



26.10.2005

Website-Usability

Wesentlich bei der Gestaltung aber zu oft vernachlässigt.



Andreas Behringer ist
Diplomierter
Wirtschaftsinformatiker und
Geschäftsführer der CONVATION
Webdesign GbR.

CONVATION GbR
Andreas Behringer, Markus Pesch
Plattenstraße 69
D-41189 Mönchengladbach

FON: 02166/93 60-84
FAX: 02166/93 60-85

E-Mail: behringer@convation.de
URL: www.convation.de

Website Usability meint die Bedienbarkeit von Internetseiten. Die Entwicklung intuitiv bedienbarer Internetseiten sollte eigentlich eine Selbstverständlichkeit sein – ist es aber offensichtlich nicht. Eine optimale Lösung, gültig für alle Websites gibt es nicht, woran also kann man sich orientieren?

Nicht nur Webdesign

Die als „Usability“ bezeichnete Benutzerführung auf Websites wird allzu häufig bei der Planung vernachlässigt oder gar einem optisch besonders ausgefallenen Design geopfert. Websites sind aber nicht nur Plakate, vor denen der Kunde staunend stehen bleiben soll oder ein Werbe-Clip im TV, der durch modernste Spezialeffekte Ahh's und Ohh's hervorruft. Der Kunde muß sich intuitiv auf der Website zurechtfinden, und kann er das nicht beim ersten Besuch innerhalb kürzester Zeit, wechselt er zur Konkurrenz und bleibt dort – die Wege im Web sind kurz.

Lassen Sie sich nicht von toll animierten Layoutstudien blenden. Die wesentlichen Aufgaben einer Website sind mit denen eines Ladenlokals vergleichbar: Welcher Kunde würde es schick finden, wenn er vor jedem Betreten der Räume über Unmengen von Luftschlangen und Konfetti hinwegsteigen müsste?

Gewohnheiten respektieren

Natürlich ist eine optisch ansprechende Gestaltung wichtig, aber sie darf nicht zu Lasten der Bedienbarkeit gehen. Besonders die Nutzergewohnheiten und Erwartungen der User müssen berücksichtigt werden. Es gibt interessante Studien, die ganz klare Ergebnisse liefern, wo der Kunde die Hauptnavigation erwartet, wo den „Home“-Button und wo das Unternehmenslogo. Die Struktur der Informationen muss sich über den Aufbau der Seite intuitiv erschließen. Das Gleiche trifft auf Abläufe in der Bedienung zu.



001103

So jung das Internet ist, es gibt bereits ganz klare Vorstellungen beim Nutzer, wie ein Warenkorbsystem im Online-Shop zu funktionieren hat, tut es dies nicht, führt dies schnell zu Frustration oder zu einem Verlust an Vertrauen in die Website und in der Folge auch in den Anbieter selbst. Also warum sollte man gegen diese Benutzergewohnheiten arbeiten? Vielmehr sind sie als hilfreiche Leitfäden für die Gestaltung von Websites zu verstehen. Natürlich spricht dabei nichts gegen eine sensible Erweiterung und Verbesserung der üblichen Standards.

Klar machen worum es geht

Wenn eine Seite konzipiert wird, muss man sich in den Besucher hineinversetzen, der die Seite zuvor noch nie gesehen hat. Auf einen Blick muss klar werden, was auf der Seite an Informationen und Produkten angeboten wird und wo sie zu finden sind. Die für den Besucher wesentlichen Informationen müssen auch in der Navigationshierarchie entsprechend positioniert werden – auch dann, wenn der Betreiber gern seine Unternehmenshistorie an erster Stelle sehen würde oder eine Liste von Referenzkunden, auf die man ganz besonders stolz ist.

Die Benennung der einzelnen Bereiche sollte einleuchtend sein und den Inhalt und die Zielsetzung klar machen. Für manche Seitenbereiche haben sich Standard-Namen entwickelt. Der Link „Home“ bezeichnet die Startseite, nach „Kontakt“ oder „Impressum“ werden Nutzer beispielsweise suchen, wenn sie

den Seitenbetreiber kontaktieren wollen, und unter „Shop“ kann man einkaufen. Diese Links sollten dann auch so benannt werden und nicht mit phantasievollen Titeln versehen werden.

