

UX-Writing Vorgehensweise

UX-Writing im menschenzentrierten
Gestaltungsprozess



GERMAN UPA

Berufsverband der Deutschen Usability
und User Experience Professionals

Vorwort

UX-Writing ist das Produzieren, Evaluieren und Optimieren sämtlicher Texte, die Nutzer:innen durch interaktive Systeme leiten und sie dabei unterstützen, ihre Ziele zu erreichen. Mit „Text“ sind in diesem Dokument alle Texte zusammengefasst, die auf der Nutzeroberfläche angezeigt werden, z. B. Button-Beschriftungen, Überschriften, Anleitungen, Meldungen und Hilfetexte, die in Dialogen erscheinen.

Diese Texte begleiten die Nutzer:innen auf ihrer Reise. Durch sie können wir zum Handeln motivieren, relevante Informationen und Anweisungen bereitstellen und den Nutzer:innen Feedback geben, ob ihre Aktionen erfolgreich waren. Mit jeder Schaltfläche, jeder Fehlermeldung und jedem E-Mail-Betreff treten wir in einen Dialog mit unseren Nutzer:innen.

Gute Texte schaffen neben einer erhöhten Usability auch eine positive User Experience, bindet Nutzer:innen ein und tragen zur Stärkung der Markenbildung und Differenzierung bei. Damit ist UX-Writing ein integraler Bestandteil des UX-Designs.

Dieser Leitfaden beschreibt, wie UX-Writing methodisch in der Entwicklung interaktiver Systeme integriert werden kann. Er richtet sich somit an alle, die sich im Kontext von UX-Design mit der Gestaltung von Sprache befassen. In vielen Fällen sind dies UX-Writer:innen, in anderen textaffine UX-Designer:innen, Produkt-Designer:innen oder Content-Designer:innen. Ihnen möchten wir mit diesem Dokument eine Hilfestellung für eine systematische Verankerung von UX-Writing im menschenzentrierten Gestaltungsprozess geben.

Dieses Dokument ergänzt die Leitfäden „Heuristiken für gelungenes UX-Writing“ und „Heuristiken für die Entwicklung guter Fehlermeldungen“.

Unverständliche Texte, Inkonsistenzen und Tippfehler zerstören das Vertrauen der Nutzer:innen in Dein Unternehmen.

Inhalt

Dieser Leitfaden enthält die folgenden Abschnitte:

Der menschenzentrierte Gestaltungsprozess für Texte	5
Verstehen und Festlegen des Nutzungskontextes	8
Festlegen der Nutzungsanforderungen	12
Gestalten von Lösungen, die Nutzungsanforderungen erfüllen	17
Evaluieren der Gestaltungslösung gegen Nutzungsanforderungen	22
Pflege	26
Quellen	28
Impressum	29

Dieses Dokument wurde vom Arbeitskreis UX-Writing der German UPA e.V. unter Mitwirkung von zahlreichen UX-Professionals ehrenamtlich ausgearbeitet.

Abschnitt 1.

