



WUD 2007: "Von der Plage zum Genuss - Wie Technik benutzbar wird"

Was für den einen Frust, ist für den anderen Lust:
Japaner, Deutsche und Websites



Vergleich Japan – Deutschland:
Nutzerstudie mit Eye Tracking





World Usability Day

Making life easy!

Wer ist eye square?

eye square wurde im März 1999 von Sabrina Duda und Michael Schießl gegründet.

- **Geschäftsführende Gesellschafter**

- **Sabrina Duda**, Diplompsychologin:
Mensch-Maschine-Interaktion, Usability, Software-Ergonomie.
- **Michael Schießl**, Diplompsychologe:
Einstellungsmessung, Markenforschung, Werbewirkung.

- **Gesellschafter**

- TNS
- Brenninkmeijer Holding
- Dr. Friedrich Jacobi
- Andreas Thölke





World Usability Day
Making life easy!



Sabrina Duda

Sabrina Duda, **Diplompsychologin, Gründerin und Geschäftsführerin.**
Expertin im Bereich Usability Forschung, Software-Ergonomie und Mensch-Maschine-Interaktion.

Sprachkenntnisse: Deutsch (Muttersprache), Englisch, Französisch

Ab 1999	eye square
1999-2000	Aufbau eines Usability-Labs am Lehrstuhl Softwaretechnik, Fachbereich Informatik, Universität Rostock.
1998-1999	Lehr- und Forschungstätigkeit (Entwicklung E-Learning Tool und Internetkurse), Technische Universität Dresden.
1994-1998	Studium der Psychologie mit Spezialisierung Ingenieurpsychologie und Informatik an der Humboldt Universität zu Berlin.
1990-1993	Studium der Psychologie mit Schwerpunkt Kognitive Psychologie an der Universität Regensburg



World Usability Day

Making life easy!

Lust oder Frust im Internet?



Wie ist das eigentlich bei Japanern und Deutschen:
Haben sie dieselben Vorlieben in Bezug auf Websites?



World Usability Day

Making life easy!

Unterschiedliche Essensgewohnheiten: Wiener Schnitzel vs. Sushi



Deutschland:
Ein grosses Schnitzel



Japan:
Viele kleine Sushis



World Usability Day

Making life easy!

Individualismus vs. Kollektivismus

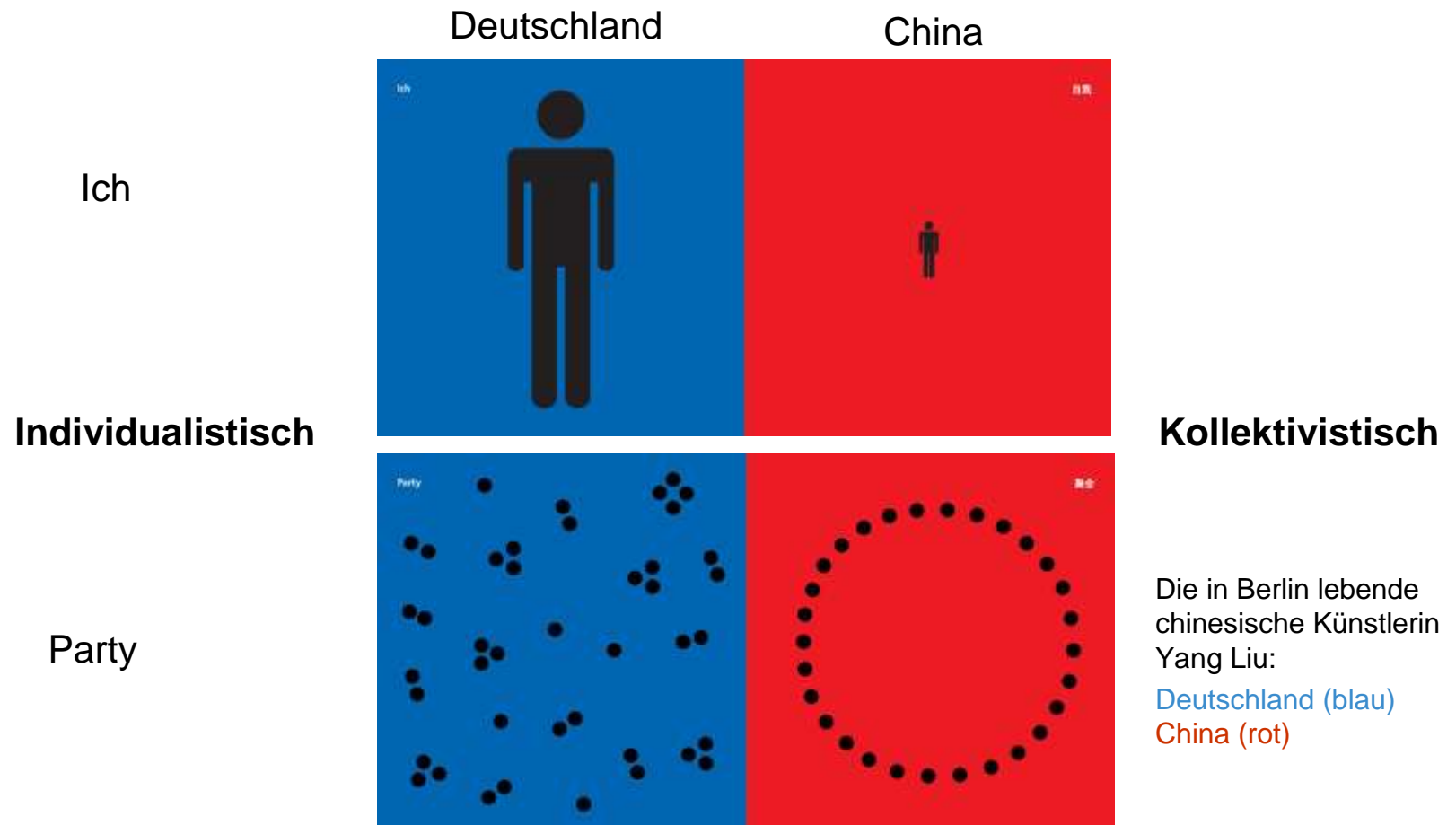


World Usability Day

Making life easy!

Deutschland:

Individuum ist wichtig - Partygespräche in kleinen Gruppen





World Usability Day

Making life easy!

Individualismus vs. Kollektivismus in der Philosophie

Westliche Philosophie

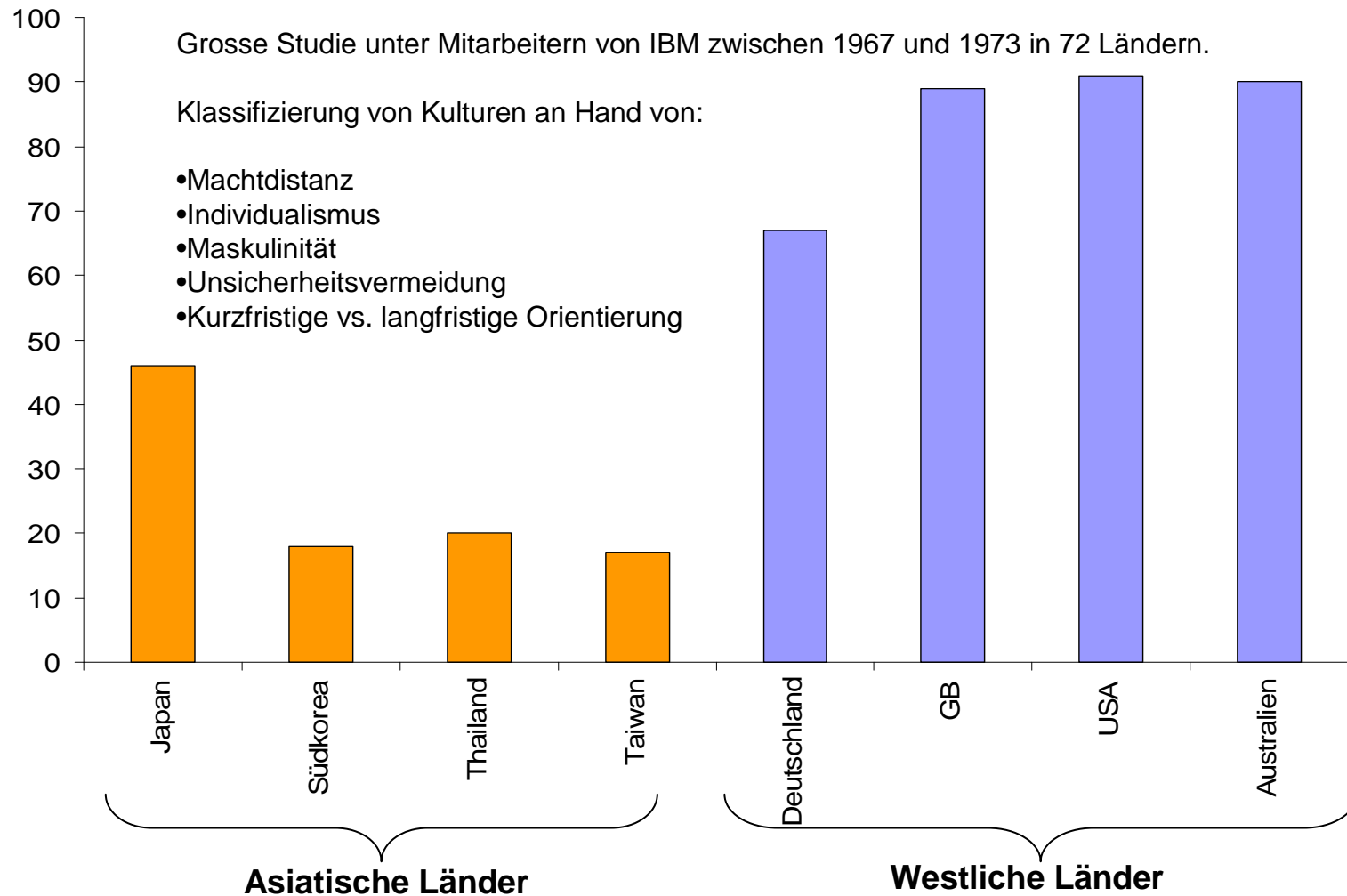
- René Descartes
Cogito ergo sum (lat.): Ich denke, also bin ich.
 - Heraklit von Ephesos (zwischen 540 und 535 v. Chr.):
„Alles fließt“
- Betrachtung des Einen:
Ein Fluss, der sich wandelt, aber dennoch in ein und dem selben Flussbett bleibt

Asiatische Philosophie

- Konfuzius (vermutlich von 551 v. Chr. bis 479 v. Chr.):
„Der Weg ist das Ziel“
„Ying und Yang“
- Betrachtung des Ganze
Alles und jedes hängt zusammen und beeinflusst sich gegenseitig.