Immer in Bewegung bleiben

Wenn man das Surf-Verhalten mit unseren sonstigen Gewohnheiten der Informationsbeschaffung vergleicht, fällt auf, dass der Internetnutzer das Gefühl zu haben scheint, immer in Bewegung bleiben zu müssen. Selbst bei vergleichsweise kurzen Texten wird nicht zu Ende gelesen, sondern fast „nervös“ weiter geklickt. Dies kann zum einen vielleicht daran liegen, dass das Lesen am Monitor nach wie vor als unangenehm empfunden wird, zum anderen hängt es vielleicht mit dem unguuten Gefühl zusammen, über die aktive Internetverbindung Kosten zu verursachen (selbst wenn man mittlerweile eine sog. Flatrate nutzt). Dies hat Konsequenzen für die maximal mögliche Textlänge und die Strukturierung der Inhalte. Wichtiges zuerst, Detailinformationen optisch eventuell abgesetzt darunter oder nach Mausclick.

Barrierefreie Internetseiten

Internetseiten sollten grundsätzlich barrierefrei oder zumindest -arm sein, und das nicht nur aus Rücksicht gegenüber behinderten Nutzern. Die Gestaltung der Seite sollte sich immer möglichst nah an den Web-Standards halten und technische Neuerungen nur bei echtem Bedarf einsetzen. Inhalte sollten technisch so präsentiert werden, dass sie einfach zugänglich sind und nicht immer die



allerneuesten Browser und Plugins benötigen.

Natürlich ist eine komplett in Flash gehaltene Website mit schicken Gimmicks machbar – aber haben Sie einmal versucht, ein Lesezeichen (Bookmark) innerhalb einer mehrseitigen Animation zu setzen? Wie lassen sich solche Informationen drucken, um sie dem eigentlichen Entscheider in Papierform vorlegen zu können? Einige Browser wie der Mozilla Firefox werden standardmäßig nicht mit vorinstalliertem Flash-Plugin (dient dem Abspielen dieser Animationen) installiert, für ein Lesen der Website müsste dann zunächst diese Erweiterung heruntergeladen und installiert werden, wenn der Nutzer denn die erforderlichen Administrator-Rechte auf seinem PC besitzt.

Auch Sound ist machbar, aber wenn in einem Großraumbüro gleich mehrere Mitarbeiter auf Angeboten mit Sound surfen, werden die Lautsprecher schnell abgeklemmt. Und wehe, einer hat versehentlich noch die volle Lautstärke eingestellt.

Grafiken

Grafiken sind eine hervorragende Möglichkeit, zusätzliche visuelle Hinweise anzubieten. Icons können, maßvoll eingesetzt und mit zusätzlichen Texthinweisen ausgestattet, die Aufmerksamkeit des Benutzers auf die wesentlichen Elemente der Seite lenken. Nach wie vor müssen auch heute noch Grafiken in ihrer Größe optimiert werden, um die Ladezeiten so gering wie möglich zu halten. Nicht nur vergleichsweise langsame Modems sind nach wie vor im

Einsatz, auch Nutzer, die sich unterwegs mit ihrem Notebook über ein Mobiltelefon einwählen, freuen sich über kurze Ladezeiten.

Funktionen richtig nutzen

Viele in HTML (Hypertext Markup Language – die Seitenbeschreibungssprache, mit der Internetseiten erstellt werden) vorhandene Features erleichtern es dem Benutzer, sich zurechtzufinden. Diese Möglichkeiten müssen optimal genutzt werden.

Ein Beispiel: Der Titel jeder einzelnen Seite wird vom Browser nicht nur für die Titelzeile des Browserfensters angezeigt, unter anderem wird sie auch als Vorgabe für neu angelegte Lesezeichen verwendet – Wenn immer nur der Firmenname als Titel für die Seite angegeben wird sind die Lesezeichen nicht mehr voneinander zu unterscheiden.

Erschienen auf buchmarkt-college.de 2005

Andreas Behringer - CONVATION GbR