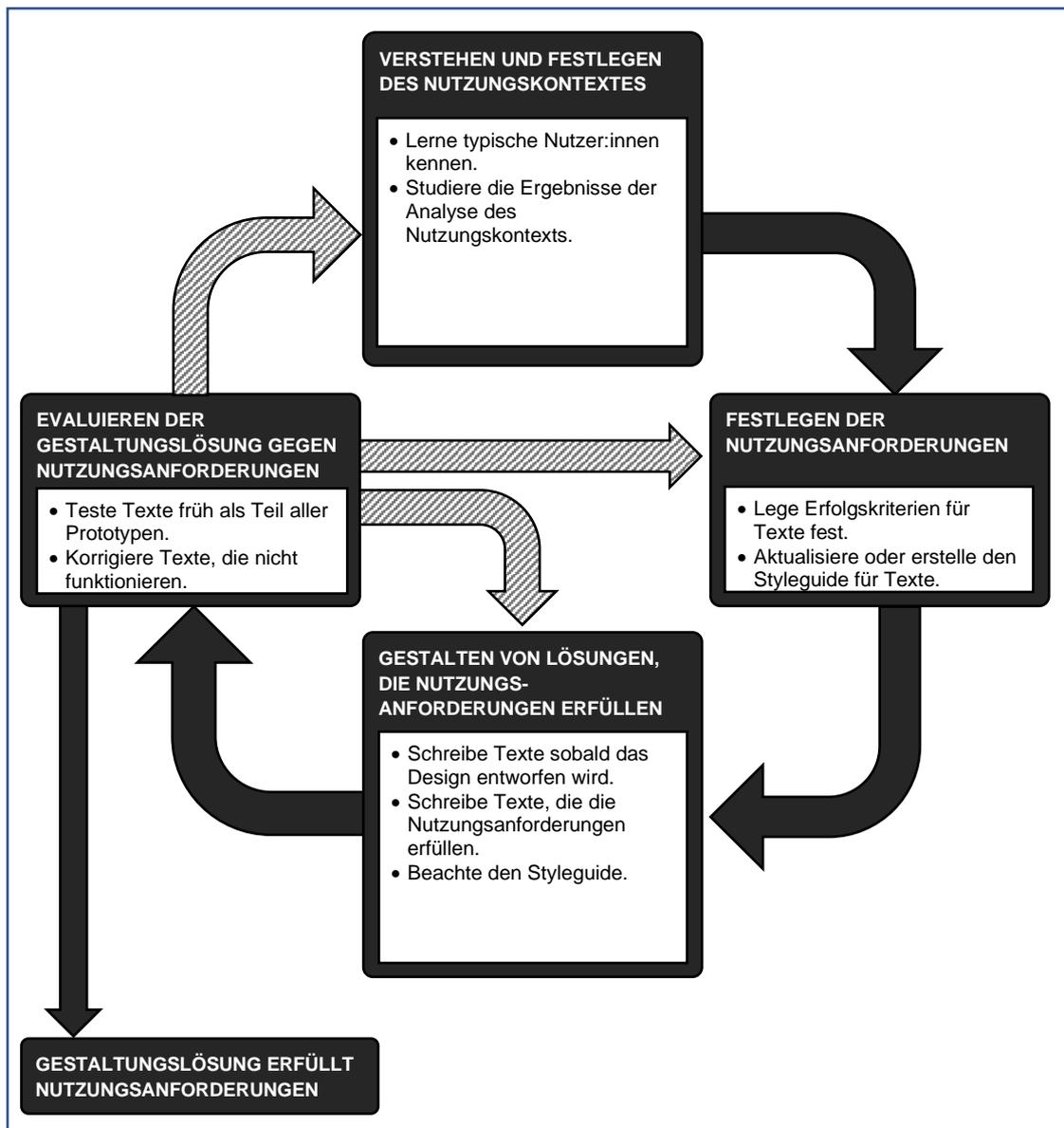
Der menschzentrierte Gestaltungsprozess für Texte

Der menschenzentrierte Gestaltungsprozess für Texte

Der Prozess des UX-Writings beinhaltet in der Regel die Zusammenarbeit zwischen UX-Writer:innen, Nutzer:innen, Designer:innen und Auftraggeber:innen, um nützliche, verständliche und lesenswerte Texte zu entwickeln. In der Regel sind UX-Writer:innen für die menschenzentrierte Gestaltung von Texten verantwortlich.

Der Gestaltungsprozess für Texte kann so aussehen:

Abbildung 1. Der menschenzentrierte Gestaltungsprozess für Texte basierend auf dem CPUX-F Curriculum [L2], das auf der Norm ISO 9241-210 [L1] beruht.





Tipps

- Engagiere dich in jedem Schritt des menschenzentrierten Gestaltungsprozesses. Deine aktive Teilnahme ist sinnvoll, sobald die Designer:innen anfangen das interaktive System konkret zu gestalten. Das kann je nach Projekt oder Anwendungsfall zu Beginn des Entwicklungsprozesses sein oder erst bei der Gestaltung von Lösungen. Wichtig ist, dass du von vorneherein involviert bist und alle relevanten Informationen erhältst.
- Sorge dafür, dass alle produkt- oder projektbezogenen Unterlagen, die von anderen Projektbeteiligten, z. B. Produktmanager:innen und Designer:innen, erstellt werden, an dich bzw. die UX-Writer:innen weitergeleitet werden.
- Nutze für die Erstellung und Abstimmung von Texten möglichst dasselbe Tool wie die Designer:innen im Team, so dass Grafik und Text an einem Ort definiert werden.
- Zögere nie, Fragen zu stellen. Sage deutlich Bescheid, wenn du dich über etwas wunderst. Bei deiner Arbeit mit Texten ist es wahrscheinlich, dass du ein tieferes Verständnis des Produkts erlangen wirst als jede:r deiner Kolleg:innen.

Es ist erlaubt, sich zu wundern.



Bloß nicht

- Schweigen und akzeptieren, dass deine einzige Aufgabe als UX-Writer:in ist, am Ende der Projekte die Texte durchzulesen und geringfügige Korrekturen vorzunehmen.

