

Seitenlänge: Scrollen oder Klicken?

Bei der Bildschirmgestaltung spaltet sich die Gestaltergemeinschaft der neuen Medien – insbesondere des Internets – in zwei einander feindlich gesonnene Lager: Soll man zusammengehörige Inhalte auf mehrere Seiten verteilen (Paging) oder auf einer langen Seite unterbringen (Scrolling)?

1996 erließ Jakob Nielsen, der Papst der Usability Designs ein Verdikt, welches besagt: "Internet Users don't scroll" (Nielsen, 1996). 90 Prozent der Internet-Nutzer befassten sich lediglich mit dem sichtbaren Bildschirminhalt, so Nielsen. Die genaueren Umstände, die ihn zu der Erkenntnis führten blieb er - der Glaubensfestigkeit seiner Anhänger gewiss - schuldig. 1997 änderte Nielsen seine Meinung dahingehend, dass Scrolling nicht länger zu den zehn Todsünden des Webdesigns zu zählen sei: "Scrolling now allowed" heißt die Parole (Nielsen, 1997).

Die Forschungslage ist alles andere als eindeutig: Eine Studie zum Navigationsverhalten von Internet Anfängern ergab, dass 24% eine Information, die "erscrollt" werden muss, nicht finden (Wandke & Hurtienne, 1999) Bei einer Online Umfrage von ARD und ZDF landete "Scrolling" unter den Top 10 Ärgernissen im Web (ARD / ZDF, 2001). An der Universität Utrecht wurde dagegen eine Studie zum Lesen und Verstehen von Hypertexten durchgeführt, bei der scrollbare Seiten bessere Noten in Punkto Benutzerfreundlichkeit erzielten (Nimwegen et al., 1999). Studien von Jared Spool ergaben, dass Nutzer zwar behaupten, lange Seiten nicht zu mögen, in Beobachtungssituationen allerdings klaglos scrollen (Spool et al., 1999).

	Scrolling	Paging
Eisberg Effekt (wichtige Inhalte verschwinden unter den Bildschirmrand)	ja	nein
Klicks und Ladevorgänge	wenige	viele
Ladezeit	hoch	gering
Mit Browser durchsuchbar	ja	nein
Administrationsaufwand	niedrig	hoch
Komfort beim Ausdrucken	hoch	niedrig
Komfort beim Download	hoch	niedrig
Gliederung langer Dokumente	nicht gut zu erfassen	gut zu erfassen

Unterschiede zwischen langen und kurzen Seiten (entnommen und angepasst aus Wirth, 2002)

Die Frage, was dem geneigten Nutzer lieber sei, ermüdendes Klicken oder endloses Scrollen, ist sicherlich falsch gestellt. Ob lange oder kurze Seiten zu beantworten sind, lässt sich nicht allgemein entscheiden, sondern ist abhängig von Zielgruppe und Inhalten. Vor allem bei umfangreichem Textmaterial geht es nicht um "entweder-oder" sondern um eine sinnvolle Kombination beider Gestaltungsmöglichkeiten.

Letzte Änderung: 08.04.2015

Zitation

e-teaching.org (2015). Seitenlänge: Scrollen oder Klicken?. Zuletzt geändert am 08.04.2015. Leibniz-Institut für Wissensmedien: https://www.e-teaching.org/didaktik/gestaltung/screendesign/sroll/index_html. Zugriff am 05.07.2020

