

**Jahrestagung der Fachgruppe Medienökonomie der DGPK 2014**

- Call for Papers: Schnittstellen (in) der Medienökonomie – Interaktion mit Medienpolitik, Medienrezeption und Medientechnologie
- Submission: Extended Abstract; Work in Progress
- Themenfeld: »Schnittstellen zwischen Medienökonomie und Medienrezeption resp. Werbekommunikation«
- Number of Words: 1.091
- Title: Klickst Du noch oder liest Du schon?  
Technische Benutzerschnittstellen als Chance und Risiko digitaler Buch-, Zeitschriften- und Zeitungsangebote

## Klickst Du noch oder liest Du schon? Technische Benutzungsschnittstellen als Chance und Risiko digitaler Buch-, Zeitschriften- und Zeitungsangebote

### Gegenstand: Präsentationsumgebungen digitaler Lesemedien

Smartphones und Tablet-Computer haben sich in den letzten Jahren als mobile universelle Lesegeräte etabliert. Dies hat dazu geführt, dass Anbieter primär schriftcodierter Medien ihre Inhalte verstärkt in digitaler Form und spezifisch für diese Endgeräte aufbereiten. Zur Nutzung dieser digitalen Inhalte sind softwarebasierte Schnittstellen erforderlich, welche als Präsentationsumgebung den Zugang zu den digital codierten Informationen ermöglichen und nutzungs- und rezeptionsrelevante Funktionen bereitstellen: digital gespeicherter Code wird über sie in menschenlesbare Zeichen übersetzt, Inhalte werden über sie angezeigt und gestaltet und sie realisieren die Möglichkeiten der Navigation durch die Inhalte, beispielsweise über eine Seitenunterteilung und die Imitation des Blätterns, über Lesezeichen und zu bestimmten Informationen verlinkte Inhaltsverzeichnisse. Digitale Lesemedien erhalten somit eine softwarebasierte Oberfläche, über die dem Leser der Zugang und die Interaktion mit dem Text in einer spezifischen Weise ermöglicht werden. Bisherige Modelle der Bereitstellung dieser Funktionen lassen sich beispielsweise über eine Container-Application realisieren, in die zu rezipierende Inhalte als Datei hineingeladen werden (E-Objects). Eine andere Möglichkeit ist die Bereitstellung monolithischer Applications, bei denen der funktionale Zugang fest mit dem Inhalt verbunden ist, wie bei den meisten Enhanced E-Books. Aktuelle Realisierungen der Benutzerschnittstellen divergieren deshalb stark zueinander (siehe Abb.1).

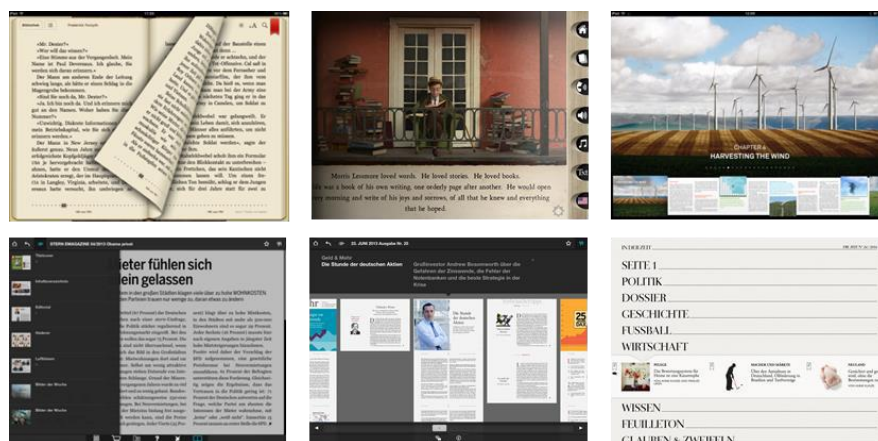


Abb. 1: Divergierende Benutzungsschnittstellen digitaler Lesemedien auf dem iPad.

