

Jakob Nielsen
Hoa Loranger

Web Usability

4 Usability-Probleme priorisieren

Usability kann eine Frage von Leben und Tod sein. Im Krieg hat ein Kampfpilot einen entscheidenden Vorteil, wenn die Benutzeroberfläche zur Zielerfassung und zum Abfeuern der Waffen in seinem Flieger nur eine Sekunde schneller ist als die des Gegners. Im Netz spielt Nutzerfreundlichkeit natürlich keine ganz so dramatische Rolle. Aber sie kann darüber entscheiden, ob Ihre Site erfolgreich oder ein Flop wird.

Woher wissen Sie, welche Usability-Probleme die größten Auswirkungen auf Ihrer Site haben? Welche Sie beheben und welche Sie durchgehen lassen sollen? In diesem Kapitel befassen wir uns mit den Fragen, die für die Nutzer die größten Hürden darstellen und für Unternehmen die meisten entgangenen Gelegenheiten. Mit diesen Informationen können Sie am besten entscheiden, wie Sie Ihre Ressourcen einsetzen.

Wie schwerwiegend ist das Problem?

- Besonders schwere Probleme verursachen nicht akzeptable Kosten und/oder Umsatzverluste, weil Nutzer die Site entweder nicht verwenden können oder aktiv von ihr vertrieben werden.
- Mittelschwere Probleme führen beim Benutzer zu Verwirrung und Frustration. Negative Auswirkungen auf die Geschäfte sind vorhanden, aber nicht so gravierend wie bei den schweren Problemen.
- Leichte Probleme fallen optisch oder ergonomisch negativ auf, wirken aber für sich genommen nicht geschäftsschädigend für die Site. Natürlich können mehrerer leichte Fehler die gesamte Benutzererfahrung so sehr verschlechtern, dass die Anwender die Site verlassen.

Bei jedem Usability-Problem auf Ihrer Site müssen Sie die Schwere des Problems und den zu seiner Behebung benötigten Aufwand gegeneinander abwägen.

In heutigen Websites gibt es viele Probleme. Damit wir die Usability verbessern können, müssen wir aber auch unsere Ressourcen sinnvoll einsetzen und die für die Nutzer schlimmsten Hürden beseitigen. Dazu müssen wir den Schweregrad der Web-Usability-Probleme systematisch bewerten. Eine solche Bewertung erhalten Sie in diesem Kapitel.

Wenn wir Consulting-Gutachten für unsere Kunden verfassen, stufen wir die Usability-Probleme ganz einfach als hoch, mittel oder niedrig ein. Unsere Empfehlungen basieren dann auf dem Schweregrad: Beheben Sie möglichst alle als hoch eingestuft Probleme. Verwenden Sie einige Ressourcen für mittlere Probleme und erst zu einem späteren Zeitpunkt widmen Sie sich den als niedrig eingestuften Problemen – es sei denn, diese sind wegen ihrer Trivialität ohne Mühe behebbar.

Bei der Untersuchung für dieses Buch stufen wir die einzelnen Probleme nach ihrem Schweregrad auf einer 100-Punkte-Skala ein, denn zahlenbasierte Auswertungen sind interessanter als nur auf Worten basierende Empfehlungen. Diese komplexe Skala sollten Sie für Ihr eigenes Design allerdings nicht verwenden, weil sie für normale Entwicklungsprojekte zu genau ist. Nur durch die Verwendung einfacher Bewertungen können sich die Gestalter auf ihre Prioritäten, nämlich die Lösung der schwerwiegendsten Probleme, konzentrieren. Eine komplexe Skala ist eine willkommene Einladung für jedes Mitglied im Design-Team, lang und breit über individuelle Punkte zu debattieren. Eine effiziente Verwendung der vorhandenen Zeit ist das nicht – es gibt beispielsweise keinen nennenswerten Unterschied zwischen einem mit 62 und einem mit 63 bewerteten Problem.

Es gibt noch einen anderen Grund, warum eine einfache Skala für praktische Projekte am besten geeignet ist: Sie müssen die Bedeutung des Problems und den benötigten Aufwand zu seiner Behebung gegeneinander abwägen. Ist ein ernsthaftes Problem nur mit extremen Geld- und Zeitmitteln zu bewältigen, kann es auch später noch behoben werden. Wir wissen alle, dass die Zeitschätzungen in Projektplänen nur wenig besser sind als aus dem Hut gezauberte Zahlen. Übertrieben genaue Usability-Bewertungen sind daher in Anbetracht der groben Projektpläne sinnlos.