Abschnitt 2.

Verstehen und Festlegen des Nutzungs- kontextes

Verstehen und Festlegen des Nutzungskontextes

Der Zweck dieser Aktivität ist es, den Nutzungskontext zu verstehen und zu beschreiben, d. h. wer die Nutzer:innen sind, was sie tun, welche Probleme sie haben und was ihre Anforderungen an das Produkt sind.

UX-Writer:innen sollten sich an der Analyse des Nutzungskontextes aktiv beteiligen, gerne gemeinsam mit UX-Researcher:innen.



Vorgehensweise

Im Rahmen der Analyse sollten dezidiert auch sprachliche Aspekte berücksichtigt werden:

- Über welche Sprachkompetenzen verfügen Nutzer:innen?
- Welche (Fach-)Begriffe sind ihnen vertraut und welche nicht?
- Welche Informationsbedürfnisse haben sie?
- Welche Missverständnisse und Fragen bestehen in Bezug auf das Produkt, das es zu entwickeln oder optimieren gilt?
- Welche Emotionen müssen im Verlauf der User Journey durch adäquate Kommunikation adressiert werden?



Methoden und Tools

Sinnvolle Methoden zur Beantwortung der oben genannten Fragen sind:

- Interviews und Fokusgruppen mit Nutzer:innen,
- Beobachtungen von Nutzer:innen bei der Ausführung ihrer Aufgaben,
- Sprach- und Begriffsanalysen von Ergebnissen der Interviews und Beobachtungen, Support-Anfragen, Forums-Beiträgen, Kommentaren in Social Media oder Social Intranets (Conversation Mining),
- Erstellung von Personas mit Fokus auf Sprachgebrauch der Nutzergruppen,
- Analyse der Sucheingaben (Keyword Analysis), z. B. mit Google Analytics oder im Produkt integrierten Analytics-Tools.

Besonders für Fehlermeldungen:

- Untersuche, welche Eingaben Nutzer:innen üblicherweise machen und gleiche das mit den technischen Gegebenheiten des Produkts ab, um so festzustellen, wo Fehler entstehen.
- Erkundige dich über die am häufigsten auftretenden Fehler.
- Erkundige dich über Fehlersituationen, die Nutzer:innen dabei behindern, ihre Aufgabe zu lösen oder die Gefahr eines größeren Schadens für die Nutzer:innen oder die Organisation darstellen.



Ergebnisse

Die wichtigsten Ergebnisse aus dieser Aktivität für UX-Writer:innen sind Nutzungskontext-Beschreibungen, insbesondere Personas mit Fokus auf Sprachgebrauch der Nutzergruppen. Typischerweise erstellen UX-Writer:innen diese nicht eigenständig, sondern tragen dazu durch Reviews und Ergänzungen bei.



Tipps

- Biete an, die Beschreibungen des Nutzungskontextes zu prüfen. Die Prüfung der Personas, User Stories und weitere Ergebnisse der Nutzungskontextanalyse wird dir einen guten Einblick in den Nutzungskontext geben und wird sicherlich von deinen UX-Kolleg:innen geschätzt werden.
- Die praktische Durchführung von Interviews, Beobachtungen, Fokusgruppen und Nutzerbefragungen ist z. B. in [L2] und [L3] beschrieben.
- Falls die Benutzung des Produkts in mehreren Ländern oder Kulturen vorgesehen ist, müssen auch die Sprache und Kultur der Zielländer analysiert werden, zum Beispiel Leserichtung, Währung und Bedeutung von Farben.



Bloß nicht

- Statt mit echten Nutzer:innen nur mit Stakeholder:innen reden, die keine Nutzer:innen sind, aber behaupten, dass sie die Nutzer:innen wirklich sehr gut kennen.

*Raus aus deinem Büro, um mit den
Nutzer:innen im richtigen Kontext zu reden
und herauszufinden:
„Was ist das eigentliche Problem, und
welche Wörter benutzen sie?“*

Abschnitt 3.

Festlegen der Nutzungs- anforderungen

Festlegen der Nutzungsanforderungen

Der Zweck dieser Aktivität ist es, die Nutzungsanforderungen festzulegen.

Nutzungsanforderungen sind präzise Kriterien aus der Sicht der Nutzer:innen, die das Produkt vor seiner Freigabe erfüllen muss.

Nutzungsanforderungen werden durch die Analyse des Nutzungskontextes ermittelt. Eine Nutzungsanforderung muss nicht explizit von Nutzer:innen geäußert worden sein.

