

Auf einen Blick

Über die Autorin	9
Einleitung	19
Teil I: Usability und User Experience im Überblick	25
Kapitel 1: Grundbegriffe und Kriterien verstehen.	27
Kapitel 2: Websites und Apps bewerten lernen	33
Kapitel 3: Die wichtigsten Methoden zur Optimierung von Websites und Apps	59
Teil II: Den Nutzer verstehen und sein Verhalten beeinflussen	81
Kapitel 4: So tickt der Nutzer – Informationsverarbeitung und Entscheidungsprozesse.	83
Kapitel 5: Wie der Nutzer tut, was Sie gern hätten	99
Kapitel 6: So messen und erheben Sie Nutzerverhalten	113
Teil III: Methoden zur Bewertung und Optimierung von Usability und UX	135
Kapitel 7: Der nutzerzentrierte Gestaltungsprozess (User Centered Design).	137
Kapitel 8: Methoden zum Kennenlernen und Verstehen des Nutzers	151
Kapitel 9: Methoden zum Entwickeln von benutzerfreundlichen Lösungen	187
Kapitel 10: Methoden zur kontinuierlichen Erfolgskontrolle.	215
Teil IV: DIY – Usability-Optimierung für den Alltag	229
Kapitel 11: Alles an Ort und Stelle: Der richtige Website-Aufbau	231
Kapitel 12: Lesbarkeit und Textgestaltung	241
Kapitel 13: Links und Buttons richtig gestalten	255
Kapitel 14: Formulare, die nicht nerven, sondern abgeschickt werden.	265
Kapitel 15: Suchen und Finden: So unterstützen Sie Ihre Nutzer zielgerichtet.	275
Teil V: Spezialwissen für Apps und mobile Websites	285
Kapitel 16: Responsives Design: Die unendliche Vielfalt von Bildschirmgrößen	287
Kapitel 17: Nicht klicken, sondern tippen: Die speziellen Anforderungen von Touch-Devices	301
Teil VI: Der Top-Ten-Teil	309
Kapitel 18: Die 10 besten Link-Tipps rund um Usability und User Experience.	311
Stichwortverzeichnis	315

Inhaltsverzeichnis

Über die Autorin	9
Einleitung	19
Über dieses Buch.....	20
Was Sie nicht lesen müssen.....	20
Törichte Annahmen über den Leser.....	20
Wie dieses Buch aufgebaut ist.....	21
Symbole, die in diesem Buch verwendet werden.....	23
Wie es weitergeht	23
 TEIL I	
USABILITY UND USER EXPERIENCE IM ÜBERBLICK	25
 Kapitel 1	
Grundbegriffe und Kriterien verstehen.....	27
Usability.....	27
User Experience.....	29
Customer Experience oder die Summe aller Berührungspunkte	31
Wo anfangen? Eine Einstiegshilfe	32
 Kapitel 2	
Websites und Apps bewerten lernen.....	33
Leitlinien zur Gestaltung von Benutzungsschnittstellen	33
Aufgabenangemessenheit	34
Selbstbeschreibungsfähigkeit	35
Erwartungskonformität.....	37
Lernförderlichkeit.....	39
Steuerbarkeit	39
Fehlertoleranz.....	41
Benutzerbindung.....	42
Heuristiken nach Nielsen und Molich.....	44
Sichtbarkeit des Systemstatus	45
Übereinstimmung von System und realer Welt	46
Benutzerkontrolle und -freiheit.....	47
Konsistenz und Standards	47
Fehler vermeiden.....	48
Erkennen vor Erinnern	49
Flexibilität und effiziente Nutzung.....	50
Ästhetisches und minimalistisches Design.....	51
Unterstützen beim Erkennen und Beheben von Fehlern	52
Hilfe und Dokumentation.....	52
Usability-Regeln anwenden – die heuristische Evaluation	54

