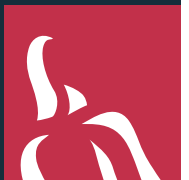
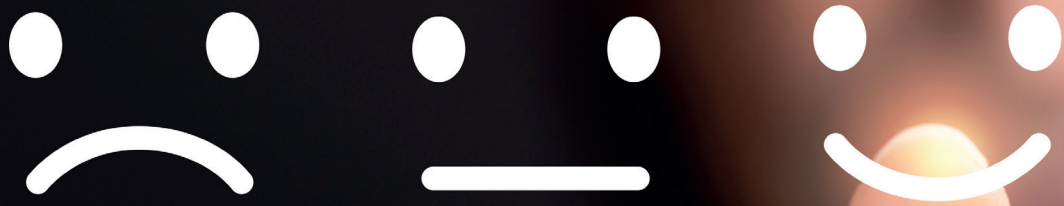


Webdesign

24 Tipps für ein User- freundliches UX Design





**UX-Design:
Für Applikationen,
die begeistern.**

Inhalt

	Einführung	4
1	Was ist eigentlich UX-Design?	5
2	Den User ins Zentrum stellen	6
3	Visuelle Reize setzen	8
4	Funktionalität ist alles	10
5	Die Userbedürfnisse erfüllen	12
6	Kunst und Gestaltung der Schrift	14
7	User Interface	16
8	Content Strategie	18
9	Interaktionsdesign	20
10	UX Trends	22
	Kontakt Chili Digital AG	26

Einführung

Sind Sie beim Versuch, den Menüreiter auf einer Website zu finden, auch schon einmal verzweifelt? Oder kennen Sie es, am Ticketautomaten minutenlang vergeblich das passende Ticket zu suchen und dabei den Zug zu verpassen? Dann wissen Sie ja bereits bestens, wie sich schlechtes **User-Experience-Design (UX-Design)** anfühlt. Damit die User Ihrer Website solche oder ähnliche Erfahrungen nicht teilen müssen, zeigen wir Ihnen in unserem eBook, wie es besser geht. Erfahren Sie, was UX-Design ist, welche Teilgebiete dazu gehören und wie Sie Usern eine exzellente User Experience bieten können.

Usability, User Interface, Informationsarchitektur: Wir zeigen Ihnen, was hinter diesen Begriffen steckt.

Los geht's

Was ist eigentlich UX Design?

Ob beim Billettkauf am Ticketautomaten, beim gemütlichen Stöbern auf dem Mobiltelefon oder beim Onlineshopping auf dem Desktop – jeder kommt täglich mit User Experience (UX) Design in Berührung. Die Krux dabei: Wirklich auffallen tut einem das nur, wenn es sich um schlechtes UX-Design handelt. Dann nämlich wenden wir uns genervt vom Bildschirm ab und suchen nach einer Alternative. Aber was ist denn eigentlich dieses UX-Design?

UX-Design stärkt die Kundenbindung

UX-Design hat sich in den vergangenen Jahren zu einem zentralen Faktor bei der Entwicklung von Applikationen und Websites entwickelt. Heutzutage geht es nicht mehr nur darum, ob man eine Software oder eine Website realisieren kann, sondern vielmehr darum, sich effektiv von der Konkurrenz abzuheben. Hier kommt das UX-Design ins Spiel. Als User Experience (UX) werden jegliche Erfahrungen bezeichnet, die ein User beim Aufrufen und Bedienen einer Website macht. Dabei geht es allerdings um weit mehr als die bloße Funktionalität der Applikation. Auch Gefühle, Emotionen und andere Empfindungen spielen eine entscheidende Rolle.

Fühlt sich ein User entsprechend gut aufgehoben auf einer Website und löst diese vorwiegend positive Gefühle in ihm aus, hat er ein sehr gutes Nutzererlebnis – also eine hohe User Experience. Diese User Experience ist letztendlich ein zentraler Aspekt, ob ein User ein Produkt kauft oder eine Dienstleistung in Anspruch nimmt. Dass dies nicht bloss ein einmaliges Vergnügen sein muss, belegen zahlreiche Studien. Denn ist die UX einer Website oder einer Applikation hoch, kehrt ein User gerne darauf zurück. Sie ermöglicht also eine Kundenbindung.

The goal of UX design in business is to improve customer satisfaction and loyalty through the utility, ease of use, and pleasure provided in the interaction with a product.

Magazin
«Interacting with computers»

Den User ins Zentrum stellen



Den User ins Zentrum stellen – Dafür sorgt die **Informationsarchitektur**. Dabei geht es darum, Informationen so zu organisieren und in Beziehung zueinander zu setzen, dass die Navigation und Nutzung von Informationen im Web vereinfacht werden. Eine Website soll Informationen so zugänglich machen, dass sowohl die Bedürfnisse der Nutzer als auch diejenigen des Betreibers bestmöglich befriedigt werden. Die Informationen sollen insbesondere leicht auf- und wiederfindbar sein. Zu den Komponenten in der Gestaltung einer Informationsarchitektur gehören die Benennung der Inhalte, Navigation und Suche.

