Nutzerstrukturdaten und Inhaltskonzept von usabilityblog.de

3. Nutzerbefragung

Juli 2010

© usabilityblog
(www.usabilityblog.de)

Nächstes Kapitel

Inhaltsverzeichnis

© usabilityblog.de | 2010

Inhaltsverzeichnis

- Zentrale Fragestellungen der Nutzerbefragung 004
- Management Summary 006
- **Vorstellung usabilityblog.de 013**
- **Blog-Autoren 019**
- **Nutzerstruktur – Wer nutzt usabilityblog.de 026**
- **Nutzungsintensität 035**
- **Themenspektrum 042**
- **usabilityblog.de – von Nutzern beurteilt 047**
- **Akzeptanz gegenüber Werbung & Sponsoring 055**
- Eckdaten zur methodischen Vorgehensweise 058
- Kontaktdaten 061

© usabilityblog.de | 2010

Nächstes Kapitel

Zentrale Fragestellungen der Nutzerbefragung

© usabilityblog.de | 2010

Fokus der Untersuchung

- Wer nutzt usabilityblog.de?
- Wie regelmäßig besuchen Nutzer das Blog?
- Wie informieren sich Nutzer über neue Beiträge?
- Wie zufrieden sind die Nutzer insgesamt mit www.usabilityblog.de?
- Was gefällt den Nutzern am Blog besonders gut bzw. überhaupt nicht?
- Wie wird die Themensetzung im Blog beurteilt?
- Wie bewerten die Nutzer die Gestaltung und Qualität der Beiträge?
- Wie bewerten die Nutzer vorhandene Werbeeinblendungen und Sponsoringmaßnahmen?

© usabilityblog.de | 2010

Nächstes Kapitel

Management Summary

© usabilityblog.de | 2010

Nutzerstruktur (1/2)

- Die größte Lesergruppe von usabilityblog.de stellen Berufstätige dar, die die Inhalte des Blogs aus beruflichem Interesse verfolgen. Die zweitgrößte Gruppe sind Absolventen verschiedenster Hochschulen/ Studiengänge.
- Unter den Berufstätigen befinden sich viele Führungskräfte, Freiberufler und Selbstständige. Gut ein Drittel der Leser sind mittlere Angestellte.
- Das Bildungsniveau der Blog-Leser ist sehr hoch, 4 von 5 haben ein abgeschlossenes Studium.
- Das Angebot von usabilityblog.de spricht vor allem Nutzer in den Altersgruppen 20 bis 29 Jahren und 30 bis 39 Jahren an.

© usabilityblog.de | 2010

Nutzerstruktur (2/2)

- Unter den Blog-Lesern sind Männer stärker vertreten als Frauen. Allerdings ist ein leichter Zuwachs bei den Frauen zu verzeichnen.
- Die Branchenzugehörigkeit ist breit gestreut. An der Spitze steht der Dienstleistungssektor, gefolgt von Telekommunikation & Internet. Gleich auf sind die Sektoren Kommunikation, Werbung und Handel. Der Arbeitsbereich selbst liegt größtenteils in der Konzeption, Beratung und Design, gefolgt von Marketing und Marktforschung.
- Entscheidungen werden meist durch die Blog-Leser vorbereitet. Viele treffen aber auch in Absprache mit Kollegen bzw. alleine geschäftliche Entscheidungen.

© usabilityblog.de | 2010

Nutzungsintensität

- Der angebotene RSS-Feed ist mit ca. 1500 Abrufen pro Tag noch immer das Medium, über das sich Nutzer über neue Beiträge informieren. Aber auch Twitter mit bisher 714 Followern und das E-Mail-Abo mit 75 Abonnenten sind gern genutzte Bezugsquellen.
  Bei allen 3 Informationswegen ist ein stetiger Zuwachs zu verzeichnen.
- Deutlich mehr als die Hälfte der Nutzer verfolgt den RSS-Feed fast täglich. Ein gab Fünftel an, den RSS-Feed 2-3 mal pro Woche zu lesen.
- Annähernd 90% der Nutzer besuchen das Blog mindestens 1-mal pro Woche. Ein Drittel davon sogar täglich.
- Dies spiegelt sich auch in Seitenaufrufen (ca. 178.000 PIs) und Besuchern (ca. 64.000 Unique Visitors) der letzten drei Monate wieder.

(Stand: Mai 2010)

© usabilityblog.de | 2010

Themenspektrum

- Die fünf beliebtesten Themen des Blogs sind:
  Web Usability, Methoden & Verfahren, Studien, Psychologische Aspekte, Trends
- Aus Nutzersicht sollte zukünftig mehr über die Themen mobile Usability, Shop Usability, Web2.0 (Social Communities), Eyetracking sowie aktuelle Studien & Trends berichtet werden.
- Zudem sollten weiterhin die Themen Psychologische Aspekte, Landingpages, Methoden/Messverfahren, Good-/Bad-Practices, Benchmarks und Guidelines näher betrachtet und behandelt werden.

© usabilityblog.de | 2010

usabilityblog.de – von Nutzern beurteilt

- Mehr als 90% der Nutzer sind mit dem Blog und seinen Inhalten vollkommen zufrieden bzw. zufrieden.
- Bei der Bewertung des Blog auf den einzelnen Dimensionen spiegelt sich dies ebenfalls wieder. Diese wurden größtenteils mit gut bis sehr gut bewertet: Bedienungsfreundlichkeit, Nützlichkeit, Auffindbarkeit von Inhalten, Geschwindigkeit, Übersichtlichkeit.

© usabilityblog.de | 2010

Akzeptanz von Werbung & Sponsoring

- Die bisher im Blog ergriffenen Werbemaßnahmen werden von den Nutzern als nicht störend bzw. als nicht zu viel bewertet.
- Aus Nutzersicht sollte es aber auch nicht noch mehr Werbung im Blog geben.
- Zur generellen Frage, ob Blog-Inhalte auch kostenpflichtig sein können, gab es eine klare Aussage. Annähernd vier Fünftel der Nutzer sehen keine Chance für kostenpflichtige Blogs. Grundtenor war hierbei, dass es viele andere Anbieter gibt, die Inhalte kostenlos anbieten.

© usabilityblog.de | 2010

Vorstellung usabilityblog.de

© usabilityblog.de | 2010

Was bietet usabilityblog.de?

© usabilityblog.de | 2010

Was bietet usabilityblog.de?

Historie & Themengebiete

- Usabilityblog.de ist seit Mitte Juli 2008 online und versteht sich als offene Plattform rund um die Themen Usability-Wissen, Methoden & Verfahren sowie Studien und Trends.
- Seit dem Start konnten viele renommierte Experten aus den unterschiedlichsten Branchen (z. B. dem Online-Versandhandel oder Online-Medien) als Autoren gewonnen werden. Auch aus dem akademischen Bereich beteiligen sich einige Wissenschaftler an der Diskussion. Mittlerweile sind es insgesamt 73 Autoren.
- Das Themenspektrum ist breit gefächert.
  Den Schwerpunkt stellt das Themengebiet *Web Usability* dar. Immer stärker rückt zudem das Thema *Mobile Usability* in den Fokus. Weitere beliebte Themen sind *Methoden & Verfahren*, *Psychologische Aspekte* sowie *Studien*. Hinzu kommen noch *Trends*, *Pogramme & Tools* und vieles mehr.

© usabilityblog.de | 2010

Was bietet usabilityblog.de?

Beteiligung der Nutzer

- Das Angebot von Usabilityblog.de wird stetig weiterentwickelt. Neue Themen werden aufgegriffen und so die Aktualität des Blogs sichergestellt.
- Halbjährige Nutzerbefragungen sollen dazu beitragen, dass der Usabilityblog die Erwartungen der Leser und Autoren erfüllt. Anmerkungen und Anregungen werden vom Projektteam gern aufgenommen und zeitnah umgesetzt. Hierdurch soll sichergestellt werden, dass Interessierten die Informationen leicht zugänglich gemacht werden. Das Lesen des Blogs soll informativ und unterhaltsam zugleich sein.
- Die rege Diskussion trägt Früchte. Über alle Themen hinweg wurden bereits 526 Beiträge veröffentlicht und durch insgesamt 1469 Kommentare angereichert. (Stand: Anfang Juni 2010)

© usabilityblog.de | 2010

Was bietet usabilityblog.de?

Treffpunkt für Usability-Interessierte

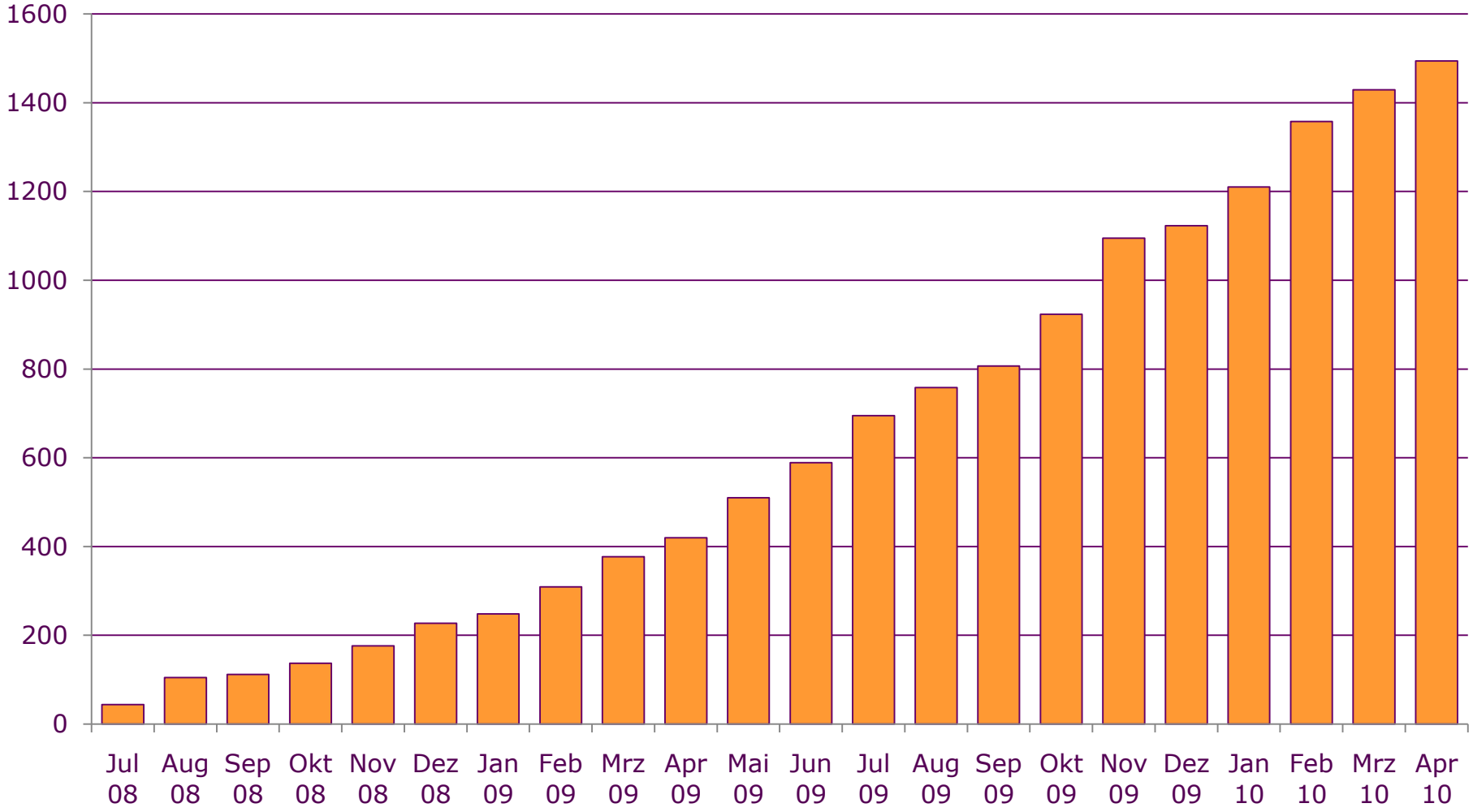
- Den Lesern stehen verschiede Möglichkeiten bereit, sich über die neuesten Beiträge zu informiere. Neben dem RSS-Feed gibt es noch ein E-Mail-Abonnement, zudem werden die Beiträge auch per Twitter verbreitet:
  - Den RSS-Feed hat aktuell ca. 1500 Leser pro Tag.
  - Das E-Mail-Abo nutzen ca. 75 Leser.
  - Bei Twitter folgen 715 interessierte Leser.
- Bei allen drei Informationswegen ist ein stetiger Zuwachs zu verzeichnen.
- Das Blog selbst hatte in den letzten drei Monat im Durchschnitt ca. 178.000 Seitenaufrufe (PIs) und ca. 64.000 Besucher (unique visitors).

(Stand: Mai 2010)

© usabilityblog.de | 2010

Was bietet usabilityblog.de?

Treffpunkt für Usability-Interessierte



RSS-Feed-Abonnentenvvon Juli 2008 bis April 2010; Durchschnitt pro Tag

© usabilityblog.de | 2010

Nächstes Kapitel

Blog-Autoren

© usabilityblog.de | 2010

Ausgewählte Blog-Autoren

Thorsten Scharmacher

- EHI Retail Institute
- Leiter Forschungsbereich E-Commerce & EHI Geprüfter Online-Shop
- Als Leiter des Forschungsbereichs ist er für die Zertifizierung und die Weiterentwicklung des EHI-Siegels verantwortlich, dass durch strategische Partnerschaften stetig erweitert und verbessert wird.

Thorsten Wilhelm

- eResult GmbH
- Gründer & Geschäftsführender Gesellschafter
- Im Jahr 2000 gründete Herr Wilhelm zusammen mit Frau Prof. Dr. Miriam Yom, Herrn Prof. Dr. Günther Silberer und Dr. Jens Wohlfahrt die eResult GmbH. Herr Wilhelm ist zudem aktives Mitglied im Marketing-Club Göttingen, im Berufsverband der Usability Professionals und begeisterter Blogger.

© usabilityblog.de | 2010

Ausgewählte Blog-Autoren

Martin Beschnitt

- eResult GmbH
- Managing Director
- Dipl.-Ing. Martin Beschnitt verantwortet als Mitglied der Geschäftsleitung den Bereich Konzeption & Design. Neben den Tätigkeiten im operativen Geschäft betreut er die Durchführung von Usability-Studien bzw. -Analysen in frühen Entwicklungsphasen, sowie der Entwicklung & Konzeption von benutzerfreundlichen Interfaces.

