



WEB USABILITY

Erfolg durch Kundenorientierung
und Akzeptanzforschung

PROFESSOR WOLFGANG HENSELER - SYZYG Y GMBH

2 MRD. EURO

ist die Summe, die dem deutschen eCommerce Handel 2006 **durch schlechte Usability** der Online-Shops verloren ging.*

*EuPD Studie 2006

Usability und Nutzerorientierung sind wichtig!

Was trägt heutzutage
zum **Erfolg einer**
Website bei?

[Diese Seite personalisieren](#) | [Anmelden](#)

Google™
Deutschland

[Web](#) [Bilder](#) [Groups](#) [News](#) [Products](#) [Mehr »](#)

[Erweiterte Suche](#)
[Einstellungen](#)
[Sprachtools](#)

Google-Suche | Auf gut Glück!

Suche: Das Web Seiten auf Deutsch Seiten aus Deutschland

[Werbung](#) - [Unternehmensangebote](#) - [Über Google](#) - [Google.com in English](#)

©2007 Google

Nicht viel, so lange sie Nutzer- und Absatz-orientiert ist

2 Erfolgsprinzipien von Google



Situative Relevanz

Convenience

Wie optimiere ich die Benutzungsfreundlichkeit und Wirtschaftlichkeit einer Site?

1. Analyse der Schwachstellen

Feststellung von Handlungs- u. Nutzungsbarrieren

- Eigeninspektion
- Expertenevaluation
- UseLab
- UseLab mit Blickverfolgung
- Fokusgruppen
- Online-Fragebogen
- Webstatistiken

2. Festlegen der KPI´s

Festlegung der spezifischen Geschäftsziele seitens des Unternehmens.

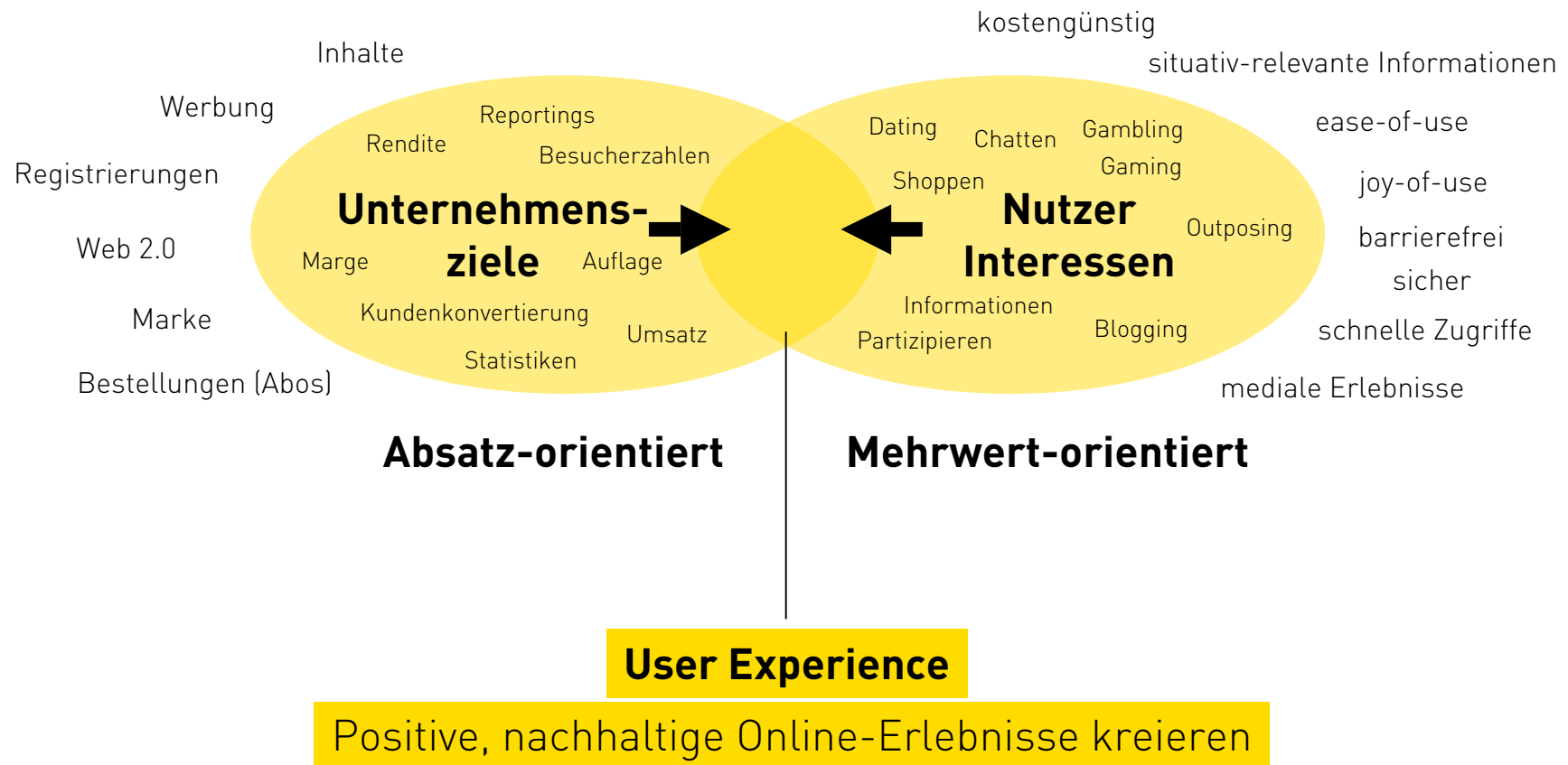
- Key-Performance-Indikatoren
- CRM-Online Strategie
- Markenwahrnehmung
- Ziele, die mit der Website erreicht werden sollen

