

# HAAG KOMMUNIKATIONSDESIGN

Vortrag IHK – Netzblicke

16.02.2012

Thema: Usability und emotionale Akzeptanz

Referentin: Sabine Haag, Dipl.-Designerin (FH)



Sabine Haag,  
Dipl.-Designerin (FH München)  
stellt sich vor

- Seit 1992  
freiberufliche Designerin für  
Kommunikationsdesign und Kunst
- 1998 erste Schritte in Gestaltung einer  
Homepage
- 2001 Einstieg ins Webdesign
- Seit 2005 professionelles Webdesign
- Zuverlässiges Design-Netzwerk
- Auftraggeber: KMU
- Gestaltet mit Herzblut und Verstand
- Verheiratet, 2 Kinder

USABILITY

&

Emotionale Akzeptanz

## Kurzfassung – Der WEG

**Marketing** spült die Besucher auf Ihre Webseite. (vorausgesetzt)

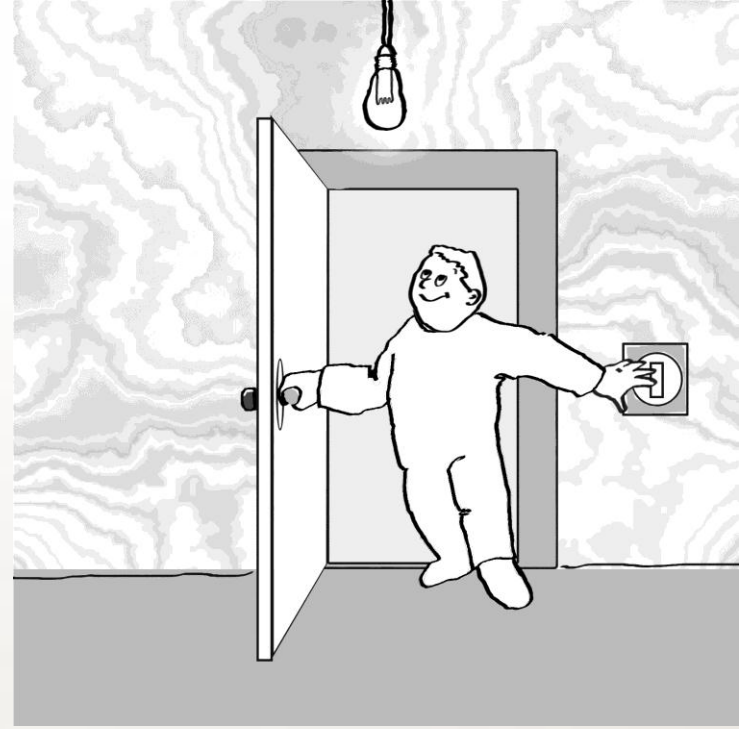
Die **Gestaltung** schafft eine wünschenswerte Emotion beim Besucher.

**Usability** hält den Besucher bei der Stange.

Relevanter **Content** stillt das Verlangen des Besuchers. (vorausgesetzt)

Die Kombination aus allem führt beim Besucher zu einem „**Haben-will**“.

Where is the **BEEF**?



Der Schalter sitzt an der gewohnten Stelle.

