

User-Experience (UX)

Was bedeutet User-Experience (UX)?

User-Experience bezeichnet die Gesamtheit der Eindrücke eines Nutzers beim Einsetzen, Benutzen, Besuchen oder Anwenden eines Produktes, einer App, einer Webseite oder einer Software.

Das bedeutet, dass sich eine gute User-Experience aus mehreren Faktoren zusammensetzt. Einfluss auf die User-Experience nehmen neben der eigenen Erwartung an die Funktionalität auch die Nützlichkeit, Informationsstruktur und Visualität.

Als User-Experience würde man im Deutschen das Nutzungserlebnis oder **Nutzererlebnis** bezeichnen. Ursprünglich ging es bei dieser Bezeichnung um Produkte in ihrer Anwendung oder Gebäude in ihrer **sinnvollen Nutzbarkeit**. Inzwischen ist die **User-Experience (UX)** ein wichtiges Kriterium bei der Gestaltung von Webseiten, Apps und Software.

Welche Faktoren beeinflussen die User-Experience?

Die User-Experience ist eine individuelle Angelegenheit, da sie auf dem eigenen Erfahrungsniveau genauso basiert wie u.a. auf dem persönlichen kulturellen Hintergrund. In der Regel nimmt man, um eine Webseite für eine bessere User-Experience zu optimieren, eine bestimmte [Persona](#) an, also eine fiktive, jedoch genau definierte User-Persönlichkeit, auf die hin die User-Experience anpasst wird.

Schon beim ersten Faktor, welche die User-Experience beeinflusst, wird klar, warum diese Vereinfachung nötig ist.

Der Übersichtlichkeit halber werden wir die User-Experience am Beispiel einer Webseite betrachten. Zudem betrachten wir nur drei von vielen Aspekten, die per Definition auf die User-Experience eines Menschen Einfluss nimmt.

Faktoren für das Nutzererlebnis: Erwartung

Die erste Frage, die man beantworten muss, ist die nach der Erwartung des Users an die Webseite.

Welche Funktionen, Informationen und Orientierungsmöglichkeiten setzt der User dringend voraus, welche wären eher störend? Was ist in führenden, vergleichbaren Webseiten Minimum-Funktion und Information, was sind interessante, zusätzliche Erweiterungen, die vom User positiv angenommen werden?

Beispiel:

Nimmt man zum Beispiel einen Online-Shop, kann der User sehr viele Filterfunktionen erwarten. Dank dieser kann er möglichst genau und leicht zu einem spezifischen Produkt gelangen.

Anders ist die Lage bei einer anderen Zielgruppe. Sind die Mehrheit der Nutzer vom Kaufverhalten eher „Entdecker“, sind auch die Erwartungen anders. Diese Zielgruppe, welche gern online „stöbert“, könnte eine Einrichtung des Angebots mit vielen Filtern eher enttäuschen und abschrecken.

Zur Erwartung gehören auch ein Minimalmaß an Informationen etwa Produktname, Preis, Verfügbarkeit in einem Onlineshop oder auch Farbwahl, Bilderungen und Aufbau von Webseiten.

Zu prüfende Punkte, welche Einfluss auf das Nutzererlebnis nehmen können (Bereich Erwartung)

- kulturelle Bedingungen (Schreibrichtung, Farben, Bildsprache, Symbolik)
- Nutzungskontext (Beruflich? Privat? Unterwegs? Am Desktop-PC?)
- Ziel der Webseite (Informieren? Verkaufen? Image?)
- Positionierungen, Größen von Bestandteilen der Webseite (Footer unten, Button beim Produkt ...)
- Mehrwert der Webseite
- Weitere User-spezifische Erwartungen

Neben den Erwartungen an Aufbau und Ästhetik, welche die Zielgruppe an eine Webseite stellt, können zudem persönliche Vorlieben und Erfahrungswerte hinzukommen, welche das Nutzererlebnis beeinflussen.

Je besser die Erwartungshaltung des anvisierten Zielusers in Inhalt, Funktionen, Bedienbarkeit, Gestaltung und Struktur getroffen wird, desto besser wird er auch die User-Experience bewerten. Dieser Aspekt wirkt sich dann auch auf das Verhalten der Zielgruppe in Hinblick auf die Nutzung, die Erfahrung und Intensität der Interaktion aus.

Funktionalität als zweiter Faktor für UX

Die Funktionalität einer Webseite ist ein weiterer wichtiger Faktor, der auf die User-Experience einwirkt. So müssen gelernte Kausalitäten genauso abgebildet sein wie eine effektive und effiziente Nutzung der Seite. Ein User erwartet zum Beispiel, dass eine Webseite schnell und vollständig lädt, das beim Auslösen eines Formulars eine Erfolgsmeldung erscheint oder ein unterstrichenes Wort auch verlinkt ist.

Sehr wichtig sind Usern, die mit mobilen Endgeräten im Internet unterwegs sind, außerdem die Ladezeit und Nutzbarkeit von Webseiten. Das hat unter anderem auch Google erkannt und indexiert [mobile-first](#).

