



Der Weg zur benutzerfreundlichen Website

Die Augen surfen mit

Ansprechendes Design und funktionierende Technik einer Website sind wertlos, wenn sich der Besucher nicht zurechtfindet. Eine **leichte Benutzerführung** hingegen ermuntert zum Wiederkommen.

DR. TOBIAS NIEMANN

Es gibt eine Vielzahl von Ratgebern zu Design und Technik für gute Webseiten. Nur wenige berücksichtigen, dass es neben schönem Design und aufwändiger Technik einen wesentlichen Aspekt bei der Entwicklung von Webseiten gibt: die Benutzerfreundlichkeit. Erst in letzter Zeit findet dieses Thema verstärkte Berücksichtigung bei den Profis. Das schönste Design und die beste Technik nützt nichts, wenn sich ein Online-Nutzer nicht auf den Webseiten zurechtfindet oder die wesentlichen Informationen an ihm vorbeigehen. Die Benutzerfreundlichkeit sollte dem Design und der Technik vorangestellt werden. Webseiten, die das berücksichtigen, nimmt der Online-Nutzer eher an und besucht sie häufiger.

Das Gehirn guckt mit

Ob ein Anwender sich auf einer Seite wohl fühlt, hängt davon ab, wie er Informationen wahrnimmt und verarbeit

tet. Im Laufe der Jahrmlionen hat das Gehirn komplexe Mechanismen entwickelt, um mit dem ständigen Informationsfluss zurechtzukommen.

In jedem Augenblick nimmt es eine Vielzahl von Informationen aus unserer Umwelt auf. Diese filtert und verarbeitet es so, dass wir uns in der Umwelt zurechtfinden, bewegen und überleben können. Auch Webseiten werden von den Gehirnstrukturen verarbeitet, die sich im Laufe der langen Evolution an die biologischen Erfordernisse angepasst haben. Kennen wir die Wahrnehmungsprinzipien unseres Gehirns, können wir Webseiten so gestalten, dass sie diesen Prinzipien entgegenkommen.

Die folgenden Beispiele und Tipps sollen Ihre Webseiten mit einfachen Mitteln benutzerfreundlich machen. Ebenso erfahren Sie, warum das Gehirn es Ihnen dankt, wenn Sie den einen oder anderen Rat befolgen.

Wahrnehmung und Text

Viele Besucher lesen Texte auf Webseiten nur oberflächlich. Damit dennoch

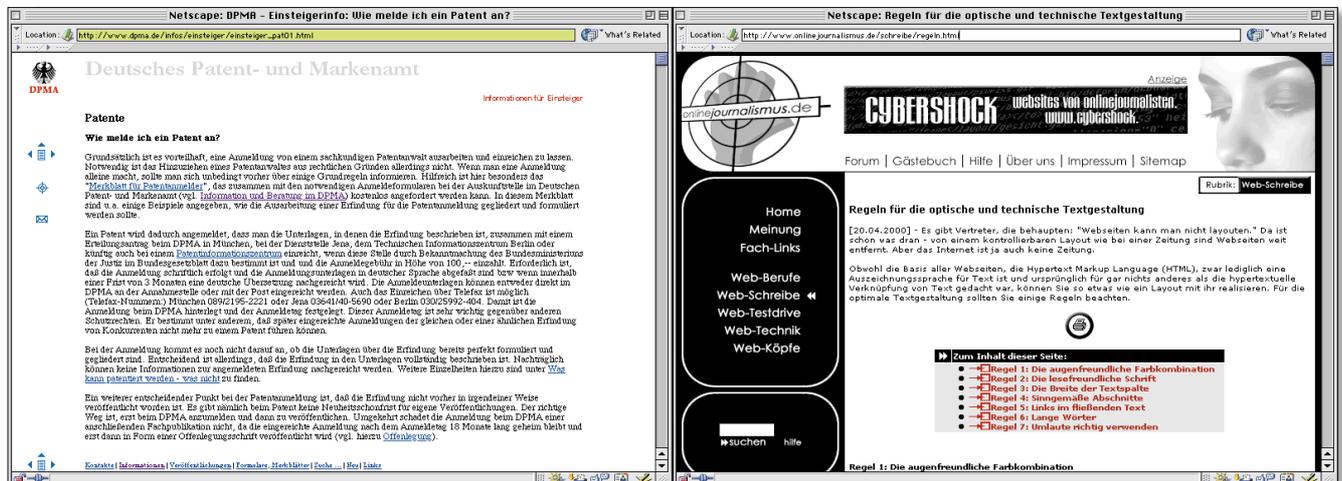
das Wichtigste hängen bleibt, lassen sich die Texte mit Hilfe einiger einfacher Regeln für das Internet optimieren.

