

Checkliste „Usability der Website“

Strategische Vorüberlegungen SEO

Aufgabe (optional für Zuhause)

1. Gehen Sie die Schritte mit den für diesen Arbeitsbereich verantwortlichen Mitarbeitenden, wie Personen aus der Marketingabteilung oder Internetredaktion, durch. Dazu kann es zunächst helfen, die Punkte, die zutreffen, abzuhaken.
2. Wenn Sie alle Punkte durchgegangen sind, sollten Sie die offenen Punkte betrachten und mit Ihrem Team besprechen, was an der Website optimiert werden kann.

- | | |
|---------------------------------|---------------------------------|
| 1. Nutzerschaft im Fokus | 5. Buttons, Formulare und Links |
| 2. Strukturierung einer Website | 6. Bilder und Videos |
| 3. Design | 7. Technik |
| 4. Texte | 8. Mobilfreundlichkeit |

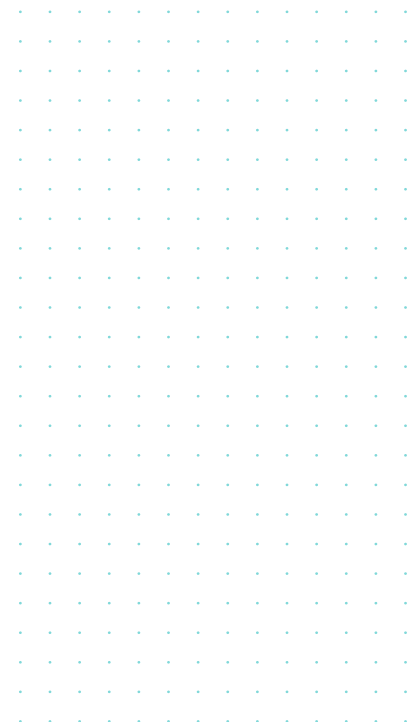
Was macht eine benutzerfreundliche Website aus?

1. Nutzerschaft im Fokus

Die Nutzerschaft einer Website ist sehr unterschiedlich. Sie hat diverse technische Voraussetzungen, kann körperliche Einschränkungen haben, oder verschiedene Sprachkenntnisse vorweisen.

Berücksichtigen Sie eine barrierefreie Gestaltung der Website, damit ermöglichen Sie auch Menschen mit den oben genannten Voraussetzungen einen angenehmen Besuch.

Denken Sie auch daran: Machen Sie die Inhalte in einer leichten Sprache einer möglichst breiten Nutzerschaft zugänglich, sodass sich möglichst viele von Ihrem Ausbildungsangebot angesprochen fühlen



2. Strukturierung einer Website

Beachten Sie beim Aufbau der Website eine logische Seitenstruktur, denn die leichte Orientierung spielt eine große Rolle bei der Usability.

Die Nutzerschaft sollte immer wissen, wo sie sich gerade befindet und wie sie zu den gewünschten Informationen navigieren kann

Für die Navigation ist eine klare Menüführung, ein logischer Aufbau der Navigationsleisten, eine eindeutige Beschriftung von Links und Buttons nötig

Die Seitenstruktur sollte inhaltlich und optisch zusammenpassen

Die Verlinkung des Logos (Link zur Startseite) bietet zusätzlich Orientierung

Eine Suchfunktion ermöglicht ein schnelles Finden

Als Faustregel gilt: Mit nur drei Klicks überall hin!

3. Design

Wenn es um die Gestaltung der Website geht, dann gibt es zahlreiche Vorgaben, die Sie in der Literatur nachlesen können. Zum Ende dieses Webinars finden Sie einige Literaturempfehlungen, da wir nicht alle Punkte durchgehen können.

Generell ist wichtig: Berücksichtigen Sie verschiedene Gestaltungsgesetze

Setzen Sie das Hauptaugenmerk auf das Wichtigste

Wählen Sie passende Farben und Schriften, so dass Sie eine stimmige Website mit angenehmer Atmosphäre zur Verfügung stellen

Verwenden Sie eine einheitliche Bildsprache, die sich durch möglichst viele Punkte auf Ihrer Website zieht: Logo, Farben, Schriftarten, Fotos. Beachten Sie unbedingt das Corporate Design des Unternehmens

Achten Sie auf ausreichend weiße informationsfreie Flächen

Heben Sie wichtige Überschriften, Zwischenüberschriften und Schlagworte hervor

4. Texte

Viele Besucher überfliegen eine Website nur und lesen nicht die Einzelheiten, nur die Schlagworte

Texte sollten deshalb gut aufbereitet sein, damit die Leserschaft schnell die gewünschten Informationen erhält