Auch die Anzeige von Webseiten in unterschiedlichen Browsern auf smarten Endgeräten und dergleichen mehr sollte gut funktionieren für eine gute User-Experience.

Insgesamt sollte die Bedienbarkeit der Webseite möglichst intuitiv, schnell, unkompliziert und logisch sein. Diese Voraussetzungen führen zu einem positiven Nutzererlebnis.

Die Informationsstruktur der Webseite

Wichtig neben der Bedienbarkeit und dem visuellen Erscheinungsbild ist zudem die Informationsstruktur. So lapidar es klingen mag: Wichtiges muss sehr leicht und auf direktem Weg erreichbar sein. Dabei richtet sich die Bewertung aber nach dem [User-Intent](#), also dem Grund des Webseiten-Besuchs. So wird die User-Experience eines Informationssuchenden auf einer reinen Image-Landingpage vermutlich eher negativ ausfallen.

Hingegen kann man bei einem Kaufinteressenten bei entsprechenden Anpassungen in Design, Usability und Informationsstruktur auf einem Onlineshop ein positives Nutzererlebnis erreichen.

Auch an welcher Stelle welche Informationen zu finden sind, zählt in das Nutzererlebnis ein. Findet nämlich ein Besucher nur schwer zu den gesuchten Informationen oder gar nicht, wird er vermutlich den



Websitebesuch abrechnen und seine Kaufentscheidung an anderer Stelle treffen. Deshalb zählen zum Beispiel auch eine sinnvolle Menüstruktur und Aufteilung der Website zu den wichtigen Faktoren einer positiven User-Experience.

SEO-Küche Internet Marketing GmbH & Co. KG
Fraunhoferstr. 6, 83059 Kolbermoor
Telefon 08031 / 2575-100
Telefax 08031 / 2575-101
E-Mail: info@seo-kueche.de

SEO-Küche Internet Marketing GmbH & Co. KG,
HRA 11167 AG Traunstein
pers. Haftende Gesellschafterin:
SEO-Küche Verwaltungs GmbH, Kolbermoor, HRB
22414 AG Traunstein
Geschäftsführer: Christian Brunnenmayer, Patrick Keller,
Oliver Lindner
Ust-IdNr.: DE 286 985 708, Steuer Nr.
156/174/08500

HypoVereinsbank
IBAN DE45 700202700015260147
BIC HYVEDEMMXXX

Auf einen Blick:

USER-EXPERIENCE / SEO- (RANKING)

User-Experience

SEO- (Ranking)



Verschiedene Faktoren zahlen positiv auf die User-Experience UND die SEO-Optimierung ein!

SEO-Küche Internet Marketing GmbH & Co. KG | Fraunhoferstraße 6 | 83059 Kolbermoor |
Telefon: 08031/2575-100 | www.seo-kueche.de

Ist User-Experience ein SEO-Ranking-Faktor?

Da das Nutzererlebnis auf einer Website auch das Verhalten des Users beeinflusst, gilt die Optimierung der User-Experience als sinnvolle Maßnahme, um bessere Rankings in den Suchmaschinen zu erhalten.

Denn wenn die User-Experience des Besuchers positiv ist, werden sich automatisch Rankingfaktoren wie Aufenthaltsdauer, Klicks, Scrolltiefe aber auch Interaktionen wie Käufe oder Anmeldungen in Formularen/Shops u.ä. positiv entwickeln. Zudem sind Faktoren wie etwa Ladezeiten und Mobilfähigkeit sowohl ein Rankingfaktor als auch ein Faktor für eine gute User-Experience.

Tatsächlich bietet Google selbst als große Suchmaschine auch UX-Playbooks für thematisch unterschiedlich gelagerte Webseiten an und es ist zu vermuten, dass diese Empfehlungen sich auch auf die SEO-Rankings auswirken.

[Hier gehts zum UX-Playbook für Online-Shops!](#)

Wie kann ich die User-Experience auf meiner Website optimieren?

Prüfen Sie möglichst kritisch die Performance-Zahlen ihrer Webseite. Wo sind Punkte, an denen die Nutzung der Zielgruppe aufhört? Überprüfen Sie die Informationsstruktur und Usability ihrer Webpräsentation gründlich. Lassen Sie diese Überprüfung gern auch von einem Mensch machen, der Ihre Seite noch nicht kennt und lassen Sie sich ehrlich die Erfahrungen in Hinblick auf Gestaltung, Usability und Interaktion schildern. Punkte, die nicht gut ankommen, sind ein Start zum Optimieren der User-Experience.

Hier gehts zu unserem passenden PODCAST zum Thema "[Keyperformance Werte](#)"

Unser erfahrenes Team im Bereich [Webdesign](#), [Onpage](#) und [Conversion-Rate-Optimierung](#) unterstützt sie gern kompetent bei Ihren Anpassungen.