## Webseitengestaltung beginnt mit WAHRNEHMUNG

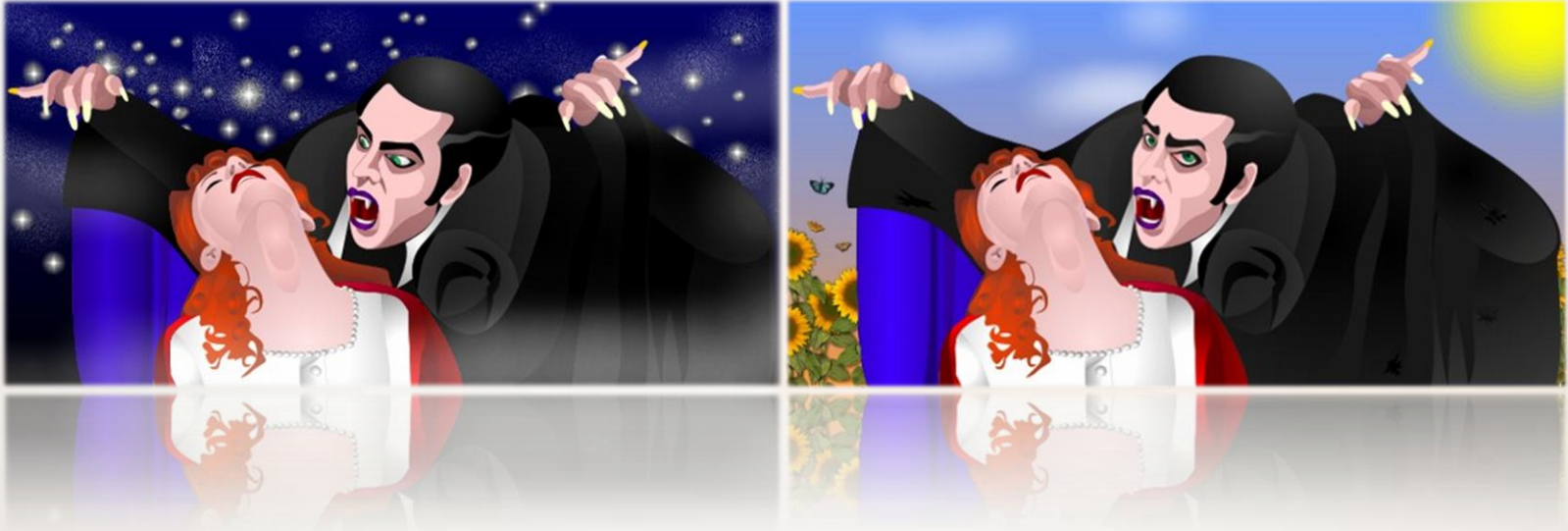
- Aufnahmefähigkeit über das Auge
- kognitives Wahrnehmungsvermögen
- Emotionale Seite nicht vernachlässigen

Wie ein Unternehmen wahrgenommen wird und wie es selbst wahrnimmt, hat sehr viel mit **Emotion**, Stimmung und Feeling zu tun.

## EMOTION ist Teil der Gesamtinformation

- Kommunikation besitzt eine emotionale Trägerwelle
- Das Auge des Betrachters erfasst die Gestaltung schneller als den Text.
- Emotion ist eine Art von Information.
- Zum Beispiel: Was wäre eine Zirkusakrobatik ohne den spannungsgeladenen Trommelwirbel?

## EMOTION ist Teil der Gesamtinformation



Beispiel: Vampir-Biss-Szene, bei Sonnenschein geht die Stimmung verloren

Erschaffen einer grundlegend wünschenswerten Wirkung

## BEREITSCHAFT auf der Besucherseite

- Voraussetzung für diese wünschenswerte Wirkung:

Grundlegende **emotionale Akzeptanz**

- Wünschenswerte Emotion erzeugen
- Werkzeuge: Gestaltungsgrundlagen, Farblehren
- Zeitlichen Vorsprung: Bilder und Stimmungen werden schneller erfasst als Text.
- Man deckt sozusagen den Tisch.

## BEREITSCHAFT auf der Besucherseite



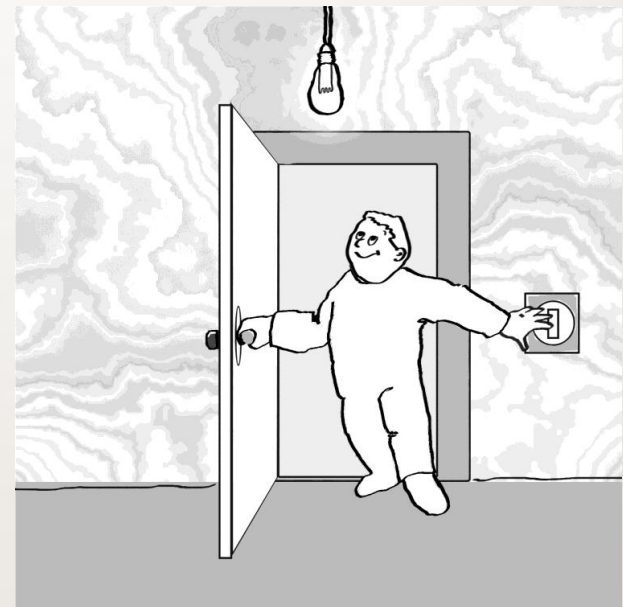
## DIALOG vorbereiten

- Besucher hat bestimmtes Anliegen
- das wir per se nicht kennen.
- Impuls oder Mindestinteresse vorhanden
- Der Besucher tritt als erstes in Aktion: Er besucht.
- Er eröffnet damit einen **Dialog**.
- Auf gar keinen Fall seine Bereitschaft zerstören.
- Exakt an diesem Punkt setzt Usability an
- Die Internetpräsenz MUSS zum Benutzer „freundlich“ sein
  1. Ablehnung verhindern
  2. Bereitschaft erhalten
  3. Zuneigung erzeugen
  4. Begeisterung auslösen

