

## Internetseiten müssen den Nutzer verstehen

01.01.2004, 10:00 | Medien & Telekommunikation

Pressemitteilung von: *medienbüro.sohn*

---

Internetseiten müssen den Nutzer verstehen - Akustische Führer für die Webpräsenz

Köln – Während die Computerleistungen gerade in privaten Haushalten ständig zunimmt und der Internetzugang über Breitband zumindest in den Großstädten schon zum Standard geworden ist, scheint das tatsächliche Verhalten der Benutzer in Online-Sitzungen vielen Webdesignern noch nicht wirklich bekannt zu sein. Zwar erlauben die schnellen Prozessoren und die hohen Internetbandbreiten die Präsenz multimedial aufgebauter Webseiten, mit Musik, Audiounterstützung, Animationen und Videos - das tatsächliche Interesse der Internetnutzer an einer Webseite ist allerdings nur kurz und verschwindet schnell wieder. Fehlende oder veraltete Plug-ins oder zu lange Downloadzeiten für Bilder, PDF-Dateien oder Musik sind genauso störend wie ein unübersichtlicher Seitenaufbau mit zusätzlich zu öffnenden Browser-Fenstern und inkonsistenter Benutzerführung.

„Untersuchungen zeigen, dass die von den Usern tolerierbare Ladezeit von Internetseiten bei rund acht Sekunden liegt. Ist die Seite dann nicht fertig im Browser geladen und funktioniert, bricht der User den Vorgang ab. Die Übertragung großer Datenmengen en-bloc ist somit kaum möglich. Auch die Verweildauer auf der einzelnen Seite ist sehr gering. In der Regel überfliegt der User die Seite nur und sucht nach Stichwörtern. Die Gefahr, dass dabei wesentliche Stichwörter übersehen werden, ist dann groß, so die Erfahrung von Ralf Pispers vom Kölner Webspezialisten Sounds-of-Seduction <http://www.sounds-of-seduction.de>. Die schönsten und trendigsten Webseiten seien ein Fehlschlag, wenn sie sich für den Auftraggeber nicht rechnen. Für Pispers sind die Zeiten, wo eine gute Webpräsenz nur „nice to have“ war, längst vorbei. Das Internet sei bereits in vielen Branchen das Hauptkommunikationsmittel mit dem Kunden und damit ein extrem wichtiger Vertriebskanal. Der Nutzerkomfort der Webseiten sei daher ausschlaggebend. „Die meisten Internetkonsumenten sind genervt von allem was blinkt oder sich hektisch bewegt. Selbst das für viel Geld realisierte Flash-Intro wird von den Surfern am liebsten übersprungen“, so Pispers. Ähnlich verhalte es sich mit der musikalischen Untermalung der Seiten: „Da hat jemand extra eine schöne Melodie für seine Webseite gefunden und dann sagen ihm die Besucher, dass sie die Seite wegen der Musik nicht mehr besuchen wollen. Und sei es, weil es den Kollegen im Großraumbüro auffällt, dass wieder jemand privat surft“, führt Pispers aus.

### Portrait

---

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/24049/Internetseiten-muessen-den-Nutzer-verstehen.html>