Claudia Armbrüster

- Syzygy Deutschland GmbH
- Head of User Experience Architecture
- Dr. Claudia Armbrüster beschäftigt sich bei der Syzygy Deutschland GmbH mit den Themen User Experience Architecture, Usability, Informationsarchitektur und User Centered Design. Der Nutzer und sein Verhalten stehen im Fokus ihrer Tätigkeiten.

© usabilityblog.de | 2010

Ausgewählte Blog-Autoren

Steffen Heim

- eResult GmbH
- User Experience Consultant
- Steffen Heim beschäftigt sich im Rahmen seiner Tätigkeit primär mit der Planung und Durchführung von Usability-/ User Experience-Tests. Zudem betreut er maßgeblich die Erstellung komplexer Klick-Dummies und ist Administrator des Blogs usabilityblog.de und verschiedener Kundenblogs.

Dr. Alexander Magerhans

- Fachhochschule Jena
- Professur im Fachbereich Betriebswirtschaft/Marketing
- Dr. Alexander Magerhans ist Mitglied des wissenschaftlichen Beirats der eResult GmbH. Seit September 2009 hat er eine Vertretungsprofessur an der Fachhochschule Jena im Fachbereich Betriebswirtschaft/Marketing übernommen.

© usabilityblog.de | 2010

Ausgewählte Blog-Autoren

Elske Ludewig

- eResult GmbH
- Research Consultant
- Elske Ludewig ist für die Auswertung von Online-Befragungen, Usability-Tests und Eyetracking-Analysen zuständig. Sie erstellt und programmiert Fragebögen und wertet die Ergebnisse mittels statistischer Datenanalyse aus.

Miriam Eberhard-Yom

- eResult GmbH
- Gesellschafterin & wissenschaftliche Leiterin
- Prof. Dr. Miriam Eberhard-Yom ist Expertin im Bereich Web-Usability, Software-Ergonomie, Projekt-Management und Werbewirkungsforschung.

© usabilityblog.de | 2010

Ausgewählte Blog-Autoren

Anja Weitemeyer

- eResult GmbH
- User Experience Consultant & Managing Partner
- Anja Weitemeyer beschäftigt sich als Mitglied der Geschäftsleitung vor allem mit der Optimierung von E-Commerce Anwendungen. Zudem ist sie spezialisiert auf die Bereiche On-Site Befragung, Benchmarking und panelbasierte Zielgruppenbefragungen.

Carsten Rehmann

- ABAKUS Internet Marketing GmbH
- Online Marketing
- Carsten Rehmann arbeitet seit Oktober 2010 bei der ABAKUS Internet Marketing GmbH im Bereich SEO/SEM. Zuvor arbeitete er bei der eResult GmbH als Usability Consultant. In dieser Zeit beschäftigte er sich primär mit der Konzeption und Durchführung von Usability-Tests.

© usabilityblog.de | 2010

Ausgewählte Blog-Autoren

Jan Winters

- New Communication GmbH & Co. KG
- Web-Projekte & Online Marketing
- Jan Winters arbeitet als Berater bei der Werbe- und Marketingagentur New Communication GmbH & Co. KG. Er hat sich auf das Themengebiet Social Media spezialisiert, insbesondere auf SMO (Social Media Optimization).

Katja Brand-Sassen

- eResult GmbH
- User Experience Consultant & Studienleiterin
- Katja Brand-Sassen ist auf die Bereiche Onsite-/Online-Befragungen und Mitarbeiterbefragungen (im Rahmen von Intranet-Projekten) spezialisiert. Hierbei ist sie zuständig für die Fragebogenentwicklung und das Auswertungsdesign, sowie die Interpretation der Ergebnisse.

© usabilityblog.de | 2010

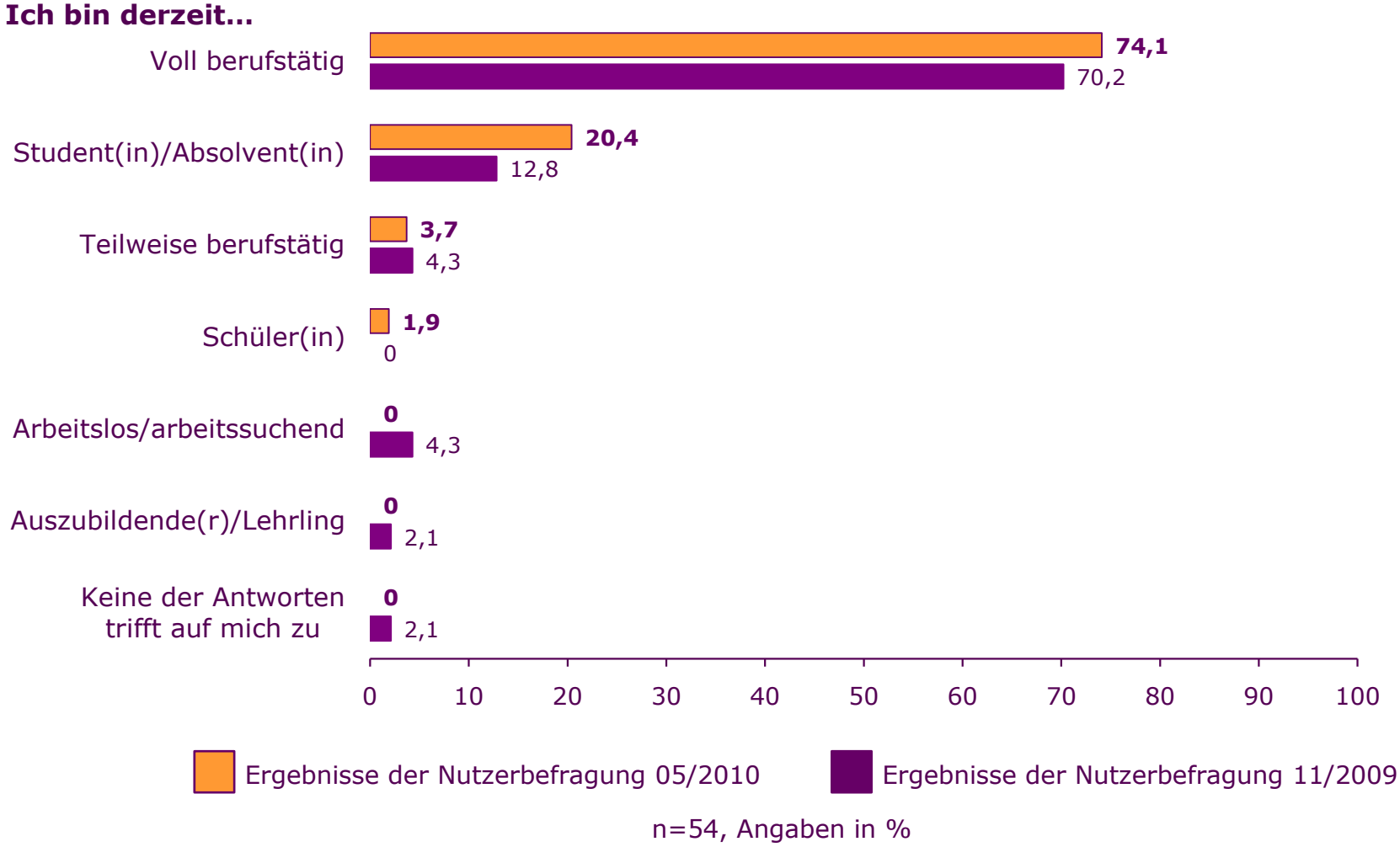
Nächstes Kapitel

Nutzerstruktur
Wer nutzt usabilitblog.de

© usabilityblog.de | 2010

Berufstätigkeit

Welche Aussage trifft auf Sie persönlich zu?

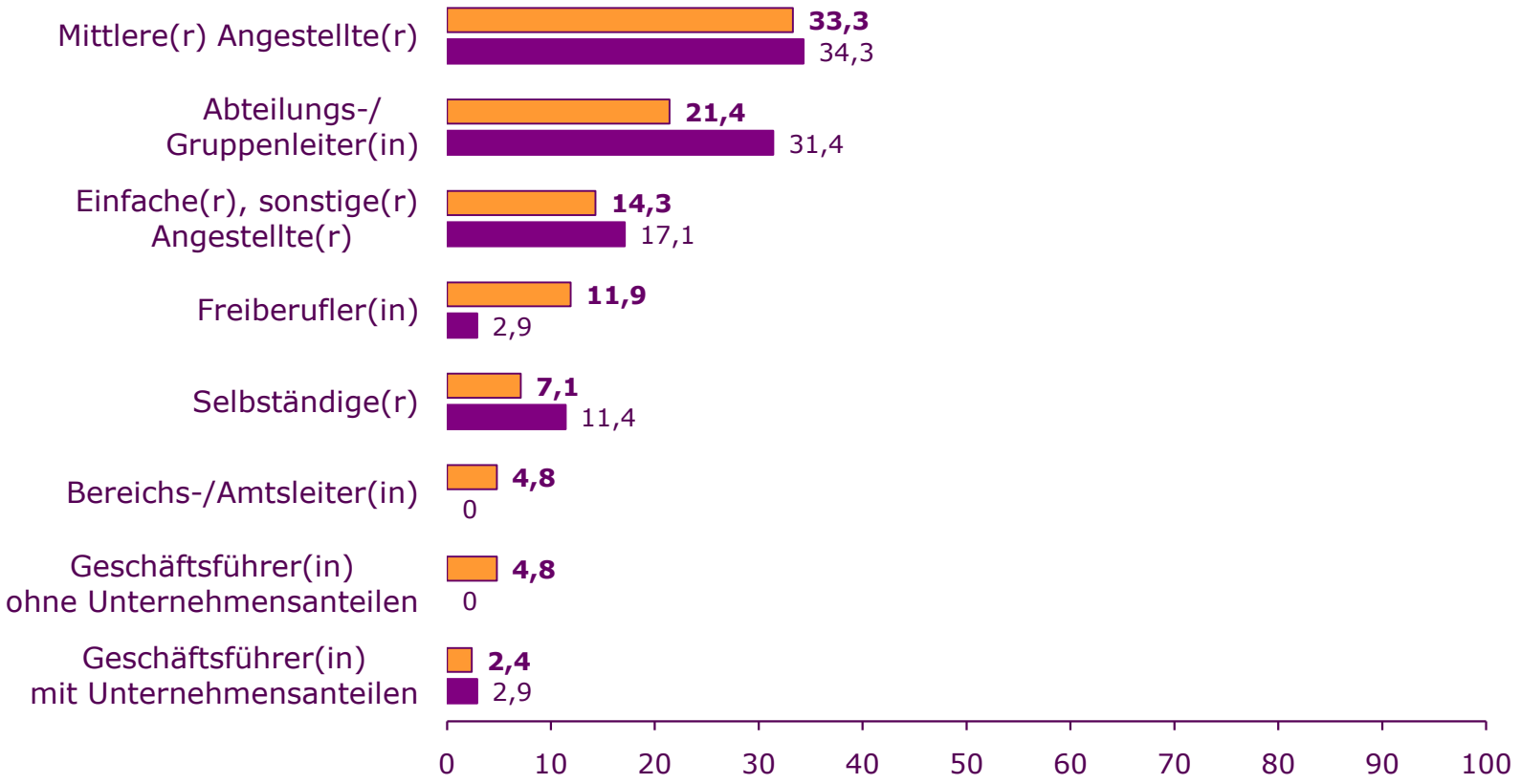


n=54, Angaben in %

© usabilityblog.de | 2010

Stellung im Beruf

Wie ist Ihre Stellung im Beruf?

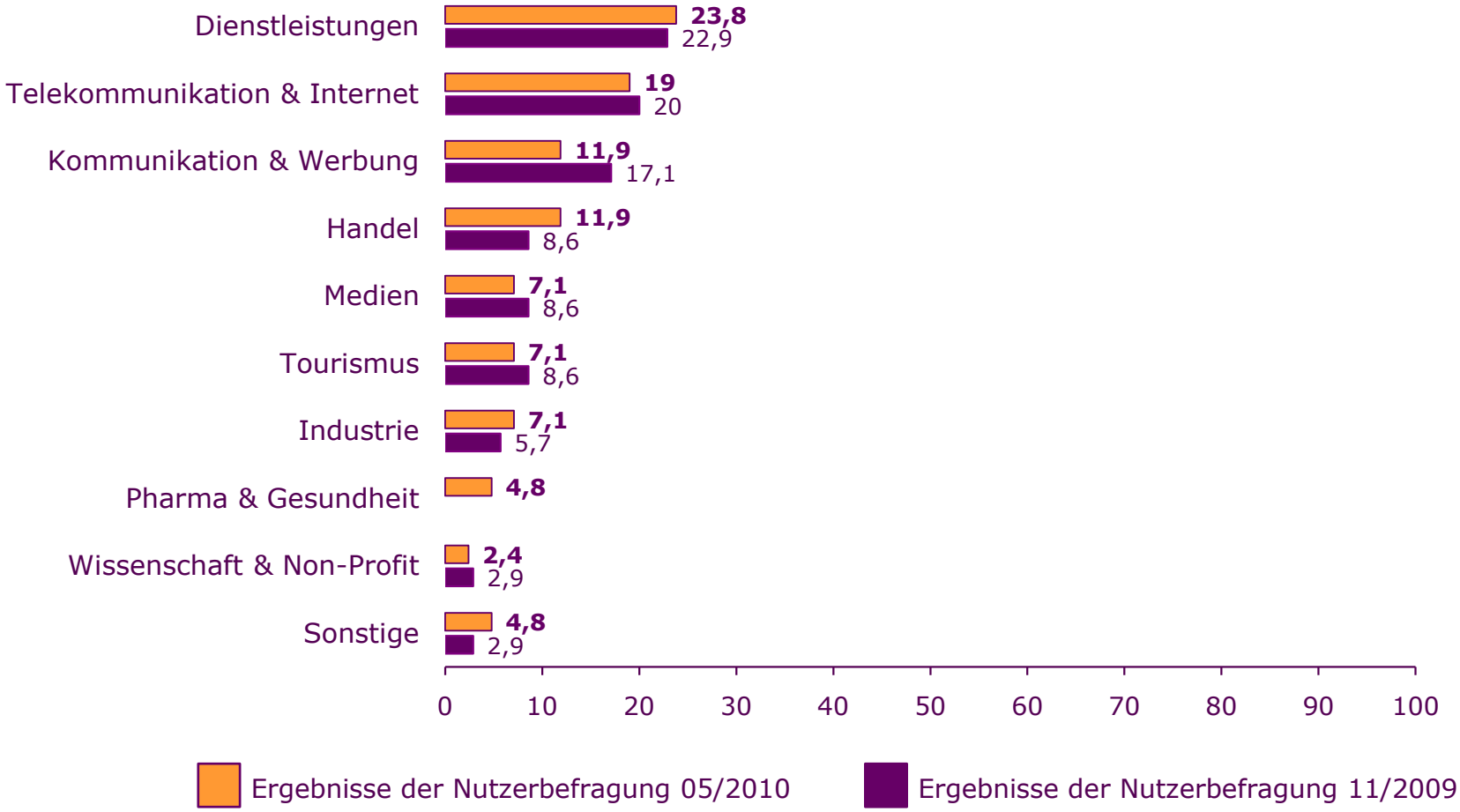


n=42 (nur Personen, die voll oder teilweise berufstätig sind), Angaben in %

© usabilityblog.de | 2010

Branchenzugehörigkeit

In welcher Branche sind Sie derzeit bzw. waren Sie bei Ihrer letzten beruflichen Tätigkeit beschäftigt?