3. Mapping der Nutzerinteressen

Erstellen einer Zielgruppenmatrix mit den spezifischen Anforderungen der avisierten Zielgruppen (Interessen, Bedürfnisse, Erwartungen, Abneigungen usw.)

- Fokusgruppen
- Online-Fragebogen

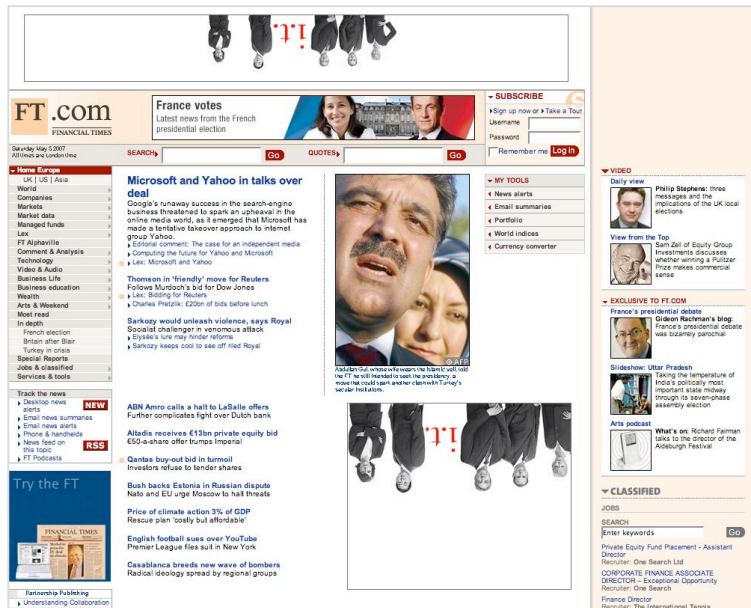
Mediation zwischen Geschäftszielen und Nutzerinteressen



