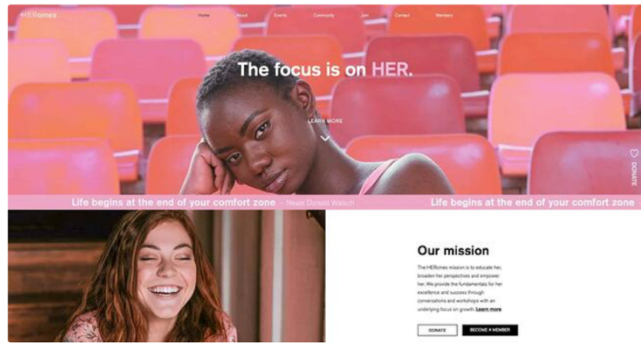


Usability Guidelines – Am Beispiel für Web-Design

1. Schlichtheit

Das Erscheinungsbild Ihrer Website ist zwar wichtig, aber die meisten Besucher kommen nicht auf Ihre Website, um zu beurteilen, wie schick das Design ist. Sie wollen eine Aktion ausführen oder eine bestimmte Information finden. Unnötige Designelemente (d. h. solche, die keinen funktionalen Zweck erfüllen) erdrücken die Besucher nur und machen es ihnen schwerer, das zu tun, was sie tun wollen. Aus Sicht der Benutzerfreundlichkeit und UX ist Einfachheit Ihr bester Freund. Wenn Sie alle notwendigen Seitenelemente haben, ist es schwer, zu einfach zu sein. Sie können dieses Prinzip in einer Vielzahl von Formen anwenden, wie zum Beispiel:



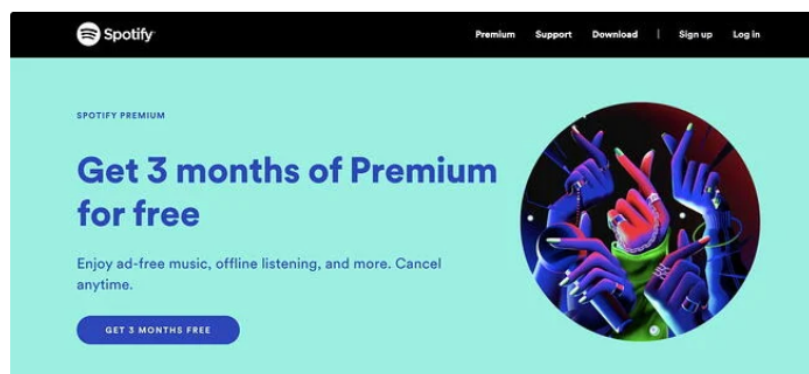
- **Farben:** Grundsätzlich sollten Sie nicht zu viele verwenden. Das Handbook of Computer-Human Interaction empfiehlt die Verwendung von maximal 5 (plus oder minus zwei) verschiedenen Farben in Ihrem Design.
- **Schriftarten:** Die von Ihnen gewählten Schriftarten sollten gut lesbar sein, also nicht zu kunstvoll und möglichst wenig Schriftarten, wenn überhaupt. Auch bei der Textfarbe sollten Sie darauf achten, dass sie möglichst wenig auffällt und mit der Hintergrundfarbe kontrastiert. Eine allgemeine Empfehlung lautet, maximal drei verschiedene Schriftarten in maximal drei verschiedenen Größen zu verwenden.
- **Grafiken:** Verwenden Sie Grafiken nur dann, wenn sie dem Benutzer helfen, eine Aufgabe zu erfüllen oder eine bestimmte Funktion auszuführen (fügen Sie nicht einfach wahllos Grafiken hinzu).

2. Visuelle Hierarchie

Die visuelle Hierarchie ist eng mit dem Prinzip der Einfachheit verbunden und bedeutet, dass die Elemente der Website so angeordnet und organisiert werden, dass die Besucher auf natürliche Weise zuerst die wichtigsten Elemente ansteuern.

Denken Sie daran, dass es bei der Optimierung von Benutzerfreundlichkeit und UX darum geht, den Besucher zu einer gewünschten Aktion zu führen, und zwar auf eine Weise, die sich natürlich und angenehm anfühlt. Indem Sie die Position, Farbe oder Größe bestimmter Elemente anpassen, können Sie Ihre Website so strukturieren, dass die Betrachter zuerst zu diesen Elementen geführt werden.

