

Anwendungen mit Persönlichkeit

Checkliste für die Entwicklung von Anwendungen

Konzeption: Nutzer-Persönlichkeit spiegeln

Ziel der Anwendung

- Schon beim konzipieren zwei verschiedene Ansätze verfolgen: zum einen die **Softwarearchitektur** und zum anderen, wie der **Nutzer** vorgehen würde. Die Architektur sollte sich nicht in der Oberfläche spiegeln!
- Klarheit darüber, was erreicht werden soll, was das primäre Ziel der Anwendung ist. Dieses zu keiner Zeit aus den Augen verlieren! Dieses Ziel sollte in einem Satz ausformuliert werden (z.B. „Schnelles und einfaches bearbeiten von Medien“).
- Welchen Eindruck soll die Anwendung machen? Welchen Persönlichkeitstyp soll die Anwendung haben? Welche Art der Ansprache soll demgemäß verwendet werden? Höflich, flippig, jung, professionell, schnell, detailliert, besonders, konservativ, gemäßigt,... Den Charakter bei jeder Interaktion, Sprache, Optik und Verhalten berücksichtigen.
- Kann der Charakter der Anwendung, den ich mir überlege, eventuell auch anders aufgefasst werden?

Zielgruppe

- Welche Annahmen habe ich über die Nutzer? Welche Annahmen und Vorurteile haben die Nutzer ggf. über die Anwendung? Welchen Ruf hat so etwas schon? Welche Meinungen gibt es schon?
- Aus welchem Umfeld kommt die Zielgruppe? Welche Muster, Konzepte, Bilder sind ihnen geläufig? Dinge aus dem Alltag der Nutzer wiederverwenden, damit sie schneller lernen und begreifen können.
- Fragen überlegen, um sich der Zielgruppe zu nähern. Z.B. Liest die Zielgruppe oder eher nicht? Zu was ist die Zielgruppe überhaupt fähig? Wie unterscheide ich mich möglicherweise von der Zielgruppe?
- Wenn man nicht weiß, wer meine Zielgruppe ist, kann man sich auch überlegen, wer es definitiv NICHT ist und dann mit der Restmenge arbeiten...

Tipp:

1. Das Datenmodell ist nicht gleich der Information an der Oberfläche.
2. Nicht mit Inhalten die Nutzer spiegeln. Oftmals muss die Anwendung etwas anderes transportieren, um zum Beispiel Vertrauen zu erhalten, als der Inhalt her gibt.
3. Das Design ist nicht nur Schmuck, sondern kommuniziert die Funktionalität.
4. Nur weil manche Funktionalität einfach einzubauen ist, sollte sie nicht automatisch ergänzt werden. Immer hinterfragen, ob das dem Nutzer bei der Bearbeitung der Aufgabe wirklich hilft.
5. Das Design sollte früh mit eingeplant und umgesetzt werden, sonst fällt es bei engem Zeitplan weg und das Ergebnis sieht meist unprofessionell aus und wird dem Aufwand im Code nicht gerecht.
6. Bei vielen Korrekturen muss auch das Designkonzept immer wieder gerade gerückt werden.

Glaubwürdigkeit schaffen: Konsistenz, Ordnung und Verständlichkeit

Konsistenz:

- Funktionieren wiederkehrenden Module gleich?
- Sitzen ähnlich funktionierende Elemente an einer zumindest ähnlichen Position?
- Funktionieren (aus des Nutzers Sicht) ähnliche Interaktionen gleich? Es sei denn, sie müssen sich aus Verständnisgründen deutlich voneinander unterscheiden.

Eindeutigkeit:

- Wird klar, wo man landet, wenn man Links oder Buttons klickt? Oder erst, wenn man angekommen ist?
- Buttons und Links: sind die Benennungen auf Buttons eindeutig? „Ok“ ist NICHT eindeutig! Buttons nach dem benennen, was den Nutzer hilft zu verstehen, welche Wahl er am besten treffen sollte.
- Beschriftungen und Navigation: darauf achten, dass z.B. Substantive nicht mit Verben in der Navigation vermischt werden.

Farben:

- Es gibt Webseiten, die diverse Farbschemata anbieten. Früh über das Farbschema Gedanken machen, damit es zum Benutzer passt.
- Vorsicht mit kräftigen Farben! Diese werden zum hervorheben von Information gebraucht. Das Grundfarbkonzept sollte daher vorwiegend subtile Farben enthalten.

Ausrichtung:

- Immer darauf schauen, dass der Beginn (und ggf. das Ende) von Linien, Punkten, Schrift, Linien, Kästchen eine Entsprechung findet -> das schafft Ordnung!
- Gedanklich „Linien“ ziehen und genau daran ausrichten. Oft genügt es nicht nur „aligned: left“ anzugeben, da durch Margins und Padding keine automatische Bündigkeit entsteht.

Icons:

- Icons nur verwenden, wenn es eine Wiederholung der Icons gibt und eine Wiedererkennung gegeben ist. Wenn es sich nicht um Standardicons handelt (wie die Diskette für "Sichern"), müssen diese erst gelernt werden und bringen nur dann einen Mehrwert, wenn sie häufig genug zum Einsatz kommen, dass die Wiedererkennung schneller ist, als den entsprechenden Text zu lesen.