Wann ein Problem schwerwiegend ist

Drei Faktoren bestimmen, wie schwerwiegend ein Problem für die Anwender ist:

- **Häufigkeit:** Wie viele Benutzer haben das Problem? Wenn nur relativ wenige Anwender betroffen ist, ist es ein geringeres Problem.
- **Auswirkung:** Wie viele Schwierigkeiten bereitet das Problem den Betroffenen? Die Schwierigkeiten können von fast unmerklicher Irritation bis hin zum Verlust von stundenlanger Arbeit oder sogar zum Verlassen der Website reichen.
- **Beständigkeit:** Ist das Problem ein einmaliges Hindernis für die Benutzer oder verursacht es wiederholten Ärger? Viele Usability-Probleme haben eine geringe Lebensdauer: Sobald die Benutzer sie bemerkt haben, können sie sie in Zukunft überwinden. Andere Designs sind so verwirrend, dass die Nutzer sich darin immer wieder aufs Neue festfahren. Design-Fehler dieser Art verdienen eine höhere Bewertung als solche, die nur ein einziges Mal Probleme bereiten.

Den Schweregrad beziffern

Um den gesamten Schweregrad eines Usability-Problems zu beziffern, multiplizieren wir den Häufigkeitsfaktor mit der Bewertung der Wirkung und mit der Wurzel des Beständigkeitsfaktors. Das Ergebnis teilen wir durch die Quadratwurzel von 10 (dadurch wird die Bewertung vereinfacht, weil nur maximal 100 Punkte erreicht werden können):

$$\frac{\text{Häufigkeitsfaktor} \times \text{Bewertung der Wirkung} \times \sqrt{\text{Beständigkeitsfaktor}}}{\sqrt{10}}$$

Es liegt auf der Hand, warum wir die Häufigkeit mit der Wirkung multiplizieren: Wir multiplizieren, wie

viele Nutzer Schaden erleiden, mit dem jeweiligen Ausmaß dieses Schadens. Es ist vielleicht etwas überraschend, dass die Beständigkeit nicht voll, sondern nur über die Quadratwurzel einfließt. Das liegt daran, dass wir es mit Websites zu tun haben und hier keine allzu dauerhafte Nutzung gegeben ist. Die Nutzer besuchen Websites in der Regel nur einige Male und wenn dort entsprechend schlimme Design-Fehler begangen wurden, kehren sie überhaupt nicht zurück. Wir können daher die Annahme, dass die Benutzer bei wiederholten Besuchen immer wieder aufs Neue geschädigt würden, nicht voll gewichten.

Bei jedem Usability-Problem bewerten wir alle drei Eigenschaften auf einer Skala von 1 bis 10. Die für die Benutzer größten Probleme erhalten dabei die Punktzahl 10. Mit diesen Punkten können wir ausrechnen, wie schwerwiegend ein Problem ist. Die folgenden Screenshots illustrieren geringfügige und ernsthafte Probleme.

The screenshot shows the California State Parks website. At the top, it says "California Home" and "Saturday, February 11, 2006". Below that is a banner with "Welcome to California" and various scenic images. The main navigation bar includes "Find a Park" and "California State Parks" with the tagline "Discover the many states of California." Below this are tabs for "Park List", "Regions", "County/City", "Activity/Facility", and "Weather". There is a search bar with "My CA" and "This Site" radio buttons, and a "search" button. A map of California is shown on the left, divided into 12 numbered regions. On the right, a "Region Search" box contains a list of 12 regions with checkboxes: 1 North Coast, 2 San Francisco Bay Area, 3 Central Coast, 4 Los Angeles County, 5 Orange County, 6 Inland Empire, 7 San Diego County, 8 Shasta Cascade, 9 Gold Country, 10 Central Valley, 11 High Sierra, and 12 Deserts. A "go" button is at the bottom right of the list. The footer contains various links like "State Parks Home", "Find A Park", "Reservations & Fees", etc.

www.parks.ca.gov

Ein leichtes Usability-Problem: Die Zahlen neben den Kontrollkästchen erscheinen ungeordnet und scheinbar zufällig. Die Liste ist scheinbar in zwei Spalten gegliedert, während sie in Wirklichkeit zeilenweise strukturiert ist. Dieses Problem tritt sehr selten auf, da die meisten Anwender entweder die Karte oder den Namen des sie interessierenden Gebietes anklicken. Nur sehr wenige Nutzer versuchen sowohl die Karte als auch die Liste anzuklicken. Auch für diese Nutzer handelt es sich trotzdem um ein sehr geringfügiges Problem, weil die Liste so kurz ist. Sie benötigen ein paar zusätzliche Sekunden, um sie zu scannen, und das ist alles. Schließlich ist die Beständigkeit des Problems gering: Wenn Sie zu diesem Bildschirm zurückkehren, wissen Sie, wie Sie damit umgehen müssen. Wahrscheinlich müssen Sie noch nicht einmal ein paar Sekunden über die Nichtübereinstimmung nachdenken. Dieses Layoutproblem ist ein kleineres Ärgernis und seine Behebung sollte keine hohe Priorität erhalten.