Verschiedene Aspekte spielen eine Rolle, wenn es um den Aufbau der Informationsinfrastruktur geht. Handelt es sich bei den Informationen beispielsweise um Bilder, sind diese anders anzuordnen, als wenn es sich um Text handelt. Auch der Umfang der Informationen spielt eine Rolle. Eine Informationsinfrastruktur für viel Inhalt unterscheidet sich von einer mit wenig Inhalt.

Beim Aufbau einer sinnvollen Informationsinfrastruktur gilt es, den User ins Zentrum zu stellen und die Pfade zu den Informationen so zu organisieren, dass Besucher intuitiv und mit möglichst wenigen Klicks zu den gewünschten Informationen gelangen. Dabei ist zu berücksichtigen, dass User über unterschiedliche Wege auf Ihre Website gelangen können. So ist die Home-Seite nicht immer der Einstiegspunkt für potentielle Kunden, sondern vielleicht auch einmal ein Blogpost oder direkt die Unterseite Ihres Produktes. Dem ist Rechnung zu tragen, sodass Inhalte einfach gefunden werden können, unabhängig vom Einstiegspunkt des Users.

The job of an information architect is to maintain a competitive advantage by making sure things are where they should be, and believe me, it's not always easy. As you'll soon discover, there is a lot to think about.

Pia Klancar

Eine gute Informationsarchitektur beginnt in der Konzeption der Website und ist ein mehrstufiger Prozess. Hier sind einige Tipps in Bezug auf die Informationsarchitektur:

1. Befriedigen Sie die Suchintention

Wonach suchen meine User? Eine Keyword-Recherche gibt Aufschluss darüber, welche Themen unter den Fingernägeln Ihrer Konsumenten brennen. Gestalten sie Inhalte um Keywords, die ein hohes Suchvolumen und eine niedrige Konkurrenz aufweisen. Natürlich sollen die Inhalte zu ihrer Firma und ihren Produkten passen.

2. Plätten Sie die Seitenstruktur

Flache Hierarchien eignen sich besser als tiefe Hierarchien, da sie Usern ermöglichen, sich schnell auf Ihrer Website zurecht zu finden. Flache Hierarchien besitzen viele Navigationspunkte auf der ersten Ebene, haben dafür aber weniger Ebenen. Ein User muss also auf einer Website mit einer flachen Hierarchie weniger Klicks tätigen, um zum gewünschten Inhalt zu kommen. Drei Klicks gelten als wertvoller Richtwert, die ein User von der Startseite zu allen wichtigen Inhalten maximal zurücklegen sollte. Ausserdem sind sie SEO-freundlicher, denn Unterseiten auf der vierten oder fünften Hierarchieebene laufen Gefahr, von Suchmaschinen als irrelevant eingestuft zu werden.

3. Beachten Sie die Customer-Journey

Versetzen Sie sich in Ihre Kunden hinein. Welchen Weg geht ein potentieller Kunde von Ihnen bis zum Erwerb des Produkts? Sie erkennen dadurch unter anderem positive Momente in der User Experience und können diese in der Folge gezielt ausbauen. Andererseits erkennen sie aber auch negative Erfahrungen, die ein Kunde auf der Customer Journey durchlebt und können diese gezielt eliminieren.

Visuelle Reize setzen



Das **visuelle Design** konzentriert sich auf die Ästhetik einer Benutzeroberfläche und stellt sicher, dass sie gut aussieht, den Benutzern das richtige Bild vermittelt und mit den Markenrichtlinien übereinstimmt.

Die visuellen Elemente repräsentieren dabei nicht nur Ihre Marke oder das Erscheinungsbild Ihres Online-Bereichs, sie sind auch äusserst wichtig, wenn es darum geht, das Nutzererlebnis auf Ihrer Website zu bestimmen. Über das Visuelle hinaus, wie Farben, Bilder, Logos und Symbole gibt es ein tieferes Element, das eine effektive visuelle Kommunikation beinhaltet. Ihre grafische Aufbereitung muss Ihnen dabei helfen, Ihr Geschäft anzukurbeln, und sie muss natürlich die Benutzerfreundlichkeit und das Klicken an den richtigen Stellen fördern.

Eine gute visuelle Gestaltung lenkt die Aufmerksamkeit der Nutzer auf wichtige Informationen und Funktionen. Durch den effektiven Einsatz von grafischen Elementen und die strategische Platzierung von Inhalten können Sie sicherstellen, dass Ihre Nutzer sehen, was sie sehen müssen, um ihre Ziele zu erreichen und ihre Aufgaben erfolgreich zu erledigen.

People tend to judge a book by its cover. This applies to many things in our world, including digital experiences. Visual design plays a key role in creating products with excellent aesthetics.

