



UNIVERSITY OF GOTHENBURG

An Analysis of the Image-Text Arrangement and Relation

On the Website of the Childcare “Haus der kleinen
Füße”

Haus der kleinen Füße

Period of Work:	February 14 th to May 26 th 2014
Date of submission:	Göteborg, May 26 th 2014
Author:	Wiebke Hartmann
E-mail:	hartmann.wiebke89@googlemail.com
Personal Report Number:	2014:033
ISSN number:	1651-4769

Table of Content

List of Figures and Tables	4
Abstract	5
I. Background	6
1.1. Research Question	7
1.2. Hypothesis	7
1.3. Purpose and Objective	7
1.4. Theory.....	8
1.5. Multimodal Communication.....	8
1.5.1. Text.....	11
1.5.2. Image.....	12
1.5.3. The relation of image and text.....	12
1.5.4. Layout within the context of multimodal communication	15
1.5.5. Designing alternative layouts	21
II. Focus Group	25
III. Focus Group Analysis	26
3.1. <i>Layout</i> (“layout”) (19).....	29
3.2. <i>Bild(er)</i> (“image(s)”) (21)	29
3.3. <i>Text</i> (“text”) (21).....	31
IV. Questionnaire	32
V. Questionnaire Analysis	33
5.1. Univariate Results.....	34
5.2. Correlation between Variables	44
VI. Limitations	46
VII. Discussion	47
6.1. Best alternative based on focus group results.....	48
6.2. Best alternative based on survey results	49
6.3. Best alternative based on combined results	51
VIII. Conclusion.....	54
IX. Future Research.....	56
References	58

- Appendix 60
 - 1. Layout designs to be presented in the Focus Group..... 60
 - 2. Checklist..... 62
 - 3. Interview Guide in German..... 62
 - 4. Interview Guide in English 63
 - 5. Focus Group Results 65
 - 6. Survey..... 99
 - 7. Survey Results..... 103
 - 8. SPSS Data Analysis 113
 - 8.1. Data Set..... 113
 - 8.2. Statistical Tests 117
 - 8.3. Descriptive Statistics 127
 - 8.4. Open Comments 127

List of Figures and Tables

Figure 1, Screenshot of the current target page reflecting <i>Zusammenarbeit mit Eltern</i> (“collaboration with parents”).....	9
Figure 2, Screenshot of the current target page reflecting engagement of parents and children engaged in communication.....	10
Figure 3, Screenshot of the current target page showing coherence of text internally and with the environment.....	10
Figure 4, Framing of text.....	13
Figure 5, Image and text supporting each other.....	14
Figure 6, Screenshot of the current target page displaying the use of “given” - “new”.....	16
Figure 7, Screenshot of the current target page showing the use of “ideal” - “real”.....	17
Figure 8, Screenshot of the current target page indicating no use of “centre” - “margin”.....	18
Figure 9, Screenshot of the current target page showing salience.....	19
Figure 10, Screenshot of the current target page reflecting one possibility of framing.....	20
Figure 11, Salience on the current target page.....	21
Figure 12, Screenshot of the upper part of the current target webpage.....	22
Figure 13, Alternative layout 1 used in the focus group discussion.....	23
Figure 14, Alternative layout 2 used in the focus group discussion.....	23
Figure 15, Alternative layout 8 used in the focus group discussion.....	24
Figure 16, Alternative layout 7 used in the focus group discussion.....	25
Figure 17, The overall image – text expectation of users when entering a website of a childcare.....	35
Figure 18, Alternative layout 1 of the survey.....	36
Figure 19, Changes suggested for alternative layout 1.....	37
Figure 20, Alternative layout 2 of the survey.....	38
Figure 21, Alternative layout 3 of the survey.....	39
Figure 22, The overall satisfaction of the image – text arrangement of alternative layout 3... 40	40
Figure 23, Alternative layout 4 of the survey.....	41
Figure 24, Alternative layout 5 of the survey.....	42
Figure 25, Alternative layout 8 of the survey.....	43
Figure 26, The overall satisfaction of image – text arrangement of alternative layout 8.....	44
Figure 27, Overall satisfaction of the image-text arrangement for all alternative layouts.....	49
Figure 28, Overall satisfaction of the image-text relation for all alternative layouts.....	49
Figure 29, Possibility 1 of an optimal layout.....	54
Figure 30, Possibility 2 of an optimal layout.....	54
Table 1, Example of original data.....	27
Table 2, Example showing the generalization of codes.....	27
Table 3, Example illustrating reduction 1 of codes.....	27
Table 4, Example showing reduction 2 of codes.....	28
Table 5, Keywords used for the analysis.....	28
Table 6, Key questions used for the analysis.....	28
Table 7, Student’s t-Test for gender and layout option 1.....	45
Table 8, Student’s t-Test for supervision through childcare and layout option 1.....	45
Table 9, Spearman Correlation Coefficient using the example of layout option 1.....	46

Abstract

This thesis identifies the influence of layout of image and text on the user’s perception of the website *Haus der kleinen Füße* (HDKF) (<http://www.kleine-fuesse-dinslaken.de/>), a childcare operated and owned by Manon Lachmann. The main question is: in respect to this website, how can image and text be arranged to better market the childcare service? What should the image-text arrangement and relation be to be best appealing to the user? The user focus is on parents living in the area around the Ruhr valley in Germany within the age range of 25 to 35. The principle methodology is a focus group organized for discussing issues of layout relevant to actual and potential users. A follow up survey examines the impact of a changing image-text arrangement and relation on this website. A catalogue of criteria provides an overview that the owner can take for improving the website. It includes characteristics and functions of image, text and layout most relevant to the users surveyed.

I. Background

My sister opened her own childcare *Haus der kleinen Füße* (HDKF) about two years ago. Improving the service she offers, she has an interest to update her advertising material using two main channels: a printed flyer and her website <http://www.kleine-fuesse-dinslaken.de/>. Based on my previous studies, we started talking about her marketing channels and opportunities. In this context, we decided to combine my master thesis with her current advertisement. Hence, I looked for possible topics in the field of marketing communication.

As part of my current studies in communication, one course addressed the subject of multimodal communication. One lecture referred to specifications of how to design a presentation regarding its color, contrast and many other criteria, to better address the audience. In the field of communication, it seems that there is rather a lot of research on language but little on other modalities, both nonverbal communication as well as communication channels including other means than text (images, colors, spatiality in respect to white spaces between images and text, layout in regard to the arrangement of image and text, etc.). Kress (2009) was introduced during this class; hence, it was the starting point of research.

Looking further into research, it seems that more is known about the functioning of modes individually rather than their interaction (Stöckl, 2004, p. 10). When one investigates how research addresses modes, one finds rather a lot of literature on image and text separately but very little on layout. When looking at the intertwinement between modes, their dependencies and influences, one finds little literature only. In addition, Kress and Van Leeuwen, two main researchers in the field of multimodality, highly focus on the modes of written language and image. Kress raises the question about the arrangement of image and text and what implications changes have. In respect to layout, how would one arrange image and text in a meaningful way? Which are the most significant spaces to use in order to do so? As part of the larger discussion of multimodal communication, this thesis investigates the arrangement and relation of image and text of the target website combining my personal interest, the implication of the lecture taken and literature suggestions.

The topic of multimodal communication is very complex which is why a clear research focus is necessary. Layout consists of a variety of components. This thesis investigates the arrangement and relation of images and text on the target website. The image-text arrangement refers to the organization of images and text. The relation of image to text relates to the size and amount of images in contrast to text. Due to the importance of having a clear focus, this thesis excludes other elements of layout. Moreover, the respective research perspective to analyze layout can differ. As an example, one might look at layout from the point of view of multimodal communication or from web design. The perspective of web design is rather extensive. As the use of the internet is essential, building websites becomes more and more crucial to companies of any size. Several guides, either printed books or online step-by-step manuals or others, are available without any or with few costs only. Yet, the focus is primarily revenue: how does a website need to be structured to lead to a higher number of sales? Often the aim is to engage the customer as long as possible and convince her of the respective product presented so she is willing to purchase. Even if she does not

purchase, websites often aim at getting personal details for the marketing and sales department to close the sale afterwards.

However, this thesis focuses on the organization HDKF. This case example is a childcare and aims at providing transparent and meaningful information. HDKF does not focus on sales and does not offer any commercial product to sell online. Instead, their goal is to supply additional information for parents that creates and supports a trustworthy and safe environment for the children. Hence, this thesis investigates the perspective of multimodal communication. It looks at the implications and effects image and text have on parents within the context of layout rather than how to improving sales. Within the scope of this thesis, a comparison of layout within multimodal communication and web design is too complex. The perspective of multimodal communication provides different considerations of modes; thus, a definition follows to clarify the specific understanding of layout within it. In the scope of this thesis, the researcher discusses layout as part of the multimodal communication perspective only.

1.1. Research Question

How can the website <http://www.kleine-fuesse-dinslaken.de/> of the childcare *Haus der kleinen Füße* (HDKF) be restructured in terms of the arrangement of image and text and the relation of image to text to be more appealing to its target group?

1.2. Hypothesis

It is expected that rather small re-arrangements of image and text will have significant influence on the perception of this website and result in higher attraction of the current and potential users as measured by the liking of potential users interviewed for this research.

1.3. Purpose and Objective

The main objective of this thesis is to develop a catalogue of suggestions for the image-text arrangement and relation on the website of HDKF. The webpage <http://www.kleine-fuesse-dinslaken.de/dasmachenwir.htm> is used for discussion. The researcher decided for this webpage reflecting what the childcare does as she takes it providing the highest information load of image and text. Assuming that it reflects the most important content to the user, parents should be most interested in this page. This thesis identifies relevant measures for positioning image and text on the target webpage in a meaningful way to potential customers. Additionally, it investigates implications of the relation of image to text. To clarify, the image-text arrangement refers to the positioning of image and text on the target website. The relation of image to text looks at how many images are displayed (or how large one image is) in contrast to the length of text. This thesis aims at answering the research question as well as secondary questions:

- (1) How can the target website of the childcare HDKF be restructured in terms of the arrangement of image and text and the relation of image to text to be more appealing to its target group?
- (2) What is the optimal arrangement of image and text on the target webpage? Which are the most significant spaces to use? What are the current problems?
- (3) To what extent does the arrangement of image and text matter to the target group?

- (4) What influence does a changing arrangement have on them? Plus, how does a change in the relation of image and text influence their perception?
- (5) What is the optimal relation of image to text on the target webpage? How many images and how much text do they expect?
- (6) How do they perceive the page if the relation of image to text changes?

First, the goal is to develop a catalogue of recommendations for improvement of the image and text layout of the target website. Layout focuses on two elements: the arrangement of image and text and the relation of image to text. To be able to investigate relevant factors influencing the perception of the online performance of HDKF, first, a focus group consisting of five members discusses the target page. Of the five participants, three currently have their children supervised by HDKF. Two group members showed an interest and have no direct connection to the organization, yet.

Second, the literature discussion provides the basis to design alternative layouts. Based on measurements identified in theory so far, a variety of alternatives arrange images and text differently to investigate the impact on the user. This way, the researcher develops a way of studying the online layout of image and text. Presented to the focus group, they review the designs. Then, a questionnaire interviews a larger number of potential customers to evaluate the alternative layout presented. It includes expectations and suggestions. A further analysis examines the most influencing factors for potential customers. A finalizing discussion identifies relevant suggestions.

1.4. Theory

Taking Kress (2009) and (2010) as a starting point, this section looks at literature provided by Barthes (1961) and (1977), Bezemer (2012), Kress & Van Leeuwen (2002) and (2006) and the National Centre for Research Methods NCRM (2012) taking Jewitt (2010), Norris (2004) and O’Halloran (2011) into account. Other literature one can find, mainly builds on Barthes, Kress and Van Leeuwen.

1.5. Multimodal Communication

Multimodal communication, as taken by the author, includes the sharing of content between at least two participants using all senses in order to produce and perceive the message. The interpretation of the message depends on the perception of the receiver. The sender has only limited influence on framing the message. Different resources such as written words, animation or sound can be used to produce the message. It is constructed in social context; cultural patterns influence the process to a high degree. Additionally, the National Centre for Research Methods NCRM (2012) defines multimodal communication as the relationship between all modes used in communication and its representation. They base their definition on Jewitt (2009), Norris (2004) and O’Halloran (2011). Modes can be understood as structured sets of resources to create meaning. It requires a common cultural understanding. Their theory of multimodal communication makes three assumptions. First, modes are diverse meaning they can be e.g. visual, gestural, written text etc. depending on the channel used. One can arrange them differently to create meaning. Second, social context shapes them and they can change over time. Third, users create meaning through their choice and configurations of

modes displayed. The receiver’s motivation and interest influence the meaning created by the sender. The specific context is relevant.

Kress addresses several questions, one of them being what multimodality is in respect to, for example, layout (Bezemer, 2012). He identifies three functions of communicational resources (Kress, 2009, p. 59):

- (1) Ideational function: A mode needs to be able to display an idea of what is happening in the world. What are the activities and events participated in and in which state are they? Specifically, is layout able to represent happenings in the world?

Zusammenarbeit mit Eltern



Unsere Kindertagespflegeeinrichtung soll Eltern die Wiederaufnahme des Berufs nach der Elternzeit ermöglichen. Damit ein guter Wiedereinstieg in den Beruf stattfinden kann, muss eine vertrauensvolle, sichere Betreuung für das Kind gewährleistet sein. Diese möchten wir anbieten. Es ist uns wichtig eine Erziehungspartnerschaft mit den Eltern einzugehen. Wir möchten im ständigen Austausch mit den Eltern sein. Dies ist zum Einen durch Tür- und Angelgespräche beim Bringen oder Abholen möglich und kann ergänzt werden durch gesonderte Elterngespräche. Dies ermöglicht den Entwicklungsstand des Kindes, Neuerungen im Umfeld des Kindes etc. gemeinsam zu beobachten und zu begleiten. Wir möchten den Eltern unsere Arbeit transparent machen, damit sie ihr Kind gerne bei uns abgeben und indirekt am Alltag ihres Kindes teilnehmen können. Nicht nur die Kinder, sondern auch die Eltern sollen sich bei uns wohl fühlen.

Figure 1, Screenshot of the current target page reflecting *Zusammenarbeit mit Eltern* (“collaboration with parents”)

Figure 1 displays *Zusammenarbeit mit Eltern* (“collaboration with parents”). The image shows a father doing handicrafts at the childcare facilities. On the right next to the image, text gives further explanation of both the headline and the image. Hence, they collaborate and reflect that layout can show happenings in the world.

- (2) Interpersonal function: What is the relationship between the individuals participating in these activities? “Can [layout] represent social relations of those engaged in communication?” (Kress, 2009, p. 59).

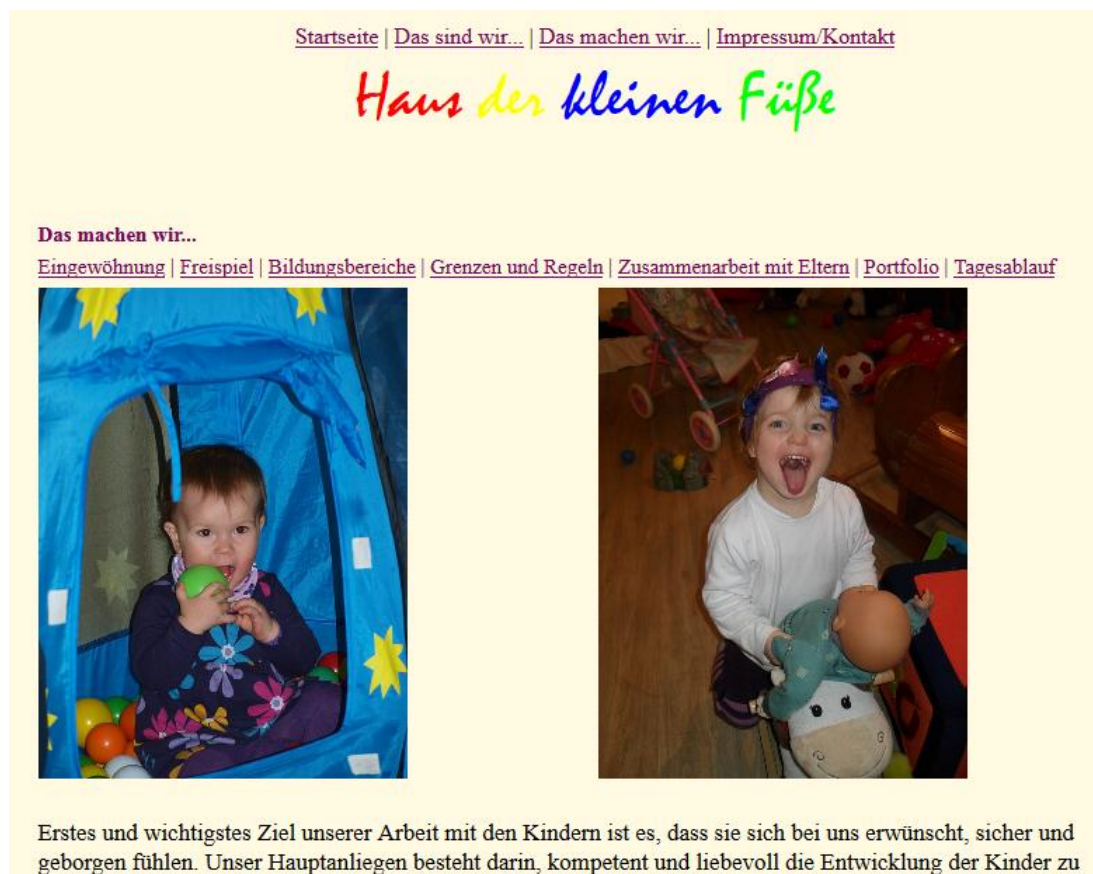


Figure 2, Screenshot of the current target page reflecting engagement of parents and children engaged in communication

Figure 2 shows that layout can reflect the social relationship of those involved. Showing two images, little text and a rather colourful logo, this screenshot indicates playfulness and comfort. Children involved with HDKF should feel comfortable and have freedom to play.

- (3) Textual function: A mode has to “represent both these as message-entities, so texts are coherent internally and with their environment” (Kress, 2009, p. 59). Is layout able to symbolize the former two functions being internally coherent and consistent with the environment?



Figure 3, Screenshot of the current target page showing coherence of text internally and with the environment

Figure 3 represents coherence of layout. The headline and text talk about *Wahrnehmung* (“cognition”) and *Snoezelen* (“cuddling”) while the image displays it visually. Also, the paragraph flows around the image imbedding it.

Considering layout, Kress (2009) emphasizes that layout is a distinctive mode above and beyond the modes of text and image (Kress, 2009, p. 59). This thesis considers layout as part of multimodal communication as it is a resource to create meaning to the user. When searching for layout of websites, literature mainly talks about the relation of image and text. It seems that they are the modes most present in resource-based communication and discussed more often than other modes. The goal of the subsequent section is to analyze the features and functions of image and text further and to discuss the relation between both modes.

1.5.1. Text

Developing the theory of signs, including index, icon and symbol, Peirce identifies three different states of mind: feeling, reacting and thinking. He states that “all reasoning is an interpretation of signs of some kind” (Peirce, 1894, p. 4). Based on his theory, whenever one thinks, she decodes signs. Thinking is fundamental to show interest in something. Three kinds of interest exist: primary, for something in itself; secondary, for the reaction with something else; and mediatory, for an idea about something. He considers this idea to be a sign. Three types of signs are indices, icons and symbols. He defines “a sign as anything which is so determined by something else, called its Object, and so determines an effect upon a person, which effect I call its interpretant, that the later is thereby mediately determined by the former” (Peirce, 1894, p. 258). To simplify, his definition contains the sign, for example a word; the object, whatever the word signifies, for example “mother”; and the interpretant which is the agent using the sign.

Referring to Peirce (1931-58), language is symbolic communication being the most arbitrary form of it. It requires a high level of conscious awareness of the user. It is “a thing thrown together” (Peirce, 1894, p. 9). Each word is connected with an idea behind it but it cannot identify with it, as another form of signs could. However, just the word alone does not convey any information (Peirce, 1894, p. 7). The receiver has to be able to imagine the meaning of the word(s). “The word lives in the minds of those who use it. ... It exists in their memory” (Peirce, 1894, p. 10). Imagination implies visualization, implying a strong connection between text and image.

As one of the first researchers to investigate the reading of an image and the relation of text and image, Barthes states that the verbal message is the sum of words (Barthes, 1961, p. 195). Kress adds that text is organized by “linearity and directionality” (Kress, 2009, p. 56) rather than space. One highly relies on the language code created and learned and has to read from side to side (different cultures read from left to right or right to left) by the order of syntax. The user relies on the socially constructed and learned rules of reading and writing. If she was to break the rules of understanding text, she would most probably not understand the message sent.

1.5.2. Image

An image is iconic communication including conscious awareness to some degree (Peirce, 1931-58). “But pictures alone ... can never convey the slightest information. ... It leaves the spectator uncertain whether it is a copy of something actually existing or a mere play of fancy” (Peirce, 1894, p. 7). For sense-making, the receiver has to interpret the image. Otherwise there is no information. For her to be able to do so, the sender has to connect the pictorial presentation with the receiver’s previous experiences (Peirce, 1894). The observer only interprets the image by mentally putting a word on it.

Barthes (1961) states, that an image is a reduction from reality. It is able to display elements perceived in reality. Images are instructive as the observer knows that they are “in certain respects exactly like the objects they represent” (Peirce, 1894, p. 6). Yet, it is unable to be the reality. It provides evidence of the past reality rather than the present (Barthes, 1961). Considered the only mode, image is able to best refer to reality (Barthes, 1961). “It is a message without a code (Barthes, 1961, p. 196)”. This statement can be challenged as reality is shaped by the individual. Referring to Peirce (1894), an image is produced under conditions forcing it to physically match the reality, so there is likeness between image and reality (Peirce, 1894, p. 6). In how far this is possible is questionable but exceeds the discussion of this thesis. Overall, an image creates a consciousness of “having-been-there” (Barthes, 1977, p. 159). It is a representation of reality and not reality in itself. It cannot create the feeling of “being-there” (Barthes, 1977, p. 159). The viewer only looks at it and is not physically present in the image. She needs to interpret and imagine what she perceives to create meaning. It is debatable in how far the image actually represents reality.

“We think only in signs” (Peirce, 1894, p. 9) which one should understand within the context of Peirce’s definition of signs (1894, p. 258) but these concepts of signs are changing. Hence, the original meaning of signs strongly differs to the meaning implied nowadays. The same applies for individual differences. Whereas one observer interprets an image in one way, another viewer might project a different meaning on an image. “Elements of an image can usually be read in an order shaped by the interest of the viewer (Peirce, 1894, p. 56)”. There is no grammar of understanding an image. It is characterized by the logic of space and is a combination of different modes such as color, size, the shape of elements displayed etc. (Barthes, 1961; Kress, 2009).

Yet, Barthes suggests that an image has three messages that can be analyzed (Barthes, 1977, p. 154). First, a linguistic message implies a relation of both modes. It will be touched upon later in this thesis. Second, meaning implied in an image is a coded iconic message. As an example, an image with a mother that holds her child and both are smiling might mean happiness. Third, the pure, literal description of an image is a non-coded iconic message. There is no meaning implied. Referring to the example above, the image shows a mother with her child and both are smiling. Whether an image without meaning is possible, is discussable.

1.5.3. The relation of image and text

Image and text are both socially shaped as well as read following certain practices of the user. For public communication, Westernized cultures tend to combine writing with an image (Kress, 2009). Furthermore, framing is an important criterion both modes share. It “is

essential to make meaning: without it we do not know what to put together with what and where the boundaries to interpretation are” (Kress, 2009, p. 66). White spaces or edges usually frame an image. Often, paragraphs, phrases, punctuation etc. put boundaries to text.

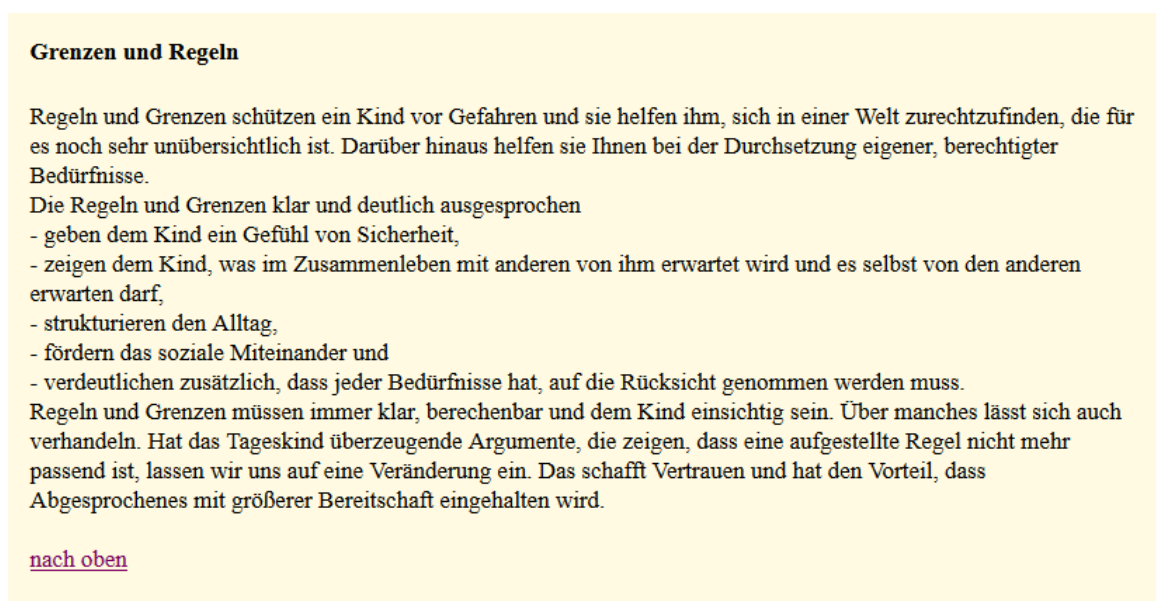


Figure 4, Framing of text


Figure 4 shows the framing of text. By providing a headline in bold, the reader knows right away where the paragraph starts. The short paragraph indicates an introduction to the topic and the bullet points suggest an overview. The link at the bottom saying “up” reflects the end of the paragraph.

Despite the earlier discussion, images are often taken as closest to reality. In contrast, it seems much more difficult to describe reality by the means of words. It “signifies something different from what is shown” (Barthes, 1961, p. 198). As suggested before, words can only signify based on stereotyped interpretations of the viewer (Barthes, 1961). If the user has no understanding of the words displayed, she cannot interpret them. Experiences of the user influence the interpretation of an image as well. It depends on the observer’s past experiences and knowledge whether she can give meaning to an image or not, just as if it were words (Barthes, 1961, p. 207). Text and image seem to be closely linked for creating meaning. An image is put into words mentally through interpretation the very moment the user starts to make sense of it; “it is only perceived verbalized“ (Barthes, 1961, p.207). Interpretation of an image seems impossible without relating it to words one understands. The other way around, if no imaginations could be connected to words, there is no information value either.

Barthes (1961) discusses three possible relations of image and text. First, text can describe the image; the user is able to quickly understand the message. Second, text can sublimate the image (Barthes, 1961, p. 204). It can add cultural information to the image; the reader is provided with further knowledge. “The closer the text to the image, the less it seems to connote it. There are most likely degrees of amalgamation” (Barthes, 1961, p. 205). Third, text and image can be combined differently: they can be separate; there is spatial distance between them. Another option is to spatially include text in the image or refer to the image in paragraphs etc.

Either way, both modes represent reality similarly. Still, they do not duplicate each others message. They can support the message sent or add information. Image and text can contradict leading to confusion. They can compensate or compromise; one mode communicates a message the other cannot express as intensively. Later on, Barthes (1977) calls this function substitution allowing "quick reading" and "lazier information" (Barthes, 1977, p. 157). Overall, these functions support to give the user a feeling of comfort. The better she understands the layout displayed, the more she feels integrated. If the user is able to comprehend the relation between image and text, she feels reassured and comfortable. (Barthes, 1961)

Bewegung

A photograph of two young children sitting in a stroller. They are wearing winter clothing, including hats and jackets. The child on the left is wearing a white hat with a pom-pom and a dark jacket. The child on the right is wearing a purple and white patterned hat and a grey jacket. They are both looking towards the camera. The stroller has a green blanket draped over the front.

Die ersten Lebensjahre sind die wichtigsten Phasen im Leben des Menschen. Der kindliche Bewegungstrieb ist natürlich vorhanden. Toben, Klettern, Hüpfen, Springen, Balancieren oder Rennen stärken nicht nur die motorischen Fähigkeiten, sondern auch die geistigen. Heute scheint das "Toben und Spielen lassen" schwieriger zu sein als in unserer Jugend. Doch vielen Kindern fehlt heute Bewegung, obwohl sie das Herumtollen brauchen, um sich rundum gesund zu entwickeln. Was können wir tun? Zeigen wir, dass es Spaß macht, aktiv zu sein. Herumtoben drinnen und draußen mit Freunden, mit der Familie, mit der Tagesmutter. Rennen, Ball spielen, Schaukeln, Rutschen, Balancieren, Klettern oder Verstecken; dabei wird keinem langweilig. Da draußen die Bewegungsmöglichkeiten so vielfältig sind, werden wir bei möglichst jedem Wetter nach draußen gehen. (Daher benötigt jedes Kind wettergerechte Kleidung - Matschhose, Regenjacke, Gummistiefel.)

Aber auch drinnen muss die Bewegung nicht zu kurz kommen. Mit einfachen Zutaten können sich die Kinder auch in den Spielzimmern austoben: Kissen, Decken, ein Stuhl, ein auf den Boden gelegtes Seil... Hüpfen, Krabbeln, Springen - das klappt auch "indoor". Klar geht es manchmal auch laut und turbulent zu, aber die Kinder brauchen das Austoben und können sich anschließend umso konzentrierter ruhigeren Spielen widmen.

Kinder können auch sehr gut abschätzen, was sie sich bereits zutrauen und was sie versuchen möchten. Wir erlauben den Kindern, ein etwas größeres Risiko beim Klettern, Ausprobieren und Balancieren einzugehen. Sie dürfen auf Bäume klettern, auf Stühle steigen, oder auch Werkzeuge benutzen. Selbstverständlich ist immer eine Tagesmutter bzw. Betreuerin in der Nähe, um zu helfen, wenn die Kinder sich einmal nicht weiter trauen.

Figure 5, Image and text supporting each other

Figure 5 reflects how image and text can support each other within layout. Starting at the top left, the observer reads the headline *Bewegung* ("movement") followed by the image. Two children in strollers support the message of the headline. The text on the right and around the image explains it even further. It is rather easy for the user to follow and understand the meaning of this screenshot.

As mentioned earlier, Barthes (1977) suggests that an image has three different messages: a linguistic message, coded iconic message and a non-coded iconic. The linguistic message could be caption, a title etc. presented as text combined with an image. Text helps to identify the situation presented and guides the focus (Barthes, 1977, p. 156). Depending on the layout of image and text, the reader pays attention to the varying modes differently. With this said, this thesis aims at investigating how image and text draw attention differently when looking at the target website and how they need to be arranged in a way that the reader considers it appealing.

As image and text can be combined in various ways, their level of conscious awareness when presented to the user differs. Hence, the influence of layout on the individual changes. To conclude, one should take care to not simply combine the features of an image and text. Instead of adding features of image and text to one another, one should analyze layout as an independent mode having its own features and functions (Kress, 2009).

1.5.4. Layout within the context of multimodal communication

As taken by the author, layout can be defined as the mechanics of the arrangement of the elements of image and text in the two dimensional space¹. An example is the set up of text or image. A similar term is composition with a related definition: Establishing the style of image or text by combining its components to a certain appearance is composition¹. It often talks about aesthetics of elements displayed; do components balance and harmonize with each other? Layout looks at rational terms of attention: does the arrangement of elements grab the attention of the reader?

Based on Kress and Van Leeuwen (2003), there are three different values applicable to online layout of text and image (pp. 183-184).

- (1) Information value defined as the arrangement of image and text in a certain way
- (2) Salience defined as different degrees of attracting the user based on the layout of image and text on a website
- (3) Framing defined as the opportunity to connect elements with one another; the absence of frames disconnects them

In their book *Reading Images* (2003), Kress and Van Leeuwen discuss that one should look at layout as a separate mode along with image and text as two modes rather than the layout being the sum. They argue that spatial composition is a relevant integration code for text. They present a set of criteria: “given” and “new”, “ideal” and “real”, “centre” and “margin”.

Both authors mostly discuss printed layout. However, it is also applicable for layout analysis on websites. One of many differences is dynamics. Whereas printed layout is static, online layout is much more flexible. The user can enter a website from any part within. Printed layout tends to have a clear reading path. In addition, the format differs. For example, printed layout of books is often in portrait format whereas online layout is in landscape format (Layout on mobile devices can then again vary strongly.). Several other differences can be discussed but are disregarded due to the scope of this thesis.

“All cultures work with margin and centre, left and right, top and bottom, even if they do not all accord the same meanings and values to those spatial dimensions” (Kress & Van Leeuwen, 2003, p. 199). As an example, a series of images can create meaning differently: A first image shows an infant crying. Second, the mother approaches. Third, she gives a pacifier to the her child; the infant stops crying. A culture that reads from left to right understands it exactly in the order presented above. Another culture however, reads it the opposite: First, the infant is quiet having a pacifier. Second, the mother pulls it out. Third, the infant starts crying. To conclude, the arrangement highly depends on the reading path of the user. Directionality

¹ Inspired by Oxford Dictionaries

can be found in every culture. Moreover, every individual is drawn to some elements over others. Layout of image and text influences the interpretation of what one perceives.

(1) Given and New

Kress and Van Leeuwen (2003) divide layout by the vertical axis. The left side of layout, “given”, usually displays what is known to the user (Kress & Van Leeuwen, 2003, p. 187). It provides security, comfort and familiarity and is often filled by text. The right side presents what is “new” to the reader and needs more attention, often used for images. It can be compared to a wave as one reads from left to right, understanding known ideas first to end with new ideas. Kress and Van Leeuwen state their research as an ideological idea (Kress & Van Leeuwen, 2003, p. 187) that can trigger different responses for different target audiences (Kress & Van Leeuwen, 2003, p. 190).

Freispiel



Freies Spielen fördert die soziale, emotionale, kognitive und motorische Entwicklung der Kinder. Wir schaffen entsprechende Rahmenbedingungen und geben Anregungen, indem wir Themen und Interessen der Kinder aufgreifen und diese durch weitere Informationen oder Bereitstellung besonderer Materialien bereichern. Im Freispiel können Kinder experimentieren, verschiedene Rollen erproben, Kreativität und Vorstellungskraft entwickeln und neu erworbene Fähigkeiten praktizieren. Sie lernen mit anderen Menschen in angemessener Weise zu kommunizieren, Konflikte zu bewältigen, Gefühle auszudrücken und neue Aufgaben auszuführen. Im freien Spiel werden Kinder also auf vielfältige Weise kompetent und entwickeln Fähigkeiten, die sie benötigen, um später ein selbständiges und selbstverantwortliches Leben führen zu können.


Figure 6, Screenshot of the current target page displaying the use of “given” - “new”

Figure 6 is an example of Kress and Van Leeuwen’s the idea of “given” and “new”. Opposite to their statement though, the image is on the left, “given”. It shows what is known to the reader: two children playing. The right side, “new”, includes text. It provides further explanation.

(2) Ideal and Real

“Ideal” and “real” usually create contrast between the upper and lower part along the horizontal axis. The former reflects “emotive appeal and shows us what might be” and the lower area displays “more informative and practical [information], showing us what is” (Kress & Van Leeuwen, 2003, p. 193). Layout can do this by a line dividing the two, by white space and frames. Again, patterns developed depend largely on the target audience.

Das machen wir..
[Eingewöhnung](#) | [Freispiel](#) | [Bildungsbereiche](#) | [Grenzen und Regeln](#) | [Zusammenarbeit mit Eltern](#) | [Portfolio](#) | [Tagesablauf](#)



Erstes und wichtigstes Ziel unserer Arbeit mit den Kindern ist es, dass sie sich bei uns erwünscht, sicher und geborgen fühlen. Unser Hauptanliegen besteht darin, kompetent und liebevoll die Entwicklung der Kinder zu eigenverantwortlichen und gemeinschaftsfähigen Persönlichkeiten zu unterstützen.
Wir begreifen die Kinder dabei als vollwertige Menschen, die wir respektieren und wertschätzen. Dementsprechend steht im Vordergrund unserer Pädagogik das Kind mit seiner Persönlichkeit, seiner Entwicklung, seinen Erfahrungen und Erlebnissen wahrzunehmen und zu fördern.
Die Erziehung orientiert sich an den individuellen Bedürfnissen der Kinder nach einer ausgeglichenen Abwechslung aus Zuwendung und Abstand, Geborgenheit und Freiheit, Bewegung und Ausruhen.


Figure 7, Screenshot of the current target page showing the use of “ideal” - “real”

Figure 7 gives an understanding of “ideal” and “real”. Two images are in the upper part supporting “what might be” and the text is below as it is the more practical information.

(3) Centre and Margin

An element can also be in the centre of the page surrounded by a variety of objects. They can interact differently. As an example, layout can create distinctions using white spaces (Kress & Van Leeuwen, 2003, p. 206). To which degree they stand out, depends on size and salience of the central element. Even when the centre is empty, it can emphasize margins. Often margins are similar to each other. Otherwise, they underline the former values explained.

Bewegung



Die ersten Lebensjahre sind die wichtigsten Phasen im Leben des Menschen. Der kindliche Bewegungstrieb ist natürlich vorhanden. Toben, Klettern, Hüpfen, Springen, Balancieren oder Rennen stärken nicht nur die motorischen Fähigkeiten, sondern auch die geistigen. Heute scheint das "Toben und Spielen lassen" schwieriger zu sein als in unserer Jugend. Doch vielen Kindern fehlt heute Bewegung, obwohl sie das Herumtollen brauchen, um sich rundum gesund zu entwickeln. Was können wir tun? Zeigen wir, dass es Spaß macht, aktiv zu sein. Herumtoben drinnen und draußen mit Freunden, mit der Familie, mit der Tagesmutter. Rennen, Ball spielen, Schaukeln, Rutschen, Balancieren, Klettern oder Verstecken; dabei wird keinem langweilig. Da draußen die Bewegungsmöglichkeiten so vielfältig sind, werden wir bei möglichst jedem Wetter nach draußen gehen. (Daher benötigt jedes Kind wettergerechte Kleidung - Matschhose, Regenjacke, Gummistiefel.)

