

# Auf den ersten Klick

## Tipps für die Gestaltung einer benutzerfreundlichen Praxis-Website

*Die Praxis-Homepage ist die erste Anlaufstelle für Patienten im Internet. Gerade hier gilt: Für den ersten Eindruck gibt es keine zweite Chance. Internetautzer entscheiden in wenigen Sekunden, ob sie eine aufgerufene Internetseite nutzen oder verlassen. Wer ein paar Tipps zum Aufbau der Website, zur Navigation und zu den verwendeten Bildern beachtet, kann dazu beitragen, dass sich die User gerne auf der Praxis-Website umschauen und informieren.*

Damit ein Besucher auf der Website schnell findet, was er sucht, sollte er sich gut zurechtfinden können. Die Startseite der Homepage liefert die zentrale Orientierung und sollte mit einem Klick von jeder Unterseite aus erreichbar sein. Dazu eignet sich zum Beispiel eine Verlinkung vom Praxis-Logo aus. Das Logo steht am besten links oben auf der Website. Das hat sich auf vielen Seiten als sinnvoll erwiesen. Daher haben sich Internetautzer daran gewöhnt, dass sich hinter dem Logo häufig eine Verlinkung zur Startseite verbirgt.

### **Infos leicht finden – Navigation und Aufbau**

Die Navigationsleiste sollte mit einem Blick sichtbar machen, welches Angebot der Website-Nutzer zu erwarten hat. Die Navigationsleiste ist in erster Linie das Fortbewegungsmittel des Besuchers und sollte stets sichtbar sein – egal, wohin der Besucher auf der Seite klickt. Welche Art der Navigation man einsetzt, hängt vom Angebot ab. Es hat sich gezeigt, dass sogenannte Reiter-Navigationen sehr gut vom Nutzer angenommen werden. Der ausgewählte Navigationspunkt sollte deutlich markiert werden, damit der Nutzer stets weiß, wo er sich befindet.

Die übliche Aufteilung einer Website: links oben das Logo mit einem Link auf die Startseite, die Navigationsleiste entweder am linken Seitenrand vertikal oder im oberen Bereich horizontal, eventuell auch kombiniert. Es hat sich gezeigt, dass der User auf diese Anordnungen positiv reagiert und sie auf Anhieb versteht. Andere Anordnungen können aus grafischer Sicht zwar sehr reizvoll sein, sollten jedoch nur ganz bewusst als „Layout-Bruch“ verwendet werden.

Die „Suche“-Funktion wird meist rechts oben erwartet. Dort ist auch ein beliebter Platz für Impressum und Kontakt – jedoch nicht als Bestandteil der Hauptnavigation! Impressum, Kontakt, Datenschutz und alle formellen Bestandteile der Website sind auch gut am unteren Ende der Website aufgehoben.

### **Links und Bilder kontrollieren**

Verlinkungen sollten eindeutig als solche erkennbar sein. Bereits besuchte Links sollten gekennzeichnet werden, zum Beispiel mit einer anderen Schriftfarbe. Links zu einer anderen Website werden in einem neuen Browserfenster geöffnet, interne Links öffnen sich im selben Browserfenster. Die regelmäßige Kontrolle der Verlinkungen stellt sicher, dass alle Links funktionieren und den Nutzer nicht auf eine leere Seite oder zu einem sogenannten toten Link führen.

Für die Gestaltung einer benutzerfreundlichen Website ist auch die Datenmenge der Bilder ein wichtiger Faktor. Große Bilder erhöhen die Ladezeit einer Internetseite und damit die Wartezeit für den User. Ein geeignetes Grafikformat, wie zum Beispiel JPG, sorgt für die Komprimierung (Datenverkleinerung) von Bilddateien und somit für schnellere Ladezeiten. Die Regel, dass Bilder im Internet 72 ppi benötigen, ist nur mehr bedingt richtig, denn Monitore haben heutzutage eine Auflösung von 72 bis 130 ppi. Für Bildschirmauflösungen wird die Einheit ppi („pixel per inch“ – „Pixel pro Zoll“) verwendet, für Printdrucke die Einheit dpi („dots per inch“ – „Punkte pro Zoll“). Wichtig ist, dass Bilder trotz Komprimierung qualitativ hochwertig sind und die Webseite nicht lahmlegen.

Wer bei der Gestaltung einer Website zudem die Barrierefreiheit berücksichtigt, ist auf dem richtigen Weg. Barrierefreiheit bedeutet: Jeder Besucher kann die Website ohne Barrieren nutzen und scheitert nicht an zu kleinen Buttons oder Ähnlichem. Das Thema Barrierefreiheit im Internet war bereits Gegenstand eines BZB-Artikels (s. BZB 5/2010, S. 38f.).

Tanja Sawilla  
Online-Redakteurin

Geschäftsbereich Kommunikation der BLZK