

Website Usability Checkliste

Die Website Usability Checkliste ist in vier Teile untergliedert: (1) Zugänglichkeit, (2) Identifizierung, (3) Navigation und (4) Inhalt.

(1) Zugänglichkeit

Dieser Teil der Website Usability Checkliste enthält Tipps, wie Sie die Besucher länger auf Ihrer Webpage halten können, ohne einen großen Aufwand zu betreiben. Im Besonderen geht es um den ersten Eindruck den ein Nutzer vermittelt bekommt.

Testpunkt	Beschreibung	Erledigt?
Angemessene Ladezeit	Wenn es eine Ewigkeit dauert bis eine Seite geladen ist, verlassen die Nutzer die Webpage. Auch wenn jetzt jeder Breitbandempfang hat, sind eine geringe KB-Anzahl und damit eine kurze Ladezeit wichtig. Der Geduldsfaden der Nutzer wird durch den schnellen Internetzugang immer kürzer.	
Kontrast zwischen Text und Hintergrund	Dunkelgrauer Text auf einem hellgrauen Hintergrund mag stilvoll sein, ist jedoch nur schwer zu lesen. Da die Sehstärke der Nutzer und die Qualität der Monitore sehr stark schwanken, sollten Sie den Unterschied zwischen Text- und Hintergrundfarbe, so deutlich wie möglich machen. Das altbewährte schwarz auf weiß ist meistens am Besten.	
Leichte Lesbarkeit durch Schriftgröße und Zeichenabstand	Die Meinungen über die passende Schriftgröße gehen weit auseinander. Sie sind jedoch auf der sicheren Seite, wenn die Schrift eher zu groß als zu klein ist. Wenn die Seite schwer zu lesen ist, springen die Nutzer ab. Außerdem sollten Sie sicherstellen, dass der Zeilenabstand groß genug ist.	
Flash und Add-ons nur sparsam benutzen	Egal wie gut die Seite ist, niemand wird 5 Minuten warten bis ein Plug-in geladen ist. Es ist ratsam bei den Standardmethoden HTML oder CSS zu bleiben. Die Standards sind auch für Suchmaschinen leichter zu finden.	
Bilder mit den passenden ALT Tags versehen	Nicht nur die Programme für sehbehinderte Internetnutzer nutzen ALT Tags, sondern auch Suchmaschinen. Durch die ALT Tags können die Suchmaschinen das Bild erkennen. Das ist besonders bedeutend, wenn Bilder für wichtigen Inhalt, wie beispielsweise Menüpunkte, verwendet werden.	
Webpage hat eine eigene Not-Found/ 404 Seite	Wenn ein Teil Ihrer Webpage nicht funktioniert und dann die Standard Not-Found Seite auftaucht, verlieren Sie mit Sicherheit Nutzer. Erstellen Sie eigene 404 Seiten, diese sollten den Besucher zurück zu Inhalten Ihrer Seite führen.	

(2) Identifizierung

Die erste Frage die sich ein Besucher Ihrer Webpage stellt ist „Wer sind Sie?“. Es ist wichtig diese Frage schnell zu beantworten und dabei den Weg zu Antworten auf weitere Fragen („Was machen Sie?“, „Warum sollte man Ihnen vertrauen?“) klar auf zu zeigen.

Testpunkt	Beschreibung	Erledigt?
Das Logo ist gut sichtbar	Ihr Logo oder Ihren Markennamen sollten Sie auf der Webpage leicht sichtbar anbringen. Der beste Platz ist die obere linke Ecke des Bildschirms, da die Besucher erwarten es dort zu finden. Und Nutzer mögen es, wenn ihnen das Leben leicht gemacht wird.	
Ein Slogan/Claim verdeutlicht das Ziel des Unternehmens	Beantworten Sie die Frage, nachdem was Sie tun mit einem Slogan. Vermeiden Sie Fachsprache und versuchen Sie Ihre Werte in wenigen Worten auszudrücken. Das ist auch vorteilhaft für die Suchmaschinenoptimierung.	
Homepage ist in 5 Sekunden verständlich	Im Zusammenhang mit Benutzerfreundlichkeit von Internetseiten wird oft über die 5 Sekundenregel gesprochen. Obwohl nicht sicher ist wie viele Sekunden man genau zur Verfügung hat, um dem Besucher die Kernelemente der Homepage zu vermitteln, ist sicher, dass es schnell gehen muss. Internetnutzer sind ein sprunghaftes Volk und müssen die Grundinformationen so schnell wie möglich aus Ihrer Seite ziehen können.	
Klarer Pfad zu Unternehmensinformationen	Auch wenn das gute, alte „Über uns“ langweilig und altmodisch erscheint, ist es für Besucher so noch immer am einfachsten mehr über Sie zu lernen.	
Klarer Pfad zu Kontaktinformationen	Genau wie Besucher wissen wollen, wer Sie sind und was Sie machen, wollen sie auch wissen wie sie Sie erreichen können. Am Besten stellen Sie Ihre Kontaktdaten als Text und nicht als Bild auf Ihre Webpage, da die Angaben dann auch von Suchmaschinen gefunden werden	

(3) Navigation

Sobald die Besucher eine ungefähre Vorstellung davon haben, mit wem sie es zu tun haben, müssen klare Pfade die Nutzer durch die Seite führen. Die Navigation durch die Seite und die Anordnung von Information ist ein weitläufiges Gebiet, deshalb werden in dieser Website Usability Checkliste nur ein paar Grundlagen erwähnt.