Arbeiten Sie mit Absätzen, Überschriften, Zwischenüberschriften, Auflistungen, und Farb- oder Fettmarkierungen

Berücksichtigen Sie bei der Textarbeit diverse Endgeräte und Displaygrößen

Rechtschreibung, Grammatik und Orthographie der Texte müssen stimmen

Achten Sie für die SEO darauf, dass einige Keywords immer wieder verwendet werden, ohne dass die Lesbarkeit darunter leidet. Die Textqualität sollte nicht von zu vielen Schlagworten gemindert werden

Der Text sollte einem sinnvollen Aufbau folgen: kurzer Teaser (Was erwartet die Leserschaft?) – kurze Einleitung – wesentliche Fakten des Textes im Mittelteil – am Ende kann eine kurze Zusammenfassung erfolgen (wichtigste Erkenntnisse)

Bilden Sie kurze Absätze aus wenigen Zeilen und fügen Sie alle paar Absätze eine sinnvolle Zwischenüberschrift ein. Schreiben Sie wichtige Worte fett, arbeiten Sie mit Bulletpoint-Listen, Tabellen oder eingerückten Passagen etc.

Der Text sollte leicht lesbar sein, kurze klare Sätze und keine Schachtelsätze enthalten. Ein Nebensatz pro Satz gilt als Faustregel

Nutzen Sie aktive Verben (Beispiel: „Das Unternehmen gewann einen Preis.“); Füllwörter reduzieren wie: auch, eigentlich etc.

Ständige Wortwiederholungen vermeiden, stattdessen Synonyme einsetzen

Entscheiden Sie sich für eine Anrede (duzen oder siezen?)

5. Buttons, Formulare und Links

Buttons und Links sollten als solche erkennbar dargestellt werden und eine klare Handlungsaufforderung enthalten

Gute Formulare sind möglichst kurzgehalten und fragen nur die Informationen ab, die tatsächlich nötig sind

Alle Links müssen funktionieren und alle Buttons das tun, was diese der Nutzerschaft versprechen

Kontaktmöglichkeiten, wie Kontaktformulare oder Chatfunktionen, sollten funktionieren

Überprüfen Sie die oben genannten Punkte regelmäßig auf Ihre Funktion!

6. Medien

Bilder sollten mit Bedacht ausgewählt werden, da sie häufig große Aufmerksamkeit auf sich ziehen.

Verwenden Sie eine einheitliche Bildsprache, die zum Corporate Design passt

Alle medialen Anwendungen sollten von der Nutzerschaft selbst gesteuert werden können; z. B. binden Sie einen Video-Player ein, bei dem die Person selbst bestimmen kann, wie viel sie sich anschaut

Alle Medien müssen mit Bedacht ausgewählt werden und funktionieren, wie Podcasts, Fotostrecken, Videos etc.

Beachten Sie bei der Einbindung von externen Medien, z. B. YouTube-Videos, die Nutzungsbedingungen externer Dienste und ihre Verfügbarkeit

7. Technik

Überprüfen Sie regelmäßig alle technischen Aspekte auf ihre Funktion und Aktualität, wie Links zu externen Websites

Vermeiden Sie lange Wartezeiten, z. B. durch das Laden großer Bilddateien

Von großer Bedeutung ist eine schnelle Ladezeit, denn Besucher*innen sind ungeduldig und möchten nicht länger als ein paar Sekunden warten

Wenn Fehler auftauchen oder es einen Umbau der Website gibt, informieren Sie die Nutzerschaft darüber, z. B. mit der Fehlermeldung „HTTP-Statuscode 404“

Denken Sie daran, dass die Nutzerschaft verschiedene Browser anwendet

8. Mobilfreundlichkeit

Denken Sie daran, dass vor allem junge Leute über Mobilgeräte Ihre Website besuchen. Verschaffen Sie den mobilen Nutzer*innen ein positives Weberlebnis.

Bei mobilen Besucher*innen spielt die Ladezeit eine noch größere Rolle als bei der Desktop-Nutzung, da unterwegs oft eine schwache Internetverbindung besteht und Datenvolumen eingeschränkt ist.

Sorgen Sie dafür, dass sich die Website auf alle Bildschirmgrößen anpasst

Setzen Sie möglichst auf ein responsives Webdesign: Das ist eine angepasste Website, die auf allen Geräten läuft. Üblich ist heute die Devise: mobile first oder mobile only

Mobile Websites sollten möglichst schlank programmiert sein, damit möglichst wenig Datenvolumen für das Laden der Website benötigt wird

Texte müssen gut lesbar sein

Links sollten sich klicken lassen