Nick Babich

Hier sind einige Grundlagen, die für ein gelungenes und ansprechendes visuelles Design Ihrer Website zentral sind:

1. Hierarchie beachten

In allen Kulturen wird von oben nach unten gelesen, in den meisten von links nach rechts. Studien belegen, dass User Webseiten in einem Z-Muster scannen. Der Blick des Users überfliegt zuerst den obersten Balken einer Seite, wandert dann diagonal nach unten und scannt dort erneut den unteren Teil der Seite. Webdesigner sind sich diesem Verhalten bewusst und platzieren Informationen bewusst, entlang diesem Z-Muster.

2. Die Grösse spielt eben doch eine Rolle

Es liegt in der Natur des Menschen, grössere Dinge zuerst zu lesen. Dafür setzen wir uns sogar über unser natürliches Leseverhalten hinweg und lesen nicht mehr von oben nach unten und von links nach rechts. So nehmen wir deutlich grössere Schriften immer zuerst wahr – unabhängig von ihrer Anordnung.

3. Vorsicht bei der Farbwahl

Farben können nicht nur Gefühle beeinflussen, sondern Menschen auch zu Handlungen animieren – oder davon abhalten. So legen Studien beispielsweise nahe, dass Menschen innerhalb von 90 Sekunden nach dem ersten Betrachten eines Produktes ein unbewusstes Urteil darüber fällen. Bis zu 90 % dieser Beurteilung basiert ausschliesslich auf der Farbe.

Die Farbe Blau steht in der Farbpsychologie beispielsweise für Kompetenz, Qualität, Kraft oder Loyalität. Allerdings wirkt Blau auch appetithemmend, weshalb sie in Verbindung mit Nahrungsmitteln nicht verwendet werden soll. Eine Übersicht zur Wirkung verschiedener Farben finden Sie [hier](#).

Funktionalität ist alles



Die technische **Funktionalität** ist die Grundvoraussetzung für jede Website. Lange Ladezeiten, häufige Abstürze und Downtimes infolge langfristiger Wartungsarbeiten sind ein absolutes No-Go für eine gute User Experience auf Ihrer Website. Denn die User Ihrer Website möchten sich auf Sie und Ihren Webauftritt verlassen können. Können Sie entsprechend keine gute Funktionalität gewährleisten, werden sich die User nach Alternativen umsehen. Alternativen, die in der heutigen Zeit dank Suchmaschinen nur einen oder zwei Klicks entfernt sind.

Darüber hinaus existiert eine weitere Definition von Funktionalität, die sich nicht auf die technischen Voraussetzungen stützt. Produkte müssen demnach so

designed werden, damit sie ihren Zweck – sprich ihre Funktion – auch erfüllen. So erfüllt ein Stuhl dann seine Funktion, wenn er eine bequeme Sitzgelegenheit bietet.

Für das Design eines Webshops bedeutet dies im Umkehrschluss, dass dieser ein möglichst stimmiges und einfaches Einkaufserlebnis ermöglicht. Nur wenn ein ganzheitlich stimmiger Prozess, beginnend beim Durchstöbern der Produkte über einen simplen Zahlungsprozess bis hin zu einer schnellen und unkomplizierten Lieferung ermöglicht wird, ist eine herausragende Funktionalität des Webshops gegeben. Mehr dazu im folgenden Kapitel Usability.

When a design is highly functional, it does what it's expected to do and does it well. Good design has a purpose and is crafted in such a way that it will consistently and reliably execute a particular function.

Interaction Design Foundation

So gelingt es Ihnen, die technische Funktionalität Ihrer Website rund um die Uhr zu gewährleisten und für eine hohe User Experience zu sorgen:

1. Komprimieren Sie Bilder

Grössere Dateien brauchen mehr Zeit, um geladen zu werden als kleinere Dateien. Ein Hauptgrund für langsame Ladezeiten sind Bilder, da Sie durchschnittlich rund zwei Drittel der Gesamtlast einer Website ausmachen. Sperrige Bilder in hoher Auflösung vergrössern Ihre Website unnötig und verschlechtern damit die Seitengeschwindigkeit. Die Funktionalität Ihrer Website ist dadurch eingeschränkt.

2. Optimieren Sie den CSS-Code

CSS-Dateien können ganz schön gross werden. Versuchen Sie entsprechend weniger Deklarationen und Operatoren zu verwenden, um die Grösse Ihres Codes klein zu halten. Stellen Sie darüber hinaus sicher, dass nicht mehr verwendete CSS regelmässig aus dem Code gelöscht wird. Weitere Tipps zur CSS-Code-Optimierung:

- @import-Aufruf nicht verwenden
- CSS nicht in HTML wie H1- und DIV-Tags verwenden
- Inline-CSS verwenden

3. Weniger ist mehr

Plugins können wertvolle und sehr sinnvolle Ergänzungen zu Ihrer Website sein und die Funktionalität für die User erhöhen. So verfügen beliebte Websites über bis zu 80 Plugins. Sofern die installierten Plugins gut entwickelt sind, stellen Sie auch kein Problem dar. Ansonsten büsst Ihre Website allerdings schnell Leistung ein, die Ladegeschwindigkeiten erhöhen sich und die Funktionalität nimmt ab.

