

User-Experience

Stand: 01.08.2022

Der Begriff User-Experience (UX) – zu Deutsch das Nutzererlebnis – beschreibt im Bereich [Online-Marketing](#) **die Erfahrung, die ein Besucher bei der Nutzung einer Software, Website oder App macht.**

Darunter fallen demnach alle Aspekte, die diese beeinflussen: von der allgemeinen Funktionalität über den Aufbau bis hin zur visuellen Aufbereitung. Zu einer guten User-Experience gehört also nicht nur der Vorteil, den die Anwendung dem Nutzer bringt, sondern auch eine intuitive Struktur mit einer optisch ansprechenden Darstellung.

Um den User so lange wie möglich auf einer Website oder in einer App und Software zu halten, **spielt die User-Experience eine entscheidende Rolle bei der Gestaltung der Page.** Gleichzeitig zählt sie zu den wichtigen [Rankingfaktoren](#) der verschiedenen [Suchmaschinen](#).

Abseits des Online-Marketings wird der Begriff für Produkte, Gebäude oder andere Dienstleistungen verwendet, um die Nutzbarkeit zu bewerten. Je besser diese ist, desto wahrscheinlicher, höher und intensiver fällt der Gebrauch der Besucher aus.

Welche Aspekte gehören zur User-Experience?

Zuallererst hängt die User-Experience stark von den bisherigen Erlebnissen der Nutzer ab – beispielsweise durch den Besuch anderer Websites oder die Nutzung vergleichbarer Anwendungen. **Daraus ergeben sich direkt verknüpfte Erwartungen an die Seite, Software oder App.** Die Erfahrungen der User gehören zu den individuellen Kriterien, zu denen unter anderem auch Alter, Geschlecht und kultureller Hintergrund zählen. Viele dieser persönlichen Merkmale beeinflussen sich dabei gegenseitig. Daher ist es bei der [Erstellung einer Website](#) oder App unerlässlich, sich an den Bedürfnissen der jeweiligen [Zielgruppen](#) zu orientieren.

Anhand dieser wird eine fiktive, aber konkrete [Persona](#) mit bestimmten Erfahrungen im Online-Bereich, Interessen, Abneigungen und Vorlieben erstellt. **Ein optimiertes Nutzererlebnis entspricht dann den entsprechenden Eigenschaften der User-Persönlichkeit.**

Darüber hinaus nehmen zahlreiche weitere Merkmale einen Einfluss auf die User-Experience. Zu den wichtigsten gehören die Ansprüche an die Funktionalität der Anwendung und der zugrunde liegende Aufbau, weshalb sich dieser Beitrag auf diese fokussiert. Zur Vereinfachung beschreiben wir außerdem nur die Darstellung einer Website näher.

Erwartungen an die Funktionalität und den Aufbau einer Website

Je nach Art der Website, Zielgruppe und Nutzungszweck haben die User unterschiedliche Ansprüche an Inhalt, Aufbau und Funktionalität. Um diesen gerecht zu werden, lohnt sich ein Vergleich mit gut rankenden Wettbewerbsseiten. Wichtiger ist aber eine detaillierte Zielgruppenanalyse hinsichtlich der:

- Nutzungszwecke,

- Anwendungskontexte,
- Navigationsvorlieben,
- ästhetischen Präferenzen,
- durchschnittlichen Wahrnehmungskurve der Augen,
- kulturellen Eigenheiten und
- Erfahrungswerte durch ähnliche Websites.

Funktionalität

Die Funktionalität einer Website ist ein fundamentaler Faktor für die User-Experience. Das heißt, **dass mindestens die Merkmale vorhanden und funktionsfähig sein müssen, die dem Zweck der Page dienen**. Von einem Online-Shop erwarten die Besucher beispielsweise einen deutlich höheren Leistungsumfang als von einer klassischen Informationsseite. Zahlreiche Filterfunktionen ermöglichen eine gezielte Suche, sodass der Kunde schnell das passende Produkt findet. Weiter gehören gewisse Produktinformationen und Bilder zu den grundlegenden Voraussetzungen. Die sogenannten *Entdecker* freuen sich allerdings auch über eine *Alles-Kategorie*, die sie gern ausgiebig durchstöbern.