Hofstede IBM Studie (1971): Individualismus





World Usability Day

Making life easy!

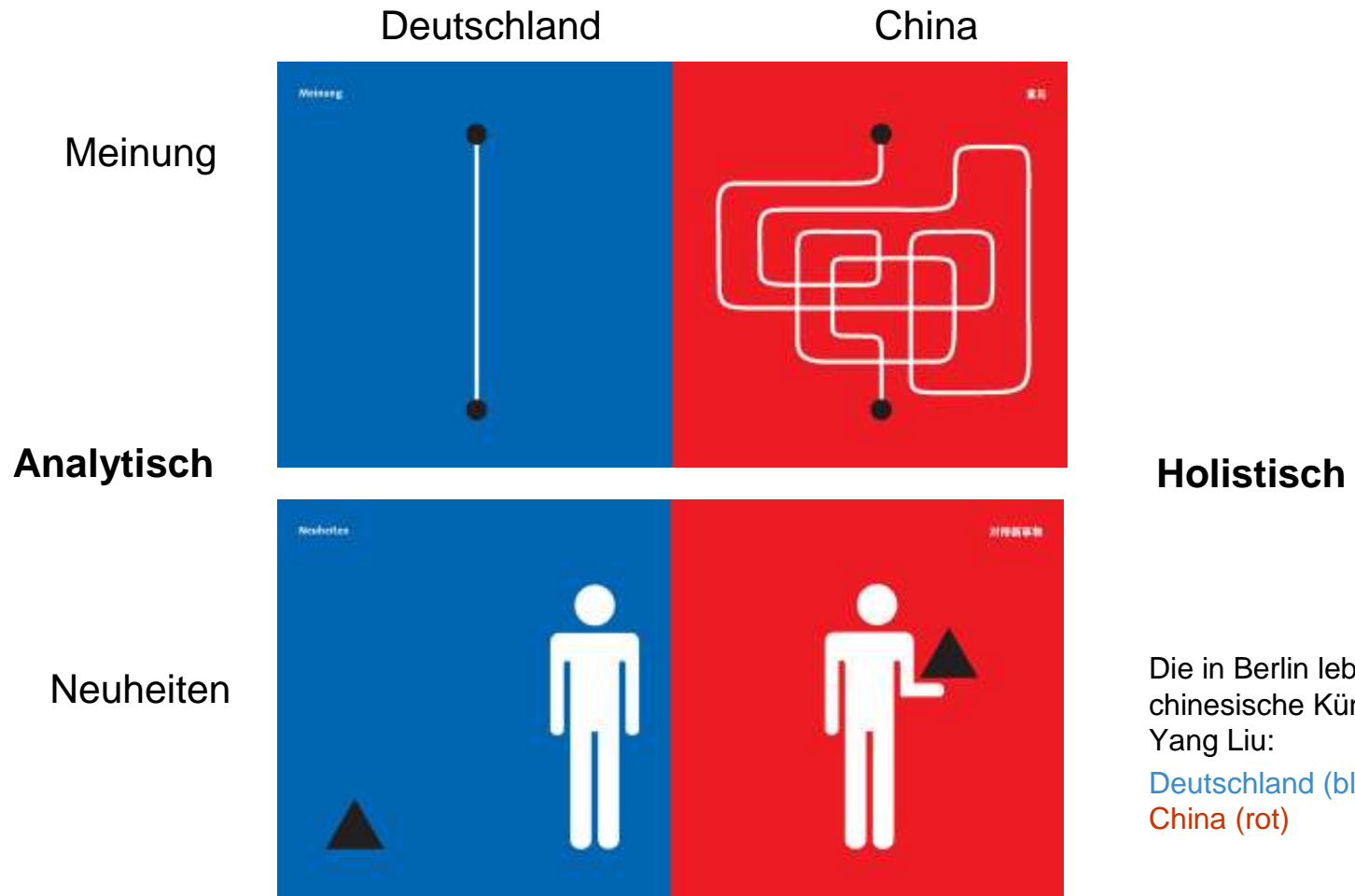
Analytische vs. holistische Wahrnehmung



World Usability Day

Making life easy!

Deutschland: Eine eindeutige Meinung, die direkt ausgedrückt wird
Weniger aufgeschlossen für Neues



Die in Berlin lebende
chinesische Künstlerin
Yang Liu:

Deutschland (blau)

China (rot)



World Usability Day

Making life easy!

Religion: Zentralistisches 1-Gott-System vs. "Gott ist überall"

Westliche Religion

- Christentum
 - Ein Gott
 - Erlösung durch Gott
 - 10 Gebote
 - Gehorsam und Hingabe einer Instanz (Gott)

Asiatische Religion

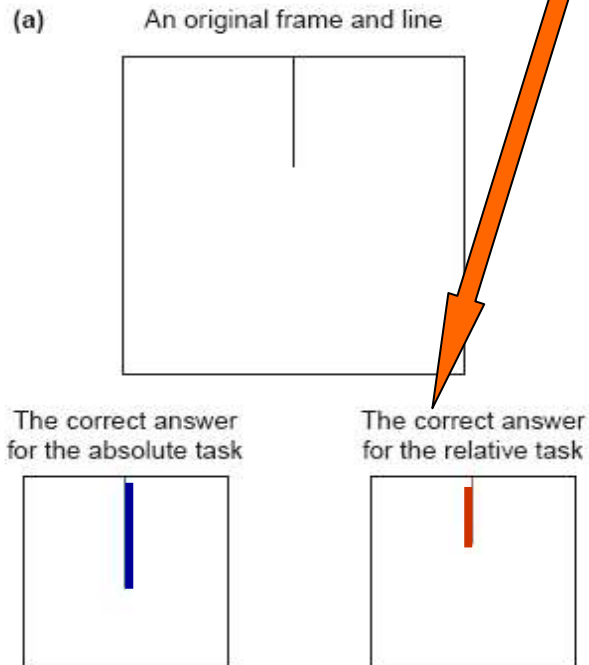
- Buddhismus
 - Kosmisches Gleichgewicht („Gott“ ist alles und jeder)
 - Erlösung durch sich selbst (Einflussmöglichkeiten)
 - Karma
 - Alles Wirken steht im Zusammenhang, jede Handlung - physisch wie geistig – hat unweigerlich eine Folge (wenn nicht in diesem, dann im nächsten Leben)



World Usability Day

Making life easy!

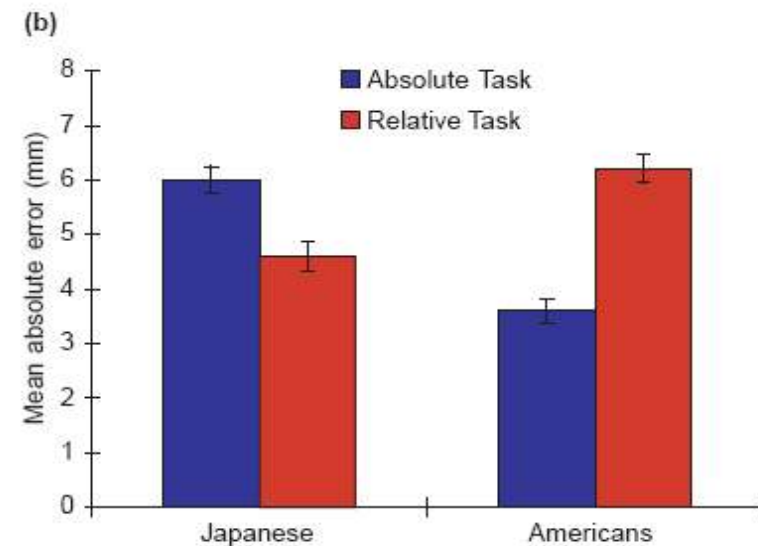
Kontextabhängige Aufgaben sind für Asiaten leichter



Aufgabe: Die große Box mit dem Strich wurde den Probanden gezeigt. Anschließend sollte jeweils in die kleine Box der Strich in der tatsächlichen Länge (absolute Aufgabe) und anschließend in der relativen Länge (relative Aufgabe) gezeichnet werden.

Mittlerer Fehler in mm

Experiment von Kitayama

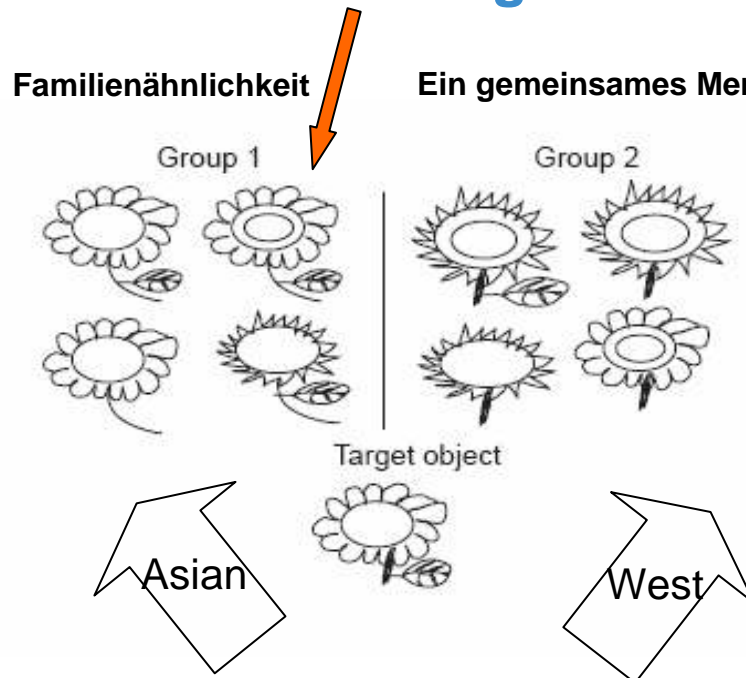


Ergebnis: Die amerikanischen Testpersonen zeichneten den Strich in der absoluten Länge besser.

Die japanischen Testpersonen waren bei der Zeichnung der relativen Länge besser.

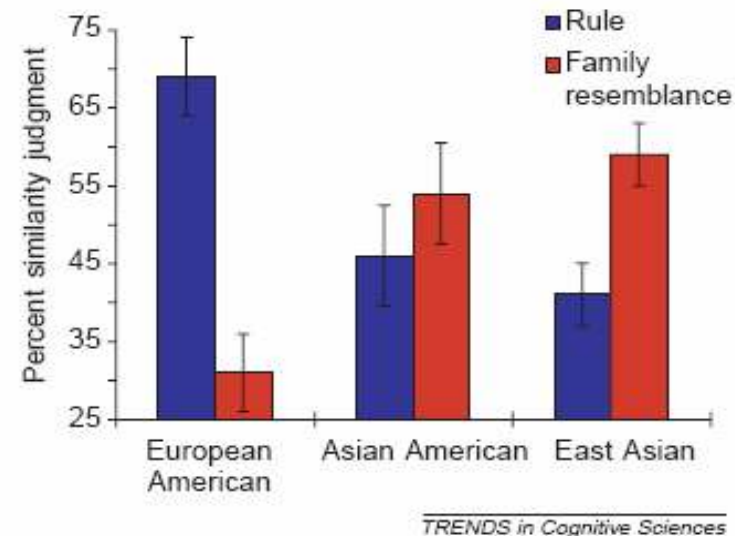


Asiaten kategorisieren nach Familienzugehörigkeit



Aufgabe: Welche Blumengruppe (Group 1/Group 2) passt Ihrer Meinung nach am ehesten auf das Zielobjekt (Target object)?