Die User- bedürfnisse erfüllen



Der Begriff **Usability**, was zu Deutsch etwa so viel heisst wie Gebrauchstauglichkeit, ist in der DIN EN ISO 9271-11 definiert als «das Ausmass, in dem ein Produkt durch bestimmte Benutzer in einem bestimmten Nutzungskontext genutzt werden kann, um bestimmte Ziele effektiv, effizient und zufriedenstellend zu erreichen.»

Die Usability einer Website, wie auch von anderen Produkten, hängt davon ab, wie gut seine Funktionen den Bedürfnissen und Kontexten der Benutzer **entsprechen**. Daher sind Sie als Betreiber der Website für die Usability direkt mitverantwortlich. Die Usability sollte folgende Punkte umfassen:

- Effektivität: Die Website unterstützt den User bei der Ausführung
- Effizienz: Durch einen möglichst simplen Prozess kann der User Aufgaben schnell und einfach erledigen
- Engagement: Der User empfindet die Website als angenehm und für seine Bedürfnisse angemessen
- Einfaches Lernen: Neue Websitebesucherinnen und -besucher finden sich schnell auf der Website zurecht und erreichen Ihre Ziele bei zukünftigen Besuchen leichter

Usability ist nicht nur bei einer Website oder einer App von grosser Bedeutung. Überall, wo eine Schnittstelle zwischen Mensch und Maschine besteht, steht sie im Mittelpunkt. Software, medizinische Geräte, Automobil oder technische Maschinen, die im Berufsalltag eine Rolle spielen, sind weitere Beispiele. Gute Usability wird dabei gar nicht explizit wahrgenommen, erst wenn etwas nicht funktioniert, wie es der User erwartet (= schlechte Usability), fällt es auf.

Put very simply, usability is the ease with which a person can accomplish a given task with your product.
Emerson Schroeter

Mit diesen Tricks erreichen Sie eine gute Usability:

1. Usability ist ein Prozess

Erfolgreiche Designer messen die Usability einer Website üblicherweise bereits während des gesamten Entwicklungsprozesses, beginnend bei den Wireframes bis hin zum endgültigen Ergebnis. Somit können sie eine maximale Benutzerfreundlichkeit beim Launch der Website gewährleisten. Allerdings ist hier die Entwicklung der Usability längst nicht abgeschlossen. Überprüfen Sie die Usability ständig und binden Sie User konsequent in die Entwicklung mit ein, um die Usability laufend zu verbessern.

2. Für Kontinuität sorgen

Kontinuität ist einer der wichtigsten Faktoren, um eine gute Usability zu erreichen. Stellen Sie sich vor, das Design Ihrer Website ändert sich von Unterseite zu Unterseite. Es wäre schwer, den Überblick zu behalten und effektiv und effizient durch die Website zu navigieren. Machen Sie es dem User deshalb leicht, sich mit Ihrer Website vertraut zu machen und behalten Sie über alle Ihre Seiten ein ähnliches Layout bei.

3. Responsive Design ist Key!

Die Zahl der Mobilfunknutzer ist in den letzten Jahren stetig gestiegen – für viele Internetuser ist das Smartphone mittlerweile das wichtigste Gerät, um online zu gehen. Folglich sind mobilfreundliche und responsive Websites nicht mehr nur eine Option, sondern sie sollten ein wesentlicher Bestandteil des Designs Ihrer Website sein. Achten Sie bei der Implementation eines responsiven Designs darauf, dass das vertraute Design der Desktop-Version beibehalten wird, unabhängig vom verwendeten Gerät.

Kunst und Gestaltung der Schrift



Typografie ist so viel mehr als nur die Auswahl einer schönen Schriftart für Ihre Website – es ist die Kunst, Ihre Benutzeroberfläche mit Schriften zum Leben zu erwecken. So kann die Typografie den Unterschied zwischen einer guten und einer grossartigen Benutzeroberfläche ausmachen.

Wenn ein User zum ersten Mal eine Website besucht, scannt er die Seite eher, als dass er sie liest. Eine klare Hierarchie und saubere Schriftarten sind daher essenziell, um einen hervorragenden ersten Eindruck zu hinterlassen und ihn damit auf der Seite zu behalten. Nicht zuletzt sollte die Typografie stimmig sein mit allen anderen Elementen der Benutzeroberfläche. Folgende Elemente spielen dabei eine Rolle:

- **Schriftart:** Die vier grundlegenden Schriftarten sind Serifen, serifenlose Schriften, Schreibschriften sowie dekorative Schriften.
- **Whitespace:** Mindestens genauso wichtig wie die Schriftart ist der Whitespace. Als solcher wird jener Raum rund um Text und Grafiken herum bezeichnet. Dieser wird vom User nicht bewusst wahrgenommen. Trotzdem sorgt seine richtige Verwendung für eine übersichtlichere Benutzeroberfläche.
- **Hierarchie:** Hierarchie war bereits ein Thema beim visuellen Design. Die Schaffung einer solchen Hierarchie ist eines der wichtigsten Prinzipien der Typografie und zielt darauf ab, klare Unterscheidungen zwischen den Texten herzustellen.
- **Schriftfarbe:** Die Schriftfarbe hat drei Schlüsselkomponenten: Wert, Farbton und Sättigung. Ein guter Designer weiss, wie diese Komponenten auszubalancieren sind, sodass der Text sowohl ins Auge fällt aber dennoch gut leserlich bleibt.
- **Kontrast:** Wie die Hierarchie hilft auch der Kontrast dabei, den Usern zu vermitteln, welche Informationen für die User zentral und wichtig sind.