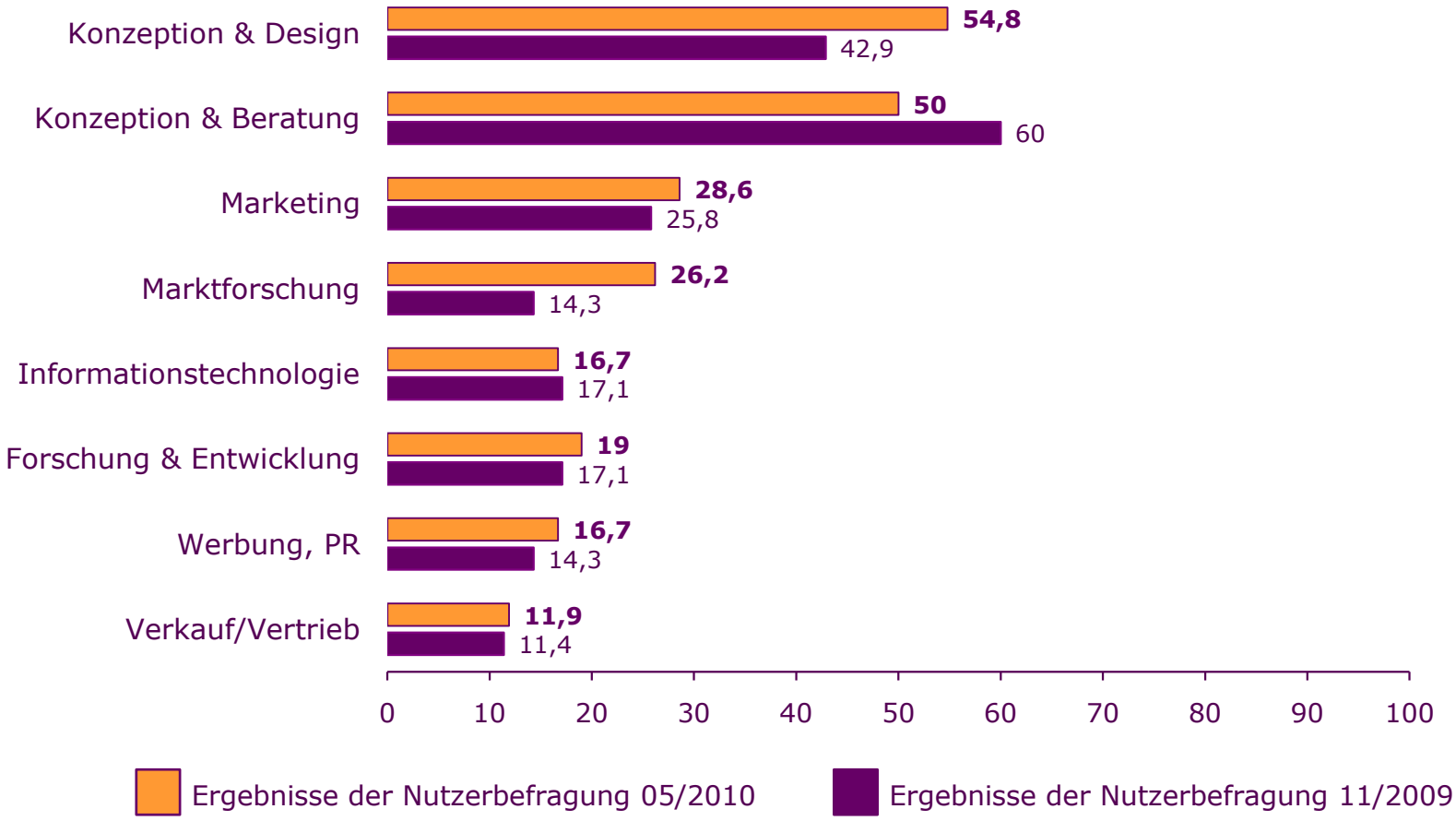


n=42 (nur Personen, die voll oder teilweise berufstätig sind), Angaben in %

© usabilityblog.de | 2010

Arbeitsbereich

Welchem der folgenden **Arbeitsbereiche** kann man Ihre derzeitige bzw. letzte berufliche Tätigkeit am ehesten zuordnen?

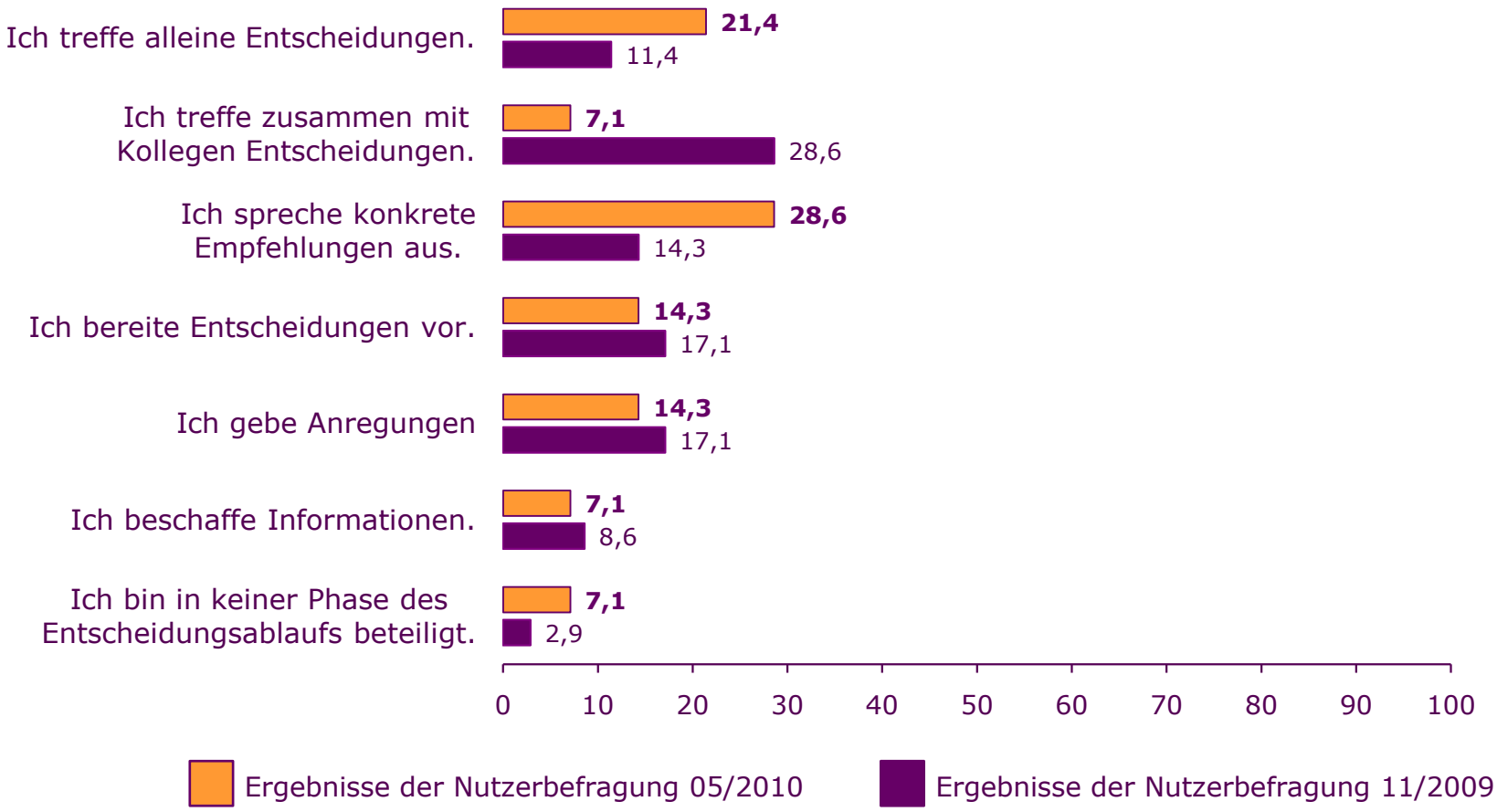


n=42 (nur Personen, die voll oder teilweise berufstätig sind), Mehrfachantworten, Angaben in %

© usabilityblog.de | 2010

Entscheider

Bitte geben Sie an, in welcher Form Sie an **Entscheidungen über Investitionen** bzw. Beschaffungen Ihres Unternehmens beteiligt sind.

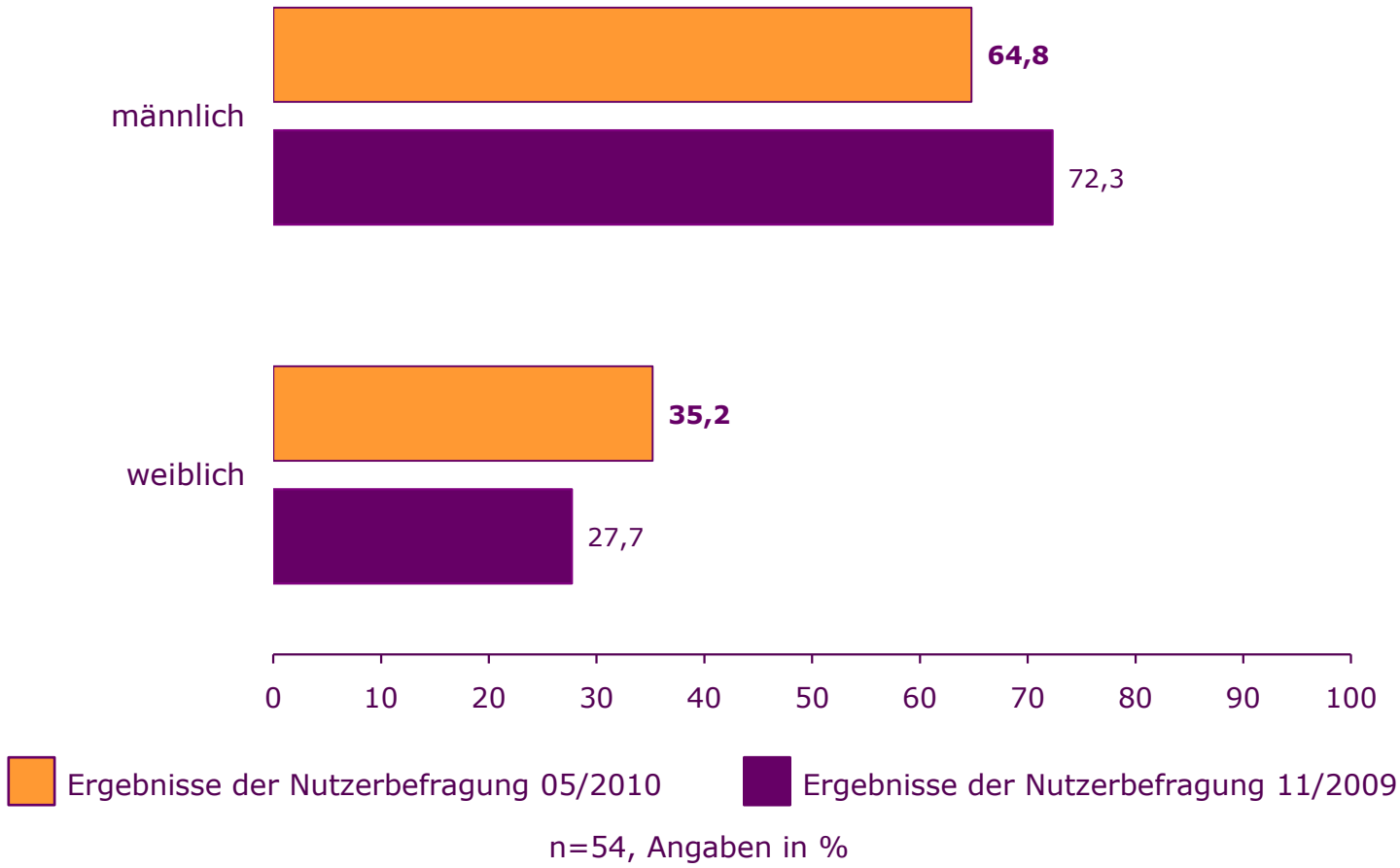


n=42 (nur Personen, die voll oder teilweise berufstätig sind), Angaben in %

© usabilityblog.de | 2010

Geschlecht

Sie sind ...