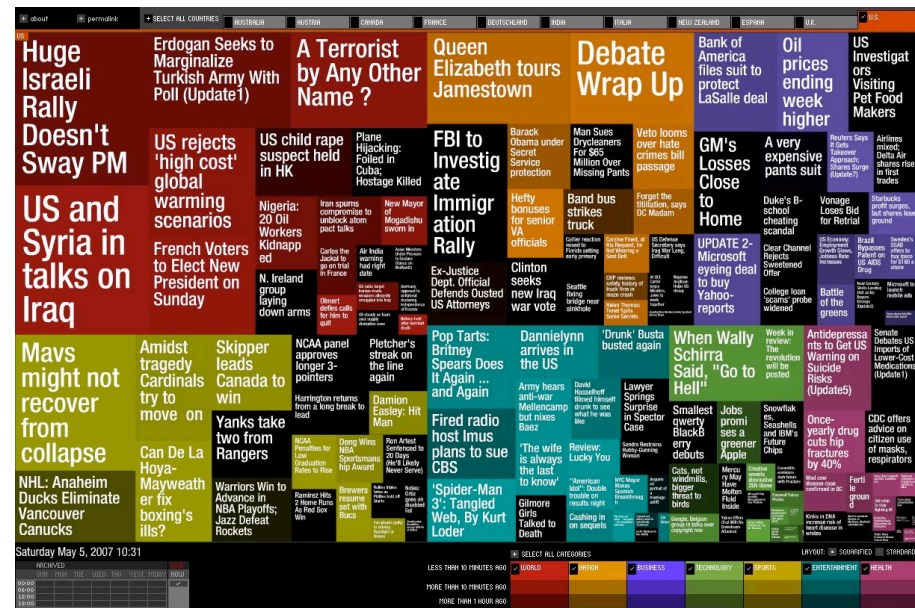
Wichtig

**Denken Sie nicht in
Webseiten, sondern in
Nutzererlebnissen!**

Paradigmenwechsel im Internet Von der Webseite zum Web-Interface



Webseite
www.ft.com



Web-Interface
www.marumushi.com/newsmap

Medienadäquat

Das Internet ist kein Lesemedium!

Wir lesen um circa 29% langsamer am Bildschirm als auf Papier.

Die Nichtentdeckung von Fehlern liegt um etwa 30% über der bei gedrucktem Material.

Beim Lesen am Bildschirm ermüdet das Auge wesentlich schneller.

* Wandmacher; Henseler et al.

Nur

4,5%

heutiger Webseiten
sind medienadäquat und
erlebnisorientiert gestaltet.*

* HS Pforzheim, 2006

92%

aller deutschen Websites sind
nicht Nutzer-orientiert.*

* HS Pforzheim, 2006

Beachten Sie:

**Achten Sie darauf,
dass Sie den Nutzern
Mehrwert bieten!**

Nur

29%

also rund 1/3 aller Websites
bieten den Nutzern echten Mehrwert.*

* HS Pforzheim, 2006

7 Dimensionen des Online-Mehrwerts



Welche Faktoren tragen zum Erfolg einer Website bei?

Die richtige Mischung ist ausschlaggebend

Benutzerfreundlichkeit

Attraktivität der Ansprache und des Angebots

Benutzungsfreundlichkeit

Ease-of-Use, Usability, Gebrauchstauglichkeit

Medialität

Nutzerorientiertes medienadäquates Informationsangebot

Design

Markenwahrnehmung, Adaptivität

User Experience Architektur

Nutzer-orientierte Einstiegsmöglichkeiten, Adaptivität des Angebots

Absatzorientierung

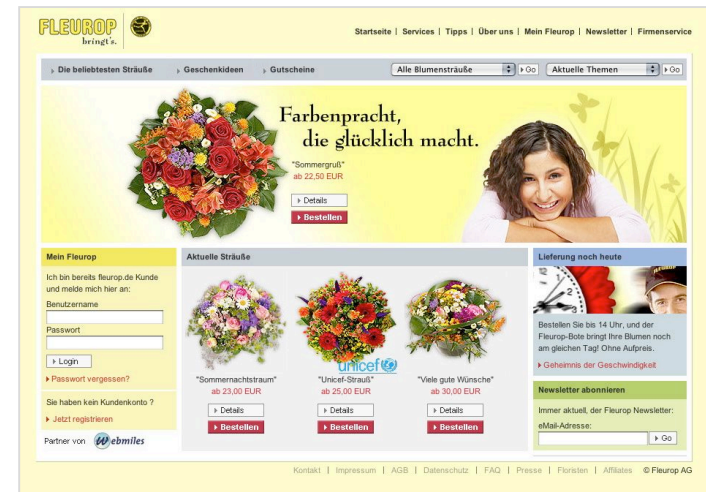
Konsumpsychologische Aspekte

Sicherheit

Vertrauensvolle Prozesse, Zugriffsgeschwindigkeit

Web 2.0 Funktionen

Soziale, collaborative und partizipatorische Funktionen



Benutzerfreundlichkeit und Sympathie

1/10

Sekunde entscheidet darüber, ob
ein Nutzer eine Webseite mag oder nicht.*

* Häusel, Wandmacher et al.