Verschiedene Studien haben in den vergangenen Jahren untersucht, wie Online-Nutzer Texte am Bildschirm lesen: eigentlich gar nicht. Sie überfliegen sie lediglich, um möglichst schnell an wertbare Informationen zu gelangen. Der Grund: Lesen am Monitor ist mühsamer und dauert länger als Lesen vom Papier. Das liegt an der geringen Auflösung des Monitors von 72 dpi im Vergleich zu 300 dpi beim Druck. Das Flimmern des Monitors und die unflexible Sitzhaltung ermüden Augen und Körper.

Gutes Webdesign kommt diesem Umstand entgegen und vereinfacht es dem Online-Leser, Texte zu erfassen. Dann hat er einen wirklichen Nutzen von Ihrer Webseite: Er erhält die relevanten Informationen.

Halten Sie sich kurz!

Beschränken Sie sich auf das Wesentliche. Schreiben Sie einen aktiven Stil. Oft



TEXTGESTALTUNG: ZWEI GEGENSÄTZLICHE BEISPIELE. Wer will die Info des Patentamts auf dem linken Bild freiwillig lesen? Der Online-Ratgeber mit Tipps zur formalen Gestaltung von Texten (rechtes Bild) hält sich selbst an seine Regeln.



führte Touren. Das Wichtigste sind die Navigationsleisten.

Unabhängig von den Inhalten einer Web-Präsenz und ihrer Zielgruppe hat sich in den letzten Jahren mehr und mehr eine bestimmte Anordnung der Elemente durchgesetzt: eine umgedrehte L-Form. Die Hauptnavigationsleiste findet sich im oberen Teil des Browser-Fensters und die Subnavigationsleiste im linken Bereich. Zusätzlich wird in der oberen linken Ecke des Fensters oft ein Logo platziert. Diese Aufteilung hat sich aus verschiedenen Gründen bewährt:

- Für die Orientierung im Raum, aber auch auf Webseiten, benutzen wir vorwiegend unsere rechte Gehirnhälfte. Diese verarbeitet das zuerst, was sich in unserem linken Blickfeld befindet. Die linke Gehirnhälfte verarbeitet die Information aus dem rechten Blickfeld und erst später tauschen sich beide Gehirnhälften untereinander aus.

Versuche zeigen, dass sich Online-Nutzer mit einer Navigationsleiste auf der linken Seite schneller und besser bei einem Web-Auftritt zurechtfinden, als wenn sie rechts steht. Und Menschen, die bisher nie oder sehr selten Webseiten betrachtet haben, würden – laut einer Befragung – intuitiv Navigationsleisten auf die linke Seite platzieren. Befindet sich die Navigation links, hat die rechte Gehirnhälfte viel schneller Zugriff auf die notwendigen Informationen.

- Um eine Webseite als Ganzes zu erfassen, untersucht der Besucher sie zunächst mit den Augen im Detail. Texte lesen wir von oben nach unten. Auch auf Webseiten erfolgt der Einstieg meistens im oberen Seitenbereich – und dort finden sich viele Navigationsleisten.

- Die Gewöhnung an einmal gesetzte Standards sollten Sie nicht unterschätzen. Die vergleichbare Seitenaufteilung vieler Web-Präsenzen ermöglicht es dem Online-Nutzer, sich auch auf Ihren schnell zurechtzufinden.

An der Anordnung in umgedrehter L-Form müssen Sie nicht festhalten. Die Wahl hängt davon ab, ob Sie eine sehr breite Zielgruppe mit unerfahrenen Nutzern ansprechen wollen oder eine experimentelle Seite planen. Mit dem Hintergrundwissen über die optimale Anordnung lassen sich auch ungewöhn-

liche Konzepte realisieren. Deren Nachteile müssen Sie mit besonderen Hilfestellungen und Erklärungen ausgleichen.

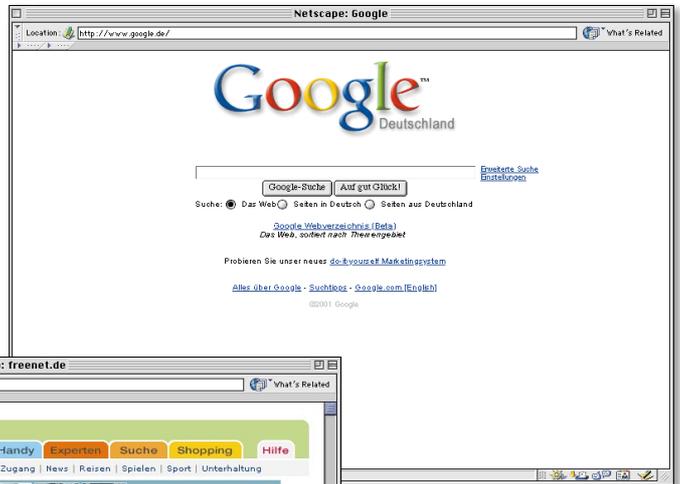
■ Wahrnehmung und Text

Informationen auf einer Webseite müssen optimal strukturiert werden. Das Maß sollte die Leistung unseres Kurzzeitgedächtnisses sein. Mehr als etwa fünf Informationseinheiten kann es nicht gleichzeitig aufnehmen.