Experiment von Norenzayan



Ergebnis: Die westlichen Testpersonen hielten sich mehr an das eindimensionale Merkmal (Stiel)

Die asiatischen Testpersonen wählten eher die Familienähnlichkeit der Gruppe 1.



Unsere Studie: Methodik





World Usability Day

Making life easy!

Stichprobe

N = 30

N = 15

N = 15



eye square



MITSUE-LINKS





World Usability Day

Making life easy!

Studienkonzept

- **4 Webseiten:**
 - **Dell, Kijiji, Hilton, Yahoo**
- **3 verschiedene User-Gruppen:**
 - Gruppe 1: „High level group”
 - IT-Affine Nutzer, in der IT-Branche beruflich tätig
 - Alter: 25 – 32
 - Gruppe 2: „Student group”
 - Junge Studenten
 - Alter: 18 – 25
 - Gruppe 3: „Ordinary style group”
 - Diese Gruppe repräsentiert den moderaten Internetnutzer
 - Alter: 18 – 32



World Usability Day

Making life easy!

Usability Test im Lab mit Eye Tracking

Freie Exploration und aufgabenbasiertes Usability Testing

Qualitative Daten

- Lautes Denken, Interview,
Videoaufzeichnung

Quantitative Daten

- Eye Tracking-Daten,
Fragebogen
SystemAcceptance, Ratings





World Usability Day

Making life easy!

Hilton Website

Entspricht dem deutschen Geschmack?



World Usability Day

Making life easy!

Hilton Website (identisch in Deutschland und Japan)

Strukturierte, übersichtliche Website. Zu strukturiert für die Japaner?

Deutsch



Japanisch





World Usability Day

Making life easy!

Hilton Website: Deutsche





World Usability Day

Making life easy!

Hilton Website: Japaner

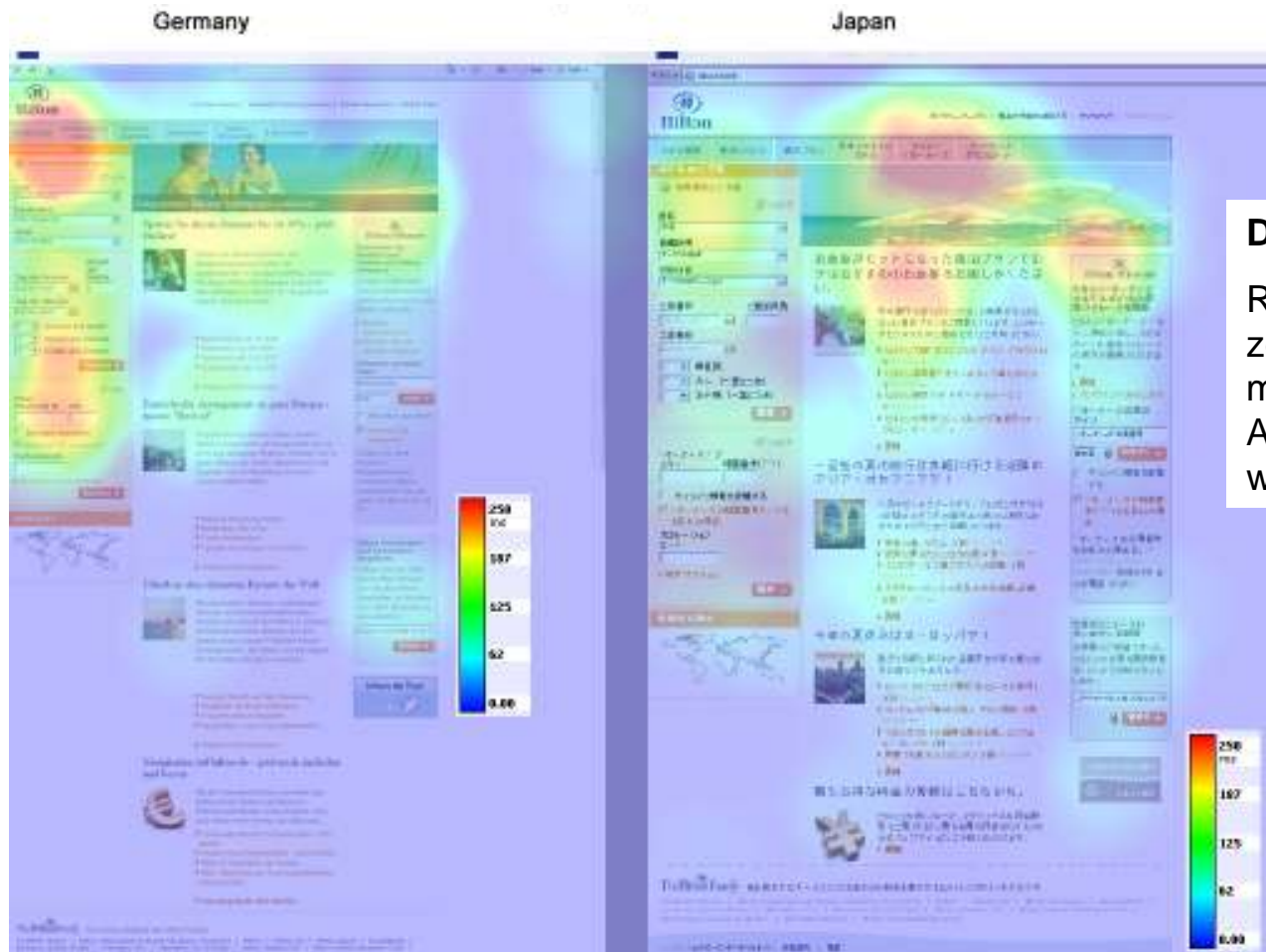




World Usability Day

Making life easy!

Nach 5 sec.: Deutsche mehr Aufmerksamkeit auf Buchungsbereich



Dichteverteilung:

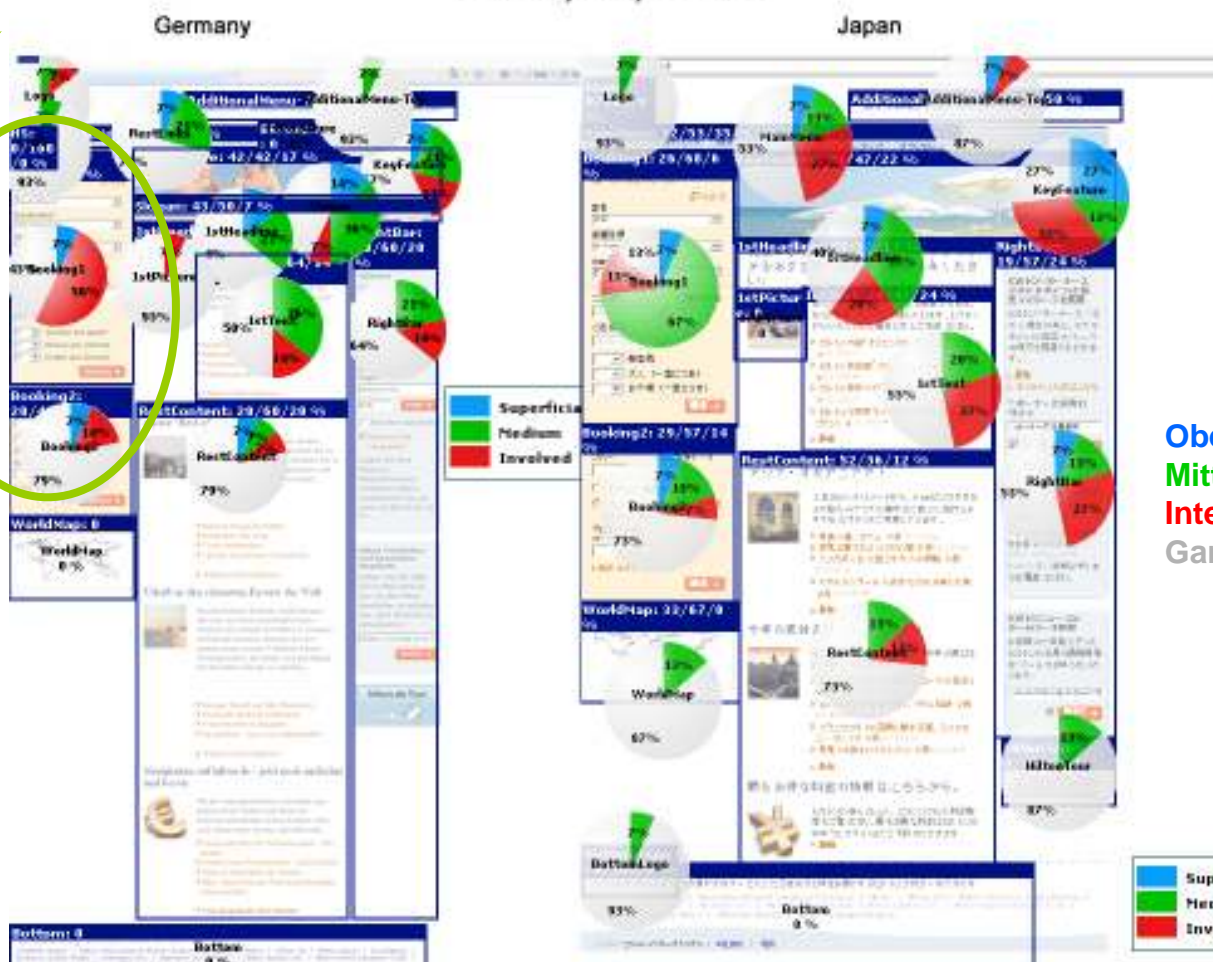
Rote Bereiche zeigen, wo die meiste Aufmerksamkeit war.



World Usability Day

Making life easy!

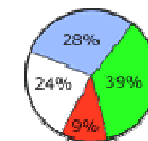
Nach 5 sec.: Buchungsbereich wird von Deutschen intensiv betrachtet



Perzeptionsarten:

Rote Bereiche zeigen intensive Verarbeitung.

