

# Auf einen Blick

---

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



# Inhaltsverzeichnis

---

<b>Über die Autorin</b> .....	<b>9</b>
<b>Einleitung</b> .....	<b>19</b>
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
<b>TEIL I</b>	
<b>USABILITY UND USER EXPERIENCE IM ÜBERBLICK</b> .....	<b>25</b>
<b>Kapitel 1</b>	
<b>Grundbegriffe und Kriterien verstehen</b> .....	<b>27</b>
Usability .....	27
User Experience .....	29
Customer Experience oder die Summe aller Berührungspunkte .....	31
Wo anfangen? Eine Einstiegshilfe .....	32
<b>Kapitel 2</b>	
<b>Websites und Apps bewerten lernen</b> .....	<b>33</b>
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

<b>Kapitel 3</b>	
<b>Die wichtigsten Methoden zur Optimierung von Websites und Apps</b>	<b>59</b>
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
<b>TEIL II</b>	
<b>DEN NUTZER VERSTEHEN UND SEIN VERHALTEN BEEINFLUSSEN</b>	<b>81</b>
<b>Kapitel 4</b>	
<b>So tickt der Nutzer – Informationsverarbeitung und Entscheidungsprozesse</b>	<b>83</b>
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
<b>Kapitel 5</b>	
<b>Wie der Nutzer tut, was Sie gern hätten</b>	<b>99</b>
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

<b>Kapitel 9</b>	
<b>Methoden zum Entwickeln von benutzerfreundlichen Lösungen</b>	<b>187</b>
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
<b>Kapitel 10</b>	
<b>Methoden zur kontinuierlichen Erfolgskontrolle</b>	<b>215</b>
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
<b>TEIL IV</b>	
<b>DIY – USABILITY-OPTIMIERUNG FÜR DEN ALLTAG</b>	<b>229</b>
<b>Kapitel 11</b>	
<b>Alles an Ort und Stelle: Der richtige Website-Aufbau</b>	<b>231</b>
Zentrale Elemente richtig platzieren	231
Navigationselemente richtig positionieren	235
Der Aufbau mobiler Websites	237

<b>Kapitel 12</b>	
<b>Lesbarkeit und Textgestaltung</b> .....	<b>241</b>
Verständlich schreiben .....	242
Schriftarten und Textstrukturierung .....	245
Welche Schriftarten sind fürs Web geeignet? .....	245
Wie groß ist groß genug? .....	245
Form und Struktur .....	246
<b>Kapitel 13</b>	
<b>Links und Buttons richtig gestalten</b> .....	<b>255</b>
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
<b>Kapitel 14</b>	
<b>Formulare, die nicht nerven, sondern abgeschickt werden</b> .....	<b>265</b>
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
<b>Kapitel 15</b>	
<b>Suchen und Finden: So unterstützen Sie Ihre Nutzer zielgerichtet</b> .....	<b>275</b>
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**