White Space:

- Tendenziell (außer im Web 2.0) wird weniger Freiraum eingesetzt als notwendig wäre. Oft kann an vielen Stellen doppelt so viel Abstand gelassen werden, um eine visuelle Zugehörigkeit gewährleisten zu können. Hier gilt: mehr Platz ist ordentlicher. Oft können Rahmen und Linien auch durch etwas mehr Abstand zum Seitenrand, dem Element darüber usw. ersetzt werden.
- Wir identifizieren Objekte, indem wir Muster erkennen. Mustererkennung funktioniert so, dass man Leerraum und das fehlen von Leerraum als Muster erkenntDeshalb ist „Whitespace“ so wichtig, damit wir uns schneller orientieren können, da die Muster, nach denen das Auge unbewusst sucht so deutlicher werden. Wir empfinden eine Benutzeroberfläche als "voll", wenn zu wenige Abstände drauf sind.

Gruppierungen:

- Sind die Informationen, die inhaltlich zusammen gehören auch optisch gruppiert?
- Gruppierungselemente daraufhin untersuchen, ob sie weiter in den Hintergrund treten können oder überhaupt notwendig sind. Typisch sind schwarze "Boxen" um etwas zu gruppieren. Andere Gruppierungsmöglichkeiten: Ecken der Boxen andeuten, farbigen Hintergrund verwenden, Whitespace, nur Linien oben und unten, nur eine Linie links, durch Farbe Gruppierung andeuten, etc.
- Um sicher zu gehen, dass Objekte zusammen gehören, wird gerne das einfache Mittel der BOX verwendet. Zu viele Linien ziehen mehr Aufmerksamkeit an sich, als ihnen als Gruppierungselement zu steht. Was als visuelle Hilfe gedacht ist, kann zum Hindernis werden.

Interaktion: den Nutzer führen

Visuelle Hierarchie:

- Eine Seite wird zunächst mit dem peripheren Sehvermögen wahrgenommen. Das dient der Orientierung und der Information "wo bin ich gerade" und ein schnelles Erfassen der Seite. Das heißt, das Gehirn nimmt zunächst das Ganze wahr, auch wenn das Auge schon auf einem zentralen Objekt ruht. Wegen der Orientierung ist also die Gestaltung der Randbereiche ebenso wichtig, wie der Inhalt. Sie müssen ebenso klar den Zweck und die Persönlichkeit der Anwendung kommunizieren.
- Wenn etwas gesehen wird, heißt das noch nicht, dass es auch wahrgenommen wird. Um die Aufmerksamkeit des Nutzers zu bekommen, muss berücksichtigt werden, wo er oder sie gerade den Fokus hat.
- Zunächst die Fragen stellen: was ist das Hauptziel dieser Ansicht? Was wird nur manchmal, was dauernd gebraucht? Ist das, was dauernd gebraucht wird visuell "wichtiger" als die Dinge, die nur manchmal Aufmerksamkeit erfordern?
Danach entscheidet sich, worauf optisch der Fokus gelegt werden muss. Das Auge wird geleitet, indem man den nächsten Schritt am meisten betont, dann die zweitwichtigste Aktion auch betont, aber nicht so viel, etc.
- Ist deutlich, welches der wichtigste Button bzw. klickbare Bereich pro Ansicht ist?
- Kann auf etwas verzichtet werden, weil es nur 10% der User brauchen oder man so selten benutzen würde?
- Kann Funktionalität versteckt werden bzw. erst gezeigt werden, wenn eine andere Auswahl getroffen wurde?

Führung:

- Um den Nutzer zu führen ist es wichtig, in Prozessen und nicht in einer Anzahl von Optionen zu denken. Was ist der wahrscheinlich nächste Klick?
- Eine klare Benutzerführung bedeutet auch, keine Überflüssige Information anzuzeigen. Wie sehen z.B. Elemente aus, wenn der Nutzer keine Daten angegeben hat? Wie wenn in einer Tabelle keine Daten zu finden sind? Kann die Tabelle dann weggelassen werden?

Erinnerung:

- Es können maximal 3-4 Dinge im Gedächtnis behalten werden, nicht um die 7. Daher Objekte wenn möglich pro Ansicht in 3er bis 4er Gruppen zusammenfügen, soweit das inhaltlich passt.
- Das, worauf der Fokus liegt, merkt sich der Nutzer in erster Linie. Daher versuchen den Weg der Interaktion nachvollziehen und auf dem Kontext aufzubauen, in den sich der Nutzer gedanklich befindet.

Aufforderung zur Interaktion:

- Die Form eines Objektes sollte dazu einladen das zu tun, was damit getan werden soll (meist erlerntes Verhalten). Manche Designer neigen dazu, dass man die interaktiven Elemente "suchen" muss. Da auch die Möglichkeit des "hoverns" nicht immer gegeben ist, muss man jedoch wissen, wo man drücken, wischen, tippen kann, da man sonst keinen anderen visuellen Hinweis bekommt. Das Auge braucht Hinweisreize, um den Nutzer zu leiten und ihm bei der Entscheidung, was als nächstes zu tun ist zu helfen. Der Nutzer sollte erkennen, was er mit einem Objekt tun kann und worum es sich bei dem Objekt handelt.