USABILITY

beschreibt die Effektivität, Effizienz und Zufriedenheit, mit der eine Website von bestimmten Online-Nutzern benutzt werden kann.*

* EN ISO 9241 Teil 10 + 11

89%

aller deutschen Websites
weisen eine mangelhafte Usability auf.*

* HS Pforzheim, 2006

**Don't
make me
think!***

* Steve Krug

03.05.2007

PROFESSOR WOLFGANG HENSELER - SYZYGY DEUTSCHLAND GMBH

25



intuitiv

bedeutet, dass sich die Website
an den natürlichen Handlungsmodellen
des Menschen (Internet-Nutzers) orientiert.

Orientierung ist wichtiger als Navigation!

Beispiel

OSIT*

beschreibt ein natürliches Verhaltensmodell,
nach dem wir Menschen Dinge kaufen.

* Prof. Henseler

OSIT

steht für:

Orientieren

Wo bin ich?

Selektieren

Was gibt es hier?

Informieren

Wie kann ich mich informieren?

Transagieren

Wie kann ich es kaufen?

Verhaltensschema

OSIT

Menschliches Verhaltensschema beim Einkaufen

1. Orientieren
2. Selektieren
3. Informieren
4. Transagieren



Verhaltensschema

OSIT

Lineare Übertragung auf den Bildschirm

Orientieren

Selektieren

Informieren

Transagieren



HUGO BOSS SHOP

ACCESSOIRES **BODYWEAR** FRAGRANCES GOLF SHOES SPORTSWEAR
TROUSERS **SHIRTS** SUITS UNDERWEAR SOCKS

PRODUCT-INFORMATION 360° PRODUKTVIEW DETAILS FASHION-GUIDE CATWALK-VIDEO

Casual Denim 75,90 \$

The sophisticated casual range consists of generously cut models with soft collar finishings.

A few models are slightly tailored, but at no cost to comfort.

Straight hems with shorter overall lengths and small side vents allow these shirts to be worn outside trousers as shirt jackets in some cases.

In general, all these shirts are conceived as additions to "sophisticated sportswear". The emphasis is on extremely natural colours and fabrics.

SELECT PRINT TELL-A-FRIEND

SHOPPING BASKET		Product	Single price	Total	PRODUCT INFO	CLEAR PRODUCT
	1	Casual Denim Shirt	75,90	75,90		

SAVE AS PERSONAL CATALOGUE CLEAR ALL CHECK-OUT

Verstehen Sie Ihre Nutzer !/?

Nutzerorientierung ist einer der wichtigsten Erfolgsfaktoren im Internet!

[Diese Seite personalisieren](#) | [Anmelden](#)

Google™
Deutschland

[Web](#) [Bilder](#) [Groups](#) [News](#) [Products](#) [Mehr »](#)

[Erweiterte Suche](#)
[Einstellungen](#)
[Sprachtools](#)

Google-Suche | Auf gut Glück!

Suche: Das Web Seiten auf Deutsch Seiten aus Deutschland

[Werbung](#) - [Unternehmensangebote](#) - [Über Google](#) - [Google.com in English](#)