Typography is the art of arranging type. It might sound simple, but there's a lot that goes into it, like choosing typefaces, point sizes, colours, and designing the spaces between text blocks, lines and letters.

Becca Kennedy

Ziemlich viele Dinge, auf die es also Rücksicht zu nehmen gilt. Deshalb hier einige Tipps:

1. Begrenzen Sie Ihre Schriftarten

Verwenden Sie auf keinen Fall zu viele verschiedene Schriftarten. Denken Sie daran, dass das Ziel einer gelungenen Hierarchie auf Klarheit beruht. Die Verwendung von maximal drei Schriftarten für ein Design ist ein sicherer Wert. Sollten Sie mehr als drei Schriftarten verwenden, kann dies schnell ablenkend und unübersichtlich wirken. Auf [fontpair](#) finden Sie nicht nur zahlreiche Schriften, sondern Ihnen werden auch gleich Schriftarten angezeigt, die gut miteinander harmonieren.

2. Verwenden Sie Farbkontrast

Farben sind mit Emotionen verbunden und werden traditionell mit verschiedenen Eigenschaften assoziiert. Die Implikation ist ein Aspekt der visuellen Hierarchie. Berücksichtigen Sie nicht nur die Schriftfarbe, sondern auch die Hintergrundfarbe und die Farben der anderen Elemente. Die Schriftfarbe eignet sich gut, um Informationen zu klassifizieren, Persönlichkeit zu verleihen und eine Marke zu stärken.

3. Betonen Sie wichtige Informationen

Es ist wichtig, dass wir die Bedeutung eines Elements durch Gewicht, Grösse oder Farbe betonen, um es hervorzuheben. Durch die Verwendung von hellerem Text für unterstützende oder weniger wichtige Textblöcke wird beispielsweise die Aufmerksamkeit stärker auf den kräftigeren, lebhafteren Text gelenkt. Dies verbessert die Lesbarkeit einer Schnittstelle und ermöglicht es den Benutzern, die gewünschten Aktionen schnell auszuführen, ohne kostbare Gehirnleistung zu verbrauchen.

User Interface



Das **User Interface** ist ein essenzieller Bestandteil der User Experience und bezeichnet den Punkt, an dem ein menschlicher Benutzer mit einem Computer, einer Website oder einer App interagiert. Grundsätzlich unterscheidet man drei unterschiedliche Formate:

- Bei **grafischen Benutzeroberflächen (GUI)** interagiert der User mit visuellen Darstellungen auf einem digitalen Bedienfeld. Am Computer geschieht dies oft über eine Maus, auf Smartphones über eine taktile Steuerung über den Touchscreen.
- Bei **sprachgesteuerten Schnittstellen (VUI)** interagiert der User mit seiner Stimme. Dies ist bei den meisten intelligenten Assistenten, wie beispielsweise Apples Siri oder Amazons Alexa der Fall.
- Im Kommen sind zudem **gestenbasierte Schnittstellen**, bei denen ein User mittels Körperbewegungen in Designräume eingreift. Dies ist beispielsweise bei Virtual-Reality-Games auf einer Spielkonsole der Fall.

Das User Interface ist wichtig, um die Erwartungen der Benutzer zu erfüllen und die effektive Funktionalität Ihrer Website zu unterstützen. Ein sinnvoll aufgebautes User Interface erleichtert die effektive Interaktion zwischen dem Benutzer und Ihrer Website oder App und sorgt daher auch für mehr Traffic, mehr Leads und letztlich mehr Umsatz. Bei der Gestaltung des User Interface zentral sind unter anderem ein kontrastreiches Bildmaterial, eine saubere und konsistente Gestaltung sowie ein Responsive Design, damit Ihre Inhalte auf allen Endgeräten identisch rezipiert werden können.

A user interface is the point of interaction between the user and a digital device or product—like the touchscreen on your smartphone, or the touchpad you use to select what kind of coffee you want from the coffee machine.

Emil Lamprecht

Nachfolgend finden Sie die wichtigsten Tipps, um Ihre Websitebesucherinnen und -besucher mit einem herausragenden User Interface zu überzeugen.

1. Für Konsistenz sorgen

Durch die Verwendung von einheitlichen und bekannten Elementen in Ihrem User Interface fühlen sich User sicherer und finden die gewünschten Informationen schneller und effizienter. Diese Konsistenz beginnt bereits bei einem uniformen Sprachbild und setzt sich unter anderem in einem widerspruchsfreien Layout und einem stimmigen Bildkonzept fort. Sehen Sie zu, dass eine solche Konsistenz über alle Ihre Seiten und Bereiche fortgesetzt wird.