Testpunkt	Beschreibung	Erledigt?
Hauptmenü ist klar erkennbar	Seit es Webpages gibt, hat jede Seite ein Hauptmenü. Vergewissern Sie sich, dass Ihr Hauptmenü leicht zu finden, zu lesen und zu benutzen ist. Sollten Sie mehrere Menüs haben, verdeutlichen Sie die Unterschiede.	
Navigationsbegriffe sind klar und präzise	Ihre Menüüberschriften sollten kurz, auf den Punkt und für Normalsterbliche verständlich sein. Sagen Sie also nicht „Kommunizieren Sie online mit unserem Team“ wenn „Kontakt“ genau so funktioniert.	
Anzahl der Buttons und Links ist übersichtlich	Auch wenn Psychologen sich uneinig sind wie viel Information ein Mensch verarbeiten kann, sollten Sie sobald Sie über 7 Menüpunkte hinauskommen überlegen, ob diese wirklich nötig sind, oder Sie die Punkte auch zusammenfassen können.	
Das Logo ist mit der Homepage verlinkt	Das hört sich jetzt vielleicht unwichtig an, aber die Nutzer sind es gewohnt, dass sie durch einen Klick auf das Logo zur Homepage zurückkommen. Und, wie schon erwähnt, sollten Sie es den Nutzern so einfach wie möglich machen. Dazu gehört auch ein Link ganz links in der Hauptnavigation mit der Beschriftung „Startseite“ oder „Home“.	
Links sind immer gleich und leicht zu erkennen.	Der Standard für Links ist, dass sie blau und unterstrichen sind. Natürlich ist eine gewisse Kreativität erlaubt und erwünscht, dennoch sollten Sie erwägen die Links entweder zu unterstreichen oder blau zu färben. Auf jeden Fall sollten die Links auf der gesamten Webpage gleich gekennzeichnet sein und hervorstechen. Achten Sie darauf, dass die Links den Textfluss Ihrer Seite nicht unterbrechen.	
Seitensuche ist leicht zu finden	Wenn Sie eine Suchfunktion auf Ihrer Seite haben, sollte diese leicht zu finden zu sein. Am Besten bringen Sie die Suche in der rechten oberen Ecke im stets sichtbaren Bereich der Seite an. Der Button sollte einfach und klar sein – ein „Suchen“ – Button funktioniert daher für die meisten Seiten.	

(4) Inhalt

Website Usability Checkliste, Teil 4, der Inhalt. Die Webpage steht und fällt durch einen organisierten und leicht zu überfliegenden Inhalt.

Testpunkt	Beschreibung	Erledigt?
Hauptüberschriften sind deutlich erkennbar	Da die meisten Menschen im Internet nicht lesen sondern einen Text nur überfliegen bzw. „scannen“, ist es ratsam Überschriften zu nutzen, um den Inhalt zu trennen und zu organisieren. Damit diese Überschriften auch bei der Suchmaschinenoptimierung helfen sollten Sie Heading Tags verwenden.	
Wichtiger Inhalt ist über dem Fold (sichtbarer Bereich ohne Scrollen)	Der Fold ist die Linie an der eine Seite durch das Ende des Bildschirms abgeschnitten wird. Inhalt unterhalb dieser Linie wird oft nicht mehr gelesen, daher ist es wichtig, dass Kerninformationen oberhalb dieser unsichtbaren Grenze genannt werden.	
Stil und Farbschema ist durchgängig	Die Nutzer sollten durch einen einheitlichen Stil und eine einheitliche Farbgestaltung wissen, dass sie noch auf Ihrer Seite sind. Verwirren Sie die Besucher nicht mit unterschiedlichen Layouts, Schriftarten oder Farbbedeutungen, dadurch verlieren Sie Ihre Nutzer.	
Weniger ist mehr	Wenn Sie versuchen den Besucher auf alles aufmerksam zu machen, erreichen Sie das genaue Gegenteil: der Nutzer nimmt nichts wahr. Das ist ein Teil der menschlichen Wahrnehmung. Anzeigen, Pop-ups, Fettmarkierungen sind Bestandteil des alltäglichen Lebens, dennoch sollten Sie nicht versuchen die Benutzer damit zu bombardieren. Sie sollten also nach dem Grundsatz „weniger ist mehr“ den Inhalt Ihrer Website hervorheben.	
Einfache und präzise Sprache	Wenn Sie Ihre Webpage durchlesen, könnten Sie die Informationen auch mit der Hälfte der Wörter wiedergeben? Der Inhalt Ihrer Seite sollte kurz, präzise und beschreibend sein. Vermeiden Sie fachsprachliche Ausdrücke – es interessiert niemanden ob Sie „Ihre Synergien aggregiert“ haben.	
Keywords an den richtigen Stellen verwenden	Ihre Überschriften haben beschreibend und einmalig zu sein. Die Überschriften sind das Erste, was ein Suchmaschinennutzer sieht, wenn die Titel uninteressant und sinnfrei sind, gehen die Nutzer zum nächsten Suchergebnis.	