

Grundregeln zur Gestaltung mobiler Apps:

Mehr Conversions durch ansprechende Apps

think with Google™



Einführung

Inhalte und Dienstleistungen werden heute mehr denn je über Apps angeboten. Gute mobile Apps zeichnen sich dadurch aus, dass sie nützlich und relevant sind. Sie setzen sich von der starken Konkurrenz ab, weil sie das Nutzerinteresse wecken und halten. Jenny Gove, Google UX Research Lead, stellt 25 Grundregeln zur Gestaltung hervorragender mobiler Apps vor.

Wie die folgenden Zahlen belegen, steigt der Bedarf an mobilen Apps kontinuierlich: Geschätzte [200 Milliarden Apps werden im Jahr 2017 voraussichtlich heruntergeladen werden](#).¹ Werbetreibende profitieren nicht nur von ihren eigenen Erfahrungen mit Apps, sondern investieren auch massiv ins Marketing. Sie [gaben 2015 ca. 3 Milliarden US-Dollar für Werbung zur Installation von Apps](#) aus, also 80 % mehr als im Jahr 2014.²

Angespornt durch die hohe Nachfrage bringen Werbetreibende immer bessere Apps auf den Markt. Denn Apps bieten die einzigartige Möglichkeit, die unmittelbaren Bedürfnisse der Nutzer zu erfüllen und gleichzeitig eine langfristige, profitable Kundenbindung aufzubauen. Durch die Übersättigung des Marktes wird es für Entwickler und Werbetreibende allerdings immer schwieriger, ihre Apps zu vermarkten, [Nutzer zum Download zu animieren](#), und deren Interesse dauerhaft zu halten. 25 % aller Nutzer öffnen eine App ein einziges Mal und dann nie wieder.³

Viele nehmen ihr Smartphone in wichtigen Momenten zur Hand. Allerdings sind diese Momente oft sehr kurz, weil die meisten Nutzer schnelle, effiziente Suchen bevorzugen. Eine gut konzipierte, funktionale App sticht meist aus dem Überangebot an Apps heraus.

25 % aller Nutzer öffnen eine App ein einziges Mal und dann nie wieder.

Sie ist immer dann zur Stelle, wenn Nutzer [Informationen beschaffen](#), [Reisen planen](#), [Produkte vergleichen](#) oder [Videoanleitungen suchen](#).

Bei der Gestaltung mobiler Websites konnten wir feststellen, dass Entwickler bessere Ergebnisse erzielten, wenn sie sich an einige einfache, nützliche [Designprinzipien](#) orientierten. Viele Unternehmen konnten dadurch Änderungen vornehmen und Hürden ausräumen, die Nutzern den Einstieg in die neue App eventuell erschwert hätten. Wie mobile Websites müssen auch mobile Apps nützlich und effizient sein, um mehr Conversions zu erzielen.

Also haben wir uns auf die Suche nach den wichtigsten Merkmalen von wirklich hervorragenden Apps begeben. In Zusammenarbeit mit AnswerLab haben wir eine Studie durchgeführt, die mehr als 100 Nutzer von mehr als 100 Apps der unterschiedlichsten Branchen umfasste, wie z. B. E-Commerce, Reiseplanung, Versicherungswesen, Gastronomie, Ticketverkauf sowie Dienstleistungen und Finanzverwaltung. (Spiele-, Musik- und Social Networking-Apps waren nicht Teil der Studie.)

Mehr Nutzerzufriedenheit durch effiziente, hilfreiche Apps

Untersucht wurden unter anderem auf Conversions abzielende Aufgaben: etwas kaufen, eine Buchung vornehmen oder Tarife bzw. Preise ermitteln.

Werbetreibende, die die Ergebnisse aus unserer Studie anwenden, haben den entscheidenden Vorteil: Sie können nützliche und funktionale Apps konzipieren, die Nutzer wirklich ansprechen. Apps können uns den Alltag erleichtern, z. B. indem sie effektive Bestell- und Zahlungssysteme für den E-Commerce bieten. Und wie sich zeigt, sind die nutzerfreundlichsten Apps auch die beliebtesten.

Die Studie hat noch viele weitere Ergebnisse geliefert, die sich in die Praxis umsetzen lassen. Wir haben die 25 wichtigsten Prinzipien in sechs Kategorien eingeteilt: Intuitive Handhabung, In-App-Suche, Mobile Commerce und Conversions, Anmeldung, Formulareingabe sowie Nutzerfreundlichkeit und -verständnis. Beginnen wir mit Kapitel 1, Intuitive Handhabung.