Kapitel 3

Die wichtigsten Methoden zur Optimierung

von Websites und Apps	59
So führen Sie Usability-Reviews durch	60
Wann sollten Sie Usability-Reviews einsetzen?	62
Was ist bei Usability-Reviews zu beachten?	62
Wann ist ein Usability-Review nicht geeignet?	64
Usability-Tests erfolgreich einsetzen	65
Wann sollten Sie Usability-Tests einsetzen?	66
Wie läuft ein Usability-Test ab?	67
Wer kann Usability-Tests durchführen?	75
Sind Usability-Tests teuer?	77
Wann ist ein Usability-Test nicht sinnvoll?	78

TEIL II

DEN NUTZER VERSTEHEN UND SEIN VERHALTEN

BEEINFLUSSEN	81
---------------------------	-----------

Kapitel 4

So tickt der Nutzer – Informationsverarbeitung

und Entscheidungsprozesse	83
Der »Energiespar-Kopf«	83
Was Nutzer wirklich sehen, wenn sie eine Website betrachten	84
Wie sich das Gehirn einen Reim auf Strukturen macht	88
Das Gesetz der Nähe	88
Das Gesetz der Ähnlichkeit	89
Das Gesetz der Geschlossenheit	90
Das Gesetz der Einfachheit	91
Das Gesetz der gemeinsamen Region	92
Das Gesetz der Gleichzeitigkeit	93
Wie Nutzer Informationen verarbeiten und bewerten	93
Wie Nutzer einfacher und besser Entscheidungen treffen	95

Kapitel 5

Wie der Nutzer tut, was Sie gern hätten

.....	99
Das Problem mit dem Entscheiden	99
Besitz schafft Wert	102
Wenn nur das Ergebnis zählt	103
Der Herdentrieb	104
Künstliche Verknappung	104
Wie du mir, so ich dir	105
Warum Ausnahmen keine Regeln bestätigen	106
Die Lotto-Falle	107
Sympathie macht großzügig	108

Der Ankereffekt	109
Bloß nichts abgeben	110
Mehr Schein als Sein?	111

Kapitel 6

So messen und erheben Sie Nutzerverhalten 113

Webtracking – der Klassiker unter den Messmethoden	114
Kontinuierliche Messung und Beobachtung	117
Gezielte Optimierung einer Website mit Web Analytics	119
Dem Nutzer über die Schulter schauen: Teilnehmende Beobachtung	123
Nutzerbeobachtungen vorbereiten	125
So wird die Erhebung ein Erfolg	126
Die Daten auswerten und interpretieren	128
Standardisierte Online- oder Onsite-Befragungen	129
Die Erkenntnisse richtig nutzen	133

TEIL III

METHODEN ZUR BEWERTUNG UND OPTIMIERUNG VON USABILITY UND UX

135

Kapitel 7

Der nutzerzentrierte Gestaltungsprozess

(User Centered Design)..... 137

Bevor es losgeht: Den Prozess planen	139
Ziele und Wettbewerbsumfeld definieren	140
Den Ablauf festlegen	140
Die Qual der Wahl: Welche Methoden brauche ich?	141
Die Ressourcenplanung	145
Analysephase	145
Konzeptionsphase	147
Evaluationsphase	148
Zeitplanung	148
Eine Checkliste zum Schluss	150

Kapitel 8

Methoden zum Kennenlernen

und Verstehen des Nutzers 151

Den Nutzungskontext verstehen und beschreiben (Phase 1)	152
Kontextinterviews	153
Fokusgruppen	158
Personas	167
Customer Journey Mapping	177
Die fertige Nutzungskontextbeschreibung	181
Die Nutzungsanforderungen spezifizieren (Phase 2)	182
Anforderungsanalyse – was nun?	184

Kapitel 9

Methoden zum Entwickeln von benutzerfreundlichen Lösungen 187

Inhalte für die geplante Anwendung festlegen.....	188
Inhalte strukturieren.....	189
Skizzen anfertigen.....	192
Skizzen verfeinern und zu konkreten Entwürfen weiterentwickeln.....	193
Prototypen erstellen und testen.....	194
Scribbles werden zu Wireframes.....	196
Wireframes werden zu Mockups.....	198
Entwürfe und Prototypen optimieren bis zur finalen Anwendung.....	200
Remote-Usability-Tests.....	202
Guerilla-Tests.....	204
Design-Tests.....	206
Tree-Tests.....	209
Erfüllt die Anwendung die Nutzungsanforderungen?.....	212