Im folgenden Beispiel von Spotify können Sie sehen, dass die Hauptüberschrift "Holen Sie sich 3 Monate Premium kostenlos" durch ihre Größe und Seitenposition an der Spitze der visuellen Hierarchie steht. Sie lenkt das Auge des Betrachters vor allem auf die Mission des



Unternehmens. Darauf folgt der CTA "Holen Sie sich 3 Monate kostenlos", der zum Handeln auffordert. Die Nutzer können auf diesen CTA klicken oder die darüber liegenden Menüpunkte nach weiteren Aktionen durchsuchen.

3. Navigierbarkeit



Die Planung einer intuitiven Navigation auf Ihrer Website ist von entscheidender Bedeutung, um den Besuchern zu helfen, das zu finden, wonach sie suchen. Im Idealfall sollte ein Besucher auf Ihrer Website landen und nicht lange darüber nachdenken müssen, wo er als Nächstes klicken soll. Der Weg von Punkt A zu Punkt B sollte so reibungslos wie möglich sein. Im Folgenden finden Sie einige Tipps zur Optimierung der Navigation Ihrer Website:

- Halten Sie die Struktur Ihrer Hauptnavigation einfach (und in der Nähe des oberen Seitenrandes).
- Binden Sie die Navigation in die Fußzeile Ihrer Website ein.
- Erwägen Sie die Verwendung von Breadcrumbs auf jeder Seite (mit Ausnahme der Startseite), damit sich die Benutzer an ihren Navigationspfad erinnern.
- Binden Sie eine Suchleiste in der Nähe des oberen Seitenrandes ein, damit die Besucher nach Stichworten suchen können. Bieten Sie nicht zu viele Navigationsoptionen pro Seite an. Auch hier gilt: Einfachheit!
- Binden Sie Links in Ihre Seitentexte ein, und machen Sie deutlich, wohin diese Links führen.
- Lassen Sie die Benutzer nicht zu tief graben. Versuchen Sie, einen einfachen Drahtplan aller Seiten Ihrer Website zu erstellen, der wie eine Pyramide angeordnet ist: Ihre Homepage steht ganz oben, und jede verlinkte Seite der vorherigen bildet die nächste Ebene. In den meisten Fällen ist es am besten, wenn Ihre Karte nicht mehr als drei Ebenen tief ist. Nehmen Sie zum Beispiel die Site Map von HubSpot. Ein weiterer Hinweis: Sobald Sie sich für die Hauptnavigation (oben) Ihrer Website entschieden haben, sollten Sie diese konsistent halten. Die Bezeichnungen und die Position Ihrer Navigation sollten auf jeder Seite gleichbleiben.

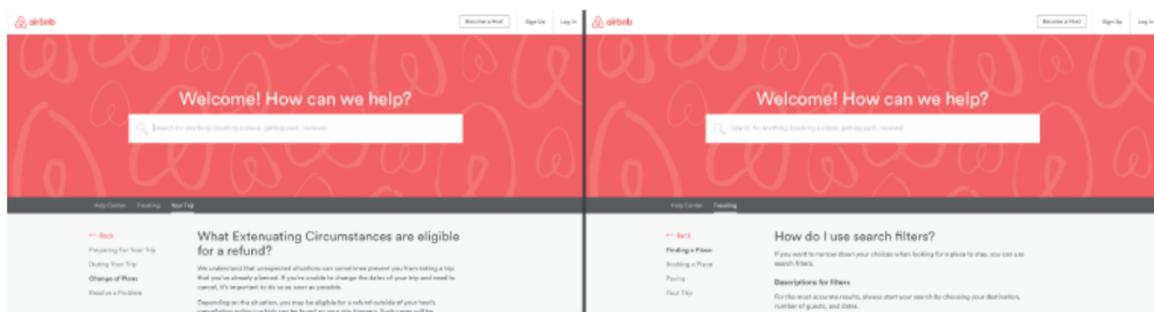
Dies führt uns zu unserem nächsten Grundsatz...

4. Konsistenz

Neben einer einheitlichen Navigation sollte auch das allgemeine Erscheinungsbild Ihrer Website auf allen Seiten ähnlich sein. Hintergründe, Farbschemata, Schriftarten und sogar der Ton Ihrer Texte sind alles Bereiche, in denen sich Konsistenz positiv auf die Benutzerfreundlichkeit und UX auswirkt.

