

Praxistest: Usability-Analyse einer Website anhand von 232 Fragen

Anbei findest du **232 Fragen**, anhand derer du die **Gesamt-Performance** deiner Website im Bereich **Usability** analysieren und messen kannst. Alle Punkte orientieren sich dabei stark an den Fragestellungen einer typischen Landing-Page-Optimierung. Das sind viele Fragen, aber nur so bekommst du ein **vollumfängliches Bild** der Usability deiner Website. Führe diese Analyse auch **unbedingt mit Probanden deiner Zielgruppe** durch, um ein "objektives" Meinungsbild deiner Zielgruppe zu erhalten.

Dabei werden Bewertungen in den folgenden **neun Kategorien** vergeben:

- 1. Homepage**
- 2. Zielerreichung und Funktionalität**
- 3. Navigation und Architektur**
- 4. Formulare und Dateneingabe**
- 5. Vertrauen und Glaubwürdigkeit**
- 6. Text und Content-Qualität**
- 7. Layout und Visuelles Design**
- 8. Suche und Suchfunktion**
- 9. Hilfe, Feedback und Fehlertoleranz**

Vergib dabei einfach eine **Wertung** für jedes Checklisten-Element bzw. jede Frage:

-1 (entspricht nicht der Richtlinie bzw. Optimierungspotenzial)

+1 (entspricht der Richtlinie bzw. ist gut auf der Website umgesetzt) oder

0 (neutral)

Ist ein Checklisten-Element nicht relevant, lass es leer. Jede Kategorie hat dabei eine **maximal erreichbare Punktzahl**, die du in der Headline jeder Kategorie findest.

Nach der Bearbeitung aller Fragen zählst du einfach die einzelnen Wertungen pro Kategorie zusammen und erhältst ein Gesamtergebnis pro Kategorie, dass dir aufzeigt, wo dringender Handlungsbedarf gegeben ist. Bereit? **Und los geht's!**

Homepage (20 Punkte)

Nr.	Checklisten-Element	Wertung
1	Die Elemente der Homepage fokussieren sich eindeutig auf die Hauptaufgaben und Ziele des Users (keine "featuritis")	
2	Die Homepage beantwortet folgende Fragen: "Wer bin ich?" "Was tue ich?" "Wie kann ich dir helfen?" "Warum solltest du zu mir?"	
3	Die "Value Proposition" wird klar und so früh wie möglich auf der Homepage dargestellt (z. B. mit einer kurzen, markanten Zeile oder einem "welcome blurb")	
4	Die Value Proposition ist für User verständlich und gibt den Kern und die "Seele" des Unternehmens wieder (z. B. Geberit: "Wasser ist unser Element")	
5	Die Homepage enthält eine gut sichtbare Suchfunktion	
6	(Produkt-)Kategorien sind enthalten und klar erkennbar (z. B. Menüreiter mit klar verständlicher Namensgebung)	
7	Nützlicher Content wird prominent präsentiert und ist mit max. einem Klick erreichbar	
8	Die Homepage enthält alle relevanten Themen der gesamten Website	
9	Links auf der Homepage beginnen mit den relevantesten Keywords und leiten den User durch die Website	
10	Der neueste Content wird auf der Homepage gefeatured, mit Verlinkung auf die jeweilige Unterseite/Blog	
11	Navigationsbereiche auf der Homepage sind nicht "überformattiert" und werden nicht für Werbung gehalten	
12	Die Homepage enthält aussagekräftige Bilder, kein Clip-Art o. ä.	
13	Die Navigationspunkte sind logisch geordnet, beginnend mit dem wichtigsten (z. B. Produkte als erstes, Unternehmen als letztes)	
14	Der Titel der Homepage garantiert gute Sichtbarkeit und ist keywordoptimiert (z. B. nicht "Pizzeria XYZ", sondern "Pizzeria XYZ Die großartigste Pizzeria in Bayreuth")	
15	Die Unternehmensinformationen werden zentral in einem Navigationspunkt gebündelt (z. B. "Unternehmen" oder "Über uns")	
16	Neue User werden beim ersten Besuch der Homepage sofort an die Hand genommen und geleitet	
17	Die Website hat eine einprägsame URL	
18	Die Homepage ist professionell designed und macht einen positiven, ersten Eindruck	
19	Das Design der Homepage regt den User zum weiterklicken an	
20	Die Homepage sieht auch nach einer Homepage aus. Es gibt keine Konfusion mit Seiten	
Gesamtwertung		/ 20

Zielerreichung und Funktionalität (43 Punkte)

Nr.	Checklisten-Element	Wertung
21	Die Website ist frei von irrelevanten, unnötigen und verwirrenden Informationen	
22	Keine exzessive Nutzung von Skripten, Applets, Videos, Audio, Grafiken und Bildern (Ladezeit!)	