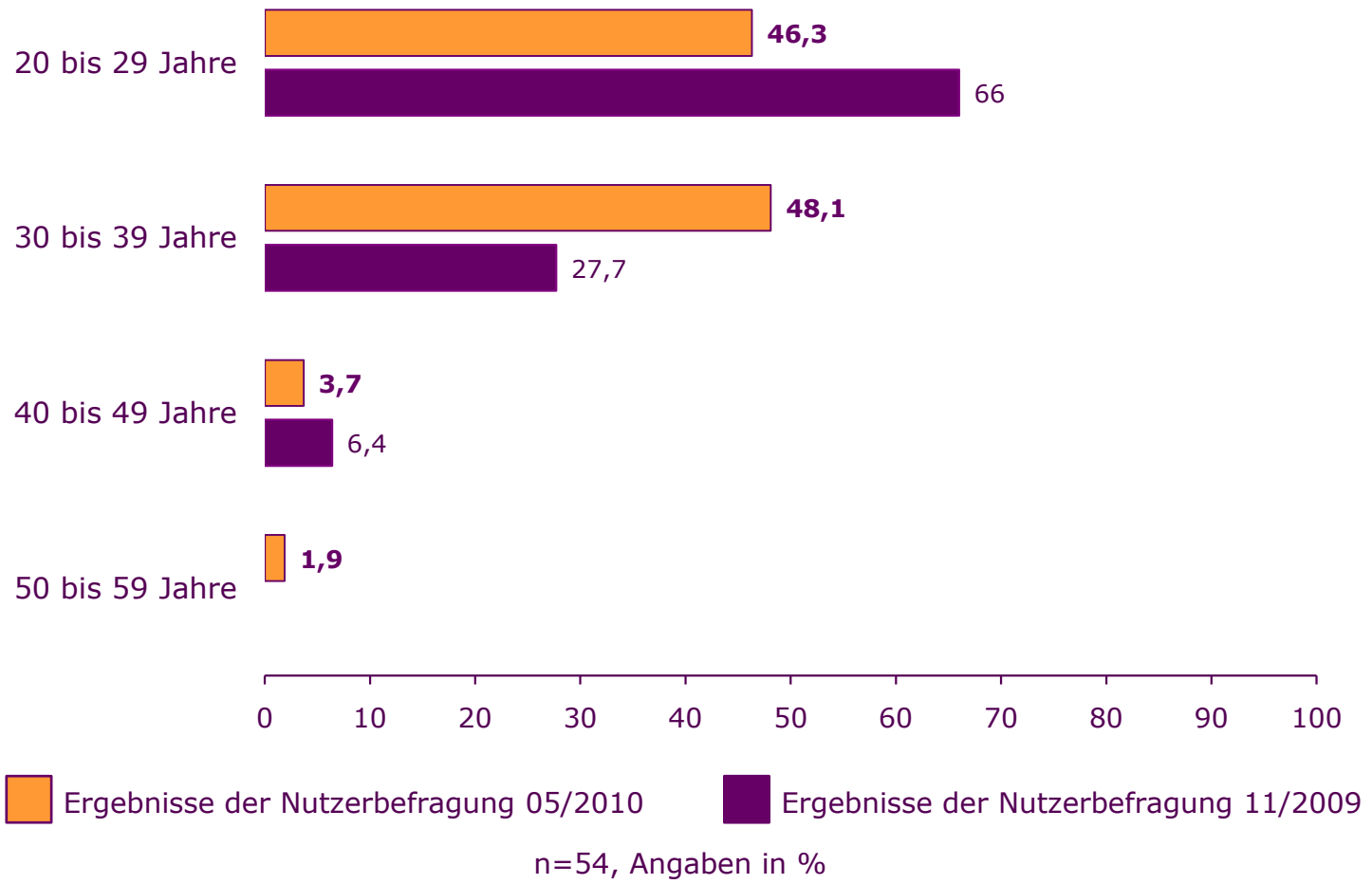


n=54, Angaben in %

© usabilityblog.de | 2010

Alter

In welchem Jahr wurden Sie geboren?

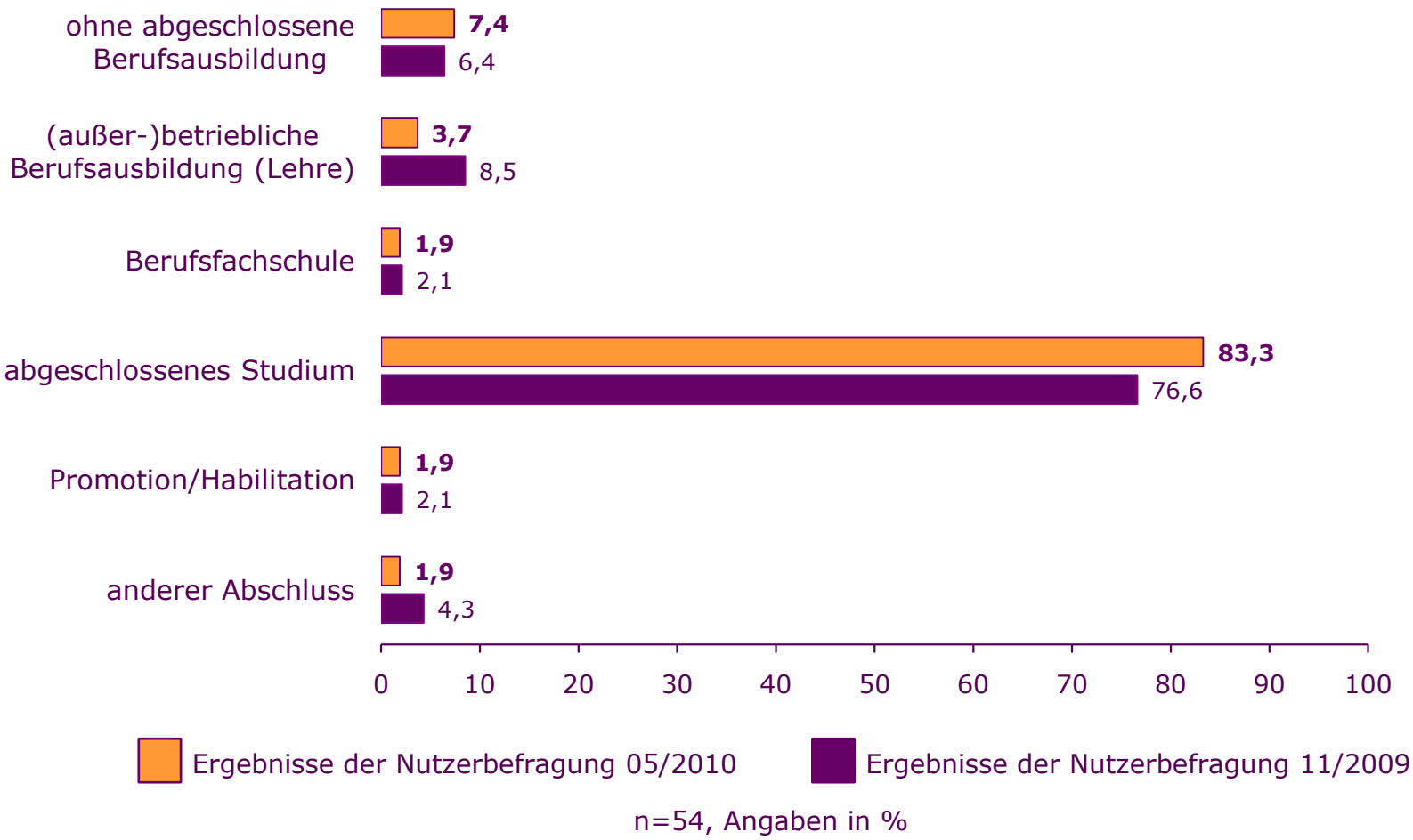


n=54, Angaben in %

© usabilityblog.de | 2010

Höchster Bildungsabschluss

Welcher ist Ihr höchster, bereits absolvierter **Berufsabschluss** bzw. **Hochschulabschluss**?



n=54, Angaben in %

© usabilityblog.de | 2010

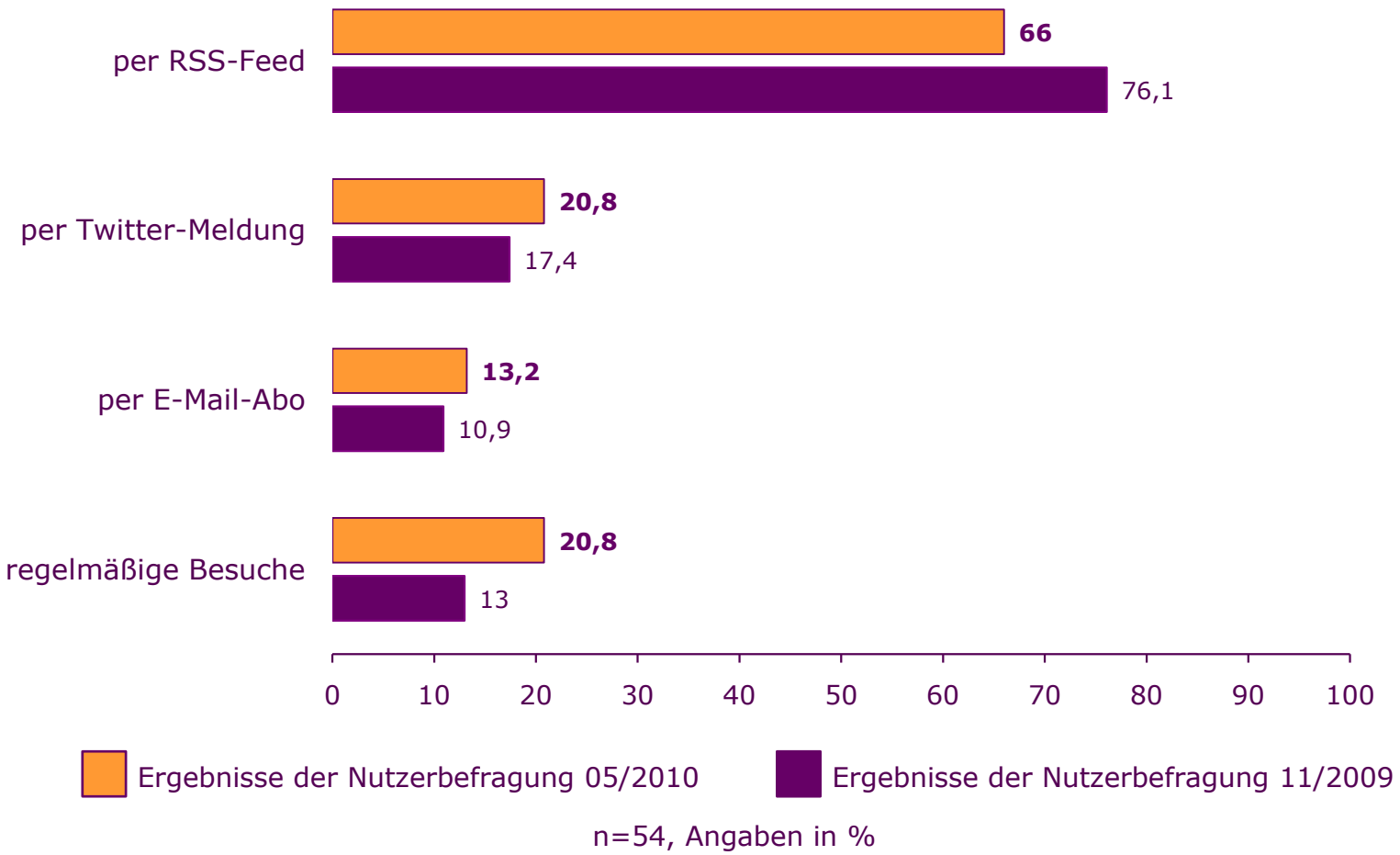
Nächstes Kapitel

Nutzungsintensität

© usabilityblog.de | 2010

Genutzte Informationswege

Wie informieren Sie sich über neu erschienene Beiträge auf usabilityblog.de?

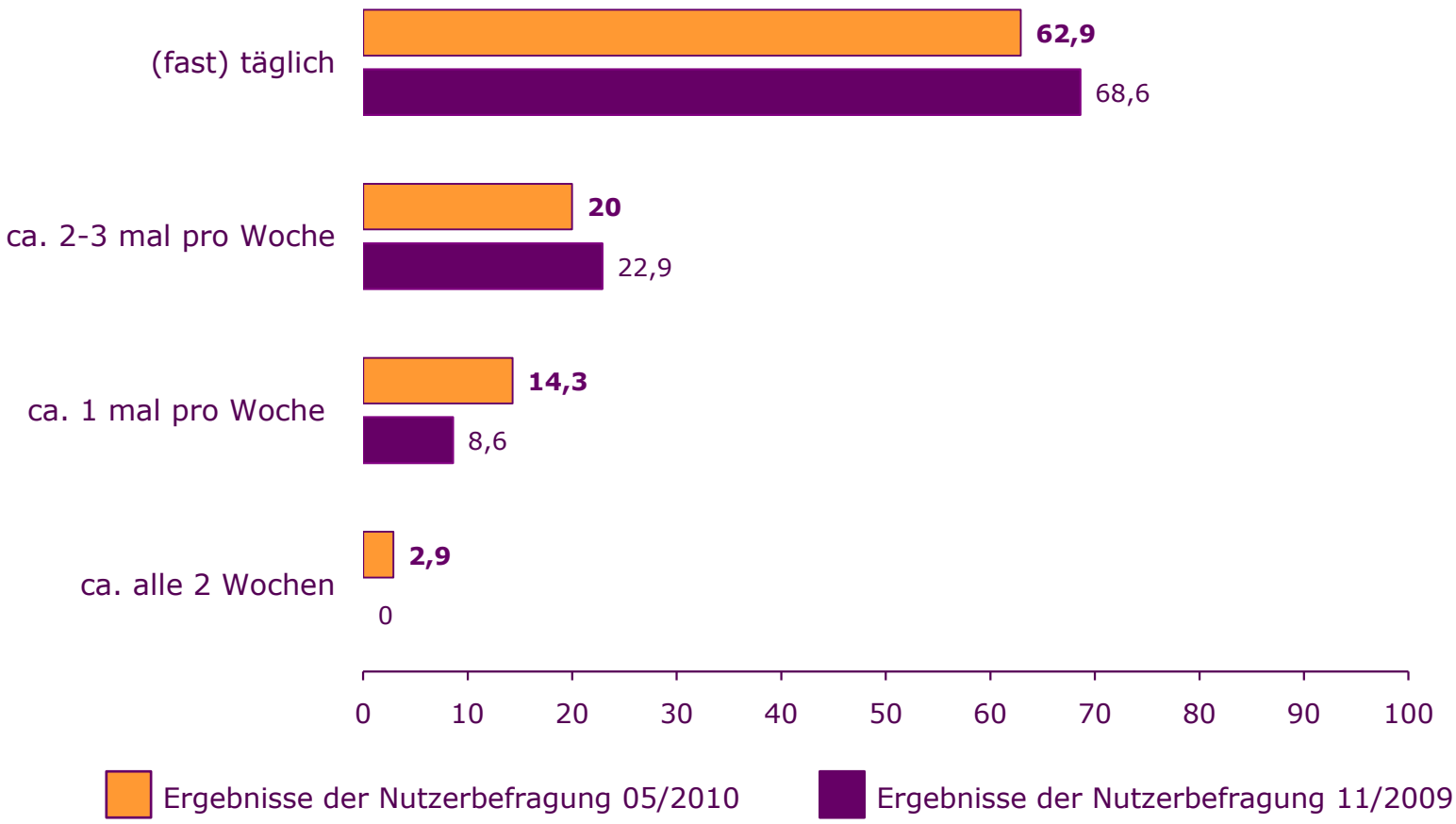


n=54, Angaben in %

© usabilityblog.de | 2010

Nutzungsintensität RSS-Feed

Wie regelmäßig lesen/verfolgen Sie den abonnierten RSS-Feed des Blogs?