Es gibt Webseiten, die bis in den kleinsten Winkel des Browser-Fensters vollgepackt mit Informationen sind, seien es Bilder, Texte, Links oder Ani-

Textzeilen die Anschlusszeile nicht auf Anhieb wiederfinden. Die Zeit fürs Lesen ist zu lang und das sensorische Gedächtnis hat den Anfang der Textzeile vergessen.

Das Kurzzeitgedächtnis behält Informationen etwas länger, etwa eine Minute. Dafür sind ihm aber andere Grenzen gesetzt: Die Wahrnehmungs- und Aufnahmefähigkeit ist auf etwa fünf Informationseinheiten beschränkt, die es gleichzeitig im Speicher halten kann. Seine eigentliche Leistung liegt darin, ein-



INFORMATIONSTRUKTUR SCHLECHT UND GUT: Wer die vielen Kategorien, Subkategorien und Menüpunkte von Freenet auf Anhieb richtig zählt, verdient Respekt. Google (oben) bietet nur eine Information: Suche. Mehr will der Mensch nicht.

zelle Informationselemente zu sinnvollen Einheiten zusammenzufassen.

mationen. Diese Dichte und Vielfalt soll wohl den Nutzer an die Seite binden. Nur ist viel nicht immer gut. Dagegen hilft eine Betrachtung unseres Gedächtnisleistung, um zu erfahren, wie sich Informationen optimal strukturieren und präsentieren lassen. Das sorgt für benutzerfreundliche Webseiten.

Wenn unser Gehirn Informationen verarbeitet, sind im Prinzip drei Systeme daran beteiligt: das sensorische Gedächtnis, das Kurzzeit- und das Langzeitgedächtnis.

Das sensorische Gedächtnis nimmt über die Augen zunächst alle Informationen auf – um nach kaum zwei Sekunden alles wieder zu vergessen. Das ist ein Grund, warum wir beim Lesen langer

Ein Beispiel: Unser Kurzzeitgedächtnis kann nur etwa fünf Buchstaben einer unzusammenhängenden Buchstabenfolge gleichzeitig präsent halten. Werden aus diesen Buchstaben Sinn machende Einheiten (Wörter) gebildet, lassen sich wiederum bis zu fünf unzusammenhängende Wörter merken und damit ein Vielfaches an Buchstaben. Das Kurzzeitgedächtnis hat Strategien entwickelt, sich größere Informationsmengen komprimiert zu merken.

Sich unzusammenhängende Zahlen- (wie Telefonnummern) oder Buchstabenfolgen mit mehr als fünf Elementen zu merken, ist Aufgabe des Langzeitgedächtnisses. Es speichert Informationen, die für uns langfristig wichtig sind.



Das Kurzzeitgedächtnis spielt eine wesentliche Rolle bei der Betrachtung von Webseiten. Für die erste Orientierung fallen Menüleisten oder Texte ins Blickfeld. Kein Anwender schafft es auf Anhieb, Menüleisten mit zehn oder 20 Rubriken gleichzeitig präsent zu halten, um gezielt auf die dahinter liegenden Informationen zuzugreifen. Er vergisst Rubriken wieder und muss sie sich erneut ins Gedächtnis zurückholen, um sie mit neuen zu vergleichen. Das kostet Zeit, Energie und Lust.



ANIMATIONEN SCHLECHT UND GUT: Die anspruchsvollen, wissenschaftlichen Texte in Englisch (linkes Bild) lassen sich wegen des animierten Firmenlogos kaum erfassen. Durch die Animation erhält die Seite im rechten Bild ihre ganze Magie.

Gliedern Sie die Informationen so, dass sie fünf Informationseinheiten nicht überschreiten. Das gilt für die Gliederung in verschiedene Informationsbereiche. Fassen Sie Informationseinheiten in sinnvollen Kategorien zusammen. Wenn auf diese Weise mehr als fünf Kategorien zusammenkommen, überlegen Sie sich Sinn machende Oberkategorien. Gerade bei der Planung einer Seite mit umfangreichen Inhalten gilt es, diese Prinzipien zu berücksichtigen: Sie beeinflussen Breite und Tiefe der Seitenstruktur.