Aber auch drinnen muss die Bewegung nicht zu kurz kommen. Mit einfachen Zutaten können sich die Kinder auch in den Spielzimmern austoben: Kissen, Decken, ein Stuhl, ein auf den Boden gelegtes Seil... Hüpfen, Krabbeln, Springen - das klappt auch "indoor". Klar geht es manchmal auch laut und turbulent zu, aber die Kinder brauchen das Austoben und können sich anschließend umso konzentrierter ruhigeren Spielen widmen.

Kinder können auch sehr gut abschätzen, was sie sich bereits zutrauen und was sie versuchen möchten. Wir erlauben den Kindern, ein etwas größeres Risiko beim Klettern, Ausprobieren und Balancieren einzugehen. Sie dürfen auf Bäume klettern, auf Stühle steigen, oder auch Werkzeuge benutzen. Selbstverständlich ist immer eine Tagesmutter bzw. Betreuerin in der Nähe, um zu helfen, wenn die Kinder sich einmal nicht weiter trauen.

Figure 8, Screenshot of the current target page indicating no use of “centre” - “margin”

Currently, the target webpage does not use “centre” and “margin” actively; see Figure 8. Instead, layout often contains images in the “ideal” and “real” or “given” and “new” areas.

(4) Saliency

Saliency reflects the different degrees of attracting the user based on the layout of image and text on a website. According to Kress and Van Leeuwen (2003), text has the basic function to integrate elements within layout. It can frame and align objects within their textual context. Hence, different degrees of saliency create hierarchy and sort elements. Repetitions add up to a cycle that often reinforces. The judgement of saliency is very subjective though (Kress & Van Leeuwen, 2003, p. 212). The interaction of elements influences interpretation and draws attention differently. Yet, there are similarities between individuals. The two influencing factors for perception, rhythm and balance, give individuals the ability to physically coordinate in time and space and they influence perception of aesthetics (Kress & Van Leeuwen, 2003, p. 214).

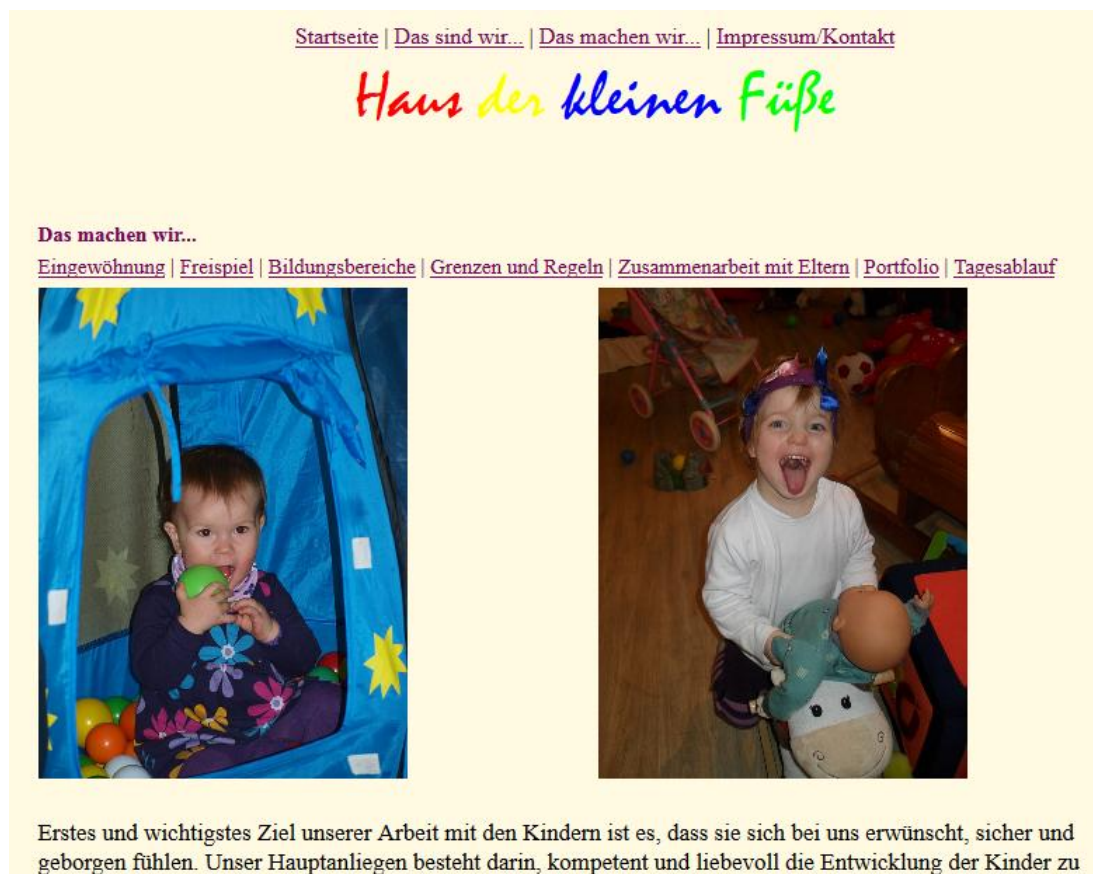


Figure 9, Screenshot of the current target page showing salience

The most salient element in figure 9 might be the logo followed by the two images. Least salient is possibly text.

(5) Framing

Framing talks about separating or integrating certain elements with each other. The more they are separated, the stronger is the framing, and vice versa. Spaces can be distinct rather than vague, integrating components to become one unit. It can vary from using lines, discontinuities of space and color, white spaces and repetitions of colors throughout one page. “Given” and “new” as well as “centre” and “margin” tend to have weaker frames than “ideal” and “real” (Kress & Van Leeuwen, 2003). If image and text are next to each other, they aim at integrating by explaining each other or adding to one another. Same applies for “centre” and “margin”. Considering “ideal” and “real”, their frame is much stronger; it usually supports a clear cut between image and text through e.g. white space.



Figure 10, Screenshot of the current target page reflecting one possibility of framing

Figure 10 is an example of framing on the target website. The headline and text surround the image indicating that they add to it. The edge of the image and white space frame the text.

(6) Linear vs. Non-linear

In general, the reading path of the user depends on saliency: attention follows from what the user identifies as the most salient element to the least. Often, the starting point is an image or a headline. Among the different types of reading paths, a non-linear reading path makes reading quick and scanning possible due to many sub-headings. New technologies often encourage it (Kress & Van Leeuwen, 2003, p. 222). Circular reading implies to read outwards from a central message to its margins. Horizontal reading involves moving right to left or left to right. Vertical reading implies a hierarchy from general to specific. Nowadays, the degree to which the reader is taken by the hand diminishes. Often, flexibility is high and the reader decides herself where to start. Still, the sender implies logic and does not randomly construct.

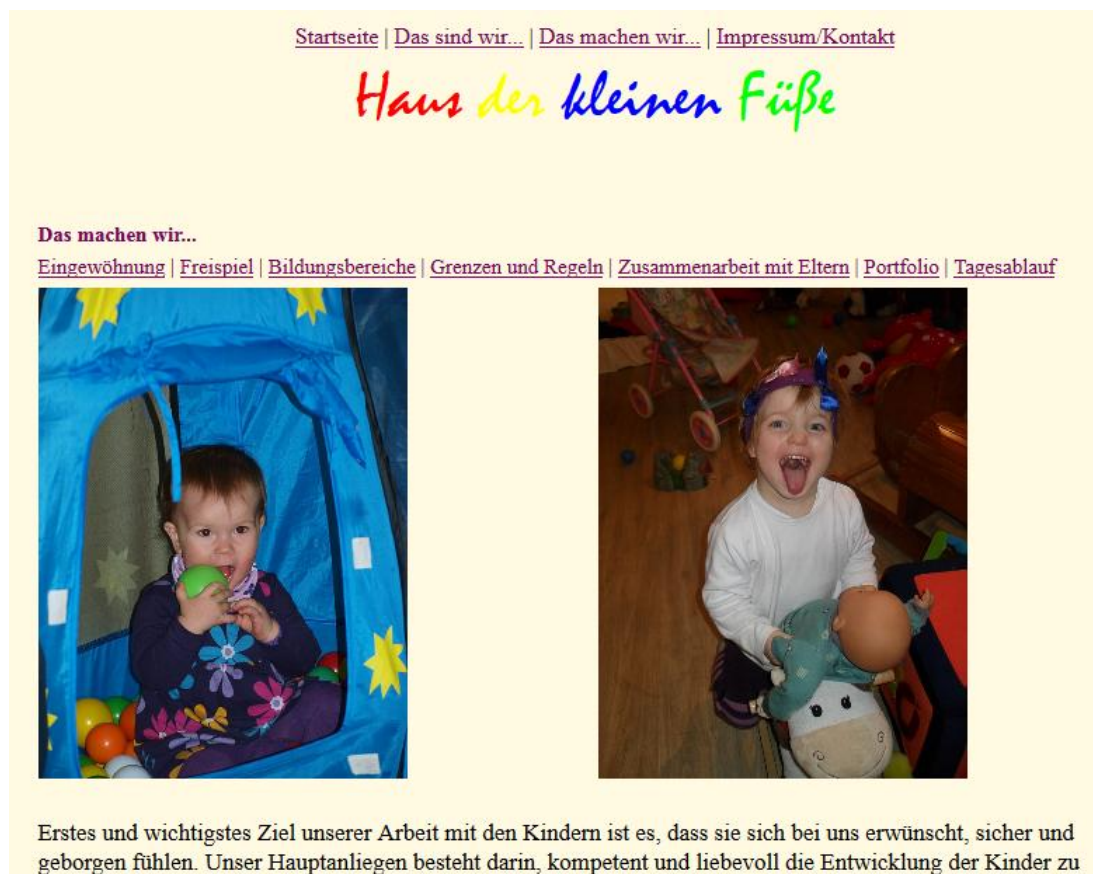


Figure 11, Saliency on the current target page

Figure 11 is an example of a linear reading path. The most salient element is probably the logo; therefore, the reader starts at the top of the page. Next, the images draw attention; the reading continues below. Afterwards, the user focuses on the text which follows at the bottom. Overall, the user reads from top to bottom following a linear approach.

1.5.5 Designing alternative layouts

Theory discussed above frames the alternative layouts presented to the focus group and survey participants. For discussion, the researcher designed eight different alternative layouts on the basis of the original webpage and in consideration of the layout criteria provided by Kress and Van Leeuwen (2003). Layout designs combine text and image differently in contrast to the current layout. For all alternative layouts, see appendix 1 (p.60).

For simplification, the alternative layouts are static designs in the format of one PDF page. Currently, the webpage includes a variety of images, several content sections and rather detailed text descriptions. When entering the current target webpage (See Figure 12), the upper part (“ideal”) includes the logo in the centre, the navigation bar and two images. Below follows text (“real”). Further down, the target page combines text and an image with the image always on the left (“given”). The user has to scroll down to explore the content. As the specific content is not important for the layout discussion, the researcher selected the first two images and the text description positioned at the top of the page to design the alternative layouts.

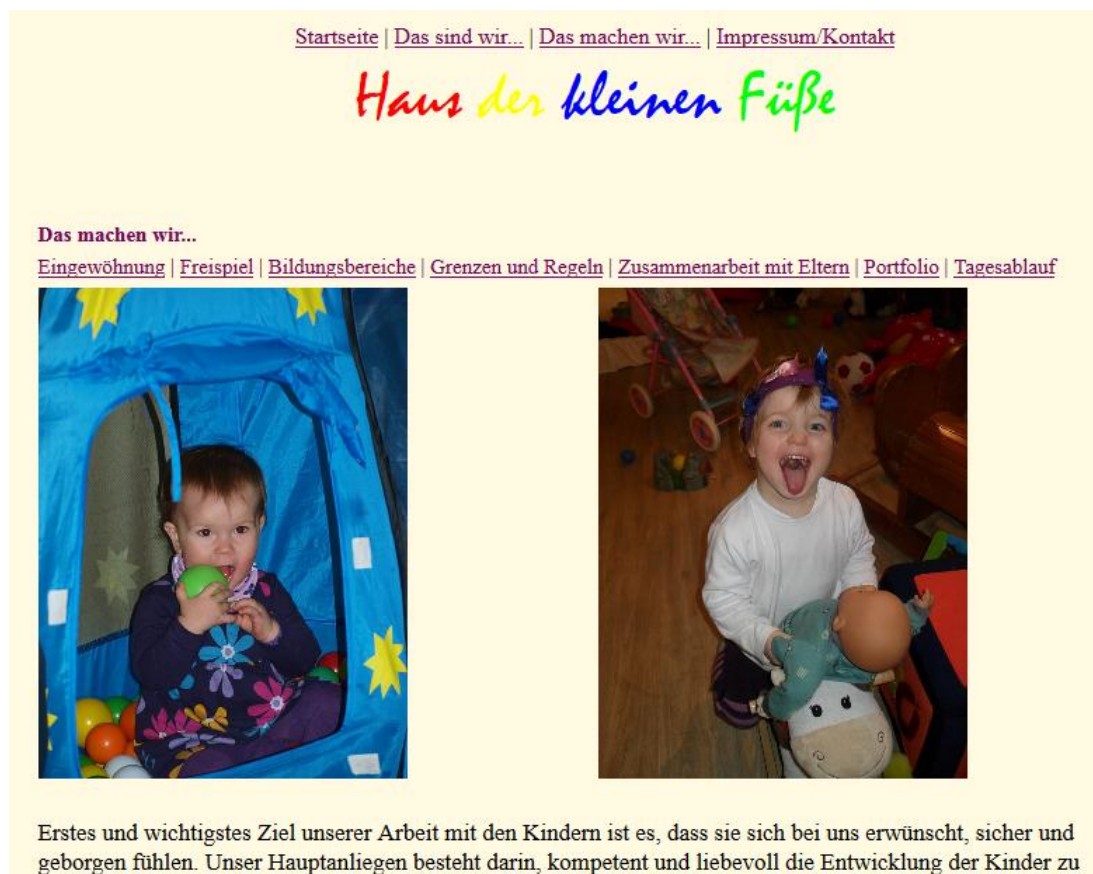


Figure 12, Screenshot of the upper part of the current target webpage

Figure 12 is a screenshot of the current target webpage. Text follows two images displayed (“real”). The upper part of the page presents the logo, navigation bar and headline (“ideal”).

In total, five alternative layouts (alternative layout 1, 4, 5, 6 and 8) include both images. Their position varies. Originally, the picture on the left (“given”) shows a boy and the one on the right (“new”) a girl. Most designs display it that way. Yet, one alternative layout switches the position of the images to investigate whether it influences the user or not.

Referring to Kress and Van Leeuwen’s (2003) dimensions, the researcher took the following six measures to design the alternative layouts:

- The left side of the page (“given”) vs. the right (“new”)

Except for alternative layout seven, all designs explore this dimension. Most of them (alternative layout 1, 4 and 5) have the images diagonal to each other. In contrast, layout eight shows both images on the same height.



Figure 13, Alternative layout 1 used in the focus group discussion

As an example, one of the layout designs (See Figure 13) displays both images, one on the left (“given”) and one on the right (“new”), and text in between. Paragraphs flow around both images. The middle (“centre”) of the upper part (“ideal”) of this alternative contains the logo.

To fully explore the implication of left (“given”) and right (“new”), alternative layout two includes one image on the left (“given”) only. Alternative layout three reverses it. Also, four designs (alternative layout 4, 5, 6 and 8) place the logo on the left (“given”).



Figure 14, Alternative layout 2 used in the focus group discussion

Figure 14 includes one image only. It combines text paragraphs on the right (“new”) with one image next to it on the left (“given”). The logo is central (“centre”).

- The upper part (“ideal”) vs. the lower section of the page (“real”)

Further studying the impact of using the upper (“ideal”) and lower (“real”) parts of the page, four designs change the arrangement of image and text in these areas (alternative layout 4, 5, 6 and 8). They are either placed above text (alternative layout 5), below text (See Figure 15) or more integrated into the text (alternative layout 4 and 6).

[Startseite](#) | [Das sind wir...](#) | [Das machen wir...](#) | [Impressum/Kontakt](#)


Haus der kleinen Füße

[Das machen wir...](#)

[Eingewöhnung](#) | [Freispiel](#) | [Bildungsbereiche](#) | [Grenzen und Regeln](#) | [Zusammenarbeit mit Eltern](#) | [Portfolio](#) | [Tagesablauf](#)

Erstes und wichtigstes Ziel unserer Arbeit mit den Kindern ist es, dass sie sich bei uns erwünscht, sicher und geborgen fühlen. Unser Hauptanliegen besteht darin, kompetent und liebevoll die Entwicklung der Kinder zu eigenverantwortlichen und gemeinschaftsfähigen Persönlichkeiten zu unterstützen. Wir begreifen die Kinder dabei als vollwertige Menschen, die wir respektieren und wertschätzen. Dementsprechend steht im Vordergrund unserer Pädagogik das Kind mit seiner Persönlichkeit, seiner Entwicklung, seinen Erfahrungen und Erlebnissen wahrzunehmen und zu fördern. Die Erziehung orientiert sich an den individuellen Bedürfnissen der Kinder nach einer ausgeglichenen Abwechslung aus Zuwendung und Abstand, Geborgenheit und Freiheit, Bewegung und Ausruhen.

Eingewöhnung



- Tagesmutter und dem Kind sowie zwischen der Tagesmutter und den Eltern. Daher ist es uns sehr wichtig, dass das Kind langsam an die Betreuung herangeführt wird, um den Trennungsschmerz zu überwinden
- und die Trennung zu akzeptieren und zu verarbeiten. In enger Kooperation mit den Eltern achten wir auf eine behutsame und individuelle Eingewöhnung, um den Kindern einen guten Start zu ermöglichen.
- Hierbei orientieren wir uns am "Berliner Modell"




Figure 15, Alternative layout 8 used in the focus group discussion

- The centre and its margins

Alternative layout six includes one image in the centre of text. Four designs (alternative layout 1, 2, 3 and 7) position the logo centrally.

- Saliency which refers to the most attracting element to the least attention getting

The size of images varies in order to investigate the saliency of elements. Whereas some alternatives include rather large images (alternative layout 1, 2 and 3), others display more text and smaller images (alternative layout 4, 5, 6 and 8). Alternative layout seven includes no image and text only.



Figure 16, Alternative layout 7 used in the focus group discussion

- Framing looking at the integration of elements

As mentioned previously, images and text are integrated differently. As an example, alternative layout two and three frame one image with one paragraph next to it. Most designs (alternative layout 2, 3, 4, 6, 7 and 8) place the logo and navigation bar above image(s) and text; others (alternative layout 1 and 5) do not include such a clear distinction and the logo, navigation bar and text description flow around the images.

- A linear vs. non-linear reading path which is based on salience and framing

Based on salience and framing, the reading path might change throughout the alternative layouts. The data analysis investigates in how far the user's reading is influenced by changes applied.

Overall, the alternative layouts balance all measures mentioned by Kress and Van Leeuwen (2003) and provide the opportunity to discuss their influence on the layout perception of the user. Taking advantage of arranging image and text differently based on Kress and Van Leeuwen's (2003), the researcher can analyze the importance of a changing layout of image to text for the target user of the case example.

II. Focus Group

A focus group and follow up questionnaire identify measures influencing the layout perception of image and text of the target users. The following section presents the steps taken to conduct the focus group and the analysis of its results.

The author chose to discuss the target webpage which is the third page within the target website. First, the user enters the homepage. The second navigation refers to a page introducing the owner and employees. The third page is the page chosen: it presents what the childcare does in detail. The researcher decided to take this page for discussion as she took it having the highest information load both in picture and text. Presenting what HDKF does

specifically, she assumed that this is the content parents should be most interested in. However, while discussing the target page, the participants were uncertain to some degree. They had difficulty discussing the layout of the target page because they did not see the entire website before. In order to focus on layout only, the researcher decided to not go through the content of the website and webpage at all. Group members only knew the main headline and message of the target page. As she sensed missing understanding, she went back through the entire website with all participants to give them a better understanding of information displayed.

The focus group gives insights into the core meanings shaping the interpretation of the arrangement and relation of image and text of the target group. Five participants discuss several layout versions and provide information about relevant variables parents look for on the target website. The target group participants live in the area of the Ruhr valley of Germany, aged 27-46. Members of the focus group are of two sub-groups: three members are current customers and two members are potential customers of HDKF having an interest in signing their child up with the institution. Both have close existing connections to HDKF already. Parents participating were selected through the contacts of the owner. A guide of basic interview questions provides a fundamental structure asking about topics of interest to motivate a discussion of participants. The interview group gives the opportunity to draw relevant variables from their answers to investigate these in a survey conducted afterwards. The focus group took place face to face in the daycare itself. As the researcher is originally not from the area of the Ruhr valley, she relies on support of her sister. Hence, location options were limited. Possibly, participants were negatively influenced by discussing HDKF in the facilities of HDKF. As an example, it may be that the kept criticism to themselves as they knew that the employees of HDKF were next door. However, the researcher provided them with drinks and snacks to support a comfortable environment. The participants of the focus group were unfamiliar with the researcher which reduces one potential source of bias.

A checklist provides an overview of relevant steps to take to minimize the risk of missing out on relevant content while preparing the focus group (See Appendix 2, p.62). One step is to prepare an interview guide (See Appendix 3, p.62 and 4, p.63). The interview guide derives from the literature discussed above. Carey & Asbury (2012) give the approach taken to design the focus group. To start, they suggest to think of no more than three to four main questions.

III. Focus Group Analysis

This part aims at investigating the findings of the focus group discussion (See Appendix 5, p. 65). The methodology for analyzing qualitative data is based on Mayring (2008). To fully explore the topic without limiting the interviewees in their thoughts, the focus group involves semi-structured questions. Interview questions follow the interview guide. Key terms derive from key questions. They serve as a basis for segmenting the analysis. Then, keywords arrange core statements. The researcher used *QDA Miner 4 Lite*² for the analysis. Once she transcribed the focus group, Mayring (2008) suggests the following steps:

² <http://provalisresearch.com/products/qualitative-data-analysis-software/freeware/>

a. Paraphrasing

The first step includes removing all irrelevant text paragraphs that are either repetitions or decorative and translate context into a standardized language that can be transformed into the shortest version possible.

Table 1, Example of original data

<i>Bild(er)</i> ("image(s)")
Vorschau ("preview")
T5: <i>Also ich würde immer gerne sehen, wer, also wer da arbeitet, damit ich schon mal so ein BILD hab.</i> ("I would always like to see who works there, so I get a picture of it.")
T3: <i>Na die Aktivitäten am besten im BILD.</i> ("Activities are best shown in images.")
T5: <i>Das würde ich zum Beispiel, der oben der Text war sehr lang aber jetzt so zu jedem kleinen BILD, ne, das ist doch</i> ("There I would for example, the text above was really long but an images for each paragraph, right?")

Using *QDA Miner 4 Lite* for coding, Table 1 lists all relevant sentences that were transported into an excel sheet. A second column contains shortened phrases with their main message.

b. Generalizing

Secondly, for a better understanding of the most important statements, Table 2 generalizes keywords to the same abstractive level. Deleting irrelevant content isolates the main messages at the same time.

Table 2, Example showing the generalization of codes

Generalisierung ("Generalizing")
<i>Möchte Bild der Mitarbeiter aufder Internetseite sehen</i> ("Would like to see images of employees")
<i>Möchte Aktivitäten der Kinder im Bild aufder Internetseite sehen</i> ("Would like to see images of activities of children on website")
<i>Mag Bild mit kurzem Paragraphen dazu</i> ("Likes an image witha short text paragraph")

c. First Reduction

Afterwards, one deletes paraphrases that state the same as well as paraphrases that are not important anymore on the new abstractive level. The first reduction simplifies and keeps central statements for a second reduction (See Table 3).

Table 3, Example illustrating reduction 1 of codes

Reduktion 1 ("Reduction 1")
<i>Bild der Mitarbeiter aufWebauftritt gewünscht</i> ("Like images of employees on website")
<i>Bild der Aktivitäten aufWebauftritt gewünscht</i> ("Like images of activities on website")
<i>Bild mit kurzer Beschreibung gewünscht</i> ("Like images with short description")

d. Second Reduction

Last but not least, a fourth step bundles remaining statements together and analyzes regarding their relevance a second time (See Table 4). A summary reflects final constructions.

Segmented by codes identified previously, short descriptions summarize what has been said regarding key terms coded.

Table 4, Example showing reduction 2 of codes

Reduktion 2 ("Reduction 2")
<i>Bild rechts = Endpunkt</i> ("Image right = end")
<i>Bild mit Abstand zum Logo</i> ("Image with distance to logo")
<i>Bild zentral: stört + Text nicht gelesen</i> ("Image central: irritates + won't read text")

As reduced statements are structured based on core questions that shall be answered, a vivid overview can be made. First, a summary provides key terms and key questions (See Table 5 and Table 6). Second, an analysis of key terms follows. Once the focus group is fully studied, the researcher takes results to design the questionnaire.

Table 5 presents original keywords in German followed by their English translation³.

Table 5, Keywords used for the analysis

<p><i>Keywords</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Layout</i> (“layout”) and its synonyms <i>Verhältnis</i> (“relation”), <i>Gestaltung</i> (“design”) ▪ <i>Bild</i> (“image”) as well as <i>Foto</i> (“photo”), <i>Blick</i> (“view”), <i>Logo</i> (“logo”) ▪ <i>Text</i> (“text“), <i>Info</i> (“Information“), <i>Überschrift</i> (“headline“), <i>Schrift</i> (“font“), <i>Abschnitt</i> (“paragraph“), <i>Absatz</i> (“paragraph“), <i>Satz</i> (“sentence“), <i>Sätze</i> (“sentences“)
--

This thesis addresses key questions (See Table 6) based on the key terms (See Table 5). Key questions refer back to the leading questions presented earlier (See 1.3, p.7).

Table 6, Key questions used for the analysis

<p><i>Key Questions</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ How can the target webpage be restructured in terms of the arrangement of image and text as well as the relation of image to text to be more appealing to its target group? ▪ What are the expectations of image and text in relation as well as arrangement when looking at the target website? Does layout matter after all? ▪ When looking at the target website, what attracts first? What influence does a change in arrangement of image and text and relation of image to text have on the user? ▪ What is the optimal arrangement and relation of image and text on the target website for the target group?

Overall the focus group lasted 35 minutes and was rather calm and comforting. Most of the time all group members agreed to statements made within the group. Only few times some participants expressed their opinion others did not react to. Participants did not discuss these contributions further. After all, there was hardly any disagreement.

When further focusing on contributions made, the researcher noticed a division between participants. Group members already familiar with HDKF, T3, T4 and T5, were noticeably

³ The translation is based on the author.

more involved than the two group members, T1 and T2 that have interest in signing their children up for care. T1 and T2 contributed 47 times all together. Especially T1 hardly ever contributed, ten times only. They are fresh mothers and do not have experience with deciding for a childcare, yet; as a result, they may have contributed few times only.

In contrast, T3, T4 and T5 have children taken care of in a childcare. Hence, they did some research on childcare institutions before. They participated much more. While T4 contributed 52 times, T5 made statements 78 times and T3 even 88 times. All in all, they participated 218 times being fairly active. In addition, they are familiar with HDKF and the owner. Even though they contributed rather intensively, they might have kept critical feedback to themselves in order to protect her as they will interact in the future. Even though every attempt was made to ensure that confidentiality maintains, the risk remains that the owner of the childcare recognizes participants by contributions discussed in this thesis. Furthermore, the author is the sister of the owner. This might affect some participants in a way to hold back information as well.

As a result of the discussion, the participants stated that the structure of the homepage of the target website is logical to them and they perceive it as very appealing. The arrangement and relation of image and text is attractive to them and motivates them to proceed exploring the website. The first impression of the homepage was crucial to the group members. Apparently the author decided to discuss a webpage that is not most important to the members of the focus group.

3.1. *Layout* (“layout”) (19)

The researcher was the only one that used the term *Layout* (“layout”). She used it to describe and explain the aim of the thesis; none of the focus group participants spoke of *Layout* (“layout”). Synonyms are *Verhältnis* (“relation”) (5) and *Design* (“design”) (1). Again, only the researcher used both terms to explain the purpose of the focus group discussion.

3.2. *Bild(er)* (“image(s)”) (21)

Within the context of the arrangement of the target website, participants mainly mentioned *Bild(er)* (“image(s)”) to express their preferences. When looking at their expectations, one group member suggested that *Bild(er)* (“image(s)”) of the employees should be present. Additionally, the website should display activities offered by the childcare (2). *Bild(er)* (“image(s)”) with a brief description attract, especially when presenting the daily routine of the childcare (4). Each topic should include at least one *Bild* (“image”). Mentioned by one participant, the interpretation of *Bild* (“image”) depends on its format.

Discussing the visual expectations of *Text* (“text”), all participants perceived the wording as too small and prefer a larger font size. This point was rather present throughout the focus group discussion and seemed to be an important factor influencing the interpretation of image and text relation.

Further exploring the optimal arrangement of image and text, participants would like a layout placing text next to the image (4). A new *Absatz* (“paragraph”) should follow the *Bild* (“image”) instead of flowing around it. All agreed that it is eye-catching to arrange the *Bild* (“image”) on the left side of the page and the *Text* (“text”) on right side. However, if it is

reversed, participants suggested that they would perceive it as appealing as well. One group member mentioned that having the *Bild* (“image”) on the right and the *Text* (“text”) on the left provides the reader with a “clear cut” as she reads towards the *Bild* (“image”). It indicates an end of *Sätze* (“sentences”) and *Absatz* (“paragraph”). As a conclusion to this discussion, participants agreed that they perceive it as appealing to have *Bild(er)* (“image(s)”) switch in position throughout the page. The page could start with *Bild* (“image”) on the right and text to its left. The second *Absatz* (“paragraph”) could then have the *Bild* (“image”) on the left and text to its right etc. If *Bild* (“image”) was placed in the middle of the page, all participants perceived the page as disturbing. Additionally, they discussed the placement of *Logo* (“logo”). The focus group members prefer some spatial distance between *Logo* (“logo”) and *Bild(er)* (“image(s)”). Otherwise, they interpreted it as confused.

Further reflecting on the desired relation of image and text, participants agreed that they like it balanced. When asked to specify balanced, one stated about one third *Text* (“text”) in relation to two thirds *Bild* (“image”), in number she said “70% for *Bild* (“image”) and 30% *Text* (“text)”. The other participants agreed. However, one group member suggested *Bild(er)* (“image(s)”) should not be too large as they occupy a lot of storage. Still, an attractive *Bild* (“image”) motivates to read; hence, it is crucial in presentation. It depends on the aim of the specific page. Displaying activities and routines, many *Bild(er)* (“image(s)”) are supportive. Providing organizational information and the vision of the childcare, fewer *Bild(er)* (“image(s)”) are adequate.

A synonym for *Bild* (“image”) is *Foto(s)* (“photo(s)”) (7). Discussions were very similar to *Bild* (“image”). One group member mentioned the concept of the Golden Triangle⁴ (Walser, 2013, pp. 69-70). On layout alternatives showing two *Foto(s)* (“photo(s)”) and *Logo* (“logo”), she noticed it. She seemed to have some further knowledge about it and suggested it several times (4). The other participants agreed with her all of the time. “The *Foto(s)* (“photo(s)”) and *Logo* (“logo”) are best arranged when in the Golden Triangle” meaning that the *Logo* (“logo”) and two *Foto(s)* (“photo(s)”) should be placed in it.

Bild(er) (“image(s)”) showing the children during their daily activities draw attention. The current webpage includes two *Foto(s)* (“photo(s)”) in the upper part of the page. Most alternative layouts include them as well. One participant mentioned that she prefers the first *Foto* (“photo”) over the second. This was not agreed on by the rest of the group.

Another term used when speaking about visual representation is *Blick* (“view”) (2). It refers to what the user sees within one page, no scrolling or head movements needed. All parents agreed that they look for an overview of the most important information once they enter the website for the first time. This information should be in bullet points and easily accessible (3).

Discussing the flow of reading, participants mentioned *Logo* (“logo”) (3) the first time. Regarding to all participants, they were interested in *Bild(er)* (“image(s)”) first. Second, they looked at *Logo* (“logo”). Third, the *Überschrift* (“headline”) caught their attention.

⁴ The concept of the Golden Triangle is inspired by the Golden Rectangle which is based on the idea of the Golden Ratio. Two parts are in the Golden Ratio if their ratio equals the sum of the two parts to the larger part. Are elements (or parts within one element) designed in the Golden Ratio it is considered aesthetic. Inspired by this idea, are elements placed in an isosceles triangle, it is appealing to the user.

As the discussion went on and several layout options were discussed, the group members kept repeating that the *Logo* (“logo”) should be placed in the centre of the webpage’s headline. They did not like it in the left corner. In addition, one group member noticed that the *Schrift* (“font type”) of the *Text* (“text”) does not match the font type of the *Logo* (“logo”). Participants considered it distracting.

Last but not least, when asked how they would like to see the page designed, one group member proposed to have the feet as part of the *Logo* (“logo”) throughout the entire text presentation of the page. Only she mentioned it and found no further support. The researcher takes it as an idea for the owner of HDKF to consider.

3.3. *Text* (“text”) (21)

Participants did not know specifically what the context of the target page was. As the aim was to discuss the layout of image and text, the researcher decided not to clarify the exact content of the page. Realized during the discussion, group members would have had less difficulty judging the layout if they had know the content beforehand.

The focus group mentioned *Text* (“text”) and *Bild* (“image”) equally often. First brought up when expressing what information should be presented as text, participants stated that they expect “organizational information and image descriptions” (7). Furthermore, they perceived the webpage discussed as “too text heavy” and would like less text, preferably in bullet points. “It opens up the visual perception of the page (3)”.

When discussing the arrangement of *Text* (“text”), all participants agreed that they like to see “*Text* (“text”) on the right and *Bild(er)* (“image(s)”) on the left”. Still, when designed the other way around, group members believed readers are more likely to go through the text. One participant suggested that the arrangement depends on the format of *Foto(s)* (“photo(s)”) used: If the *Bild* (“image”) display is in portrait as opposed to landscape format, *Text* (“text”) can be placed next to the *Bild* (“image”); if the *Bild* (“image”) design is in landscape format, *Text* (“text”) might be placed best below the *Foto* (“photo”). Additional factors influencing the perception of layout on a page are content and style of writing. The focus group indicated that parents expect *Bild* (“image”) and *Text* (“text”) to be displayed differently depending on the page and its communicative goal. As an example, if a page talks about the philosophy of an organization, they would like to see more *Text* (“text”). If a page aims at presenting premises and the environment, they would like to see more *Bild(er)* (“image(s)”). Same applies for the style of writing. They prefer more *Text* (“text”) if it is “casual” and interesting. If *Text* (“text”) gives an overview only, it should be short and compact. As mentioned above, the group members had difficulties judging the arrangement of image and text at the beginning as they were unfamiliar with the specific content.

However, they did come to the conclusion that they would like to see larger *Überschrift(en)* (“headline(s)”). Currently, the *Überschrift(en)* (“headline(s)”) have the same font size as the text descriptions. Participants prefer a visual distinction between *Überschrift(en)* (“headline(s)”) and *Text* (“text”) description by different font sizes and colors. One suggested including the colors of the *Logo* (“logo”) in the headlines. Overall, they wish for a more colorful *Layout* (“layout”); all agreed. They repeated that the font type should be more playful

as well (2). They perceived the current font type as “boring” and not engaging. As tested in three different browsers (Mozilla Firefox, Explorer and Google Chrome⁵), the font is the same in all of them. All in all, group members want less *Text* (“text”) on the page describing what HDKF does. The page talking about the vision and familiarization on the other hand can include more *Text* (“text”). Overall, participants agreed on having “not too much *Text* (“text”) and not too many *Bild(er)* (“image(s)”) either”. The website should aim for a balanced relation of the two. To the focus group members that means a relation of 70% *Bild(er)* (“image(s)”) to 30% *Text* (“text”).

Another term used when talking about the textual aspect of layout was *Info* (3) (“info”). Participants used it when stating that the first page should contain organizational content rather compactly. In addition, *Text* (“text”) is replaceable by *Schrift* (“font”) (5). Conclusions are similar to discussions above: the *Schrift* (“font”) size is too small and participants would like a larger *Schrift* (“font”) size (3). Group members perceived the *Schrift* (“font”) type as not appealing (2); all of them agreed. Yet, no one had further knowledge about the technical implications tied to the *Schrift* (“font”) type. They only mentioned their dislike of the current one. Last but not least, they prefer an alignment of *Schrift* (“font”) with the colors of the *Logo* (“logo”).

The webpage should display the *Überschrift* (“headline”) (1), being the *Logo* (“logo”) in the “centre” (3). Main results for the terms *Abschnitt* and *Absatz* (“paragraph”) (4) are that long *Absätze* (“paragraphs”) are less appealing (3); users would like more bullet points (3). One group member mentioned that she dislikes two *Absätze* (“paragraphs”) next to one image. Some participants agreed; they would perceive “one textual description for each *Foto* (“photo”)” as appealing. A short description above the *Bild* (“image”) would motivate them as well.

The final key term identified was *Satz* or *Sätze* (“sentence(s)”) (3). One participant explicitly stated that the first two *Sätze* (“sentence(s)”) have to convince her to precede reading; all agreed. As well known in journalism, the opening of the *Text* (“text”) is always the most crucial. The length of *Text* (“text”) highly depends on the quality of it. Group members like to read more if the content presented is written in high quality. Yet, they do not find even a short *Absatz* (“paragraph”) worth reading if the quality is low.