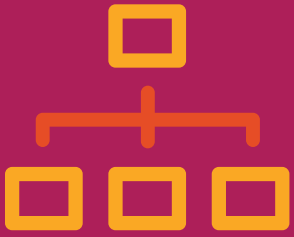
Jenny Gove, UX Research Lead, Google

Quellen

1 eMarketer "App Downloads Will Double in Next Four Years", 3. Februar 2014.

2 eMarketer "App Install Ads Help Marketers Cut Through the Clutter", 17. Juli 2015.

3 eMarketer "App Marketing 2015: Fighting for Downloads and Attention in a Crowded Market", Juli 2015.



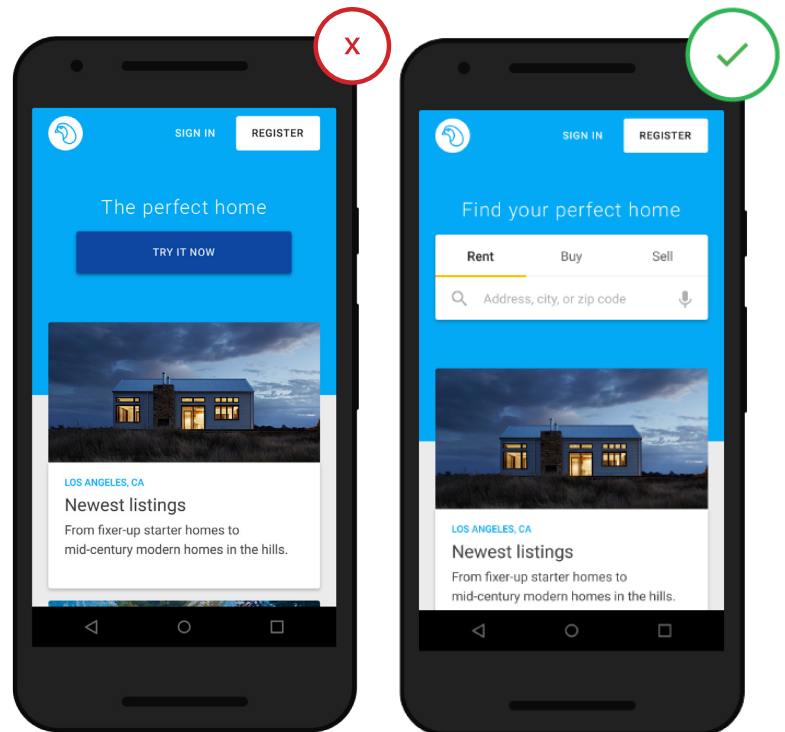
Kapitel 1:

Intuitive Handhabung

Nutzer sollten Inhalte, für die sie sich interessieren, schnell erreichen können. Mithilfe der folgenden wichtigen Designprinzipien können Sie Apps erstellen, die intuitiv in der Handhabung und somit nutzerfreundlich sind.

1 Vorteile der App hervorheben

Zeigen Sie Nutzern klar und deutlich, was Sie von ihnen erwarten, indem Sie den Call-to-Action in den Fokus rücken. Wenn Sie die Vorteile Ihrer App an der geeigneten Stelle und im richtigen Kontext hervorheben, wecken Sie das Interesse der Nutzer.

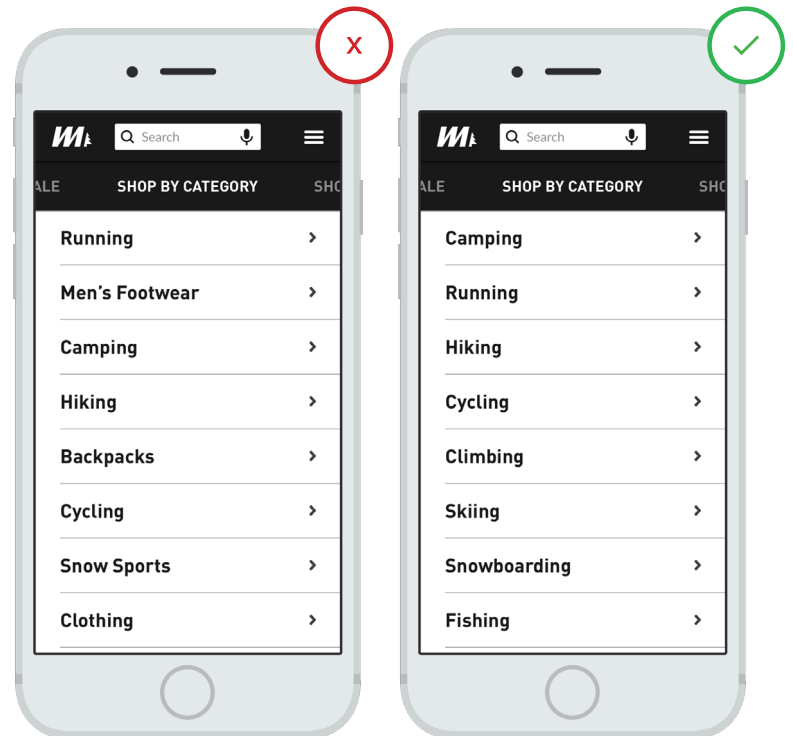


X "Versuchen Sie es gleich einmal" ist vergleichsweise schwammig und als Call-to-Action ungeeignet.