Our Mission: At DSBW, we're dedicated to providing you with the best that banking has to offer. That includes quality products and services, up-to-the-minute information, courteous service, and competitive rates. Banking should be fast, efficient and convenient, to leave you more time for family, friends, and for the things you like to do. DSBW gives YOU the choice: bank at the branch, online, by phone or by mail. Either way, you've got the power of great banking behind you.

History: Welcome to DSBW, home of traditional banking, Internet Banking, telephone banking, and banking by mail. Explore a full range of products and services, from free checking, Money Market Accounts and CDs, to residential, commercial and multi-family mortgages, home equity loans, and special banking programs for students and seniors. At DSBW, take advantage of nearly 150 years of banking experience - along with products that are backed by FDIC security. We're proud of our history of helping thousands of families and individuals to save money, buy homes, plan for a wedding or college education, prepare for retirement, and to make banking - and everyday life - easier and more convenient.



[Privacy Policy / Terms & Conditions](#)

Member FDIC. Equal Opportunity Employer

Copyright © 2001 Dime Savings Bank of Williamsburgh. All Rights Reserved

▶▶ BEST VIEWED AT 600 × 600 PIXELS RESOLUTION.

www.dimewill.com

Ein schwerwiegendes Usability-Problem: Auf der „About Us“-Seite dieser Bank werden nicht genügend Informationen vermittelt, um Vertrauen und Glaubwürdigkeit zu erzeugen. Die Bank bezeichnet sich zwar als „home of traditional banking“, aber es fehlt eine Untermauerung dieser Aussage durch Fakten wie etwa das Gründungsdatum, die Anzahl der Zweigstellen, die Solidität der Bank und weitere spezielle Informationen, die Sie dazu veranlassen könnten, dieser Bank Ihr Geld zu überlassen. Dieses Problem tritt häufig auf, da alle Nutzer etwas über ein Unternehmen erfahren möchten, bevor sie so etwas „Unheimliches“ tun, wie ihr Geld aus den Händen zu geben. Auch die Auswirkungen des Problems sind groß, weil viele Anwender es schlichtweg ablehnen werden, die Site zu nutzen. Letztlich ist auch die Beständigkeit des Problems hoch, da alle neuen Anwender, die Geschäfte mit der Bank zu tätigen beabsichtigen, zunächst einmal mehr über das Unternehmen erfahren möchten und dabei jeweils enttäuscht werden. Diese unbefriedigende Seite schädigt nachhaltig die Möglichkeiten der Bank, online Kunden zu gewinnen.

Schlechte Benutzeroberflächen können in medizinischen Anwendungen lebensbedrohlich sein. Im Journal of the American Medical Association, Ausgabe 9. März 2005, berichten Ross Koppel und seine Kollegen über eine Feldstudie am System eines Krankenhauses, mit dem die Ärzte die Medikation von Patienten bestimmen. In der Studie wurden 22 Szenarien entdeckt, bei denen Mängel in der Anwendung zu einer falschen Patientenmedikation führen konnten. Die meisten davon ließen sich auf Usability-Probleme zurückführen.

Die Bildschirmausgabe der Datenbank führte Dosierungen in den durch die Krankenhausapotheke ausgegebenen Einheiten auf. Wenn ein selten benötigtes Medikament z. B. üblicherweise in Dosen von 20 oder 30 mg verschrieben wird, so lagert die Krankenhausapotheke 10 mg-Tabletten ein, um den Bedarf decken zu können, ohne überschüssige Medikamente am Lager zu halten. Wenn Krankenhausbeschäftigte selten verwendete Medikamente verordneten, gingen sie jedoch oft davon aus, dass die aufgelistete Einheit eine gängige Dosis sei. (Usability-Studien in verschiedenen Bereichen haben über Jahre hinweg aufgezeigt, dass die Nutzer vorgegebene Standard- oder Beispielwerte gerne als für ihre Situation passend ansehen.) Ein Arzt verschrieb also vielleicht nur 10 mg, obwohl 20 oder 30 mg eigentlich passender gewesen wären. Der Verbesserungsvorschlag ist hier sehr einfach: Jeder Bildschirm sollte gängige Dosen eines Medikaments aufzeigen.