Oft werden keine gesonderten Nutzungsanforderungen für Texte gestellt, denn Texte sind ein integraler Bestandteil der Nutzeroberfläche und sind daher von den allgemeinen Nutzungsanforderungen umfasst.

Eine wichtige organisatorische Anforderung ist, dass die Regeln des Styleguides umgesetzt werden müssen. Passende Maßnahmen müssen ergriffen werden, um die Einhaltung zu gewährleisten.

Wenn das Produkt neben dem deutschen Zielmarkt auch auf weiteren Zielmärkten vertrieben oder eingesetzt werden soll, dann stellt die Lokalisierung einen wichtigen Punkt dar. Für die Lokalisierung an die Zielmärkte müssen Anforderungen bezüglich der Sprachen und Kulturen der Zielmärkte festgelegt werden.



Vorgehensweise

- Analysiere die Ergebnisse aus Interviews, Beobachtungen und Fokusgruppen mit Nutzer:innen mit Fokus auf Sprache.
- Analysiere existierende Texte (Content Audits).
- Analysiere die Produkte von Wettbewerbern mit Fokus auf Sprache.
- Veranstalte Workshops mit relevanten Stakeholdern, besonders mit Verantwortlichen für Marke, Marketing und Unternehmenskommunikation, um zu den folgenden Richtlinien zu gelangen:
 - Unternehmens- und Markensprache (Corporate Language),
 - Text und Sprache generell,
 - Inhalt (Content Guidelines),
 - Tonalität und Stil (Tone and Voice).
- Kläre, wie das Unternehmen mit inklusiver, geschlechtsneutraler Sprache umgeht und ob Nutzer:innen gesiezt oder geduzt werden.

- Trage aktiv zum Prozess der Erstellung von Nutzungsanforderungen bei. Nutzungsanforderungen für Texte gibt es nicht, aber gute Texte tragen wesentlich zur Erfüllung von Nutzungsanforderungen bei. Wie man generell die Anforderungen aufgrund der Nutzungskontextanalyse festlegt, ist z. B. in [L2] und [L3] beschrieben.
- Entwickle einen neuen Styleguide oder aktualisiere den bestehenden Styleguide mit Text- und Sprachrichtlinien.



Ergebnisse

Die wichtigsten Ergebnisse aus dieser Aktivität für UX-Writer:innen sind die Beiträge zur Verbesserung der Nutzungsanforderungen und der Styleguide.

- Beispiel 1: Eine Nutzungsanforderung für die Effizienz einer E-Scooter App ist: „80% der Nutzer:innen, die die E-Scooter-App noch nie benutzt haben, müssen in der Lage sein, die App zu installieren, einen E-Scooter zu mieten, diesen zu finden und innerhalb von 5 Minuten loszufahren.“ Diese Nutzungsanforderung stellt nicht nur hohe Ansprüche an die Gestaltung der App, sondern auch an die Texte im Installations- und Mietverfahren.
- Beispiel 2: Eine Nutzungsanforderung für die Effizienz der Fehlermeldungen einer App ist: „Wenn Nutzer:innen eine Fehlermeldung über einen kritischen Fehler erhalten, müssen sie zeigen, dass sie die Meldung verstanden haben, indem sie innerhalb von 45 Sekunden eine korrekte Korrekturmaßnahme einleiten.“

Ein Styleguide ist eine Sammlung von Gestaltungsregeln, die verwendet werden, um Konsistenz in der Erscheinung und im Verhalten von Nutzeroberflächen von Produkten zu gewährleisten, die von derselben Organisation erstellt werden.

Falls ein Styleguide bereits vorhanden ist, sollte er geprüft und ggf. aktualisiert werden.

Ein Styleguide umfasst

- Gestaltungsregeln,
- Text- und Sprachrichtlinien, einschließlich Richtlinien für Unternehmenssprache, Markensprache und Inhalt,
- Richtlinien für die Tonalität und Stil mit Beispielsätzen,
- Schreibregeln, wie beispielsweise Überschriften, Aufrufe zum Handeln (Calls To Action, CTAs) oder Labels formuliert werden sollen,
- Vorbildliche Beispiele oder UX-Patterns in der Form von existierenden Texten,
- Wörterverzeichnis, d. h. eine Liste der Wörter und Fachbegriffe, die einheitlich in Texten verwendet werden sollen. Berücksichtige dabei die Terminologie, die die

Branche, insbesondere die Wettbewerber, verwendet. Das Wörterverzeichnis kann für ein Projekt oder noch besser für die gesamte Organisation verwendet werden.