✓ "Mieten", "Kaufen" und "Verkaufen" bieten sich als Calls-to-Action an.

2 Menüpunkte nutzerfreundlich anordnen und benennen

Oft tun sich Nutzer schwer damit, Unterkategorien in Menüs zu unterscheiden und zu verstehen – besonders, wenn diese in einer für sie ungewohnten Art und Weise angeordnet sind. Menüpunkte sollten deutlich sein und sich nicht überschneiden. Dies ist besonders wichtig, weil Nutzer oft auf das Menü zurückgreifen, wenn sie mit der Suchfunktion nicht das gewünschte Ergebnis erzielt haben.

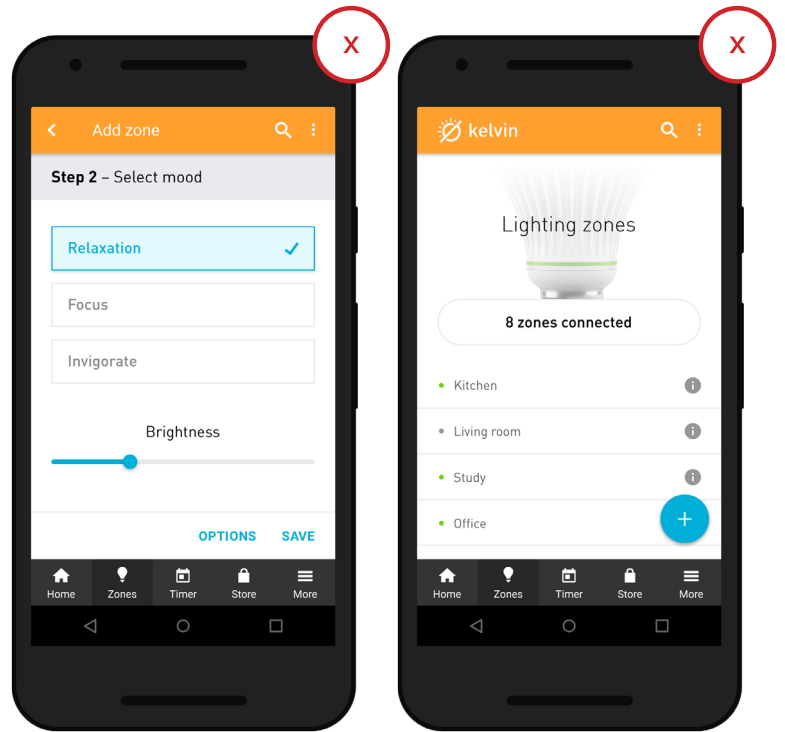


✗ Produktkategorien dürfen sich nicht überschneiden (z. B. "Männerschuhe" und "Wandern").

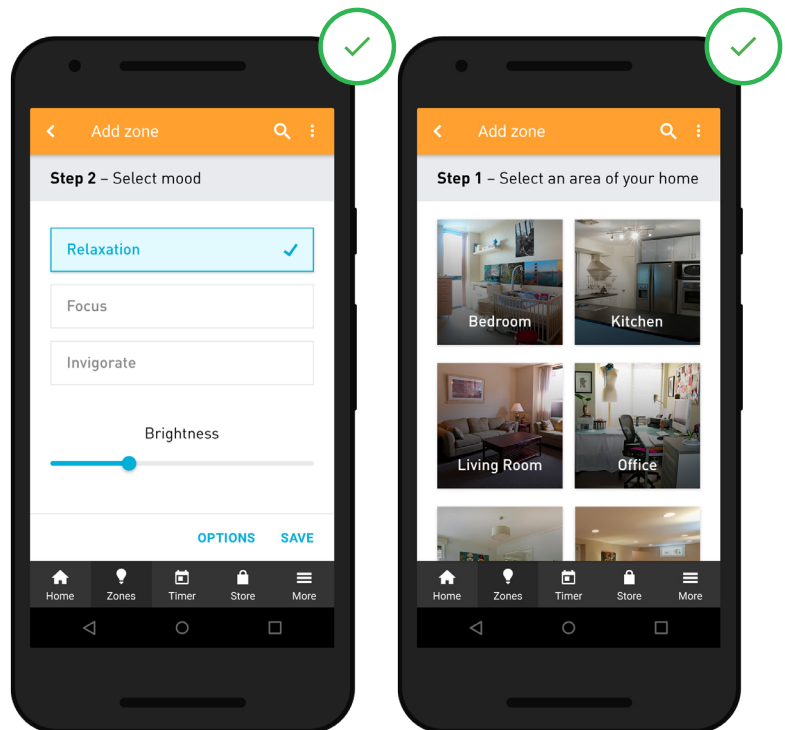
✓ Hier unterscheiden sich die Produktkategorien voneinander.