23	Keine unnötigen Registrierungen auf der Website (ausgenommen Content-Marketing)	
24	Der "kritische Pfad" (z. B. Kauf, Anmeldung, Download eines White-Papers etc.) ist klar dargestellt, ohne Ablenkungen auf dem Weg dorthin	
25	Informationen werden in einfacher, natürlicher und logischer Weise präsentiert	
26	Die Anzahl an Schritten/Unterseiten etc. auf dem Weg zum "Ziel" ist minimal	
27	Die Website benötigt wenig Scrolling und Klicks	
28	Die Website zeigt dem User den korrekten Weg auf und animiert ihn dazu, eine der Zielerreichung förderlichen Aktion durchzuführen (z. B. CTA-Buttons, große Headlines)	
29	Wenn Grafiken/Statistiken gezeigt werden, hat der User den Zugang zu den gezeigten Daten?	
30	Der User wird aktiv bei der Zielerreichung unterstützt (z. B. automatisierte Vorgänge, Händlersuche etc.)	
31	User können gewöhnliche Ziele und Aufgaben schnell erreichen und erfüllen	
32	Produkte/Dienstleistungen können schnell und einfach verglichen werden	
33	Die Zielerreichungs-Sequenz passt zu den vom User gewohnten Prozessen/Schritten (Überspitztes Bsp.: "Pizza bestellen via Brieftaube?! Ich will einfach anrufen können!")	
34	Die Website erleichtert dem User das Leben/die Arbeit und macht ihn schneller/besser	
35	Die wichtigsten und meist frequentierten Inhalte, Features und Funktionen befinden sich weit oben und zentral auf der Seite, nicht in Randbereichen oder versteckt	
36	Der User muss Informationen höchstens einmal eingeben	
37	Das Eintippen (z. B. während eines Einkaufs) ist auf das Minimum reduziert, mit Beschleunigern ("one-click") für wiederkehrende User	
38	Der Pfad für jegliche Interaktion/Aufgabe besteht aus möglichst wenig Klicks (1-4 Klicks max.)	
39	Die Website zeigt bei einer Aufgabe/einem Prozess plakativ die notwendigen Schritte an und in welchem Schritt der User sich derzeit befindet	
40	Der Preis ist immer klar und deutlich neben einem Produkt dargestellt	
41	Der Datenschutz und das Impressum der Website sind leicht zu finden und leicht verständlich. Sie enthalten alle nötigen Informationen und sind DSGVO-konform.	
42	User müssen sich auf Ihrer Reise durch die Website keine Informationen merken	
43	Metaphern oder spezielle Termini sind für den User leicht verständlich	
44	Datenformate folgen (kulturell) gebräuchlichen Konventionen (z.B. Meilen in US)	
45	Details von Software-internen Abläufen/Konfigurationen sind für den User nicht einsehbar	
46	Die Website ist auch für unerfahrene User gut bedienbar	

47	Die Website ist für den User einfach zu erkunden und zwingt dem User kein Commitment auf (z. B. erzwungene Registrierung)	
48	Ein erstmaliger User kann die gängigsten Aufgaben/Funktionen ohne Anleitung erledigen/nutzen	
49	Wiederkehrende User können sich an bereits erledigte Aufgaben/genutzte Features erinnern	
50	Die Funktionalität von neuartigen Features ist einfach und eingänglich	
51	Im Warenkorb befindet sich oben und unten ein gut sichtbarer "Zur Kasse"-Button	
52	Wichtige Calls-to-action, wie z. B. 'Zum Warenkorb hinzufügen', sind gut sichtbar und heben sich farblich ab	
53	CTA-Buttons (wie z. B. "Senden") werden immer nur durch den User aufgerufen, nicht automatisiert durch das System nach letzter Eingabe eines Feldes	
54	CTAs werden immer als Buttons präsentiert, nicht z. B. als Hyperlinks	
55	Der User kann nach Abbruch eines Prozesses (z. B. Checkout) später wieder zum Abbruch-Prozessschritt zurückkehren	
56	Webpages mit vielen Informationen sind sortier- und filterbar	
57	Ein Bild mit einem CTA oder ein Icon ist immer relevant für das Thema/Funktion/Aufgabe/Ziel	
58	Die Website benachrichtigt den User vor einem Logout. Der Timeout ist angemessen	
59	Ungewollte Features (z. B. Flash-Animationen) können gestoppt oder übersprungen werden	
60	Die Website ist robust und alle Key-Features funktionieren	
61	Die Website unterstützt sowohl neue als auch Profi-User durch verschiedene Erklär-Level (z. B. FAQ für Endkunden, Profibereich für Experten)	
62	Die Website erlaubt die Editierung von Objekten, Aktionen oder Namen im Interface (z. B. Änderung der Lieferadresse)	
63	Die Website erlaubt dem User die Festlegung von operationalen Parametern (z. B. Zeit bis zum automatischen Logout)	
Gesamtwertung		/ 43