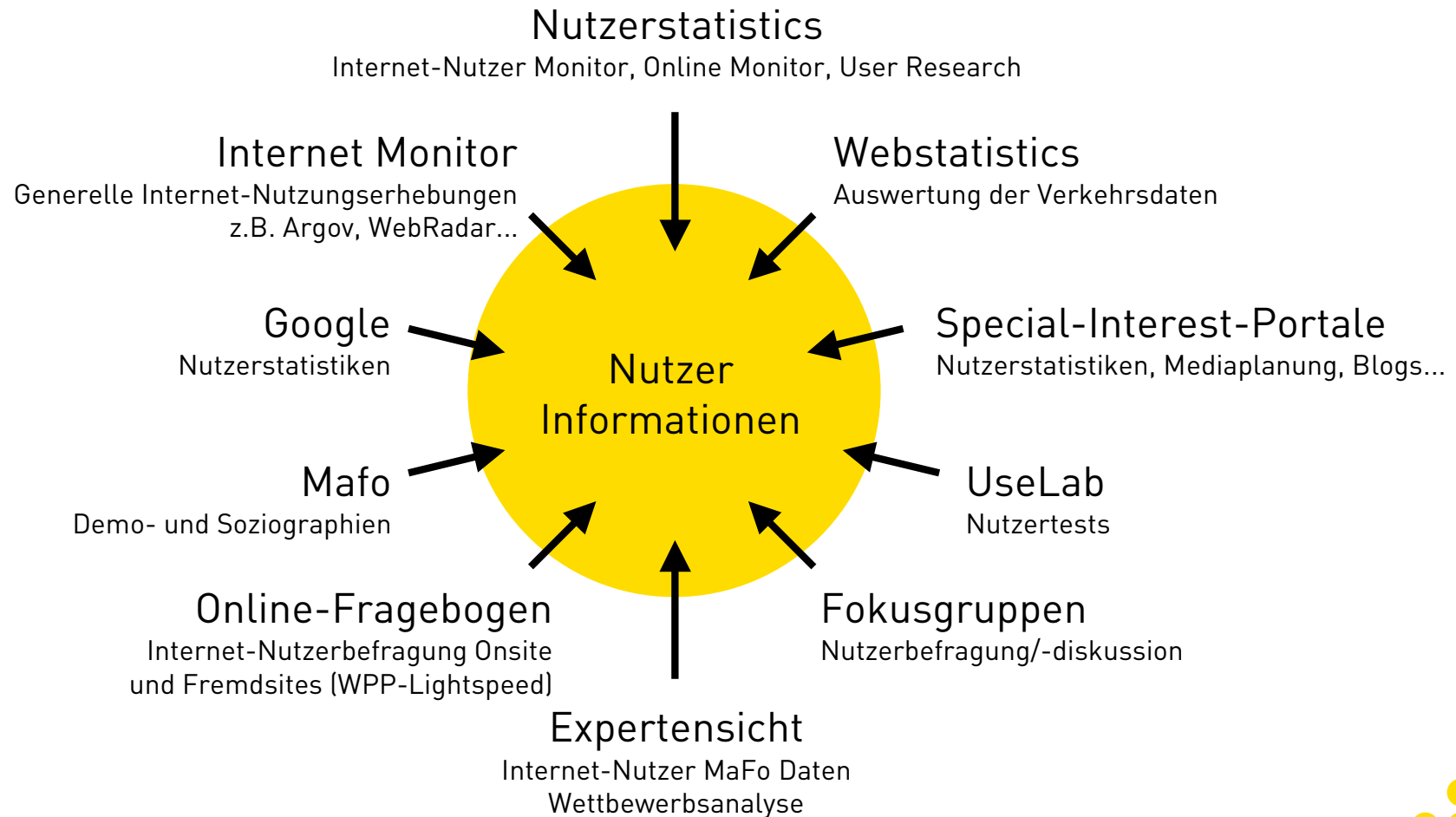
©2007 Google

Nutzerorientiert

Google bietet erst Inhalte an, wenn ein Nutzer mitteilt, was für ihn von Interesse ist.

Woher erhalte ich
Informationen über meine
Nutzer und deren
Nutzungsverhalten ?