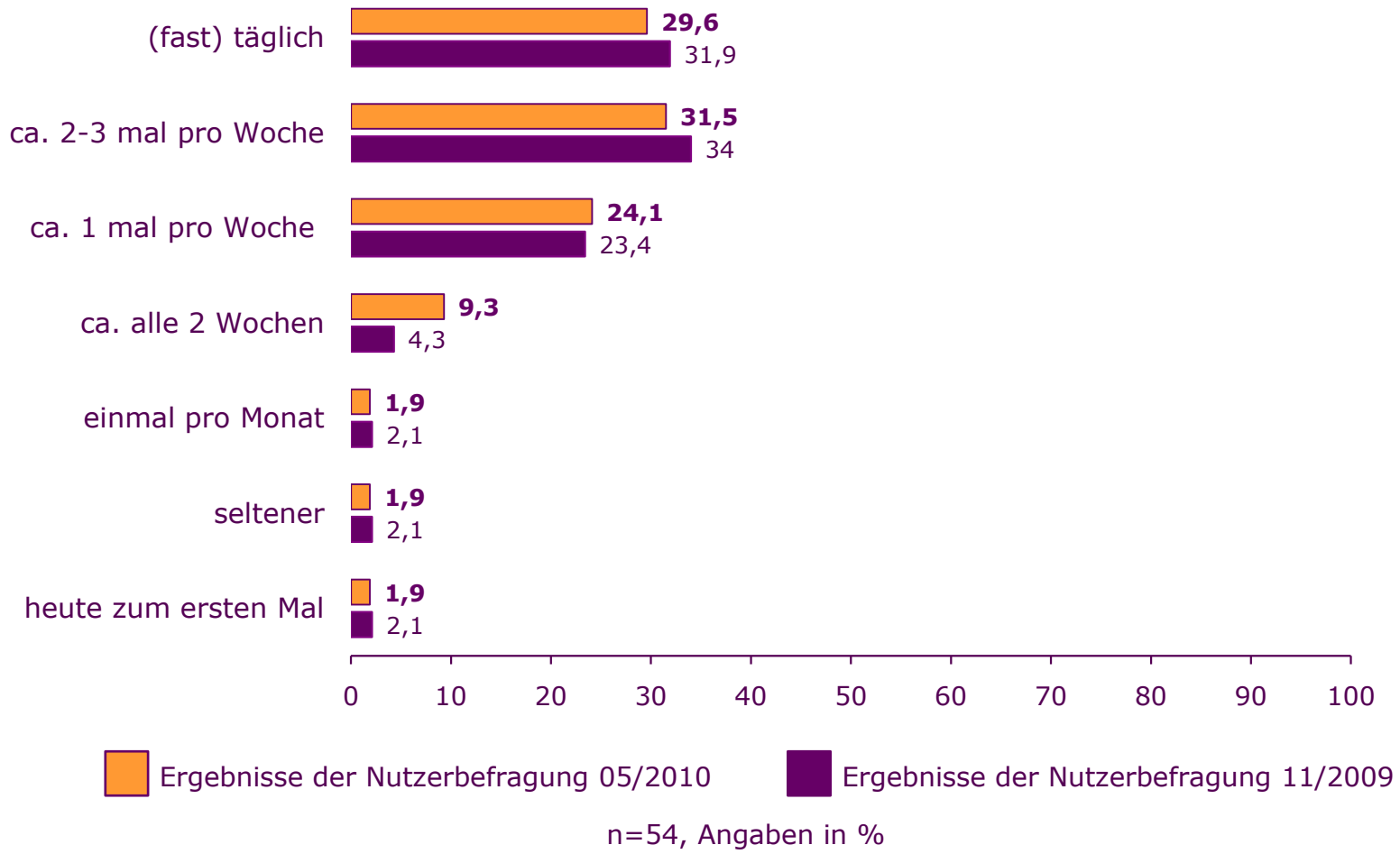


n=35 (Nutzer, die den RSS-Feed abonniert haben), Angaben in %

© usabilityblog.de | 2010

Nutzungsintensität

Wie oft besuchen Sie den usabilityblog.de?

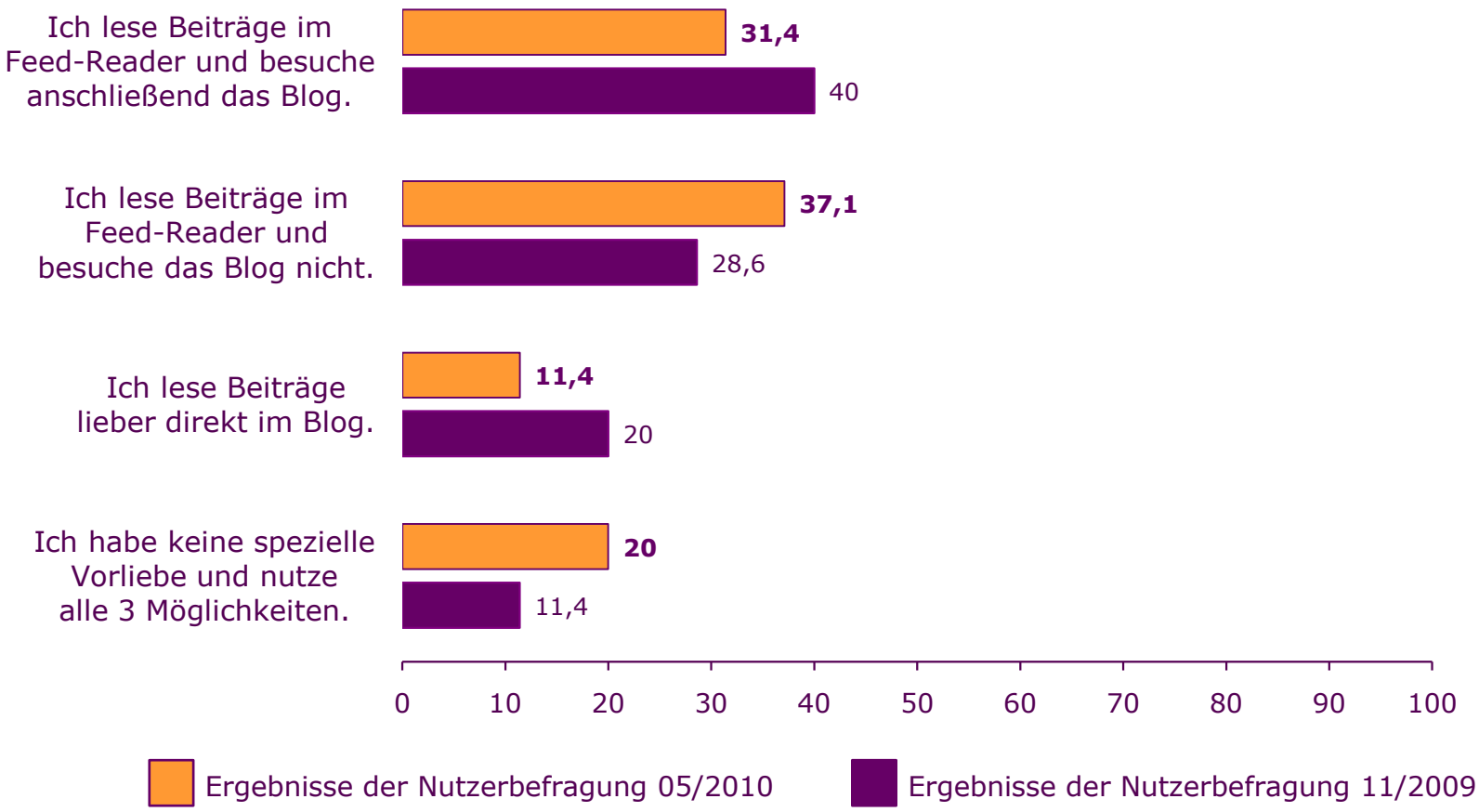


n=54, Angaben in %

© usabilityblog.de | 2010

Lesegewohnheit

Wie lesen Sie die veröffentlichten Beiträge auf usabilityblog.de?

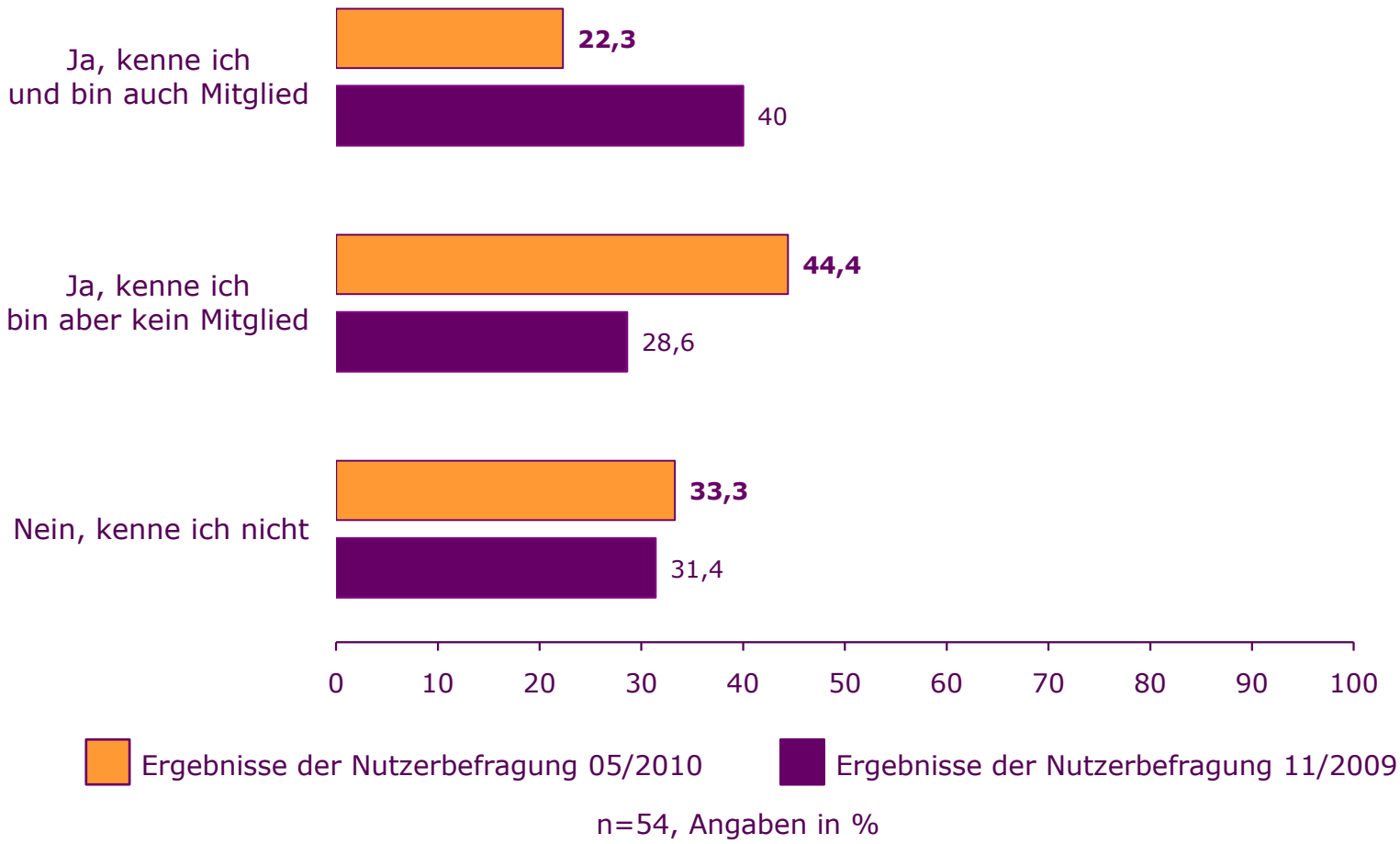


n=35 (Nutzer, die den RSS-Feed abonniert haben), Angaben in %

© usabilityblog.de | 2010

Berufsverband der Usability-Professionals - Kenntnis und Mitgliedschaft

Kennen Sie die German UPA?



n=54, Angaben in %

© usabilityblog.de | 2010

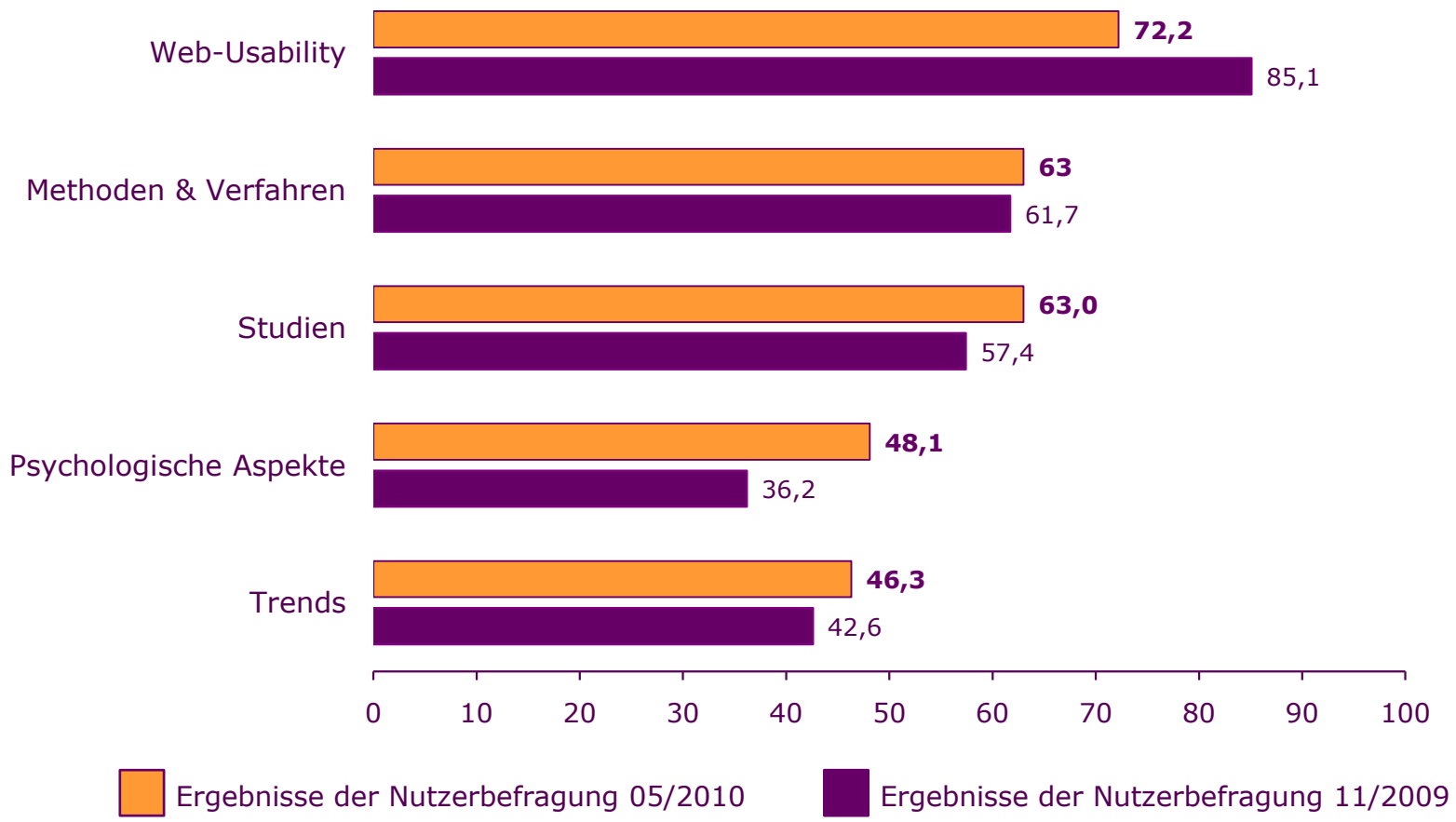
Nächstes Kapitel

Themenspektrum

© usabilityblog.de | 2010

Thematisches Interesse der Leser – Top 5

Für welche Themen interessieren Sie sich besonders?

