

Inhalt

Einleitung	15
Teil I: Bedienkomfort	27
Gebot 1 Webseiten müssen funktional sein	29
Die drei Schlüssel zur Funktionalität	30
Schaltflächen und Links müssen funktionieren	31
Browserkriege und Hardwarekämpfe	32
Finger weg von der Startseite – Formulare sind wichtig.	33
Die vier Schlüssel zum Erstellen von funktionalen Formularen	34
Pflichtfelder	35
Formularregeln und Unternehmensbelange	36
Ineinandergreifende Formulare	37
Anweisungen und Funktionalität	38
Navigation: Die Leute dorthinbringen, wo sie hin wollen	40
Mein nerviger neuer Fernseher	40
Ziele erkennen und verfolgen	41
Eine wahre Geschichte über ein Märchen	42
Funktionalität kann sich im Laufe der Zeit verändern	44
Eine Beschwerde ist ein Geschenk	45
Gebot 2 Webseiten müssen responsiv sein	53
Der Mythos der wechselseitigen Kommunikation	53
Die drei herkömmlichen Schlüssel zu Responsivität	54
Ein vierter Schlüssel: »Responsives Design«.	55
Mein Computer ignoriert mich	58
Angst, Unsicherheit, Zweifel	59
Umwandlungseffekte näher betrachtet	60
Umwandlungseffekte und physische Objekte	64
Antwortmechanismen in der Onlineumgebung.	65
Antwortmechanismen und physische Objekte	66

Gebot 3	Webseiten müssen ergonomisch sein	71
	Henry Dreyfuss: Die Einführung der Ergonomie in das Industriedesign	71
	Schaltflächen und Links: Je größer, desto besser	74
	Millisekunden zählen	76
	Die Wissenschaft ins Spiel bringen	77
	Das erste Wort nach dem Aufzählungszeichen	78
	Die »Tab«-Taste und andere Tastenkürzel	81
	Platz und Raum schaffen	83
	Gehen Sie zurück auf Los	84
	Arbeitsabläufe verbessern	84
	Eric und die Steuerbehörde	85
	Die »stummen Saalordner«	86
Gebot 4	Webseiten müssen bequem nutzbar sein	91
	Unbequemlichkeit positiv verpacken	92
	Eric's Rat bei Liebeskummer	94
	Multimodale Erfahrungen	94
	Abläufe ändern	95
	Warum ich meine Bank nicht anrufen mag	96
	Umgebung wechseln	98
	Von online zu offline wechseln	99
	Ungewohnte Situationen betonen den Komfort	100
	Fiktive Benutzer und andere Hilfsmittel	102
	Kontext ist das Königreich	103
	Alles in Reichweite, was man so braucht	105
	Drei Klicks und weg ist der Benutzer	107
Gebot 5	Webseiten müssen idiotensicher sein	113
	Drei Schlüssel zur Fehlervermeidung	113
	Benutzer sind vergesslich – erinnern Sie sie	114
	Etwas stimmt nicht – geben Sie eine Warnung aus	115
	Vorsicht vor Abstumpfung	117
	Zwingen Sie die Leute zu ihrem Glück	118
	Die Gefahr von Personalisierung	119
	Magische Redundanz	120
	Nützliche Fehlermeldungen schreiben	121
	Bessere Entscheidungen treffen	123
	Tipp- und Eingabefehler verzeihen	124
	Benutzer lesen keine Anleitungen	125
	Nichts auswendig lernen müssen	127

Das Offensichtliche beim Namen nennen	128
Zum einen Ohr hinein, zum anderen wieder hinaus	129
Physische Abschreckungsmittel	130

Teil II: Eleganz und Klarheit **139**

Gebot 6 Wichtige Seitenelemente müssen sichtbar sein **141**

Vier Wege, Dinge unsichtbar zu machen.	142
Der mysteriöse »Falz«	144
Die Leute blättern sehr wohl.	146
Warum lässt sich der Falz nicht eindeutig lokalisieren?	147
Wenn der Falz wichtig wird	148
Wenn der Falz unwichtig wird.	151
Blätter-freundliche Seiten kreieren	152
Vermeintlich blätter-freundliche Seiten	153
Blättern, Menülänge und Handys	154
Inhalte dürfen nicht wie Werbung aussehen	155
USATODAY.com und Bannerblindheit	155
Ich muss leider draußen bleiben	157
Eric's Fahrstuhltest.	159
Sherlock, Edward, Don und Chi	161

Gebot 7 Webseiten müssen verständlich sein **167**

Um was geht es bei »gemeinsame Grundlage«?.	167
Ein Wort über Wörter.	168
Eric's Glühbirnentest	169
Fünf Schlüssel zum Herstellen einer gemeinsamen Grundlage.	171
Komfortzone einrichten.	173
Sagen Sie, was Sie zu sagen haben.	174
Fotos und andere visuelle Hilfen	175
Schaltflächen, Symbole und andere Unruhestifter	178
So groß wie ein Brotkasten	179
Die Sonne geht im World Wide Web nie unter	181
Audio und Video.	183

Gebot 8 Webseiten müssen logisch sein **187**

Drei Formen des logischen Denkens	187
Das magische Wort »warum«	188
Funktionalität und Logik	188
Responsivität und Logik.	189

Ergonomie und Logik	189
Bequemlichkeit und Logik	190
Zuverlässigkeit und Logik.	191
Designdissonanzen.	192
Use Cases – Anwendungsfälle.	194
Lineare Prozesse.	196
Gebot 9 Webseiten müssen konsistent sein	201
Einspruch!	201
Von Synonymen betört	201
Die Dinge homogen halten	202
Retroduktives Denken – auf ein Neues	204
Standardisierung fördert Konsistenz	206
Konsistenz ist keine Selbstverständlichkeit	207
Ein Knopf – eine Funktion.	210
Ein Symbol – eine Funktion	212
Ein Objekt – eine Funktion	212
Gebot 10 Webseiten müssen vorhersehbar sein	219
Sechs Wege zu einer besseren Vorhersehbarkeit	220
Zu wissen, was einen erwartet.	221
Branding, Kundenzufriedenheit und Erwartungen	222
Erwartungshaltungen schaffen	223
Anleitungen, die nie gelesen werden	224
Sagen, was erwartet wird	225
Wie viele Schritte muss ich gehen?	226
Was mache ich eigentlich gerade?.	228
Dinge dort positionieren, wo sie erwartet werden	230
Warnung vor nicht sichtbaren Gegebenheiten	232
Wie geht es weiter?	239
Usability in Zehnerschritten	239
»Laut-Nachdenken-Usability-Test«.	240
Usability als Teil des Geschäftsszenarios	241
Neu oder innovativ	243
Ein Unglück hat selten nur eine Ursache	245
Keine Schlussfolgerung auf der Basis eines einzelnen Ereignisses	246

Bibliographie	249
Index	255
Lobreden auf dieses Buch	261