Ein anderes Problem trat auf, wenn die Ärzte die Medikamentendosis eines Patienten veränderten. Oft gaben sie die neue Dosis ein, ohne die alte zu löschen. Das Ergebnis war, dass dem Patienten die Summe beider Dosen verabreicht wurde. Das entspricht dem Fehler von Banksoftware, wenn ein Kunde versehentlich eine Überweisung an denselben Empfänger ein zweites Mal auslöst. Viele Bank-Websites fangen diesen Fehler ab und geben dem User eine Rückmeldung mit der

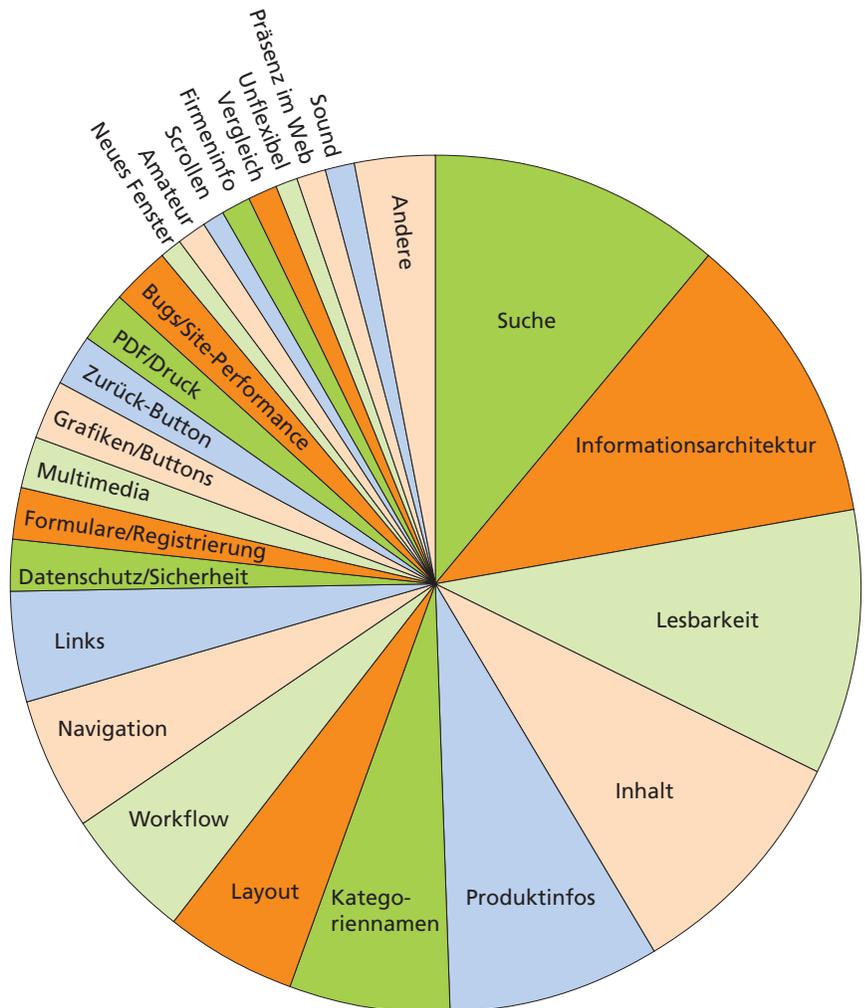
Bitte um Überprüfung. Generell sollte ein Interface eine Rückfrage vorsehen, wenn die Nutzer eine zuvor bereits ausgeführte Aktion wiederholen. Dabei wird geklärt, ob beide Operationen ausgeführt werden sollen oder ob die neue Eingabe die alte ersetzen soll.

In dem Artikel wurde festgestellt, dass das Personal teilweise bis zu 20 Seiten einsehen musste, um die komplette Medikation eines Patienten zu überblicken. In einer Umfrage gaben 72 % der Angestellten an, häufig unsicher bezüglich der Medikation und Dosierung zu sein, weil sie Schwierigkeiten hatten, alles zu überschauen. Die hinlänglich bekannten Grenzen des menschlichen Kurzzeitgedächtnisses machen es unmöglich, über so viele Seiten hinweg Informationen zu erinnern. Menschen sind bekanntlich nicht gut darin, genaue Informationen zu behalten, und eine Minimierung der Gedächtnislast der Nutzer ist seit Langem eine wichtige Richtlinie. Statt von den Anwendern zu verlangen, bestimmte Dinge beim Wechsel zwischen zwei Bildschirmen zu behalten – ganz zu schweigen von den nächsten 19 –, sollte das System Eckdaten für den Nutzer wiederholen, wann und wo immer sie benötigt werden.

Andere Aspekte der Anwendung, wie die Notwendigkeit, zahlreiche Bildschirme zu durchlaufen, erschwerten die Arbeit für einige Nutzer zusätzlich. Aus diesem Grund nutzten sie das System nicht immer so wie vorgesehen. Beispielsweise war es für das Pflegepersonal einfacher, Aufzeichnungen auf Papier zu machen, die dann erst bei Schichtende ins System eingepflegt wurden, statt die Eingabe in das System bereits während der Arbeit vorzunehmen. Dadurch wurde das Fehlerrisiko erhöht und das System konnte keine Echtzeit-Informationen über die verabreichten Medikamente bereitstellen. Grundsätzlich können Sie immer von einem Versagen der Benutzeroberfläche ausgehen, wenn die Anwender auf Klebenotizen oder ähnliche Zettelwirtschaft zurückgreifen.