3 Funktion "Zurück" bereitstellen

Häufig möchten Nutzer in einer App nur einen Schritt zurück gehen. Wenn eine App keine solche Funktion bietet und man auf der Startseite neu beginnen muss, verliert man eventuell nicht gespeicherte Daten und die Geduld. Nutzerfreundlicher ist es, eine Schaltfläche einzurichten, die eine schrittweise "Zurück"-Funktion ermöglicht. Durch differenzierte Steuerungselemente verbessern Sie die Nutzererfahrung und erzielen mehr Conversions.



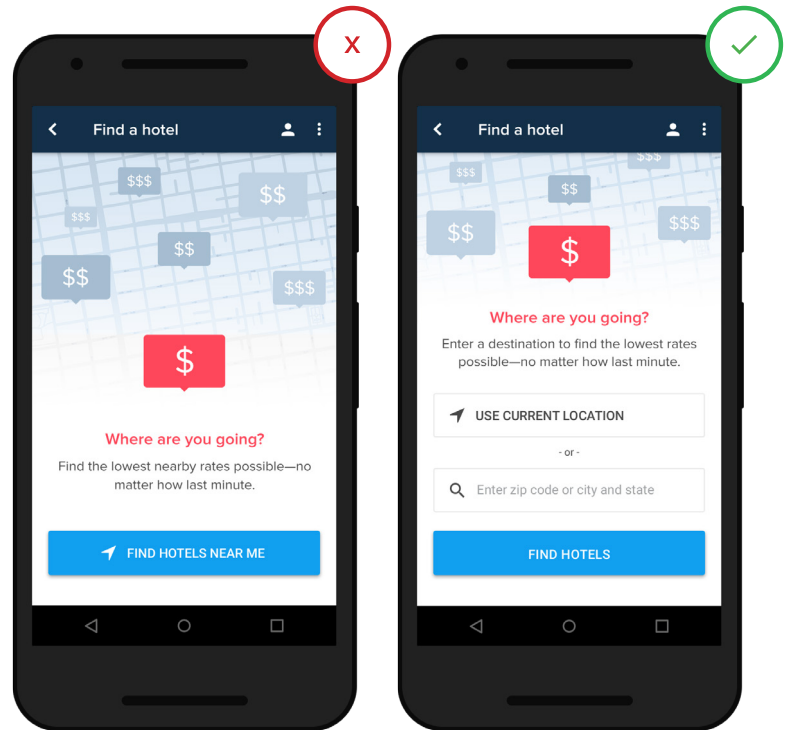
✗ Wenn die Schaltfläche "Zurück" den Nutzer wieder zur Startseite leitet, schafft dies unnötige Verwirrung.



✓ Hier kann man mit der Schaltfläche "Zurück" – wie erwartet – einen Schritt zurück gehen.

4 Standorteingabe vereinfachen

Wenn wir es eilig haben, wissen wir die automatische Standortbestimmung zu schätzen. Falls wir allerdings ein Geschäft suchen, das sich nicht in unserer unmittelbaren Nähe befindet, möchten wir den gesuchten Standort vielleicht einfach manuell eingeben.