Oberflächliche Verarbeitung
Mittlere Verarbeitung
Intensive Verarbeitung
Gar keine Betrachtung

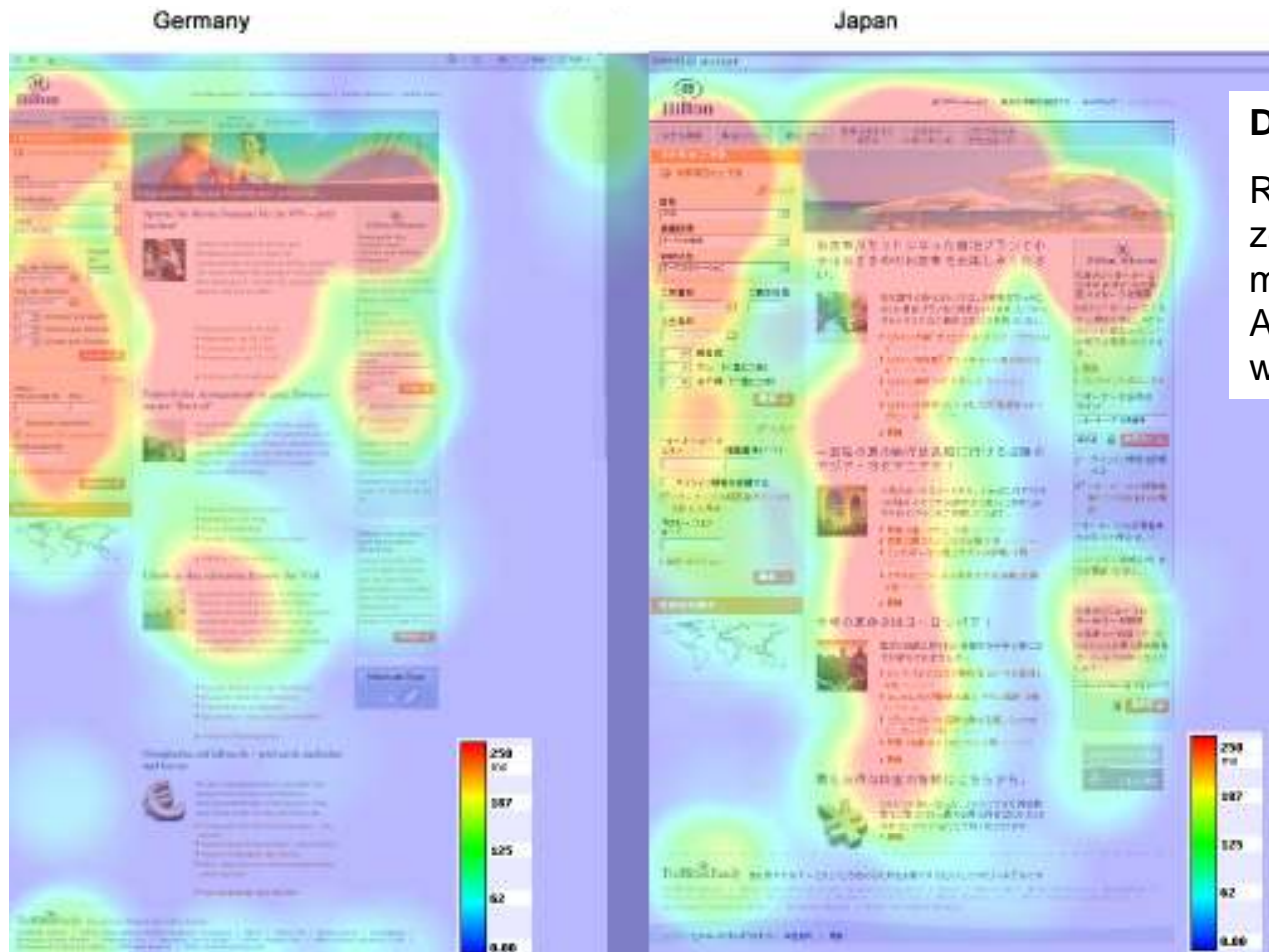




World Usability Day

Making life easy!

Nach 15 sec.: Japaner explorieren ganze Seite



Dichteverteilung:

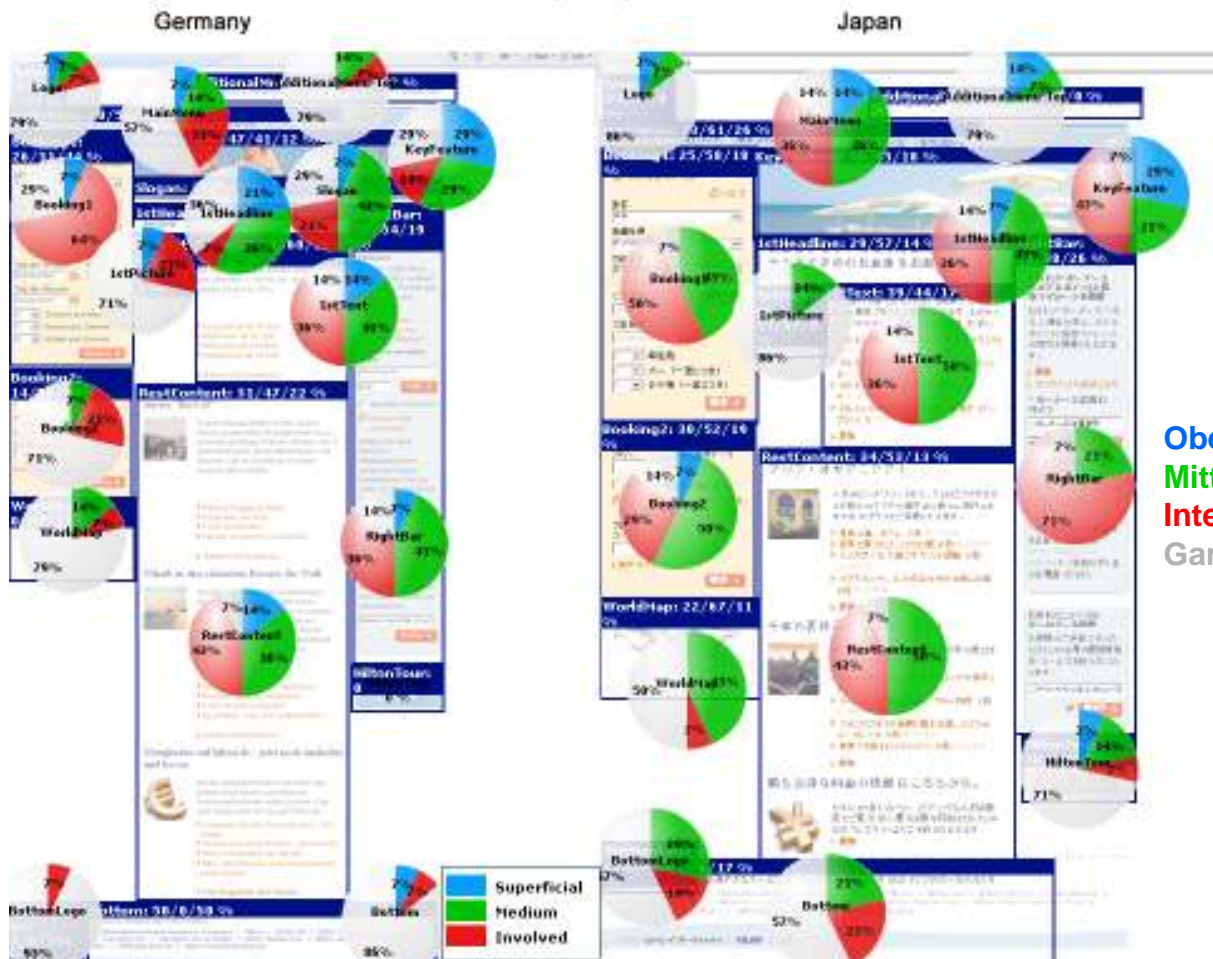
Rote Bereiche zeigen, wo die meiste Aufmerksamkeit war.



World Usability Day

Making life easy!

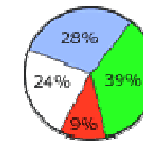
Nach 15. sec.: Japaner nehmen alle Bereiche gleich intensiv wahr



Perzeptionsarten:

Rote Bereiche zeigen intensive Verarbeitung.

Oberflächliche Verarbeitung
Mittlere Verarbeitung
Intensive Verarbeitung
Gar keine Betrachtung

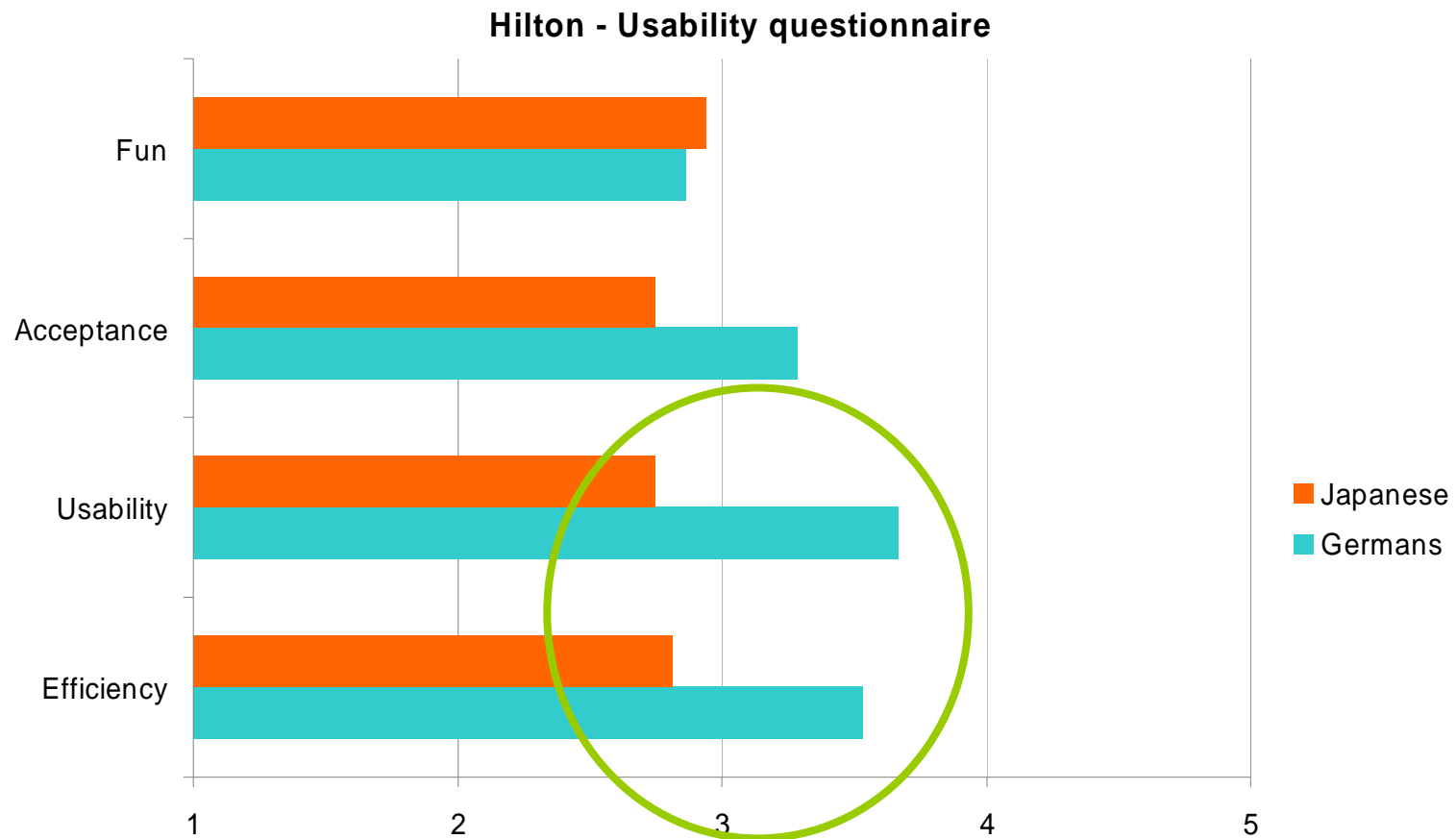




World Usability Day

Making life easy!