Die Skala des Elends

Die kombinierten Punkte aller Usability-Probleme können als Einschätzung des gesamten Missstands beim heutigen Web-User-Experience gesehen werden. Wir wissen bereits aus Kapitel 2, dass die Situation ziemlich schlecht ist, weil die Benutzer wiederholt an



Usability-Probleme nach Schweregrad gewichtet. Jedes Segment entspricht dem prozentualen Anteil eines Design-Fehlers am gesamten Missstand, der den Nutzern zugemutet wird. Das letzte Tortenstück repräsentiert die 4 %, die auf nicht näher zuordbare Mängel entfallen.

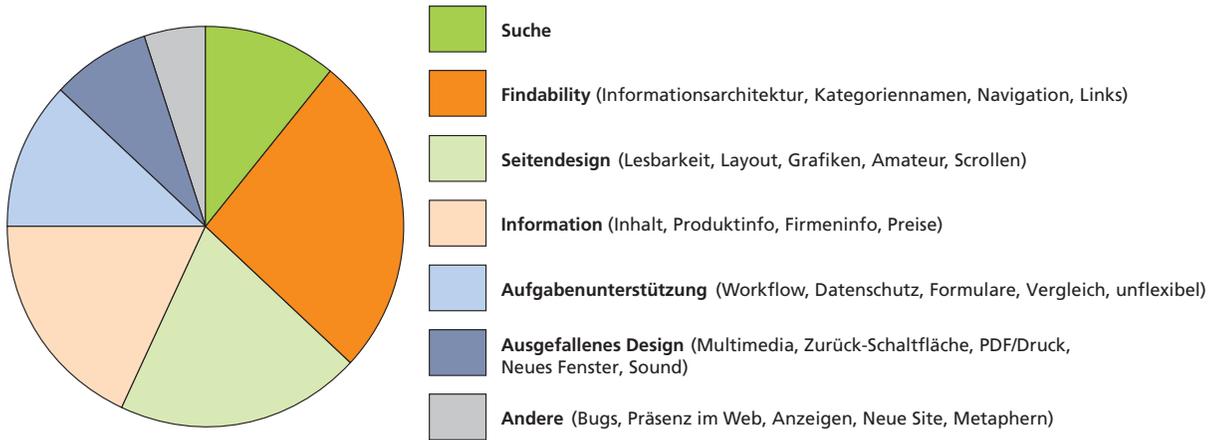
Forschen Sie jenseits von Suchfunktion und Navigation, um herauszufinden, warum Ihre Site Ihren Erwartungen nicht entspricht. Viele Probleme haben ihre Ursache eventuell auf der Seitenebene.

ihren Aufgaben scheitern oder manche Sites gleich ganz verlassen. Das Tortendiagramm zeigt, welche Punkte den Benutzern am meisten Schwierigkeiten bereiten.

In der für das Buch angefertigten Skala war die Suchfunktion der größte Missetäter, dicht gefolgt von einer verwirrenden Informationsarchitektur, schlechter Lesbarkeit und nicht informativen Inhalten. Mit anderen Worten haben fast drei Viertel der Usability-Probleme mit grundlegenden Internet-Aufgaben zu tun: suchen, lesen und Informationen verstehen. Die meisten dieser Probleme hielten die Benutzer auf oder verärgerten sie; in vielen Fällen überwandnen sie sie letztendlich jedoch. Beispielsweise haben die Nutzer Schwierigkeiten mit der Informationsarchitektur einer Site, finden über die Suchfunktion aber dennoch zum Ziel.

Natürlich sind einige durchaus schwere Design-Fehler so selten, dass sie nicht einmal ein Prozent der Gesamtheit ausmachen. Aggressive, anstößige und aufdringliche Werbung erreichte in der Skala beispielsweise nur vier Zehntelprozent und ist daher nicht im Tortendiagramm aufgeführt. Die Gründe für die geringe Punktzahl sind: Erstens haben wir in der vorliegenden Studie nicht besonders viele Inhaltsseiten getestet und darum enthielten die meisten verwendeten Seiten nicht viel Werbung. Zweitens müssen Anzeigen extrem anstößig sein, damit ein Benutzer die Site verlässt. Das heißt aber nicht, dass die Benutzer Werbung nicht ärgerlich finden. Das Gegenteil ist der Fall. Die meisten Nutzer haben jedoch eine Abwehrstrategie entwickelt, indem sie alle werbungsähnlichen Elemente ignorieren. Aus diesem Grund haben wir die Usability-Richtlinie entwickelt, dass keines Ihrer Design-Elemente wie Werbung aussehen darf.

