

Titel: Acht Fragen zum Thema Usability

Teaser: Ein Interview mit Christian Bennefeld, Geschäftsführer der etracker GmbH
(www.etracker.com)

Hat sich in den letzten Jahren bezüglich Usability etwas getan?

Offenbar bedingt durch den gestiegenen Online-Wettbewerbsdruck steht für viele unserer Kunden die Optimierung der Usability an erster Stelle. Hierfür sind insbesondere seit dem vergangenen Jahr neue, kostengünstige Software-Tools verfügbar, die die sogenannte User Experience sämtlicher Website-Besucher gezielt untersuchen. Heatmap-Analysen, Session Recording inklusive Mouse-Tracking (<http://www.etracker.com/de/etracker-produkte-echtzeit-web-controlling-visitor-voice/etracker-visitor-motion.html>) und detaillierte Formularfeldanalysen sind hier die Stichworte.

Facebook macht es, Twitter auch. Wer nach unten scrollt, kommt niemals an. Asynchron werden immer weitere Inhalte nachgeladen. Endloses Scrollen wird von vielen Fachleuten nun aufgrund der mobilen Geräte bevorzugt. Was halten Sie von Endlos-Scroll-Seiten?

Es kommt ganz auf den Inhalt an. Generell lässt sich aber sagen, dass gerade PC-Nutzer ungerne lange scrollen. So zeigt sich beim Einsatz unserer User Experience Analyse Software Visitor Motion, dass die letzten 10 Prozent einer langen Webseite bei PC-Surfern durchschnittlich nur von 7 Prozent gesehen wird. Hingegen scrollen dieselbe Seite rund 20 Prozent der mobilen Nutzer bis ans Ende. Mit der Platzierung aufmerksamkeitsstarker Elemente „near the fold“ kann man die Nutzer gezielt auch in die unteren Bereiche einer Seite lenken. Sogenannte Attention Maps identifizieren diese Elemente gezielt.

Wo vermutet der Surfer heute die Hauptnavigation bei einem Shop oder einer Webseite? Die Navigation sollte links sein – die Top Level Navi darf aber auch oben mit (Mega)-dropdown Menüs gestaltet werden. Dieser Aufbau ist vom Nutzer gelernt. Wer davon abweicht, macht einen Fehler.

Wie sollte die Navigation optimalerweise aufgebaut sein?

Die Hauptnavigation sollte links sein. Oben sollte eine Top Level Navigation angeordnet sein oder Teaser Flächen. Breadcrumbs über dem Content nicht vergessen. Impressum, AGB, Datenschutzerklärung und derartiges gehören an den Fuß jeder Seite.

Welche Rolle spielt die Suchfunktion auf Webseiten und in Shops? Wie sollte diese gestaltet sein?

Gerade für bereits kaufentschlossene Nutzer ist die Suchfunktion elementar und hilft definitiv den Umsatz zu steigern. Sie sollte immer oben in der Mitte oder Rechts positioniert werden und klar als Suchfunktion zu erkennen sein.

Gibt es Unterschiede in der Usability bei verschiedenen Zielgruppen?

Die Standardelemente und deren Positionen sind heute von allen Surfern gleichermaßen gelernt. Es liegt jedoch auf der Hand, dass gerade die sogenannten Silver Surfer große Schriften, Bilder und Buttons bevorzugen.

Welche Rolle spielen interaktive Elemente, wie etwa Avatare, oder Bewegtbildinhalte, wenn es um die Nutzeransprache und Führung durch Seiten und Produkte geht?

Gerade erklärungsbedürftige Produkte und Dienstleistungen profitieren stark, beim Einsatz von Videos und Avataren. Jedoch müssen die Avatare gut zur Marke passen und Videos professionell gemacht sein, damit es nicht peinlich wird. In jedem Fall sollte dem Nutzer eine alternative Erklärungsform in Form von Text und Bild angeboten werden.

Wie testet man, ob die Usability stimmig ist oder nicht?

Bislang waren teure Usability Labs notwendig, um mit kleinen Stichproben grobe Anhaltspunkte für die Usability-Verbesserung einzelner Prozesse zu bekommen. Heute stehen hingegen kostengünstige Softwaretools zur Verfügung, die das Nutzerverhalten sämtlicher Besucher im Detail analysieren können. Durch die hohe Korrelation von Maus- und Augenbewegung kann das Blick-, Lese- und Scrollverhalten durch die Aufzeichnung der Mausbewegungen abgeleitet und visualisiert werden. Moderne Mouse-Tracking Lösungen, wie unsere Visitor Motion Produktline, sind zudem in der Lage, den Aufmerksamkeitsfokus auf einzelnen Seiten zu visualisieren und das Formulareingabe- und Abbruchverhalten auf Feldebene transparent zu machen. In jedem Fall sollte man aber bereits bei der Entwicklung Kollegen aus anderen Abteilungen oder befreundeten Unternehmen einladen und einen ersten Akzeptanztest machen, um grobe Schnitzer und teure Labs vor dem Launch zu vermeiden.