Navigation und Architektur (25 Punkte)

Nr.	Checklisten-Element	Wertung
64	Es gibt einen einfachen und nachvollziehbaren Weg, sich zwischen Seiten und Sektionen und zurück zur Startseite zu bewegen	
65	Die relevantesten und wichtigsten Informationen für den User sind leicht von allen Seiten aus erreichbar	
66	Navigationsebenen sind in logischster Weise angeordnet	
67	Die Navigationsebene ist breit, und nicht tief aufgestellt (wenige Untermenü-Level)	
68	Die Seitenstruktur ist einfach, mit einem klaren Konzept und ohne unnötige Ebenen/Level	

69	Die wichtigsten Sektionen der Website sind von jeder Seite aus zugänglich (konsistente Navigation). Es gibt keine "Einbahnstraßen"!	
70	Die Navigation befindet sich ganz oben auf der Website	
71	Die Navigation gibt Feedback zur derzeitigen Location des Users (z.B. via Breadcrumb oder farblich hinterlegte Menüpunkte)	
72	Kategorie-Labels beschreiben exakt die zu erwartenden Informationen innerhalb der Kategorie	
73	Links und Navigationspunkte enthalten die "Trigger-Wörter", auf die User auf dem Weg zu Ihrer Zielerreichung achten.	
74	Terminologie und Konventionen (z. B. Link-Farben) sind über die Website hinweg konsistent	
75	Links sehen in verschiedenen Sektionen immer gleich aus und sind klar als Links erkennbar	
76	Produkt-Seiten enthalten Links zu ähnlichen Produkten für Cross-Selling	
77	Für die Navigation und Links genutzte Termini sind eindeutig und Jargon-frei	
78	User können Katalog- und Produkt-Seiten sortieren und filtern (z. B. nach Preis, meist gekauft etc.)	
79	Klickbare Inhalte haben einen (farblichen) Mouse-Over Effekt (Buttons, Links etc.)	
80	Wichtiger Content kann von mehr als einem Link aus erreicht werden	
81	Hyperlinks, die eine Aktion ausführen (z. B. Downloads, Neues Fenster etc.) unterscheiden sich von Hyperlinks, die eine andere Seite laden	
82	Die Website erlaubt es dem User, das Tempo und die Sequenz von Interaktionen zu steuern	
83	Es gibt auf jeder Seite "Ausstiege" für den User, die es ihm erlauben, den aktuellen Prozess zu beenden, ohne den Umweg über einen längeren Dialog gehen zu müssen.	
84	Die Website deaktiviert nicht den "Zurück"-Button des Browsers. Der Button ist auf jeder Seite in der oberen Toolbar des Browsers sichtbar.	
85	Bei Klick auf den "Zurück"-Button wird der User immer zur vorherigen Seite geleitet	
86	Ein Link zum Warenkorb und Checkout sind auf jeder Seite klar erkennbar und farblich vom Rest abgehoben	
87	Ruft die Website ein neues Fenster auf, ist dies klar erkennbar. Der User wird nicht gestört (z. B. kleine Dialog-Box, die sich einfach schließen lässt)	
88	Menü-Befehle, Eingabeaufforderungen und Meldungen erscheinen auf der gleichen Stelle auf jedem Bildschirm	
Gesamtwertung		/ 25

Formulare und Dateneingabe (21 Punkte)