Für ein besseres Verständnis der wirklich großen Design-Fehler in aktuellen Websites haben wir die Probleme anschließend in größere Kategorien eingeteilt. Wie das Tortendiagramm zeigt, war die Suchfunktion nach wie vor ein so ein großes Problem, dass sie eine Kategorie für sich ganz alleine erhielt. Aber in dieser Gruppe war die Findability mit 26 Prozent der Benutzermisere das größte Problem. Die Findability, die Design-Elemente wie Informationsarchitektur, Kategoriennamen und Links beinhaltet, ist eine von zwei Möglichkeiten, wie die Nutzer in einer Site zum gewünschten Ziel kommen können. Die andere Möglichkeit ist natürlich die Suchfunktion. Wenn wir beide zusammennemen, stellt sich heraus, dass 37 Prozent der Benutzerprobleme im Web mit dem Auffinden der richtigen Seite zusammenhängen.



Usability-Probleme nach Schweregrad geordnet und zu größeren Gruppen von Design-Fehlern zusammengefasst. Auf diese Weise sehen Sie die Hauptbereiche, die zu Verwirrung und Unzufriedenheit von Seiten der Nutzer führten.

Tipp: Das erste Gebot des E-Commerce

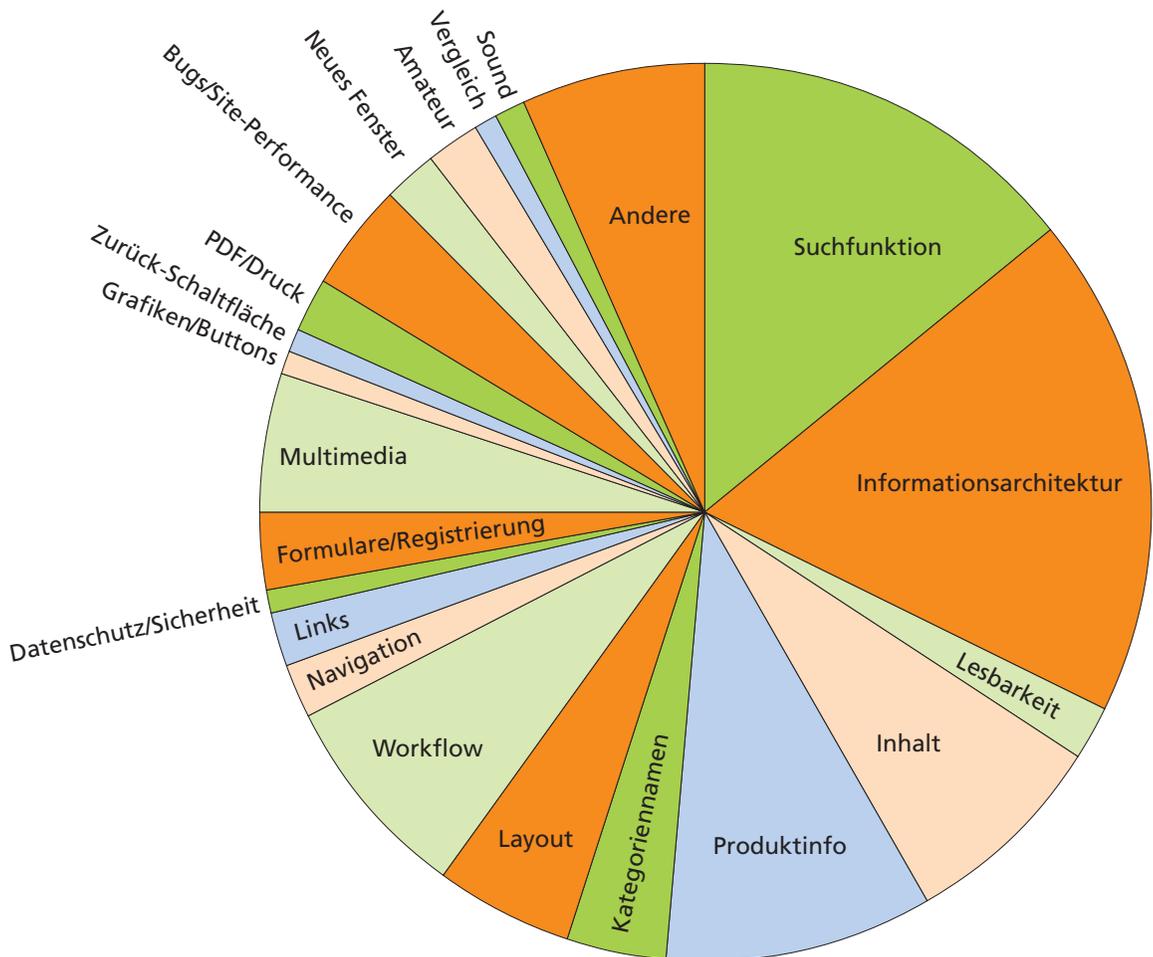
Wenn der Nutzer das Produkt nicht finden kann, kann er es nicht kaufen. Die Fähigkeit, sich auf einer Website zu bewegen, ist für die Usability extrem wichtig. Die Schlüsselkomponenten „Suche“ und „Findability“ sind jedoch für die Probleme bei mehr als einem Drittel der Nutzer in diesem Bereich verantwortlich.