IV. Questionnaire

This section of the thesis gives an overview of the survey conducted (See Appendix 6, p.99). It explains steps taken followed by an analysis of results. The study consists of an online questionnaire about the image-text arrangement and relation aiming at 25 participants. The researcher used *SurveyGizmo*⁶. The questionnaire asked a larger set of potential users about their perception of image-text design based on literature investigated previously and the focus group results. As a starting point, the owner of HDKF, her contacts and the participants of the focus group distributed the questionnaire via social media platforms. They spread the link on Facebook, Twitter and XING and shared it in groups focusing on parents living in the area of

⁵ Retrieved May 8, 2014

⁶ <https://app.surveygizmo.com/login/v1>

the Ruhr valley of Germany using word-of-mouth. The questionnaire includes several alternative layouts of the target webpage reflecting a variety of designs of the target page. They derive from the focus group. The focus group discussion included eight alternatives. Based on findings, the researcher excluded two and re-arranged the other six. The main question to answer is how HDKF can restructure the target webpage in terms of the arrangement of image and text and the relation of image to text to better market it to its target group. Therefore, the survey questioned the liking of alternative layouts, sense-making of information and feelings involved.

The questionnaire consists of 27 questions in total and draws variables from the results of the focus group. First, it asks for basic demographical information. Nine questions inquire general background including age, gender, family status, number of children, supervision and age of children, expectations of the website performance including textual and visual information. It provides the opportunity to see whether social background or age influence preferences. The second part of the questionnaire asks about the first impression, liking and expectations of the alternative layouts confronted with. Thus, the researcher can investigate results found in the focus group further. One question includes a Likert scale asking participants to rank the six alternative layouts. In total, three questions examine each design. If the ranking is not “good” or “very good”, the third question appears. Otherwise, participants answer two questions per alternative only. They repeat for each layout version. Open-ended questions as well as possibilities for comments provide the opportunity to give feedback. Hence, the survey contains rather subjective data.

The questionnaire intends to be maximum ten minutes long to keep the motivation of participants as high as possible while still gaining new data (Fielding, Lee, & Blank, 2008, p. 223). Based on the rate of incomplete (37 of 77) and complete (40 of 77) surveys, it possibly took longer to fill in the questionnaire. Posting the link of the survey on social media platforms spread it via word-of-mouth, running the risk of including irrelevant users. Layout alternatives included in the questionnaire originate from the layout options discussed in the focus group. Design six and seven were excluded from survey investigations. Re-arrangements derive from the suggestions of the discussion.

V. Questionnaire Analysis

The goal of this part is to statistically identify measures for improvement of the arrangement of image and text as well as the relation of image to text for the target webpage. Allen, Titsworth and Hunt (Quantitative Research in Communication, 2009) provide the approach to statistically analyze quantitative data. The researcher used the software *Excel* and *SPSS*. For full results see Appendix 8 (p.113).

First, the analysis of basic statistical factors such as the total number of cases, the minimum and maximum range for each variable presents an overview. Second, a discussion of comments made throughout the survey follows (See Appendix 8.3, p.127). In total, 77 respondents contributed. Of the total number, only 40 respondents completed. They only filled in their personal data on page one. As the most important data follows page one, the

analysis includes completed surveys only. With a total of 40 responses, the actual response rate exceeds the expected response rate by 15 responses.

Third, statistical tests analyze qualitative comments. To identify the correlation between factors, a *Student's t-Test*⁷ analyzes the relation between gender and rating as well as between daycare supervision and liking. A *Spearman Correlation Coefficient*⁷ analysis further investigates the connection between the age of participants, the number of children, their age and evaluation.

5.1. Univariate Results

Alter (“age”)

The first variable is age. All 40 respondents gave suitable answers. The majority of participants are fairly young. 77.5% are between 26 and 40 years old. Only 22.5% are older than 40 (See Appendix 7.a, p.103). Originally, the survey aimed at users between 25 and 35. While conducting data, many older users participated. Therefore, the researcher adapted the age range.

Geschlecht (“gender”)

Overall, of 40 respondents 72.5% are female and 27.5% are male. 31 participants are married or live in a civil partnership. In contrast, only nine participants live without a partner (See Appendix 7.b, p.103).

Anzahl der Kinder (“number of children”)

Collectively, the participants have 75 children. Seventeen have one child only. Another seventeen parents have two children. Only six respondents have three children or more (See Appendix 7.c, p.104).

Alter der Kinder (“age of children”)

The majority, 59%, of children are older than three years. 41% of children are three years or younger. HDKF takes care of children not older than three years. Therefore, the first age category ranges from 0-3 years and the second includes all children older than three years. However, the survey asked about the specific age of all children. Whenever a parent had at least one child not older than three, the researcher included the response in the category 0-3.

Kinder in Betreuung (“children in childcare”)

37.5% of all children are not taken care of by a childcare institution. Assumedly, they are either supervised at home or they are older; thus, no care is needed. In comparison, 62.5% are registered in a childcare.

⁷ Based on (Allen, Titsworth, & Hunt, Quantitative Research in Communication, Chapter 3 and 9, 2009)

First Expectations

When asked about their expectations of the image-text relation on a childcare website, 85% of respondents would like to see a balanced relation. Only 12.5% prefer more images than text and another 2.5% like more text than images (See Figure 17).

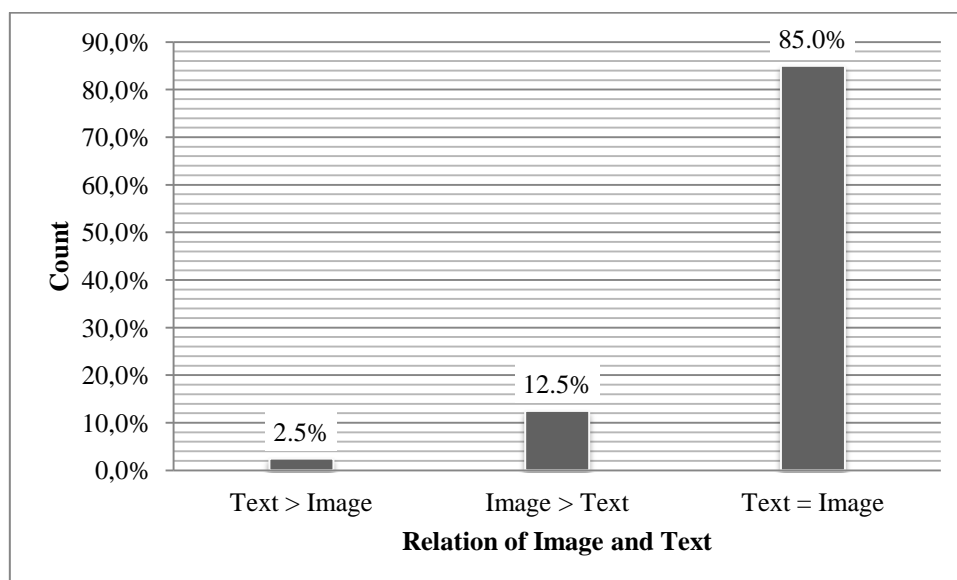


Figure 17, The overall image – text expectation of users when entering a website of a childcare

Textual Expectations

The next variable included in the survey is textual expectation. All respondents would like to find the opening hours of the childcare. 95% are interested in the location of the institution and another 90% are curious to read about the childcares philosophy and vision (4) (See Appendix 7.d, p.104). An additional interest point of respondents is a description of activities. Parents would like to know more about offers, projects and cooperation (3). An introduction of employees and information about the training of employees is preferable (2). The size of the groups (3) and information about meals and free time of the children as well as the daily routine (2) are of interest. Some parents mentioned that additional context talking about the council for parents and the childcare, important deadlines and holidays, references and the entrance age for the children are important to them.

Visual Expectations

When asked about visual information, all respondents would like to see images of the premises. 85% are curious about pictures of the employees and activities offered by the organization. Only 10% expect to see pictures of the children themselves (See Appendix 7.e, p.105). When offered the possibility to list other interests, participants would like to see images of special activities, the environment of the premises and the implementation of the institutions vision and philosophy.

Layout Option 1

The questionnaire further presented six alternative layouts. Asked about their first impression of the first alternative (See Figure 18), 38 parents provided an answer. Most comments were negative.



The screenshot shows a website layout for 'Haus der kleinen Füße'. At the top, there are navigation links: 'Startseite', 'Das sind wir...', 'Das machen wir...', and 'Impressum/Kontakt'. Below this is the title 'Haus der kleinen Füße' in a colorful, handwritten-style font. Underneath the title is another set of navigation links: 'Eingewöhnung', 'Freispiel', 'Bildungsbereiche', 'Grenzen und Regeln', 'Zusammenarbeit mit Eltern', 'Portfolio', and 'Tagesablauf'. The main content area is divided into two columns. The left column features a photograph of a young child sitting inside a blue play tent, eating a green apple. Below this image is a section titled 'Eingewöhnung' with a paragraph of text. The right column features a photograph of a young child wearing a blue party hat and holding a blue stuffed animal. The text in the 'Eingewöhnung' section discusses the goal of making children feel safe and supported in a childcare setting, emphasizing the importance of a gradual transition and individual needs.

[Startseite](#) | [Das sind wir...](#) | [Das machen wir...](#) | [Impressum/Kontakt](#)

Haus der kleinen Füße

[Eingewöhnung](#) | [Freispiel](#) | [Bildungsbereiche](#) | [Grenzen und Regeln](#) | [Zusammenarbeit mit Eltern](#) | [Portfolio](#) | [Tagesablauf](#)

Das machen wir...

Erstes und wichtigstes Ziel unserer Arbeit mit den Kindern ist es, dass sie sich bei uns erwünscht, sicher und geborgen fühlen. Unser Hauptanliegen besteht darin, kompetent und liebevoll die Entwicklung der Kinder zu eigenverantwortlichen und gemeinschaftsfähigen Persönlichkeiten zu unterstützen.

Wir begreifen die Kinder dabei als vollwertige Menschen, die wir respektieren und wertschätzen. Dementsprechend steht im Vordergrund unserer Pädagogik das Kind mit seiner Persönlichkeit, seiner Entwicklung, seinen Erfahrungen und Erlebnissen wahrzunehmen und zu fördern. Die Erziehung orientiert sich an den individuellen Bedürfnissen der Kinder nach einer ausgeglichenen Abwechslung aus Zuwendung und Abstand, Geborgenheit und Freiheit, Bewegung und Ausruhen.

Eingewöhnung

Die Eingewöhnungsphase prägt das gesamte Verhältnis zwischen der Tagesmutter und dem Kind sowie zwischen der Tagesmutter und den Eltern. Daher ist es uns sehr wichtig, dass das Kind langsam an die Betreuung herangeführt wird, um den Trennungsschmerz zu überwinden und die Trennung zu akzeptieren und zu verarbeiten. In enger Kooperation mit den Eltern achten wir auf eine behutsame und individuelle Eingewöhnung, um den Kindern einen guten Start zu ermöglichen. Hierbei orientieren wir uns am "Berliner Modell" von Kuno Beller. In einem ersten Gespräch mit den Eltern werden die Wünsche und Vorstellungen der Eltern sowie die Grundsätze der Tagespflegeeinrichtung besprochen. Kommen beide Seiten überein, wird ein Betreuungsvertrag abgeschlossen. ...

Figure 18, Alternative layout 1 of the survey

Analyzing positive feedback, respondents mainly talked about the layout option being “balanced”, “short” and “informative”. They perceived it as “affectionate” and “friendly”. One parent stated that it provides a good overview and the images are interpreted as “real” by another participant. The text is “sound” and “ok”. The overall layout is “good” or “pleasant” and “appealing”. One respondent stated that she is curious to read more. Another parent positively noticed a “good attitudes towards the treatment of children”.

However, most of the first impressions were negative. Parents mentioned that the alternative layout displays “too much text” (13). They commented that the font is too small (6); hence, reading is difficult. One respondent did not like the headline. Some perceived the font type as not attractive (2). Other comments stated that the images are unnecessary. One parent explicitly expressed that no children should be displayed on images online. Others felt that visual information is not integrated. In addition, they described this layout alternative as “unstructured”, “not modern”, “static” and “emotionally not engaging”. One parent considered the overall relation of image and text as “imbalanced”.

Still, when ranking the arrangement of image and text, 40% of 37 respondents perceived the arrangement of image and text as good. Even 13.5% ranked the layout option as very good. 32.4% are satisfied. Only 13.5% of the parents rated the page as sufficient or not sufficient. Additionally, of 38 respondents, the majority, 36.8%, listed the relation of image and text as

good. 7.9% were very satisfied and almost one third perceived the page as satisfying. However, almost one quarter was dissatisfied with the layout relation. (See Appendix 7.f, p.105)

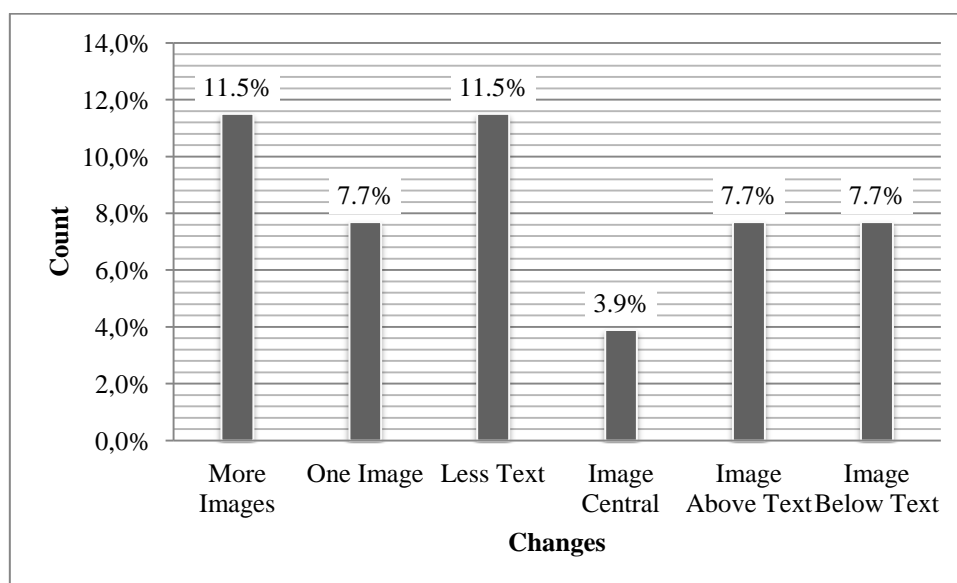


Figure 19, Changes suggested for alternative layout 1

Figure 19 suggests improving this page’s layout of the image-text arrangement and relation. 11.5% would like more images. 11.5% prefer less text. 7.7% rather have one image only and equally many suggest the image above or below the text. Few participants like one central image. Part of this question was whether respondents would change the font. Five parents gave suggestions: Comic Sans, Arial or Verdana as specific font type suggestions, and “simpler”, “larger” and “softer” as descriptive statements.

The option of “other” as a comment box provided the following recommendations: arrange the images and text symmetric; have fewer topics within the page and arrange the image sequences more dynamic for easier reading.

Layout Option 2

Asked to describe their first impression of the second layout option (See Figure 20), 34 participants answered. Analyzing positive feedback, respondents perceived the second design as “more structured” and “better”. One parent interpreted it as “playful”, another as “clear” and yet two others as “appealing”. Again, one was curious about what else the website contains.



Figure 20, Alternative layout 2 of the survey

Still, the description of this alternative was mostly negative. The font or the headline is “too small” (7). As before, comments stated that the page shows “too much text”. One respondent criticized the text as “not formatted” and another disliked the syntax. A different comment talked about the “colour choice being poor”. Four parents perceived the images as not well integrated. The image is too much in the foreground (1) and no children should be displayed.

Regardless of the negative feedback, the majority of 52.5% of 40 answers described the arrangement of image and text on the second page as good. Even 10% ranked it as very good. About one third was dissatisfied or satisfied with the page layout. Of 39 respondents ranking the relation of image and text, more than half of the participants liked the page. Only 5.1% interpreted it as very good. Almost one quarter was satisfied and almost as many parents perceived the image-text relation as sufficient or not sufficient.

When asked for solutions, 20% prefer more images. One quarter would like less text. Few, 5%, wish for more text. 10% of the users would like to place the image below the text. Again, one parent suggested a “clearer” font type, another Arial (1). Having the options to specify further improvements, one comment stated “a more modern design” while another respondent suggested an image displaying a group of children instead of one child only. “One style” should be followed (1). (See Appendix 7.g, p.106)

Layout Option 3

30 valid answers described the first impression of the third alternative layout option (See Figure 21). Again, it included more negative than positive feedback.



Figure 21, Alternative layout 3 of the survey

Positive reactions are rather compact stating “good”, “ok” and “better”. As before, one parent perceived the layout as “playful”, another as “curiosity piquing”. One respondent characterized the font as good.

Still, most answers proposed improvement. Five participants observed “too much text” and too long sentences. Nevertheless, two parents would like “more text”. It is questionable whether they mean that this page is text heavier than the ones before or if they would like to see more text. “Text is hard to read (5)” and “not formatted” (1). Additionally, they interpreted the layout as “repeating”, “not modern” and “not original”. Image and text are imbalanced. Looking at image related comments only, one prefers the image on the right side whereas another thinks it is “too dark”. Two respondents perceived the image as not integrated. Again, one respondent suggested no display of children. Interestingly, one statement says that visually one might think only one child is taken care of by HDKF.

Yet, almost 80% of 38 responses ranked the arrangement of image and text on this page as satisfying or even good. An equal amount of 10.5% perceived the page as sufficient or not sufficient. However, none evaluated this alternative as very good (See Figure 22).

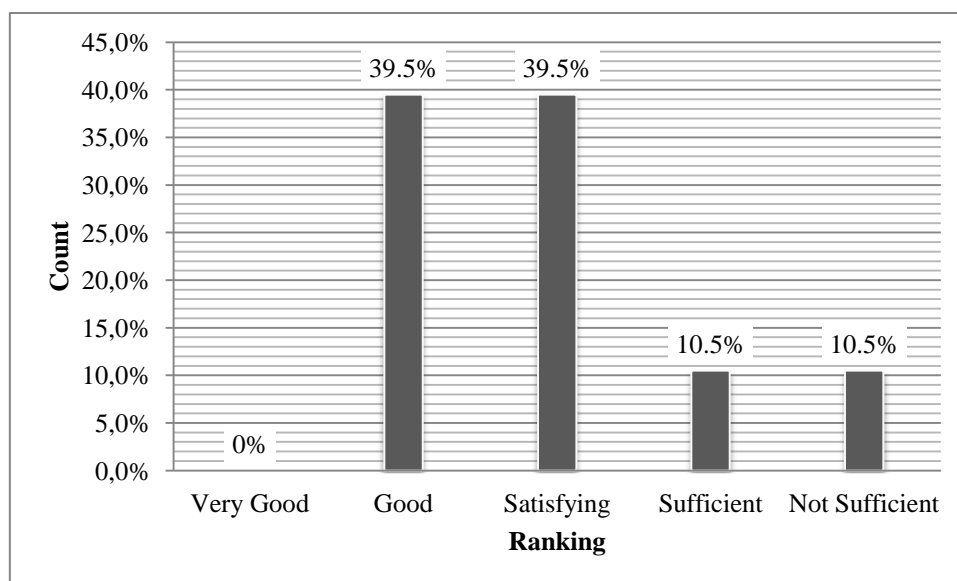


Figure 22, The overall satisfaction of the image – text arrangement of alternative layout 3

Compared to the ranking of the relation of image and text, the results were not as positive. Still, 13.2% perceived the page as not sufficient and 15.8% as sufficient only. Almost one third evaluated it as satisfying. A total of roughly 41% ranked the third version as good or very good.

Suggestions for improvement include a fairly high number of users, 14.8%, liking to see more images. 18.5% each voted for less text or images on the left only. 3.7% each would either like to see an image placed centrally or above the text. As mentioned for both layout versions previously, the font should be “simpler” and “clearer”. As for the option to add suggestions, a larger font is mentioned again. One parent recommended justified text (1). Images should switch in their presentation (1) and a group of children rather than one child only should be displayed (1) (See Appendix 7.h, p.108).

Layout Option 4

For the fourth layout version (See Figure 23), 29 participants expressed their first impression. Overall, “good”, “positive” and “better” describe the first thought of users positively commenting on this page version. In addition, one parent prefers two images to one image; hence, she likes this version better. Another respondent interpreted this page as “comfortable for the children”.

[Startseite](#) | [Das sind wir...](#) | [Das machen wir...](#) | [Impressum/Kontakt](#)

Haus der kleinen Füße



Das machen wir...

[Eingewöhnung](#) | [Freispiel](#) | [Bildungsbereiche](#) | [Grenzen und Regeln](#) | [Zusammenarbeit mit Eltern](#) | [Portfolio](#) | [Tagesablauf](#)

Erstes und wichtigstes Ziel unserer Arbeit mit den Kindern ist es, dass sie sich bei uns erwünscht, sicher und geborgen fühlen. Unser Hauptanliegen besteht darin, kompetent und liebevoll die Entwicklung der Kinder zu eigenverantwortlichen und gemeinschaftsfähigen Persönlichkeiten zu unterstützen.

Wir begreifen die Kinder dabei als vollwertige Menschen, die wir respektieren und wertschätzen. Dementsprechend steht im Vordergrund unserer Pädagogik das Kind mit seiner Persönlichkeit, seiner Entwicklung, seinen Erfahrungen und Erlebnissen wahrzunehmen und zu fördern.

Die Erziehung orientiert sich an den individuellen Bedürfnissen der Kinder nach einer ausgeglichenen Abwechslung aus Zuwendung und Abstand, Geborgenheit und Freiheit, Bewegung und Ausruhen.

Eingewöhnung

Die Eingewöhnungsphase prägt das gesamte Verhältnis zwischen der Tagesmutter und dem Kind sowie zwischen der Tagesmutter und den Eltern. Daher ist es uns sehr wichtig, dass das Kind langsam an die Betreuung herangeführt wird, um den Trennungsschmerz zu überwinden und die Trennung zu akzeptieren und zu verarbeiten. In enger Kooperation mit den Eltern achten wir auf eine behutsame und individuelle Eingewöhnung, um den Kindern einen guten Start zu ermöglichen. Hierbei orientieren wir uns am "Berliner Modell" von Kuno Beller.

In einem ersten Gespräch mit den Eltern werden die Wünsche und Vorstellungen der Eltern sowie die Grundsätze der Tagespflegeeinrichtung besprochen. Kommen beide Seiten überein, wird ein Betreuungsvertrag abgeschlossen.



Figure 23, Alternative layout 4 of the survey

Yet again, most comments were negative. Again, this alternative shows “too much text” (3) and is unstructured (3). The font is difficult to read (6) and the relation of image and text “imbalanced” (2). Image and text are not aligned as noticed by one respondent. Other comments included “too small images”, “no children should be shown” as mentioned before and “one image is sufficient”. Further, one parent suggested that one tends to “look at both image and text at the same time” which confuses (1). (See Appendix 7.i, p.109)

Looking at the rankings of the arrangement of image and text, almost 50% of 36 responses were good or very good. Nearly one third of participants were satisfied with this layout version. Yet, another 22.2% were not satisfied. The evaluation of the relation of image and text looks very similar: 50% perceived it as good or better. One third was satisfied and around 15% ranked the page as not sufficient or sufficient. However, only two parents gave additional suggestions. One user would like images on the side only; “it does not matter which side”. Another respondent thought “only few changes needed”.

Changes include more images, 21.1%. Only few, 5.3%, like one image only. 15.8% each recommend less text or images on the left only. 10.5% of users prefer images below the text. As commented for all layout versions before, the font should be “simpler” and “clearer”.

Layout Option 5

The fifth layout version (See Figure 24) collected 25 responses. As before, some positive feedback described this alternative as “better”, “good”, “positive” or “nice”. “Better arrangement of images” was one additional comment.

AN ANALYSIS OF THE IMAGE - TEXT ARRANGEMENT AND RELATION ON THE WEBSITE OF THE CHILDCARE “HAUS DER KLEINEN FÜßE”

The screenshot shows the website layout for 'Haus der kleinen Füße'. At the top, there are navigation links: 'Startseite', 'Das sind wir...', 'Das machen wir...', and 'Impressum/Kontakt'. Below these is the website's logo, 'Haus der kleinen Füße', in a colorful, handwritten font. Underneath the logo is a yellow banner with the text 'Das machen wir..'. Below the banner are more navigation links: 'Eingewöhnung', 'Freispiel', 'Bildungsbereiche', 'Grenzen und Regeln', 'Zusammenarbeit mit Eltern', 'Portfolio', and 'Tagesabla'. The main content area contains several paragraphs of text in German, describing the childcare's goals and philosophy. On the left side, there is a photograph of a child sitting inside a blue play tent. On the right side, there is a photograph of a child sitting on the floor, holding a blue stuffed animal and looking towards the camera with a wide smile.

Figure 24, Alternative layout 5 of the survey

Yet, the majority of first impressions were still critical. Some respondents perceived this layout option as “unstructured”, “confusing” and “too packed” (3). Comments talked about “too much text displayed” (1) and a “too small font” (1). Again, the writing is “hard to read” (1). Three parents stated that they disliked it without giving any further explanation. Others saw the text as “not formatted” and “not professional”. The “overall layout is not good”, “not symmetrical” and “dowdy”. Two respondents prefer one image only and again one parent would like no children on the images. Yet, one participant specifically favors this version over the ones before.

All in all, almost one quarter of 37 responses stated sufficient or not sufficient when looking at the arrangement of image and text. In contrast, 40.5% were satisfied with it and about one third thought this arrangement option was good or very good. Asking about the relation of image and text, one third of 36 was satisfied. 38.9% of parents perceived alternative layout five as good or better. Still, another 27.8 % disliked it.

Recommending changes, 13% like more images. Another 8.7% prefers one image only. Equally many respondents prefer images on the left only or images below the text. 17.4% vote for less text. Very few, 4.4%, suggested images above the text (See Appendix 7.j, p.110). The font should be “simpler” and “clearer” as mentioned for all other layout alternatives. Additional suggestions included mainly images. One recommendation prefers the image below the top headline. Another would like to integrate it more into the text. It should be on one side only. In contrast, one respondent favors “the left image higher and the right image lower”. The overall layout could be “more symmetric”.

Layout Option 8⁸

28 answers included more positive than negative feedback impressions, in contrast to layout designs evaluated previously. Mostly, this last layout version (See Figure 25) is “good”, “very good” or even “perfect” (9). Other comments contain “better” and “appealing” (5). It is “well structured” (4) and respondents liked that it includes less text (3). One parent described it as clearer, another liked the “symmetrical arrangement” and yet another felt “motivated” to proceed exploring the content of the website.

[Startseite](#) | [Das sind wir...](#) | [Das machen wir...](#) | [Impressum/Kontakt](#)

Haus der kleinen Füße

[Das machen wir...](#)

[Eingewöhnung](#) | [Freispiel](#) | [Bildungsbereiche](#) | [Grenzen und Regeln](#) | [Zusammenarbeit mit Eltern](#) | [Portfolio](#) | [Tagesablauf](#)

Erstes und wichtigstes Ziel unserer Arbeit mit den Kindern ist es, dass sie sich bei uns erwünscht, sicher und geborgen fühlen. Unser Hauptanliegen besteht darin, kompetent und liebevoll die Entwicklung der Kinder zu eigenverantwortlichen und gemeinschaftsfähigen Persönlichkeiten zu unterstützen. Wir begreifen die Kinder dabei als vollwertige Menschen, die wir respektieren und wertschätzen.

Eingewöhnung



- das gesamte Verhältnis zwischen
- der Tagesmutter und dem Kind
- sowie zwischen der Tagesmutter
- uns sehr wichtig, dass das Kind
- langsam an die Betreuung
- Trennungsschmerz zu überwinden
- und die Trennung zu akzeptieren
- und zu verarbeiten
- In enger Kooperation mit den Eltern
- achten wir auf eine behutsame
- und individuelle Eingewöhnung
- um den Kindern einen guten Start



Figure 25, Alternative layout 8 of the survey

Yet, negative first impressions repeat: it is hard to read (3), the overall layout is “bad” or “imbalanced” (2) and “one image is enough” (1). Having bullet points included in this alternative, some stated that the hyphens irritate (2). One parent perceived the bullet points themselves as confusing. However, others would like shorter key words as bullet points (2). Two parents interpreted this eighth version as “unstructured” or “too dry” whereas one response suggested it being “too organized”.

The overall satisfaction of the text-image arrangement reflects that more than 50% of 37 participants liked it (See Figure 26). The same applies for the relation of components. 16.2% were satisfied with the display and an additional 5% liked the relation. Not even one fifth was dissatisfied with this display version and even fewer disliked the relation.

⁸ Alternative layout six and seven were excluded from further survey investigations.

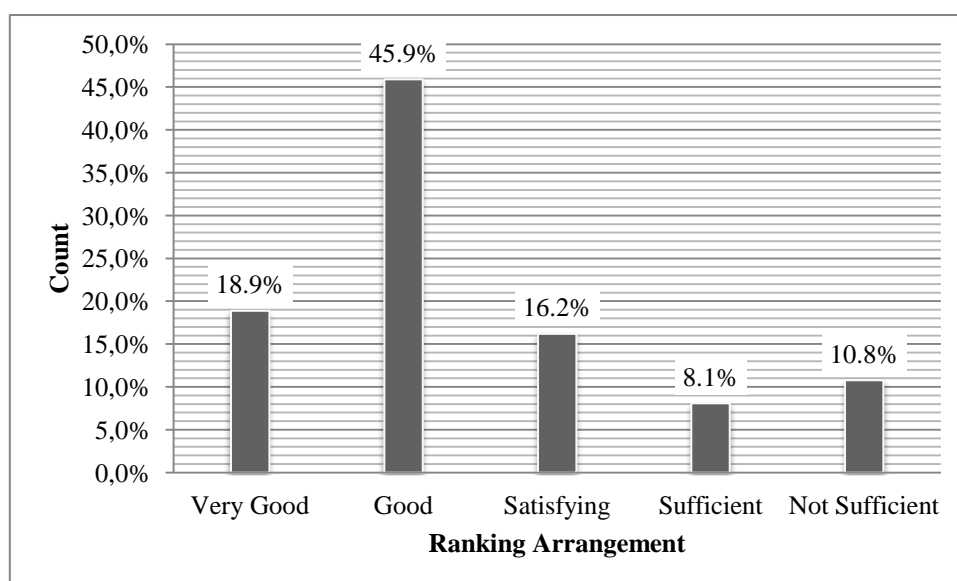


Figure 26, The overall satisfaction of image – text arrangement of alternative layout 8

Changes include that 15.4% each prefer more images, would rather place images below the text and surprisingly, ask for more text (See Appendix 7.k, p.112). The font should be Arial as recommended once before. Additional comments included that the “text is too much in the background”.

5.2. Correlation between Variables

In order to analyze the comparability of variables and in how far a generalization to the entire target group can be made, a correlation analysis between variables and their significance follows in this section (See Appendix 8.1, p.113 and 8.2, p.117). The analysis looks at the correlation between the variables age, gender, number of children, age of children and supervision while focusing on the ranking of the alternative layouts. However, coding difficulties occurred when including the changes suggested by respondents as a variable; hence, they are excluded⁹. The aim is to investigate whether variables mentioned influence evaluation. Hypotheses are as follows:

- H1: There is a correlation between age of participants and the ranking of the image – text arrangement and the image to text relation.
- H2: There is a correlation between gender and the ranking of the image – text arrangement and the image to text relation.
- H3: There is a correlation between the number of children and the ranking of the image – text arrangement and the image to text relation.
- H4: There is a correlation between the age of children and the ranking of the image – text arrangement and the image to text relation.

⁹ When exporting data from *SurveyGizmo* to *SPSS*, all variables received automatic codes. Unfortunately, the identification for specific answers to the question asking about suggestions was not reproducible by the researcher, leading to an exclusion of this variable from statistical analysis.

- H5: There is a correlation between whether the children are supervised by a childcare or not and the ranking of the image – text arrangement and the image to text relation.

The majority of variables are nominal. Only few are metric. In order to identify the relation between gender and ranking and supervision through a childcare and ranking, a *Student’s t-Test* is run. Both variables are grouped into two categories making this test more applicable. The *Spearman Correlation Coefficient* further analyzes the correlation between ages, number of children and ages of children with the ranking of alternative layouts as these variables are metric. (See Appendix 8.2, p.117)

Student’s t-Test

For H2 and H5, a *Student’s t-Test* investigates the ranking of all layout designs, looking both at the arrangement of image and text as well as the relation of image to text. Hence, twelve tests analyze each variable.

Overall, gender does not influence the liking of the alternative layouts.

Table 7, Student’s t-Test for gender and layout option 1

		T-Test for Mean Equality						
		T	df	significance	Average Difference	Standard Error of Difference	Difference	
							Lower	Upper
Arrangement of Image and Text for Lay out Option 1	Variances are the same	,546	35	,588	,219	,400	-,593	1,030
	Variances are different	,452	12,025	,659	,219	,483	-,834	1,271

Taking the image-text arrangement of alternative layout one as an example (See Table 7), no significant difference in liking was observed, $t(35) = 0.546$, $p < 0,5$ when comparing male users ($n = 10$; $M = 10054.7$; $SD = 1.18$) to female users ($n = 27$; $M = 10054.48$; $SD = 0.935$). The *Student’s t-Test* looks very similar for almost all other tests. However, for one test results look different. Analyzing the image to text relation of alternative layout one, there is a significant difference in liking, $t(36) = 2.222$, $p < 0,5$ when comparing male users ($n = 11$, $M = 10055,36$; $SD = 1,286$) to female users ($n = 27$; $M = 10054.56$; $SD = 0.892$) with $\alpha = 0,33$.

No other alternative layout indicates a significant difference. As significance does not suggest causality, other reasons might explain this significance. There is a significant difference only between gender and the relation of image to text for alternative layout one. As the cause of this result is unclear, the researcher will not further explore this irregularity.

Very similar, whether children are taken care of by a childcare at the moment or not does not influence the ranking of alternative layouts.

Table 8, Student’s t-Test for supervision through childcare and layout option 1

		T-Test for Mean Equality						
		T	df	significance	Average Difference	Standard Error of Difference	Difference	
							Lower	Upper
Relation of Image to Text for Lay out Option 1	Variances are the same	-,665	36	,511	-,238	,358	-,963	,488
	Variances are different	-,633	25,233	,532	-,238	,375	-1,010	,535

Taking the image to text relation of layout option one as an example (See Table 8), no significant difference in liking was observed, $t(36) = 0.665$, $p < 0,5$ when comparing children that are in childcare at the moment ($n = 23$; $M = 10054.70$; $SD = 0.974$) to children that are not in childcare at the moment ($n = 15$; $M = 10054.93$; $SD = 1.223$). H2 and H5 are neglected.

Spearman Correlation Coefficient

For H1, H3 and H4, the *Spearman Correlation Coefficient* examines the ranking of all layout alternatives looking both at the arrangement of image and text as well as the relation of image to text. Hence, the analysis consists of 36 correlation coefficients in total.

Overall, there is no correlation between any of the variables and the ranking (See Appendix 8.2, p.117).

Table 9, Spearman Correlation Coefficient using the example of layout option 1

		Age:	Number of Children:	Age of Children:
Arrangement of Image and Text of Layout Option 1	Correlation Coefficient	,092	-,177	,031
	Significance	,588	,296	,856
	N	37	37	37

As an example, looking at the image and text arrangement of layout option one (See Table 9), no correlation in liking was observed, $r = 0.092$, $\alpha = 0.588$ when analyzing the age of users ($N = 37$). When investigating $r = -0.177$, $\alpha = 0.296$ for the number of children ($N = 37$) using the same example, no correlation exists. Same applies for the age of children ($N = 37$): $r = 0.031$, $\alpha = 0.856$. H1, H3 and H4 are neglected.

VI. Limitations

This thesis came across a number of limitations which need consideration. The following section discusses new limitations that turned up in the process of conducting this study further.

An overall risk is the short time frame. The time limit is nine weeks in total and four weeks for the data collection not allowing a follow up of the question set developed both in the focus group as well as in the questionnaire. Focusing on layout instead of other modes might be biased and misleading. Having a personal relationship (family) to the owner of the childcare can lead to dishonest and possibly unfair interpretations.

Interpretations made by the researcher are dependent on the context and her perception. The researcher may have misinterpreted verbal and non-verbal feedback given during the focus group discussion as well as the focus group and survey data conducted. To simplify data, it is summarized (Mayring, 2008) and based on her interpretation only and may be understood not as intended by the respondent.

Questionnaires run the risk of missing out relevant questions (Allen, Titsworth, & Hunt, 2009). The focus group might lead to false variables included in the questionnaire. As noticed

while analyzing survey data, family status does not offer any relevant content useful for the statistical analysis. The survey asked about the age of all children. It is only relevant whether one of the children is three years old or younger. Hence, this question could have been a closed one saving some time for the data analysis.

Some layout options got comments of almost every respondent whereas others got only feedback from 75% of all participants. This might be due to repeating questions. Possibly the participants lost motivation to fill in similar answers. On the other hand, their impressions could have repeated as well. Some respondents indicated that their answer for one question could be the “same” as for the question of a previous layout. Others might have lacked motivation to fill it in and left it blank. Thus, results may be incomplete.

All participants were confronted with static layout alternatives rather than live online pages. That reduced the functionality of the webpage; the experience changed. Neither had they interest to gain further knowledge in the interview moment, nor walked they through the website themselves. Usually, the user opens a page sitting in front of a computer (laptop or any other web-enabled device) herself. She is in control of the mouse, which link to click etc. Throughout this research, users judged layout without experiencing the information-seeking process (or any other goal they might have) themselves. Therefore, perception might have changed. Also, the measures for designing the alternative layouts are rather many. Instead of focusing on a few criteria provided by Kress and Van Leeuwen (2003), this thesis investigates all measures mentioned by their theory. Analysis might not demonstrate full implications.

VII. Discussion

This section provides an answer to the research question of how to restructure the image-text arrangement and relation on the target website to be more appealing to its target group. It combines the findings of the focus group with the survey results. In consideration of the theory discussed above, the researcher further discusses the congruence of results to identify the alternative layout preferred by the target group.

Overall, the focus group members concluded that the layout design highly depends on the aim of the page. As an example, if a page talks about premises participants prefer more images. In contrast, if a page outlines the philosophy of the business, they would like to read more. Survey participants did not contribute to this discussion as no question asked about it specifically and they got no other opportunity for discussion. The following section suggests improvements for the target webpage specifically. Recommendations are applicable to the target webpage and website only.