Nr.	Checklisten-Element	Wertung
89	Dateneingabefelder enthalten Platzhalter mit vordefinierten Werten und zeigen die Struktur der einzugebenden Daten (z. B. Datumsformat, Zeichenlänge, Art der Information etc.)	
90	Das Interface ist kompatibel, z.B. wenn eine Aufgabe Quelldokumente benötigt (z. B. Papierform)	
91	Die Website fügt nach Eingabe automatisch Feldformattierungen hinzu (z. B. Währungssymbole, Komma-Trennung etc.). User müssen Zeichen wie € nicht selbst eingeben	
92	Feldbezeichnungen erklären exakt, welche Eingabe gefordert ist	
93	Texteingabefelder haben die richtige Länge für die geforderte Antwort/Eingabe	
94	Es gibt klare Kennzeichnungen für "optionale" und "erforderliche" Eingabefelder	
95	Für Login und Registrierung wird das gleiche Formular verwendet (z. B. Amazon)	
96	Ein Formular warnt den User, falls externe Informationen benötigt werden (z. B. Ausweis-ID, UST-Nr. etc.)	
97	Fragen sind im Formular logisch sortiert. Jede Fragengruppe hat eine klare Überschrift	
98	Fragen in Formularen sind einfach und präzise gestellt	
99	Drop-downs, radio buttons und check boxes werden statt Texteingabe eingesetzt (kontextabhängig!)	
100	Bei Dateneingabefeldern wird der Cursor auf der Stelle angezeigt, auf der die Eingabe erfolgt	
101	Datenformate werden für die Dateneingabe explizit erklärt (Datum, Einheiten, Dateiformate etc.)	
102	User können einfache Aufgaben/Eingaben mit wenig Informationen/Handlungen durchführen	
103	Formulare erlauben dem User die Eingabe von Daten ohne viele Medien-/Device-Wechsel (z. B. Maus -> Keyboard -> Maus etc.)	
104	Formulare kommen mit möglichst wenig erforderlichen Informationen aus (so wenige Pflichtfelder wie möglich)	
105	Formulare werden vor dem Absenden durch das System überprüft	
106	Auf Falscheingaben wird während der Eingabe hingewiesen	
107	Die Website ermöglicht die leichte Korrektur von Falscheingaben	
108	Nach Falscheingabe und Absenden des Formulars werden richtige Eingaben nicht gelöscht	
109	Dateneingabe und Datenanzeige sind konsistent	
Gesamtwertung		/ 21

Vertrauen und Glaubwürdigkeit (12 Punkte)

Nr.	Checklisten-Element	Wertung
110	Die Inhalte der Website sind up-to-date, maßgebend und vertrauenswürdig	
111	Die Website beinhaltet Signale von Dritten (z. B. Zitate, Testimonials), die die Echtheit der Informationen verifizieren	
112	Es ist leicht ersichtlich, dass es sich um eine reale Organisation handelt (z. B. Adresse, Telefonnummer etc.)	
113	Das Unternehmen besteht aus anerkannten Experten (z. B. Referenzen, White-Paper, Case-Studies etc.)	
114	Die Website vermeidet übermäßige Werbung, z. B. Werbebanner	
115	Lieferkosten werden direkt am Anfang des Checkout angezeigt	
116	Die Website vermeidet Marketing-Geschwafel	
117	Jede Webpage ist klar gebrandet. Der User weiß, dass er sich noch auf der Website befindet (z. B. durch Logo links oben)	
118	Es ist für den User ein Leichtes, sich Hilfe oder Beratung zu holen. Er erhält bei einer Support-Anfrage eine schnelle Antwort	
119	Die Website hat keinerlei Rechtschreibfehler	
120	Das visuelle Design steht im Einklang mit der Marke und dem Offline-Auftritt der Organisation	
121	Hinter der Organisation stehen reale Personen. Sie sind ehrlich und vertrauenswürdig.	
Gesamtwertung		/ 12

Text und Content-Qualität (22 Punkte)

Nr.	Checklisten-Element	Wertung
122	Die Website hat einzigartigen und ansprechenden Content	
123	Die Texte sind präzise und auf den Punkt, ohne Worthülsen und sinnlose Ausführungen	
124	Jede Content-Seite beginnt mit Zusammenfassungen und Implikationen	
125	Auf den Webpages finden sich zunächst (sofern sinnvoll) Listen und Aufzählungen statt Fließtext	
126	Die Listen werden mit einer kurzen Einführung begonnen, die dem User hilft, Zusammenhänge zu erkennen	
127	Die wichtigsten Elemente einer Liste stehen oben	
128	Informationen sind hierarchisch organisiert, von allgemein zu spezifisch. Sie sind klar und logisch aufgebaut	
129	Der Content wurde speziell fürs Web erstellt (keine PDFs von Zeitungsartikeln etc.)	
130	Alle Webpages beinhalten die nötigen Informationen	
131	Der Text enthält Hypertext für die interne Verlinkung und Führung des Users	