Andererseits können sich zu viele Navigationsmöglichkeiten negativ auf die User-Experience auswirken. Es gilt also, minimale Ausstattungsmerkmale und attraktive Zusätze zu implementieren – Unnötiges oder gar Störendes sollte hingegen entfernt werden.

Darüber hinaus erhoffen sich die Nutzer eine effektive und effiziente Seite. Sie muss daher schnell und vollständig laden, auf Klicks reagieren und sich an alle gängigen Browser und Endgeräte automatisch anpassen.

Aufbau

Zum Aufbau einer Website gehört einerseits die Informationsstruktur und andererseits die Bedienbarkeit. Im Allgemeinen gilt: **Der User-Intent, also der Besuchsgrund des Users, muss direkt sicht- und erreichbar sein.** Für den Online-Shop sind es die Top-Seller-Produkte, auf einer Nachrichtenseite stehen hingegen die neuesten Meldungen im Fokus. Denn findet der Nutzer die gesuchten Inhalte nur schwer oder gar nicht, bricht er den Besuch in der Regel schnell wieder ab.

Bei der [Usability-Landingpage-Optimierung](#) geht es aber auch darum, dem User eine intuitive, unkomplizierte Nutzbarkeit zu bieten. Dazu gehört **ein logisch strukturiertes Menü**, ein Footer mit Unternehmensinformationen und Kontaktmöglichkeiten sowie ein sinnvoller Webseitenaufbau.

Die User-Experience im Bereich der Suchmaschinenoptimierung

Je besser die Besucher die User-Experience bewerten, desto länger verweilen sie auf der Website und desto mehr interagieren sie damit: Klicks, Kommentare, Käufe, Anmeldungen und Empfehlungen steigen. Das wirkt sich wiederum positiv auf das Suchmaschinenranking aus. Aus diesem Grund ist es unerlässlich, die Erwartungen der Zielgruppe an den Inhalt, die Gestaltung, die Funktionen, die grundlegende Struktur und die Handhabe zu erfüllen. Und das gelingt im Bereich der Suchmaschinenoptimierung (SEO) am besten mit einer Anpassung der User-Experience.

Gleichzeitig zählen Faktoren der Funktionalität und des Aufbaus selbst zu den

Löwenstark Digital Group GmbH

Geschäftsführung: Hartmut Deiwick • Gerichtsstand: AG Braunschweig • Registernummer: HRB 205088 • Ust-IdNr.: DE 250 332 694 • St.-Nr.: 14/201/16808

Bankverbindung: Volksbank Braunschweig • IBAN: DE61 2699 1066 185 2167 000 • BIC: GENODEF1WOB

Rankingfaktoren für die Suchmaschinen - eine Verbesserung hat demnach automatisch positive Auswirkungen.

So optimieren Sie die User-Experience Ihrer Website effektiv

Bevor Sie mit der Webseitenentwicklung starten, gilt es, einige Punkte zu überprüfen. Das sind unter anderem:

- die Performance-Zahlen Ihrer Website,
- die Performance-Zahlen der wichtigsten Konkurrenz-Websites,
- das Feedback Ihrer Bestandskunden und
- die Ansprüche der Hauptzielgruppe.

Dabei geht es darum, den Istzustand gründlich zu analysieren und die möglichen Gründe für die ungenügende User-Experience zu identifizieren. **Kritisch sind vor allem die Stellen, an denen die Nutzer den Besuch abbrechen.** Prüfen Sie auch, wie sich der Interaktionsgrad auf den einzelnen Pages verhält.

Sie selbst kennen sich häufig sehr gut in der Struktur Ihrer Website und mit den verschiedenen Funktionen aus. **Daher zeigt es sich oft hilfreich, die Seite von einem unabhängigen Experten auswerten zu lassen,** dem sie überhaupt nicht vertraut ist. So erhalten Sie eine objektive Rückmeldung zur User-Experience bezogen auf den Inhalt, die Funktionalität, den Aufbau und die Bedienbarkeit inklusive hochwertiger Verbesserungsvorschläge.