Das heißt aber nicht, dass jede Seite das gleiche Layout haben sollte. Erstellen Sie stattdessen unterschiedliche Layouts für bestimmte Seitentypen (z. B. Landing Pages, Informationsseiten usw.). Wenn Sie diese Layouts einheitlich verwenden, können Besucher leichter erkennen, welche Art von Informationen sie auf einer bestimmten Seite finden werden.

Im folgenden Beispiel sehen Sie, dass Airbnb das gleiche Layout für alle "Hilfe"-Seiten verwendet, eine gängige Praxis. Stellen Sie sich vor, wie es aus der Sicht eines Besuchers wäre, wenn jede Hilfeseite ihr eigenes, einzigartiges Layout hätte. Es gäbe wahrscheinlich eine Menge Schulterzucken.



5. Reaktionsfähigkeit



Laut Statista stammen 48 % der weltweiten Seitenaufrufe von mobilen Geräten wie Smartphones und Tablets. Und nach [...] Untersuchungen haben 93 % der Nutzer eine Website verlassen, weil sie auf ihrem Gerät nicht richtig angezeigt wurde.

Die Schlussfolgerung hieraus: Um ein wirklich großartiges Nutzererlebnis zu bieten, muss Ihre Website mit den vielen verschiedenen Geräten kompatibel sein, die Ihre Besucher verwenden. In der Welt der Technik ist dies als Responsive Design bekannt.

Responsive Design bedeutet, in eine hochflexible Website-Struktur zu investieren. Bei einer responsiven Website wird der Inhalt automatisch an die Abmessungen des Geräts angepasst, das der Besucher gerade benutzt. Dies kann durch mobilfreundliche HTML-Vorlagen oder durch die Erstellung einer speziellen mobilen Website erreicht werden.

Letztendlich ist es wichtiger, dass die Website auf verschiedenen Geräten gut aussieht, als dass sie auf allen Geräten gleich aussieht. Neben der Mobilfreundlichkeit lohnt es sich auch, die Kompatibilität Ihrer Website mit verschiedenen Browsern zu testen. Höchstwahrscheinlich haben Sie Ihre Website nur in einem einzigen Webbrowser betrachtet, sei es Google Chrome, Safari, Firefox oder ein anderer. [...]

6. Zugänglichkeit

Ziel der Barrierefreiheit im Internet ist es, eine Website zu erstellen, die jeder nutzen kann, auch Menschen mit Behinderungen oder Einschränkungen, die ihr Surferlebnis beeinträchtigen. Als Website-Designer ist es Ihre Aufgabe, in Ihrem UX-Plan an diese Benutzer zu denken.

Wie die Reaktionsfähigkeit bezieht sich auch die Barrierefreiheit auf Ihre gesamte Website: Struktur, Seitenformat, visuelle Gestaltung und sowohl schriftliche als auch visuelle Inhalte. Die Web Content Accessibility Guidelines (WCAG), die von der Web Accessibility Initiative und dem World Wide Web Consortium entwickelt wurden, legen die Richtlinien für die Zugänglichkeit von Webseiten fest. Im weitesten Sinne besagen diese Richtlinien, dass Websites wie folgt sein müssen

- **Wahrnehmbar:** Die Besucher sind sich des Inhalts Ihrer Website bewusst.
- **Bedienbar:** Die Funktionalität Ihrer Website sollte auf verschiedene Arten möglich sein.
- **Verständlich sein:** Alle Inhalte und Warnungen sind leicht verständlich.
- **Robust:** Ihre Website ist mit verschiedenen Hilfstechnologien, Geräten und Browsern nutzbar.

7. Konventionalität

Eine große Herausforderung beim Webdesign ist der Spagat zwischen Originalität und Ihren Erwartungen. Die meisten von uns sind erfahrene Internetnutzer, und es gibt bestimmte Konventionen, an die wir uns mit der Zeit gewöhnt haben. Zu diesen Konventionen gehören:

- Die Hauptnavigation oben (oder links) auf einer Seite zu platzieren.
- Die Platzierung eines Logos oben links (oder in der Mitte) auf einer Seite.
- Das Logo muss anklickbar sein, damit es den Besucher immer zur Startseite zurückbringt.
- Links und Schaltflächen, die ihre Farbe/ihr Aussehen ändern, wenn man mit dem Mauszeiger über sie fährt.
- Verwendung eines Einkaufswagen-Symbols auf einer E-Commerce-Website. Das Symbol hat auch ein Nummernsymbol, das die Anzahl der Artikel im Warenkorb anzeigt.
- Sicherstellen, dass Bildschieberegler Schaltflächen haben, auf die Benutzer klicken können, um die Bilder manuell zu drehen.