132	Webpages können schnell "gescannt" werden. Gut ersichtliche Überschriftenhierarchien und kurze Paragrafen sind vorhanden	
133	Die Website nutzt Karten, Diagramme, Grafiken, Flow Charts und andere Elemente anstatt Text	
134	Jede Webpage besitzt ein sinnvolles und erklärendes Title-Tag. Es taugt ohne Bearbeitung als Lesezeichen	
135	Links und deren Link-Titel sind beschreibend und "vorausschauend" gestaltet/beschrieben. Der User weiß, was ihn nach dem Klick erwartet	
136	Die Seite vermeidet verniedlichende, neunmalkluge oder kryptische Überschriften	
137	Link-Namen stimmen mit dem Namen der Zielseite überein	
138	Button-Labels und Link-Labels starten mit "action words". Sie sind auf der gesamten Website actionsorientiert geschrieben/gestaltet	
139	Überschriften und Unterüberschriften sind präzise, einfach, verständlich und beschreibend	
140	Die Wortwahl, Phrasen und Tonalität der Website passen zur Zielgruppe	
141	Nummerierte Listen starten mit einer "1", nicht mit einer "0"	
142	Akronyme und Abkürzungen werden erklärt/definiert, wenn sie zum ersten Mal verwendet werden	
143	Textlinks sind lang genug, um verstanden zu werden, aber kurz genug, um "wrapping" zu minimieren (vor allem, wenn sie als Navigationsliste verwendet werden)	
Gesamtwertung		/ 22

Layout und visuelles Design (37 Punkte)

Nr.	Checklisten-Element	Wertung
144	Das Screendesign und die Konfiguration passt zur Zielgruppe. Man fühlt sich wohl (z. B. keine body font-size 12px auf Website für Senioren-Telefone)	
145	Das Layout hilft, die Aufmerksamkeit auf das zu richten, was als nächstes zu tun ist / was erreicht werden soll	
146	Auf allen Seiten werden die wichtigsten Informationen (wie wichtige Themen, Merkmale und Funktionen) "above the fold" dargeboten	
147	Die Website kann ohne horizontales Scrolling genutzt werden	
148	Elemente, die geklickt oder gedrückt werden können, sind OFFENSICHTLICH klickbar oder drückbar	
149	Elemente, die NICHT geklickt oder gedrückt werden können, sind OFFENSICHTLICH NICHT klickbar oder drückbar	
150	Die Funktionalität von Buttons und Bedienelementen ist von deren Labels oder Design ableitbar	
151	Hypertext-Links sind leicht zu identifizieren, ohne zu suchen (z. B. unterstrichen oder farbig)	
152	Schriften und Schriftarten werden konsequent verwendet	
153	Die Beziehung zwischen Steuerungen/Elementen und ihrem Handeln ist offensichtlich	