However, as the data collection is based on more general theory, the approach taken by the researcher is applicable to other web pages and websites. The researcher took layout criteria provided by Kress and Van Leeuwen (2003) to design alternative layouts. Based on six categories, she developed a set of designs for discussion. As results show repetitions and give a feasible insight into the user’s perception of a changing image and text layout, the way of studying the case example is considered successful.

The layout criteria of Kress and Van Leeuwen (2003) frame the suggestions (See above 1.5.4, p.15). “Given” refers to the left part of the page, “new” to the right; “ideal” to the upper part of the page, “real” to the lower part. “Centre” and “margin” retain their conventional meanings. Layout structures the elements of a page based on judgments of “salience”: that is, how salient they will be to users. The “framing” of the various elements helps shape the users’ reading path through the page.

6.1. Best alternative based on focus group results

The focus group prefers layout version eight. Their first impression was “pretty”, “spare”, “compact”. Focus group participants like a short introduction (5) and an overview in bullet points framed by two images (4). Their concern was the positioning of the logo as they wish to place it in the middle of the top headline (2). In respect to salience and framing, they prefer a layout design as follows:

- The logo is in Kress and Van Leeuwen’s (2003) “centre” of the top headline.
- The headlines are in a larger font than the text body to quickly identify the topic of the page or paragraph (Barthes, 1961, p. 204). The title, a linguistic message (Barthes, 1977, p. 156), explains subsequent layout elements.
- A short introduction provides information about the paragraph’s topic. It is in the upper, “ideal” part.
- Following the introduction, two images appear in the lower, “real” space. The image on the left (“given”) requires less attention from the user, the one on the right (“new”) more.

Focus group participants added that the main body *could* start with one image in the top right (“new”, “ideal”) corner, with text on the left (“given”), with the positions of image and text switching below.

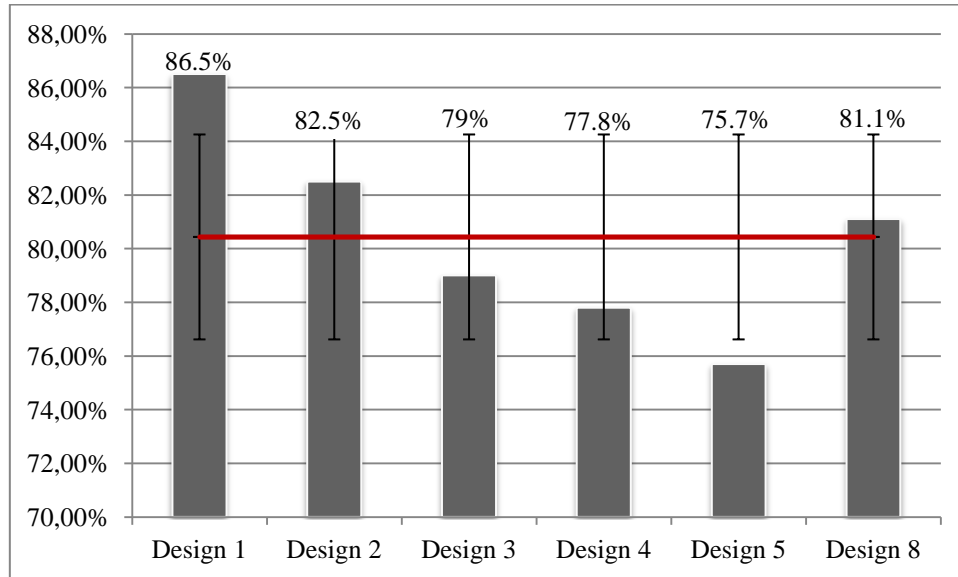
- Bullet points are between the two images. It enables quick reading. The two images frame the text in between drawing attention to it.

For all other alternatives, the focus group members commented rather negatively. Even though the first version is “easy”, the second “more structured” and the fifth “better”, the majority of observations expressed concern.

They disapproved of layout option seven the most. It includes no image and the first reaction of one participant was “hell”. The researcher excluded it for survey discussion. Version six of the focus group is not liked either. One image is in Kress and Van Leeuwen’s (2003) “centre” surrounded by text. Participants felt it is “unstructured”. They seem to not like the idea of placing an image centrally at all. Yet, they like the upper part of that alternative layout; the researcher combined it with design five for the survey discussion. Interviewees favor a larger and different font type (10). In addition, if the design includes one image only, they prefer it on the left (“given”). It reflects something the reader knows and regarding to Kress and Van Leeuwen (2003, p. 187) should contain text. After some consideration, one group member mentioned that she likes an image on the right as well, “new” as suggested by Kress and Van Leeuwen (2003). Participants agreed to her reasoning; yet, the first reflection supported an image on the left. The researcher takes this first impression as decisive.

6.2. Best alternative based on survey results

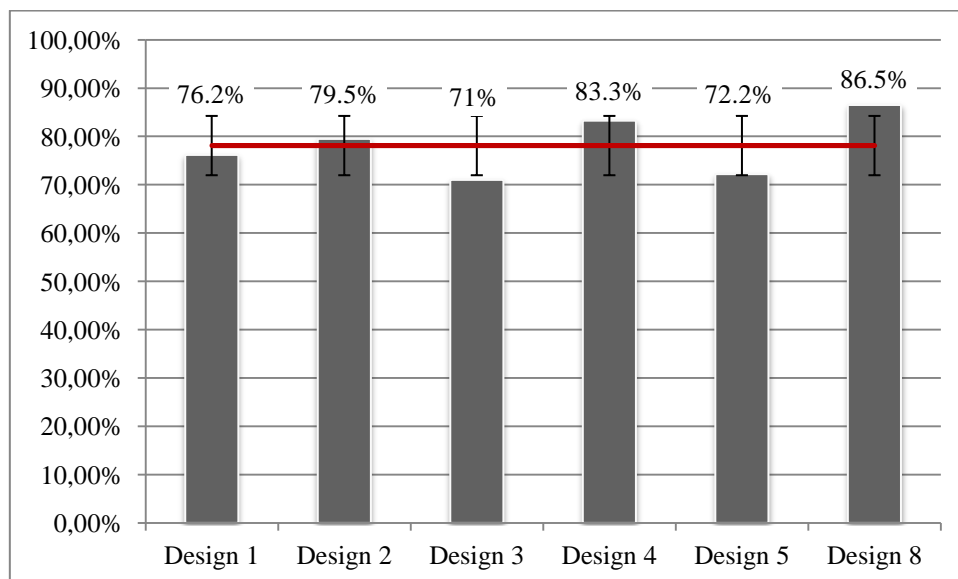
Positive evaluation merges “very good”, “good” and “satisfying”. Negative feedback combines “sufficient” and “not sufficient”. For full results, see Appendix 7 (p.103) and 8 (p.114).



Dark grey: positive evaluation; red: mean; vertical lines: standard deviation (See Appendix 8.3, p.127)

Figure 27, Overall satisfaction of the image-text arrangement for all alternative layouts

Looking at the overall ranking of the arrangement of image and text for all six alternatives (See Figure 27) respondents rank alternative layout one the highest. With 86.5% most participants perceive it as appealing. Design five is evaluated the lowest. However, both results are not statistically significant.



Dark grey: positive; red: mean; vertical lines: standard deviation (See Appendix 8.3, p.127)

Figure 28, Overall satisfaction of the image-text relation for all alternative layouts

Referring to the image-text relation (See Figure 28), alternative layout eight ranks the highest with 86.5%. Respondents like version three the least. Yet again, both results are not statistically significant.

Combining the comments with ranking, survey participants regard layout alternative eight as the better design. A fairly large number of users perceive the image-text arrangement and relation as very good for this version. Compared to layout option one, few respondents rank the image-text arrangement as very good and even less prefer the relation of image to text. The number of parents considering it not sufficient is higher for version one as for version eight. Additionally, total liking decreases from alternative one to five. Yet, it increases again from layout version five to eight¹⁰. That underlines a stronger liking in alternative layout eight compared to previous layouts. It might be possible that the overall perception of the image-text arrangement is best for the first alternative as participants had no comparison to any other alternative layout when evaluating it.

In addition, the absolute count of comments indicates that negative comments exceed positive feedback for all alternatives except for alternative eight. Even though the first design ranks better for arrangement, first impressions are more negative. Possibly, participants found it easier to phrase critical feedback than positive feedback leading to more negative comments. Yet, the researcher takes alternative layout eight to be the most appealing as it is the only design with a higher quantity of positive first impressions. Based on salience and framing, they prefer a layout organized as suggested by the focus group (See above 6.1, p.48).

Users like two images. Overall, the number of respondents that suggest one image is rather small; twice as many participants recommend more images. When confronted with a layout including one image only, survey participants prefer an image on the left (“given”). In contrast, alternative three shows one image only. It is positioned on the right (“new”). The number of users disapproving this alternative layout is fairly high.

The “right amount of text” is less than currently displayed on the target page. Commonly, people prefer images over text. Yet, survey respondents said they expected equal amount of images and text. For alternative one to five, users would like to see less text. They think it attracts more and makes quick reading possible. Layout alternative eight reflects approximately an equal amount of images and text. However, users suggest that they would like to see “more text” for this alternative. Previously, only few respondents suggested more text. It can indicate that when asked for the optimal relations of image and text, users suggest an equal amount, but when confronted with a layout design displaying exactly this, their perception changes. Besides, alternative layout eight includes bullet points leading to more white space. White space influences the users’ perception of text. As a result, they might perceive it as too little. Hence, they ask for more text. Thus, other elements of layout influence the relation of image to text requiring further investigation.

The current font type does not attract and should be more “playful”. The researcher noticed a high number of suggestions asking to change the font type, previously indicated by the focus

¹⁰ The researcher excluded alternative layout six and seven for survey investigations based on the focus group discussion.

group. However, they discussed alternative layouts seeing them on a laptop screen only. Their interpretation might have changed if they had seen it on a larger, high definition screen, for example. Still, as this was mentioned by the focus group, the survey included it as an example for open comments. That might have caused respondents to mention it rather often. Design one is the only alternative in the font type Times New Roman as currently displayed on the target page. Rather many participants suggest a different font type for this layout design specifically. In general, many respondents disapprove of the font. As users also suggested a change of the font type of the headlines, it is questionable whether respondents actually would like to change the font type of the text body. Currently, there is no difference in the font size of the headlines and text body. Possibly, the overall evaluation of the alternative layout might increase if only the headlines are larger and in a different font and a change in the font type of the actual text body is not required. Within layout, the font type and size add on information and support the message communicated as well; in this case, it should be more “playful”. Whether they dislike the font type of the headlines only or the font type of the actually text body requires additional exploration.

6.3. Best alternative based on combined results

This section combines the results of both data sets answering the sub-question of the thesis.

- (2) What is the optimal arrangement of image and text on the target webpage? Which are the most significant spaces to use? What are the current problems?

For text, respondents identified all spaces as significant to use. They are both in the upper and lower (“ideal” vs. “real”) part of the page. Yet, they specified the positioning of different types of information within layout.

- A short introduction: It should be above each section followed by two images and bullet points.

The focus group was concerned with this subject. Based on that, the researcher took it to design alternative eight for the survey. It ranks the highest. In general, the survey suggests placing the image below the text. Only few users would rather position the image above text.

- Central logo: Respondents prefer the logo positioned centrally in the top headline.

Yet again, the focus group discussed the positioning of the logo. Though, the alternative layouts for the survey derived from the focus group discussion. Only design five includes a left-aligned logo. Possibly, the respondents of the survey did not notice the difference as they answered the same set of questions for each design. They might have focused on other elements instead.

Spaces to use for images are in the lower parts of the page (“real”) framing the text. Left and right (“given” vs. “new”) are both favorable spaces to use as well with a tendency of placing the image on the left (“given”).

- Images in the lower section: If layout contains images, user would place them below a short introduction.

- One image only: If layout includes one image, users would position it on the left rather than on the right.

Suggested opposite by Kress and Van Leeuwen (2003), users favor an image on the left, and text on the right (“new”). However, the focus group likes a switch in the positioning of images throughout the page as well.

Current problems of the target webpage are:

- “Too much text”: Users are “overwhelmed” by the amount of text displayed.
- Font size: It is too small, so it is difficult for users to read.
- Font type: Overall, users seem to dislike the font type. The “font type should be more playful”.

However, Times New Roman is very common to use and the font type is only changeable to a limited extend. The browser predefines possible options. It is difficult to fully take care of the user needs in this respect. It depends on technical feasibilities.

- Headlines: They are not highlighted enough to stand out from the text body.

It is questionable whether a change in the font type of the headlines is already sufficient enough to improve the layout perception.

- Content of images: Some images display one child only which one parent did not approve of.

Interestingly, only 10% of the parents explicitly said that they expect to see images of the children. One parent specifically stated that no image should contain only one child, possibly indicating her concern regarding available information about children online. Commonly, users like to see close up images of people. However, some parents might disapprove of a visual, close up display of *their* children online. They dislike the idea of an image presenting *their* child rather than the general idea of a close up image portraying *a* child. Often parents are concerned about information of their children being available online. Thus, the researcher concludes that some parents might not have stated to expect images of children and another parents explicitly states to exclude close up images of children.

Furthermore, respondents might have misinterpreted the question. It asked about the expectations regarding the visual display. Answers included for example premises, employees and children. On websites, the visual display of employees often includes a close up image combined with a brief introduction about their background. Possibly, parents understood that a similar presentation of children was meant.

As parents mention that they would like to see images of activities offered for the children, HDKF could include images focusing more on activities rather than on an individual child.

(3) To what extent does the arrangement of image and text matter to the target group?

The arrangement of image and text matters to some degree to the target group as it highly depends on the aim of the page. The overall liking of the image-text arrangement varies across all alternative layouts. Thus, the researcher cannot draw a definite suggestion. Users like several options of layout. Referring to the target page, users prefer several images and text that summarizes and gives an overview of activities.

- (4) What influence does a changing arrangement have on them? Plus, how does a change in the relation of image and text influence their perception?

Layout changes influence perception and evaluation. To explain with a few survey examples (See above 6.2, p.49), displaying one image instead of two lowers the overall liking of layout arrangement. If only one image is included, users prefer it on the left rather than on the right.

The focus group discussion indicates a similar reaction. Two images increase positive feedback compared to one image (See above 3.2, p.29). However, focus group members describe a layout design displaying one image as “easy”. If a layout design displays only one image, they would position it on the left as well, as indicated by all members.

- (5) What is the optimal relation of image to text on the target webpage? How many images and how much text do they expect?

Both groups prefer several images over one. Referring to the questionnaire, the optimal relation of image to text is 50% images and 50% text (See above 5.1, p.34 and 6.3, p.51). However, as indicated earlier when confronted with alternative layout eight fulfilling their expectations, users would like more text. Whether this applies for this design only or in general needs additional investigation. Commonly, users prefer more images than text. One focus group member indicated a relation of 70% image and 30% text; other participants agreed. In addition, the focus group suggested that the image-text relation highly depends on the objective of the page. The target page aims at outlining activities. The focus group and survey participants wish to see images of activities. To conclude, the target page should display at least 50% images, preferably more, supporting the text message. The specific number of images depends on the size and format of the images.

- (6) How do they perceive the page if the relation of image to text changes?

The overall liking of the page increases when it contains two images (See above 6.3, p.51). As an example, neither the focus group nor the survey respondents prefer the alternative layouts with one image (See above 6.1, p.48 and 6.2, p.49). In contrast, they perceive layout versions containing two images as more appealing.

Within the theoretical framework provided (See above 1.4, p.8 and 1.5, p.8), one optimal page layout (See Figure 29) takes the upper part of the page (“ideal”) to be partly text. Kress and Van Leeuwen’s (2003) “real” includes two images and additional text. The logo is in the “centre”. Image and text support each other and add information to one another (Barthes, 1961, pp. 204-205). A larger headline guides the focus (Barthes, 1977, p. 156).

Startseite | Das sind wir ... | Das machen wir ... | Impressum/Kontakt

Haus der kleinen Füße

Das machen wir ...

Eingewöhnung | Freispiel | Bildungsbereiche | Grenzen und Regeln | Zusammenarbeit mit Eltern | Portfolio | Tagesablauf

Erstes und wichtigstes Ziel unserer Arbeit mit den Kindern ist es, dass sie sich bei uns erwünscht, sicher und geborgen fühlen. Unser Hauptanliegen besteht darin, kompetent und liebevoll die Entwicklung der Kinder zu eigenverantwortlichen und gemeinschaftsfähigen Persönlichkeiten zu unterstützen.



Eingewöhnung

Uns sehr wichtig, dass das Kind

Langsam an die Betreuung Trennungsschmerz
Das gesamte Verhältnis zwischen
Der Tagesmutter und dem Kind

Sowie zwischen der Tagesmutter

Uns sehr wichtig, dass das Kind

Langsam an die Betreuung Trennungsschmerz
Und die Trennung zu akzeptieren und zu verarbeiten



Figure 29, Possibility 1 of an optimal layout

When layout contains one image only, the image shall be on the left (“given”) and the text on the right (“new”) (See Figure 30). These features connect elements in an appealing way to each other. Regarding the focus group, the most salient element is the logo followed by the images and then by text. Hence, it defines a linear reading path.

Startseite | Das sind wir ... | Das machen wir ... | Impressum/Kontakt

Haus der kleinen Füße

Das machen wir ...

Eingewöhnung | Freispiel | Bildungsbereiche | Grenzen und Regeln | Zusammenarbeit mit Eltern | Portfolio | Tagesablauf

Erstes und wichtigstes Ziel unserer Arbeit mit den Kindern ist es, dass sie sich bei uns erwünscht, sicher und geborgen fühlen. Unser Hauptanliegen besteht darin, kompetent und liebevoll die Entwicklung der Kinder zu eigenverantwortlichen und gemeinschaftsfähigen Persönlichkeiten zu unterstützen.



Eingewöhnung

Erstes und wichtigstes Ziel unserer Arbeit mit den Kindern ist es, dass sie sich bei uns erwünscht, sicher und geborgen fühlen. Unser Hauptanliegen besteht darin, kompetent und liebevoll die Entwicklung der Kinder zu eigenverantwortlichen und gemeinschaftsfähigen Persönlichkeiten zu unterstützen.

Wir begreifen die Kinder dabei als vollwertige Menschen, die wir respektieren und wertschätzen. Dementsprechend steht im Vordergrund unserer Pädagogik das Kind mit seiner Persönlichkeit, seiner Entwicklung, seinen Erfahrungen und Erlebnissen wahrzunehmen und zu fördern.

Die Erziehung orientiert sich an den individuellen Bedürfnissen der Kinder nach einer ausgeglichenen Abwechslung aus Zuwendung und Abstand, Geborgenheit und Freiheit, Bewegung und Ausruhen.

Figure 30, Possibility 2 of an optimal layout

VIII. Conclusion

This study set out to investigate the restructuring of image-text arrangement and relation on the target website to be more appealing to its target group and identified several opportunities for improvement. The thesis sought to examine the most significant spaces to use by studying

current problems on the target webpage. It analyzed the influence of changes on the user as well as the importance of layout for the user overall. Literature discussed provided a frame to examine steps to take.

The researcher conducted this study for the owner of HDKF, a childcare in the Ruhr area in Germany. To improve and update the online performance of HDKF, she is interested in understanding the needs of her users better. Hence, this study was carried out. The goal of this thesis was to answer the question of how to re-arrange image and text on the target website to better address its target group. Investigations are based on the target webpage.

First, the researcher designed several alternative layouts based on the theoretical framework provided. This way, she developed a way of studying online layout. A focus group discussed these designs and gave insights into their perception of the layout design. Second, a survey explored the perception of layout of a larger set of potential customers within the Ruhr area of Germany. In consideration of the focus group results, the researcher developed a questionnaire and adapted the alternative layouts included slightly. The survey findings contributed to the data discussion. The combination of focus group and questionnaire results led to a catalogue of recommendations for improving the image-text layout on the target webpage and website to be more appealing to its target users. Suggestions are within the theoretical framework. The framework provided can be taken for further analysis of other web pages as well.

Currently, users are dissatisfied with numerous layout elements: too much text overwhelms them, their reading is challenged due to a little font size and the integration of image and text is not optimal. Only few changes can lead to a more positive interpretation of the target webpage and website.

Mainly, HDKF should display less text as currently displayed. Overall, users prefer an overview of the topic supporting quick reading. They suggested bullet points. A short introduction at the beginning clarifies the topic of the page. To enable quick reading, HDKF should enlarge the font size. Users find the current font size difficult to read due to size. In addition, a larger and different font type for the headlines increases the perception of layout. Respondents recommend using a more “playful” font type that supports the logo and identifies with children. Additionally, they would like to highlight the headlines more in contrast to the text body.

HDKF should include several images. Users like at least two images, preferably more. Images follow the introduction. Either, images frame text or one image supports each paragraph. They could switch in position throughout the page; yet, always combined with one text paragraph.

Furthermore, the target website should contain textual information¹¹ including an overview of the opening hours (indicated by 100% of all respondents), the location (indicated by 95% of all respondents) and the philosophy of the organization (indicated by 90% of all respondents). Both user groups expect the same content. Based on the focus group discussion, the survey

¹¹ This applies for the target website in general, not for the target page.

asked about textual information. It indicated further points of interest: offers, projects and corporations (3); introduction of employees and their working practices (2); size of the groups supervised (3) and information about meals, free time and daily routines (2). When designing the website, HDKF can consider these recommendations as well.

Additionally, visual information¹¹ should include the premises (indicated by 100% of all respondents), an introduction of employees (indicated by 85% of all respondents) and activities offered (indicated by 85% of all respondents). Images showing children should focus more on the activities rather than on one individual child as preferred by some parents interviewed.

Recommendations are feasible and manageable within a decent expenditure of time and effort. Overall, users perceive the layout design of the target webpage as good. The fundamental structures exist and provide a sound starting point to work from. Few changes can lead to a general interpretation from good to very good. Suggestions benefit HDKF specifically and do not apply for online layout in general. HDKF should focus on keeping close customer contact to stay informed about their needs. By staying in a continuous dialogue with their (potential) customers, HDKF receives valuable feedback about users' interpretation of the current website performance and on possible ideas for improvements.

IX. Future Research

Several influences on layout and features of layout affecting the user's perception need further investigations as they exceed the scope of this thesis. Exploring the following as research strategies can help further investigating the implications of layout:

Very present throughout the analysis of this thesis were concerns regarding the font type (See above 6.3, p.51). It seems that it highly influences the perception of layout. Results indicate a relation between the type of organization and the font type (See above III, p. 26). Participants request a more “playful” font type as HDKF is a childcare; it should reflect playfulness. Thus, the font type within layout needs further examination. To do so, a similar approach as taken within this thesis is feasible.

The same applies for other layout elements. Respondents mention color a few times during the focus group discussion (See above III, p.26). One group member suggests including the colors of the logo throughout the rest of the page. It seems that it has the potential to add value to the user's perception of layout. In addition, white space plays a highly influential role within layout. As indicated previously, users suggest a relation of 50% images and 50% text but when confronted with a layout design displaying exactly their expectations, they request more text for this specific layout alternative. It might be due to white space. Therefore, research requires further exploration of the relation between white space and layout perception.

The way of studying online layout is feasible, yet amendable. This thesis takes all measures supplied by Kress and Van Leeuwen (2003) into account. The alternative layouts aim at studying the six categories such as “given” vs. “new”, “ideal” vs. “real”, centre and margin, salience, framing and a linear vs. non-linear reading path; hence, leading to eight different

designs. However, results may change if investigations focus on one criterion only. For future investigations, a focus on rather few or even only one measure is recommendable.

Images make up an important part of layout. During the analysis, the researcher noticed that some participants would rather exclude images portraying one child only. Images should display a group of children instead. This raises the question how users would have evaluated layout if different images were displayed. Their reactions might have been different if layout alternatives included groups of children. Additional research can contain one layout alternative only but a variety of images that are changing to investigate varieties in evaluation.

References

- Allen, M., Titsworth, S., & Hunt, S. (2009). *Quantitative Research in Communication*. Thousand Oaks: SAGE Publications, Inc.
- Barthes, R. (1977). Rhetoric of the Image. In S. Heath, *Image - Music - Text* (pp. 152 - 163). New York: Hill and Wang.
- Barthes, R. (1961). The Photographic Message. In S. Sontag, *A Barthes Reader* (pp. 194-210). New York: Hill and Wang.
- Bezemer, J. (2012, February 16). *Key Concepts in Multimodality*. Retrieved February 7, 2014, from Mode: Multimodal Methodologies: <http://mode.ioe.ac.uk/2012/02/16/video-resource-key-concepts-in-multimodality/>
- Carey, M., & Asbury, J. (2012). *Focus Group Research*. United States of America: Left Coast Press Inc.
- Fielding, N., Lee, R., & Blank, G. (2008). *Online Research Methods*. London, UK: SAGE Publications Ltd.
- Henriksen, B. (2012, na). *Multimodal approaches to researching social media*. Retrieved February 8, 2014, from Mode: Multimodal Methodologies: <http://mode.ioe.ac.uk/research/multimodal-approaches-to-researching-social-media/>
- Jones, M. (2012). Websites. In M. Jones, *Customer Communications* (pp. 211-214). Hoboken: Taylor and Francis.
- Kress, G. (2009). What is mode? In C. Jewitt, *The Routledge Handbook of Multimodal Analysis* (pp. 54-67). London: Routledge.
- Kress, G., & Van Leeuwen, T. (2003). *Reading Images: The Grammar of Visual Design*. London and New York : Routledge.
- Marshall, C., & Rossman, G. (2011). *Designing Qualitative Research, 5th ed.* United States: SAGE Publications, Inc.
- Mayring, P. (2008). Qualitative Inhaltsanalyse: Grundlagen und Techniken. In P. Mayring, *Qualitative Inhaltsanalyse: Grundlagen und Techniken* (pp. 50-62). Weinheim: Beltz Verlag.
- MODE. (2012, na). *Glossary of multimodal terms*. Retrieved March 10, 2014, from Mode: Multimodal Methodologies: <http://multimodalityglossary.wordpress.com/>
- Oxford University Press. (2014, na). *Composition*. Retrieved March 31, 2014, from Oxford Dictionaries : <http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/composition>
- Oxford University Press. (2014, na). *Layout*. Retrieved March 31, 2014, from Oxford Dictionaries: <http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/layout>
- Peirce, C. (1931-58). *The Collected Papers of Charles Sanders Peirce*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

Peirce, C. (1894). *The Essential Peirce - Selected Philosophical Writings Volume 2 (1893 - 1913)*. Bloomington, USA: Indiana University Press.

Stöckl, H. (2004). Language and image in printed media. In H. Stöckl, *In between modes* (pp. 9-30). Chemnitz, Germany: Technical University Chemnitz.

Walser, H. (2013). *Der Goldene Schnitt 6.Ed.* Leipzig: Edition am Gutenbergplatz Leipzig.

Appendix

1. Layout designs to be presented in the Focus Group

All s are based on the discussion of Kress and Van Leeuwen (Reading Images: The Grammar of Visual Design, 2003). The original version of the webpage discussed is taken as a starting point.

a. Layout design 3

This version of image and text layout is basically the opposite of the second one. The image is shown on the right side of the page with text on the left. The logo is central. Text is in the current font type and grouped style. Two paragraphs are displayed, both starting and ending with the image.

[Startseite](#) | [Das sind wir...](#) | [Das machen wir...](#) | [Impressum/Kontakt](#)

Haus der kleinen Füße

Das machen wir...
[Eingewöhnung](#) | [Freispiel](#) | [Bildungsangebote](#) | [Grenzen und Regeln](#) | [Zusammenarbeit mit Eltern](#) | [Portfolio](#) | [Tagesablauf](#)

Erstes und wichtigstes Ziel unserer Arbeit mit den Kindern ist es, dass sie sich bei uns erwünscht, sicher und geborgen fühlen. Unser Hauptanliegen besteht darin, kompetent und liebevoll die Entwicklung der Kinder zu eigenverantwortlichen und gemeinschaftsfähigen Persönlichkeiten zu unterstützen. Wir begreifen die Kinder dabei als vollwertige Menschen, die wir respektieren und wertschätzen. Dementsprechend steht im Vordergrund unserer Pädagogik das Kind mit seiner Persönlichkeit, seiner Entwicklung, seinen Erfahrungen und Erlebnissen wahrzunehmen und zu fördern. Die Erziehung orientiert sich an den individuellen Bedürfnissen der Kinder nach einer ausgeglichenen Abwechslung aus Zuwendung und Abstand, Geborgenheit und Freiheit, Bewegung und Ausruhen.

Eingewöhnung
Die Eingewöhnungsphase prägt das gesamte Verhältnis zwischen der Tagesmutter und dem Kind sowie zwischen der Tagesmutter und den Eltern. Daher ist es uns sehr wichtig, dass das Kind langsam an die Betreuung herangeführt wird, um den Trennungsschmerz zu überwinden und die Trennung zu akzeptieren und zu verarbeiten. In enger Kooperation mit den Eltern achten wir auf eine behutsame und individuelle Eingewöhnung, um den Kindern einen guten Start zu ermöglichen. Hierbei orientieren wir uns am "Berliner Modell" von Klaus Beller. In einem ersten Gespräch mit den Eltern werden die Wünsche und Vorstellungen der Eltern sowie die Grundsätze der Tagespflegereinrichtung besprochen. Kommen beide Seiten überein, wird ein Betreuungsvertrag abgeschlossen.



b. Layout design 4

A fourth version of the image and text layout is showing both images again. This layout design is similar to the first; however the images are smaller allowing more room for text. The image on the left is positioned in the upper part of the page whereas the picture on the right is placed lower on the page. Therefore, they are diagonal to each other. The logo is on the left side of the page. Text is much longer than in the first version of this page. Whereas one paragraph is positioned to the left image only, the second is starting with the first image and ending with the picture on the right. Text is grouped style and in current font type.

AN ANALYSIS OF THE IMAGE - TEXT ARRANGEMENT AND RELATION ON THE WEBSITE OF THE CHILDCARE “HAUS DER KLEINEN FÜßE”



c. Layout design 5

This layout design is again presenting two images; this time images shown are reverse. The left image is positioned towards the lower part of the page whereas the right image is placed at the top of the page. Both paragraphs start below the image on the right. The first paragraph is placed between both images and the second one is starting and ending with the left image. The logo is left-aligned and text is in current font type and grouped style.



d. Layout design 6

A sixth version of layout of image and text shows again two images. The picture on the top right is still in a similar position. It is placed a little lower compared to layout design 5. The second image is located within the second paragraph this time. Text surrounds the image. The first paragraph is starting and ending with the image on the right. The logo is left-aligned, text is grouped style and in current font type.

AN ANALYSIS OF THE IMAGE - TEXT ARRANGEMENT AND RELATION ON THE WEBSITE OF THE CHILDCARE “HAUS DER KLEINEN FÜßE”

Startseite | Das sind wir... | Das machen wir... | Impressum/Kontakt

Haus der kleinen Füße

Das machen wir...

Eingewöhnung | Freispiel | Bildungsbereiche | Grenzen und Regeln | Zusammenarbeit mit Eltern | Portfolio | Tagesablauf

Erstes und wichtigstes Ziel unserer Arbeit mit den Kindern ist es, dass sie sich bei uns erwünscht, sicher und geborgen fühlen. Unser Hauptanliegen besteht darin, kompetent und liebevoll die Entwicklung der Kinder zu eigenverantwortlichen und gemeinschaftsfähigen Persönlichkeiten zu unterstützen.

Wir begreifen die Kinder dabei als vollwertige Menschen, die wir respektieren und wertschätzen. Demzufolge steht im Vordergrund unserer Pädagogik das Kind mit seiner Persönlichkeit, seiner Entwicklung, seinen Erfahrungen und Erlebnissen wahrzunehmen und zu fördern. Die Erziehung orientiert sich an den individuellen Bedürfnissen der Kinder nach einer ausgeglichenen Abwechslung aus Zuwendung und Abstand, Geborgenheit und Freiheit, Bewegung und Ausruhen.



Eingewöhnung

Die Eingewöhnungsphase prägt das gesamte Verhältnis zwischen der Eltern. Dabei ist es uns sehr wichtig, dass das Kind langsam an die überwinden und die Trennung zu akzeptieren und zu verarbeiten. In individuelle Eingewöhnung, um den Kindern einen guten Start zu Kuno Beller. Vorstellungen der Eltern sowie die Grundsätze der wird ein Betreuungvertrag abgeschlossen. Danach stellt sich die wann das Kind das erste Mal das "Haus der kleinen Füße" besucht. Zu und der Betreuerinnen statt Vorlieben, Gewohnheiten und und Essgewohnheiten, eventuelle Allergien etc.). Der erste Tag spielt Tagesgestaltung kennen lernen. Ein vertrauter Gegenstand



2. Checklist

The following checklist is based on (Carey & Asbury, 2012) to make sure relevant steps are taken and the risk of missing out on relevant information is minimized.

Checklist
(1) Planning the focus group <ul style="list-style-type: none">a. Research on layout within the context of multimodal communication as well as within the context of websitesb. Set up the focus group: find members and arrange a meeting
(2) Before the focus group <ul style="list-style-type: none">a. Set up the interview guide for the focus groupb. Get in contact with all participants: send out an e-mailc. Text the interview guided. Prepare the equipment needed: recorders, batteries, etc.e. Set up the meeting place and arrange snacks and beverages
(3) During the focus group <ul style="list-style-type: none">a. Consent: Ask for the permission to record the sessionb. Introduce the topicc. Introduce the peopled. Once the focus group is finished, have all participants fill out a demographic questionnaire to learn more about their background and their relationship to the childcare HDKF
(4) After the focus group <ul style="list-style-type: none">a. Check the recordings immediatelyb. Send out another email saying thank you to all participants, informing them about results

3. Interview Guide in German

This interview guide is based on the English version above.

Fokusgruppe – Fragebogen

1. Interesse

Wenn du dir eine Internetseite einer Kindertagesstätte anschaust, welche Informationen

<p>erwartest du?</p> <ol style="list-style-type: none">Wonach suchst du?Was erwartest du hinsichtlich des Verhältnisses von Bild und Text? Wie viel Bild, wie viel Text?
<p>2. Aufmerksamkeit</p> <p>Schaue dir die Internetseite http://www.kleine-fuesse-dinslaken.de/dasmachenwir.htm an, was fällt dir zuerst auf? Warum?</p> <ol style="list-style-type: none">Was fällt dir als nächstes ins Auge?Welches Element ist das dominanteste? Welches fällt am wenigsten auf? Warum?Wo fängst du an zu lesen? Was folgt danach? (Hierbei kann es sich um Text und Bilder handeln.)Wie empfindest du die (logische) Struktur der Seite? Würdest du etwas ändern? Wenn ja, was?Gibt es Information auf dieser Internetseite, die dir bereits bekannt ist? Wenn ja, welche? Auf einer Skala von 0 -10, wie viel neue Informationen erhältst du? Wünschst du dir weitere Information?Würdest du die Seite entwerfen, wie würdest du Information organisieren? Welche Information ist die wichtig?
<p>3. Wahrnehmung/Interpretation</p> <p>Welche Gefühle, Einstellungen und Erwartungen schafft die Internetseite für dich?</p> <ol style="list-style-type: none">Wie interpretierst du die Seite?Was siehst du? Fühlst du? Und stellst du dir vor?Hast du persönlich eine Verbindung zu dem, was du siehst? <p>Welche Wirkung erzielt das Bild an oberster Stelle der Internetseite?</p> <ol style="list-style-type: none">Welche Wirkung erzielt es im Text? Links? Rechts? Unten?Wie würdest du es idealerweise arrangieren? <p>Wäre das Bild zentral, wie würdest du die Internetseite interpretieren? Welchen Eindruck würde die Seite auf dich erwecken?</p> <ol style="list-style-type: none">Wie würdest du Bild und Text für dich arrangieren, damit die Kombination aus beidem die maximale Aufmerksamkeit auf sich lenken kann?
<p>4. Abschlussfrage</p> <p>Könntest du dem Entwickler der Internetseite eine Sache bezüglich des Layouts von Bild und Text nahelegen. Was wäre das?</p>

4. Interview Guide in English

This interview guide is based on the literature discussed in the background section. Key terms mentioned by relevant researchers are included. They structure the interview guide construction.

Interview Guide

- (1) Degree of consciousness – what attracts first?
 - Attention drawn where in which order?
 - Linearity

- Looking at the current website, where do you start reading? What follows? Why?
- Does the current reading path you perceive seem logical to you and why? If not, how would you like to see it changed?

(2) Perception - What are the attitudes, feelings, imaginations triggered when interpreting the different pages?

- a. What do you see, feel, imagine?
- b. What interests do you have?
- c. What is your interpersonal relation to what you see?
- d. Centre – Margin
 - What is your perception of an image/text in the centre of the website?
 - What is the ideal arrangement of image and text in respect to Centre - Margin for you specifically?
- e. Salience
 - What visual clues do you perceive as salient? Which ones are rather non-salient? Why?
- f. Given – New
 - How do you perceive known and unknown information on the website of HDKF <http://www.kleine-fuesse-dinslaken.de/>?
 - How would you arrange it logically for yourself?
- g. Ideal – Real
 - What is your perception of an image in the upper part of the webpage? (vice versa)
 - What is the ideal arrangement of image and text in respect to the idea of “Ideal” and “Real” for you specifically?

Carey & Asbury (2012) further suggest a last question to conclude the focus group. It usually narrows down to the concrete aim of the focus group.

- (3) If you could tell the editor of the website one thing to change regarding layout, what would that be?

5. Focus Group Results

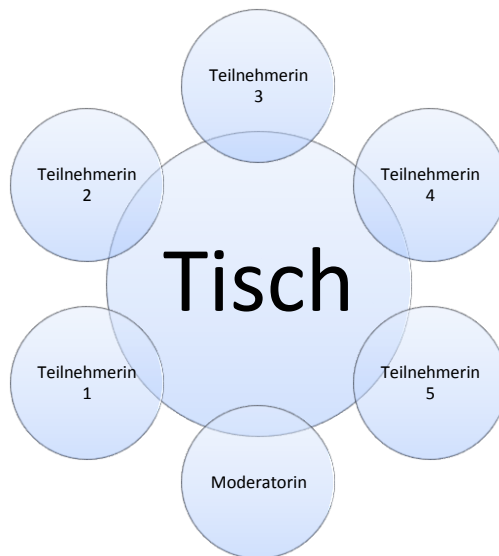
Below follows the transcription of the focus group discussion.