Die vom Arbeitskreis UX-Writing entwickelten Heuristiken [L6] sind eine gute Grundlage für einen guten Styleguide. Der Styleguide wiederum ist eine gute Grundlage für gute Texte.



Tipps

- Eine mögliche Ergänzung des Wörterverzeichnisses ist ein Glossar. Das Glossar ist eine nice-to-have Auflistung von Wörtern mit ihren Definitionen, Sachgebieten usw. Ein Glossar kann umfangreich werden und der Wartungsaufwand kann erheblich sein.
- Nutzungsanforderungen für Fehlermeldungen sind Erfolgskriterien, die angeben, wie gut Fehlermeldungen den Nutzer:innen mindestens bei der Lösung der Aufgaben helfen müssen. Dabei sind die Erfolgskriterien für Fehlermeldungen, die zu kritischen Fehlern gehören, besonders wichtig. Ein Beispiel für solche Erfolgskriterien findest du im Abschnitt Ergebnisse, Beispiel 2, oben.
- Die Technische Redaktion ist verantwortlich für die Erstellung und Pflege von Technischen Dokumentationen. Dazu gehören beispielsweise die Bedienungsanleitungen einschließlich Quick Guides, Produktdatenblätter und Lastenhefte usw. UX-Writer:innen sind für alle Texte verantwortlich, die die Nutzer:innen in der Nutzeroberfläche sehen und erfahren. Wichtig hierbei ist die Zusammenarbeit zwischen Technischer Redaktion und UX-Writing, damit alle Informationen ein gesamtheitliches Bild ergeben.
- Die Onlinehilfe ist auch ein Teil der Nutzeroberfläche. Deshalb müssen UX-Writer:innen schauen, dass die Onlinehilfe mit den Texten der Nutzeroberfläche harmoniert und keine Redundanzen geschaffen werden, sondern das Nutzererlebnis noch vertiefen, in dem die Nutzer:innen in der Onlinehilfe noch tiefgreifendere Infos erhalten als auf der Nutzeroberfläche.



Bloß nicht

- Schwammige Nutzungsanforderungen anstandslos akzeptieren.
- Nutzungsanforderungen, die nicht testbar sind, akzeptieren.

*Nutzungsanforderungen sind wie
Leuchttürme.*

*Sie helfen uns bei der Gestaltung,
die richtigen Entscheidungen zu treffen.*

Abschnitt 4.

Gestalten von Lösungen, die Nutzungs- anforderungen erfüllen

Gestalten von Lösungen, die Nutzungsanforderungen erfüllen

Der Zweck dieser Aktivität ist es, auf Basis des Nutzungskontextes und der Nutzungsanforderungen Prototypen zu erarbeiten. Die Prototypen werden von Nutzer:innen evaluiert und verbessert, bis sie schließlich die Nutzungsanforderungen erfüllen und das Produkt damit einsatzbereit ist.

Das Schreiben von Texten funktioniert letztlich ähnlich wie viele andere kreative Prozesse. Vor allem werden die Texte durch Iteration und Kollaboration besser. Das heißt: Der erste Entwurf ist selten der beste.

Die Gestaltung von visuellen und textlichen Elementen sollte Hand in Hand gehen. Dafür ist es empfehlenswert, möglichst auf Platzhalter- und Blindtext wie „Lorem Ipsum“ zu verzichten und von Anfang an, die UX-Writer:innen in die Arbeit mit einzubeziehen und damit am richtigen Text zu arbeiten. Bei der Entwicklung aller nutzungszentrierten Textelemente sollten die Nutzungsanforderungen berücksichtigt werden.



Vorgehensweise

- Schreibe und überarbeite Texte parallel zur Entwicklung des Produkts in Zusammenarbeit mit Produktmanagement, Product Owner, Design- und Entwicklungsteam.
- Fange mit einem schnellen Entwurf an. Skizziere Texte, um einen Überblick über eine User Journey zu erhalten. Unvollkommenheit ist gewollt.
- Respektiere den Styleguide, aber gib deutlich Bescheid, falls du während der täglichen Benutzung Unangemessenheiten im Styleguide entdeckst. Verwende soweit möglich Worte aus dem Wörterverzeichnis oder Styleguide.
- Idealtypisch werden die Texte in den Prototypen erstellt, sodass die Entwicklung die Features samt Text nur noch umsetzen muss. Am Ende muss nur noch dafür gesorgt werden, dass die Texte auch im System, beispielsweise einer Lokalisierungssoftware, gespeichert werden.
- Schreibe Alt-Tags, die zu nicht-textuellen Elementen, wie zum Beispiel Bildern und Diagrammen, hinzugefügt werden, um deren Bedeutung zu vermitteln. Alt-Tags dienen der Barrierefreiheit.