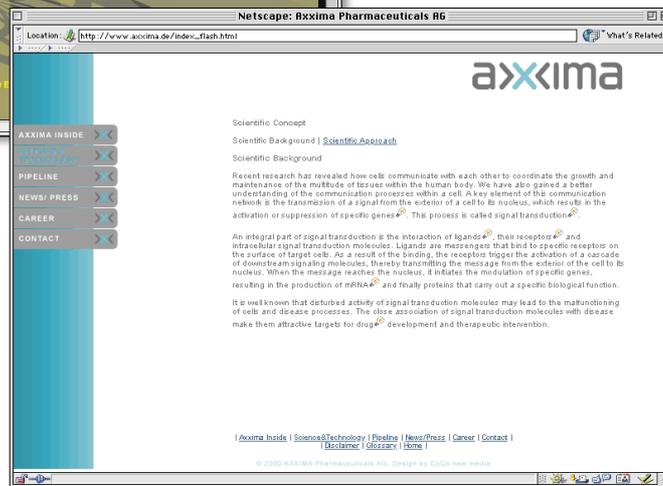
Wahrnehmung und Animation

Unsere Aufmerksamkeit wird automatisch auf Animationen gezogen und das

erschwert die Aufnahme wirklich wichtiger Informationen.

Webdesigner lieben Animationen seit den Anfangstagen des WWW – sei es als GIF, Ticker, Java Applet, Flash etc. Dabei sind Animationen häufig nur schlecht. Nicht so sehr wegen ihres Designs (das aber häufig auch), sondern weil sie der eigentlichen Funktion der Webseite entgegenstehen: Informationen zu vermitteln.

Wieder liegt der Grund in der Biologie: Bilder, die wir mit unseren Augen wahrnehmen, verarbeiten wir über zwei Kanäle: einem zentralen und einem peripheren Sehkanal. Mit dem zentralen Sehkanal nehmen wir detailgenaue Informationen



auf, zum Beispiel beim Lesen dieses Textes. Wir tasten mit den Augen die einzelnen Wörter und Silben Stück für Stück ab und analysieren deren Inhalt. Dazu dient die Fovea. Sie ist die Stelle auf der Netzhaut mit der höchsten Sehschärfe.

Der periphere Kanal nimmt alle Informationen auf, die sich im Blickfeld außerhalb der Fovea befinden, zum Beispiel das Umfeld, in dem wir gerade den Text lesen. Der periphere Kanal kann nur wenige Details verarbeiten, reagiert aber empfindlich auf Bewegungen und Veränderungen jeder Art. Bei einer plötzlichen Bewegung zieht er unsere Aufmerksamkeit vom Zentrum in die Peripherie. Wir fixieren das Neue mit der Fovea, um es näher zu analysieren.

Unsere Vorfahren in der Savanne konnten so rechtzeitig den gefährlichen Löwen seitlich im Gebüsch oder den Hasen für das Abendessen entdecken.

Die Zeiten haben sich geändert, aber nicht unser Sehsystem. Der periphere Sehkanal interessiert sich nicht für Inhalte, sondern für Bewegungen, seien es die von Löwen, Hasen oder Animationen. Unsere Blicke werden unwillkürlich auf die Animation gezogen, auch wenn sie noch so uninteressant sind. Auf die wirklich wichtigen Informationen, zum Beispiel den Text, können wir uns kaum mehr konzentrieren. Tun wir es trotzdem, müssen wir ständig den inneren Drang unterdrücken, das Geblinke zu beobachten.

Wollen Sie den Online-Nutzer daran hindern, die Informationen auf der Webseite aufzunehmen, zu verarbeiten und zu behalten, setzen Sie animierte Elemente auf die Seite. Aber wer will das schon? Verzichten Sie so weit wie möglich auf Animationen. Setzen Sie auffällige Farben oder hohe Kontraste ein, um die Aufmerksamkeit auf bestimmte Inhalte der Webseite zu lenken.

Müssen Animationen sein, setzen Sie sie sehr gezielt ein. Lassen Sie eine Animation, die auf ein Logo oder Markenzeichen aufmerksam machen soll, nur einmal ablaufen. Entwickeln Sie ruhige, weiche und keine hektischen Bewegungen.

Manchmal können Animationen sehr hilfreich sein: Komplexe technische Zusammenhänge, wie die Funktionsweise eines Motors, lassen sich sehr anschaulich darstellen.

Sollten Sie Gestalter von Werbeanbernern sein, wissen Sie jetzt genau, wie der optimale Banner auszusehen hat. Aber Vorsicht: Penetrant animierte Banner können schnell den Unmut des erhofften Kunden auf sich ziehen.

Fazit

Mit dem Wissen um allgemeine Prinzipien unseres Gehirns lassen sich benutzerfreundliche Webseiten schaffen. Befragen Sie Nicht-Experten, wenn Sie Webseiten im Hinblick auf Benutzerfreundlichkeit optimieren. Wenn die sich auf Ihren Seiten nicht zurechtfinden, tun es die meisten Besucher im Web auch nicht. ✓ WHS