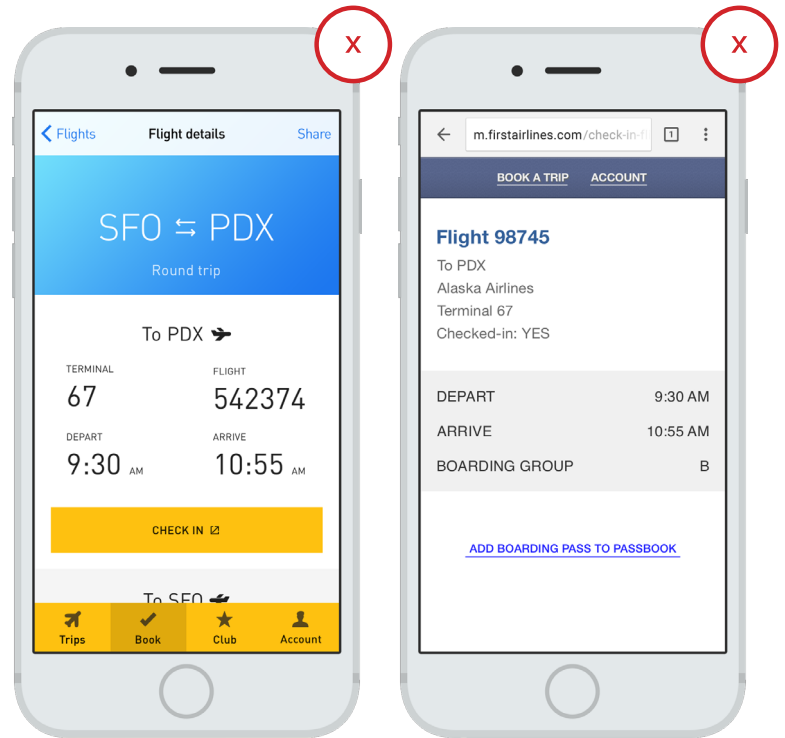


✗ Hier kann der Nutzer den gewünschten Standort nicht manuell eingeben.

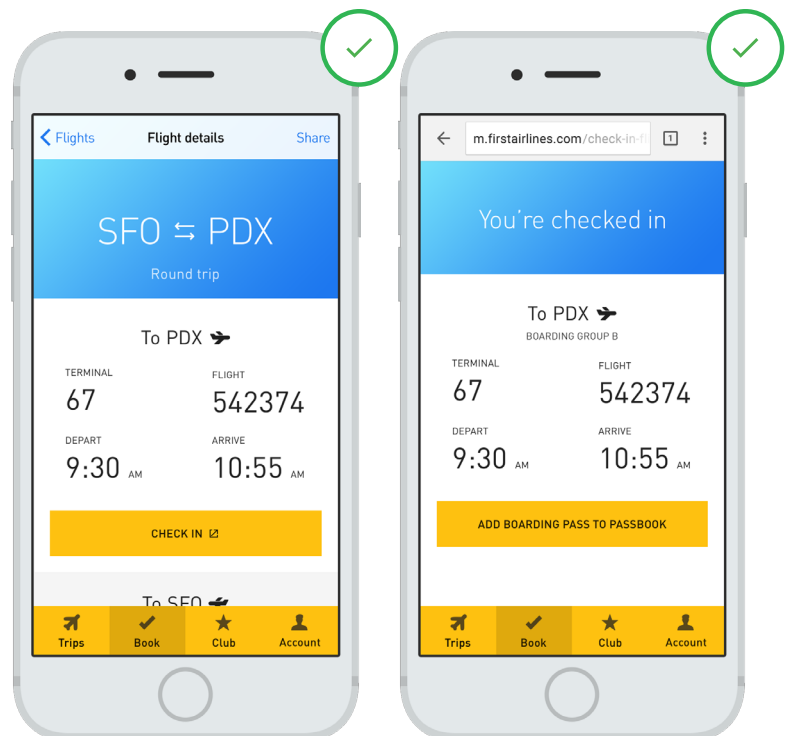
✓ Der Nutzer kann gleich zu Beginn den gewünschten Standort auswählen.

5 Nahtlose Übergänge zwischen mobilen Apps und dem mobilen Web schaffen

Nutzer finden es frustrierend, wenn sie eine Aufgabe nicht in der App selbst erledigen können, sondern dazu ins mobile Web weitergeleitet werden. Meistens sind das Erscheinungsbild und das Layout der beiden Plattformen völlig unterschiedlich. Oft muss man auch noch warten, während die Webseite lädt, auf die man weitergeleitet wird. Wenn es wirklich notwendig ist, den Nutzer auf eine mobile Website weiterzuleiten, sollten Sie das Design Ihrer App der Website anpassen, um den Übergang sanfter zu gestalten. Sorgen Sie außerdem für eine schnelle und nahtlose Weiterleitung – Ihre Nutzer werden es Ihnen danken.



✗ Layout und Funktionalität der App und der mobilen Website unterscheiden sich.



✓ Hier verläuft die Überleitung nahtlos, dank gleichbleibendem Erscheinungsbild und optimierter Websitegeschwindigkeit.