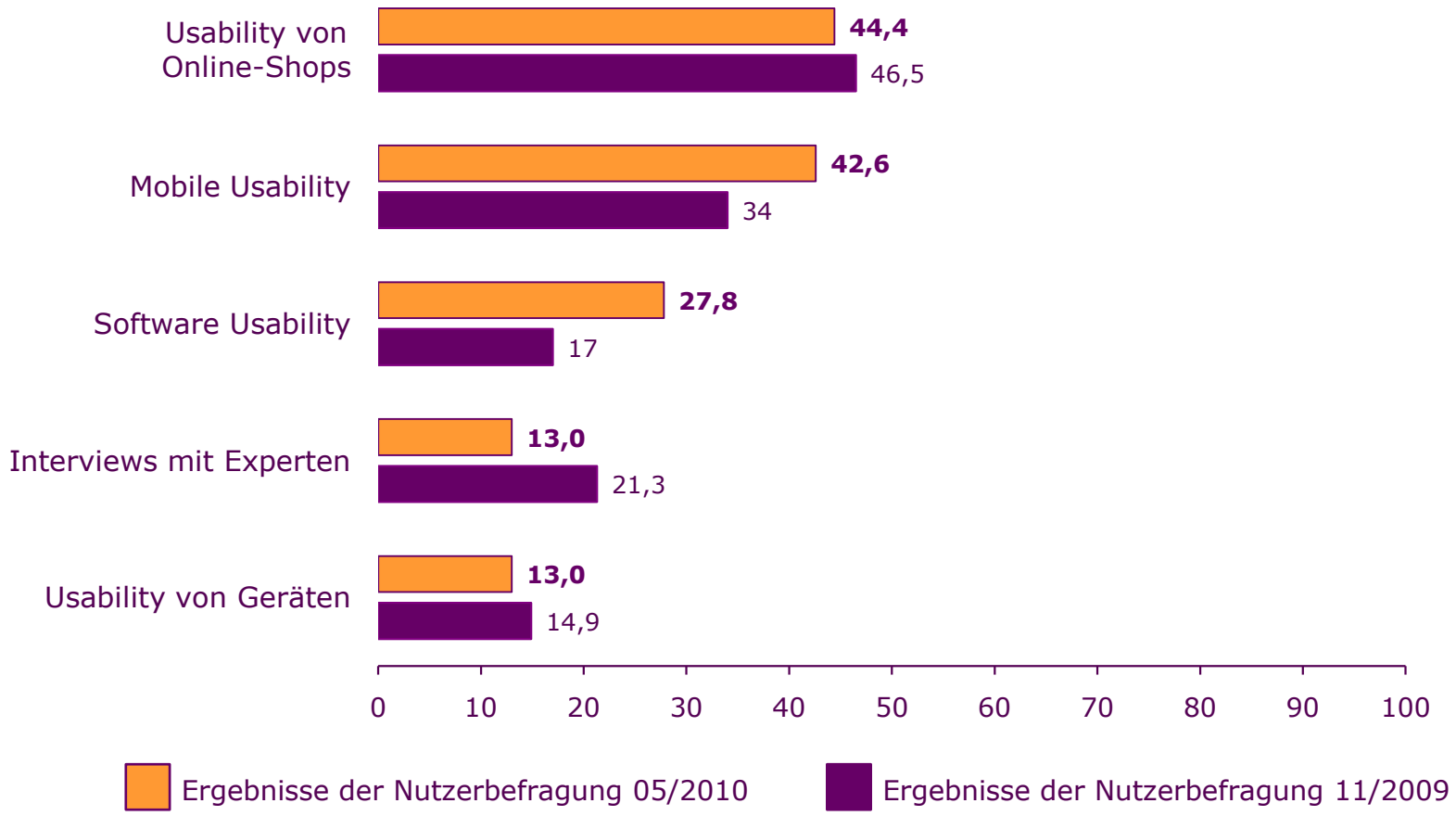


n=54, Nennung der fünf wichtigsten Themen, Angaben in %

© usabilityblog.de | 2010

Thematisches Interesse der Leser

Für welche Themen interessieren Sie sich besonders?

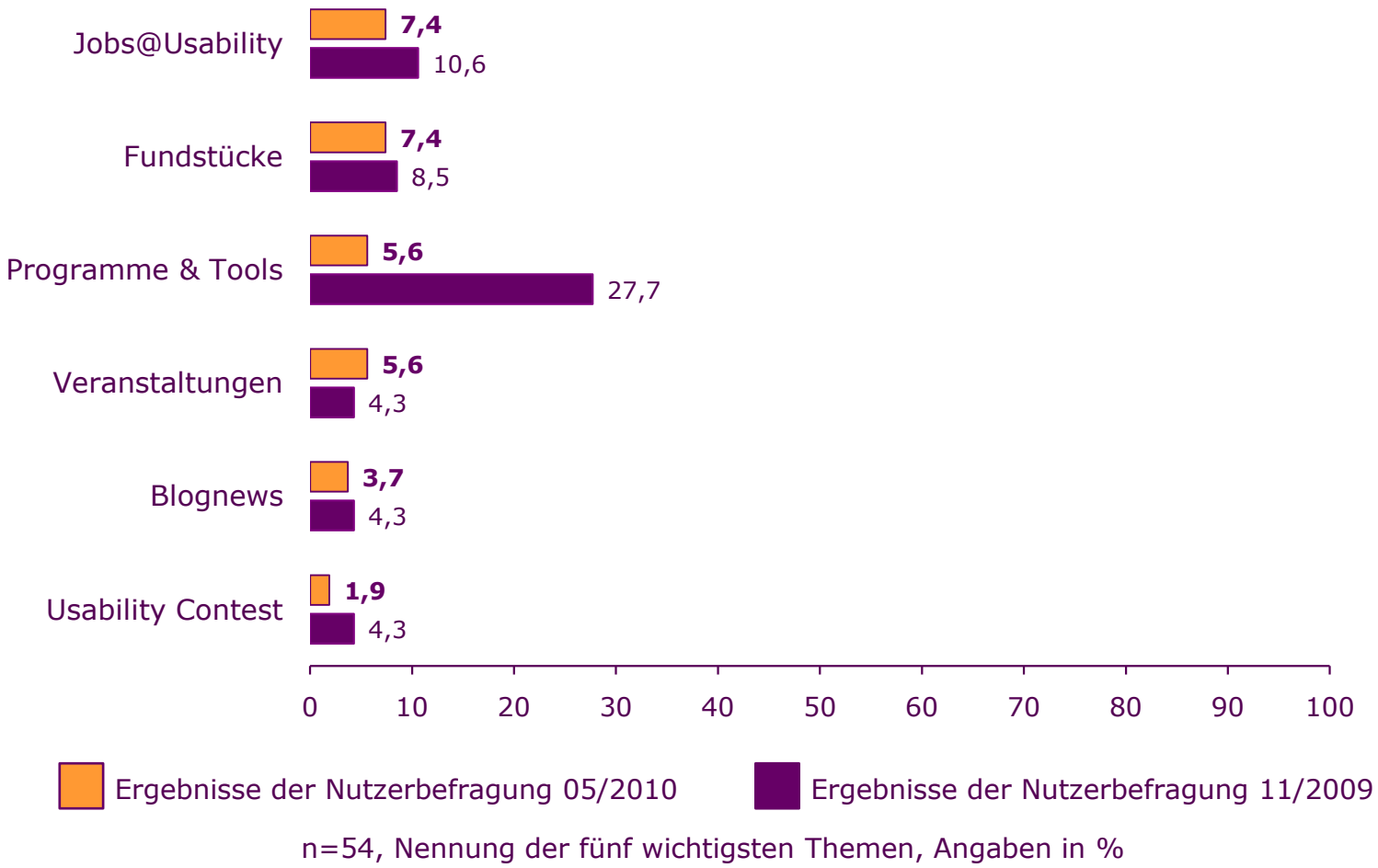


n=54, Nennung der fünf wichtigsten Themen, Angaben in %

© usabilityblog.de | 2010

Thematisches Interesse der Leser

Für welche Themen interessieren Sie sich besonders?



n=54, Nennung der fünf wichtigsten Themen, Angaben in %

© usabilityblog.de | 2010

Vorschläge für neue Themen

Über welche Themen sollte zukünftig verstärkt auf usabilityblog.de berichtet werden?
Machen Sie uns doch einen Vorschlag.

© usabilityblog.de | 2010

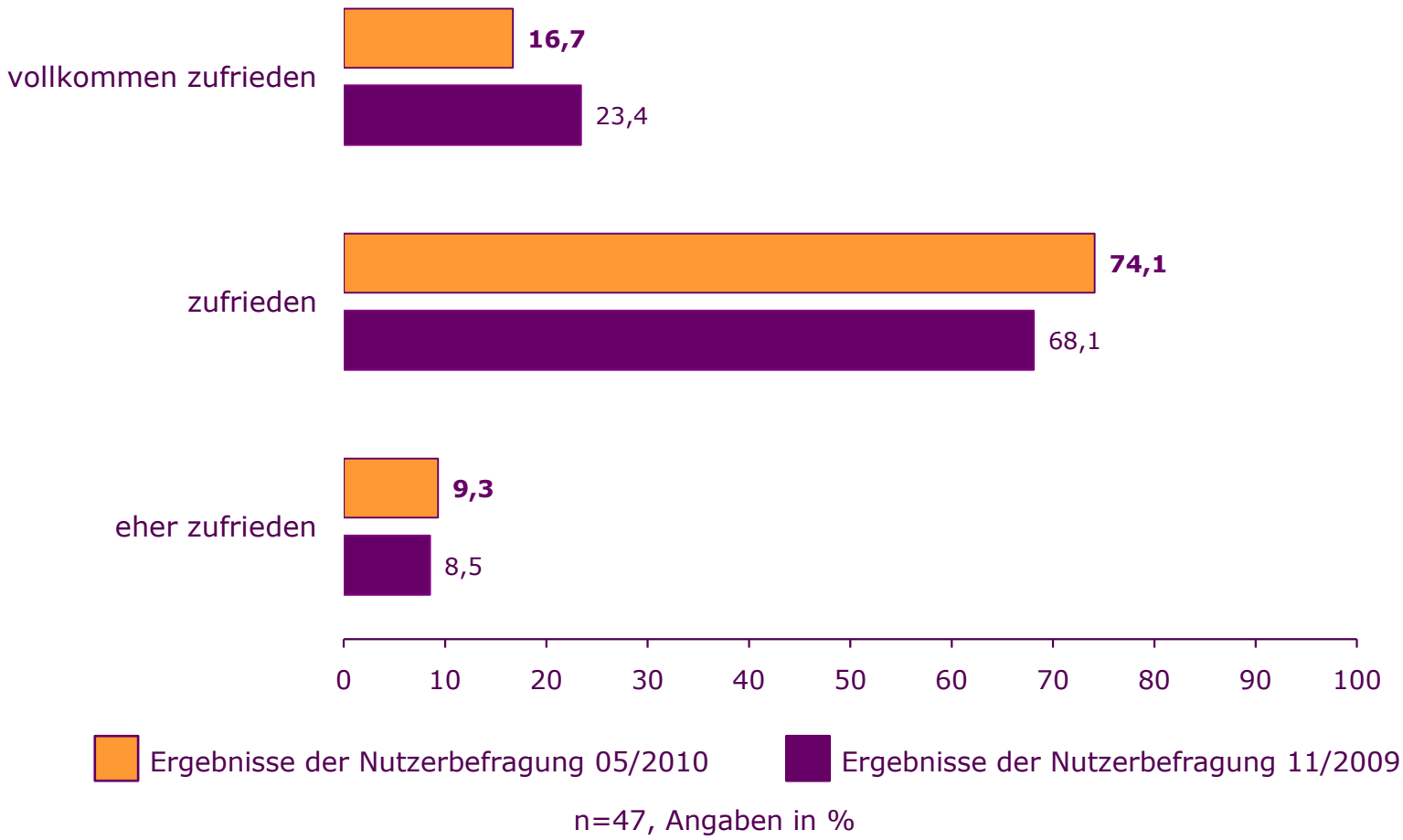
Nächstes Kapitel

usabilityblog.de - von Nutzern beurteilt

© usabilityblog.de | 2010

Gesamtzufriedenheit

Wie bewerten Sie usabilityblog.de?