Deutsche bewerten Usability und Effizienz besser





World Usability Day

Making life easy!

Yahoo Website

Weniger ist mehr? Oder umgekehrt?



World Usability Day

Making life easy!

Suchmaschine Yahoo: Großes Angebot

Deutschland



Japan





World Usability Day

Making life easy!

Nach 5 sec.: Deutsche Nutzer konzentrieren sich auf Hauptfeature „Suchmaschine“

Deutschland



Japan





World Usability Day

Making life easy!

Suchmaschine Yahoo: Für Deutsche zu unübersichtlich

Aussagen von deutschen Nutzern:

- *“Zu bunt”*
- *“Laute Farben”*
- *“Zu viel Inhalt”*
- *“Unnützer Inhalt”*





World Usability Day

Making life easy!

Pragmatische Websites haben in Deutschland grösseren Erfolg

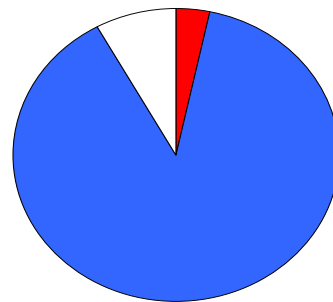
Deutschland



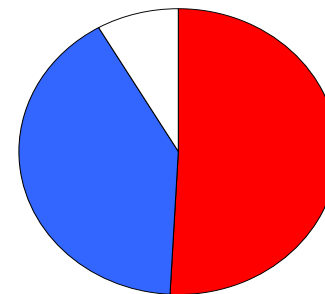
Japan



Google –
88,5%



■ Yahoo!
■ Google
□ Andere



Yahoo! – 50,7
%



World Usability Day

Making life easy!

Dell Website

Frustr vs. Lust



World Usability Day
Making life easy!

Dell Website – keine länderspezifische Website

Deutschland



Japan

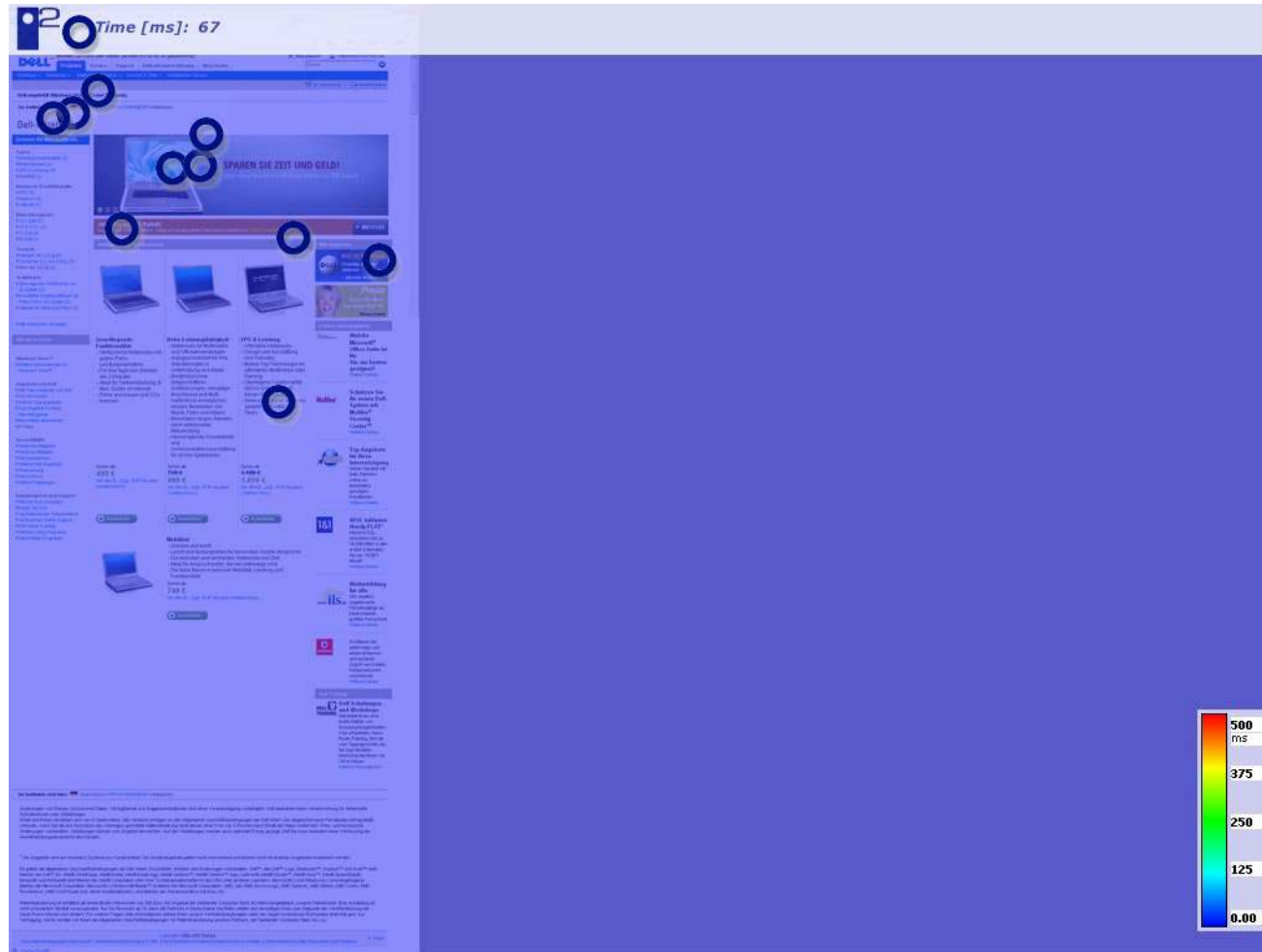




World Usability Day

Making life easy!

Dell Website: Deutsche

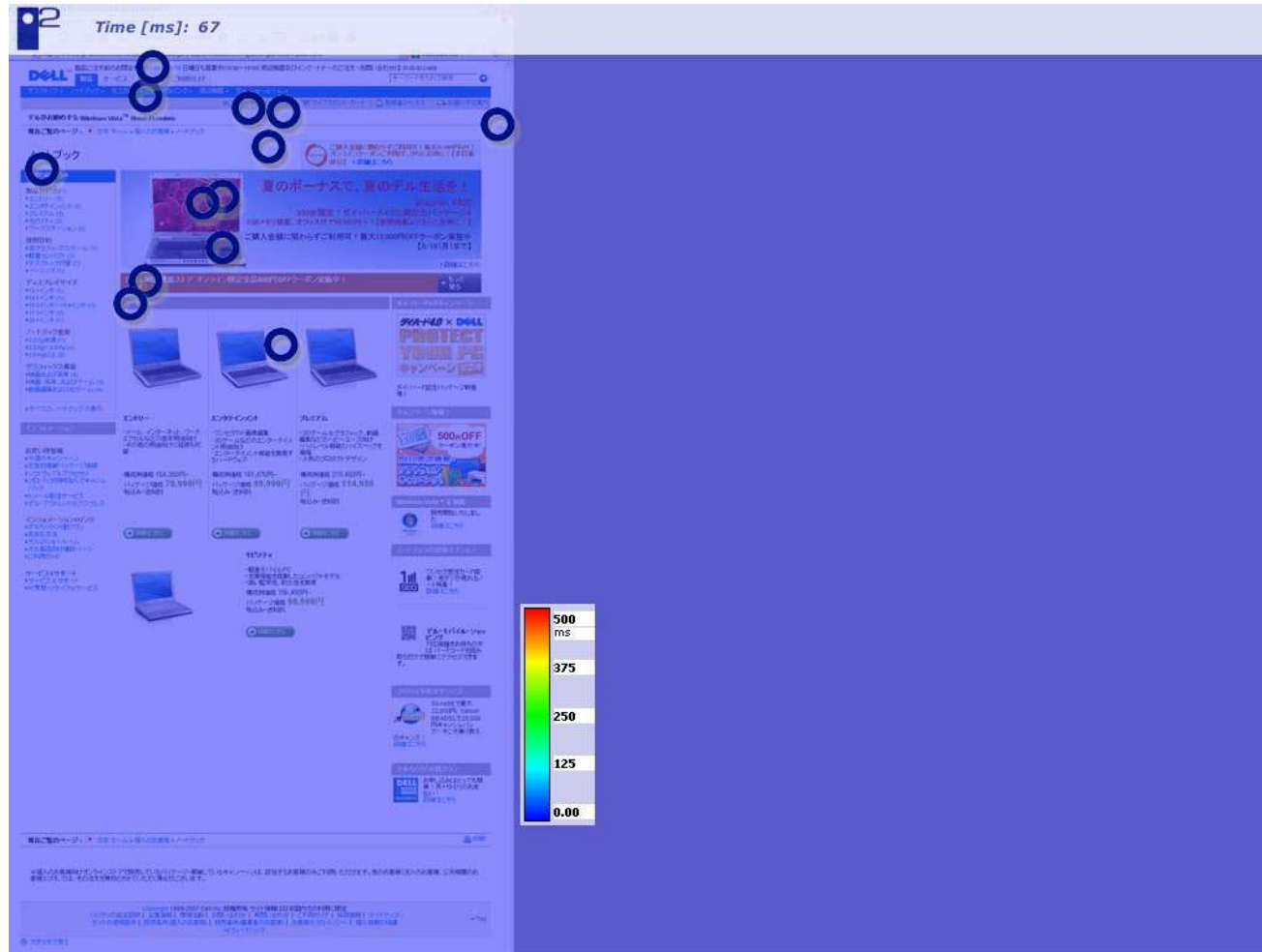




World Usability Day

Making life easy!