### Problemstellung: Softwarebasierte Textzugänge als erklärungsbedürftiger Gegenstand

Digitale Lesemedien sind als Medienprodukte Erfahrungs- und Vertrauensgüter, deshalb können ihre Konsumenten den Wert des erworbenen Produkts erst nach der Rezeption bestimmen. Kauf- und Nutzungsentscheidungen von Medien sind deshalb unter anderem davon abhängig, welche Erwartungen während der Nutzung erfüllt werden können. Standardisierte Zugänge zu Medieninhalten, wie sie sich beispielsweise bei Printprodukten über eine lange Tradition etabliert haben, bieten eine stabile Bedürfnisbefriedigung, da sie im Regelfall einmalig erlernt werden und ihre Nutzung Erwartungen erfüllt sowie ein wiederkehrendes Erfolgserlebnis bietet. Für Benutzungsschnittstellen zu digitalen Texten auf mobilen Endgeräten haben sich allerdings bislang keine Standards hinsichtlich ihrer Funktionen, ihrer Navigationskonzepte und ihrer Gestaltung herauskristallisiert. Softwarebasierte Benutzungsschnittstellen werden von Lesern daher als erhöhtes Risiko des Produkterwerbs wahrgenommen, da der Aufwand zum Erlernen des Zugangs als hoch eingeschätzt wird und gegebenenfalls nicht auf andere

digitale Lesemedien übertragbar ist. Dieses wahrnehmbare Risiko drückt sich in veränderten Motivationen und Wirkungen der Nutzung digitaler Schriftmedien aus, was wiederum die Kaufbereitschaft bzw. das Kaufverhalten beeinflusst. Für die Anbieter digitaler Lesemedien folgt daraus, dass das Angebot solcher Medien ebenfalls risikobehaftet ist, weil es an Erfahrungswissen hinsichtlich der Bedeutung der Schnittstellen, an etablierten Standards sowie funktionstüchtigen Konzepten der Oberflächengestaltung fehlt. Gleichzeitig bieten sich aber auch Chancen durch Differenzierungsstrategien über den Textzugang im Feld der Anbieter. Die Benutzerschnittstellen digitaler Lesemedien werden in dieser Perspektive zu einem komplexen Merkmal der Passung erfolgreicher Produktgestaltung zur erfolgreichen Bedürfnisbefriedigung der Nutzer.

### **Erkenntnisse an der Schnittstelle von Medieninformatik, Medienökonomie und Rezeptionsforschung**

Die übergeordneten Fragestellungen lauten deshalb: Können Benutzungsschnittstellen digitaler Lesemedien so nutzerorientiert gestaltet werden, dass sie für Leser kein Risiko hinsichtlich der Selektion und des Zugangs digitaler Texte darstellen? Können sie darüber hinaus so gestaltet werden, dass sie in sich selbst einen Mehrwert für die Nutzung und das Lesen generieren? Und können damit verbundene Anforderungen des Lesers an digitale Lesemedien im Hinblick auf technische Limitierungen und ökonomische Anforderungen erreicht werden?

Die Beantwortung der skizzierten Forschungsfragen lässt sich nur über Schnittstellen ökonomischer, informatischer und kommunikationswissenschaftlicher Forschung erreichen, denn digitale Lesemedien sind von ökonomischen Organisationen angebotene, über digitale Code realisierte Rezeptionsobjekte.

In der Medieninformatik sind Benutzungsschnittstellen digitaler Medien Software mit bestimmten Eigenschaften, die über einen Gestaltungsprozess eine optimale Gebrauchstauglichkeit (Usability) erreichen müssen (vgl. für mobile Endgeräte Nielsen 2013). Die Arbeitsgebiete der Software-Ergonomie und der Mensch-Maschin-Interaktion liefern in dieser Hinsicht nicht nur den technischen Hintergrund, welche Gestaltungsparameter im Hinblick auf den Textzugang überhaupt umgesetzt werden können und welche Kosten spezifische Funktionsumsetzungen haben, sondern auch grundlegende Bedingungen einer allgemeinen Nutzerorientierung im Umgang mit interaktiven Softwareoberflächen. Etablierte Konzepte der Oberflächengestaltung über Gestaltungsparameter werden daher hinsichtlich ihrer Übertragbarkeit und Tauglichkeit für den Gegenstand digitaler Lesemedien überprüft.