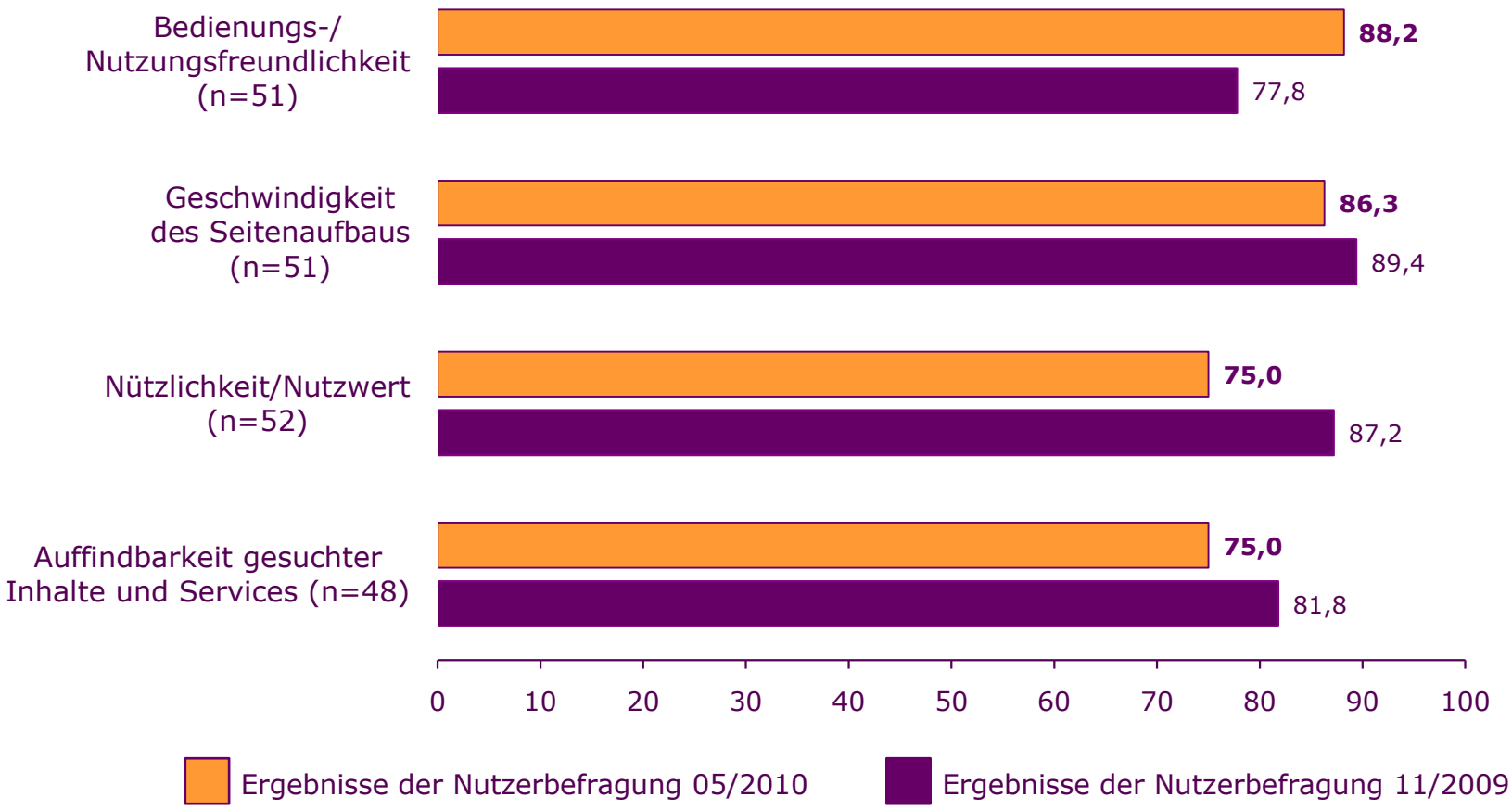


n=47, Angaben in %

© usabilityblog.de | 2010

Beurteilung der Gestaltung (1/2)

Wie zufrieden sind Sie mit usabilityblog.de hinsichtlich der folgenden Kriterien?

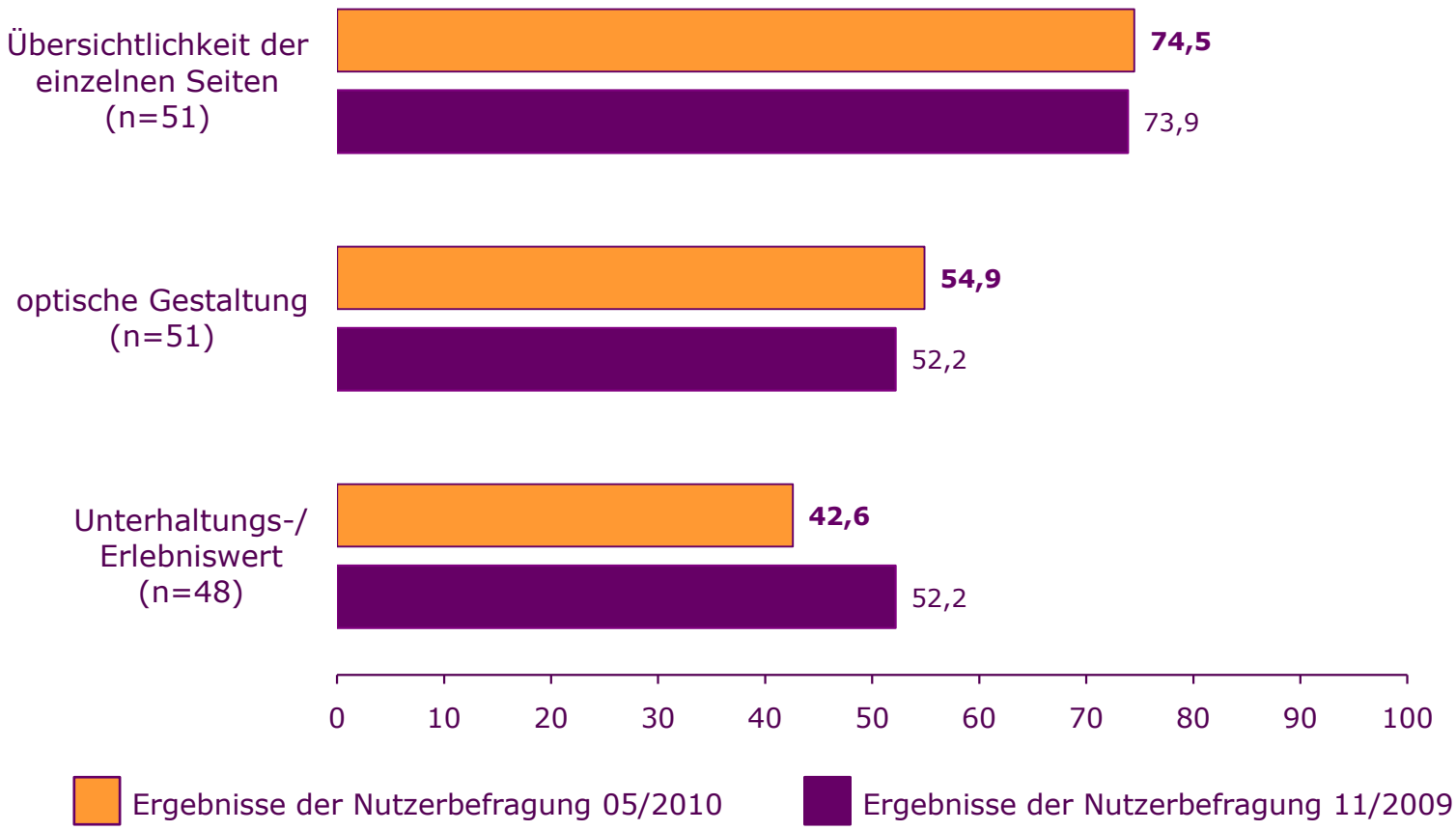


n=54, Top-Two-Skalierung (vollkommen zufrieden und zufrieden), Angaben in %

© usabilityblog.de | 2010

Beurteilung der Gestaltung (2/2)

Wie zufrieden sind Sie mit usabilityblog.de hinsichtlich der folgenden Kriterien?

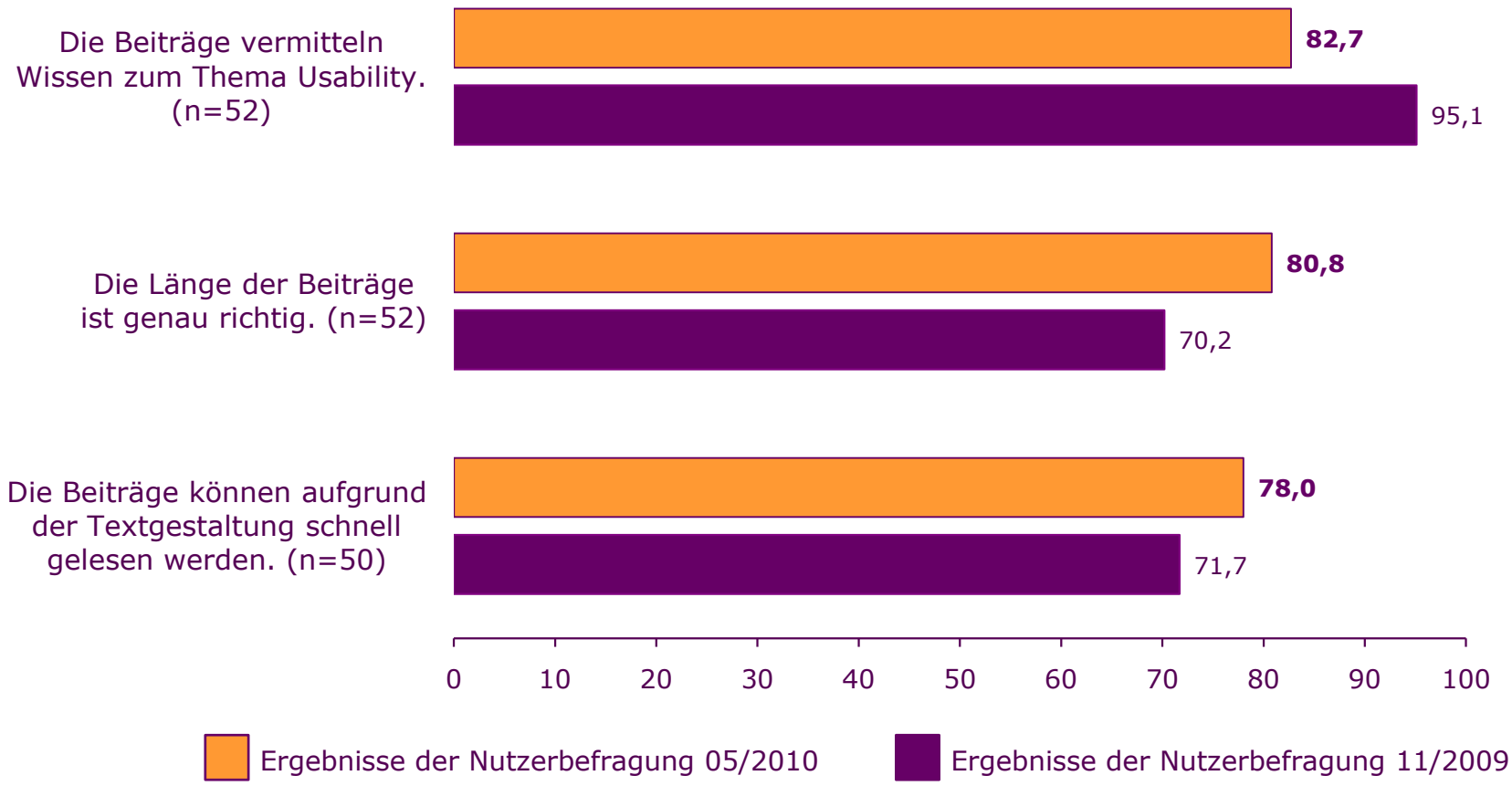


n=54, Top-Two-Skalierung (vollkommen zufrieden und zufrieden), Angaben in %

© usabilityblog.de | 2010

Beurteilung der Beitragsqualität (1/2)

Wie bewerten Sie die Gestaltung und Qualität der Beiträge auf usabilityblog.de?

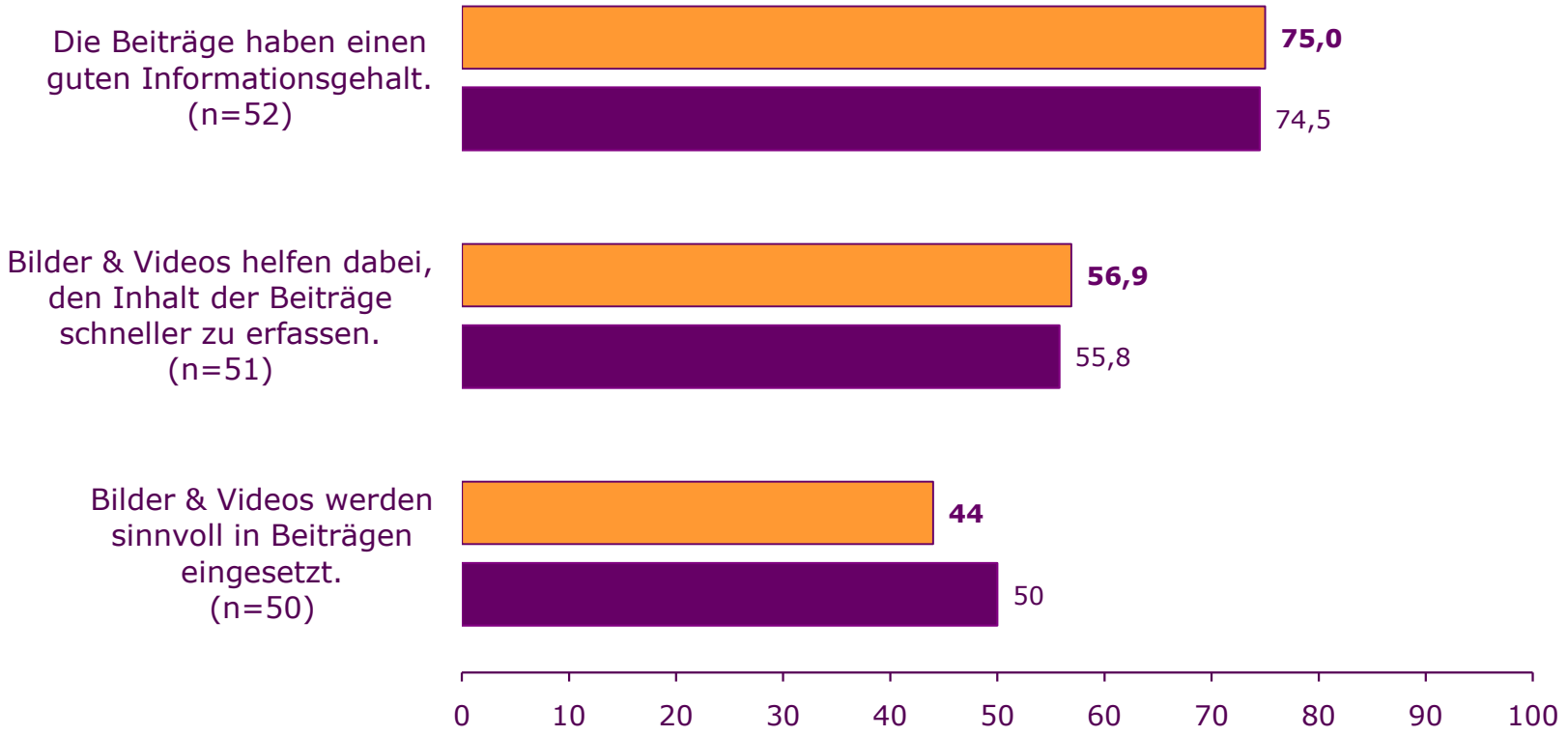


n=54, Top-Two-Skalierung (triff voll und ganz zu & trifft zu), Angaben in %

© usabilityblog.de | 2010

Beurteilung der Beitragsqualität (2/2)

Wie bewerten Sie die Gestaltung und Qualität der Beiträge auf usabilityblog.de?