2. «Keep it simple»

Ab und zu hat man das Bedürfnis, etwas Verrücktes auszuprobieren und dadurch Aufmerksamkeit zu erregen. Tun Sie das nicht mit Ihrem User Interface! Die besten Schnittstellen sind für den User oft unsichtbar und werden von ihm nicht bewusst wahrgenommen. Vermeiden Sie entsprechend unnötige Elemente, bleiben Sie klar in der Sprachwahl und vertrauen Sie auf bekannten Mustern, die man überall im Internet antrifft.

3. Akzente setzen

Ihre Corporate Identity (CI) gibt einen gewissen Look vor. Das ist auch gut so, denn dadurch können Benutzer Sie und Ihre Marke besser identifizieren und die CI sorgt durchs Band für Konsistenz. Bedenken Sie aber, dass Sie durch Farben, Licht, Kontrast oder Textur bewusst Aufmerksamkeit auf Gegenstände lenken können. Dies ist insofern von Bedeutung, weil nur schon die Farbwahl eines Buttons für eine Verdoppelung der Click-Through-Rate sorgen kann.

Content Strategie



Stellen Sie sich folgendes Szenario vor: Sie besuchen eine Homepage mit einem wundervollen Design, es berücksichtigt die bisher vorgestellten Elemente, die Informationsarchitektur ist sinnvoll ausgerichtet, das visuelle Design ansprechend, Funktionalität und Usability sind top. Und dann ist da der Inhalt der Website: Eine simple Aneinanderreihung von Buchstaben und Zahlen. Sätze, die keinen Sinn ergeben. Videos, die Stockbilder sinnfrei und scheinbar willkürlich wiedergeben. Dies klingt eher nach einem Albtraum als nach einer guten User Experience.

Selbst wenn sich das Design Ihrer Website oder Ihrer App grundsätzlich eine gute User Experience ermöglicht, heisst das noch lange nicht, dass der User auch eine solche hat. Letztendlich hängt die User Experience auch von den bereitgestellten Inhalten ab. Sind diese leicht zu verstehen? Liefern Sie diejenigen Informationen, nach denen der User sucht? Und schlussendlich: Regt der Inhalt den User dazu an, die nächsten Schritte zu unternehmen?

Content Marketing ist im Prinzip nichts Neues, sondern wird bereits seit längerem angewandt. Grosse Unternehmen wie Twitter, Apple, Disney und Facebook haben bereits seit Jahren eine funktionierende **Content Strategie**. Diese plant die sinnvolle Erstellung, Veröffentlichung und Verwaltung von nützlichen und hilfreichen Inhalten, die zum Unternehmen, zur Marke oder zum Produkt passen.

*Design in the absence
of content is not design, it's
decoration.*

Jeffrey Zeldman

Ihre Inhalte schreiben sich nicht von selbst. Damit Ihre Website durch eine sinnvolle Content Strategie besticht, finden Sie nachfolgend drei Tipps, was Sie bei der Content Produktion beachten müssen.

1. Den User verstehen

Ein grundlegendes Verständnis Ihrer Zielgruppe ist für eine Content Strategie unerlässlich. Wer sind die Benutzer Ihrer Website oder Ihrer App? Was sind deren Pain Points? Wie gelangen sie an die Informationen, die sie benötigen? Indem Sie sich mit Ihrer Zielgruppe auseinandersetzen, finden Sie nicht nur passende Inhalte und Themen, sondern entdecken auch, über welche Kanäle Sie diese sinnvollerweise streuen. Und: Indem Sie Ihre User besser kennen lernen, können Sie auch das Design besser auf sie abstimmen.

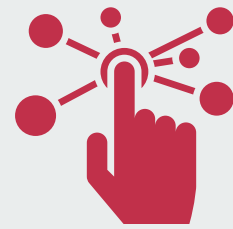
2. Eintauchen in eine eigene Welt

Ganz gleich, ob Sie über aktuelle Ereignisse berichten, Anleitungen geben oder allgemeine Meinungsartikel verfassen – alle Ihre Inhalte sollten auf die Branche Ihres Unternehmens abgestimmt sein. Sie schaffen damit eine kohärente User Experience, die es Websitebesuchern ermöglicht, in eine eigene Welt abzutauchen, unabhängig von der Unterseite auf der sie sich gerade befinden. So geben Online-Shop, Blog, Case Study und andere Webkategorien ein einheitliches und zusammenhängendes Bild ab.

3. Hand in Hand

In der Praxis kann es zwischen UX- und Content-Management-Teams manchmal zu kleineren Machtkämpfen kommen. Versuchen Sie, das zu verhindern und lassen Sie beide Teams Hand in Hand arbeiten. Content-Producer haben oft den Hang dazu, zu viel zu beschreiben. UX-Designer können hier regulierend wirken, indem sie den Platz beschränken. So entsteht eine Synergie, die durch die Zusammenarbeit beider Bereiche eine hohe Effektivität und letztlich eine hohe User Experience ermöglicht.