Kapitel 10

Methoden zur kontinuierlichen Erfolgskontrolle 215

Variantentests und multivariates Testing.....	216
Thesen bilden.....	217
Erfolg definieren.....	218
Testdauer festlegen.....	218
Toolauswahl.....	219
Interpretation und Ableitungen.....	219
Usability-Fragebögen.....	220
User Experience Questionnaire (UEQ).....	222
System Usability Scale (SUS).....	223
Visual Aesthetics of Website Inventory (VisAWI).....	224
AttrakDiff.....	226
Weitere Fragebögen.....	226
Und noch mehr.....	227
Regelmäßige Usability-Tests.....	227

TEIL IV

DIY – USABILITY-OPTIMIERUNG FÜR DEN ALLTAG 229

Kapitel 11

Alles an Ort und Stelle: Der richtige Website-Aufbau 231

Zentrale Elemente richtig platzieren.....	231
Navigationselemente richtig positionieren.....	235
Der Aufbau mobiler Websites.....	237

Kapitel 12

Lesbarkeit und Textgestaltung	241
Verständlich schreiben	242
Schriftarten und Textstrukturierung	245
Welche Schriftarten sind fürs Web geeignet?	245
Wie groß ist groß genug?	245
Form und Struktur	246

Kapitel 13

Links und Buttons richtig gestalten	255
Gut verlinkt ist halb geblinkt	255
Drück mich! Links mit Aufforderungscharakter	257
Positionen und Hierarchien von Buttons	258
Der richtige Text für Buttons	260
Größe und Zustände von Buttons	261
Checkboxes, Radiobuttons und Umschaltflächen	263

Kapitel 14

Formulare, die nicht nerven, sondern abgeschickt werden	265
Struktur und Anordnung	265
Achsen und Leerräume schaffen	266
Davor, darüber, daneben: Wohin mit der Beschriftung?	268
Arten von Eingabefeldern	270
Kennzeichnung von Pflichtfeldern	272
Hilfreiche Fehlermeldungen	273

Kapitel 15

Suchen und Finden: So unterstützen Sie Ihre Nutzer zielgerichtet	275
Das Eingabefeld	275
Positionierung	276
Gestaltung	277
Proaktive Unterstützung: Die Vorschlagsfunktion	278
Die Ergebnisseite: Aufbau und Interaktionsmöglichkeiten	278
Gut gefiltert ist halb gefunden	279
In Reih' und Glied	281
Null-Treffer-Seiten	282

TEIL V
SPEZIALWISSEN FÜR APPS UND MOBILE WEBSITES..... 285

Kapitel 16
Responsives Design: Die unendliche
Vielfalt von Bildschirmgrößen..... 287

Wie funktioniert responsives Design?	288
Eine responsive Website konzipieren.	289
Der Mobile-First-Ansatz.	289
Flexible Raster und Bildgrößen	290
Verschiedene Ansichten im Wireframe-Stadium erstellen	292
Navigationsprinzipien für kleine Bildschirme	293
Responsive Websites und Apps optimieren	295
In der Anforderungsanalyse: Wer, wann und wofür?	295
Expertenbewertungen.	296
Usability-Tests mit mobilen Anwendungen	296

Kapitel 17
Nicht klicken, sondern tippen:
Die speziellen Anforderungen von Touch-Devices 301

Finger statt Maus: Das ist anders	301
So werden Bedienelemente »Touch-freundlich«	303
Die richtige Größe	303
Die richtige Position.	304
Die erwartungskonforme Reaktion	307

TEIL VI
DER TOP-TEN-TEIL..... 309

Kapitel 18
Die 10 besten Link-Tipps rund um
Usability und User Experience..... 311

Usabilityblog.....	311
Produktbezogen.	311
User Experience Blog	312
German UPA.....	312
Psyconversion	312
YouTube-Kanal »Indra Burkart«.....	312
Nielsen Norman Group.....	313
UsabilityGeek	313
UXmatters.....	313
UX Booth.....	313

Stichwortverzeichnis..... 315