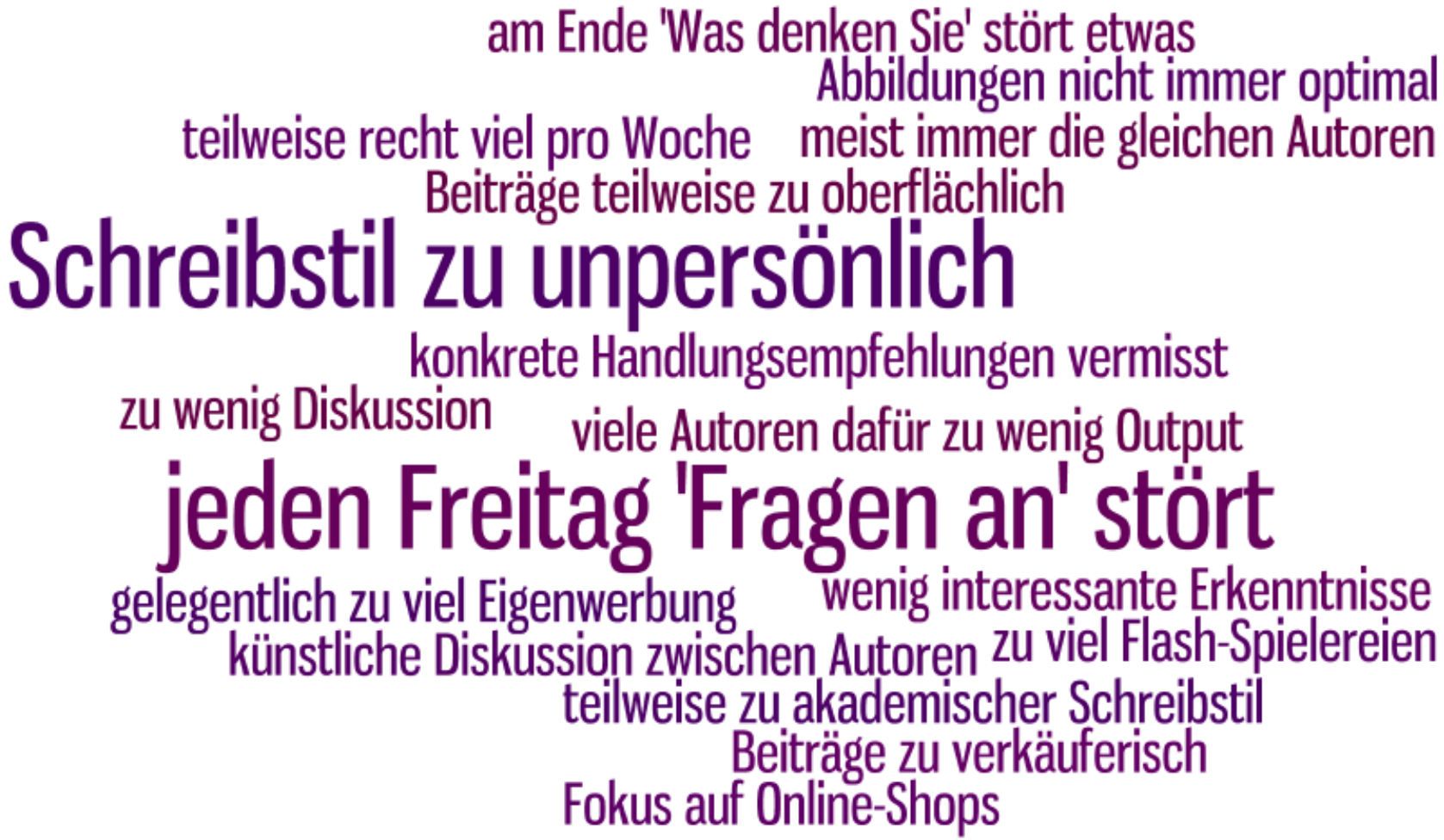
n=54, Top-Two-Skalierung (triff voll und ganz zu & trifft zu), Angaben in %

© usabilityblog.de | 2010

Positives zum Blog – Likes

© usabilityblog.de | 2010

Negatives zum Blog – Dislikes



© usabilityblog.de | 2010

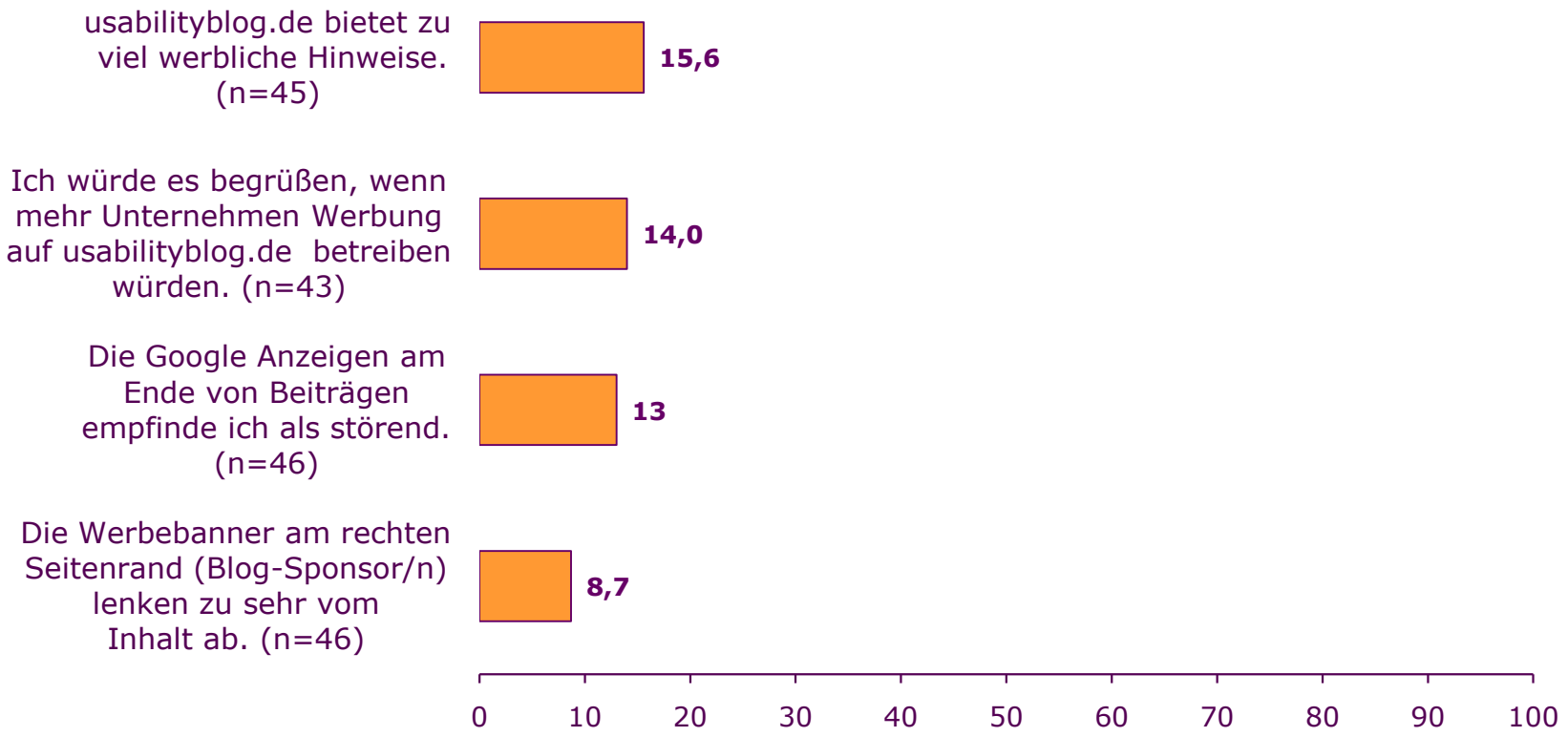
Nächstes Kapitel

Akzeptanz gegenüber Werbung & Sponsoring

© usabilityblog.de | 2010

Beurteilung der Werbeanzeigen

Inwiefern stimmen Sie folgenden Aussagen zu:

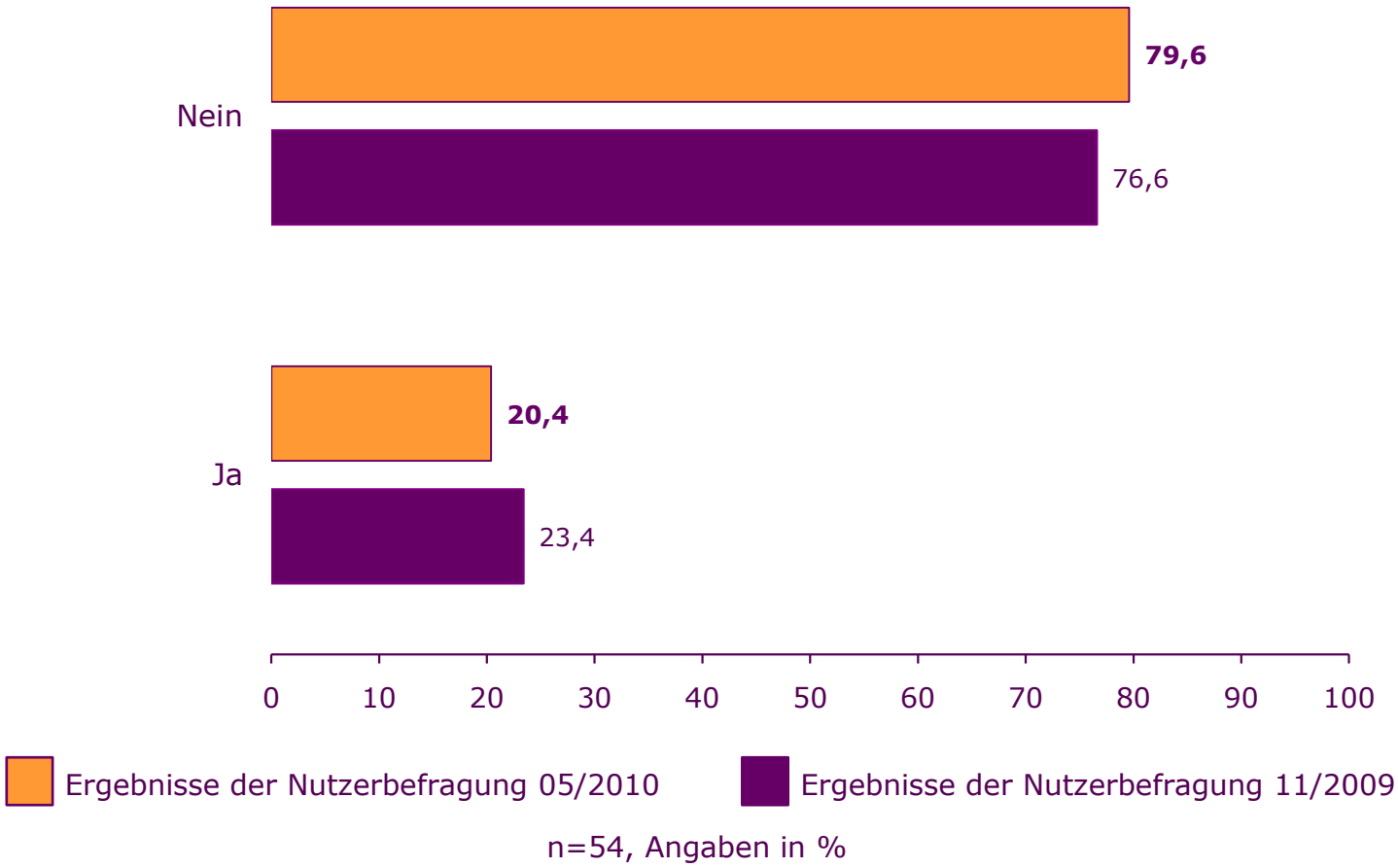


n=54, Top-Two-Skalierung (triff voll und ganz zu & trifft zu), Angaben in %

© usabilityblog.de | 2010

Kostenpflichtige Blog-Inhalte

Können Sie sich vorstellen, dass in der heutigen Zeit Internetnutzer bereit wären, für die Inhalte eines Blogs Geld zu bezahlen?



n=54, Angaben in %

© usabilityblog.de | 2010

Nächstes Kapitel

Eckdaten zur methodischen Vorgehensweise

© usabilityblog.de | 2010

Untersuchungsanlagen

- Grundgesamtheit
  - Nutzer, die an der Befragung teilgenommen haben.
  - Zeitraum: 07.05.2010 bis 07.06.2010
- Der Hinweis auf die Befragung erfolgte per Blog-Beitrag, sowie einem zweiten Blog-Beitrag zur Erinnerung.
- Als Incentivierung wurde Fachliteratur und Forschungsleistungen der eResult GmbH im Gesamtwert von 500,- € verlost.
- Aufbau des Fragebogens
  - Es wurden insgesamt 22 Fragen gestellt, wobei durch gezielte Filterung nicht jedem Teilnehmer alle Fragen angezeigt wurden.
  - Die durchschnittliche Bearbeitungsdauer betrug 8 - 10 Minuten.
  - Online: www.eresult.de/umfragen/usabilityblog_nutzerbefragung_3/index.php

© usabilityblog.de | 2010

Drop-Out-Analyse

1. Brutto-Stichprobe bzw. Rekrutierungsquote: 163
2. Teilnahmequote: 152 / 93,25%
   (*mindestens eine Frage beantwortet*)
3. Beendigungsquote: 58 / 35,58 %

Korrektur (Plausibilitäts-, Zeit-Checks)

➲ **Gesamtzahl an Teilnehmern/-innen: 54**
(*Personen, die alle Fragen zuverlässig beantwortet haben*)

© usabilityblog.de | 2010

Nächstes Kapitel

Kontaktdaten

Ansprechpartner Usabilityblog.de

© usabilityblog.de | 2010

Ansprechpartner Usabilityblog.de

Wilhelm

Projektteam:

Thorsten Wilhelm

☎ 0551 – 5177 426

✉ thorsten.wilhelm@eresult.de

🖹 0551 – 49569 330

Planckstr. 23

37073 Göttingen

Themenblog:

www.usabilityblog.de

Unternehmensauftritt:

www.eresult.de

Heim

Steffen Heim

☎ 0551 – 49569 334

✉ steffen.heim@eresult.de

🖹 0551 – 49569 330

Planckstr. 23

37073 Göttingen

© usabilityblog.de | 2010