Besonders für Fehlermeldungen:

- Die beste Fehlermeldung ist keine Fehlermeldung. Überlege gemeinsam mit den UX-Designer:innen, ob das Produkt an kritischen Stellen fehlertolerant gestaltet werden kann, so dass keine Fehler entstehen können.
- Schreibe Fehlermeldungen, die konstruktiv, verständlich, prägnant und empathisch sind. Eine Erläuterung dieser vier Heuristiken mit Beispielen findest du im „Leitfaden Fehlermeldungen“ [L7].



Methoden und Tools

Folgende Methoden können im Gestaltungsprozess für nutzungszentrierte Texte hilfreich sein:

- Rapid Prototyping,
- Co-Creation Workshops, wo Designer:innen, Entwickler:innen, User Experience Professionals und UX-Writer:innen zusammenarbeiten,
- Kreativitätstechniken wie Crazy Eights.
In Crazy Eights skizzieren die Teilnehmer acht verschiedene Versionen in acht Minuten. Ziel ist es, über die erste Idee, die häufig wenig innovativ ist, hinauszugehen und eine Vielzahl von Lösungen für die Herausforderung zu finden.
- Card Sorting
zur Entwicklung von Texten für Informationsarchitekturen, insbesondere Menüs,
- Concept Maps zur Visualisierung von Zusammenhängen,
- User Journey Maps um die gesamte User Experience und die damit verbundenen Texte und nicht nur Bildschirmhalte zu illustrieren.

Folgende Tools können hilfreich sein:

- Online-Synonym-Wörterbücher, z. B. Duden oder OpenThesaurus,
- Rechtschreib- und Grammatikprüfungs-Tools, z. B. Duden Mentor,
- Schreibstil-Checker, z. B. LanguageTool oder Hemingway Editor (nur Englisch),
- Controlled-Language-Checker (CLC), die Texte auf Unternehmensregeln und Schreibstil hin prüfen. CLCs sind in der Regel Lizenz-Software und nichts, was man eben mal so herunterladen kann aus dem Internet.
- Generative KI-Tools zur Erstellung oder Optimierung von Texten.



Selbstkontrolle

- Prüfe die Rechtschreibung und Grammatik mithilfe einer Textverarbeitungssoftware und manuell. Hinweis: Textbearbeitungssoftware findet so gut wie nie alle Fehler in der Rechtschreibung und Grammatik.
- Überprüfe und bearbeite deine eigenen Texte, Links und Fakten.
- Benutze das Wörterverzeichnis und den Styleguide.
- Aktiviere die Rechtschreibprüfung, aber verlasse dich nicht darauf.
- Lies deinen Text laut vor.



Ergebnisse

Die wichtigsten Ergebnisse aus dieser Aktivität für UX-Writer:innen sind die Prototypen mit integriertem UX-Writing und vorbildlichen Textbeispielen.



Tipps

- Falls es schwierig ist, einen Text zu schreiben, tausche dich eng mit den Designer:innen und Entwickler:innen aus, um innerhalb der technischen Umsetzbarkeit den bestmöglichen Text konzipieren zu können.
- Verwende Beispiele in den Texten, um schwer verständliche Begriffe und Verfahren zu erklären. Wenn ein Text schwer verständlich ist, wurde das Thema oft nicht verstanden. Deshalb müssen UX-Writer:innen Zeit in die Recherche investieren, bis sie durchdrungen haben, was sie vermitteln sollen.
- Beachte etwaige Anforderungen für Mehrsprachigkeit, besonders bezüglich Textexpansion. Z. B. können Texte, die im Deutschen noch im Design Platz finden, im Französischen weitläufiger sein und damit zum teuren Anpassen des Designs zwingen.
- Unterscheide bei Mehrsprachigkeit zwischen einfacher Übersetzung, Internationalisierung und Lokalisierung.
Internationalisierung ist der Prozess, eine Plattform für Produkte aufzubauen, so dass das Produkt für eine Vielzahl von Sprachen und Regionen angepasst werden kann, ohne dass Änderungen an der technischen Plattform vorgenommen werden müssen.
Lokalisierung ist der Prozess der Anpassung eines internationalisierten Produkts für eine bestimmte Region oder Sprache, indem Text übersetzt und regional-spezifische Komponenten, wie zum Beispiel Währung und Leserichtung, parametrisiert werden. Mehr dazu in [L4].