Interaktions- design



Interaktionsdesign, oft abgekürzt als IxD, ist die Praxis der Gestaltung von sogenannten Mensch-Maschine-Schnittstellen. Beispiele solcher Schnittstellen sind beispielsweise der Knopf an einer Fussgänger-Ampel, das Gaspedal an einem Automobil oder in Bezug auf UX-Design: Ein Link, ein Formular – im Prinzip jede Schaltfläche einer Website.

Dabei verfolgt das Interaktionsdesign den Zweck, jegliche Interaktionen zwischen Menschen und ihrer direkten Umgebung zu vereinfachen. Interaktionsdesign ist entsprechend als der Teil von UX-Design zu verstehen, der sich explizit mit spezifischen Interaktionen zwischen den Usern und der Website oder der App beschäftigt. UX-Design als Ganzes hingegen berücksichtigt alle Aspekte, die mit einem User in Verbindung stehen – sprich auch jene, denen ein User passiv gegenübersteht.

Die fünf Dimensionen des Interaktionsdesign sind ein geeignetes und nützliches Modell, um zu verstehen, was Interaktionsdesign alles beinhaltet. Vier dieser fünf Dimensionen gehen auf den Wissenschaftler Gillian Crampton Smith zurück, der sich ausführlich mit Interaktionsdesign befasst hat. Kevin Silver, leitender Interaktions-

designer bei IDEXX Laboratories hat diese Dimensionen jüngst um eine fünfte ergänzt. Diese sind:

1. **Wörter** sollten einfach zu verstehen sein, um Informationen leicht zu vermitteln.
2. **Visuelle Darstellungen** sollten in Massen verwendet werden, um den User nicht zu erdrücken.
3. **Physische Objekte** meinen die effektiven Steuerelemente wie Maus oder Tastatur.
4. Mit der **Zeit** ist gemeint, wie lange ein User mit den ersten drei Dimensionen interagiert.
5. Das **Verhalten** beschreibt die Emotionen, die ein User bei der Interaktion erlebt.

*Design is not just
what it looks like and feels
like. Design is how it works.*

Steve Jobs

So sorgen Sie für ein gelungenes Interaktionsdesign auf Ihrer Website:

1. Stellen Sie den User in den Mittelpunkt

Denken Sie daran, mit welchen besonderen Herausforderungen Ihr Zielpublikum konfrontiert ist und entwerfen Sie interaktive Elemente um diese Herausforderungen herum. Beispiel: Statt sämtliche Inhalte zu übersetzen, verwenden Sie universell gültige Symbole: Nehmen Sie das «+»-Zeichen statt dem Wort «Hinzufügen» oder einen Briefumschlag für das Wort «E-Mail».

2. Nicht zu viel auf einmal

Wenn Sie Interaktionen entwerfen, begrenzen Sie die Wahlmöglichkeiten, die Anzahl Elemente, Anweisungen oder beweglichen Teile, die der User gleichzeitig im Kopf behalten muss. Für Menschen ist es einfacher, Entscheidungen zu treffen, wenn sie weniger Auswahlmöglichkeiten haben, *als wenn sie viele Möglichkeiten haben.*

3. In den Fokus rücken

Jede Interaktionsmöglichkeit sollte gut sichtbar und selbsterklärend sein. Fügen Sie deshalb 2D-Schaltflächen Schatten hinzu, um anzuzeigen, dass es sich um eine klickbare Schaltfläche handelt. Eine weitere wichtige Komponente, die für eine hohe Affordanz sorgt, ist das Verändern des Cursors, wenn ein User über eine bestimmte Schaltfläche fährt. Die Funktion eines jeden Elements Ihrer Webseite muss klar erkennbar sein.

Aktuelle Trends rund um UX Design



Grossartiger
Content



Grossartiges
Design



Grossartige
UX

Mit der fortschreitenden Digitalisierung kommen auch immer neuere und modernere Technologien auf. Obwohl die in den vorgehenden Kapiteln behandelten Grundsätze ihre Gültigkeit behalten, ermöglichen diese modernen Technologien neue Möglichkeiten. Im Folgenden blicken wir gemeinsam auf drei aktuelle UX-Design-Trends.

Trend 1

Starten Sie eine Konversation mit Ihren Usern

In der Vergangenheit hat man Benutzeroberflächen vorwiegend visuell gedacht. User klicken sich durch Dropdown-Menüs, auf Buttons und füllen Formulare aus. Solche Interfaces sind als grafische Benutzeroberflächen (GUI) bekannt.

Eine Alternative dazu ist das sogenannte Conversational User Interface (CUI): Also Benutzerschnittstellen, die eine Konversation zwischen Nutzer und einem System ermöglichen. Zu den bekanntesten Vertretern gehören die digitalen Sprachassistenten. Natural language processing (NLP) und Machine Learning (ML) sorgen dafür, dass User heutzutage relativ natürlich mit einem Computer sprechen können.