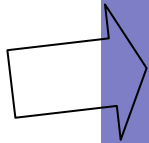
Dell Website: Japaner



Nach 5 Sek.: Japaner mehr Aufmerksamkeit!

Germany

Japan



Auf ein Objekt fokussiert!



Dichteverteilung:

Rote Bereiche zeigen, wo die meiste Aufmerksamkeit war.

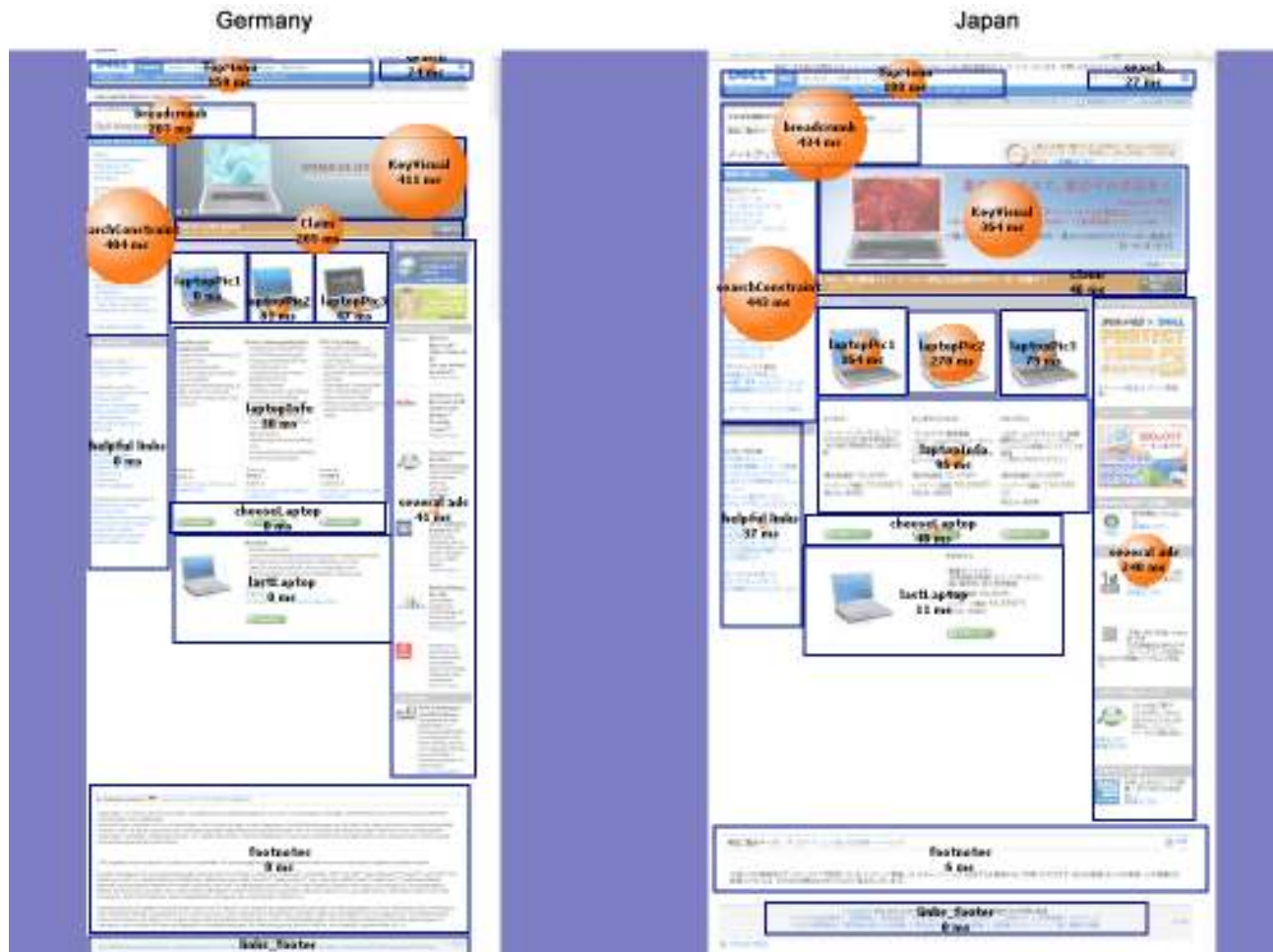




World Usability Day

Making life easy!

Nach 5 Sek.: Japaner mehr Bereiche betrachtet

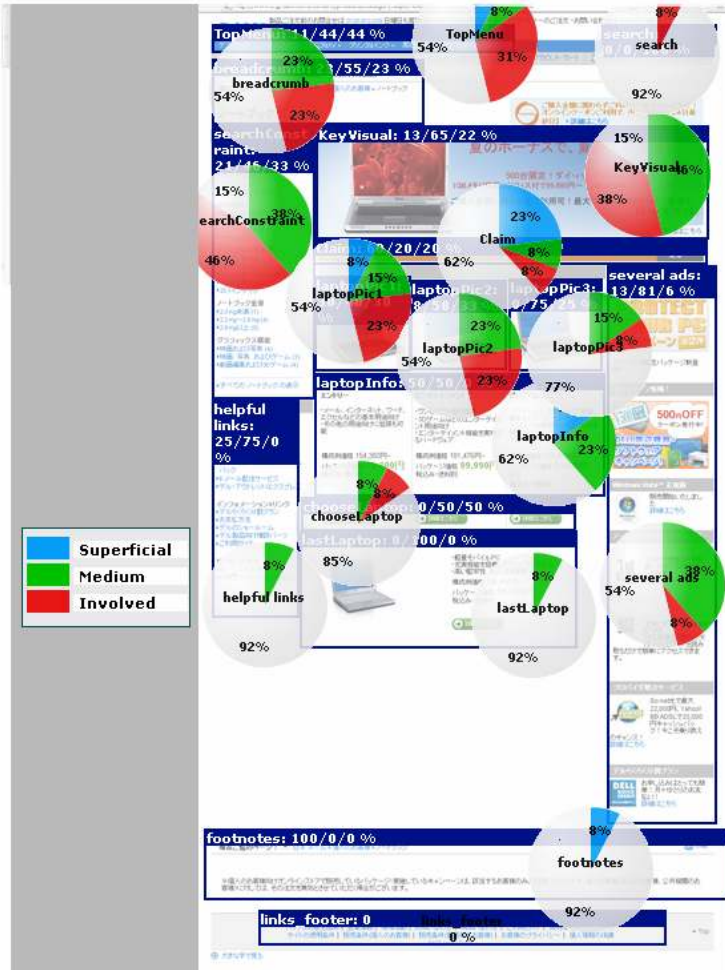
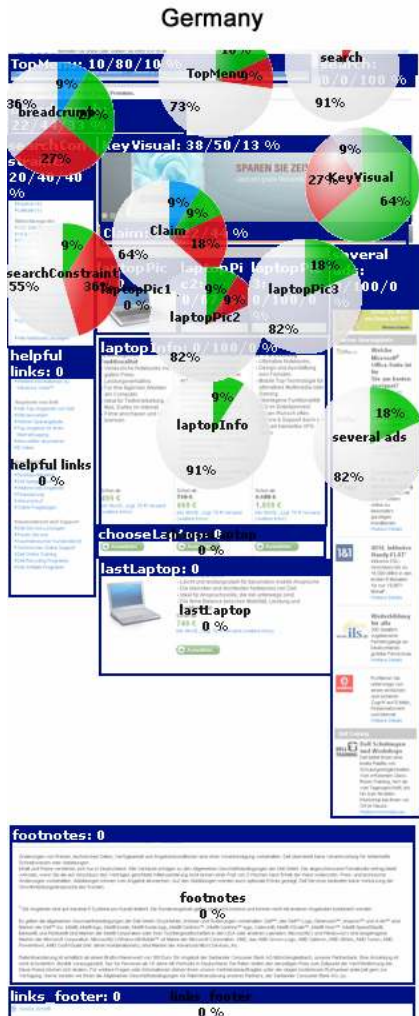


Orangene Kreise:

Durchschnittliche Wahrnehmungsdauer



Nach 5 Sek.: Japaner intensiver betrachtet (mehr Rotanteile)



Perzeptionsarten:

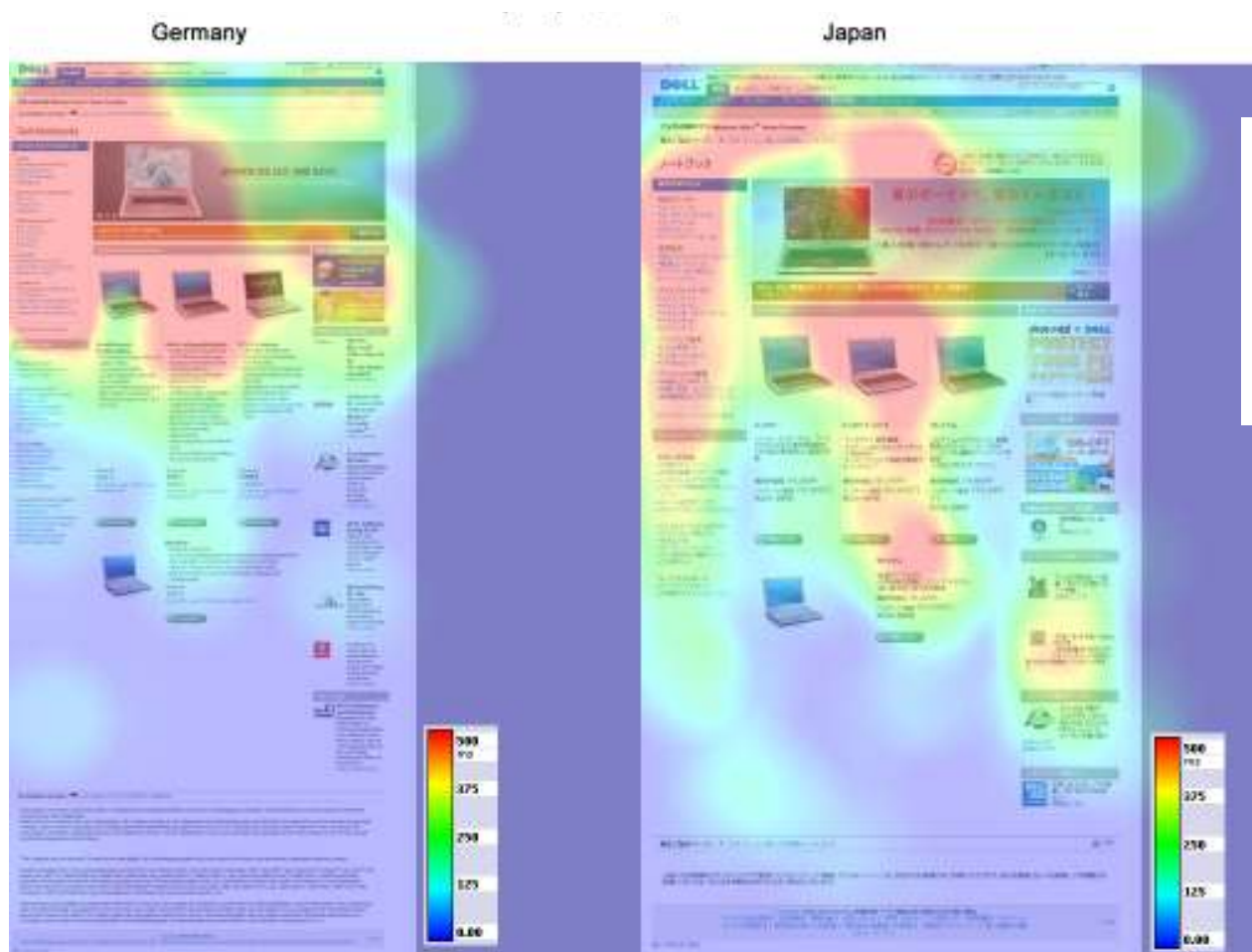
Rote Bereiche zeigen intensive Verarbeitung.