Bloß nicht

- Prototypen erstmals nach einem langen und kostspieligen Gestaltungsprozess evaluieren – die sogenannte „Big Bang“-Methode.
- Fehlermeldungen in der Nacht vor der Freigabe des Produkts von Personen, die den Nutzungskontext, die Nutzungsanforderungen und die Heuristiken nicht kennen, verfassen lassen.
- Lorem-Ipsum-Texte in Prototypen verwenden.

Tod dem Lorem Ipsum!

Die anfängliche Unvollkommenheit eines Prototyps ist eine Tugend.

Abschnitt 5.

Evaluieren der Gestaltungs- lösung gegen Nutzungs- anforderungen

Evaluieren der Gestaltungslösung gegen Nutzungsanforderungen

Der Zweck dieser Aktivität ist es, durch eine Usability-Evaluierung zu bestimmen, ob ein Produkt oder ein Prototyp eines Produkts die Nutzungsanforderungen und anwendbare Interaktionsprinzipien, Heuristiken sowie Gestaltungsregeln erfüllt oder nicht.

Jede Prüfung eines UI-Elements, das ein Textelement umfasst, ist immer auch eine Textevaluation: Werden Usability-Probleme gefunden, sollte geprüft werden, welche Rolle die Texte dabei spielen.



Vorgehensweise

- Teste Texte als wichtigen Teil der Usability-Tests der Prototypen.
- Bitte erfahrene Kolleg:innen oder Berater:innen die Texte und Meldungen zu reviewen, z. B. aufgrund der entsprechenden Heuristiken. Idealerweise gibt es einen Ausschuss mit Personen, die den Nutzungskontext und die Nutzungsanforderungen kennen, und die alle Texte und Meldungen, insbesondere Fehlermeldungen, reviewen und projektübergreifend koordinieren.
- Ändere Texte und teste sie erneut, falls Usability-Evaluierungen zeigen, dass ungenaue Texte ernste, kritische oder katastrophale Usability-Probleme verursachen.
- Prüfe, ob Texte während der Implementierung geändert wurden. Es kommt vor, dass Entwickler:innen meinen, dass sie aufgrund ihres Bauchgefühls die Texte verbessern können. Betone, wie wichtig es ist, dass nur die UX-Writer:innen Texte erstellen und ändern dürfen. Im Falle vermuteter Falschinformationen im Text müssen Entwickler:innen immer auf die UX-Writer:innen zukommen. Entwickler:innen dürfen die Texte nicht ändern.



Methoden und Tools

Testmethoden mit Nutzer:innen

- Qualitative Usability-Tests mit lautem Denken – Finde eine Antwort oder führe eine Aufgabe aus.
Beobachte 4-10 typische Nutzer:innen beim Lösen typischer Aufgaben in Einzelsitzungen. Mehr zum Thema Usability-Test in [L2] und [L5].
- Paraphrase-Test: „Erzählen Sie mir in Ihren eigenen Worten, wie Sie den Text interpretieren“,
- Laut-lesen-Test: „Lesen Sie den Text vor“ – Stottern oder Zögern könnte darauf hindeuten, dass der Text verworren oder unverständlich ist,
- Plus-Minus-Test: „Markieren Sie Positives und Negatives“. Erkunde dann die Gründe für die Plus- und Minuspunkte in einem Einzelgespräch,
- Nutzerbefragungen zur Verständlichkeit, die in einem Quizformat testen, ob Nutzer:innen die beabsichtigte Bedeutung von Begriffen verstehen.

Das Vier-Augen-Prinzip ist ein weitverbreiteter interner Kontrollmechanismus, der vorschreibt, dass jede Tätigkeit einer Person innerhalb der Organisation von einer zweiten, unabhängigen und kompetenten Person überprüft werden muss.

- Bitte Kolleg:innen und andere Personen, den Text zu lesen und zu kommentieren.
- Frage einige Leute, was die Kernaussage des Textes ist.
- Achte auf jegliches Feedback. Kritik wird oft diplomatisch oder indirekt oder entschuldigend formuliert oder taucht in unerwarteten Zusammenhängen auf.



Tipps

Zeige, dass du die Arbeit deiner Reviewer:innen wertschätzt:

- Teile den Reviewer:innen mit, wenn sich der Zeitplan ändert.
- Mache deine Erwartungen deutlich.
- Gib allen Reviewer:innen eine Rückmeldung zu jedem Vorschlag, auch wenn du den Vorschlag nicht befolgst und vielleicht nicht gut findest. Wichtig für zukünftige Kommentare ist, dass individuelle Rückmeldungen geschrieben werden.
- Teile den Reviewer:innen mit, was du aufgrund der Reviews getan und nicht getan hast.