Vor allem im Kundendienst spielen Chatbots eine immer grösser werdende Rolle. Sie leisten wertvolle Dienste, indem sie einfache Kundenanfragen schnell beantworten können. Die Weiterentwicklung davon ist der Voicebot. Dieser ist in der Lage, Gespräche auch in gesprochener Sprache zu führen. PostFinance nutzt einen solchen Voicebot aktuell in einer Pilotphase. So können Kundinnen und Kunden über den Voicebot Kontoauszüge und Zinsabschlüsse nachbestellen.

CUI erlaubt es also, Interaktionen natürlicher zu gestalten. Aber Vorsicht: Schlecht aufgesetzt, können solche Interfaces schnell künstlich wirken oder gar nicht erst funktionieren. Es ist daher wichtig, dass Mensch und Künstliche Intelligenz in diesem Bereich Hand in Hand gehen. Die Technologie-Entwicklung steht erst am Anfang und KI macht laufend Fortschritte. Conversational UX-Design ist daher ein Trend, denn Sie zwingend im Auge behalten sollten.

Trend **2**

Inhalte, die zum User passen

Personalisierung ist längst kein neues Konzept mehr. Dank Big Data können Marketingabteilungen schon seit geraumer Zeit personalisierten Content über E-Mails oder Social-Media-Ads zielgerichtet an den passenden User richten. Doch auch im UX-Design ist Personalisierung mittlerweile angekommen. Ein gutes Beispiel dafür ist Spotify. Basierend darauf, welche Songs sich ein User anhört, schlägt die App ihm neue Interpreten vor. Noch extremer ist die Personalisierung bei Netflix. Die App weist den User nicht nur auf neue Filme hin, die zu ihm passen. Je nachdem, welche Genres der User bevorzugt, ändert sich dabei auch das Teaserbild des Filmes. Bevorzugt eine Person beispielsweise Horrorfilme, zeigt die App ein mysteriöses Bild an. Eine andere Person, die vorwiegend Actionfilme schaut, bekommt ein actiongeladenes Bild gezeigt. Maximale Personalisierung!

Diese Personalisierung ermöglicht es dem User, neue Inhalte zu entdecken, die seinen Interessen entsprechen, ohne dass er viel Zeit in den Suchprozess investieren muss. Indem Inhalte und Funktionen bereitgestellt werden, die auf bestimmten Benutzerinteressen abgestimmt sind, sorgt dies für eine kontextbezogene User Experience – und langfristig für mehr Umsatz. Denn durch die Personalisierung sind User gewillt, länger und mehr die von Ihnen zur Verfügung gestellte Software, App oder Website zu nutzen.

Die Personalisierung ist also ein wichtiges Tool im Baukasten von UX-Designern. Sie trägt dazu bei, dass Dienstleistungen und Produkte besser auf die Bedürfnisse der Nutzer abgestimmt sind. Auch wenn die Personalisierung mit Sorgfalt gehandhabt werden muss, können clevere Designer und Entwickler diesen wachsenden Trend nutzen, um ihre Nutzer intelligenter und effizienter zu bedienen.

Trend **3**

Interaktive Geschichten erzählen

Scrollytelling ist eine effektive Methode, um Geschichten dynamischer zu erzählen. Es kombiniert Text, Fotos, Grafiken, Videoeffekte und Animationen, die perfekt ineinander übergehen, um fesselnde Geschichten zu erzählen. Storytelling ist eine völlig neue, innovative Art, eine Geschichte oder einen Informationsfluss zu visualisieren.

Das Wort «Scrollytelling» selbst ist eine Kombination aus «Storytelling» und «Scrolling». Es bezieht sich auf eine digitale Multimedia-Geschichte, die sich beim Scrollen entfaltet. Bei den Geschichten kann es sich entweder um lange Erzählungen oder um kurze Informationen mit grossartigen unterstützenden Bildern und Videos im Hintergrund handeln, die sich je nach Kontext ändern. Auf diese Weise können erzählerische Elemente durch die Gesten, sprich das Scrollen, des App-Nutzers gesteuert und bei Bedarf wiederholt werden. Die Nutzer können den Inhalt während des Scrollens erkunden, was eine fesselnde und wirkungsvolle Art des Geschichtenerzählens darstellt.

Durch Scrollytelling werden Websites interaktiver und zugänglicher, anstatt nur als öde Oberfläche zu fungieren, welche die User mit Online-Aktivitäten verbindet. Diese Entwicklung ermöglicht es den Usern, faszinierende und bleibende Erfahrungen zu machen, ohne dabei auf die wichtigen Informationen der Website zu verzichten.

Ein schönes Beispiel für eine solche Website ist eine LGBTQ-Kampagne für das ostafrikanische Land Tansania: **#IamBinadam**. Bei der auf den ersten Blick klassisch anmutenden Website sorgen Scroll-Animationen und animierte Grafiken für ein interaktives Nutzererlebnis, bei dem der User gerne auf Entdeckungsreise geht.

Chili Digital AG

Kontakt

Zürich

Klausstrasse 43
8008 Zürich
Schweiz

Ljubljana

Cesta na Vrhovce 5c
1000 Ljubljana
Slowenien

+41 44 315 90 00

info@chili.ch

chili.ch