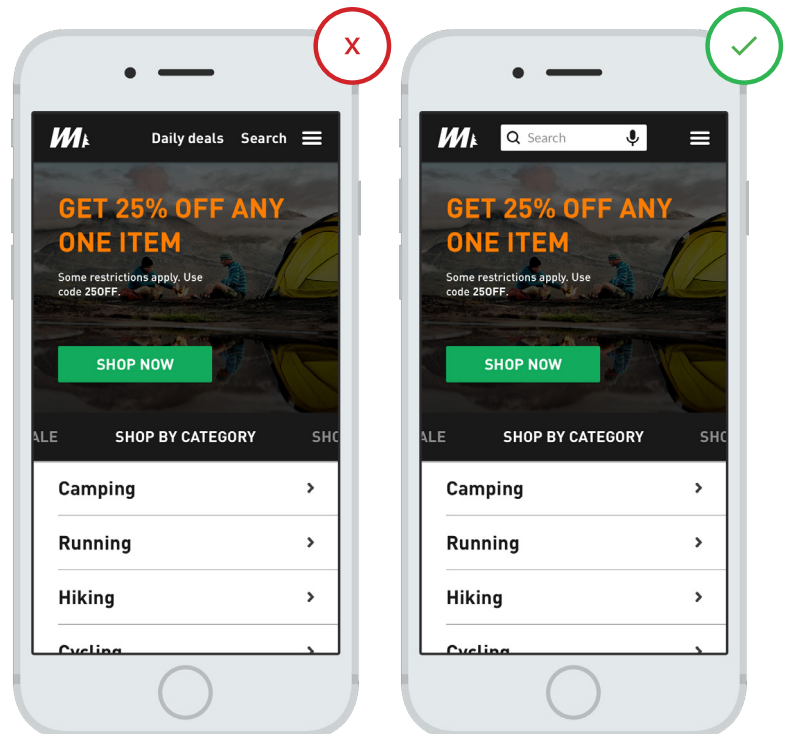


Kapitel 2: In-App-Suche

Mit der In-App-Suchfunktion finden Nutzer die Inhalte, für die sie sich interessieren, schnell und einfach. Die folgenden Prinzipien sind hilfreich, wenn Sie die Suchfunktion auf Ihrer Website optimieren möchten.

6 Suchfeld gut sichtbar platzieren

Die meisten Nutzer suchen in einer App zuerst nach dem Suchfeld. Sie haben häufig etwas zu erledigen und keine Zeit zu verlieren. Wenn das Suchfeld in einer App nicht gut sichtbar platziert ist, brechen Nutzer eventuell vorschnell ab.

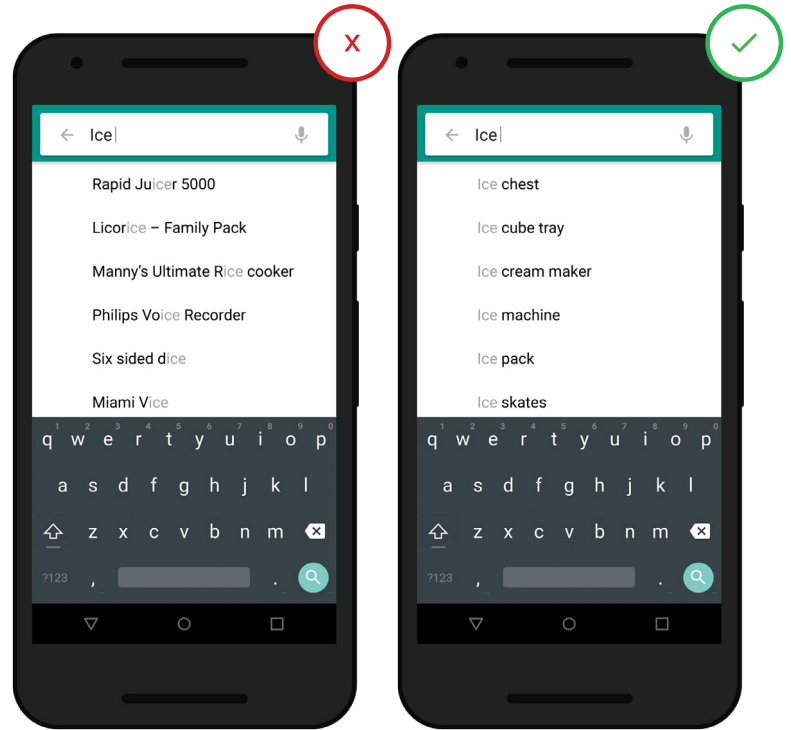


X Die Suchfunktion dieser App ist in einer Menüoption versteckt.

✓ Dieses Suchfeld fällt sofort ins Auge.

7 Effiziente Indizierung für die Suche verwenden

Suchergebnisse müssen relevant sein. Nutzer verlassen sich bei bestimmten Aufgaben auf die Suchfunktion. Daher erwarten sie, dass diese ebenso gute Ergebnisse liefert wie Google. Hilfreiche Funktionen sind beispielsweise automatisches Korrigieren, das Erkennen von Wortstämmen oder Autovervollständigung. Mit diesen Tools reduzieren Sie die Wahrscheinlichkeit von Nutzerfehlern. Zudem lässt sich damit der Suchvorgang beschleunigen, sodass Nutzer ihre Vorhaben bis zum Ende (also bis zur Conversion) ausführen.