Manch einer mag sich dafür entscheiden, dies aus Gründen der Einzigartigkeit wegzuworfen, aber das ist ein Fehler. Es gibt immer noch viel Raum für Kreativität innerhalb der Beschränkungen der Webkonventionalität.

Betrachten wir kurz ein anderes Feld des Designs, die Architektur. Es gibt Bauvorschriften, die dafür sorgen, dass sich die Menschen problemlos und sicher in Räumen aufhalten können. Ein Architekt beschwert sich nicht über diese Vorschriften und verstößt auch nicht gegen sie, denn abgesehen von den rechtlichen Folgen sorgen sie für die Sicherheit und den Komfort der Gäste. Es spielt keine Rolle, wie schillernd das Gebäude aussieht - wenn man auf einer unebenen Treppe stolpert oder in einem Nirgendwo aussteigen kann, bleibt man vielleicht lieber draußen.

Auf dieselbe Weise können Sie ein unvergessliches Erlebnis schaffen und gleichzeitig die Erwartungen der Nutzer erfüllen. Wenn Sie gegen die Erwartungen der Nutzer verstoßen, fühlen sie sich auf Ihrer Website möglicherweise unwohl oder sind sogar frustriert.

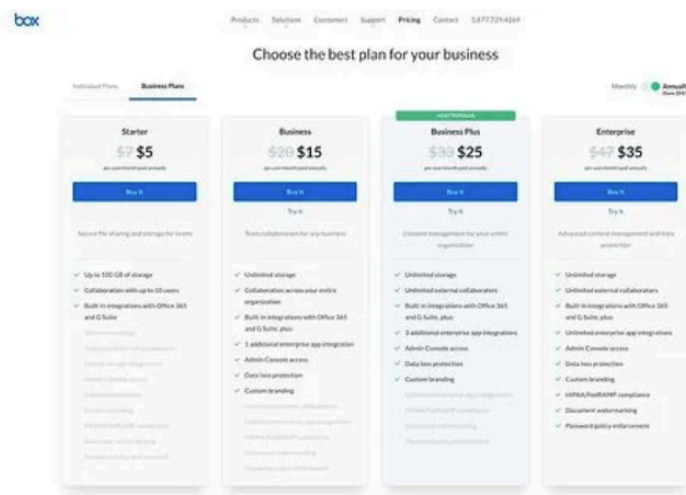
8. Glaubwürdigkeit

Die Einhaltung von Webkonventionen verleiht Ihrer Website Glaubwürdigkeit. Mit anderen Worten, es erhöht das Vertrauen, das Ihre Website vermittelt. Und wenn Sie eine Website erstellen wollen, die den Nutzern das bestmögliche Erlebnis bietet, ist Glaubwürdigkeit von großer Bedeutung.

Eine der besten Methoden zur Verbesserung Ihrer Glaubwürdigkeit besteht darin, das Produkt oder die Dienstleistung, die Sie verkaufen, klar und ehrlich darzustellen. Zwingen Sie Ihre Besucher nicht, sich durch Dutzende von Seiten zu wühlen, um herauszufinden, was Sie eigentlich tun. Seien Sie auf Ihrer Homepage offen und widmen Sie etwas Platz, um den Wert hinter Ihrer Arbeit zu erklären.

Ein weiterer Glaubwürdigkeitstipp: Führen Sie eine Preisseite ein, die ebenfalls auf der Homepage verlinkt ist. Anstatt Ihre Kunden zu zwingen, sich mit Ihnen in Verbindung zu setzen, um mehr über die Preise zu erfahren, sollten Sie Ihre Preise deutlich auf Ihrer Website auflisten. Das lässt Ihr Unternehmen vertrauenswürdiger und seriöser erscheinen.

Hier ist ein Beispiel für eine eGective-Preisseite von der Box-Website:



[...]

Quelle: <https://blog.hubspot.com/blog/tabid/6307/bid/30557/6-guidelines-for-exceptional-website-design-and-usability.aspx>