World Usability Day

Making life easy!

Nach 15 Sek.: Japaner mehr exploriert auf der gesamten Seite



Dichteverteilung:

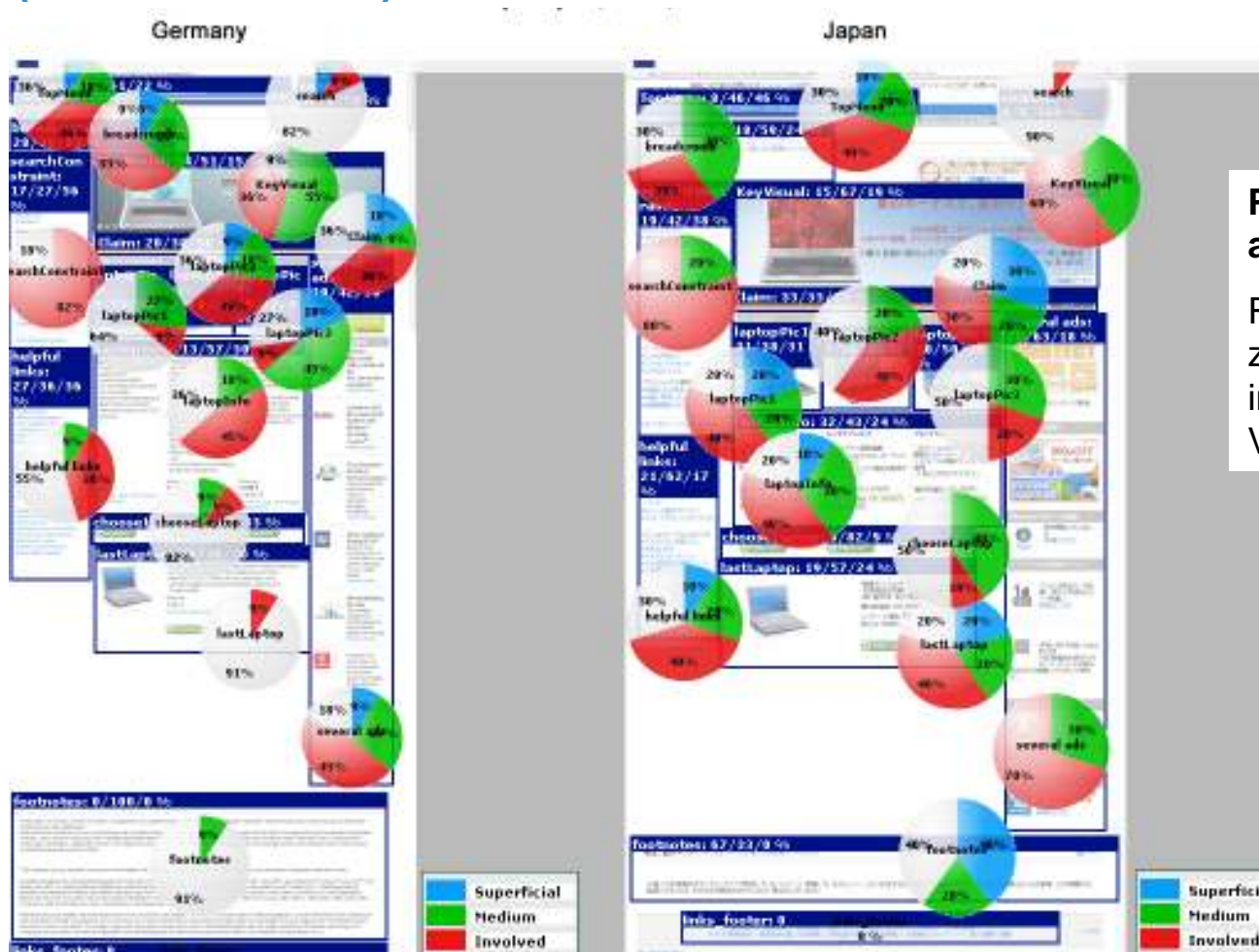
Rote Bereiche zeigen, wo die meiste Aufmerksamkeit war.



World Usability Day

Making life easy!

Nach 15 Sek.: Japaner intensivere Wahrnehmung (mehr Rotanteile)

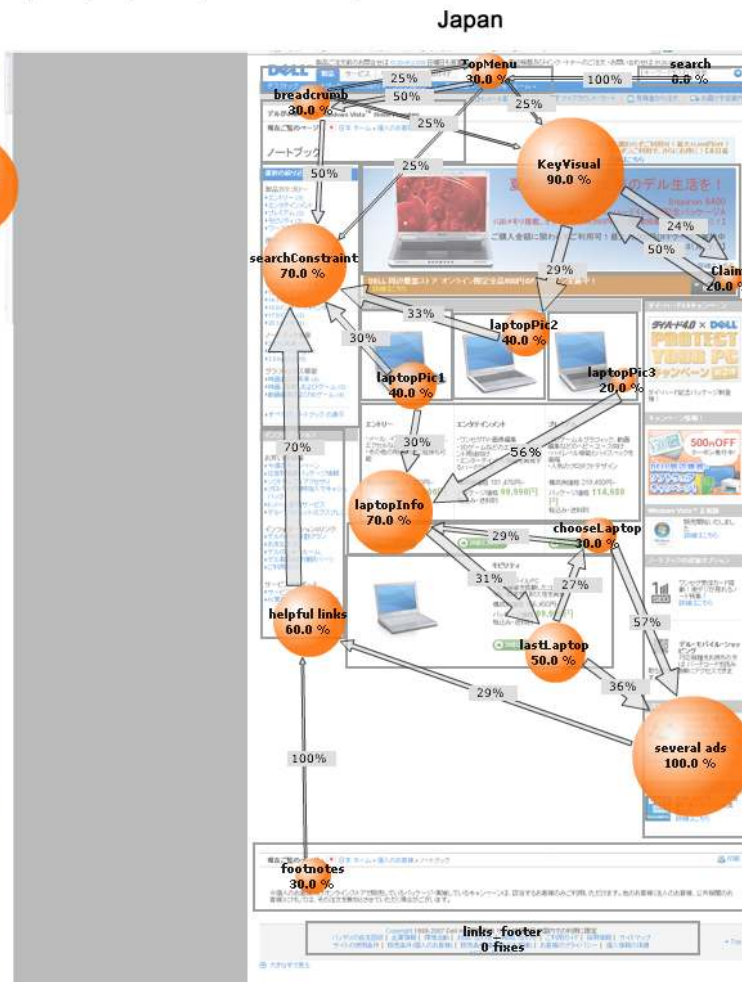
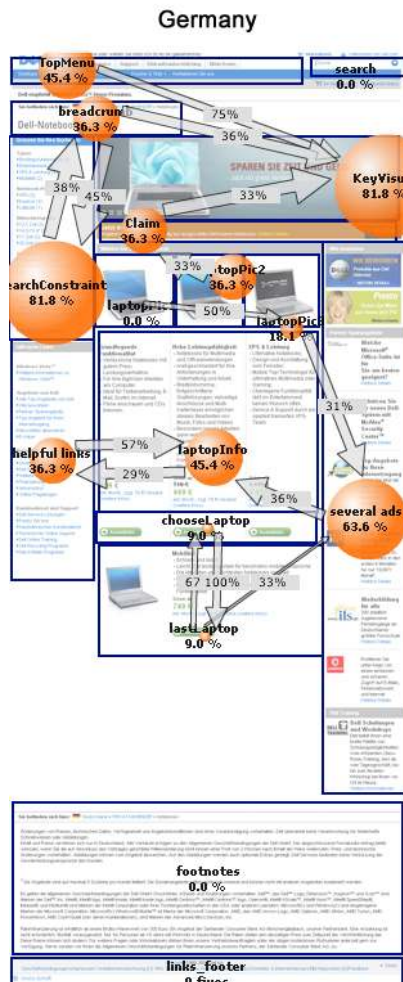


Perzeptionsarten:

Rote Bereiche zeigen intensive Verarbeitung.



