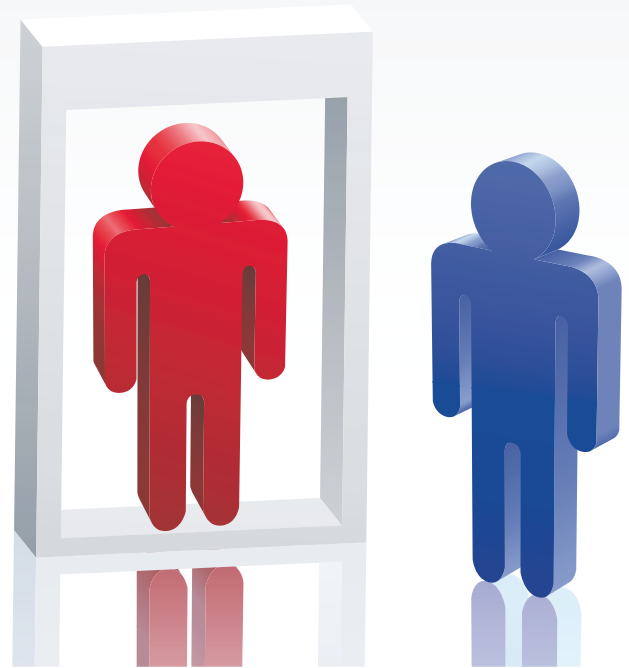




kernpunkt optimiert®



## Usability: Sicherheit mit dem Website- Check

Fachartikel

Erstellt am 07. Juni 2010 durch Tanja Kiellisch

**Ihre Ansprechpartnerin:**

Tanja Kiellisch

Telefon: 0221-56 95 76-230

E-Mail: [t.kiellisch@kernpunkt.de](mailto:t.kiellisch@kernpunkt.de)

## Usability: Sicherheit mit dem Website-Check

Ein Online-Auftritt lebt von seiner Zugänglichkeit und Verständlichkeit. Nur, wenn sich die Denk- und Gewohnheitsmuster der Online-Nutzer in der Gestaltung einer Website widerspiegeln wird sie auf die höchst mögliche Nutzerakzeptanz stoßen. Die Grundfrage, die sich jeder Website- oder Shop-Betreiber stellen sollte, lautet also: Wie einfach und wie schnell erreicht ein Besucher sein Ziel auf meinem Online-Angebot?

Wer sich tagtäglich um sein Online-Angebot kümmert verliert mit der Zeit leicht die Konturen seiner Seiten aus dem Blick. Die eigene Internetpräsenz ist so vertraut, dass der Betreiber die neuen Ansprüche seiner Kunden nicht mehr ins Detail verfolgt. Die Besucherzahlen sind einigermaßen konstant, regelmäßig werden Angebotsanfragen gestellt und niemand beschwert sich über mangelnde Informationen. Kurzum: Das Internetangebot scheint akzeptiert. Das Internet ist jedoch kein konstantes Medium und die Nutzerschaft lange nicht so bemüht, auf ein fehlerhaftes Angebot aufmerksam zu machen, wie vielleicht gedacht. Die Konkurrenz ist groß und schnell ist auf ein anderweitiges attraktiveres Angebot geklickt. Stagnieren die Online-Verkaufszahlen oder lässt sich kaum noch Nutzer-Feedback feststellen, wird es Zeit, zu handeln.

### **Status Quo: Das unbekannte Wesen Online-Nutzer**

Betreiber von Online-Angeboten sollten sich regelmäßig fragen, wen sie mit welchen Angeboten auf welche Weise und mit welchen Mitteln auf sich aufmerksam machen wollen. Es ist unabdingbar für den Online-Erfolg, die eigene Nutzerschaft bis ins Detail zu kennen. Was sucht die Zielgruppe, wenn Sie auf ein Online-Angebot stößt? Wo sucht sie zuerst und wie? Haben die Online-Besucher vielleicht ganz spezielle Vorstellungen von einem Angebot, denen der Anbieter entgegen kommen kann?

Niemand ist anspruchsvoller und unberechenbarer als ein Online-Nutzer. Entweder weiß er sehr genau, wo er eine Information suchen muss und will diese sofort an einem bestimmten Ort finden. Oder er hat nur eine vage Vorstellung von dem Objekt seiner Begierde und klickt sich unvoreingenommen durch die virtuellen Seiten. In beiden Fällen ist er dankbar für ein Online-Angebot, dass nicht nur gut strukturiert auf seine Vorzüge aufmerksam macht, sondern ihm übersichtlich mehrere Optionen bietet, die ihn an sein Ziel führen können. Ob eine Website oder ein Online-Shop dieses Kriterium erfüllt lässt sich sehr genau und detailliert eruieren.

