

**Abstract:** Nahezu 80 Prozent der Bevölkerung nutzen das Internet zumindest gelegentlich, 63 Prozent davon sogar täglich. Es ist kein neues Phänomen: Das Internet ist zum wichtigsten Medium unserer Zeit geworden. Die zunehmende Schnelllebigkeit hält damit auch im Bereich des Internets Einzug, was gleichzeitig zu einem veränderten Nutzungsverhalten führt. Die Geduld der Nutzer ist sehr begrenzt: Findet ein Besucher einer Webseite nicht auf Anhieb das Gesuchte, so verlässt er sie meist bereits nach wenigen Sekunden wieder. Die Informationen müssen also nicht nur verfügbar, sondern vor allem auch leicht zu finden sein, sonst orientieren sich Interessenten nach erfolgloser Suche eventuell an der Konkurrenz. Um dies zu vermeiden, setzen Unternehmen und Organisationen vermehrt auf eine hohe Usability, also Nutzerfreundlichkeit, ihrer Online-Angebote. In dieser Arbeit wurde die Web-Usability von Nicht-Regierungsorganisationen (NGOs) näher untersucht. Für diese Organisationen stellt die eigene Webseite einen wichtigen Kanal dar, da sich hier die Möglichkeit bietet, einer breiten Öffentlichkeit aktiv und ungefiltert Inhalte zur Verfügung zu stellen.

Um die Usability der Webseiten von BUND, NABU und WWF zu untersuchen, wurde an Hand eines Scenario-based Testings im ersten Schritt eine Heuristic Evaluation eingesetzt, bei der die Beurteilung durch einen Experten an Hand eines Kriterienkatalogs erfolgt. Darüber hinaus wurde eine qualitative Eye-Tracking-Studie durchgeführt, bei der 20 Probanden verschiedene Rechercheaufgaben auf jeweils einer der drei Webseiten lösen sollten. Im zweiten Schritt wurden die Ergebnisse der beiden Erhebungsmethoden miteinander verglichen.

Die Ergebnisse zeigen, dass für die Probanden die zehn untersuchten Usability-Konstrukte unterschiedlich starken Einfluss auf ihre Bewertung der Webseite und das entsprechende Nutzungsverhalten haben. Als besonders relevant erwiesen sich die Konstrukte „Navigability“ oder „Simplicity“, die sich mit den verschiedenen Navigationstechniken und der Einfachheit der dahinterliegenden Struktur der Webseite beschäftigen. Über alle Konstrukte hinweg ließ sich die Tendenz feststellen, dass die Webseite des NABU am besten bewertet wurde, gefolgt von der Webseite des WWF und anschließend der des BUND.

Die abschließende Frage, ob „virtueller Naturschutz“ mit den Webseiten der drei analysierten Organisationen möglich ist, lässt sich mit einem klaren „Ja“ beantworten. An vielen Stellen wurde durchaus noch Kritik von den Probanden geäußert, die von den Organisationen ernst genommen werden sollte. Es liegt daher auch weiterhin Optimierungsbedarf vor. Trotzdem wurden insbesondere die allgemeineren Informationen von vielen Personen gefunden. Es ist also definitiv möglich, sich an Hand der Webseiten einen Überblick über die NGOs zu verschaffen und bei Bedarf in Kontakt zu treten.

**Art der Arbeit:** Bachelor-Arbeit

**Verfasserin:** Sophia Schäfer

**E-Mail:** sophia.schaefer@gmx.net