Nutzer- und Nutzungsinformationen

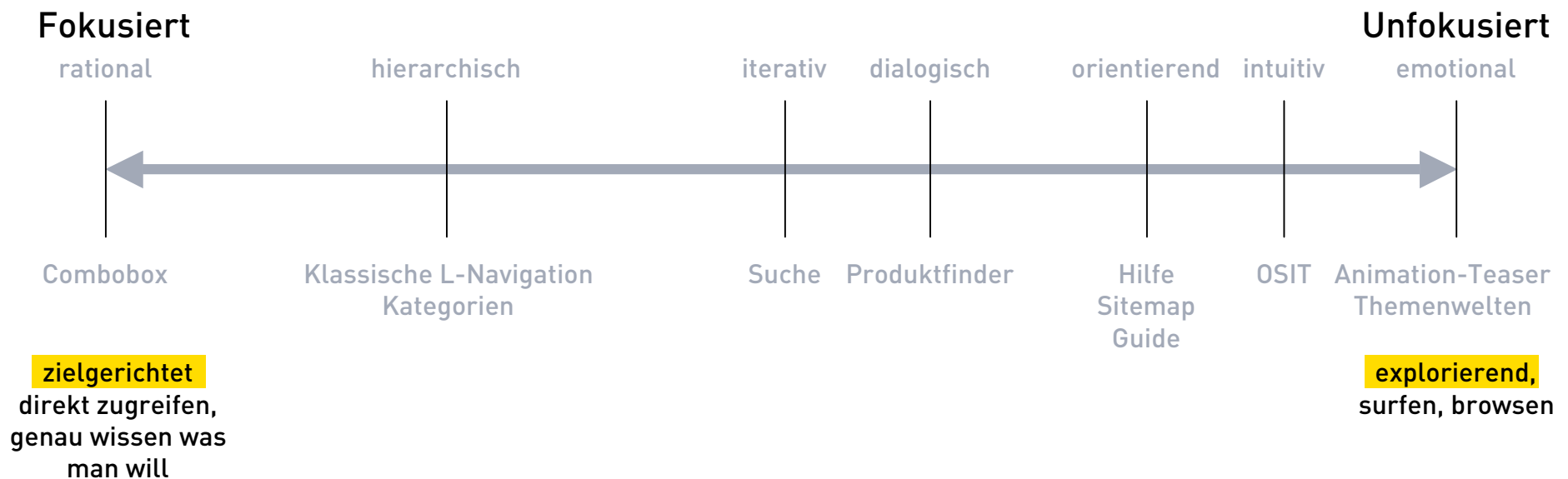


Was bedeutet Nutzer-Orientierung?

Beachten Sie:

**Nutzer-Orientierung
bedeutet,
Nutzer-gerechte
Einstiege anzubieten!**

Nutzer-orientierte Website Einstiege



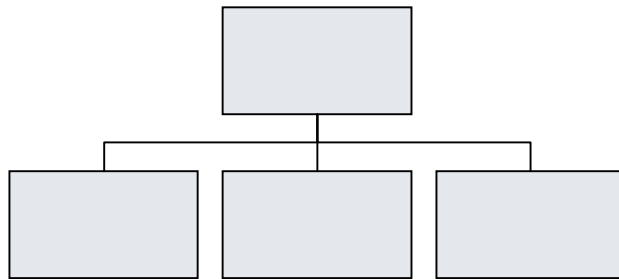
Website-Zugänge, die dem Nutzerverhalten gerecht werden

Beachten Sie:

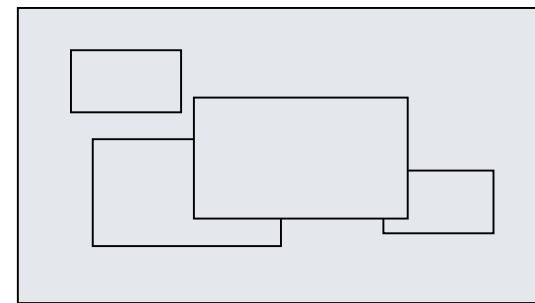
**Nutzer-Orientierung
bedeutet,
die Inhalte um die
Interessen der Nutzer
herum zu gruppieren.**

Von der Inhalts- zur Nutzer-Orientierung

Informationsarchitektur



User Experience Architektur



Webseite → **Paradigmenwechsel** → **Web-Interface**

Website-Optimierung

Was können Sie nun tun, um Ihre Website zu optimieren?

1. „Durchlaufen“ Sie Ihre eigene Website mit den Augen eines Nutzers. Achten Sie hierbei genau auf die im Vortrag angesprochenen Punkte.
2. Mappen Sie die Nutzungs-, Kauf- und Verhaltensschemata Ihrer Nutzer (hier helfen Ihnen die Web-Reporting und UseLab Daten)
3. Lassen Sie einen USABILITY⁺ Experten ihre Website bewerten (heuristische Inspektion).
4. Run a UseLab inklusive Eye-Tracking, damit Sie sehen, wohin Ihre Nutzer und Kunden schauen.
5. Führen Sie einen Workshop mit einem USABILITY⁺ Experten durch, um sich für „die andere Sichtweise“ sensibilisieren zu lassen.

USABILITY+



Übrigens, nur

4,5%

der deutschen Website Betreiber
kennen ihre eigene Website im Detail.*

* HS Pforzheim, 2006

Nutzer-Orientierung im Web



DANKE

für Ihre Aufmerksamkeit.

KONTAKT

Professor Wolfgang Henseler

e.Mail **w.henseler@syzygy.de**

Fon **0173 - 702 6197**

Syzygy Deutschland GmbH

Im Atzelnest 3

61352 Bad Homburg

