich
Tages Anzeiger	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Neue Zürcher Zeitung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Blick	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Handelszeitung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
20 Minuten	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
NZZ Campus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tageswoche	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Der Bund	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Bitte schätzen Sie Ihr Wissen in den folgenden Gebieten ein (jeweils nur eine Antwort)**

	Anfänger				Experte
Bedienen von Computern	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Surfen im Internet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Weiter

### Instruktion

Auf den folgenden Seiten werden Ihnen fünf verschiedene Aufgaben gestellt, welche Sie auf der NZZ Campus Webseite lösen sollen. Nach jeder Aufgabe bittet Sie die Versuchsleiterin zu beurteilen wie Sie die Aufgabenlösung empfunden haben. Im Anschluss an die fünf Aufgaben erhalten Sie die Gelegenheit, einige Fragen zu Ihrem generellen Eindruck der NZZ Campus Webseite zu beantworten.

*(Bitte Leertaste drücken)*

Auf der folgenden Seite sehen Sie die NZZ Campus Webseite der Neuen Zürcher Zeitung.

#### Aufgabe 1

Nehmen Sie sich kurz Zeit einen **Eindruck** der Seite zu erhalten, navigieren Sie sich durch die Seite und lesen Sie 2-3 Artikel, die Sie inhaltlich ansprechen.

Wenn Sie die NZZ Campus Webseite verlassen möchten, um wieder zurück zur Studie zu gelangen. Schliessen Sie den Browser mit einem Klick auf das X oben rechts.

*(Bitte Leertaste drücken)*

NZZ.CH NZZ E-PAPER FOLIO

HOME  
STUDIUM  
LEBEN  
ZUKUNFT  
POLITIK  
BLOGS  
DOSSIERS

Presenting Partner



DIE KUNST DER GUTEN FALSCHEN  
ANTWORT



Multiple Choice in den Geisteswissenschaften? ...

REKURSE SIND SELTEN  
ERFOLGREICH

# NZZ CAMPUS



ÜBER LEBEN UND TOD ENTSCHEIDEN -  
TEIL 2

Das Salmisandwich aus der Mensa,  
das der erste Teil zum Gegenstand  
hatte, weist nicht nur  
Opportunitätskosten auf. ...

SUCHE



Die Versuchsleiterin wird Ihnen jetzt ein paar offene Fragen stellen.  
Anschliessend gelangen Sie (Leertaste) zur nächsten Aufgabe.

Auf der folgenden Seite sehen Sie die NZZ Campus Webseite der Neuen Zürcher Zeitung.

### Aufgabe 2

a) Suchen Sie auf der NZZ Campus Webseite den Bereich "Studium", wo Sie eine Auswahl der Artikel zu diesem Thema finden.  
Welchen Artikel fanden Sie persönlich am interessantesten?

b) Was aus diesem Artikel würden Sie einem Mitsudenten/in während einer Kaffeepause erzählen? Beschreiben Sie dies Stichwortartig.

Schreiben Sie die Antworten bitte direkt auf Ihr Aufgabenblatt.

Wenn Sie die NZZ Campus Webseite verlassen möchten, um wieder zurück zur Studie zu gelangen. Schliessen Sie den Browser mit einem Klick auf das X oben rechts.

(Bitte Leertaste drücken)

NZZ.CH    NZZ E-PAPER    FOLIO

**HOME**  
STUDIUM  
LEBEN  
ZUKUNFT  
POLITIK  
BLOGS  
DOSSIERS

Presenting Partner  
**KPMG**  
cutting through complexity

**DIE KUNST DER GUTEN FALSCHEN ANTWORT**

MULTIPLE CHOICE KUNST  
4. WELCHER AMERIKANISCHE MALER ERFAND DEN PINNACER, SOWIE DAS ACTION FRUITING?  
A. J. POLLOCK  
B. S. BULLOCK  
C. M. BALLACK  
D. ER STODR

Multiple Choice in den Geisteswissenschaften? ...

**REKURSE SIND SELTEN ERFOLGREICH**

**NZZ CAMPUS**

**BLOG**

ÜBER LEBEN UND TOD ENTSCHEIDEN - TEIL 2  
Das Salmisandwich aus der Mensa, das der erste Teil zum Gegenstand hatte, weist nicht nur Opportunitätskosten auf. ...

**SUCHE**

JOB

E-PAPER

WETTBEWERB

MULTIMEDIA

NEWSLETTER

ABOS

**KPMG**  
cutting through complexity

Die Versuchsleiterin wird Ihnen jetzt ein paar offene Fragen stellen.

Anschliessend gelangen Sie (*Leertaste*) zur nächsten Aufgabe.

Auf der folgenden Seite sehen Sie die NZZ Campus Webseite der Neuen Zürcher Zeitung.

