

Benutzerfreundlichkeit im Internet

Ein Internetauftritt gehört auch für kleinere Unternehmen schon lange zum Standard. Qualität und Nutzwert einer Präsenz hängen von Gestaltung, Technik und Inhalten ab. Benutzerfreundlichkeit ist ein wesentlicher Erfolgsfaktor, der für Sie ohne großen Etat oder aufwändige Technik realisierbar ist.

Datum: Dezember 2007
Medium: 40 Plus Newsletter – Nr.4

Benutzerfreundlichkeit im Internet

Ein Internetauftritt gehört auch für kleinere Unternehmen schon lange zum Standard. Qualität und Nutzwert einer Präsenz hängen von Gestaltung, Technik und Inhalten ab. Benutzerfreundlichkeit ist ein wesentlicher Erfolgsfaktor, der für Sie ohne großen Etat oder aufwändige Technik realisierbar ist.

Haben Sie sich nicht auch schon geärgert, wenn Sie auf einer Internetseite die Telefonnummer des Anbieters erst nach langer Suche finden oder die Ladezeit der Grafiken das Surfen zur Qual macht? Die Benutzerfreundlichkeit beschreibt den Grad, in dem Besucherinnen und Besucher mit einer Internetseite effizient und zielführend umgehen können. Folgende Faktoren sind wichtig für eine benutzerfreundliche Website.

Technik

Die Internetseite sollte technisch sauber ausgeführt sein, in allen Browsern funktionieren und schnell laden. Den Einsatz komplexerer Techniken, wie zum Beispiel Flash-Animationen, sollten Sie kritisch prüfen. Nicht alles, was technisch machbar ist, ist auch immer sinnvoll.

Optische Gestaltung

Beim Layout geht Erwartungskonformität vor Originalität. Das Hauptmenü sollte dort platziert sein, wo der Benutzer es erwartet - das heißt oben oder an der linken Seite der Internetseite. Grafiken und Photos sollten Sie mit Rücksicht auf Ladezeiten und Übersicht sparsam und gezielt einsetzen. Bei der Schriftgestaltung hat Lesbarkeit höchste Priorität: Schriftgröße, Zeilenlänge, Zeilenabstände und Schriftart sind

entsprechend zu wählen. Auf extravagante Textgestaltung oder aufwendige Fotobeigaben sollten Sie mit Blick auf die Erwartungen der Nutzer verzichten, schnell und einfach zu Ergebnissen zu kommen.

Inhalte

Sehr wichtig ist eine logisch nachvollziehbare Gliederung der Seite und des Menüs. Vermeiden Sie dabei Menüpunkte mit unklaren Beschreibungen, wie Sonstiges oder Info. Ihre Besucherinnen und Besucher erwarten Bezeichnungen wie Home, Suche, Kontakt, Login oder Warenkorb – eine ausgefallene Wortwahl verwirrt eher. Bezeichnungen in englischer Sprache sind auf deutschen Seiten nur in wenigen Ausnahmefällen wie bei Home oder Login sinnvoll.

Das Leseverhalten im Internet unterscheidet sich stark von dem bei Offline-Medien. Texte werden eher überflogen als wirklich gelesen. Damit Ihre Botschaft trotzdem ankommt, sollten Texte, insbesondere Menüpunkte und Links, kurz, prägnant und verständlich sein. Besonders rasch lassen sich Aufzählungen und Listen aufnehmen. Bei längeren Texten sollten Sie das Wichtigste direkt zu Anfang nennen, für jeden neuen Gedanken einen neuen Absatz beginnen.

Der Begriff Benutzerfreundlichkeit klingt nach freiwilliger und weitreichender Serviceorientierung. Der englische Fachbegriff Usability, wörtlich übersetzt Gebrauchstauglichkeit, zeigt, worum es wirklich geht – um die Notwendigkeit, Ihre Seite klar an den Bedürfnissen der Benutzerinnen und Benutzer auszurichten. Sie können mit gesundem Menschenverstand und einer Konzentration auf Einfachheit und Klarheit viel erreichen – weniger ist eben manchmal mehr. ■



*Tobias Hövelborn,
Geschäftsführer der
SimpleThings GmbH, Bonn*

*Adenauerallee 18 - 22
53113 Bonn*

*Tel.: 0228 - 24 14 04
Fax: 0228 - 24 14 92
E-Mail: info@simplethings.de*