Nach 15 Sek. Japaner Aufmerksamkeit besser über Seite verteilt



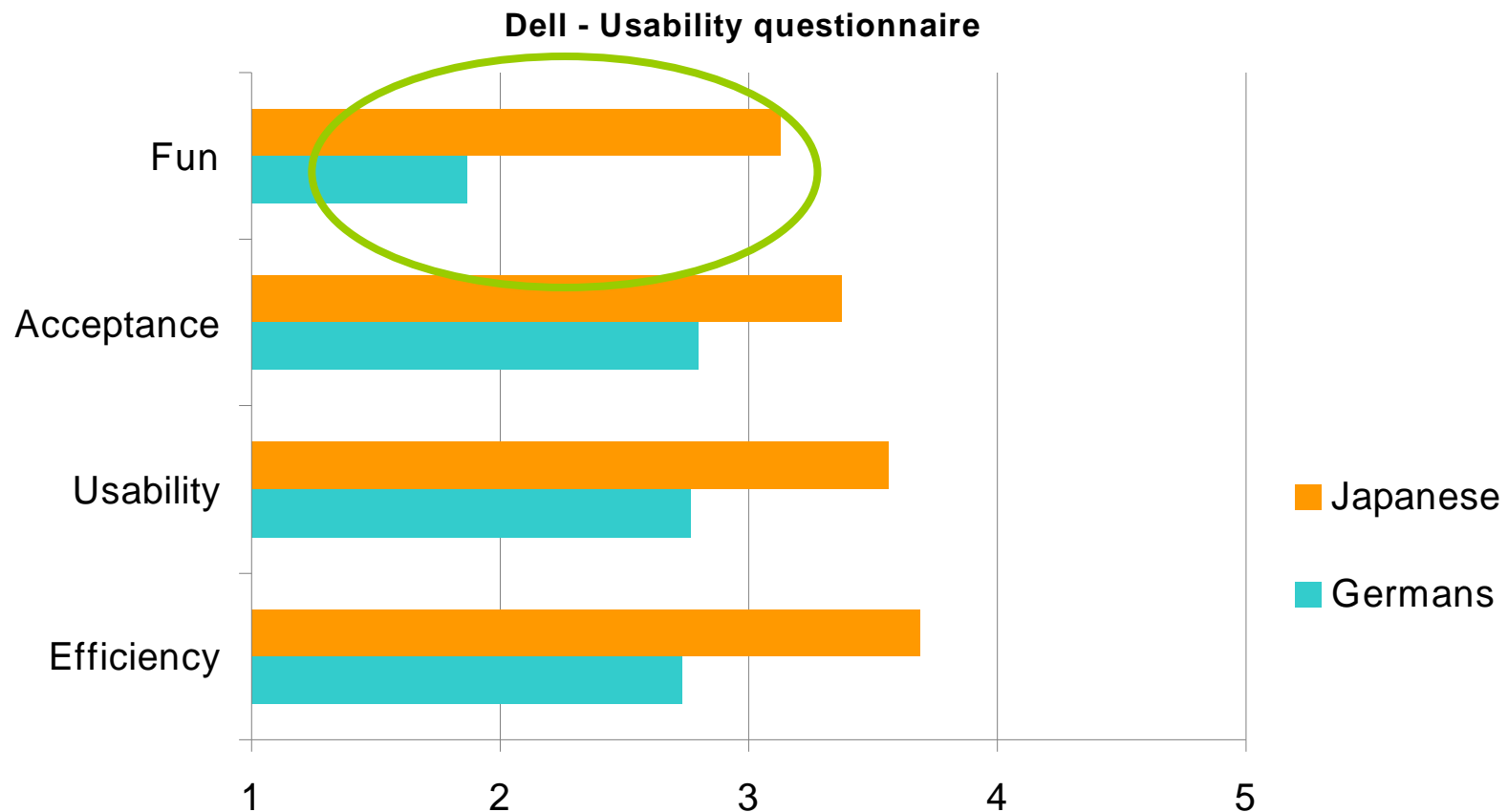
Transitions und Revisits:
Die Pfeile (Transitions) zeigen die Weiterleitung der Aufmerksamkeit über verschiedene Bereiche (Areas of Interest)
Die Kreise zeigen die Wiederkehr-rate.



World Usability Day

Making life easy!

Japaner bewerten den Auftritt der Dell Website wesentlich besser - Sie haben viel mehr Spass!





World Usability Day

Making life easy!

Kijiji Website

Länderspezifische Websites....

...führen nicht notwendigerweise zu mehr Nutzerakzeptanz



World Usability Day

Making life easy!

Kijiji Website: Unterschiedliche Darstellung der Kategorien in Deutschland und Japan

Sachliche Auflistung

The German Kijiji website displays a comprehensive list of categories in a structured, text-based format. The categories are organized into columns and include:

- Alle Kategorien anzeigen:** A list of 20 categories such as Immobilien, Autos & Motorräder, and Kleintiere.
- Alle Kategorien in Berlin anzeigen:** A list of 20 categories such as Immobilien, Autos & Motorräder, and Kleintiere.
- Neue von dem Blog:** A list of 3 items including 'Sonne bei Gegenlicht', 'Kochrezepte', and 'Das Foto-Gesamtpaket'.
- Veranstaltungskalender:** A calendar for November 2007 with dates 1 through 30.
- Deutsch Such:** A list of 10 categories such as Immobilien, Autos & Motorräder, and Kleintiere.
- Wichtige Links:** A list of 5 links including 'Mitglieder werden gesucht', 'Hilfe als Benutzer', 'Gute Angebote', 'Hilfe', and 'Kijiji Support'.
- Wichtige Links:** A list of 5 links including 'Mitglieder werden gesucht', 'Hilfe als Benutzer', 'Gute Angebote', 'Hilfe', and 'Kijiji Support'.

The layout is dense and text-oriented, with a focus on providing a complete list of options.

Mehr Bilder, übersichtlicher

The Japanese Kijiji website displays a more visual and image-heavy layout. The categories are presented in a grid format with small images and text. The categories include:

- Immobilien:** Real estate listings with images of properties.
- Autos & Motorräder:** Vehicle listings with images of cars and motorcycles.
- Kleintiere:** Pet listings with images of animals.
- Immobilien:** Real estate listings with images of properties.
- Autos & Motorräder:** Vehicle listings with images of cars and motorcycles.
- Kleintiere:** Pet listings with images of animals.

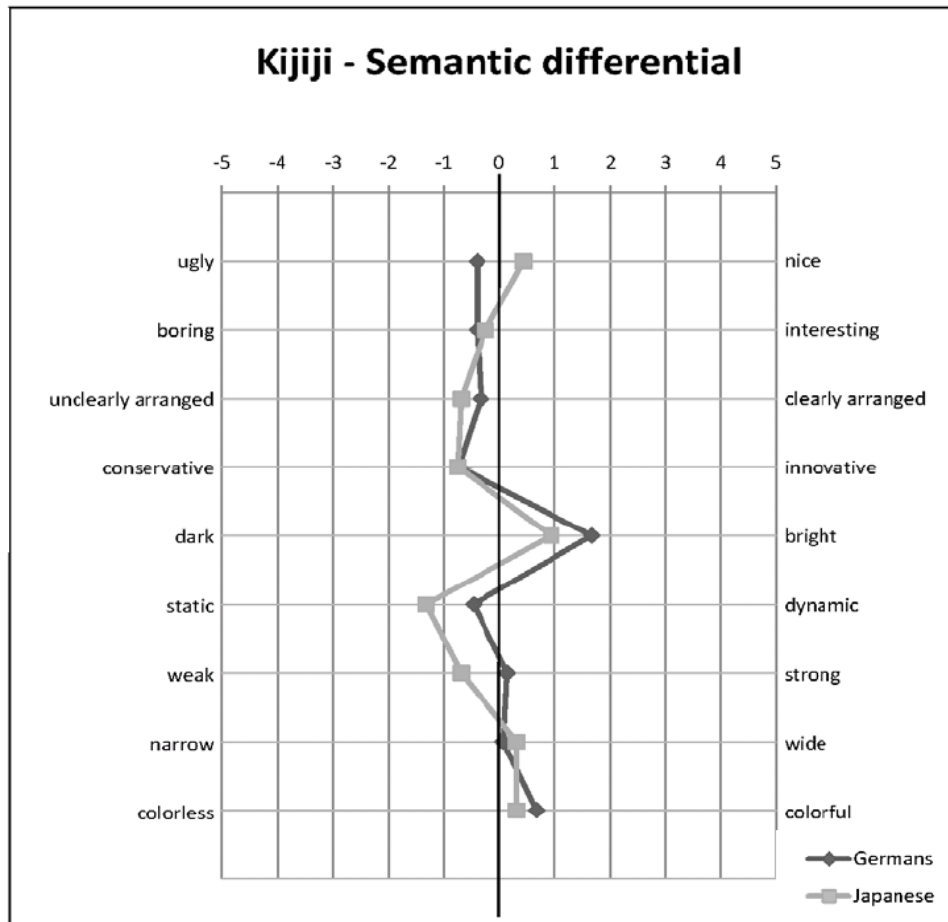
The layout is more visually appealing and easier to navigate, with a focus on images and a clear grid structure.



World Usability Day

Making life easy!

Semantisches Differential: Ähnliche Bewertung





World Usability Day

Making life easy!

Qualitative Daten (Think aloud): Japaner und Deutsche sind sich einig

- **Aussagen von deutschen Nutzern:**
 - „Die Seite ist unübersichtlich.“
 - „Wo ist die globale Suche...? Ah, da ... dumm platziert!“
 - „Die Seite ist viel zu überfüllt.“
- **Aussagen von japanischen Nutzern:**
 - „Ich verstehe diese ganze Kijiji-Seite nicht!“
 - „Es nervt, dass ich nicht suchen kann, wie ich will!“
 - Eine Testperson konnte die Aufgabe nicht lösen.





World Usability Day

Making life easy!

Interpretation



World Usability Day

Making life easy!

Zusammenfassung

Japaner und Deutsche nehmen die Welt (das Internet) tatsächlich mit anderen Augen wahr!

– **In Japan:**

- Schnellere Gesamtwahrnehmung
- Kürzere Fixationen auf den Objekten
- Eine größere Anzahl an Objekten wird wahrgenommen



– **In Deutschland:**

- Es dauert länger, bis die ganze Seite erfasst ist (wenn überhaupt)
- Längere Fixationen auf den wichtigsten Objekten
- Es wird mehr Zeit mit einem Objekt verbracht
- Es werden weniger Objekte wahrgenommen





World Usability Day

Making life easy!

Erklärung: Japaner sind Komplexität gewöhnt! (mind. 2000) Schriftzeichen vs. 26 Buchstaben

Deutschland

- Buchstabenbasiertes System
- 26 Buchstaben

Japan

- Zeichenbasiertes System
- 3 Schriftsysteme (Hiragana, Katagana, Kanji)
- (mind.) 2000 Schriftzeichen

Wasser



Beispiel



World Usability Day

Making life easy!

Schlussfolgerungen

Für Deutschland

- Websites schlicht halten
- Das Wichtigste übersichtlich und prominent platzieren



Google

Marktführer in Deutschland

Für Japan

- Japanische Nutzer können mit mehr Inhalten konfrontiert werden



Yahoo

Marktführer in Japan

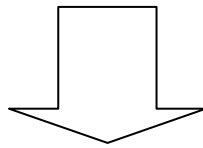


World Usability Day

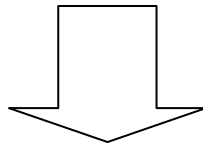
Making life easy!

Mehr Spass im Web!

Länderspezifische Websites



Bessere Usability & Utility



**Mehr Spass!
Statt Plage Genuss!**





World Usability Day

Making life easy!

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!



**eye square GmbH
Schlesische Str. 29-30
D - 10997 Berlin**

**Fon +49. 30. 69 81 44 0
Fax +49. 30. 69 81 44 10**

**www.eye-square.com
eye@eye-square.com**

**Sabrina Duda
duda@eye-square.com
+49. 30. 69 81 44 11**



**Stefan Nüsperling
nuesperling@eye-square.com
+49. 30. 69 81 44 0**