154	Icons und Grafiken sind standardisiert und intuitiv. Keine Überraschungen!
155	Es gibt einen klaren, visuellen "Ausgangspunkt" auf jeder Seite
156	Jede Seite auf der Website hat ein konsistentes Layout
157	Seiten auf der Website sind für den Druck formatiert, oder es gibt eine Druckversion
158	Buttons und Links zeigen, dass sie angeklickt wurden
159	Graphical User Interface (GUI) Elemente (wie radio buttons und check boxes) werden in geeigneter Weise verwendet
160	Fonts sind lesbar und passen zu Layout und Zielgruppe
161	Die Website vermeidet kursiven Text und verwendet Unterstreichungen nur für Hypertext-Links
162	Es gibt eine gute Balance zwischen Informationsdichte und der Verwendung von Weißraum
163	Die Seite ist "schön" anzusehen
164	Die Seiten sind frei von "Scroll- Stopfern" (Headings oder Seitenelemente, die die Illusion kreieren, dass der User z. B. das Ende einer Seite erreicht hat)
165	Die Website vermeidet die umfangreiche Verwendung von Großbuchstaben-Text
166	Die Seite verfügt über ein einheitliches, klar erkennbares "Look and Feel", das Benutzer anspricht
167	Gesättigtes Blau wird für feine Details (z. B. Text, dünne Linien und Symbole) vermieden
168	Zur Strukturierung und Gruppierung von Elementen/Sektionen werden Farben verwendet
169	Grafiken können nicht mit (Werbe-)Bannern verwechselt werden
170	Bold- oder Strong-Tags werden verwendet, um wichtige Themenkategorien zu betonen
171	Auf Content-Seiten sind die Zeilenlängen im Standard-Browser-View weder zu kurz (<50 Zeichen pro Zeile) noch zu lang (>80 Zeichen pro Zeile)
172	Die Seiten wurden anhand eines darunter liegenden Grid aufgebaut, mit Elementen und Widgets sowohl horizontal als auch vertikal ausgerichtet
173	Bedeutungsvolle Labels, wirksame Hintergrundfarben und die angemessene Nutzung von Borders und Weißraum helfen dem User, eine Gruppe von Elementen als (Funktions-)Block zu identifizieren
174	Farben arbeiten gut zusammen und komplizierte Hintergründe werden vermieden
175	Die Seiten sind frei von Unordnung und irrelevanten Informationen
176	Standard-Elemente (wie Seitentitel, Navigation, Datenschutz etc.) sind gut erkennbar und leicht zu finden
177	Das Logo ist auf jeder Seite am gleichen Platz (meist oben links). Ein Klick auf das Logo führt zur Startseite
178	Aufsehenerregende Features (z. B. Animationen, grelle Farben etc.) werden spärlich und nur an relevanten Orten genutzt
179	Icons sind visuell und konzeptionell verschieden und dennoch harmonisch

180	Verwandte Informationen und Funktionen werden zusammen geclustert	
	Gesamtwertung	/ 37

Suche und Suchfunktion (19 Punkte)

Nr.	Checklisten-Element	Wertung
181	Die Standard-Suche ist intuitiv auffindbar und bedienbar	
182	Die Suchergebnisseite zeigt dem User, was gesucht wurde. Es ist einfach, die Suche zu bearbeiten und erneut zu starten	
183	Suchergebnisse sind klar, nützlich und nach Relevanz sortiert	
184	Die Suchergebnisseite macht deutlich, wie viele Ergebnisse abgerufen wurden. Die Anzahl der Ergebnisse pro Seite kann vom Anwender konfiguriert werden	
185	Wenn keine Ergebnisse zurückgegeben werden, bietet das System Ideen oder Möglichkeiten zur Verbesserung der Abfrage (basierend auf erkennbaren Problemen)	
186	Die Suche arbeitet "anmutig" mit leeren Abfragen/Suchergebnissen	
187	Die häufigsten Fragen/Suchen produzieren nützliche Ergebnisse	
188	Die Suche enthält Vorlagen, Beispiele oder Hinweise, wie sie effektiv genutzt werden kann	
189	Die Suchergebnisseite zeigt keine doppelten Ergebnisse	
190	Das Suchfeld ist lang genug, um gängige Abfragen verarbeiten zu können	
191	Die Suche deckt die gesamte Website ab, nicht nur einen Teil davon	
192	Wenn die Website es Benutzern ermöglicht, eine komplexe Suche zu konfigurieren, können diese Suchen gespeichert und wieder abgerufen werden	
193	Die Suchoberfläche befindet sich dort, wo der User sie erwartet (oben mittig oder rechts)	
194	Das Suchfeld und seine Bedienelemente sind klar gekennzeichnet	
195	Die Website unterstützt Menschen, die sowohl browsen als auch suchen wollen	
196	Der Umfang der Suche wird explizit auf der Suchergebnisseite gezeigt. User können den Umfang einschränken	
197	Die Suchergebnisseite zeigt nützliche Meta-Informationen, z. B. die Größe des Dokuments, Datum, Dateityp (Word, PDF etc.)	
198	Die Suchmaschine ermöglicht die automatische Rechtschreibprüfung und sucht nach Plural und Synonymen	
199	Die Suchmaschine bietet eine Option für "Ähnlichkeitssuche" ("mehr davon")	
	Gesamtwertung	/ 19

Hilfe, Feedback und Fehlertoleranz (33 Punkte)