### **Aufgabe 3**

a) Stellen Sie sich vor, Sie interessieren sich für das Thema Gesundheit & Wohlbefinden. Sie möchten herausfinden, was Sie insbesondere als StudentIn zu diesem Thema beachten können und gehen dafür auf die NZZ Campus Webseite. Suchen Sie das Dossier "**Gesundheit & Wohlbefinden**". Welchen Artikel fanden Sie persönlich am hilfreichsten/relevantesten?

b) Beschreiben Sie stichwortartig den Inhalt des Artikels.

Schreiben Sie die Antworten bitte direkt auf Ihr Aufgabenblatt.

Wenn Sie die NZZ Campus Webseite verlassen möchten, um wieder zurück zur Studie zu gelangen. Schliessen Sie den Browser mit einem Klick auf das X oben rechts.

*(Bitte Leertaste drücken)*

NZZ.CH NZZ E-PAPER FOLIO

HOME  
STUDIUM  
LEBEN  
ZUKUNFT  
POLITIK  
BLOGS  
DOSSIERS

Presenting Partner



DIE KUNST DER GUTEN FALSCHEN  
ANTWORT



Multiple Choice in den Geisteswissenschaften? ...

REKURSE SIND SELTEN  
ERFOLGREICH

# NZZ CAMPUS



ÜBER LEBEN UND TOD ENTSCHEIDEN -  
TEIL 2

Das Salmisandwich aus der Mensa,  
das der erste Teil zum Gegenstand  
hatte, weist nicht nur  
Opportunitätskosten auf. ...

## SUCHE



JOB



E-PAPER



WETTBEWERB



MULTIMEDIA



NEWSLETTER



ABOS



Die Versuchsleiterin wird Ihnen jetzt ein paar offene Fragen stellen.

Anschließend gelangen Sie (*Leertaste*) zur nächsten Aufgabe.

Auf der folgenden Seite sehen Sie die NZZ Campus Webseite der Neuen Zürcher Zeitung.

#### Aufgabe 4

Stellen Sie sich vor Sie schreiben zur Zeit Ihre Bachelorarbeit und haben von einem Freund/einer Freundin gehört, dass es auf der NZZ Campus Webseite einen Wettbewerb gibt, bei welchem Sie Ihre Bachelorarbeit einreichen können und einen attraktiven Preis gewinnen können.

Suchen Sie auf der NZZ Campus Webseite den Bereich "Wettbewerb".

Bis zu welchem Datum müssen Sie ihre Bachelorarbeit spätestens einsenden um an dem Wettbewerb teilnehmen zu können?

Schreiben Sie die Antworten bitte direkt auf Ihr Aufgabenblatt.

Wenn Sie die NZZ Campus Webseite verlassen möchten, um wieder zurück zur Studie zu gelangen. Schliessen Sie den Browser mit einem Klick auf das X oben rechts.

(Bitte Leertaste drücken)

NZZ.CH NZZ E-PAPER FOLIO

HOME  
STUDIUM  
LEBEN  
ZUKUNFT  
POLITIK  
BLOGS  
DOSSIERS

Presenting Partner  
**KPMG**  
cutting through complexity

DIE KUNST DER GUTEN FALSCHEN ANTWORT

MULTIPLE CHOICE KUNST  
4. WELCHER AMERIKANISCHE MALER ERFAND DEN PINHOKER SAHLEN DAS ACTION PAINTING?  
A. J. POLLOCK  
B. S. BULLOCK  
C. M. BALLACK

Multiple Choice in den Geisteswissenschaften? ...

REKURSE SIND SELTEN ERFOLGREICH

**NZZ CAMPUS**

ÜBER LEBEN UND TOD ENTSCHEIDEN - TEIL 2  
Das Salmisandwich aus der Mensa, das der erste Teil zum Gegenstand hatte, weist nicht nur Opportunitätskosten auf. ...

**SUCHE**

JOB

E-PAPER

WETTBEWERB

MULTIMEDIA

NEWSLETTER

ABOS

**KPMG**  
cutting through complexity

Die Versuchsleiterin wird Ihnen jetzt ein paar offene Fragen stellen.

Anschliessend gelangen Sie (*Leertaste*) zur nächsten Aufgabe.

Auf der folgenden Seite sehen Sie die NZZ Campus Webseite der Neuen Zürcher Zeitung.

**Aufgabe 5**

Stellen Sie sich vor, Sie überlegen sich zur Zeit nach Ihrem regulären Studium den Dokortitel in Angriff zu nehmen. Sie möchten Informationen zu diesem Thema sammeln und gehen dafür auf die NZZ Campus Webseite. Suchen Sie auf der NZZ Campus Webseite über die **Suchfunktion** nach diesem Thema.

Wie viele Suchergebnisse zum Thema "Doktorieren" erhielten Sie mit Ihrem Suchwort?

Schreiben Sie die Antworten bitte direkt auf Ihr Aufgabenblatt.

Wenn Sie die NZZ Campus Webseite verlassen möchten, um wieder zurück zur Studie zu gelangen. Schliessen Sie den Browser mit einem Klick auf das X oben rechts.