Fokusgruppe, 08.04.2014, 14.00 – 14.35 Uhr

Teilnehmer: 5

Die Teilnehmer waren an einem Tisch so platziert, dass die Moderatorin an einem Ende saß und die Teilnehmer im Kreis drum herum. Der Moderatorin saß eine Teilnehmerin gegenüber; die anderen saßen jeweils zu zweit nebeneinander und sich gegenüber. Somit saß die Moderatorin im 45 Grad Winkel zu 4 der 5 Teilnehmer und frontal zu der 5. Teilnehmerin. Die 3 Teilnehmerinnen, die ihre Kinder bereits in HDKF zur Betreuung geben, saßen nebeneinander und die 2 Teilnehmerinnen, die ihre Kinder noch nicht in der Betreuung von HDKF haben saßen nebeneinander und ihnen gegenüber.

Skizze



Teilnehmerin 1 und 2 haben ihre Kinder nicht in der Betreuung von HDKF. Beide haben ihre Kleinkinder mitgebracht zur Diskussionsrunde.

Teilnehmerin 3, 4 und 5 haben jeweils ihre Kinder in der Betreuung von HDKF.

Moderator: Ich mache das auf zwei Geräten, für den Fall, dass irgendwas nicht so läuft wie das soll, damit ich sicher gehen kann, dass ich das hab. Ich weiß nicht, ob Manon euch das erklärt hat, was genau ich mache. Ich schreib meine Masterarbeit quasi über das Layout, ganz speziell für die Internetseite von Haus der kleinen Füße und es geht mir darum, wie sich Bild und Text zueinander verhalten. Sprich die Fragen, die ich diskutieren wollen würde, sind dann bezüglich nur des Layouts. Also es geht nicht um Inhalte oder Farben oder was auch immer, sondern wirklich nur wie verhält sich das zueinander.

Kurze Unterbrechung, da eine der Teilnehmerin zu spät kam und somit die Sitzung unterbrochen hat. Die Moderatorin erklärt kurz, was bisher passiert ist und was die Teilnehmerin verpasst hat.

M: Ich nehme das auf. Ist das in Ordnung?

T5: Ja.

M: Ok. Ich hab nachgefragt, ob duzen in Ordnung ist?

T5: Auch ok.

M: Ok sehr gut. Ich hab jetzt eben nur kurz erklärt, wofür das ist. Also ich mach das für meine Masterarbeit und in der untersuche ich das Layout, Bild und Text im Verhältnis zueinander auf der Internetseite von Haus der kleinen Füße. Ich muss mich noch entschuldigen vorneweg, das Ganze ist auf Englisch. Also es könnte passieren, dass ich irgendwann mal Worte durcheinander schmeiße. Ich hoffe, das passiert nicht. Habt ihr da irgendwie Fragen zu irgendwas?

Kopfschütteln.

M: Ok gut. Ich würde als allererstes gerne wissen: Wenn ihr auf eine Internetseite von einer Kindertagesstätte geht, was erwartet ihr, was ihr da zu sehen bekommt und was ihr für Informationen erfahrt?

T5: Also ich würde immer gerne sehen, wer, also wer da arbeitet, damit ich schon mal so ein Bild hab. Weil das ist ja immer, der erste Eindruck zählt.

M: Ja.

T5: Und die Räumlichkeiten finde ich immer sehr wichtig.

M: Ok.

T5: Und vielleicht auch halt Fotos von Kindern, die, ja, wo Aktivitäten gezeigt werden. Was schon bereits gemacht worden ist. Dann sieht man ja, ne, wie wird mit den Kindern umgegangen.

M: Ja.

T5: So das fand ich immer sehr oder find ich immer sehr wichtig. Darauf ich jetzt immer, wenn ich mir die ganzen Kindergärten angucke.

M: Ja ok.

Gemurmel von der ganzen Gruppe.

T3: Organisatorische Infos halt.

M: Ja ok und in welcher Form erwartet ihr das dann? Also wollt ihr euch viel angucken oder wollt ihr was lesen?

T3: Na die Aktivitäten am besten im Bild.

M: Ja ok.

T3: Und die organisatorischen Infos im Text. Also Öffnungszeiten [Geräusch Unterbrechung durch einige Teilnehmerinnen, da eines der Babys wach geworden ist], Speisepläne, als was es wann gibt sozusagen, nicht den wöchentlichen.

M: Ja ok. Gut. Ich würde gerne, ich habe mir eine Internetseite rausgesucht, die ich gerne ein bisschen näher diskutieren wollen würde. Und zwar ist das die Seite „das machen wir“. Das ist die Seite einmal [die Moderatorin zeigt den Teilnehmerinnen die Seite <http://www.kleine-fuesse-dinsslaken.de/dasmachenwir.htm>]. Und ich wollt euch fragen, wenn ihr euch das anguckt, wenn ihr jetzt hier raufgeht und das ist die Seite, was euch zuerst ins Auge fällt?

T5: Die Bilder.

M: Ok. Ist das für jeden gleich?

T3: Ja, die Bilder.

Zustimmung von allen Teilnehmerinnen durch nicken.

M: Ok, also zu allererst sind es die zwei Fotos. Was fällt euch danach in den Blick?

Mehrere T: Haus der kleinen Füße. [Zustimmung durch alle. Die Teilnehmerinnen reden gleichzeitig und stimmen einander zu.]

M: Ja ok und dann ist es das Logo. Und dann würdet ihr wo weiter lesen?

T3: Das kleine fettgedruckte oben links.

T5: Ja.

T3: Um heraus zu finden, was überhaupt drauf ist. (*auf der Seite*)

M: Ok, also geht es quasi von den Bildern, hoch aufs Logo und dann wieder rüber.

Mehrere T: [Zustimmendes Gemurmel und „hm“]

M: Wenn ihr dann rausgefunden habt, auf welcher Seite ihr seid und was das von euch möchte und was ihr hier erfahrt und runter scrollt, dann würdet ihr vermutlich lesen?

T2: Das ist aber ganz schön viel.

T3: Nee das würde ich vermutlich nicht lesen. Ich würde nur so überfliegen.

T5: Die ersten zwei Sätze und wenn die gut sind. [Zustimmung der Gruppe durch Gemurmel und Gelächter.]

T3: Eingewöhnung und dann gucken und wenn es mich näher interessiert, würde ich es dann lesen.

M: Ok. Und dann, wenn ihr weiter runter scrollt, würde?

T5: Das würde ich zum Beispiel, der oben der Text war sehr lang aber jetzt so zu jedem kleinen Bild, ne, das ist doch

T3: Das Bild muss ein bisschen mehr zu (*nicht zu verstehen*) und ich würde die Überschriften ein Stück größer machen, weil man die sonst nicht anguckt, großartig, also man weiß nicht, was da jetzt ist. Da muss man erst so lange suchen.

M: Stimmt ihr da so alle zu?

Alle T: Hm. [Kopfnicken]

M: Ich habe ein paar verschiedene Layouts quasi, so als Screen Shot ganz einfach entworfen. Und ich würde von euch wissen wollen, wie ihr euch quasi fühlt, was ihr empfindet, wenn ihr das seht. [Die Moderatorin zeigt FG Screenshot 1.]

T3: Das sieht lockerer aus.

T1: Aber ich find ein bisschen durcheinander.

M: Ok.

T2: Und zu klein, kleine Schrift.

M: Ok. Das ist jetzt dadurch bedingt, dass es jetzt nur ein Bild ist. Aber ok, das wäre zu klein?

Zustimmung durch Kopfnicken.

M: Sonst noch was, was euch auffällt?

T5: Also ich find jetzt auch, dass ist so ein bisschen durcheinander. Weil die Texte so ineinander so übergreifen, ne.

T1: Ich find die Schriftart passt auch nicht zu dem Logo.

T3: Aber Schrift könnte also auch auf der Internetseite an sich ein Stück größer sein.

M: Also selbst hier [Moderatorin zeigt die Internetseite] ist das zu klein auf der Seite selber?

T3: Ja, selbst das kann das größer.

M: Ok. Das zweite wäre das. [Moderatorin zeigt FG Screen Shot 2.] Was sagt ihr dazu, wenn ihr das seht?

T1: Find ich schwierig.

T2: Das ist ja noch, warum sind da immer so Freizeichen dazwischen?

T5: Ach weil der Blocksatz

M: Ja, das ist der Blocksatz.

Alle T: Hm. Achso. Ok.

T5: Ich find jetzt, also ich mag das nicht, wenn ich dann am PC noch so lesen muss [die Teilnehmerin bewegt ihren Kopf von links nach rechts und wiederholt dies mehrfach.]. Ich les am liebsten so, dass ich nur meine Augen bewegen muss und hier muss man ja schon ne, so gucken, weil das so lang gezogen ist.

M: Ok, also da wäre -

T5: Find ich jetzt.

M: - Zu lang gezogen?

T4: Ich finde der ist auch zu lang gezogen.

Die Moderatorin sucht den nächsten Screen Shot heraus.

T3: Sie aber so sehr übersichtlich aus.

M: Dann wäre das eine dritte Variante. [Die Moderatorin zeigt FG Screen Shot 3.]

T2: Nee.

T5: Nur andersrum ne?

M: Ja genau.

T2: Ich find das Foto erst besser.

M: Weil es das spezielle Foto ist oder weil es auf der linken Seite ist?

T2: Beides.

T1: Weil es auf der linken Seite ist und man dann direkt drauf guckt. Also, es spricht mehr an, als da wo der Text ist.

M: Also, für dich wäre es ansprechender auf der linken Seite und dann rechts daneben was zu lesen?

T1: Hm ja. [Im Hintergrund stimmen andere Teilnehmer durch „hm“ und andere bejahende Töne zu.]

T3: Hier hat man eher die Chance, dass der Text gelesen wird.

T1: Das stimmt.

T3: Weil man oben links ja anfängt zu gucken und [Zustimmung durch die anderen Teilnehmerinnen. Es wird etwas lauter und es ist schwer zu verstehen, was die anderen Teilnehmerinnen sagen.] dann fängt man an zu lesen und dann endet man immer beim Bild und dann hat man eher einen Endpunkt. Also dann weiß man schneller, hier ist der Satz zu Ende und dann ist man motivierter zu lesen.

T1: Ja, das stimmt.

T3: Kommt auf das Ziel an.

M: Ja ok. [Die Moderatorin sucht den nächsten FG Screen Shot 4 raus.] Und wenn ihr das seht?

T2: Nee das finde ich auch zu durcheinander.

T3: Mir würde es gefallen, aber dann würde ich die Überschrift in die Mitte setzen.

M: Die Überschrift? [Die Moderatorin indiziert zum einen die Überschrift des Textes und zum anderen das Logo als Überschrift der Seite.]

T3: Ja das Logo.

M: Also, das Logo in die Mitte?

Mehrere T: Hm.

M: Würdet ihr weniger Text wollen?

T4: Ja.

T3: Ja weniger Text. Und der Absatz der da ja jetzt drin ist, müsste runter zu dem anderen Foto.

T4: Genau der müsste runter. [Teilnehmerin 3 und 4 reden zeitgleich].

T3: Dass mehr Platz zwischen den zwei Textstellen ist. Dann hat man, dann kann man sich nämlich noch besser entscheiden, wo man aufhört zu lesen. [Zeitgleich stimmt T4 durch bejahende Worte wie „genau“, „hm“ und „ja“ zu.] Und ob man weiterlesen will und so.

M: Ok also quasi mehr Platz zwischen den zwei Paragraphen.

T3: Genau.

T5: Würde ja reichen, wenn das [Sie deutet auf einen Paragraphen.] erst anfängt unter dem Bild, ne?

Mehrere Teilnehmer stimmen durch „hm“, „ja“ etc. zu.

T2: Ich finde, wenn man sich irgendwie um ‘ne Kita oder ‘nen Kindergarten bemüht, und dann weiß ich nicht und diverse Internetseite gucken will und schaut und so dann find ich das eigentlich ganz gut, wenn das so, zum Beispiel „das machen wir“ und dann Stichpunktartig, keine Ahnung, hier gibt’s immer gesundes Frühstück und weiß ich nicht, was man halt dann halt alles macht. Ich hab mich damit jetzt noch nicht so befasst, aber dann halt so ’n bisschen zack, zack, zack, zack. So schreiben, was jetzt halt so ganz besonders an dieser Kita ist. Das finde ich eigentlich ganz gut. Anstatt so ’n riesen langen Text. [Die Moderatorin bejaht und gibt regelmäßig motivierendes Feedback.]

T3: Kinder in welchem Alter werden betreut. Öffnungszeiten, was ist ’n noch wichtig?

[Mehrere Teilnehmerinnen kommentieren gleichzeitig, sodass es unverständlich wird, was gesagt wird.]

T3: Schlafenszeiten.

M: Ok und diese Informationen würdet ihr gleich an erster Stelle haben wollen? Also, wenn ihr auf die Seite geht, dann möchtet ihr Bilder sehen und die wichtigsten Informationen auf einen Blick?

T2: Ja, also ich find das ganz gut.

T3: Oder zumindest ‘ne Adresse. Also, ich würde nicht mit Text anfangen.

M: Das ist ja auch nicht die Homepage. Das ist ja die „das machen wir“ Seite.

T3: Achso, ok.

T4: Also, das ist eine Seite aus dem ganzen?

T5: Die Startseite sind die doch, stellen die sich doch vor, ne? Die vier?

M: Ich kann euch die

T5: Oder drei?

M: Nee. Ich kann euch die nochmal zeigen. Das ist die Startseite.

T5: Ach ja genau.

Mehrere Teilnehmerinnen reagieren mit „hm“, „ah“ und anderen Lauten.

T5: Ja genau. Das sind wir, das machen wir.

M: Ich hab jetzt „das machen wir“, weil ich mir dachte, wenn ich, also habe ich jetzt angenommen, wenn ich dann eben nach 'ner Kindertagesstätte suche, dann möchte ich rausfinden

T5: Was die machen

M: Was die machen. Deswegen habe ich die eine spezielle Seite eben genommen gehabt zum diskutieren. [Im Hintergrund stimmen einige Teilnehmerinnen durch „hm“ und andere Laute zu und folgen der Erklärung.]

Ähm, das ist noch ein bisschen anders. [Die Moderatorin sucht den nächsten FG Screen Shot 5 raus.]

T3: Das ist schon besser. Das ist schon fast wie wir das vorhin vorgeschlagen haben. [Zeitgleich stimmen mehrere Teilnehmerinnen im Hintergrund durch „Hm“ zu.]

M: Ja ok, also das gefällt euch optisch eher?

Zustimmung durch Kopfnicken.

T3: Das rechte Bild könnte noch ein Stück runter.

M: Ok. Im Verhältnis Text Bild, immer noch zu viel Text? Oder ist das ansprechender?

- T2: Ja also ich kann mir das schlecht vorstellen, weil wir ja die Anfangsseite nicht so richtig gesehen haben. Also wenn man, wenn man jetzt die Informationen, die so erst mal so Öffnungszeiten, also weiß ich nicht, was dann halt noch so wichtig ist, auf einen Blick hat, dann kann man sich ja, wenn man dann Interesse an dieser Kita hat, dann kann man dann weiter lesen und dann wird man sich wahrscheinlich auch die Texte durchlesen, wenn man denkt „ach das passt ja, die Öffnungszeiten sind gut, die machen früh auf und nehmen mein Kind, weiß ich nicht, mit 3 Monaten“. Wenn das alles in Ordnung ist und ich dann weiterblättere, dann würde ich wahrscheinlich auch lesen. Weil mich das dann ja auch interessiert.
- M: Ok. Aber an allererster Stelle würdest du
- T2: Einfach ein paar Infos, ein paar Specials, weiß ich nicht, von der Kita, die besonders gut sind und man meint, dass das halt die Kita wiedergibt und dann würde ich halt auch weiterlesen, wenn mich das interessiert. [Die Moderatorin gibt regelmäßig verständnisvolles Feedback in Form von „hm“, „ja“ etc.]
- M: Also, das müsste zuerst die kompakte Information, die müsste für dich ansprechend sein -
- T2: Genau.
- M: - Damit du bereit bist auf -
- T2: Einfach halt auch.
- M: - 'ner weiteren Seite auch ein bisschen mehr zu lesen. [T2 stimmt durch „hm“, „ja“ etc. zu.] Und da dürften dann auch weniger Bilder drin sein und mehr Text?
- T2: Ja also wenn mich das dann interessiert, dann klar, dann würde ich auch lesen.
- M: Ja ok.
- T2: Muss ja mein Kind dann auch eventuell in die Kita bringen. Dann muss man ja schon auch ein bisschen mehr auf der Homepage lesen. [Die Moderatorin bejaht und gibt regelmäßiges Feedback.]
- M: Also das ist euch auch wichtig? [Die Moderatorin stellt diese Frage an die gesamte Gruppe.]
- T4: Ich finde auch immer wie's geschrieben ist, ist halt wichtig, ne?
- T5: Ja das stimmt.

T4: Also wir [leichtes zögern von T4 und Gemurmeln anderer Teilnehmer im Hintergrund] überfliegen den Text ja jetzt noch nicht mal. Wir sehen ja einfach nur das Schriftbild, aber wenn man jetzt anfängt zu lesen und du hast ja grad gesagt, man liest erst mal den ersten, zweiten Satz, dann kommt 's auch drauf an, wie das formuliert ist. Also, da merkt man ja auch schon so, was steckt da drin.

Eine Teilnehmerin stimmt durch „Hm“ zu. [Es ist nicht klar, welche Teilnehmerin.]

T5: Das stimmt.

T4: Wie der Text halt gestaltet ist.

M: Ja, das ist schon

T5: Darf halt nicht so 'n bla bla drin sein.

M: Ja ja.

T5: Wir basteln mal.

T3: Einfacher zu lesen. Wenn man jetzt das Fettgedruckte, also das Fettgedruckte [An dieser Stelle wird das Gesprochene undeutlich und schwer zu verstehen. Einige Teilnehmer schenken sich Wasser ein und somit sind die Nebengeräusche zu laut.]

M: Da ist der Fokus meiner Arbeit erst mal hauptsächlich das Layout. Wie man das zueinander platziert und welche Wirkung das auf potentielle Eltern beziehungsweise eben Eltern, die hier bereits sind, haben kann. [Einige Teilnehmer geben Feedback durch „Hm“ und signalisieren, dass sie zuhören.] Und deswegen steht da der Inhalt des Textes nicht ganz so im Vordergrund sondern erst mal

T4: Nein weil wir die ganze Zeit kritisieren, dass da so viel steht, weil das ist ja manchmal überhaupt angebracht, dass da so viel steht, wenn. Dann kommt 's natürlich darauf an, wie's geschrieben ist. [Einige Teilnehmer bejahen das Gesagte von T4.]

T5: Das stimmt.

T4: Na wenn da jetzt wirklich nur Müll drin steckt, dann so ja

M: Ja ok

T5: Dann kann da auch zwei Sätze Müll stehen.

- T4: Dann verstehe ich worum es geht, also es geht eigentlich darum, wenn man jetzt wo drauf schaut, was spricht an oder was würde einen eher abschrecken oder das man sagt, die Seite ist nicht ansprechend. [Die Moderatorin bejaht dies mehrfach durch „hm“, „ja“.]
- M: Genau.
- T4: Das steckt eigentlich der Fokus jetzt.
- M: Beziehungsweise wenn ihr sagt, wenn ihr jetzt das allererste Mal auf ‘ne Seite geht, dann möchtet ihr wenig Textinformation mit und ansprechenden Bildern und den Schlagwörtern, die euch wichtig sind und wenn das dann eben anspricht, würdet ihr auf ‘ner weiteren Seite auch gerne mehr lesen.
- T2: Bei mir wär das auf jeden Fall so.
- Alle Teilnehmerinnen stimmen durch „hm“ und Kopfnicken zu.
- T4: Ich find aber zum Beispiel auch dieses ne, die erste Seite jetzt, die find ich total ansprechend mit diesem Bild mit
- T5: Mit den Füßen ne?
- T4: den Füßen ne, wie heißt die Einrichtung und ja wer steckt dahinter. Da denkt man jetzt schon, da guck ich auf jeden Fall rein. Also die Seite die find ich total
- T5: Ich weiß noch, wo ich mir das damals, ich hab das nämlich gelesen Haus der kleinen Füße und dann bin ich auf die Seite gegangen und ich bin erst auf das „das sind wir gegangen“, weiß ich noch. Ich hätte ja auch erst mal gucken können „was machen wir“, ich bin aber erst darauf gegangen und wollt erst mal gucken, wer arbeitet denn da. Dann hab ich die Bilder gesehen, dann hab ich die Texte zu den drein durchgelesene, ne zwei waren ja damals nur, Frau Lachmann und Frau Odkirchen waren damals nur da drauf und ich sagte „hört sich ja gut an, die sind ja in meinem Alter“ und dann hab ich geguckt „was machen wir“. Also so bin ich vorgegangen.
- M: Ok, also die Logik der Seite ist für
- T5: Gut.
- M: Also wenn wir uns jetzt das jetzt einmal anschauen
- T5: [Zeitgleich] Startseite, das sind wir und dann. [Zeitgleich stimmen andere Teilnehmerinnen zu.] Erst will man ja wissen, mit wem hat man es zu tun und dann was machen die.

M: Ok, also das ist euch wichtiger? [Mehrere Teilnehmer setzten zu Antwort an.]

T5: Also-

M: Dann hab ich ja vielleicht einfach nur die falsche Seite als Beispiel rausgenommen. Also zum diskutieren. Wenn euch wichtiger ist, erst mal zu sehen, wer das ganze macht, als was konkret sie machen, dann ja ok. Hier hab hier noch einmal eine Seite, wo das Bild im Text ist. Was macht das mit euch?

T2: Finde ich zu durcheinander.

M: Ok, also das sorgt für Unordnung?

[Mehrere Teilnehmerinnen stimmen zu.]

T3: Das sorgt dafür, dass ich es definitiv nicht durchlese, weil das Bild einfach stört.

M: Ok.

T3: Aber das obere ist jetzt schöner.

[Mehrere Teilnehmerinnen stimmen zu und setzen zum Reden an. Damit wird Gesprochenes unverständlich.]

T5: Ja weil das runtergezogen, wenn das jetzt noch in der Mitte wär, ne?

T3: Weil das runter gezogen ist. [T3 und T5 sprechen zeitgleich.]

T5: Dieses jetzt hier oder?

T4: Das find ich da jetzt gar nicht so schlimm.

T3: Nee das kann links bleiben, aber das andere muss da drüber und dann wär ‘s

M: Ok

T5: Und dann das Bild da.

M: Du siehst das ähnlich? [Die Moderatorin fragt T2 nach ihrer Meinung.]

T2: Irgendwie war ich jetzt gerade abgelenkt.

M: Gar kein Problem.

[Gelächter der gesamten Gruppe.]

T2: Hab ich gar nicht gehört, ‘schuldigung.

M: Gar kein Problem. Sie meinten gerade, dass [Ablenkung durch eines der Babys] ja die Kleinen. Das Logo, ob das links oder zentral eher anspricht.

T2: Achso ich find die Überschrift in der Mitte eigentlich immer -

M: Auch zentral?

T2: - bisschen mehr Absatz und in der Mitte.

T3: Aber wenn man ’s, also auch künstlerischer Perspektive betrachtet, ist es links besser, wenn man das andere Foto links hinstellt ist es nämlich das goldene Dreieck.

T5: Hm, ok.

M: Das Foto links? [Die Moderatorin deutet auf das auf dem Bildschirm gezeigte Layout.]

[T3 stimmt durch Kopfnicken zu.]

T3: Das untere Foto links und dann hat man so ’n Dreieck und dann sieht’s unter optischen Gesichtspunkten hübsch aus.

[Parallel im Hintergrund Zustimmung durch „Hm“, „ja“ etc. durch die Moderatorin.]

M: Ja, ok.

T5: Ich glaube, dass wäre auch die perfekte Lösung ne? Wenn das Foto da wär und der Text daneben. [Die Gruppe stimmt durch Kopfnicken und „hm“ zu.] Das andere Foto runter.

M: Ok. Ich glaube, zwei habe ich noch. Ich noch eins genommen, wo ich mal das Bild rausgenommen hab. [Die Moderatorin zeigt FG Screen Shot 7.]

T3: Oh nee.

T5: Hölle.

[Allgemeine Abneigung aller Teilnehmer. Alle lachen.]

T5: Das liest sich doch kein Mensch durch.

M: Ok, also das geht gar nicht? Nur Text?

Mehrere T: Nee.

M: Und dann das letzte. [Die Moderatorin öffnet FG Screen Shot 8.] Da hab ich dann

T3: Oh das ist aber schön.

T5: Oh das ist aber auch

T3: Mit Stichpunkten.

[Mehrere Teilnehmer reagieren positiv auf den letzten Screen Shot. Dadurch ist der genaue Wortlaut undeutlich und nicht zu verstehen.]

M: Also der Inhalt ist wie gesagt, gar nicht der Fokus, deswegen hab ich da auch nicht aufgepasst.

T4: Ja, aber es sieht halt schon so sparsam aus, dass man sieht, ja da kann ich Punkt für Punkt runter gehen, ne. Zwischendurch immer noch mal auf die Bilder schauen. Oben ist vielleicht so 'n Absatz, der bisschen, ja kompakter ist, aber das ist dann schön. Also

M: OK.

T3: Muss man da eigentlich Blocktext nehmen?

M: Nee.

T3: Also würde man, also ich würde drüber nachdenken, eventuell linksbündig zu schreiben, weil das einfach komisch aussieht mit den großen Lücken dazwischen. [Die Moderatorin bejaht mehrfach und zeigt Interesse und Aufmerksamkeit.]

T2: Das ist ja, was ich gerade ungefähr auch so gesagt habe. Mit diesen Stichpunkten ne. Ne kleine Einleitung, da drüber quasi, weiß halt nicht, was da inhaltlich steht und ‘ne Einleitung halt da drunter.

[Mehrere Teilnehmer stimmen zu.]

T3: Und da würd ich jetzt aber das Logo in die Mitte setzen.

M: Ok.

T5: Damit man das Dreieck wieder hat, ne?

M: Ja ok, weil das dann in Verbindung quasi zu den Bildern steht?

[Kopfnicken von T3.]

M: Können wir einmal noch zusammenfassend sagen, wenn ihr jetzt quasi diese Internetseite gestalten dürftet, wie würdet ihr das machen? Also, was wär euch wichtig?

T3: Das machen wir Seite?

M: Hm.

T5: Nur die Seite?

M: Also, wenn ihr jetzt sagen könntet, so hätten wir’s gerne, wie würde das für euch aussehen? Zusammenfassend?

T4: Also ich würde jetzt in Bezug auf den Vormittag, also den Tagesablauf, da gibt’s ja so bestimmte Punkte, die immer gleich sind. Also das, was eigentlich jeden Tag passiert, so dieser gemeinsame Kreis, es gibt Frühstück oder dann halt freies Spielen, gemeinsames Essen, die Schlafenszeiten, also dieses das machen wir dann im Tagesablauf und dann wirklich auch immer eigentlich im Fokus ’n Bild zu dem dann kurz steht, was gemacht wird.

M: Ok.

T4: Und ruhig dann so angelegt, wie das grad bei dem letzten auch war. Also immer diese ne mit Spiegelstrichen und vorher vielleicht ‘n kurzen Absatz oben drüber. Was da so ’n bisschen hinter steckt auch. Auch so als Intention, was da mit den Kindern eigentlich gemacht wird und dann nur so kurz.

[Zustimmung der Gruppe.]

T3: Ich beherrsche alle Computerdinge, die man so muss dafür?

M: Ok.

T3: Rein theoretisch?

M: Ok.

T3: Nein, das ist ‘ne Frage. Also, ich könnte das irgendwie machen? Die Internetseite?

M: Ja, achso ja ja, ja klar. Alles.

T3: Dann würde ich dieses, also erst mal die Schrift ’n Stück größer machen. Auf der einen Ganzseite [Es ist nicht ganz zu verstehen, was vor Seite gesagt wird.] und die Unterpunkte, die da jetzt stehen mit den kleinen Füßen aus dem Logo versehen. Dass man die dann halt einfach anklicken kann. Vielleicht diese drei [T3 fängt an zu zählen.]

T4: Du meinst jetzt Eingewöhnung, Freispiel und so weiter?

[Die Moderatorin stimmt regelmäßig durch Feedback zu und folgt aufmerksam.]

T3: Genau. Die würd ich dann halt so ’n bisschen untereinander setzen. Vier oben, drei untern oder so. Dann stehen die genau in den Lücken. Und ich, also, ja mit Einleitung Stichpunktartig und Fotos.

M: Ok. Also ähnlich in der Gestaltung, dass da ‘ne kurze Einleitung kommt, n Bild mit Stichpunkten daneben?

T3: Ja.

M: Siehst du ähnlich? [Die Moderatorin fragt T5 direkt.]

T5: Ja, find ich gut.

M: Ihr auch? [Die Moderatorin fragt die restlichen Teilnehmerinnen.]

T1, T2 und T4 bejahen diese Frage zeitgleich.

T1: Ja, weil ich dann auf einen Blick das erst mal sofort lesen kann, was sie gesagt hat.

M: Ja ok.

T3: Ich würd 'n Wasserzeichen noch drunter machen. Dieses Fußlogo.

M: Ja ok. Wie groß würdet ihr das Bild haben wollen und wie groß den Text? Wenn das die Seite [T5 und M sprechen kurzzeitig zu gleichen Zeit.]

T5: Ich find die Bilder eigentlich in 'ner ganz guten Größe. Ich find die nicht zu groß, also find ich jetzt ne.

M: Die würdet ihr so lassen, wie sie momentan sind?

[Die gesamte Gruppe stimmt zu.]

T2: Kleiner würde ich sie nicht machen.

M: Ihr könntet sie ja auch größer machen.

T2: Nee größer auch nicht.

Alle Teilnehmerinnen lachen. T3 und T5 sprechen zeitgleich.

T3: Kommt auf die Menge vom Text drauf an.

T5: Aber die Schrift, was die *Name* vorhin gesagt hatte, die Schrift ist schon

T1: Ich mag die Schrift nicht.

T4: Nee.

T5: Die ist zu langweilig.

T4: Ja.

T5: Lieber irgendwie so 'n bisschen

[Alle Teilnehmerinnen reden durcheinander und es ist schwer zu verstehen, wer spricht und was gesagt wird. Auf ein Wort reagiert T5.]

T5: Ja genau.

T4: Verspielter vielleicht.

T5: Weil wir sind ja hier in 'ner Kita, ne. Weil ich find das passt ja dann auch.

[Zwischendurch reden erneut alle Teilnehmerinnen durcheinander und nicht alles kann verstanden werden.]

M: Ok. Wo würdet ihr das Bild platzieren?

T2: Eins jetzt oder beide?

M: Wie viele würdet ihr sehen wollen?

T2: Achso.

T3: Zu jedem Punkt eins.

T5: Genau.

T4: Ich find, das kommt immer ganz drauf an, ob das 'n Hochformat oder 'n Querformat ist. Also dann hast du auch noch mal wieder 'n anderen, sieht halt anders aus, wenn das Bild jetzt Querformat hat ne. Dann kannst nicht mehr so viel Text daneben schreiben, dann vielleicht eher drunter. Aber keiner sollten die nicht sein, also so die Größe ist schon gut und wenn jetzt halt wirklich mehrere Kinder drauf sind, also es geht ja nicht um die Kinder, aber um das, was sie da tun, wird dann ja nur umso kleiner. Also dann müsste vielleicht sogar noch mal 'n bisschen größer denken.

M: Hm ok. Ja hättet ihr eher links, eher rechts?

T3: Was jetzt die Bilder?

M: Die Bilder, ja wie würdet ihr die

T3: Wahrscheinlich immer wechseln.

M: Also für dich wär das

T3: Einmal links, einmal rechts

T5: Hm.

T3: Zu jedem Punkt halt.

T5: Aber zum Textanfang, dass wir zum Bild lesen, zum ersten, wie du vorhin gesagt hattest.

T3: Also die Punkte, die zum, die Einleitung, die Punkte, die zum Bild gehören, sozusagen einfach daneben schreiben. Ohne dass das Bild halt drunter ist [dieser Teil des Wortlautes kann nicht verstanden werden, da eines der Babys schreit.]

M: Weil hier unter sieht es dann ähnlich aus. Die sind immer auf der linken Seite.

[Mehrere Teilnehmerinnen reden durcheinander und der genaue Wortlaut kann nicht verstanden werden.]

T4: Eigentlich find ich 'n Wechsel aber auch schön. Weil man dann nämlich die Bilder besser sieht. [Einige Teilnehmerinnen stimmen durch „hm“ zu.] So guckt man auf das obere und hat das untere direkt mit im Blick.

T3: Hm ok, das stimmt.

T5: Genau.

T4: Also so fänd ich eigentlich so 'n Wechsel, wie du grad gesagt hast, schöner.

T3: Man kann auch die Abschnitte auch gedanklich besser unterscheiden.

T5: Das stimmt. Aber schon so wie das hier ist. Zu jedem Thema ist ja hier auch 'n Bild ne. [Hintergrundgeräusche durch das schreien eines der Babys erschwert das Verstehen des Wortlautes an dieser Stelle.] Nach draußen gehen und so.

M: Aber ihr hättet den Text dann schon halt so stichpunktartig lieber dann daneben?

T3: Oder halt mit fett markiert. Dass die wichtigsten Punkte fett markiert sind. Ich find das halt so sehr, also [an dieser Stelle ist nicht verständlich, was T3 sagt.]

T4: Fordert nicht zum Lesen auf, also ist eher so trocken.

- T3: Die macht halt so 'n Packen. Also man auch keinen, also es müssten vielleicht mehr Absätze sein dazwischen, dass man die Gliederung in dem Textstück besser sieht.
- T4: Oder vielleicht auch wirklich farbig gekennzeichnet ne. Also ich hab jetzt gerade da irgendwie besondere Materialien zum Beispiel ne bereichern, also Bereitstellung besonderer Materialien, bereichern, also sowas dann ne. Dass man das dann farblich rausholt.
- T5: Ja und dann
- T4: Und dann auch in dieser bunten Schrift.
- T5: Genau ne. In diesen Haus der kleinen Füßen Farben da oben.
- M: Ja ok, also ihr würdet auch mit den Farben arbeiten?
- T4: Genau, also im Text
- M: Das würde euch ansprechen?
- T4: Ja.
- T3: Wobei man Geld nicht gut sieht auf dem Hintergrund. Geld würde ich dann einfach weglassen.
- M: Ok, das war's dann im Grunde auch schon. Wenn ihr dann da nichts mehr hinzuzufügen habt, dann
- T5: Dann bin ich ja mal gespannt, wie die Seite bald aussieht.
- M: Ja, das kommt dann hoffentlich in nicht allzu langem Abstand.
- T4: Also, du veränderst sie dann auch noch?
- M: Das ist die Idee. Genau. Also dass, ich nehm jetzt eure Kommentare, eure Diskussionen, werte das aus. Es kommt dann noch mal 'ne Umfrage. Also auch an Eltern nur aus der Region, die jetzt nicht zwangsläufig in irgendeiner Form hier jetzt schon was mit zu tun haben, um das das abzugleichen und zu schauen, ob da vielleicht noch was neues kommt. Und dann ist die Idee, das einzubringen und umzusetzen. [Zustimmung der Teilnehmerinnen durch „hm“.] Genau.

T3: Und vor allem die Überschriften wären in 'ner anderen Schriftart schön. Also mit irgendwas Runderem.

T5: Ja und größer als der Text an sich.

T3: Größer als der Text, 'n bisschen größer, runder.

M: Ja ok.

T3: Irgendwie hübscher.

M: Das Ziel ist ja rauszufinden, was ihr hübscher findet.

T2: Was schwierig ist umzusetzen, aber was ich auch ganz gut finden würde, [Zeitgleich unterhalten sich einige Teilnehmerinnen im Hintergrund.] wenn ich das jetzt so lese, zum Inhalt jetzt, wenn da so 'n bisschen Witz mit dabei wär. Dass das jetzt nicht so, ist natürlich schwierig umzusetzen, muss natürlich dann auch passen, aber das ist ja auch 'ne Kita und wenn man dann vielleicht so 'n bisschen schmunzelt und man denkt, ach das haben 'se jetzt aber nett geschrieben. Halt nicht so ganz stupide. Das ist halt auch nicht einfach. Ich mein, [T3: Ich hab auch -] mir fällt jetzt natürlich auch kein Beispiel ein.

M: Nee, das' ja kein Problem [zeitgleich mit T2.]

T3: Doch mir schon. Den Tagesablauf aus Sicht von 'nem Kind zu beschreiben. Also, dass man sich irgendein Kind ausdenkt. Meinetwegen die Lisa und die geht halt dahin und die beschreibt halt sozusagen aus ihrer Sicht wie sie, was sie am Tag macht.

[Mehrere Teilnehmerinnen stimmen im Hintergrund zu.]

T4: Ja oder aus Wir-Form der Kinder. Also aus Sicht der Kinder generell.

T3: Nee das ist besser. Also ich glaub

T4: Meinst du das nur an einem Kind festgemacht? [Hier ist nicht deutlich zu verstehen, was der genaue Wortlaut ist, da T3 und T4 zeitgleich sprechen.] Also ich hab jetzt vom Kindergarten hier Marienheim [der genaue Wortlaut ist nicht verständlich.]. Sofie geht ab August dort hin. Und da kam eben ein Brief jetzt, so 'n Willkommensbrief, mit Bildern und so. Eigentlich so, was auch auf 'ner Homepage stehen könnte. Und da war das eben aus dieser „Wir Giraffenkinder erzählen Ihnen jetzt, was wir heute, was wir hier so machen und dann eben auch immer mit Bild und was da grad so passiert und in welchem Raum sich die Kinder eben befinden und immer aus der Wir-Form geschrieben. Das war aber auch ganz schön.