## **Im Detail betrachtet: Das Experten-Gutachten**

Um ein Online-Angebot ehrlich und unvoreingenommen zu bewerten bzw. bewerten zu lassen ist ein Experten-Gutachten ratsam. Der Fokus liegt dabei auf der Analyse der Hauptziele einer Website. Bewertet wird, wie gut die Nutzer ihre Ziele auf der betreffenden Website erreichen. Dabei werden Problemstellen sowie gleichzeitig Handlungsempfehlungen zur Optimierung aufgezeigt.

Ein Usability-Experte (oder mehrere) setzt sich dafür intensiv, und nach Bedarf in Zusammenarbeit mit einer Testgruppe, mit dem Online-Angebot auseinander. Er erstellt unterschiedliche Testaufgaben, bei denen die Zugänglichkeit, Übersichtlichkeit und Verständlichkeit der dargebotenen Inhalte untersucht werden. Es werden typische Suchanfragen der Zielgruppe nachgestellt. Wie schnell finden neue Besucher bestimmte Informationen? Sind die typischen Hilfsmittel, wie zum Beispiel das Suchfeld, der Zurück-Button, eine linksseitige Navigation oder eine Breadcrumb-Navigation vorhanden? Wo entstehen Stolperfallen? Wann ist aus welchen Gründen mit einem Suchabbruch zu rechnen? Finden Suchmaschinen relevante Angebote? Diesen und weiteren Fragen geht der Usability-Experte nach und entwickelt erste Strategien zur Verbesserung der Nutzerfreundlichkeit.

## **Nutzerfreundlichkeit im Detail: Der Usability-Check**

Neben der eher aufgabenbezogenen Analyse durch einen Usability-Experten, gibt der Usability-Check detaillierte Auskunft über Defizite in Bezug auf verschiedene Usability-Aspekte. Auf Basis eines umfangreichen Kriterienkatalogs (Heuristik) wird die Webseite im Detail auf Usability-Mängel untersucht. Die Checkliste basiert dabei auf allgemein anerkannten Usability-Richtlinien (z.B. nach Nielsen, der DIN 9241-110 sowie weiteren Richtlinien). Der Usability-Check bezieht sich beispielsweise auf folgende Kriterien (Auszug aus einem durch die kernpunkt GmbH entwickelten Kriterienkatalog)

### **Zugänglichkeit / Accessibility**

- Ist die Ladezeit angemessen?
- Besteht ausreichend Kontrast zwischen Text und Hintergrund?
- Ist die Schriftgröße einfach zu lesen und anpassbar?
- Werden Flash und Add-Ons sparsam eingesetzt?
- Haben Bilder und Links ALT-Tags?
- Existieren individuelle 404-Seiten?
- Sind alle toten Links beseitigt?

### **Seitenkennung / Identität**

- Ist das Seitenlogo prominent platziert?
- Wird der Zweck der Seite durch die Seitenkennung deutlich?
- Ist die Homepage schnell erfassbar?
- Ist der Pfad zu Unternehmensinformationen gut erkennbar?
- Ist der Pfad zu Kontaktinformationen gut erkennbar?

### **Navigation**

- Ist die Hauptnavigation leicht zu erkennen?
- Ist die Anzahl an sichtbaren Navigationselementen angemessen?
- Ist das Logo mit der Startseite verlinkt?
- Ist die Suche schnell zu erreichen und wenn möglich oben rechts platziert?

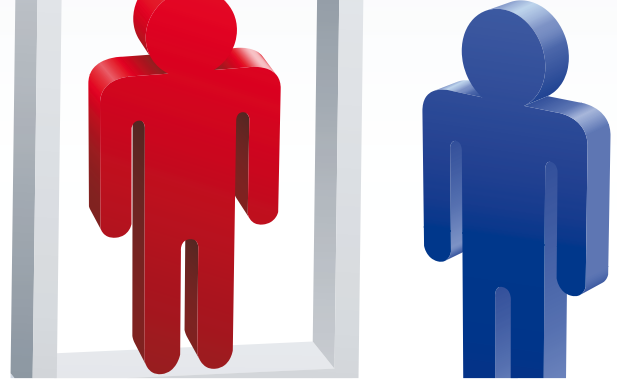
### **Inhalt**

- Sind die Hauptüberschriften klar und beschreibend?
- Befindet sich wichtiger Inhalt im Sichtbereich?
- Sind Stile und Farben konsistent?
- Werden Hervorhebungen sparsam eingesetzt?
- Ist der Hauptinhalt kurz und aussagekräftig?
- Sind URL beschreibend und menschenlesbar?
- Ist der Seitentitel erklärend und bezieht sich auf den aktuellen Content?