Bloß nicht

- Glauben, dass deine Erfahrung und dein Wissen das Testen mit Nutzer:innen überflüssig macht.
- Ergebnisse von Usability-Tests oder Reviews ganz oder teilweise ignorieren.
- Usability-Evaluierungen so spät durchführen, dass keine Zeit bleibt, um erforderliche Änderungen vor der Freigabe des Produkts vorzunehmen.
- Lesbarkeitsformeln verwenden.
Beispiele für Lesbarkeitsformeln sind Fleschs „Reading Ease Formula“, LIX und RIX. Diese Formeln vermitteln in einer Zahl eine Einschätzung der Lesbarkeit eines Textes, der meistens nur von Wort- und Abschnittslänge abhängt.

Testen, testen, testen – auch von Texten.

Abschnitt 6.

Pflege

Pflege

Der Zweck dieser Aktivität ist es, Texte auch nach der Freigabe gewissenhaft zu pflegen und kontinuierlich zu verbessern.

Nach Freigabe des Produkts werden oft kleine oder große Änderungen durchgeführt, die die Texte beeinflussen. Außerdem müssen trotz gründlicher Usability-Tests einige Texte nachträglich verbessert werden.



Vorgehensweise

- Führe auch nach der Freigabe des Produkts Usability-Tests durch, besonders mit fortgeschrittenen und erfahrenen Nutzer:innen, die ja erst einige Zeit nach der Freigabe verfügbar sind und die oft die wichtigsten Nutzergruppen sind.
- Rede regelmäßig mit dem Support und dem Kundendienst, um herauszufinden, welche Probleme Nutzer:innen mit dem Produkt haben. Oft können durch Änderungen der Texte Kontakte zum Support vermieden werden.
- Informiere dich regelmäßig über das aktuelle Geschehen im Support und Produktmanagement, z. B. durch Meetings, Reports und Analysen.
- Pflege regelmäßig und kontinuierlich den Styleguide. Berücksichtige dabei auch Änderungen, die von anderen Produkten stammen.



Bloß nicht

- Annehmen, dass nach der Umsetzung der gefundenen Probleme aus einem erfolgreichen Usability-Test kurz vor der Freigabe alles in bester Ordnung ist.

*Ohne Pflege verrottet jedes System –
langsam aber sicher.*

Benutzbare Texte erstellen – Zusammenfassung

*Früh starten
Die Heuristiken beachten
Testen, testen, testen.*

Quellen

- L1 ISO 9241-210 Menschzentrierte Gestaltung interaktiver Systeme, www.iso.org und www.beuth.de/de/norm/din-en-iso-9241-210/313017070
- L2 CPUX-F Curriculum, Foundation Level, www.uxqb.org, kostenlos verfügbar auf Deutsch und Englisch
- L3 CPUX-UR Curriculum, User Requirements Engineering, www.uxqb.org, kostenlos verfügbar auf Deutsch und Englisch
- L4 CPUX-DS Curriculum, Designing Solutions, www.uxqb.org, kostenlos verfügbar auf Deutsch und Englisch
- L5 CPUX-UT Curriculum, Usability Testing and Evaluation, www.uxqb.org, kostenlos verfügbar auf Deutsch und Englisch
- L6 Leitfaden UX-Writing
germanupa.de/sites/default/files/2024-01/leitfaden_ux-writing_heuristiken_v1.01_0.pdf, kostenlos verfügbar auf Deutsch
- L7 Leitfaden Fehlermeldungen
germanupa.de/sites/default/files/2024-02/leitfaden_fehlermeldungen_v1.04.pdf, kostenlos verfügbar auf Deutsch und Englisch

Impressum

Leitfaden UX-Writing Vorgehensweise

Herausgegeben von German UPA e.V.

Inhaltlich verantwortlich

Arbeitskreis UX-Writing German UPA

ak-uxwriting@germanupa.de

Autor:innen

Rolf Molich,
Diana Graf,
Eilika Freund,
Julian Siehl,
Laura Nusser,
Stephanie Meier.

Detaillierte Infos zum Arbeitskreis unter

<https://germanupa.de/arbeitskreise/arbeitskreis-ux-writing>

Veröffentlicht unter

Copyright © German UPA e.V.

Alle Rechte vorbehalten.

Kontakt

German UPA e.V.
Keplerstraße 2
39104 Magdeburg

Herausgabedatum

Dezember 2024 | Version 1.07



GERMAN UPA

Berufsverband der Deutschen Usability
und User Experience Professionals