

# INHALTSVERZEICHNIS

1	USABILITY GRUNDLAGEN	5
1.1	Was ist Usability? .....	5
1.2	User Experience – Die Bedürfnispyramide des Nutzers.....	6
1.3	Usability als strategischer Erfolgsfaktor .....	9
1.4	Zusammenfassung .....	13
2	USABILITY-GRUNDREGELN VERSTEHEN	13
2.1	Der Nutzer ist König .....	13
2.2	Wahrnehmungs- und gestaltpsychologische Grund- regeln und ihre Wirkung auf das Screendesign.....	15
2.3	Navigationsstrukturen und Navigationskonzepte.....	30
3	USABILITY-ERKENNTNISSE FÜR ONLINE-SHOPS	52
3.1	Die Startseite .....	53
3.2	Die Sortimentseinstiegsseite und Artikelübersichtsseite.....	56
3.3	Die Produktdetailseite .....	61
3.4	Cross-Selling .....	71
3.5	Direktbestellung und Katalog anfordern.....	76
3.6	Die Produktsuche .....	77
3.7	Checkout und Payment.....	87
4	USABILITY-ERKENNTNISSE FÜR INFOR- MATIONSORIENTIERTE WEBSITES	100
4.1	Unternehmens-Websites (Corporate Websites).....	101
4.2	Informationsportale.....	118
4.3	Zusammenfassung .....	120

5	USER CENTERED DESIGN	121
---	----------------------	-----

---

5.1	User Centered Design – Projektphasen und typische Methoden .....	122
5.2	Expert Review / Heuristische Evaluation .....	127
5.3	Wettbewerbsanalysen .....	128
5.4	Befragungen .....	128
5.5	Fokusgruppen .....	132
5.6	Paper-Prototyping .....	133
5.7	Online-Designtest .....	134
5.8	Card-Sorting .....	135
5.9	Usability-Tests .....	136
5.10	Eyetracking .....	139
5.11	Web-Analytics/Web-Controlling .....	140
5.12	Multivariate Tests .....	141
5.13	Zusammenfassung .....	143

6	ZU GUTER LETZT: USABILITY-ERKENNTNISSE IM UNTERNEHMEN DURCHSETZEN	146
---	---	-----

---

	LITERATUR UND ABBILDUNGEN	150
--	---------------------------	-----

---

	STICHWORTVERZEICHNIS	156
--	----------------------	-----

---