- T5: Ok, das wär ja hier wahrscheinlich schwierig ne. Luisa oder Nanouk [Zeitgleich spricht T4: weil die so klein sind. [Der genaue Wortlaut kann aber nicht verstanden werden.]] kann noch nicht sagen, was
- T3: Das macht ja nix.
- T4: Gut die sind aber auch von zwei bis sechs.
- T3: Aber die machen ja nicht alle das Selbe. Zum Beispiel schlafen die ja fast nie alle. Also wir schlafen von dann bis dann [T4 spricht zeitgleich: Geligzeitig, ja.], ja ja, also wie schlafen von dann bis dann geht zum Beispiel nicht. Und es ist einfacher, wenn man aus einer Perspektive schreibt. Dann kann man sogar schreiben wie „ich kuschel jetzt und fühl mich wohl“ –
- T4: In dem Fall jetzt hier wär das glaub ich ja –
- T5: Sinnvoller.
- T3: Ja.
- T5: Ja das stimmt.
- T3: Außerdem find ich das ansprechender, wenn so 'ne Mutti im Internet das liest, kann man das besser auf das eigene Kind, also –
- T4: Wenn's eins ist.
- T3: übertragen. Wenn 's eins ist.
- T5: Ja das find ich auch gut.
- M: Würde das für euch an der Gestaltung was ändern? Wenn ihr jetzt auf so 'ne Seite kommt und dann würde aus der Ich-Perspektive eines Kindes.
- T4: Problem ist dass du dann eigentlich [Im Hintergrund setzt noch jemand an zum reden.] immer nur dieses Kind haben kannst. Also sonst verwirrt es ja. Also, wenn das Kind jetzt immer das erzählt, was es macht, dann find ich's blöd, wenn's jedes Mal 'n anderes Kind ist.
- T3: Nur beim Tagesablauf.
- [T3, T4 und T5 setzen zeitgleich zum Reden an. Damit wird der genaue Wortlaut zu Anfang unverständlich.]

T5: Also ich würd das dann hier –

T4: Wo ist denn der Tagesablauf? Ist der? Können wir noch mal?

T5: Kannst mal hoch gehen? [Sie deutet auf den Bildschirm des Computers und signalisiert, dass die Moderatorin auf der Seite nach oben scrollen soll.] Ich würd aber jetzt die Geschichte, was weiß ich, nehmen wir jetzt mal die Zoe, die Zoe ist ja hier die Älteste jetzt sagen, da würde hier jetzt irgendwo noch so 'n Punkt [Sie deutet auf den Bildschirm] stehen „das ist Zoe 's Tag in, bei dem Haus der kleinen Füße“. So, ich würde das als Extrapunkt nehmen.

T4: Achso.

T5: Gar nicht da mit einbinden. Weil ich will erst mal wissen, was machen die grundsätzlich, aha so sieht die Zoe das also. Also so würd ich das machen.

[Mehrere Teilnehmerinnen reden zeitgleich.]

T5: Also so find ich das schöner.

M: Würdet ihr im Layout was anderes erwarten auf der Seite, wo 'n Kind das erzählt? Oder würdet ihr das trotzdem ähnlich machen, wie wir's eben besprochen haben?

T2: Also man könnte natürlich das Kind, also ich meine das ist ja fiktiv ja, [T2 und M sprechen zeitgleich, somit der genaue Wortlaut unverständlich wird.] man könnte ja das Kind erst mal zeigen und dann irgendwie sowas wie „das ist unsere Truppe“ und dann halt fiktive neun Kinder, oder acht Kinder. Weiß ich nicht. Dann sieht man halt direkt, wie viel Kinder auch da sind. Sowas irgendwie.

T3: Viel weniger Text und viel bunt. Also nur einzelne Sätze zum Beispiel.

T2: „Das bin ich“ und dann das Foto und dann eben hier „und das sind meine Freunde“ und dann die Kinder halt abbilden.

T3: Und hier frühstücken wir und

M: Ok. Da würdet ihr viel mit Fotos arbeiten und dann?

T3: Weniger Text. Und bei der Konzeption halt mehr Text. [Es ist unverständlich, was T3 hier sagt.] Was weiß ich wie man das nennt.

M: Ja ok.

- T5: Ich find, die können hier auch so 'ne Galerie einführen. Weil hier wird ja immer sehr viel fotografiert. An Karneval und so ne. Ich find, hier könnte man ruhig so 'ne Galerie machen, was weiß ich „Karneval“. Also als Extrapunkt, das ist wieder extra.
- M: Ok.
- T5: Weil das ist ja schon schön zu sehen, was hier alles gemacht wird. Ich find das immer sehr wichtig. Wenn ich mich jetzt interessieren würde für diese Kita, „ah und die feiern Karneval mit diesem komischen Schlemmerbuffet und so“. Schon schön find ich jetzt.
- T4: Und was ich ganz interessant fand, als ich dann hier gesehen hab, wie die mit den ganz Kleinen auch schon basteln, so oder dieses halt die Fußabdrücke und auch mit Händen ganz viel machen. So diese Ergebnisse.
- M: Ok.
- T4: Weil man sich das eigentlich ja auch gar nicht so vorstell ne.
- T5: Das stimmt.
- T4: In dem Alter, dass die da ja hier schon wirklich mit
- T5: Ja, wenn die mir dann sagen, dass hat Luisa gebastelt, dann „wie das hat Luisa gebastelt?“. Jetzt würd ich gern mal wissen, wie hat die das gemacht. Und das interessiert wahrscheinlich auch die neuen Eltern immer ne. Denk ich.
- T2: Was wird da so als Kind, aus Kindersicht so „das mag ich gar nicht“, zum Beispiel den Mittagschlaf oder so und dann sieht man halt, dass die Mittagschlaf machen, aber das Kind mag halt nicht schlafen. Oder „das mag ich“, weiß ich nicht, einmal die Woche mein Spielzeug mitbringen dürfen oder ich weiß ja nicht, was man hier machen darf. Ich kenn die Kita jetzt nicht. Halt das irgendwie so spielerisch nochmal darstellen.
- M: Ja ok. Das würdest du dann ansprechend für dich und dein Kind finden?
- T2: Find ich halt auch ganz witzig, wenn dann das Kind das halt so sagt.
- M: Ja ok. Gut.
- T3: Und bei der Eingewöhnung find ich's besser, wenn da mehr Text steht. Dann kann man sich das besser vorstellen. Dann kann man ja wenig Fotos, da gibt's ja den Unterpunkt. Da würde es für mich mehr Sinn machen, mehr Text zu schreiben und weniger Fotos, weil man wenig, also da kann man nicht

wirklich 'n Foto dazu, wie man auch so 'n Baby hat. Also die Nanouk könnte man da jetzt durchaus fotografieren. Aber dann halt genau beschreiben, wie es funktioniert.

M: Ja ok. Also ist es Themenabhängig wie viel Bild und wie viel Text ist quasi sehen wollt?

Mehrere T: Ja.

M: Könnt ihr trotzdem irgendwie abschließend sagen, so auf die ganze Internetseite gesehen, was ihr an Informationen sucht, was das Verhältnis zwischen Bild und Text sein sollte?

T5: Ausgewogen oder?

M: Was heißt das? Könnt ihr –

T5: Es darf halt nicht zu viel Bild sein aber auch nicht zu viel Text.

M: Könntet ihr das in Zahlen sagen?

T3: Ich würde fast schon sagen, ein Drittel zwei Drittel für 's Bild.

M: Ok.

T3: Dann guckt man sich mehr an.

T4: Das ist jetzt immer die Frage vom KI – vom KI – [Sie setzt mehrfach an, ein Wort zu sagen.] Ja, kann man jetzt nicht. Also vom Platz her nimmt jetzt das Bild unheimlich viel Raum ein, also von daher.

Mehrere T: Ja.

T3: Und die Chance, dass man's sich durchließt, ist halt wesentlich größer, wenn 'n schönes Bild dazu ist.

T4: Hm.

T2: Und halt nicht so geballt der Text, aber das haben wir ja vorhin schon gesagt.

[Mehrere Teilnehmerinnen stimmen zu.]

M: Ja ok. Dankeschön. Das war's dann, wenn ihr nicht abschließend noch 'n Kommentar habt? Dann –

T4: Viel Erfolg dann.

M: Dankeschön. Ja, falls ihr irgendwie die Ergebnisse sehen wollt, kann ich euch das auch gerne zuschicken. Also, wenn da irgendwie jemand Interesse hat, das ist gar kein Problem. Ich würde euch noch bitten wollen, so 'n ganz kleinen Fragebogen auszufüllen. Nur damit ich abschließend sagen kann, wer teilgenommen hat.

Die Teilnehmerinnen haben zum Ausgleich eine Tafel Schokolade bekommen. Die Aufnahme geht noch weitere 5 Minuten, allerdings ohne weitere einflussreiche Aussagen bezüglich des Untersuchungsthemas.

The table below overviews the keyword *Bild* (er) (“image(s”).

Bild				
Vorschau	Teilnehmer	Generalisierung	Reduktion 1	Reduktion 2
T5: Also ich würde immer gerne sehen, wer, also wer da arbeitet, damit ich schon mal so ein BILD hab.	Teilnehmerin 5	Möchte Bild der Mitarbeiter auf der Internetseite sehen	Bild der Mitarbeiter auf Webauftritt gewünscht	-
T3: Na die Aktivitäten am besten im BILD.	Teilnehmerin 3	Möchte Aktivitäten der Kinder im Bild auf der Internetseite sehen	Bild der Aktivitäten auf Webauftritt gewünscht	-
T5: Das würde ich zum Beispiel, der oben der Text war sehr lang aber jetzt so zu jedem kleinen BILD, ne, das ist doch	Teilnehmerin 5	Mag Bild mit kurzem Paragraphen dazu	Bild mit kurzer Beschreibung gewünscht	-
T3: Das BILD muss ein bisschen mehr zu (nicht zu verstehen) und ich würde die Überschriften ein Stück größer machen, weil man die sonst nicht anguckt, großartig, also man weiß nicht, was da jetzt ist.	Teilnehmerin 3	<i>Aussage zum Bild nicht zu verstehen</i> Überschrift größer damit besser sichtbar	Überschrift größer	-
Es wird etwas lauter und es ist schwer zu verstehen, was die anderen Teilnehmerinnen sagen.] dann fängt man an zu lesen und dann endet man immer beim BILD und dann hat man eher einen Endpunkt.	Teilnehmerin 3	Befindet sich das Bild auf der rechten Seite und der Text auf der linken Seite der jeweiligen Internetseite, hat der Leser mit dem Bild einen Endpunkt.	Wenn Bild rechts und Text links, endet der Leser beim Bild und hat einen Endpunkt.	Bild rechts = Endpunkt
T5: Würde ja reichen, wenn das [Sie deutet auf einen Paragraphen.] erst anfängt unter dem BILD, ne?	Teilnehmerin 5 (In Bezug auf SS 4)	Beginnt ein neuer Textparagraph unter dem Bild wird das Layout als ansprechender empfunden im Vergleich zu zwei Paragraphen, die "innerhalb" eines Bildes anfangen	Neuer Textparagraph unter Bild bevorzugt. Nicht "innerhalb" eines Bildes	-
T3: Das rechte BILD könnte noch ein Stück runter.	Teilnehmerin 3 (In Bezug auf SS 5)	Wenn das Bild rechts platziert ist und das Logo links, sollte es mit Abstand unter das Logo platziert werden.	Bild rechts + Logo links = Bild mit Abstand zum Logo	Bild mit Abstand zum Logo
T4: Ich find aber zum Beispiel auch dieses ne, die erste Seite jetzt, die find ich total ansprechend mit diesem BILD mit	Teilnehmerin 4	Die Homepage der Kita HDKF ist ansprechend.	HP von HDKF ansprechend	HP = ansprechend
T3: Das sorgt dafür, dass ich es definitiv nicht durchlese, weil das BILD einfach stört.	Teilnehmerin 3	Befindet sich das Bild zentral im Text, stört es und bewirkt, dass die Teilnehmerin den Text nicht liest.	Bild zentral im Text stört und erzielt nicht lesen des Textes	Bild zentral: stört + Text nicht gelesen

AN ANALYSIS OF THE IMAGE - TEXT ARRANGEMENT AND RELATION ON THE WEBSITE OF THE CHILDCARE “HAUS DER KLEINEN FÜßE”

T5: Und dann das BILD da.	Teilnehmerin 5	Befindet sich ein Bild oben rechts und eines diagonal unten links, wirkt das Layout ansprechend.	Bild oben rechts + Diagonal unten links = ansprechend	zwei Bilder diagonal
Also das, was eigentlich jeden Tag passiert, so dieser gemeinsame Kreis, es gibt Frühstück oder dann halt freies Spielen, gemeinsames Essen, die Schlafenszeiten, also dieses das machen wir dann im Tagesablauf und dann wirklich auch immer eigentlich im Fokus 'n BILD zu dem dann kurz steht, was gemacht wird.	Teilnehmerin 4	Zur Beschreibung des Tagesablaufs ist eine Beschreibung des Tages mit Bild im Fokus ansprechend. Das Bild soll ebenfalls eine kurze Erläuterung enthalten.	Beschreibung des Tagesablaufs + Bild mit kurzer Erläuterung	Beschreibung + Bild
Also dann hast du auch noch mal wieder 'n anderen, sieht halt anders aus, wenn das BILD jetzt Querformat hat ne.	Teilnehmerin 4	Die Wirkung, die das Bild erzielt ist abhängig vom Bildformat (Quer- vs. Hochformat).	Bildwirkung abhängig vom Bildformat	-
T5: Aber zum Textanfang, dass wir zum BILD lesen, zum ersten, wie du vorhin gesagt hattest.	Teilnehmerin 5	Das erste Bild auf der Internetseite soll rechts sein, damit der Leser zum Bild liest.	Erste Bild auf Seite: rechts damit Leser zum Bild liest	erste Bild auf Seite rechts
T3: Also die Punkte, die zum, die Einleitung, die Punkte, die zum BILD gehören, sozusagen einfach daneben schreiben.	Teilnehmerin 3	Inhalte, die zu einem Bild gehören, sollen neben das Bild geschrieben werden.	Inhalte neben das Bild	Text + Bild = nebeneinander
Ohne dass das BILD halt drunter ist [dieser Teil des Wortlautes kann nicht verstanden werden, da eines der Babys schreit.]	Teilnehmerin 3	Der Text soll neben dem Bild stehen.	Text neben Bild	-
Zu jedem Thema ist ja hier auch 'n BILD ne.	Teilnehmerin 5	Zu jedem Thema soll ein Bild gezeigt werden.	Zu jedem Thema ein Bild	-
Und da war das eben aus dieser „Wir Giraffenkinder erzählen Ihnen jetzt, was wir heute, was wir hier so machen und dann eben auch immer mit BILD und was da grad so passiert und in welchem Raum sich die Kinder eben befinden und immer aus der Wir-Form geschrieben.	Teilnehmerin 4	Es ist ansprechend Aktivitäten mit Bild zu verdeutlichen.	Aktivitäten mit Bild	-
T5: Es darf halt nicht zu viel BILD sein aber auch nicht zu viel Text.	Teilnehmerin 5	Es darf nicht zu viel Text bzw. Bild auf der Internetseite gezeigt werden.	Nicht zu viel Bild bzw. Text	Ausgewogen viel Text + Bild
T3: Ich würde fast schon sagen, ein Drittel zwei Drittel für 's BILD.	Teilnehmerin 3	Ein gutes Verhältnis von Text zu Bild auf der gesamten Internetseite ist 1/3 Text und 2/3 Bild	Auf gesamter Internetseite: Text: 1/3; Bild: 2/3	Text: 1/3; Bild: 2/3
Also vom Platz her nimmt jetzt das BILD unheimlich viel Raum ein, also von daher.	Teilnehmerin 4	Da das Bild viel Platz einnimmt, sollten nicht allzu viele Bilder auf der Internetseite hochgeladen werden.	Nicht zu viele Bilder da großer Platzverbrauch	Nicht zu viel Bild

AN ANALYSIS OF THE IMAGE - TEXT ARRANGEMENT AND RELATION ON THE WEBSITE OF THE CHILDCARE “HAUS DER KLEINEN FÜßE”

T3: Und die Chance, dass man's sich durchließt, ist halt wesentlich größer, wenn 'n schönes BILD dazu ist.	Teilnehmerin 3	Mit schönem Bild, ist der Leser eher motiviert, Text zu lesen.	Mehr Lesemotivation wenn schönes Bild	-
Foto				
T2: Ich find das FOTO erst besser.	Teilnehmerin 2	Das Bild auf SS2 spricht eher an als auf SS3.	Bild 1 besser als Bild 2	-
Und der Absatz der da ja jetzt drin ist, müsste runter zu dem anderen FOTO.	Teilnehmerin 3	Beginnt ein neuer Textparagraph unter dem Bild wird das Layout als ansprechender empfunden im Vergleich zu zwei Paragraphen, die "innerhalb" eines Bildes anfangen	Neuer Textparagraph unter Bild bevorzugt. Nicht "innerhalb" eines Bildes	-
T3: Aber wenn man 's, also auch künstlerischer Perspektive betrachtet, ist es links besser, wenn man das andere FOTO links hinstellt ist es nämlich das goldene Dreieck.	Teilnehmerin 3	Sind die Bilder und das Logo im Schnitt des goldenen Dreiecks platziert, wirkt es ansprechend.	Bilder + Logo im goldenen Dreieck platzieren	-
T3: Das untere FOTO links und dann hat man so 'n Dreieck und dann sieht's unter optischen Gesichtspunkten hübsch aus.	Teilnehmerin 3	Sind die Bilder und das Logo im Schnitt des goldenen Dreiecks platziert, wirkt es ansprechend.	Bilder + Logo im goldenen Dreieck platzieren	-
Wenn das FOTO da wär und der Text daneben.	Teilnehmerin 5	Stimmt zu : Sind die Bilder und das Logo im Schnitt des goldenen Dreiecks platziert, wirkt es ansprechend.	Bilder + Logo im goldenen Dreieck platzieren	-
[Die Gruppe stimmt durch Kopfnicken und „hm“ zu.] Das andere FOTO runter.	Alle Teilnehmerin nen	Stimmen zu: Sind die Bilder und das Logo im Schnitt des goldenen Dreiecks platziert, wirkt es ansprechend.	Bilder + Logo im goldenen Dreieck platzieren	-
T2: „Das bin ich“ und dann das FOTO und dann eben hier „und das sind meine Freunde“ und dann die Kinder halt abbilden.	Teilnehmerin 2	Eine bildliche Darstellung von einem Kind, was sich vorstellt, ist ansprechend.	Vorstellung eines Kindes mit Bild ansprechend	Vorstellung Kind + Bild gut
Da würde es für mich mehr Sinn machen, mehr Text zu schreiben und weniger Fotos, weil man wenig, also da kann man nicht wirklich 'n FOTO dazu, wie man auch so 'n Baby hat.	Teilnehmerin 3	In der Konzeption der Kita ist mehr Text ansprechend und weniger Bilder sind angebracht.	In der Konzeption mehr Text und weniger Bilder	Konzeption: mehr Text, weniger Bilder
Blick				
Also wenn man, wenn man jetzt die Informationen, die so erst mal so Öffnungszeiten, also weiß ich nicht, was dann halt noch so wichtig ist, auf einen BLICK hat, dann kann man sich ja, wenn man dann Interesse an dieser Kita hat, dann kann man dann weiter lesen und dann wird man sich wahrscheinlich auch die Texte	Teilnehmerin 2	Die wichtigsten Informationen sollten zu Beginn auf einen Blick dargestellt werden.	Wichtigsten Infos auf einen Blick zu Beginn	Beginn: wichtigsten Infos

AN ANALYSIS OF THE IMAGE - TEXT ARRANGEMENT AND RELATION ON THE WEBSITE OF THE CHILDCARE “HAUS DER KLEINEN FÜßE”

durchlesen, wenn man denkt „ach das passt ja, die Öffnungszeiten sind gut, die machen früh auf und nehmen mein Kind, weiß ich nicht, mit 3 Monaten“.				
T1: Ja, weil ich dann auf einen BLICK das erst mal sofort lesen kann, was sie gesagt hat.	Teilnehmerin 1	Stimmt zu: Die wichtigsten Informationen sollten zu Beginn auf einen Blick dargestellt werden.	Wichtigsten Infos auf einen Blick zu Beginn	Beginn: wichtigsten Infos
[Einige Teilnehmerinnen stimmen durch „hm“ zu.] So guckt man auf das obere und hat das untere direkt mit im BLICK.	Teilnehmerin 4	Sind zwei Bilder untereinander, wird man durch das untere abgelenkt und konzentriert sich nicht auf obere mit dem dazugehörigen Text. Daher sollten Bilder diagonal abwechselnd dargestellt werden.	Bilder nicht untereinander; diagonal zu einander	Bilder diagonal zu einander
Logo				
T1: Ich find die Schriftart passt auch nicht zu dem LOGO.	Teilnehmerin 1	Die Schriftart passt nicht zur Schriftart des Logos	Schriftart /= Logoschriftart	-
T3: Ja das LOGO.	Teilnehmerin 3 (In Bezug auf SS 3)	Es wäre ansprechend, wäre das Logo in der Mitte der Seite.	Logo zentral	-
T3: Und da würd ich jetzt aber das LOGO in die Mitte setzen.	Teilnehmerin 3 (In Bezug auf SS 8)	Es wäre ansprechend, wäre das Logo in der Mitte der Seite.	Logo zentral	-
Auf der einen Ganzseite [Es ist nicht ganz zu verstehen, was vor Seite gesagt wird.] und die Unterpunkte, die da jetzt stehen mit den kleinen Füßen aus dem LOGO versehen.	Teilnehmerin 3	Unterüberschriften sind ansprechend, wenn sie mit den Füßen aus dem Logo "Haus der kleinen Füße" versehen sind.	Unterüberschriften mit Füßen aus Logo versehen	-

Below, the table below reflects the key term *Text* (“text”).

Text				
Vorschau	Teilnehmer	Generalisierung	Reduktion 1	Reduktion 2
T3: Und die organisatorischen Infos im TEXT.	Teilnehmerin 3	Organisatorische Informationen sind in	Organisatorische Infos als Text	-
T5: Das würde ich zum Beispiel, der oben der TEXT war sehr lang aber jetzt so zu jedem kleinen Bild, ne, das ist	Teilnehmerin 5	Mag Bild mit kurzem Paragraphen	Bild mit kurzer Beschreibung gewünscht	-

AN ANALYSIS OF THE IMAGE - TEXT ARRANGEMENT AND RELATION ON THE WEBSITE OF THE CHILDCARE "HAUS DER KLEINEN FÜßE"

Also, es spricht mehr an, als da wo der TEXT ist.	Teilnehmerin 2	Es ist ansprechender, wenn das Bild links und	Ansprechender wenn Bild links und Text rechts	Bild links + Text rechts
T3: Hier hat man eher die Chance, dass der TEXT gelesen wird.	Teilnehmerin 3	Befindet sich das Bild rechts und der Text links, ist es wahrscheinlicher,	wahrscheinlicher Text zu lesen wenn Bild rechts + Text links	Bild rechts + Text links gut
T3: Ja weniger TEXT.	Teilnehmerin 3	In Bezug auf den derzeitigen Internetauftritt ist weniger Text	Weniger Text	-
Anstatt so 'n riesen langen TEXT.	Teilnehmerin 2	Eine stichpunktartige Übersicht ist ansprechender als ein langer Text.	Stichpunktartige Übersicht besser als langer Text	-
Also, ich würde nicht mit TEXT anfangen.	Teilnehmerin 3	Die Teilnehmerin wünscht sich zunächst Organisatorische Infos und Bilder	Nicht mit Text beginnen: Organisatorische Infos + Bilder zuerst	-
T4: Also wir [leichtes zögern von T4 und Gemurmel anderer Teilnehmer im Hintergrund] überfliegen den TEXT	Teilnehmerin 4	Es ist kritisch, das Layout zu beurteilen, wenn	Schwer Layout zu beurteilen wenn Inhalt unbekannt	Layout von Textinhalt abhängig
T4: Wie der TEXT halt gestaltet ist.	Teilnehmerin 4	Zur Beurteilung eines Webauftritts ist die	Schreibweise entscheiden zur Beurteilung des Webauftritts	Beurteilung von Schreibweise abhängig
Wenn das Foto da wär und der TEXT daneben.	Teilnehmerin 5	Stimmt zu : Sind die Bilder und das Logo im Schnitt des goldenen Dreiecks	Bilder + Logo im goldenen Dreieck platzieren	-
T3: Kommt auf die Menge vom TEXT drauf an.	Teilnehmerin 3	Die Größe der Bilder ist abhängig von der	Bildergröße von Textmenge abhängig	-
Dann kannste nicht mehr so viel TEXT daneben schreiben, dann vielleicht eher drunter.	Teilnehmerin 4	Abhängig vom Bildformat soll der Text neben dem Bild bzw. unter dem	Textplatzierung von Bildformat abhängig	-
T4: Genau, also im TEXT	Teilnehmerin 4	Ist die Schrift des Textes farblich an das Logo	Textschrift farblich wie Logo	Textschrift in Logofarben
T5: Ja und größer als der TEXT an sich.	Teilnehmerin 5	Die Überschrift ist ansprechender wenn sie	Überschrift größer als Text	-
T3: Größer als der TEXT, 'n bisschen größer, runder.	Teilnehmerin 3	Die Überschrift ist ansprechender wenn sie größer als der Text ist und in einer	Überschrift größer als Text + in anderen Schriftart	-
T3: Viel weniger TEXT und viel bunt.	Teilnehmerin 3	Weniger Text und ein bunteres Layout ist	Weniger Text + bunteres Layout	-

AN ANALYSIS OF THE IMAGE - TEXT ARRANGEMENT AND RELATION ON THE WEBSITE OF THE CHILDCARE "HAUS DER KLEINEN FÜßE"

T3: Weniger TEXT.	Teilnehmerin 3	Weniger Text auf der "Das machen wir" Seite	Weniger Text	-
Und bei der Konzeption halt mehr TEXT.	Teilnehmerin 3	Eine längere textliche Ausführung für die	Konzeption: mehr Text	-
T3: Und bei der Eingewöhnung find ich's besser, wenn da mehr TEXT steht.	Teilnehmerin 3	Für die Beschreibung der Eingewöhnung ist	Eingewöhnung: mehr Text	-
Da würde es für mich mehr Sinn machen, mehr TEXT zu schreiben und weniger Fotos, weil man wenig, also da kann man nicht wirklich 'n Foto dazu, wie man auch so 'n Baby hat.	Teilnehmerin 3	Für die Beschreibung der Eingewöhnung ist mehr Text ansprechend, da Inhalte nicht gut	Eingewöhnung: mehr Text da nicht im Bild darstellbar	Eingewöhnung: mehr Text
T5: Es darf halt nicht zu viel Bild sein aber auch nicht zu viel TEXT.	Teilnehmerin 5	Es darf nicht zu viel Text bzw. Bild auf der	Nicht zu viel Bild bzw. Text	Ausgewogen viel Text + Bild
T2: Und halt nicht so geballt der TEXT, aber das haben wir ja vorhin schon gesagt.	Teilnehmerin 2	Eine stichpunktartige Übersicht ist ansprechender als ein langer Text.	Stichpunktartige Übersicht besser als langer Text	-
Infos				
T3: Organisatorische INFOS halt.	Teilnehmerin 3	Organisatorische Informationen sind gewünscht.	Organisatorische Infos	-
T3: Und die organisatorischen INFOS im Text.	Teilnehmerin 3	Organisatorische Informationen sind in	Organisatorische Infos als Text	-
T2: Einfach ein paar INFOS, ein paar Specials, weiß ich nicht, von der Kita, die besonders gut sind und man meint, dass das halt die Kita wiedergibt und dann würde ich halt auch weiterlesen, wenn mich das interessiert.	Teilnehmerin 2	Enthält ein Text organisatorische Informationen und Besonderheiten der Kita, ist er interessant und	Organisatorische Infos + Besonderheiten im Text = interessant	-
Schrift				
T2: Und zu klein, kleine SCHRIFT.	Teilnehmerin 2	Die Schrift auf der derzeitigen Internetseite	Schrift zu klein	-
T3: Aber SCHRIFT könnte also auch auf der Internetseite an sich ein Stück größer sein.	Teilnehmerin 3	Die Schrift auf der derzeitigen Internetseite	Schrift zu klein	-
T3: Dann würde ich dieses, also erst mal die SCHRIFT 'n Stück größer machen.	Teilnehmerin 3	Die Teilnehmerin wünscht sich größere	Größere Schrift	-
T5: Aber die SCHRIFT, was die Name vorhin gesagt hatte,	Teilnehmerin 5	Die Schriftart gefällt nicht.	Schriftart gefällt nicht	-
T1: Ich mag die SCHRIFT nicht.	Teilnehmerin 1	Die Schriftart gefällt nicht.	Schriftart gefällt nicht	-
T4: Und dann auch in dieser bunten SCHRIFT.	Teilnehmerin 4	Ist die Schrift farblich an das Logo angelehnt,	Schrift farblich wie Logo	Schrift in Logofarben
Überschrift				

AN ANALYSIS OF THE IMAGE - TEXT ARRANGEMENT AND RELATION ON THE WEBSITE OF THE CHILDCARE "HAUS DER KLEINEN FÜßE"

T3: Mir würde es gefallen, aber dann würde ich die ÜBERSCHRIFT in die Mitte setzen.	Teilnehmerin 3 (in Bezug auf SS 4)	Es wäre ansprechend, wäre das Logo in der Mitte der Seite.	Logo zentral	-
Absatz				
Und der ABSATZ der da ja jetzt drin ist, müsste runter zu dem anderen Foto.	Teilnehmerin 3	Beginnt ein neuer Textparagrah unter dem Bild wird das Layout als ansprechender empfunden im Vergleich zu zwei Paragraphen, die "innerhalb" eines Bildes anfangen	Neuer Textparagrah unter Bild bevorzugt. Nicht "innerhalb" eines Bildes	-
T2: - bisschen mehr ABSATZ und in der Mitte.	Teilnehmerin 2	Das Logo ist annsprechend platziert, wenn es es zentral mit etwas Abstand zur restlichen Seite platziert ist.	Logo: zentral + Abstand zum Rest der Seite	-
Oben ist vielleicht so 'n ABSATZ, der bisschen, ja kompakter ist, aber das ist dann schön.	Teilnehmerin 4	Ist neben dem Bild eine Stichpunktartige Beschreibung + kurzem einleitenden Absatz darüber, wirkt es sparsam, kompakt und	Layout: Bild mit stichpunkten + kurzer Absatz dadrüber	-
Satz				
Also dann weiß man schneller, hier ist der SATZ zu Ende und dann ist man motivierter zu lesen.	Teilnehmerin 3	Befindet sich das Bild rechts, kann der Leser sich besser orientieren, wo der	Bild rechts.: bessere Orietierung für Leser + motivierter	-
Sätze				
T5: Die ersten zwei SÄTZE und wenn die gut sind.	Teilnehmerin 5	Die ersten zwei Sätze eines Paragraphs sollten überzeugen,	Ersten zwei Sätze = überzeugen	-
T5: Dann kann da auch zwei SÄTZE Müll stehen.	Teilnehmerin 5	Ist der Text nicht ansprechend geschrieben, ist es egal wie	Textqualität geht vor Text quantität	Textqualität >

6. Survey

Below, the survey shows questions asked. Layout alternatives are not included.

Haus der kleinen Füße

Allgemeine Angaben

1. Alter:

2. Geschlecht

- Männlich
- Weiblich
- Andere

3. Familienstand

- Verheiratet
- Eingetragene Lebenspartnerschaft
- Geschieden
- Verwitwet
- Ledig

4. Anzahl meiner Kinder

5. Alter meiner Kinder (Geben Sie bitte an: Wochen, Monate oder Jahre)

6. Meine Kinder sind in Betreuung

- Ja
- Nein

7. Wenn ich mir eine Internetseite einer Kindertagesstätte ansehe und das Verhältnis von Text zu Bild betrachte, wünsche ich mir:

- Viel Text und wenig Bilder
- Viele Bilder und weniger Text
- Gleich viel Text und Bilder

8. Die Textinformationen sollten folgendes enthalten:

- Öffnungszeiten
- Adresse
- Grundsatz

Weitere:

9. Ich wünsche mir eine bildliche Darstellung von:

- Den Mitarbeitern der Einrichtung
- Den Räumlichkeiten der Kita
- Den Kindern
- Aktivitäten, die in der Kita angeboten werden
- Weitere:

Internetseite "Das machen wir"

10. Was ist Ihr erster Eindruck der Internetseite "Das machen wir"? Beschreiben Sie bitte Ihr Empfinden.

11. In Bezug auf das Layout von Text und Bild, empfinde ich die Seite als:

	Sehr Gut	Gut	Befriedigend	Genügend	Nicht Genügend
Anordnung von Text und Bild	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Verhältnis von Text zu Bild	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

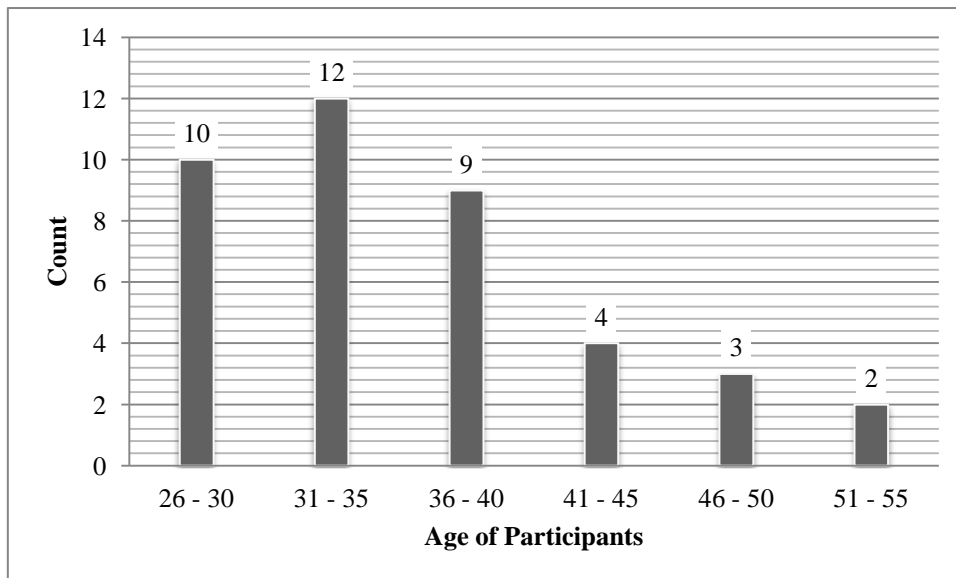
12. Ich wünsche mir Folgendes zur Verbesserung des Layouts von Text und Bild:

- Ich bevorzuge mehr Bilder
- Ich bevorzuge nur ein Bild
- Ich bevorzuge weniger Text
- Ich bevorzuge mehr Text
- Ich bevorzuge Bilder nur links
- Ich bevorzuge Bilder nur rechts
- Ich würde ein Bild zentral platzieren
- Ich würde die Bilder über dem Text platzieren
- Ich würde die Bilder unter dem Text platzieren
- Ich bevorzuge kein Bild
- Ich bevorzuge eine andere Schriftart (Sie haben die Möglichkeit eine Eigenschaft zu nennen, bsp. verspielter):
- Weiteres:

7. Survey Results

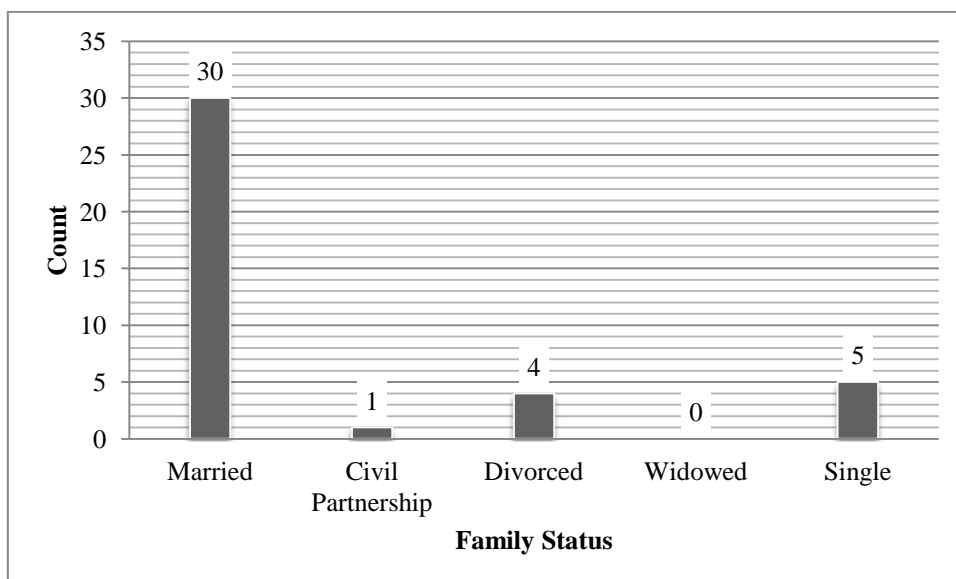
a. *Alter* (“age”)

This diagram shows the age distribution of survey participants.



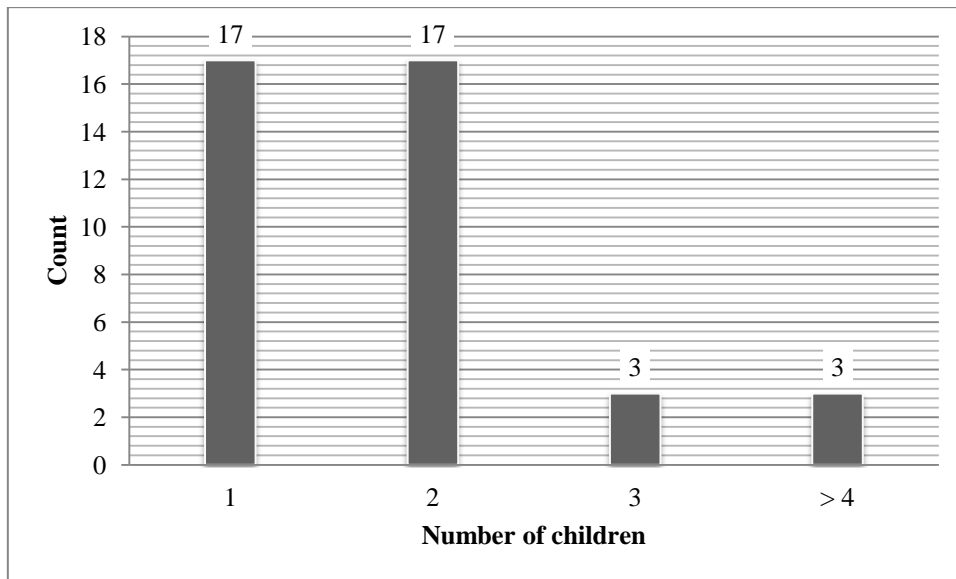
b. *Familienstatus* (“family status”)

Below, the family status of respondents is shown.