Weitere 62 Prozent der Benutzermisere werden durch schlechte Gestaltung auf Seitenebene oder durch schlechtes Design einer Abfolge von Seiten verursacht – die Benutzer kamen zwar am richtigen Ort an, fanden dort jedoch ihre Bedürfnisse nicht befriedigt. Forschen Sie demnach jenseits von Suchfunktion und Navigation, um herauszufinden, warum Ihre Seite ihren Erwartungen nicht entspricht. Viele Verluste haben ihre Ursache eventuell auf Seitenebene in unverständlichen oder nicht vertrauenerweckenden Informationen oder in nicht hinreichend beantworteten Fragen. Andererseits geht nur ein Prozent der Schwierigkeiten auf das Konto von Unternehmen mit mehreren, inkonsistenten Websites. Deshalb handelt es sich hierbei um ein weniger schweres Problem.

Ein paar gute Nachrichten: Ein ausgefallenes Design verursacht nur acht Prozent der Benutzermisere, anders als zu seiner Hochzeit während des Dot-Com-Hype, als solche Designs noch weiter verbreitet waren. Wir müssen uns immer noch vor einem erneuten Auftreten von Splashscreens und nervtötenden Animationen hüten. Für den Moment sind diese Gestaltungselemente jedoch größtenteils Geschichte.

Warum Benutzer scheitern

Die Probleme aus dem vorhergehenden Abschnitt halten Benutzer in erster Linie auf oder verärgern sie. Sie hindern sie aber nicht unbedingt an der Ausführung ihrer Aufgaben. Manche Probleme sind allerdings für den Durchschnittsnutzer einfach zu schwer zu überwinden. Das Schaubild zeigt die Probleme, die so ernst waren, dass die Benutzer daran scheiterten – entweder gaben sie während der Ausführung auf und verließen die Site oder sie führten die Aufgabe falsch aus.



Usability-Probleme, geordnet nach der Häufigkeit, mit der sie das Erreichen eines Ziels vereiteln. Hier sehen Sie, wodurch die Anwender aufgehalten wurden und wodurch sie an der erfolgreichen Verrichtung ihrer Aufgaben gehindert wurden.

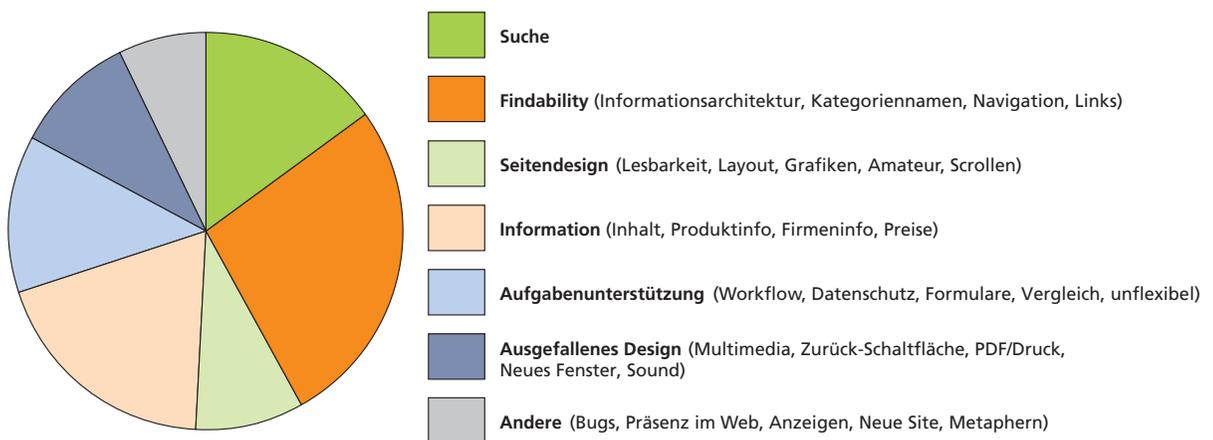
Die fünf häufigsten Gründe für das Scheitern der Nutzer

- Suche
- Informationsarchitektur
- Inhalt
- Produktinformationen
- Workflow

So gerne Webdesigner über die Wichtigkeit von Elementen wie Grafiken und Layout diskutieren – das Seitendesign ist für die Benutzbarkeit von Webseiten nicht besonders wichtig.

