

Die richtige Komposition

Vergleichsstudie zum Einsatz von Flash in Online-Befragungen

Ist die optisch anregende Flash-Animation tatsächlich immer die beste Wahl bei der Gestaltung eines Online-Fragebogens? **Marc Smaluhn** beschreibt die Ergebnisse einer Studie zu den Auswirkungen interaktiver Fragebogengestaltung auf das Antwortverhalten der Befragten. Er plädiert für einen sorgsameren Umgang mit dieser neuen Technologie.

Das Internet ist ein interaktives und audiovisuelles Medium. Technologien wie Flash haben inzwischen einen hohen Reifegrad erlangt und ermöglichen die nahtlose Einbindung von Bildern, Videos, Tondateien, Animationen und interaktiven Komponenten. Mittlerweile sind solche Komponenten in unterschiedlicher Qualität und Ausprägung am Markt erhältlich. Obwohl bisher nur ein geringer Anteil an Umfragen tatsächlich mit Flash-Komponenten programmiert wird, besteht eine Tendenz zum verstärkten Einsatz dieser Technologie. Es muss daher rechtzeitig erlaubt sein die Frage zu stellen, welche Auswirkungen Flash-Komponenten in Umfragen gegenüber klassisch programmierten Fragebögen auf das Verhalten der Probanden und damit auf die Daten haben. Weiterhin sind für die erfolgreiche Umsetzung auf Seiten der Probanden technische Mindestanforderungen zu beachten:

- Für den Einsatz von Flash-Technologie muss der Browser des Studienteil-

nehmers um eine Komponente, den Flash-Player, erweitert werden. Die Technik ist laut Flash-Entwickler Adobe mit einem Verbreitungsgrad von 96 Prozent im Internet beinahe Standard und der Flash-Player kostenfrei zum Download erhältlich.

- Um die Formate, insbesondere Videodateien, ohne nennenswerte Wartezeiten darstellen zu können, ist ein Breitbandzugang wie DSL empfehlenswert. Ende 2006 verfügten dem Branchenverband Bitkom zufolge 37 Prozent aller Haushalte über einen Breitbandzugang. Herkömmliche ISDN- oder Modemzugänge stoßen beim Download von Flash-Anwendungen an Kapazitätsgrenzen. In der Folge kann es zu lästigen Unterbrechungen bei der Videodarstellung kommen, obwohl Flash nach kurzer Wartezeit (Pufferung) startet und die weiteren Inhalte simultan nachlädt (Streaming).
- Bei der Ausgestaltung von Flash-Anwendungen ist zudem auf Kompatibilität zu den verfügbaren Versionen (6, 7, 8 & 9) des Flash-Players zu achten. Flash bietet Chancen, die sich erst auf den zweiten Blick erschließen. Die Reduzierung von Flash auf Videoformate und der alleinige Blick auf die damit verbundenen Hürden würden zu kurz greifen. Die Technologie bietet vielfältige Möglichkeiten, Umfragen durch den gezielten Einsatz sinnvoller Komponenten anwenderfreundlicher zu gestalten. Selbst wenn eine mit Flash programmierte Umfrage in ihrer Anmutung mit einer klassisch (HTML) programmierten Umfrage identisch ist, bietet Flash deutliche Vor-

teile. So ist beispielsweise jede Interaktion des Umfrageteilnehmers messbar. Man erfährt, wie lange er für die Antwort benötigt, wohin er die Maus bewegt, und ob er zögert oder spontan entscheidet.

Vergleichsstudie bringt es an den Tag

Research Now hat Flash-Komponenten und deren klassisch programmierte Pendanten in einer Studie verglichen. Hier sollen nun einige ausgewählte Ergebnisse dieser Studie dargestellt werden. Aus dem „Research Now“-eigenen „Valued Opinions“-Panel in Großbritannien wurden 550 Probanden in einer Umfrage zum Themenblock „Reisen und Urlaub“ befragt. Die Stichprobe war strukturgleich in zwei Gruppen unterteilt. Eine Gruppe erhielt die Fragen im „klassischen Umfragestil“, die Vergleichsgruppe im „neuen Design“. Dabei kamen Teilnehmer, deren Computer die Darstellung von Flash-Komponenten nicht zuließen, in die „klassische“ Gruppe.

Für eine der Arbeitshypothesen wurde die Annahme getroffen, dass Flash-Komponenten auf Grund ihrer intuitiven Bedienbarkeit eine schnellere Beantwortung der Fragen zulassen sollten. Zur Überprüfung dieser These wurden die Antwortzeiten der Probanden in Millisekunden gemessen.

Zur Verdeutlichung der wichtigsten Ergebnisse der Studie sollen hier exemplarisch zwei Szenarien vorgestellt und diskutiert werden:

Im ersten Szenario wurde den Probanden die Frage „Welche dieser europäischen Länder haben Sie bereits be-

Abb.1: Interaktives Zeigen & Klicken – Auswahlliste vs Karte

Welche dieser europäischen Länder haben Sie bereits bereist?

**Ohne Flash
Mehrfachantwort-Auswahl**

- Albania
- Armenia
- Austria
- Azerbaijan
- Belarus
- Belgium
- Bosnia
- Bulgaria
- Croatia
- Czech Republic
- Denmark
- Estonia
- Faroe Islands
- Finland
- France
- Georgia
- Germany
- Greece
- Holland/Netherlands
- Hungary
- Ireland

**Mit Flash
Karte zum Zeigen und Klicken**



Quelle: Research Now

Abb. 2: Bewerten – Offene Eingabe vs Drag & Drop

Wie wichtig sind Ihnen die folgenden Punkte für die Auswahl Ihres Urlaubsorts?