# FREUNDlichkeit

„Don't make me think“

Steve Krug



Gebrauchsanweisung für eine erlebte Nutzungsqualität

Anstandsregeln im Umgang mit Menschen

Grundlegende Verhaltensweisen, humane Bedürfnisse

- Aufmerksamkeit
- Wertschätzung
- Sicherheit (sich auskennen können)
- Interesse (Neugierde, wissen-wollen, verstehen-wollen)
- Kommunikation (annehmen und senden)
- Bestätigung („Pling... Ihre Nachricht wurde erfolgreich gesendet.“)

Teil 110 der Norm:

Aufgabenangemessenheit  
Selbstbeschreibungsfähigkeit  
Lernförderlichkeit  
Steuerbarkeit  
Erwartungskonformität  
Individualisierbarkeit  
Fehlertoleranz

## LERNförderlichkeit

- Bekannte Modelle
- Geeignete Metaphern sind vorteilhafter als originelle Gehirnakrobatik.
- Bei komplexeren Dialogen oder Anleitungen:
- Eine Unterteilung mit schrittweisem Vorgehen
- „Guided Tours“ können helfen.
- Ziel: Minimale Erlernzeit



## QUALITÄTsmerkmal Mensch

- Emotionale Akzeptanz ist eine Grundvoraussetzung.
- Einhaltung von Usability
- „Look and Feel“
- Im Idealfall zu einem „haben-will“
- Ordentlicher Umgang mit Menschen
- Wie möchte man behandelt werden?
- Vorausschauende Kommunikation

## Wo kommen die Bilder her?

- Eigene Fotos/Videos -selbst erstellt oder vom Profi
- Stockfotos (lizenzfreie Datenbanken) kaufen
- Illustrationen, Grafiken, Animation

## NACHWEISE, Bezugsquellen

[http://www.cell.com/current-biology/abstract/S0960-9822\(09\)01053-7](http://www.cell.com/current-biology/abstract/S0960-9822(09)01053-7): Artikel in der Zeitschrift "Current Biology" von Dr. Thomas Ethofer: Decoding of Emotional Information in Voice-Sensitive Cortices - Summary

<http://www.stresshacker.com/2010/05/how-do-i-feel-about-it-emotion-as-information/>: Artikel von Dr. Z., Stress-Management-Strategie

[http://www.trigon.at/downloads/OE\\_UE/Emotionale\\_Akzeptanz.pdf](http://www.trigon.at/downloads/OE_UE/Emotionale_Akzeptanz.pdf): Artikel von Diplom-Psychologe Gerd Geyer: Emotionale Akzeptanz – Der Wendepunkt bei Change-Prozessen  
Thissen, Frank: Screen Design Handbuch - Gestaltungsgesetze und ihre Anwendung, S. 118-121, Springer, 2000.

[http://de.wikipedia.org/wiki/Visuelle\\_Wahrnehmung](http://de.wikipedia.org/wiki/Visuelle_Wahrnehmung)

<http://de.wikipedia.org/wiki/Farbenlehre>

<http://de.wikipedia.org/wiki/Benutzerfreundlichkeit>

[http://de.wikipedia.org/wiki/ISO\\_9241](http://de.wikipedia.org/wiki/ISO_9241)

<http://www.youtube.com/watch?v=9otu13n7OhY>: Grundsätze der Dialoggestaltung als Videoclip

<http://www.fit-fuer-usability.de>: Webseite des Förderverein Usability-Netzwerk Bonn/Rhein-Sieg e.V. in Zusammenarbeit mit dem Kompetenzzentrum Usability - Fraunhofer FIT

[http://de.wikipedia.org/wiki/Jakob\\_Nielsen\\_\(Webdesignexperte\)](http://de.wikipedia.org/wiki/Jakob_Nielsen_(Webdesignexperte))

<http://www.useit.com>: Webseite von Jakob Nielsen

Schneider, W.: Ergonomische Gestaltung von Benutzungsschnittstellen - Kommentar zur Grundsatznorm DIN EN ISO 9241-110, 249 S., Beuth, 2. Aufl., 2008.