Beim Vergleich der Benutzerprobleme in ihrer Gesamtheit mit den Problemen, die zum Fehlschlagen von Aufgaben führten, gibt es einige auffallende Unterschiede. Vor allem sind Suchfunktion und Informationsarchitektur entscheidende Faktoren für das Missglücken von Aufgaben. Ganz klar – wenn Sie das Gesuchte nicht finden, ist alles andere im Grunde genommen gleichgültig.

Andererseits landete die Lesbarkeit auf unserer Skala der Missstände auf dem dritten Platz, war für das Scheitern der Nutzer aber weniger bedeutend. Es ist für die Leser sehr ärgerlich, wenn sie die Augen zusammenkneifen oder sich nach vorne lehnen müssen, weil der Text schwer lesbar ist. Sie können sich aber normalerweise einige Minuten hindurchquälen, bis sie ihre Aufgabe beendet haben. Manchmal führt die schlechte Lesbarkeit natürlich dazu, dass die Nutzer einen wichtigen Teil der Informationen auslassen oder übersehen. Normalerweise ist das allerdings mehr ein Ärgernis als die direkte Ursache für einen Misserfolg. Im letzten Tortendiagramm haben wir die für das Scheitern von Aufgaben verantwortlichen Design-Probleme in noch größere Kategorien eingeteilt. Dadurch können Sie die richtigen Prioritäten setzen und sich auf die großen Bereiche konzentrieren, die – falsch gestaltet – den Wert der Site am meisten mindern.



Größere Gruppen von Usability-Problemen, geordnet nach der Häufigkeit, mit der sie die Nutzer am Erreichen von Zielen hindern. Wie Sie sehen, stellen Findability und Information die größten Gruppen.

Beachten Sie, dass der Suchfunktion und der Findability – den beiden Kategorien im Zusammenhang mit der Navigation – nun noch mehr Bedeutung zugemessen wurde. Fünfzehn Prozent der Fehlschläge wurden durch Usability-Probleme mit der Suchfunktion verursacht und immense 27 Prozent durch Findability-Probleme. Komplizierte oder fehlende Informationen erwiesen sich mit 19 Prozent als das zweitgrößte Tortenstück.

Interessanterweise wird auch beim Vergleich der Misserfolge mit der allgemeinen Benutzermisere deutlich, dass das Seitendesign eher ein Ärgernis als eine direkte Ursache für ein Scheitern ist. So gerne Webdesigner auch über die Wichtigkeit von Elementen wie Grafiken und Layout diskutieren – das Seitendesign ist für die Benutzbarkeit von Websites nicht sonderlich wichtig. Natürlich sollen die Benutzer beim Erledigen von Aufgaben auf Ihrer Site keine Misserfolge erleben. Aber dies ist kein Argument für eine Missachtung des Seitendesigns. Es ist hingegen durchaus ein Argument für eine höhere Priorität der Suchfunktion, der Findability und der eigentlichen, auf den Seiten präsentierten Informationen.

Genügt es, sich auf die schlimmsten Probleme zu konzentrieren?

Sollen Sie Ihre ganzen Ressourcen auf die Probleme verwenden, die zum Misserfolg führen, und dabei diejenigen außer Acht lassen, die lediglich Verdruss und kleine Schwierigkeiten bereiten? Dieser Ansicht sind wir nicht. Deshalb haben wir die Daten in beiden Richtungen analysiert. Auch wenn ein bestimmtes Usability-Problem nicht direkt zum Scheitern einer Aufgabe führt, kann es Ihrem Unternehmen trotzdem in vielerlei Hinsicht schaden. Wenn sich die Nutzer ständig über schlechte Lesbarkeit usw. ärgern, werden sie Sie schließlich weniger schätzen. Das ist kontraproduktiv für die vielen Sites, deren Hauptziel Marketing und Promotion ist. Und am wichtigsten: Wenn sich genügend kleine Ärgernisse zu einer schlechten Benutzererfahrung addieren, verlassen die Benutzer Ihre Site wahrscheinlich und kehren nicht mehr zurück.

Die in diesem Kapitel präsentierten Daten sollten Ihnen helfen, Ihre eigenen Usability- und Design-Ressourcen zu gewichten. Insbesondere sollten Sie das Gewicht stärker als in den meisten Projekten auf die Usability der Inhalte legen. Ausschlaggebend für den Erfolg im Web sind die vom Benutzer benötigten Informationen und deren Präsentation in einem angemessenen Schreibstil. Natürlich ist es auch extrem wichtig, an der Suchfunktion und der Findability zu arbeiten. Die meisten Designer wissen das jedoch schon. In den übrigen Kapiteln beschäftigen wir uns mit den Hauptproblemen und ihrer Korrektur. Denn diese Probleme haben den größten Einfluss auf die Benutzbarkeit Ihrer Website.