### **Prozesse nicht vergessen: Der Funktions-Check**

Auch die Funktionsweise einer Website muss überprüft werden. Zum Beispiel wird untersucht, ob die Seite über sprechende URL, mit www. oder ohne Subdomain erreichbar ist, ob sie ohne Frames oder Pop-Ups nutzbar ist und ob sie Stylesheets für alternative Medien anbietet. Auch die Suchfunktionen werden kontrolliert. Existiert überhaupt eine Suchmöglichkeit und wie leicht ist sie zu bedienen? Wenn möglich sollte die Suchfunktion immer rechts oben auf der Seite oder zentral positioniert und vor jeder Seite aus schnell erreichbar sein. Die Suchergebnisse sollten gefiltert werden (Faceted Search) können und die Sortierung nach Relevanz erfolgen.

Die nutzerfreundliche Gestaltung von Formularen ist eines der kritischsten Elemente einer Webseite. Denn über ein Formular findet letztlich immer die gewünschte Interaktion des Besuchers mit dem Betreiber der Webseite statt. Sei es, um eine Bestellung im Online-Shop durchzuführen, einen Newsletter zu abonnieren, ein Kontaktformular auszufüllen oder interaktive Funktionen zu nutzen. Spätestens bei der Abfrage von persönlichen



Informationen des Nutzers dürfen keine Fehler mehr passieren. Schwierig zu bedienende Formulare mit mangelhaften Sicherheitseinstellungen führen häufig zu Anfrage-Abbrüchen. Es ist deshalb unbedingt anzuraten, den Nutzer bei Fehleingaben freundlich und informativ auf Fehleingaben hinzuweisen und gleichzeitig Handlungsanweisungen zu geben. Das Formular sollte per Tabulator-Taste in der richtigen logischen Reihenfolge bedient werden können. Mehrseitige und komplexe Prozesse (vor-zurück, klarer Abbruch, Position im Prozess) sind durch eindeutige Prozesskennzeichnungen (z.B. durch Nummerierung der Prozessschritte) deutlich zu kennzeichnen.

#### **Sicher ist sicher: Der Website-Check**

Der Website-Check ist die Basis für den Relaunch einer Seite und hilft Online-Anbietern dabei, sich mit dem eigenen Angebot detailliert auseinanderzusetzen und zielgruppengerecht zu optimieren. Der Website-Check unterstützt Angebote bei der Erreichung ihrer Conversion-Ziele und bei der konstanten Informationsvermittlung. Mühe und Aufwand lohnen: Mithilfe des Website-Checks werden Informationen auffindbar, werden das Markenbild geschärft und die Conversion-Rate gesteigert.

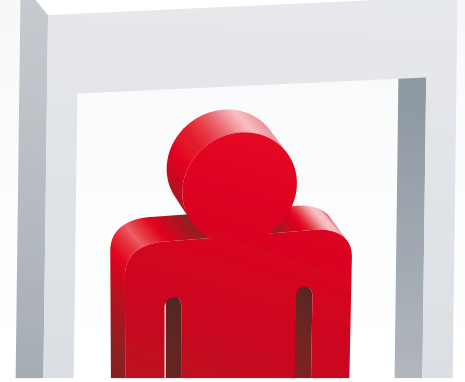
Zeichen: 7.824

Wörter: 1.038

Autoren:

Tanja Kiellisch, kernpunkt GmbH

Christian Wenzel, kernpunkt GmbH



#### **Über die Autorin:**

▶ Tanja Kiellisch, Jahrgang 1980, ist studierte Medienkulturanalystin und als Marketingleitung für die Kölner Internetagentur kernpunkt GmbH tätig. Die thematischen Schwerpunkte in Ihrem Tätigkeitsbereich liegen in den Bereichen Social Marketing und Web 2.0, E-Commerce, Mobiles Internet, Suchmaschinenoptimierung, Web-Design sowie generelle Trends im Online-Marketing.



#### **Über den Autor:**

▶ Christian Wenzel ist Diplom-Medienwissenschaftler und als Konzepter und Informationsarchitekt bei der Kölner Internetagentur kernpunkt GmbH tätig. Dort beschäftigt er sich mit der strategischen und inhaltlichen Konzeption von Kommunikationslösungen und der Entwicklung nutzerzentrierter Informationsarchitekturen.