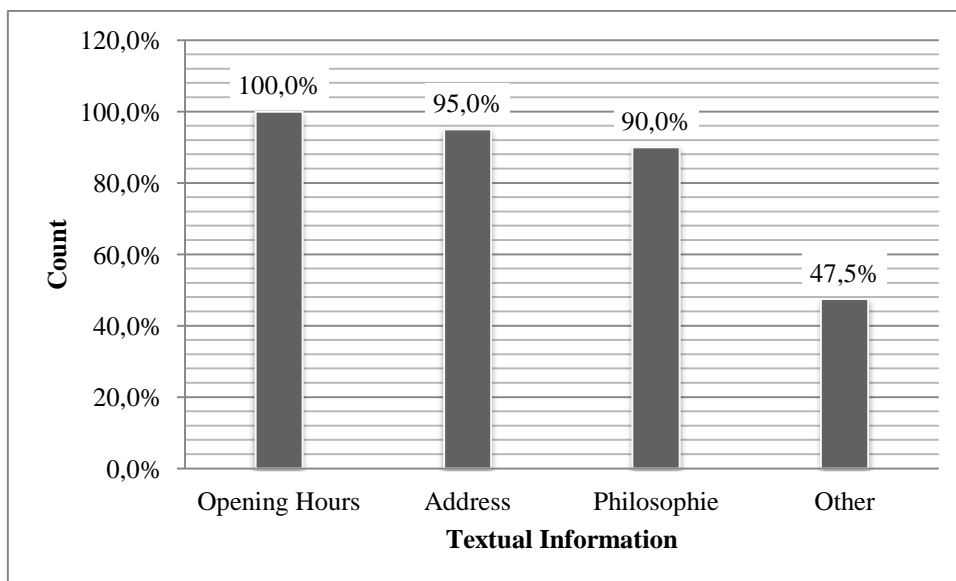
c. *Anzahl der Kinder* (“number of children”)

This diagram reflects the amount of children participants have.



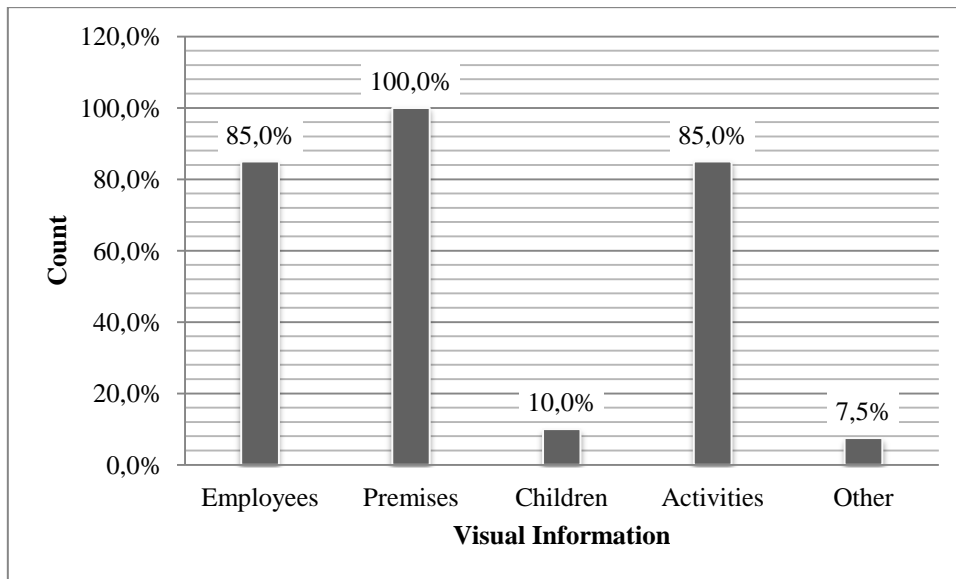
d. Textual Expectations

This graph displays the textual expectations of users.



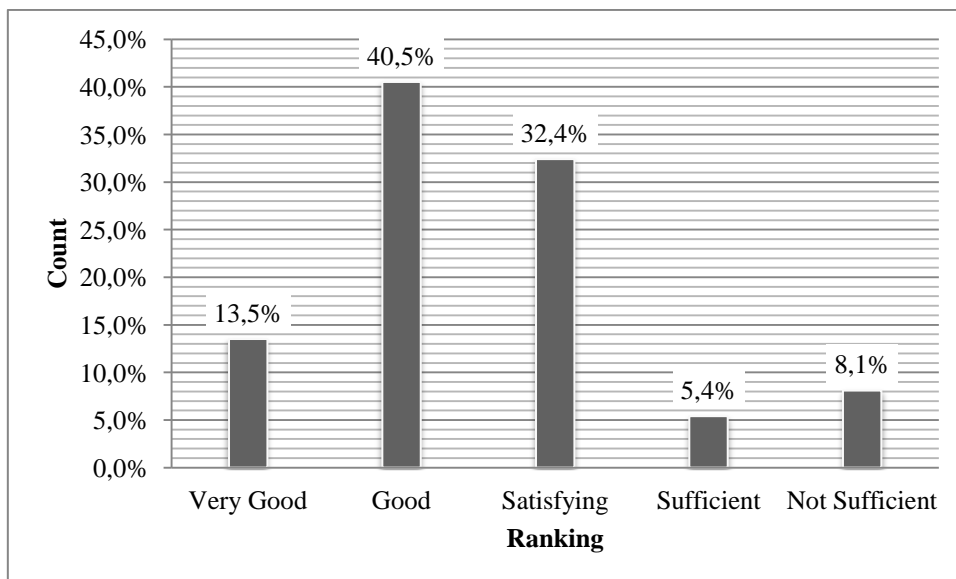
e. Visual Expectations

Below, visual expectations of users are shown.

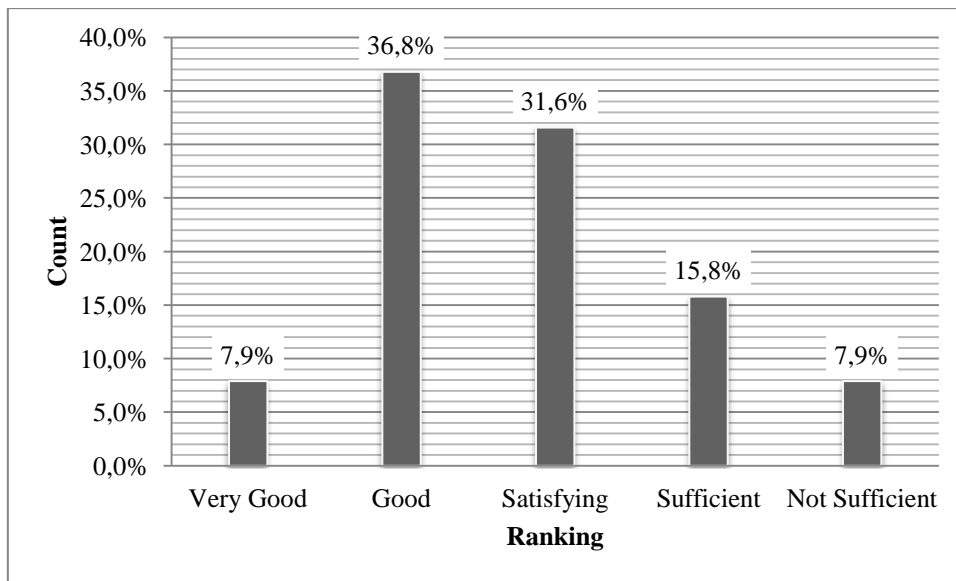


f. Layout Option 1

This diagram presents the overall ranking of the image-text arrangement on the first layout design.

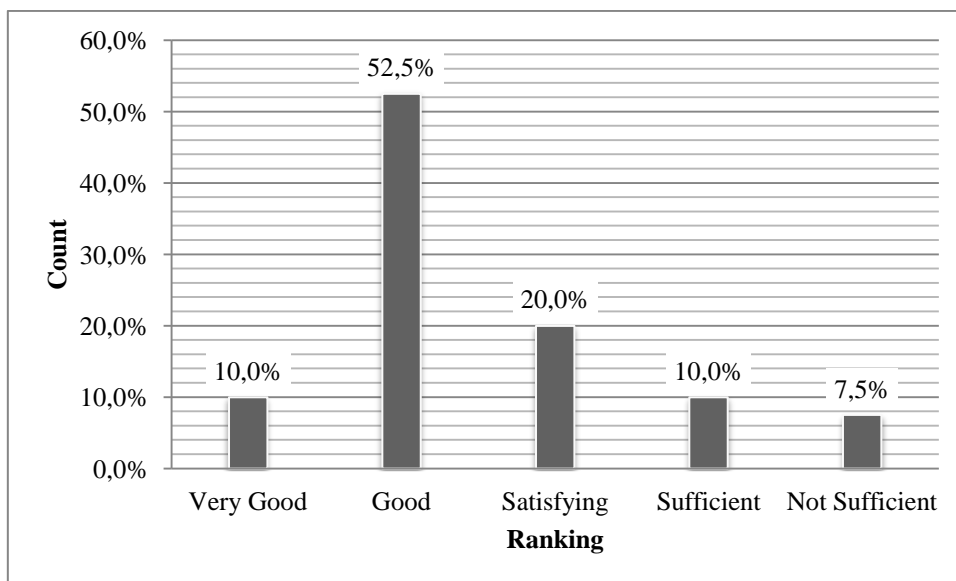


This graph shows the overall ranking of the image to text relation on the first layout option.

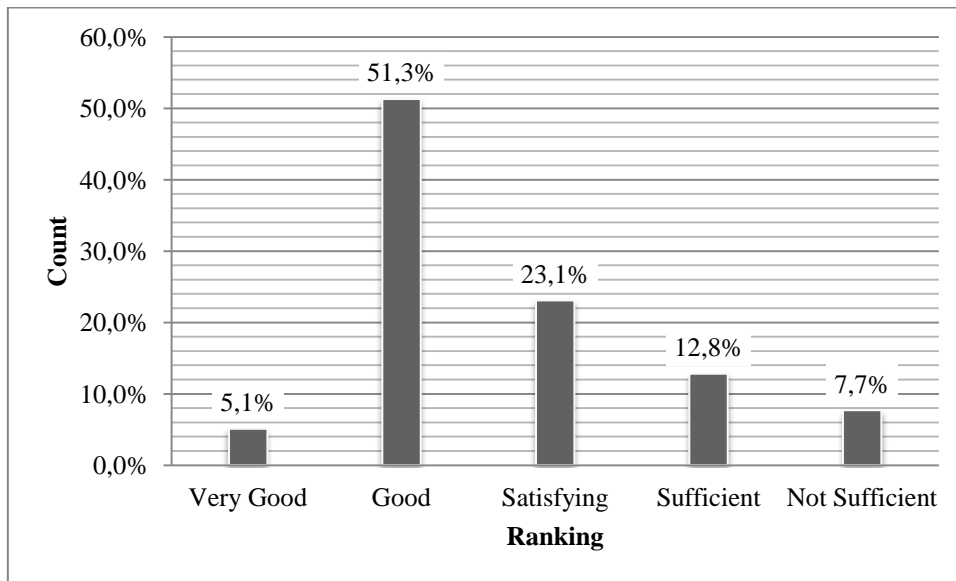


g. Layout Option 2

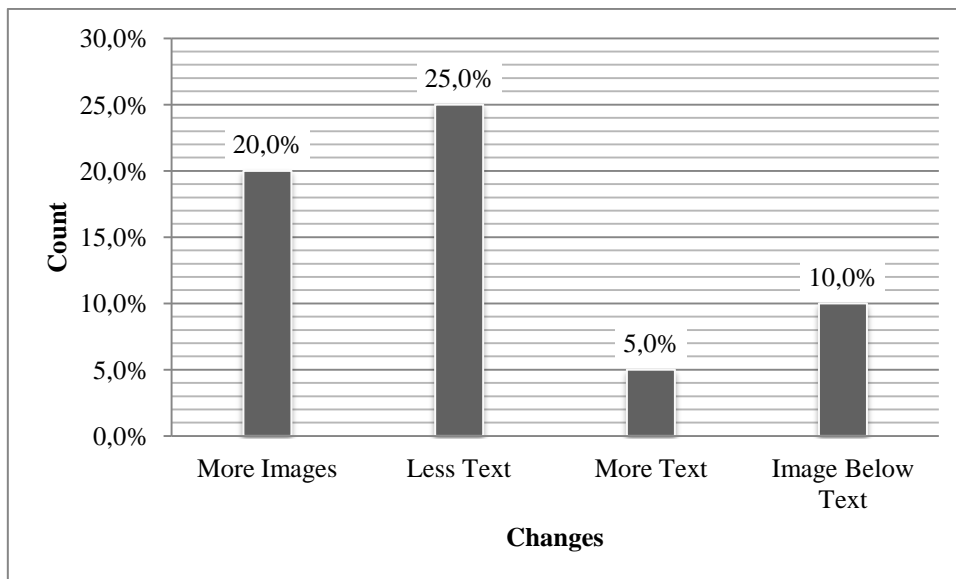
This diagram presents the overall satisfaction of the arrangement of image and text on the second alternative.



Further, the satisfaction of the relation of image and text of the second layout version is presented.

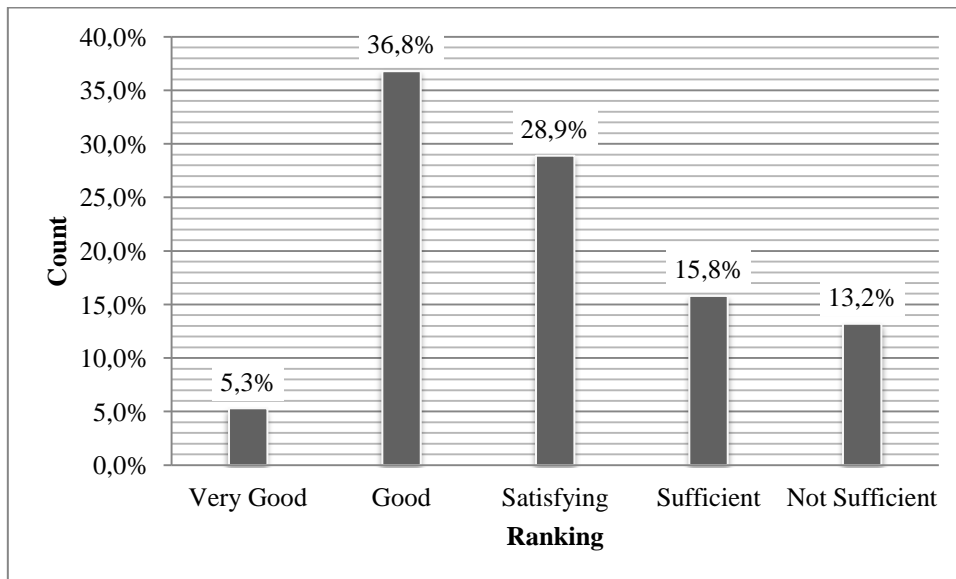


Changes recommended by the users are illustrated below.

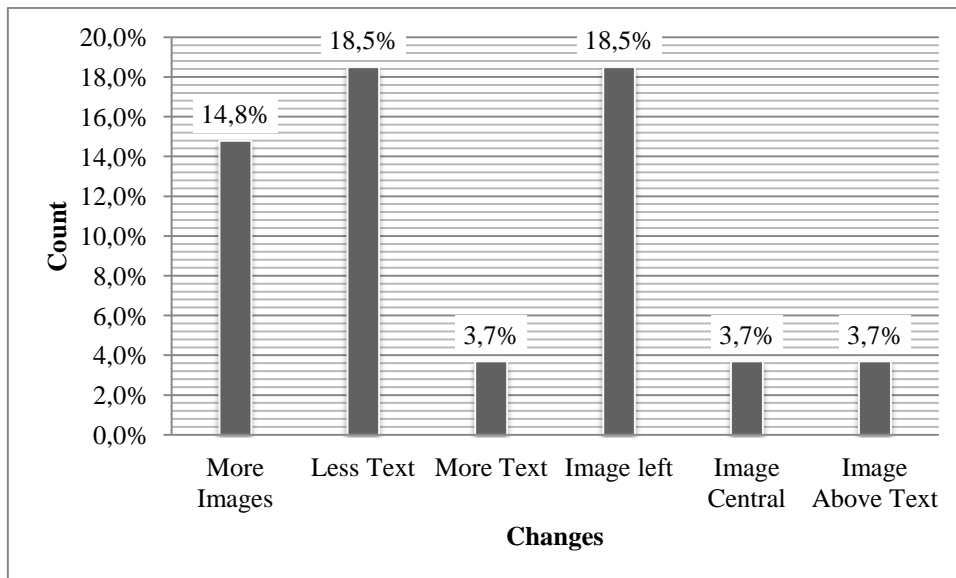


h. Layout Option 3

The ranking of overall satisfaction of the relation of image and text on the third layout version is displayed below.

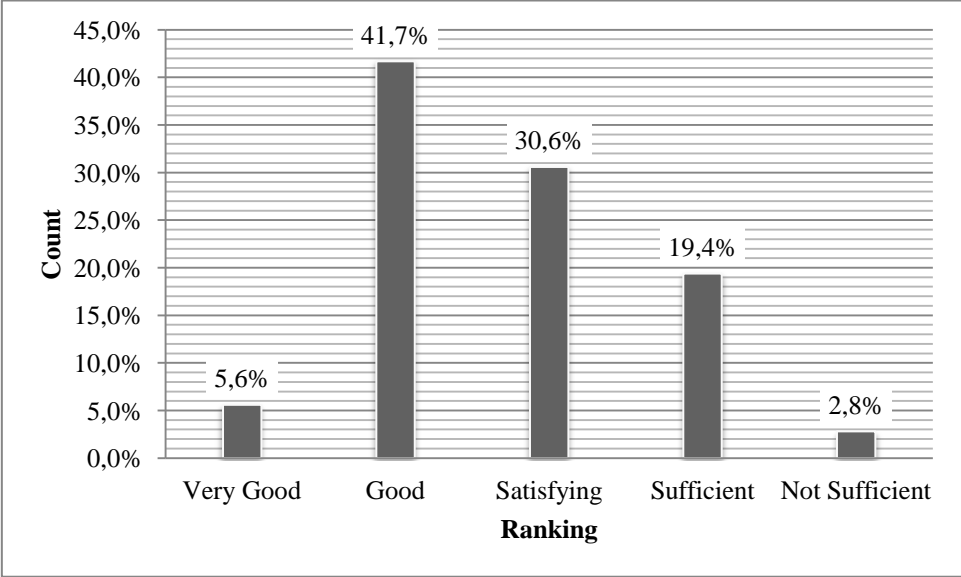


Suggestions made by the respondents are as follows:

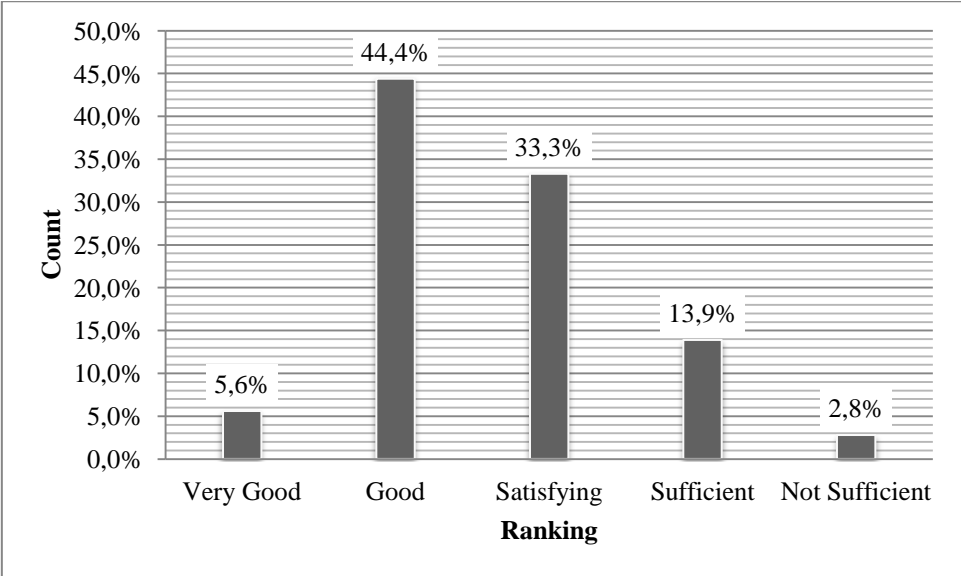


i. Layout Option 4

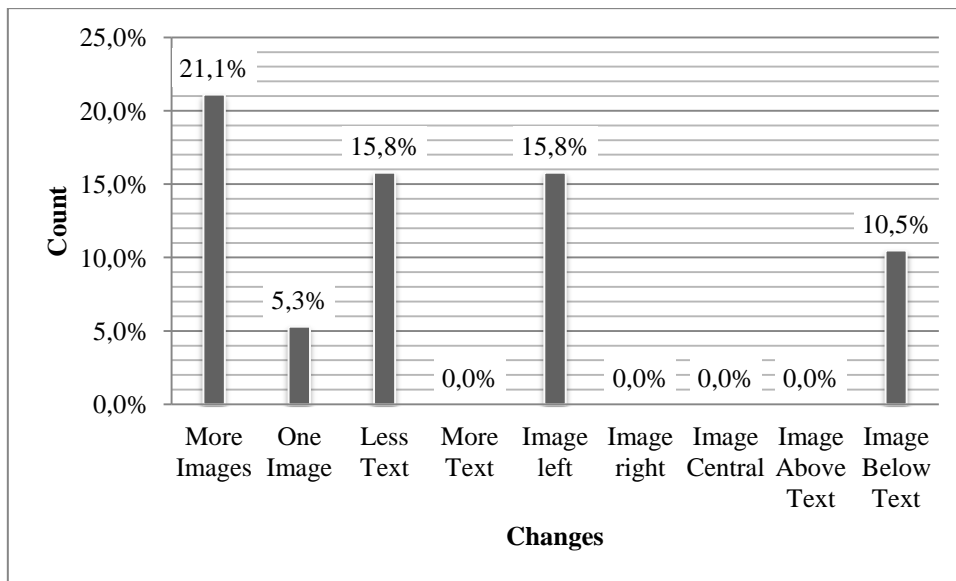
The participants of the survey rank the arrangement of image and text of the fourth layout version as presented below.



The overall satisfaction of the relation of image and text on the fourth alternative is summarized as follows:

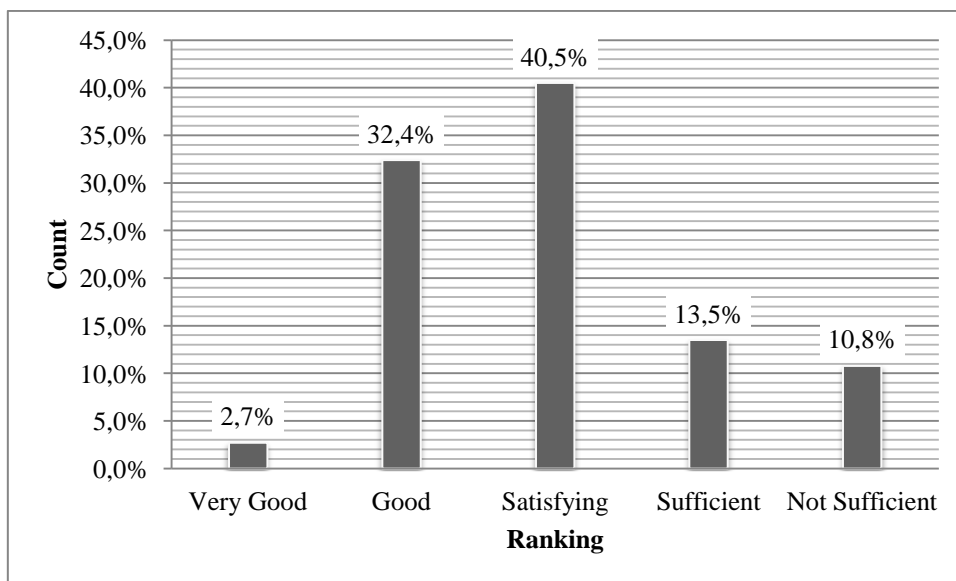


Participant would like to see changes as illustrated below:

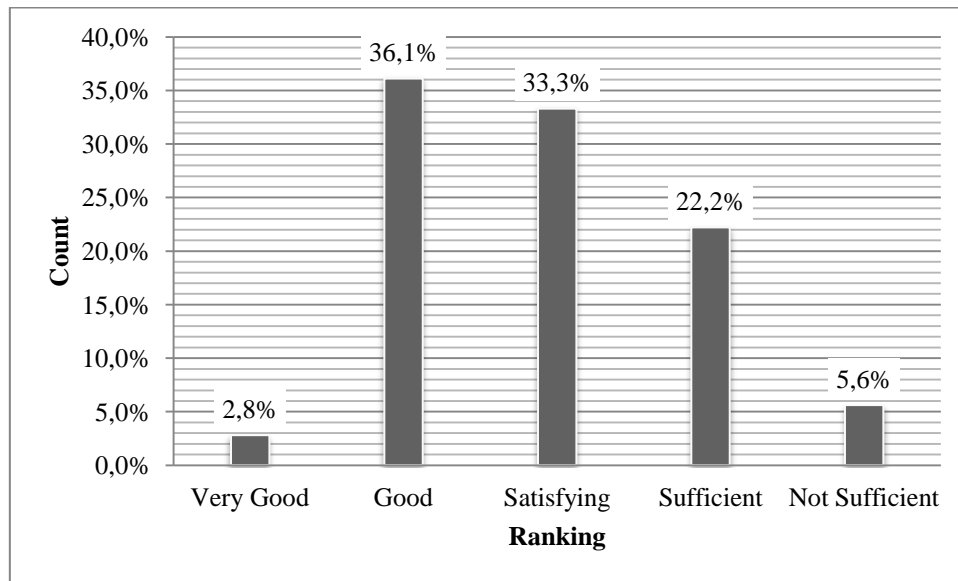


j. Layout Option 5

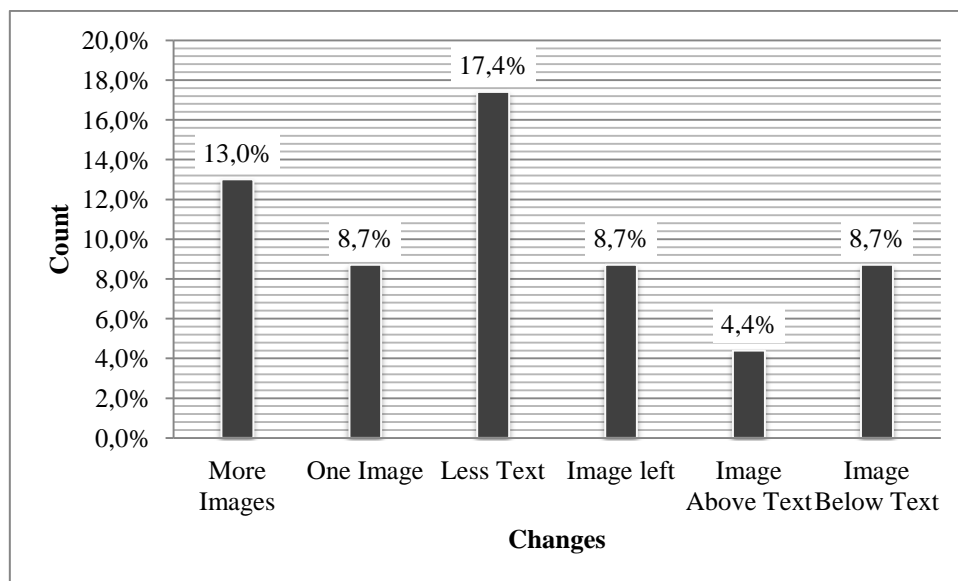
The ranking for the arrangement of image and text on the fifth layout display is reflected below.



The participants of the survey rank the relation of image and text on the fifth layout version as shown below.

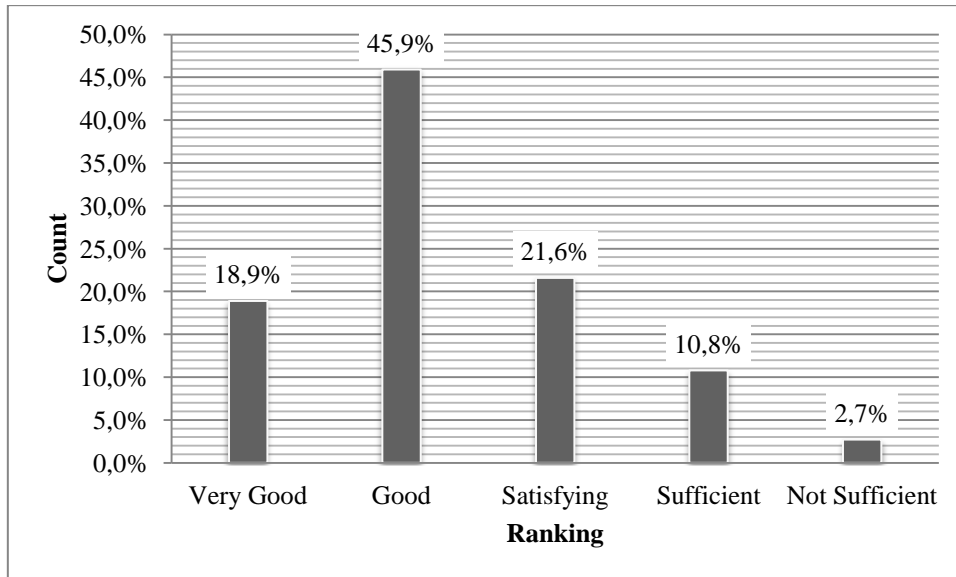


Changes users would like to see are summarized in the following diagram.

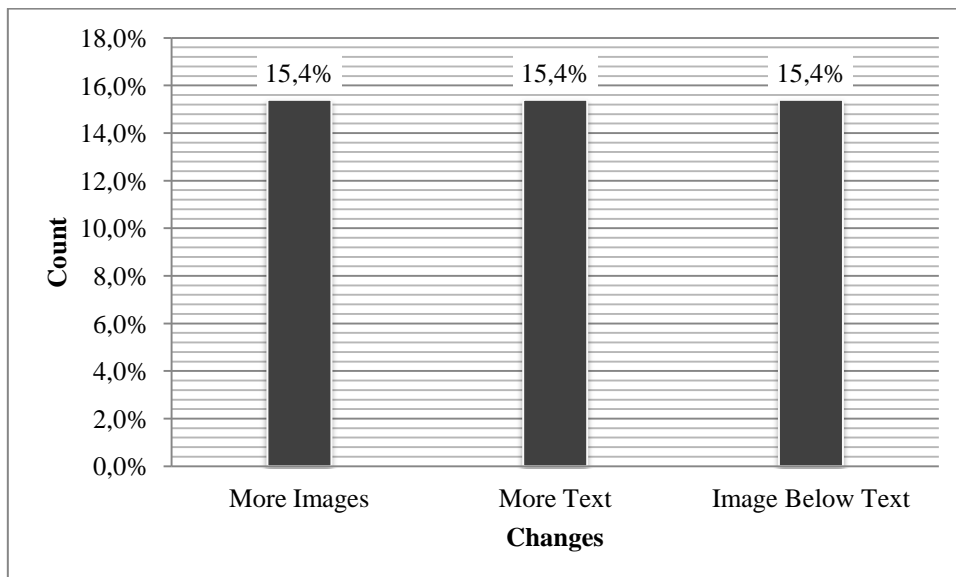


k. Layout Option 8

The overall ranking of the relation of image and text on the last alternative is illustrated here.



Changes users suggest are reflected below.



8. SPSS Data Analysis

Below, the tables list the data set, results of the statistical data analysis including the *Spearman Correlation Coefficient* tests as well as the *Student's t-Tests* for the variables gender and supervision by a childcare. Another table shows the descriptive statistics for the summary of the evaluation of the image-text layout.

8.1. Data Set

The table below lists all variables from participation ID to age, gender, family status, number of children, age of children, supervision of children, textual expectation including opening hours, address, philosophy; visual expectations including employees, facilities, children, activities.

Vrid	Age	Gender	FStatus	AnzK	AgeK	Childcare	ExpT	OpHours	ExpAdd	ExpPhil	ExpTOp	ExpEmp	ExpFac	ExpChil	ExpAct	ExpViOp
23	1	10.004	10.010	1	0	10.015	10.230	1	1	1	1	1	1	0	1	0
27	1	10.004	10.006	2	0	10.015	10.231	1	1	1	0	1	1	0	0	0
32	7	10.003	10.008	5	1	10.015	10.230	1	1	0	0	1	1	0	1	0
39	2	10.003	10.006	2	1	10.015	10.231	1	1	1	1	1	1	0	1	1
42	4	10.004	10.008	2	1	10.016	10.231	1	1	0	1	1	1	0	1	0
45	1	10.004	10.010	1	1	10.015	10.231	1	1	1	1	1	1	0	1	0
46	5	10.003	10.006	2	1	10.016	10.229	1	0	1	1	0	1	0	1	0
47	3	10.003	10.006	2	0	10.015	10.230	1	0	1	0	0	1	0	0	0
49	3	10.003	10.006	2	0	10.016	10.231	1	1	1	1	0	1	0	1	0
50	3	10.004	10.008	1	1	10.015	10.231	1	1	1	0	1	1	0	1	0
54	2	10.004	10.006	2	0	10.016	10.230	1	1	0	1	1	1	0	1	0
56	2	10.004	10.006	2	0	10.016	10.231	1	1	1	0	1	1	0	0	0
59	2	10.004	10.006	2	0	10.015	10.231	1	1	1	1	1	1	0	0	0
62	2	10.004	10.006	2	0	10.015	10.231	1	1	0	1	1	1	0	1	0
63	1	10.004	10.006	2	0	10.015	10.231	1	1	1	0	1	1	0	1	0
66	1	10.004	10.006	2	0	10.015	10.231	1	1	1	0	1	1	1	1	0
72	3	10.003	10.010	1	0	10.016	10.231	1	1	1	0	1	1	1	1	0
73	2	10.004	10.006	1	1	10.015	10.231	1	1	1	1	1	1	0	1	0
75	3	10.004	10.010	1	0	10.016	10.231	1	1	1	0	1	1	0	1	0
83	1	10.004	10.007	1	0	10.015	10.231	1	1	1	0	0	1	1	1	0
84	2	10.004	10.006	1	0	10.015	10.231	1	1	1	0	1	1	0	1	0
86	3	10.004	10.006	2	0	10.015	10.231	1	1	1	0	1	1	0	1	0

AN ANALYSIS OF THE IMAGE - TEXT ARRANGEMENT AND RELATION ON THE WEBSITE OF THE CHILDCARE “HAUS DER KLEINEN FÜßE”

93	2	10.004	10.010	1	0	10.015	10.231	1	1	1	0	1	1	0	1	0
94	2	10.004	10.006	2	1	10.015	10.231	1	1	1	1	1	1	0	1	0
95	1	10.004	10.006	1	0	10.015	10.231	1	1	1	0	1	1	0	1	0
99	2	10.004	10.006	1	0	10.015	10.231	1	1	1	0	1	1	0	1	0
101	2	10.004	10.008	2	0	10.016	10.231	1	1	1	0	1	1	0	1	0
109	1	10.004	10.006	2	0	10.015	10.231	1	1	1	1	1	1	0	1	0
111	4	10.004	10.006	3	0	10.016	10.231	1	1	1	0	1	1	0	1	0
114	2	10.004	10.006	1	0	10.016	10.231	1	1	1	0	1	1	0	1	0
123	4	10.004	10.006	3	1	10.016	10.231	1	1	1	0	0	1	0	1	0
127	5	10.004	10.006	1	1	10.016	10.231	1	1	1	1	1	1	0	1	1
140	1	10.004	10.006	1	0	10.015	10.231	1	1	1	1	1	1	0	1	0
148	6	10.003	10.006	6	1	10.016	10.231	1	1	1	1	1	1	0	0	0
149	4	10.004	10.006	2	1	10.015	10.231	1	1	1	1	1	1	0	1	0
156	1	10.003	10.006	1	0	10.016	10.231	1	1	1	0	1	1	0	1	0
158	3	10.003	10.006	1	0	10.015	10.231	1	1	1	1	1	1	0	0	0
160	3	10.003	10.006	4	0	10.015	10.231	1	1	1	1	1	1	0	1	1
163	3	10.004	10.006	1	1	10.015	10.230	1	1	1	0	1	1	1	1	0
164	5	10.003	10.006	3	1	10.016	10.231	1	1	1	1	0	1	0	1	0

The table below includes layout alternative one to five asking about first impression, liking of arrangement of image and text, liking of relation of image and text and suggestions for change.