Ohne Flash - Matrix

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Beach	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Culture eg. Theatre, opera	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sightseeing	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Good food / drink	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sporting activities	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Shopping	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Weather	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nightlife	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nature & wildlife	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ecological conservation	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Quelle: Research Now

Mit Flash - Drag & Drop

<input type="text"/>	1	<input type="text"/>
Culture eg. theatre, opera	2	Beach
<input type="text"/>	3	<input type="text"/>
Good food and drink	4	Sightseeing
<input type="text"/>	5	<input type="text"/>
Shopping	6	<input type="text"/>
Weather	7	Sporting activities
Nightlife	8	<input type="text"/>
Nature & wildlife	9	<input type="text"/>
Ecological conservation	10	<input type="text"/>

reist?“ vorgelegt. Dabei wurde, wie auf Abbildung 1 zu sehen, der „klassischen“ Gruppe eine Mehrfach-Auswahlliste gezeigt, während die „Flash-Gruppe“ eine interaktive Landkarte zu sehen bekam.

Die durchschnittliche Antwortzeit für die „klassische“ Gruppe lag bei 29 Sekunden, während es für die „Flash-Gruppe“ 38 Sekunden waren. Die Häufigkeitsverteilung der Ländernennungen war für beide Gruppen unterschiedlich, wobei kleine Länder bei der „Flash-Gruppe“ weniger häufig genannt wurden.

Wie lässt sich das erklären? Zunächst sind für die Auswahl auf der Karte geografische Kenntnisse erforderlich. Außerdem muss sich der Betrachter zunächst mit der Darstellung vertraut machen, und schließlich sind kleine Länder mit der Maus schwieriger anzuklicken als große Länder. Die Länder in der Auswahlliste hingegen waren alphabetisch geordnet und in der Form ihrer Darstel-

lung gleichberechtigt. Obwohl realistisch in der Darstellung, ist die Landkarte auf Grund ihrer Komplexität in der hier gezeigten Form also sicherlich problematisch.

In Szenario 2 ging es um das Ranking von Kriterien für die Auswahl eines Urlaubsdomizils. Den Probanden wurde die Frage „Wie wichtig sind Ihnen die folgenden Punkte bei der Auswahl Ihres Urlaubsortes?“ vorgelegt. Als Auswahl standen zehn Begriffe zur Verfügung, die wie auf Abbildung 2 im „klassischen“ Bereich als Matrix und im „Flash-Bereich“ per Drag & Drop in die richtige Rangfolge zu bringen waren.

Die durchschnittliche Antwortzeit war hier nahezu gleich. Für die „klassische“ Gruppe 58, für die „Flash-Gruppe“ 54 Sekunden. Der Anteil der Probanden, der die Aufgabe auf Anhieb ohne weitere Korrekturen gelöst hatte, betrug bei Flash 80, im klassischen Bereich 56 Prozent, ein Indiz für die in diesem Falle

bessere intuitive Bedienbarkeit einer „Drag & Drop“-Lösung.

Neben den genannten Beispielen wurden noch weitere Szenarien untersucht, darunter Schieberegler in unterschiedlichen Ausprägungen, Card Sort und Begriffskärtchen, deren Erläuterung aber den Rahmen dieses Beitrages sprengen würden.

Am Ende der Studie wurden die Probanden aufgefordert, ihre Meinung zum Studiendesign als offene Antwort abzugeben. Fast alle Probanden der „Flash-Gruppe“ haben sich sehr positiv über die neuen Möglichkeiten geäußert. Am häufigsten genannt wurden dabei die Begriffe: Intuitive Bedienung, einfach, übersichtlich, Spaß, anwenderfreundlich.

Erfolg durch punktuellen Einsatz

Welche Erkenntnisse bleiben also? Interaktive Technologien sollten nicht um ihrer selbst willen eingesetzt werden, sondern dort, wo sie Befragungen einfacher, eindeutiger, intuitiver und anregender machen können. Die Empfehlung lautet, eine Kombination aus klassischer Frage-technik und punktuell in die Umfrage eingebetteter neuer Technologie einzusetzen. Auf diese Weise werden Umfrageteilnehmer nicht überfordert, und die Auswirkungen einzelner Komponenten lassen sich besser vergleichen.

Technische Weiterentwicklungen wie ADML, das auf XML basiert, erlauben zukünftig die Ausführung interaktiver Komponenten im Browser des Panel-Teilnehmers, ohne dass es einer weiteren auf dessen Computer installierten Softwarekomponente bedarf. Anbieter von interaktiven Komponenten können, wie in diesem Beitrag gezeigt, punktuell Hintergrundinformationen beisteuern. Sie können die Institute dabei unterstützen, vergleichende Studien durchzuführen, um die Erkenntnisse auf eine breitere Grundlage zu stellen. ■



Marc Smaluhn ist Managing Director für Zentraleuropa bei Research Now, einem international führenden Spezialisten für Online-Feldforschung. Neben 24 europäischen Konsumentenpanels bietet das Unternehmen seinen Kunden auch zahlreiche Spezialpanels an. www.research-now.de