Nr.	Checklisten-Element	Wertung
200	Die FAQ oder die Online-Hilfe bietet dem User eine Schritt-für-Schritt-Anleitung für die wichtigsten Aufgaben/Fragen	
201	Es ist leicht, Hilfe in der richtigen Form und zur richtigen Zeit zu erhalten	
202	Bedienhinweise sind kurz und eindeutig	
203	Der User muss keine Benutzerhandbücher oder andere externe Informationen verwenden, um die Website nutzen zu können	
204	Die Website verwendet eine angepasste 404-Seite, die Tipps enthält, wie die fehlende Seite gefunden werden kann und Links zu "Home" und zur "Suche"	
205	Die Seite gibt gutes Feedback, falls es notwendig ist (z. B. Prozessschritte oder Nachrichten beim Checkout)	
206	User werden bei der Produktauswahl unterstützt	
207	Eine Benutzerbestätigung ist erforderlich, bevor potenziell "gefährliche" Aktionen durchgeführt werden (z. B. Löschen von Informationen)	
208	Bestätigungsseiten sind klar und einfach verständlich	
209	Fehlermeldungen enthalten klare Anweisungen, was zu tun ist	
210	Unmittelbar vor dem Kauf zeigt die Seite dem User eine übersichtliche Zusammenfassung. Dies kann nicht mit einer Kaufbestätigung-Seite verwechselt werden	
211	Wenn der User zwischen unterschiedlichen Optionen (beispielsweise in einem Dialogfeld) wählen muss, sind die Optionen offensichtlich	
212	Die Website informiert User über unvermeidbare Verzögerungen in der Reaktionszeit der Website (z. B. bei Bezahl-Transaktionen)	
213	Fehlermeldungen sind in einem nicht vorwurfsvollen Ton geschrieben	
214	Die Website lädt schnell (weniger als 3 Sekunden)	
215	Die Website bietet sofortiges Feedback auf Benutzereingaben oder Aktionen	
216	Der User wird bei großen, langsam ladenden Seiten gewarnt (z. B. "Bitte warten ..."). Die wichtigsten Informationen erscheinen zuerst	
217	Wo Tooltips verwendet werden, liefern sie nützliche und zusätzliche Hilfe und duplizieren nicht einfach den Text im Symbol, Link oder Label	
218	Wenn Anweisungen gegeben werden, sagt die Website dem User was er tun soll, nicht was er unterlassen soll	
219	Die Website bietet dem User Unterstützung, wie die Seite bestmöglich genutzt werden kann	
220	Die Website bietet kontextsensitive Hilfe (auf einen Kontext beschränkt)	
221	Hilfestellungen sind klar, direkt und einfach gehalten, frei von Jargon und Buzzwords	
222	Die Website bietet klare Rückmeldung, wenn eine Aufgabe erfolgreich abgeschlossen wurde	
223	Wichtige Anweisungen bleiben auf dem Bildschirm, solange erforderlich, und es gibt keine zeitlichen Beschränkungen für den User	
224	Es gibt ausreichend Platz zwischen Elementen. Der User kann versehentlich nicht mehrere oder das falsche Ziel auswählen	
225	Es gibt einen Zeilenabstand von mindestens 5 Pixeln zwischen klickbaren Elementen	

226	Die Website nutzt geeignete Selektionsmethoden (z. B. Pull-Down Menüs) als Alternative fürs Tippen	
227	Die Website schützt den User vor Falscheingaben	
228	Die Website bietet dem Benutzer vor fehlerhaften Eingaben Korrekturen an (z. B. Googles "Meinten Sie...")	
229	Die Website stellt sicher, dass die Eingaben nicht verloren gehen	
230	Fehlermeldungen werden in einfacher Sprache mit ausreichender Erklärung des Problems beschrieben	
231	Die Website stellt weitere Einzelheiten über Fehlermeldungen zur Verfügung, falls erforderlich	
232	Es ist einfach, Eingaben/Aktionen zurückzusetzen oder wiederherzustellen	
Gesamtwertung		/ 33

Gesamtwertung

Kategorie	Wertung
Homepage	
Zielerreichung und Funktionalität	
Navigation und Architektur	
Formulare und Dateneingabe	
Vertrauen und Glaubwürdigkeit	
Text und Content-Qualität	
Layout und visuelles Design	
Suche und Suchfunktion	
Hilfe, Feedback und Fehlertoleranz	
Gesamtwertung	
/ 232	



Copyright © NETZWERK Digitales Gründerzentrum GmbH

Albert-Einstein-Straße 1 | 95028 Hof | info@einstein1.net | www.einstein1.net