EESS	ArrSS	RelSS	WishSS	EESS	ArrSS	RelSS	WishSS	EESS	ArrSS	RelSS	WishSS	EESS	ArrSS	RelSS	WishSS	EESS	ArrSS	RelSS	WishSS
1	1	1	1	2	2	2	2	3	3	3	3	4	4	4	4	5	5	5	5
0	10.054	10.055	10.215	1	10.158	10.158	-	1	10.081	10.080	10.213	0	10.107	10.106	10.216	0	10.133	10.133	10.217
0	10.056	10.056	10.215	0	10.159	10.159	10.182	0	10.081	10.081	-	0	10.108	10.107	-	0	10.134	10.134	-
0	-	10.057	10.215	0	10.158	-	-	1	10.083	10.082	10.098	0	10.106	10.108	-	0	10.135	10.135	-
0	10.054	10.057	10.078	0	10.161	10.161	10.172	0	10.080	10.083	10.104	-	10.106	10.106	-	-	10.131	10.134	10.146
-	10.055	10.056	10.070	1	10.158	10.159	10.174	-	10.081	10.081	10.104	1	10.107	10.107	10.120	-	10.133	10.133	10.146
0	10.055	10.054	10.078	0	10.159	10.159	10.182	-	-	-	-	-	10.106	10.106	-	-	10.135	-	10.156
0	10.053	10.053	-	0	10.160	10.158	10.182	0	10.082	10.081	10.104	0	10.106	10.106	-	0	10.133	10.132	10.156
0	10.055	10.055	10.215	0	10.158	10.158	-	0	10.080	10.080	-	0	10.106	10.106	-	0	10.132	10.132	-
-	10.054	10.055	10.068	-	10.158	10.158	-	-	10.081	10.080	10.096	-	10.108	10.107	10.121	-	10.135	10.133	10.147

AN ANALYSIS OF THE IMAGE - TEXT ARRANGEMENT AND RELATION ON THE WEBSITE OF THE CHILDCARE “HAUS DER KLEINEN FÜßE”

1	10.054	10.054	-	1	10.158	10.158	-	-	10.080	10.080	-	-	-	-	-	-	10.132	10.132	-
0	-	10.056	10.069	0	10.159	10.160	10.180	0	10.080	10.082	10.101	0	10.107	10.108	10.128	0	10.133	10.134	10.154
1	10.054	10.054	-	1	10.158	10.158	-	1	10.080	10.080	-	1	10.106	10.106	-	1	10.132	10.132	-
0	-	-	-	0	10.158	10.159	10.174	0	10.080	10.081	10.096	0	10.106	10.107	10.122	1	10.132	10.133	10.148
1	10.053	10.054	-	1	10.157	10.158	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1	10.054	10.054	-	-	10.157	10.157	-	-	10.081	10.079	10.098	-	10.107	10.107	10.124	-	10.132	10.132	-
1	10.055	10.053	10.076	1	10.159	10.157	10.180	-	10.081	10.079	-	-	-	-	-	-	-	-	-
0	10.057	10.055	10.078	0	10.160	10.159	10.182	0	10.082	10.082	10.104	0	10.108	10.107	10.130	0	10.134	10.134	-
1	10.055	10.055	10.078	-	10.160	10.160	10.182	0	10.082	10.082	10.104	-	10.106	10.106	-	-	10.133	10.133	10.156
1	10.054	10.054	-	1	10.157	10.159	10.174	1	10.080	10.080	-	1	10.106	10.106	-	1	10.132	10.132	-
1	10.054	10.054	-	1	10.158	10.158	-	0	10.081	10.081	10.100	1	10.106	10.106	-	1	10.132	10.132	-
1	10.055	10.054	10.070	0	10.159	10.159	10.174	0	10.081	10.081	10.096	-	-	-	-	-	-	-	-
-	10.054	10.055	10.068	-	10.160	10.160	10.172	-	10.083	10.083	10.094	-	10.108	10.108	10.120	-	10.134	10.134	10.148
0	10.056	10.055	10.074	1	10.158	10.158	-	0	10.082	10.081	10.098	0	10.108	10.107	10.124	1	10.133	10.133	10.150
1	10.054	10.054	-	1	10.158	10.158	-	0	10.083	10.083	10.104	1	10.107	10.107	10.120	1	10.132	10.132	-
1	10.054	10.054	-	1	10.158	10.158	-	1	10.080	10.080	-	1	10.106	10.106	-	1	10.132	10.132	-
0	10.055	10.055	10.069	0	10.158	10.159	10.175	0	10.080	10.081	10.097	1	10.106	10.106	-	0	10.133	10.133	10.147
1	10.054	10.055	10.068	-	10.158	10.158	-	-	10.081	10.081	10.094	-	10.107	10.107	10.120	-	10.133	10.134	10.146
1	10.054	10.054	-	-	10.158	10.158	-	-	10.081	10.081	10.098	-	10.106	10.106	-	-	10.133	10.133	10.153
1	10.054	10.054	-	1	10.158	10.158	-	1	10.080	10.080	-	1	10.106	10.106	-	1	10.132	10.132	-
0	10.055	10.056	10.076	0	10.159	10.160	10.172	0	10.081	10.082	10.094	0	10.108	10.108	10.128	0	10.134	10.134	10.154
1	10.053	10.053	-	0	10.157	10.158	-	0	10.080	10.080	-	0	10.105	10.105	-	0	10.133	10.131	10.156
0	10.057	10.056	10.078	0	10.161	10.161	10.214	0	10.083	10.083	10.213	0	10.109	10.109	10.216	0	10.135	10.135	10.217
0	10.055	10.054	10.075	1	10.159	10.158	10.214	1	10.081	10.080	10.213	0	10.107	10.106	10.216	0	10.133	10.132	10.217
0	10.055	10.056	10.070	0	10.158	10.160	10.174	0	10.080	10.082	10.096	0	10.107	10.108	10.122	0	10.133	10.134	10.148
0	10.055	-	10.215	1	10.158	10.158	-	0	10.080	10.080	-	0	10.107	10.107	10.130	-	10.133	10.133	10.156
0	10.053	10.054	-	0	10.161	10.161	10.214	0	10.080	10.083	10.096	1	10.106	10.106	-	-	10.132	10.132	-
1	10.055	10.055	10.215	1	10.158	10.158	-	0	10.081	10.080	10.098	0	10.108	10.107	10.124	0	10.134	10.133	10.150
0	10.054	10.055	10.078	0	10.158	10.158	-	0	10.081	10.080	10.104	0	10.107	10.106	10.216	-	10.133	10.133	10.156
0	10.053	10.055	10.215	0	10.158	10.158	-	0	10.080	10.080	-	0	10.105	10.105	-	0	10.132	10.132	-
0	10.057	10.057	10.075	1	10.159	10.159	10.172	1	10.081	10.081	10.094	0	10.107	10.107	10.122	0	10.133	10.133	10.148

The table below includes layout alternative eight asking about first impression, liking of arrangement of image and text, liking of relation of image and text and suggestions for change.

EESS8	ArrSS8	RelSS8	WishSS8
1	10.184	10.184	-
0	10.185	10.185	-
1	10.184	10.184	-
0	10.187	10.184	10.208
-	10.184	10.184	-
1	10.183	10.183	-
0	10.186	10.185	10.208
0	10.186	10.186	10.201
-	10.184	10.184	-
-	10.184	10.184	-
-	10.186	10.186	10.206
1	10.184	10.184	-
1	10.184	10.184	-
-	-	-	-
-	10.183	10.183	-
-	-	-	-
1	10.185	10.185	10.218
1	10.184	10.184	-
1	10.183	10.183	-
1	10.184	10.184	-
-	-	-	-
-	10.185	10.185	10.198
1	10.184	10.184	-
1	10.183	10.183	-
1	10.184	10.184	-
1	10.184	10.184	-
-	10.185	10.185	10.198
-	10.185	10.185	10.201

1	10.184	10.184	-
0	10.187	10.186	10.206
1	10.183	10.183	-
0	10.187	10.187	10.218
1	10.184	10.184	-
1	10.184	10.185	10.218
-	10.185	10.185	10.208
1	10.183	10.183	-
1	10.184	10.184	-
0	10.187	10.186	10.208
1	10.183	10.183	-
1	10.184	10.184	-

8.2. Statistical Tests

The table below includes all texts for the *Spearman Correlation Coefficient*.

			Anordnung von Text und Bild:In Bezug auf das Layout von Text und Bild, empfinde ich die Seite als:	Verhältnis von Text zu Bild:In Bezug auf das Layout von Text und Bild, empfinde ich die Seite als:	Anordnung von Text und Bild:In Bezug auf das Layout von Text und Bild, empfinde ich die Seite als:	Verhältnis von Text zu Bild:In Bezug auf das Layout von Text und Bild, empfinde ich die Seite als:	Anordnung von Text und Bild:In Bezug auf das Layout von Text und Bild, empfinde ich die Seite als:	Verhältnis von Text zu Bild:In Bezug auf das Layout von Text und Bild, empfinde ich die Seite als:	Anordnung von Text und Bild:In Bezug auf das Layout von Text und Bild, empfinde ich die Seite als:	Verhältnis von Text zu Bild:In Bezug auf das Layout von Text und Bild, empfinde ich die Seite als:	Anordnung von Text und Bild:In Bezug auf das Layout von Text und Bild, empfinde ich die Seite als:	Verhältnis von Text zu Bild:In Bezug auf das Layout von Text und Bild, empfinde ich die Seite als:	Anordnung von Text und Bild:In Bezug auf das Layout von Text und Bild, empfinde ich die Seite als:	Verhältnis von Text zu Bild:In Bezug auf das Layout von Text und Bild, empfinde ich die Seite als:
Spearman-Rho	Alter:	Korrelationskoeffizient	,092	,343*	-,073	,158	,054	,109	,078	,294	,235	,177	,164	,232
		Sig. (2-seitig)	,588	,035	,654	,336	,746	,514	,651	,081	,161	,303	,332	,168
		N	37	38	40	39	38	38	36	36	37	36	37	37
	Anzahl meiner Kinder	Korrelationskoeffizient	-,177	,156	-,234	-,156	-,055	-,023	-,072	,205	,006	,142	,169	,205
		Sig. (2-seitig)	,296	,348	,146	,342	,744	,893	,678	,230	,970	,409	,316	,224
		N	37	38	40	39	38	38	36	36	37	36	37	37
	Alter meiner Kinder (Geben Sie bitte an: Wochen, Monate oder Jahre)	Korrelationskoeffizient	,031	,198	,141	,210	,081	,264	-,215	,027	,061	,038	-,130	-,175
		Sig. (2-seitig)	,856	,232	,386	,200	,628	,110	,208	,877	,721	,826	,443	,301
		N	37	38	40	39	38	38	36	36	37	36	37	37

The table below lists the *Student's t-Test* for gender and all layout alternative rankings.

Gruppenstatistiken										
Geschlecht		N	Mittelwert	Standardabweichung	Standardfehler des Mittelwertes					
Anordnung von Text und Bild:In Bezug auf das Layout von Text und Bild, empfinde ich die Seite als:	Male	10	10054,70	1,418	,448					
	Female	27	10054,48	,935	,180					
Verhältnis von Text zu Bild:In Bezug auf das Layout von Text und Bild, empfinde ich die Seite als:	Male	11	10055,36	1,286	,388					
	Female	27	10054,56	,892	,172					
Anordnung von Text und Bild:In Bezug auf das Layout von Text und Bild, empfinde ich die Seite als:	Male	11	10159,00	1,265	,381					
	Female	29	10158,34	,936	,174					
Verhältnis von Text zu Bild:In Bezug auf das Layout von Text und Bild, empfinde ich die Seite als:	Male	10	10159,00	1,247	,394					
	Female	29	10158,55	,948	,176					
Anordnung von Text und Bild:In Bezug auf das Layout von Text und Bild, empfinde ich die Seite als:	Male	11	10081,00	1,000	,302					
	Female	27	10080,89	,974	,187					
Verhältnis von Text zu Bild:In Bezug auf das Layout von Text und Bild, empfinde ich die Seite als:	Male	11	10081,27	1,191	,359					
	Female	27	10080,81	1,111	,214					

AN ANALYSIS OF THE IMAGE - TEXT ARRANGEMENT AND RELATION ON THE WEBSITE OF THE CHILDCARE “HAUS DER KLEINEN FÜßE”

ich die Seite als:										
Anordnung von Text und Bild:In Bezug auf das Layout von Text und Bild, empfinde ich die Seite als:	Male	11	10106,82	,874	,263					
	Female	25	10106,68	,988	,198					
Verhältnis von Text zu Bild:In Bezug auf das Layout von Text und Bild, empfinde ich die Seite als:	Male	11	10106,73	,786	,237					
	Female	25	10106,60	,957	,191					
Anordnung von Text und Bild:In Bezug auf das Layout von Text und Bild, empfinde ich die Seite als:	Male	11	10133,18	1,250	,377					
	Female	26	10132,88	,909	,178					
Verhältnis von Text zu Bild:In Bezug auf das Layout von Text und Bild, empfinde ich die Seite als:	Male	11	10133,18	,982	,296					
	Female	25	10132,80	,957	,191					
Anordnung von Text und Bild:In Bezug auf das Layout von Text und Bild, empfinde ich die Seite als:	Male	11	10184,91	1,375	,415					
	Female	26	10184,27	1,116	,219					
Verhältnis von Text zu Bild:In Bezug auf das Layout von Text und Bild, empfinde ich die Seite als:	Male	11	10184,55	,934	,282					
	Female	26	10184,23	1,032	,202					
Test bei unabhängigen Stichproben										
	Levene-Test der Varianzgleichheit			T-Test für die Mittelwertgleichheit						

AN ANALYSIS OF THE IMAGE - TEXT ARRANGEMENT AND RELATION ON THE WEBSITE OF THE CHILDCARE “HAUS DER KLEINEN FÜßE”

		F	Signifikanz	T	df	Sig. (2-seitig)	Mittlere Differenz	Standardfehler der Differenz	95% Konfidenzintervall der Differenz	
									Untere	Obere
Anordnung von Text und Bild:In Bezug auf das Layout von Text und Bild, empfinde ich die Seite als:	Varianzen sind gleich	2,263	,141	,546	35	,588	,219	,400	-,593	1,030
	Varianzen sind nicht gleich			,452	12,025	,659	,219	,483	-,834	1,271
Verhältnis von Text zu Bild:In Bezug auf das Layout von Text und Bild, empfinde ich die Seite als:	Varianzen sind gleich	1,625	,211	2,222	36	,033	,808	,364	,071	1,546
	Varianzen sind nicht gleich			1,905	14,090	,077	,808	,424	-,101	1,717
Anordnung von Text und Bild:In Bezug auf das Layout von Text und Bild, empfinde ich die Seite als:	Varianzen sind gleich	3,303	,077	1,791	38	,081	,655	,366	-,085	1,396
	Varianzen sind nicht gleich			1,563	14,368	,140	,655	,419	-,242	1,552
Verhältnis von Text zu Bild:In Bezug auf das Layout von Text und Bild, empfinde ich die Seite als:	Varianzen sind gleich	1,127	,295	1,188	37	,242	,448	,377	-,316	1,213
	Varianzen sind nicht gleich			1,038	12,781	,319	,448	,432	-,486	1,383
Anordnung von Text und Bild:In Bezug auf das Layout von Text und Bild, empfinde ich die Seite als:	Varianzen sind gleich	,000	,990	,317	36	,753	,111	,351	-,601	,823
	Varianzen sind nicht gleich			,313	18,180	,758	,111	,355	-,634	,856
Verhältnis von Text zu Bild:In Bezug auf das Layout von Text und Bild, empfinde ich die Seite als:	Varianzen sind gleich	,462	,501	1,129	36	,266	,458	,405	-,364	1,280
	Varianzen sind nicht gleich			1,096	17,498	,288	,458	,418	-,422	1,338
Anordnung von Text und Bild:In	Varianzen sind gleich	,146	,705	,399	34	,692	,138	,346	-,565	,841

AN ANALYSIS OF THE IMAGE - TEXT ARRANGEMENT AND RELATION ON THE WEBSITE OF THE CHILDCARE “HAUS DER KLEINEN FÜßE”

Bezug auf das Layout von Text und Bild, empfinde ich die Seite als:	Varianzen sind nicht gleich			,420	21,575	,679	,138	,329	-,546	,822
Verhältnis von Text zu Bild:In Bezug auf das Layout von Text und Bild, empfinde ich die Seite als:	Varianzen sind gleich	,489	,489	,386	34	,702	,127	,329	-,542	,797
	Varianzen sind nicht gleich			,418	23,192	,680	,127	,305	-,503	,757
Anordnung von Text und Bild:In Bezug auf das Layout von Text und Bild, empfinde ich die Seite als:	Varianzen sind gleich	1,481	,232	,811	35	,423	,297	,366	-,446	1,041
	Varianzen sind nicht gleich			,713	14,677	,487	,297	,417	-,593	1,188
Verhältnis von Text zu Bild:In Bezug auf das Layout von Text und Bild, empfinde ich die Seite als:	Varianzen sind gleich	,001	,971	1,094	34	,282	,382	,349	-,327	1,091
	Varianzen sind nicht gleich			1,083	18,754	,292	,382	,353	-,357	1,120
Anordnung von Text und Bild:In Bezug auf das Layout von Text und Bild, empfinde ich die Seite als:	Varianzen sind gleich	1,856	,182	1,488	35	,146	,640	,430	-,233	1,513
	Varianzen sind nicht gleich			1,365	15,853	,191	,640	,469	-,355	1,634
Verhältnis von Text zu Bild:In Bezug auf das Layout von Text und Bild, empfinde ich die Seite als:	Varianzen sind gleich	,000	,985	,871	35	,390	,315	,361	-,419	1,048
	Varianzen sind nicht gleich			,907	20,772	,375	,315	,347	-,407	1,036

The table below shows the *Student's t-Test* for supervision of children all layout alternative rankings.

Gruppenstatistiken					
--------------------	--	--	--	--	--

AN ANALYSIS OF THE IMAGE - TEXT ARRANGEMENT AND RELATION ON THE WEBSITE OF THE CHILDCARE “HAUS DER KLEINEN FÜßE”

Geschlecht		N	Mittelwert	Standardabweichung	Standardfehler des Mittelwertes				
Anordnung von Text und Bild:In Bezug auf das Layout von Text und Bild, empfinde ich die Seite als:	Male	10	10054,70	1,418	,448				
	Female	27	10054,48	,935	,180				
Verhältnis von Text zu Bild:In Bezug auf das Layout von Text und Bild, empfinde ich die Seite als:	Male	11	10055,36	1,286	,388				
	Female	27	10054,56	,892	,172				
Anordnung von Text und Bild:In Bezug auf das Layout von Text und Bild, empfinde ich die Seite als:	Male	11	10159,00	1,265	,381				
	Female	29	10158,34	,936	,174				
Verhältnis von Text zu Bild:In Bezug auf das Layout von Text und Bild, empfinde ich die Seite als:	Male	10	10159,00	1,247	,394				
	Female	29	10158,55	,948	,176				
Anordnung von Text und Bild:In	Male	11	10081,00	1,000	,302				
	Female	27	10080,89	,974	,187				

AN ANALYSIS OF THE IMAGE - TEXT ARRANGEMENT AND RELATION ON THE WEBSITE OF THE CHILDCARE “HAUS DER KLEINEN FÜßE”

Bezug auf das Layout von Text und Bild, empfinde ich die Seite als:										
Verhältnis von Text zu Bild:In Bezug auf das Layout von Text und Bild, empfinde ich die Seite als:	Male	11	10081,27	1,191	,359					
	Female	27	10080,81	1,111	,214					
Anordnung von Text und Bild:In Bezug auf das Layout von Text und Bild, empfinde ich die Seite als:	Male	11	10106,82	,874	,263					
	Female	25	10106,68	,988	,198					
Verhältnis von Text zu Bild:In Bezug auf das Layout von Text und Bild, empfinde ich die Seite als:	Male	11	10106,73	,786	,237					
	Female	25	10106,60	,957	,191					
Anordnung von Text und Bild:In Bezug auf das Layout von Text und Bild, empfinde ich die Seite als:	Male	11	10133,18	1,250	,377					
	Female	26	10132,88	,909	,178					
Verhältnis	Male	11	10133,18	,982	,296					

AN ANALYSIS OF THE IMAGE - TEXT ARRANGEMENT AND RELATION ON THE WEBSITE OF THE CHILDCARE "HAUS DER KLEINEN FÜßE"

von Text zu Bild:In Bezug auf das Layout von Text und Bild, empfinde ich die Seite als:	Female	25	10132,80	,957	,191					
Anordnung von Text und Bild:In Bezug auf das Layout von Text und Bild, empfinde ich die Seite als:	Male	11	10184,91	1,375	,415					
	Female	26	10184,27	1,116	,219					
Verhältnis von Text zu Bild:In Bezug auf das Layout von Text und Bild, empfinde ich die Seite als:	Male	11	10184,55	,934	,282					
	Female	26	10184,23	1,032	,202					
Test bei unabhängigen Stichproben										
		Levene-Test der Varianzgleichheit		T-Test für die Mittelwertgleichheit						
		F	Signifikanz	T	df	Sig. (2-seitig)	Mittlere Differenz	Standardfehler der Differenz	95% Konfidenzintervall der Differenz	
									Untere	Obere
Anordnung von Text und Bild:In Bezug auf das Layout von Text und Bild, empfinde ich die Seite als:	Varianzen sind gleich	2,263	,141	,546	35	,588	,219	,400	-,593	1,030
	Varianzen sind nicht gleich			,452	12,025	,659	,219	,483	-,834	1,271

AN ANALYSIS OF THE IMAGE - TEXT ARRANGEMENT AND RELATION ON THE WEBSITE OF THE CHILDCARE “HAUS DER KLEINEN FÜßE”

Verhältnis von Text zu Bild:In Bezug auf das Layout von Text und Bild, empfinde ich die Seite als:	Varianzen sind gleich	1,625	,211	2,222	36	,033	,808	,364	,071	1,546
	Varianzen sind nicht gleich			1,905	14,090	,077	,808	,424	-,101	1,717
Anordnung von Text und Bild:In Bezug auf das Layout von Text und Bild, empfinde ich die Seite als:	Varianzen sind gleich	3,303	,077	1,791	38	,081	,655	,366	-,085	1,396
	Varianzen sind nicht gleich			1,563	14,368	,140	,655	,419	-,242	1,552
Verhältnis von Text zu Bild:In Bezug auf das Layout von Text und Bild, empfinde ich die Seite als:	Varianzen sind gleich	1,127	,295	1,188	37	,242	,448	,377	-,316	1,213
	Varianzen sind nicht gleich			1,038	12,781	,319	,448	,432	-,486	1,383
Anordnung von Text und Bild:In Bezug auf das Layout von Text und Bild, empfinde ich die Seite als:	Varianzen sind gleich	,000	,990	,317	36	,753	,111	,351	-,601	,823
	Varianzen sind nicht gleich			,313	18,180	,758	,111	,355	-,634	,856
Verhältnis von Text zu Bild:In Bezug auf das Layout von Text und Bild,	Varianzen sind gleich	,462	,501	1,129	36	,266	,458	,405	-,364	1,280
	Varianzen sind nicht gleich			1,096	17,498	,288	,458	,418	-,422	1,338

AN ANALYSIS OF THE IMAGE - TEXT ARRANGEMENT AND RELATION ON THE WEBSITE OF THE CHILDCARE “HAUS DER KLEINEN FÜßE”

empfinde ich die Seite als:											
Anordnung von Text und Bild:In Bezug auf das Layout von Text und Bild, empfinde ich die Seite als:	Varianzen sind gleich	,146	,705	,399	34	,692	,138	,346	-,565	,841	
	Varianzen sind nicht gleich			,420	21,575	,679	,138	,329	-,546	,822	
Verhältnis von Text zu Bild:In Bezug auf das Layout von Text und Bild, empfinde ich die Seite als:	Varianzen sind gleich	,489	,489	,386	34	,702	,127	,329	-,542	,797	
	Varianzen sind nicht gleich			,418	23,192	,680	,127	,305	-,503	,757	
Anordnung von Text und Bild:In Bezug auf das Layout von Text und Bild, empfinde ich die Seite als:	Varianzen sind gleich	1,481	,232	,811	35	,423	,297	,366	-,446	1,041	
	Varianzen sind nicht gleich			,713	14,677	,487	,297	,417	-,593	1,188	
Verhältnis von Text zu Bild:In Bezug auf das Layout von Text und Bild, empfinde ich die Seite als:	Varianzen sind gleich	,001	,971	1,094	34	,282	,382	,349	-,327	1,091	
	Varianzen sind nicht gleich			1,083	18,754	,292	,382	,353	-,357	1,120	
Anordnung von Text und Bild:In Bezug auf das Layout	Varianzen sind gleich	1,856	,182	1,488	35	,146	,640	,430	-,233	1,513	
	Varianzen sind nicht			1,365	15,853	,191	,640	,469	-,355	1,634	

von Text und Bild, empfinde ich die Seite als:	gleich									
Verhältnis von Text zu Bild: In Bezug auf das Layout von Text und Bild, empfinde ich die Seite als:	Varianzen sind gleich	,000	,985	,871	35	,390	,315	,361	-,419	1,048
	Varianzen sind nicht gleich			,907	20,772	,375	,315	,347	-,407	1,036

8.3. Descriptive Statistics

Below, the table lists the descriptive statistics for the overall evaluation of the image-text arrangement and relation.

Deskriptive Statistic					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Standard Deviation
Positive Evaluation of Arrangement	6	75,70	86,50	80,4333	3,81873
Negative Evaluation of Arrangement	6	13,50	24,30	19,5667	3,81873
Positive Evaluation of Relation	6	71,00	86,50	78,1167	6,13821
Negative Evaluation of Relation	6	13,50	29,00	21,8833	6,13821

8.4. Open Comments

Below, several lists include all open comments of the survey conducted.

1. Textual Information

Open-Text Response Breakdown for Weitere:	Count
Aktivitäten	1
Angebote, Personalschlüssel, Konzeption, Informationen über die Ausbildung des Personals	1
Besondere Angebote (Werkwoche etc.)	1
Bildergalerie	1
Förderverein?, Projekte in der Kita, Vorstellung der Angestellten?	1
Größe der Gruppe	1
Info zu Mahlzeiten und Freizeit	1
Kleinen Ablauf des Tages	1
Konzepte, Kooperationen, Team, Elternrat, KiTaRat	1
Kooperation mit Unternehmen	1
Persönliches Profil der Betreuer	1
Schwerpunkte und Ansatz der Kita	1
Tagesabläufe	1
Themenschwerpunkt	1
Zusatzangebote (Frühstücksregelung, etc)	1
einzelne Betreuungszeiten, Ausfalltermine, Wichtige Termine, Ferien, kontaktdaten	1
Gruppenbesetzung, in welchem Verhältnis stehen Betreuer zu der anzahl kinder, Aufnahme ab welcher Altersklasse	1
Anzahl Kinder/Gruppen/Betreuer, "Kundenstimmen" (Referenzen von Eltern oder Lehrern späterer Schüler)	1

2. Visual Information

Open-Text Response Breakdown for Weitere:	Count
Sonderaktionen (wie Martinszug etc.)	1
Umsetzung der Konzepte	1
Umfeld der Einrichtung (z.B. Parkplatzsituation, benachbarte Schulen, ÖPNV, Sportstätten, Wald etc.)	1

3. First Impression of Alternative Layout 1

Response	Count
Bild und text sind im gleichklang , kurze aber informative des konzeptes.	1

AN ANALYSIS OF THE IMAGE - TEXT ARRANGEMENT AND RELATION ON THE WEBSITE OF THE CHILDCARE “HAUS DER KLEINEN FÜßE”

Bis auf die Überschrift in sehr ansprechender Text	1
Gut abgeschrieben	1
Gute Einstellung zum Umgang mit den Kindern	1
Positiv	2
Schrift zu klein	2
Nicht schön zu lesen	1
Sie wirkt eng und textlastig	1
Text OK, welchen Zusammenhang haben einzelne Kinder auf den Bildern????	1
Text okay, Bilder müssten nicht sein	1
Text sehr ausführlich	1
Text zu klein, Bilder könnten besser zum Text passen	1
Viel Text	1
Viel kleiner Text	1
Zu kleine Schrift	1
angenehm	1
ausführlich informativ herzlich	1
einladend gestaltet, weckt Neugier	1
freudig	1
gefällt nicht besonders	1
gut	2
kunfus	1
nett	1
ok	1
viel Text, Schrift zu klein	1
voll	1
zu statisch, lieblos gestaltet - emotional nicht ansprechend	1
zu textlastig	1
zu viel unstrukturierter Text (man hat keine Lust das Lesen anzufangen)	1
zuviel Text	1
Verhältnis Bildgröße zu Textgröße ungünstig. Schriftbild unklar. eventuell andere Schriftart wie Arial verwenden.Eventuell weniger Text und mit Hyperlink arbeiten für Erklärungen	1
viel text, echte Bilder (keine Marketingbilder), Text fundiert, Infos zur Eingewöhnung sind gut, müssten aber nicht auf die erste Seite.	1
Auf dem Bild müssen meiner Meinung nach keine Kinder sein.Sowas hat im Internet nichts zu suchen.	1

Kein modernes Design, Bilder beginnen nicht auf höhe des Textes, keine moderne Schriftart, zuviel Text	1
übersichtlich	1
Total Responses	38

4. Further Suggestions for Alternative Layout 1

Open-Text Response Breakdown for Schriftart	Count
Comic sans	1
einfacher	1
gerader wie z.b. Arial oder Verdana	1
größer, weicher	1
schrift ist zu klein	1
Total Responses	5
Open-Text Response Breakdown for Weiteres	Count
Bild unter die Kopfzeile	1
Das Verhältnis Bilder zum Text ist nicht so toll.	1
bilder und Text symetrischer anordnen und die bilder selbst möglichst profihafter	1
größere Schriefft und weniger Text	1
Es sind mehrere Themen auf einer Site dargestellt, das wirkt erschlagend... (d.h. besser mehr Sites erstellen)	1
dynamische Bildfolgen mit begleitendem Text - informativ und unterstützend zur Bildfolge (langsame Übergänge!)	1
Total Responses	6

5. First impression of Alternative Layout 2

Response	Count
Ansprechend	1
Bild könnte Interaktion zeigen - "machen wir"	1
Kein Kind auf dem Bild wäre besser vielleicht die Eingangstür oder das Foyer	1
Kind fühlt sich wohl	1
Kursivschrift ist schwer lesbar	1

AN ANALYSIS OF THE IMAGE - TEXT ARRANGEMENT AND RELATION ON THE WEBSITE OF THE CHILDCARE “HAUS DER KLEINEN FÜßE”

Noch schlechter lesbar	1
Positiv	2
Schrift schlecht leserlich	1
Schriftart lässt sich etwas schwierig lesen	1
Text erschlägt	1
Text ist sehr ausführlich	1
Text wurde nicht formatiert, Schriftgröße zu klein	1
Zu viel Infos	1
Zu viel Text. Das Bild links wirkt starr.	1
altbacken	1
besser	1
das Bild steht zu sehr im Vordergrund	1
fürchterlicher Satzbau	1
geht so	1
gut	4
kurze aber klare information an die eltern bezüglich der Eingewöhnung	1
man wird neugierig	1
verspielt	1
kursiv liest sich blöd, gleiches (mittelmäßiges/echtes) Foto, Design ist klarer, gefällt mir grds. besser	1
Man wird aus der gleichzeitigen Ansicht von Bild und Text herausgerissen. Entweder Text oder Bild steht hier im Vordergrund.	1
Es wirkt aufgelockerter aber weiterhin textlastig. Das Bild passt für mein Empfinden thematisch nicht zum Text	1
ich finde teilweise viel zu viele Details, es müsste nicht für alles einen Unterseite geben sondern alles in allen kurz knapp und bündig auf der hauptseite "Das machen wir" als Eltern will man sich nicht durch so viele seiten klicken.	1
besser als zuvor aber Text zu viel und zu klein Überschrift und Links unklar, auch wegen Farbwahl	1
Übersichtlicher	1
Übersichtlicher als Variante 1	1
Total Responses	34

6. Further Suggestion for Alternative Layout 2

Open-Text Response Breakdown for Schriftart	Count
Klarer	1
klarer, z.b. arial	1
wie vor	1
Total Responses	3
Open-Text Response Breakdown for Weiteres:	Count
Anordnung gefällt mir nicht	1
Eher Bild einer Kindergruppe als einzelne Kinder	1
Ich bevorzuge ein modernes Design	1
es sollte ein Stil sein	1
Total Responses	4

7. First impression of Alternative Layout 3

Response	Count
Der gleiche wie zuvor	1
Durch die mir mögliche Anzeige auf dem Bildschirm sehe ich kein Bild	1
Ebenso wie das letzte Beispiel	1
Foto mit rausgestreckter Zunge ungünstig, kursiv nicht so toll, Bild war rechts besser	1
Kursivschrift ist auch hier schlecht lesbar	1
Nur ein Kind wird betreut	1
Scheinbar mehr text	1
Schrift zu dünn geschrieben	1
Schriftart etwas schwierig zu lesen	1
Schriftgröße zu klein, Text nicht formatiert, kein modernes Design	1
Siehe Punkt 13	1
Text erschlägt	1
Text zuviel	1
Viel text	1
Wiederholend	1
Zu viel Text	2

bild zu dunkel	1
ebenfalls übersichtlicher als Variante 1	1
gut	3
kaum veränderung	1
keine Verändeung zu vorher.	1
man wird neugierig	1
nicht sehr originell	1
ok	1
schriftbild gut, Sätz zu lang	1
verspielt	1
weniger Bild, mehr Text	1
Total Responses	30

8. Further Suggestion for Alternative Layout 3

Open-Text Response Breakdown for Schriftart	Count
einfacher	1
klarer	1
wie vor	1
Total Responses	3
Open-Text Response Breakdown for Weiteres:	Count
Bilder sagen mehr als Worte	1
Blocksatz würde besser passen	1
Verhältnis Bild und Text gefällt mir nicht.	1
Wechselnde Bilder	1
Wie eben, eher eine Kindergruppe als ein einzelnes Kind.	1
größere Schrift	1
keine Veränderung grob zur Vorhergehenden	1
Total Responses	7

9. First impression of Alternative Layout 4

Response	Count
/	1
Anordnung Text und Bild zu unruhig	1
Bilder zu klein	1
Durch die Anordnung der Bilder wirkt es eng und gedrängt	1
Es gibt anscheinend mehr als ein Kind. Man schaut gleichzeitig Bild und Text an.	1
Gut	1
Kinder fühlen sich wohl	1
Positiv	1
Schrift zu dünn geschrieben	1
Schriftart etwas schwierig zu lesen	1
Siehe Punkt 10	1
Text nicht formatiert, Schriftgröße zu klein, Bild beginnt nicht auf Höhe des Textes	1
Text passt nicht zu den Bildern	1
Wie am Anfang	1
Zuviel Text aber mit 2 Bildern besser	1
bessere Anordnung, dennoch ein Bild reicht	1
gut	3
keine Änderung	1
nett	1
ok	1
schlecht lesbar	1
unstrukturiert	1
unübersichtlich, unklar wie zuerst.	1
weniger ist mehr	1
wie vor	1
wie zuerst, nur mit kursiv, kursiv liest sich nicht so toll	1
zuviel Text	1
Total Responses	29

10. Further Suggestion for Alternative Layout 4

Open-Text Response Breakdown for Schriftart	Count
einfacher	1
klarer	1
wie vor	1
Total Responses	3
Open-Text Response Breakdown for Weiteres:	Count
Bilder nur auf einer Seite... egal ob links oder rechts	1
nur minimale Veränderung...	1
Total Responses	2

11. First impression of Alternative Layout 5

Response	Count
- einfach falsch!	1
/	1
Anordnung der Bilder besser	1
Anordnung gefällt nicht so gut	1
Besser	1
Positiv	1
S.o.	1
Schriftart gefällt nicht, Schriftgröße zu klein, Text nicht formatiert, wirkt unprofessionell	1
Siehe Punkt 10	1
der Stil bleibt altbacken und zu konfus	1
ebenso wie zuvor	1
gefällt mir nicht	1
gut	4
nett	1
unstrukturiert	1
unübersichtlich, unklar	1

weniger schön	1
wie vor	1
wie vorher....	1
zuviel Text	1
Bilder anders: Das obere Bild ist nicht symmetrisch zu irgendwas, die bilder sind nicht bündig, sieht nicht so toll aus.	1
Das vorhergehende Layout gefiel besser. Lieber mit einem Bild starten und dann per text durch den rest der Seite geführt werden.	1
Total Responses	25

12. Further Suggestion for Alternative Layout 5

Open-Text Response Breakdown for Schriftart	Count
einfacher	1
klarer	1
wie vor	1
Total Responses	3
Open-Text Response Breakdown for Weiteres:	Count
Bild unter die Kopfzeile	1
Die vorherige Anordnung gefällt mir besser.	1
Eher das linke Bild oben und das rechte Bild tiefer.	1
bild gehört im text	1
bilder nur auf einer seite	1
symmetrische Anordnung, gerade fiktive äußere Grenzen (Außenkante Text= Außenkante Bild)	1
Total Responses	6

13. First impression of Alternative Layout 8

Response	Count
Bislang beste Variante	1
Blocksatz ist schon lange "out" - schlecht lesbar! Aufzählung irritiert	1

AN ANALYSIS OF THE IMAGE - TEXT ARRANGEMENT AND RELATION ON THE WEBSITE OF THE CHILDCARE “HAUS DER KLEINEN FÜßE”

Gut strukturiert	1
Nur Faktenwiedergabe. Eher für nüchterne Personen als für Einfühlsame.	1
Positiv	1
Schriftart etwas schwer zu lesen, symmetrische Anordnung gefällt	1
Sehr gut	1
Text und Bilder passen nicht zusammen	1
Unübersichtlich	1
Viel übersichtlicher	1
Wirkt zu "organisiert" für eine Kita (müsste ein bisschen verspielter wirken...)	1
angenehm	1
besser als zuvor etwas klarer, übersichtlicher	1
besser und weniger Text	1
besserer Informationsfluß	1
gut	1
gut! Ein Bild reich meiner Meinung nach aus...	1
gut; Minuszeichen irritieren	1
kurz und knapp (nur die binde striche sollten nicht hin und der text ist irgendwie nicht sinnig)	1
man will weiter lesen	1
nett	1
ok	1
perfekt	1
schlechtes Layout	1
sehr gut!	1
super	1
Schriftgröße zu klein, Schriftart gefällt nicht, von der Anordnung übersichtlicher, Textinhalt müsste nur stichwortartig angepasst werden	1
weniger Text, das ist grds. ganz gut, aber der Text in der Mitte sollte dann in Schlagworten sein, nicht in sätzen	1
Total Responses	28

14. Further Suggestion for Alternative Layout 8

Open-Text Response Breakdown for Schriftart:	Count
--	-------

Arial	1
ich würde den ganzen Stil ändern	1
wie vor	1
Total Responses	3
Open-Text Response Breakdown for Weiteres:	
	Count
Bilder okay - aber Text zu wenig auffällig (sollte größer sein)	1
Mehr freier Text als Tabelle	1
Zu "aufgeräumt"	1
wie vorher	1
Total Responses	4