Lesen stellt dabei einen komplexen Kommunikationsprozess dar, weshalb diese Überprüfung nur unter Berücksichtigung rezeptionsorientierter Ansätze und der Einbindung kommunikationswissenschaftlicher Nutzerforschung möglich wird. Berücksichtigt werden müssen in dieser Hinsicht insbesondere Kriterien der Selektion von Medienangeboten unter bestimmten Motivationen (vgl. beispielsweise Schweiger 2002), der Einfluss der Präsentationsumgebung auf den Rezeptionsprozess und die daraus resultierende Wirkung und Bewertung des Nutzungserlebens. Die Gestaltungsparameter im Hinblick auf die Gebrauchstauglichkeit erfahren somit eine Vertiefung über Bedürfnisse der Nutzer im Hinblick auf die Lesbarkeit der Texte, das Involvement während des Lesens und die ästhetische Bewertung der Textoberfläche. Neue Metastrukturierungsmöglichkeiten von Texten können dabei sowohl Mehrwerte in Form von Gratifikationen als auch Barrieren in Form von Störungen des Leseprozesses darstellen. Überprüft wird in dieser Hinsicht auch die Korrelation von Gestaltung, Nutzung und Risikowahrnehmung der Leser bei der Selektion digitaler Lesemedien. Darüber hinaus wird ermittelt, inwiefern die Nutzung der Benutzungsschnittstelle selbst Einfluss auf Motivationen und Wirkungen digitaler Lesemedien hat. Softwarebasierte Präsentationsumgebungen betonen

aufgrund ihrer digitalen Form die interaktive Nutzungsebene der Medien und können einen hohen Grad an Komplexität erreichen, der sich eher an Games als an klassischen Lesemedien orientiert. Die damit verbundenen spielerischen Merkmale der Mediennutzung und damit verbundene physische Handlungen können dann zu einem relevanten Teil des Mediennutzungsprozesses werden. Überprüft wird deshalb, inwiefern Benutzerschnittstellen Flow-Erleben (vgl. Csikszentmihalyi 2004; Sherry 2004) hervorrufen oder verstärken und damit selbst zu einer Nutzungsmotivation werden können.

Die so herausgearbeiteten Gestaltungskriterien sowie ihr Einfluss auf Motivationen und Wirkungen der Nutzer bilden dann die Grundlage für medienökonomische Überlegungen der Umsetzung in Medienprodukten. Die Benutzbarkeit / Bedienbarkeit digitaler Lesemedien wird in diesem Rahmen zu einem Differenzierungspotential für Anbieter und kann als Potential für eine über den Inhalt hinausgehende Unique Selling Proposition beschrieben werden (vgl. Weigand / Lehmann 1997). Produkt- und anbieterübergreifende Standardisierungen, welche die Risikowahrnehmung von Lesern durch eine Reduktion des Lernaufwands und eine Steigerung der Effizienz verringern würden, wären dann aus Sicht des strategischen Managements kontraproduktiv. Zwischen den grundlegenden Strategien der Differenzierung einerseits und der Kostenführerschaft durch Standardisierung und Reduktion von Vielfalt andererseits entsteht in Bezug auf die Gestaltung digitaler Lesemedien sowie der erforderlichen Produktionsprozesse ein bisher wenig beforschtes Spannungsfeld zwischen kommunikativer Nutzerforschung und Medienökonomie.

### **Literatur**

Csikszentmihalyi, Mihaly (2004): Flow. Das Geheimnis des Glücks. Stuttgart.

Nielsen, Jakob / Budiu, Raluca (2013): Mobile Usability. Für iPhone, iPad, Android und Kindle. Heidelberg.

Schweiger, Wolfgang (2002): Nutzung informationsorientierter Hypermedien. Theoretische Überlegungen zu Selektions- und Rezeptionsprozessen und empirischer Gehalt. In: Rössler, Patrick / Kubisch, Susanne / Gehrau, Volker (Hrsg.): Empirische Perspektiven der Rezeptionsforschung (Angewandte Medienforschung 23). München, S. 49–73.

Sherry, John L. (2004): Flow and Media Enjoyment. In: Communication Theory (2004), H. 4, S. 328–347.

Weigand, Jürgen / Lehmann, Erik: Produktdifferenzierung. In: Wirtschaftswissenschaftliches Studium (WiST) (1997), H. 27, S. 477–480.