

SIEBER (2008) gibt einen Überblick über die möglichen Dimensionen zur Bestimmung von Textqualität. Basis dabei bietet das Zürcher Textanalyseraster, das für die wissenschaftliche Analyse von Textqualitäten entwickelt wurde. Dabei handelt es sich um eine systematische Zusammenstellung von einzelnen Fragen an einen Text, womit versucht wird, die ganz generelle Frage „Wie ist ein Text?“ zu beantworten. Er empfiehlt, folgende Aspekte eines Textes zu beachten, um ihn auf seine Qualität hin untersuchen zu können:

- Grundgröße des Textes: Länge, Art des Baues, Art der verwendeten Sprache, Komplexität seines Themas;
- Grad der Korrektheit
- Ausmaß seiner funktionalen Angemessenheit: Verständlichkeit
- Ästhetische Qualitäten (Qualität des Sprachmittels)
- Inhaltliche Relevanz (vgl. SIEBER 2008, S. 274)

Erwähnt muss hierbei allerdings werden, dass es sich um allgemeine Kriterien zur Bestimmung der Textqualität handelt und die Besonderheiten, die das Lesen eines Textes mit elektronischen Medien mit sich bringt, nicht berücksichtigt werden. Unterschiedliche Faktoren unterscheiden das Lesen im Internet vom Lesen in den verschiedenen Printformaten. Eine genaue Übersicht darüber liefert DIETER (2007, S. 49f), der sich im Rahmen seiner Dissertation unter anderem mit den Problemen und Möglichkeiten des Lesens und Schreibens im Internet befasst.

Die Textverständlichkeit spielt beim Verfassen von Internettextran eine besondere Bedeutung: „Die sprachliche Einfachheit wird zum einen von der Wortwahl und zum anderen von der grammatischen Struktur der Sätze bestimmt.“ (DIETER 2007, S. 46) Kurze, geläufige Worte haben sich in empirischen Untersuchungen als verständnis erleichternd erwiesen. Da Userinnen und User im Internet oft sehr gezielt nach Informationen suchen, soll man sich möglichst kurz halten und auf das Wesentliche beschränken. Bei zu langen Texten besteht die Gefahr, dass diese vom Leser oder der Leserin ignoriert werden und man sich auf einer anderen Seite umsieht, da vermutet wird, dort die gesuchte Information schneller finden zu können.

Es kann also nicht davon ausgegangen werden, dass ein Text, der auf Papier für gut empfunden, auch im Internet ebenso gesehen wird. Somit können SIEBERS (2008, S. 274) Kriterien zur Textanalyse nicht zur Gänze für die Bestimmung der Qualität des Inhaltes auf Webseiten herangezogen werden und müssen dementsprechend verändert werden. Da die sprachliche Einfachheit beim Verfassen von Texten im Internet eine wesentliche Rolle zu spielen scheint, scheiden die Dimensionen „Grundgröße des Textes“ und

„Ästhetische Qualitäten“ zur Beurteilung der Inhalte auf Webseiten aus.

Nach MÜLLER (2012) variiert der Inhalt einer Homepage an den Absichten, die damit verbunden sind. So ist beispielsweise für eine Nachrichtenwebsite ein anderer Content relevant, als dies bei Videoportalen der Fall ist. Allerdings, so der Autor weiter, sollte jede Homepage folgendes Kriterium erfüllen, um einen Besuch wert zu sein: Der Inhalt muss aktuell sein.

Betrachtet man den Punkt der „Inhaltliche Relevanz“ im Zusammenhang mit einer Schulhomepage wirft das die Frage auf, welche Inhalte eine Schulhomepage mit sich bringen sollte. Eine Antwort darauf versucht DANGE (2014b) zu liefern:

- *Bereitstellung von Informationen über die Schule und das Schulleben*
- *Öffentlichkeitsarbeit und Veröffentlichung von Neuigkeiten*
- *Veröffentlichung von Schülerarbeiten und Anbindung an den Fachunterricht*
- *Bereitstellung von Materialien und Informationen für Schüler*
- *Erwerb von Medienkompetenz und Darstellung dieser Medienkompetenz: Sicherheit im Umgang mit Medien*
- *Positionierung gegenüber anderen Schulen*
- *Verbesserung der „Corporate Identity“ (Identifizierung mit der Schule)*
- *Förderung von Kommunikations- und Sozialkompetenzen* (DANGE 2014b)

Vergleicht man nach dem Gelesenen die verschiedenen Kriterien, die für eine Beurteilung des Inhaltes von Webseiten herangezogen wurden, erscheinen folgende Punkte relevant:

Grad der

- Korrektheit
- Verständlichkeit
- inhaltlichen Relevanz
- Aktualität
- sprachlichen Einfachheit

Auf dieser Grundlage werden nun folgende Fragen zur Erfassung der Dimension „Inhalt“ gebildet:

- Die Homepage bietet für die Zielgruppe interessante Informationen (Neuigkeitgehalt).
- Die Zielgruppe kann die Inhalte dieser Homepage vielleicht einmal gebrauchen (Inhaltliche Relevanz).
- Inhalte sind für die Zielgruppe vermutlich ohne Hilfsmittel verständlich bzw. Hilfen (Glossar, Erklärung) werden gegeben (Verständlichkeit).
- Die Inhalte scheinen orthografisch korrekt zu sein (Sprachrichtigkeit).

### Design und Benutzerfreundlichkeit

Das Hauptinteresse bei Internetuserinnen und -usern besteht nach SCHWEIBENZ und THISSEN (2003, S.), zumeist aus dem raschen Auffinden von Informationen. Um also den gesuchten Inhalt leichter finden zu können, ist eine dementsprechende Aufbereitung notwendig. Eine optische Darstellung bzw. Formatierung ist dabei hilfreich.

Das Design einer Website beschäftigt sich deshalb nicht nur mit dem Aussehen, wie der Verwendung verschiedener Farben oder der Aufteilung in verschiedene Bereiche, sondern inkludiert auch die Erarbeitung und Umsetzung der Struktur der Inhalte sowie die praktische Realisierung in eine funktionierende und attraktive Darbietung dieser (vgl. HOFFMANN 2008, S. 17f).

Abbildung 2: Titel der Grafik (aus RADTKE 2009, S. 250)

stark beachtet	mäßig beachtet
mäßig beachtet	Kaum beachtet