*(Bitte Leertaste drücken)*

NZZ.CH NZZ E-PAPER FOLIO

HOME  
STUDIUM  
LEBEN  
ZUKUNFT  
POLITIK  
BLOGS  
DOSSIERS

Presenting Partner



DIE KUNST DER GUTEN FALSCHEN  
ANTWORT



Multiple Choice in den Geisteswissenschaften? ...

REKURSE SIND SELTEN  
ERFOLGREICH

# NZZ CAMPUS



ÜBER LEBEN UND TOD ENTSCHEIDEN -  
TEIL 2

Das Salmisandwich aus der Mensa,  
das der erste Teil zum Gegenstand  
hatte, weist nicht nur  
Opportunitätskosten auf. ...

## SUCHE



JOB



E-PAPER



WETTBEWERB



MULTIMEDIA



NEWSLETTER



ABOS



Die Versuchsleiterin wird Ihnen jetzt ein paar offene Fragen stellen.  
Anschliessend gelangen Sie (Leertaste) zur nächsten Aufgabe.

**Bitte bewerten Sie anhand der untenstehenden Aussagen die Inhalte der NZZ Campus-Webseite.**

	stimme nicht zu (1)	2	3	4	5	6	stimme zu (7)	keine Angabe
Die Webseite weckt mein Interesse.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Der Inhalt der Webseite gefällt mir.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich lese diese Webseite gerne.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die einzelnen Sätze sind einfach zu lesen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die Texte liefern mir kurz und bündig die wichtigsten Informationen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Der Sprachgebrauch in den Texten ist geläufig und allgemein verständlich.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die Informationen sind qualitativ hochwertig.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich finde die Informationen auf der Webseite nützlich.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die Inhalte der Webseite erscheinen mir so wichtig, dass ich sie mir ausdrucken oder speichern würde.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Haben Sie noch weitere Bemerkungen zu den Inhalten der NZZ Campus-Webseite?**

**Bitte bewerten Sie anhand der untenstehenden Fragen die Benutzerfreundlichkeit der NZZ Campus-Webseite.**

	stimme nicht zu (1)	2	3	4	5	6	stimme zu (7)	keine Angabe
Ich finde die NZZ Campus-Webseite unnötig komplex.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich finde, die NZZ Campus-Webseite ist einfach zu benutzen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich finde, dass die verschiedenen Funktionen der NZZ Campus-Webseite gut integriert sind.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die NZZ Campus-Webseite hat viele Widersprüche.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich könnte mir vorstellen, dass die meisten Leute sehr schnell lernen würden, mit der NZZ Campus-Webseite umzugehen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich finde die NZZ Campus-Webseite sehr schwerfällig im Gebrauch.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich fühle mich sicher im Umgang mit der NZZ Campus-Webseite.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich musste eine Menge lernen, bevor ich mit der NZZ Campus-Webseite zurechtkam.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich denke ich würde die NZZ Campus-Webseite regelmässig nutzen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich denke ich bräuchte technische Unterstützung beim Erlernen wie ich die Webseite bedienen kann.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Haben Sie noch weitere Bemerkungen zu der Benutzerfreundlichkeit der NZZ Campus-Webseite?**

Bitte bewerten Sie anhand der untenstehenden Fragen die Ästhetik der NZZ Campus-Webseite.

	stimme nicht zu (1)	2	3	4	5	6	stimme zu (7)	keine Angabe
Das Layout ist angenehm vielseitig.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die farbliche Gesamtgestaltung wirkt attraktiv.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Das Layout ist professionell.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Auf der Seite passt alles zusammen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Haben Sie noch weitere Bemerkungen zu dem Layout der NZZ Campus-Webseite?

Weiter

## NZZ CAMPUS

Bitte beurteilen Sie ob Sie mit den untenstehenden Aussagen im Bezug auf NZZ Campus einverstanden sind.

	stimme nicht zu (1)	2	3	4	5	6	stimme zu (7)	keine Angabe
Es ist bekannt, dass NZZ Campus zuverlässig ist	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
NZZ Campus hat einen schlechten Ruf auf dem Markt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
NZZ Campus ist hoch angesehen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

## Neue Zürcher Zeitung

Bitte beurteilen Sie ob Sie mit den untenstehenden Aussagen im Bezug auf die Neue Zürcher Zeitung generell einverstanden sind.

	stimme nicht zu (1)	2	3	4	5	6	stimme zu (7)	keine Angabe
Die Neue Zürcher Zeitung ist dafür bekannt, dass sie zuverlässig ist	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die Neue Zürcher Zeitung hat einen schlechten Ruf auf dem Markt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die Neue Zürcher Zeitung ist hoch angesehen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Weiter

Hiermit wären wir am Ende der Studie angekommen.

Vielen Dank für die Teilnahme.