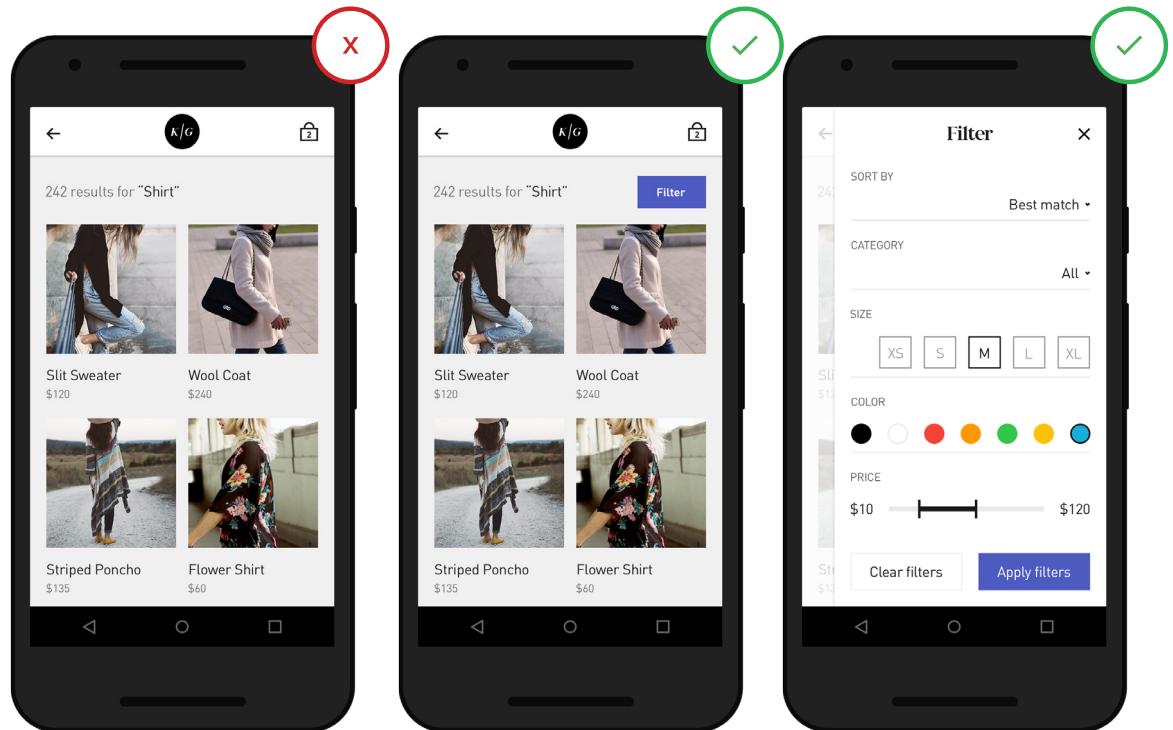


✗ Eine schlechte Indizierung der Suchfunktion macht die Suche ineffektiv.

✓ Eine gute Indizierung erleichtert Nutzern die Suche und führt schnell zu Ergebnissen.

8 Filter- und Sortieroptionen bereitstellen

Nicht relevante oder zu viele Suchergebnisse, die auf dem kleinen Bildschirm mühsam durch Scrollen oder Bildschirmmanpassung sichtbar gemacht werden müssen, führen möglicherweise zu unnötiger Frustration. Mithilfe von Filter- und Sortieroptionen erleichtern Sie Nutzern die Suche.



X Hier fehlt die Möglichkeit zum Herausfiltern bzw. Sortieren, sodass Nutzer alle Ergebnisse durchsehen müssen.

✓ Mit diesen Filter- und Sortieroptionen können die Suchergebnisse effizient eingegrenzt werden.

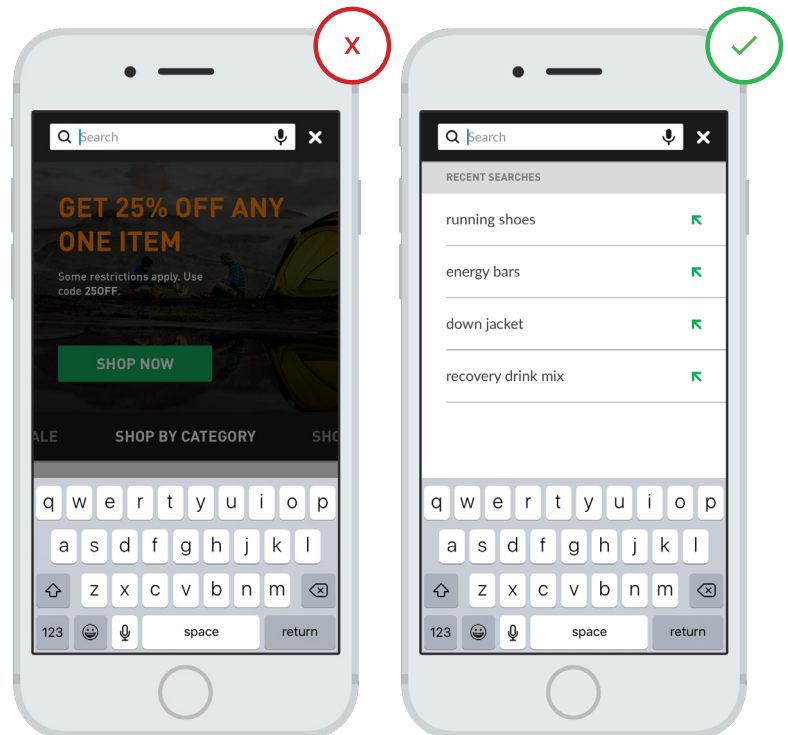


Kapitel 3: Mobile Commerce und Conversions

Der mobile E-Commerce wird immer beliebter und die Nutzer erwarten zu Recht nahtlose In-App-Transaktionen, wenn sie mobil suchen oder einkaufen, Rezensionen schreiben oder Informationen einholen. So optimieren Sie die Nutzererfahrung und erzielen mehr Conversions:

9 Such- und Kaufinformationen früherer Transaktionen zur Verfügung stellen

Stellen Sie den Nutzern die gespeicherten Informationen früherer Suchen und Einkäufe zur Verfügung. Besonders bei Apps, die für wiederholte Suchen und Käufe genutzt werden, wirkt sich die Zeitersparnis positiv aus.

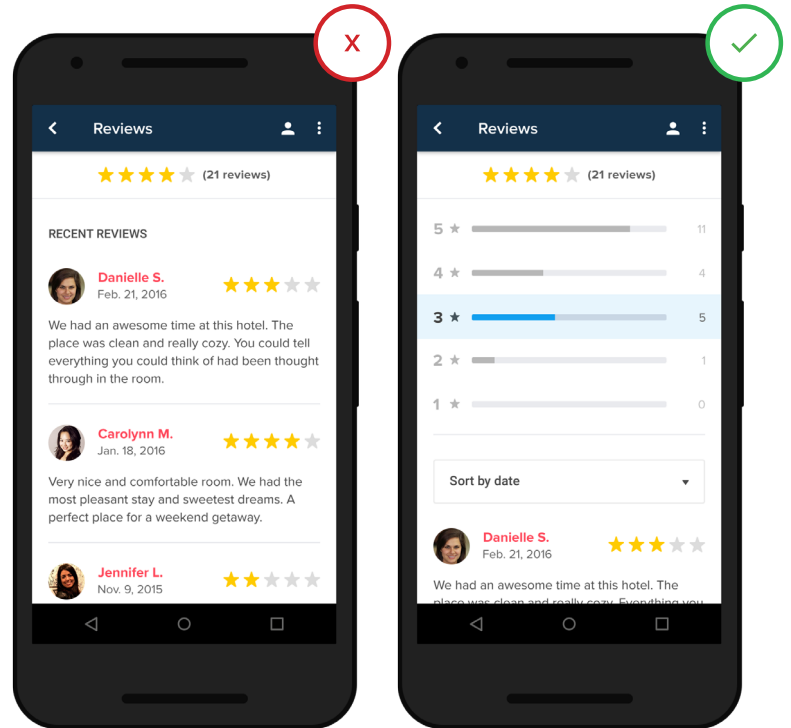


✗ Suchbegriffe müssen jedes Mal neu eingegeben werden, auch bei identischen Suchen.

✓ Suchbegriffe früherer Suchen werden angezeigt und können übernommen werden.

10 Kundenrezensionen einblenden und filtern

Viele Nutzer lesen die Kundenrezensionen, bevor sie sich für oder gegen ein Produkt entscheiden. Ihr Vertrauen steigt, je mehr positive Rezensionen es gibt. Stellen Sie eine Zusammenfassung der Kundenbewertungen zur Verfügung und erlauben Sie den Nutzern, die Rezensionen zu sortieren und zu filtern, um sich ein möglichst realistisches Bild von dem Artikel machen zu können. Viele Nutzer wünschen sich auch verifizierte Rezensionen von Kunden, die den Artikel bereits gekauft haben.

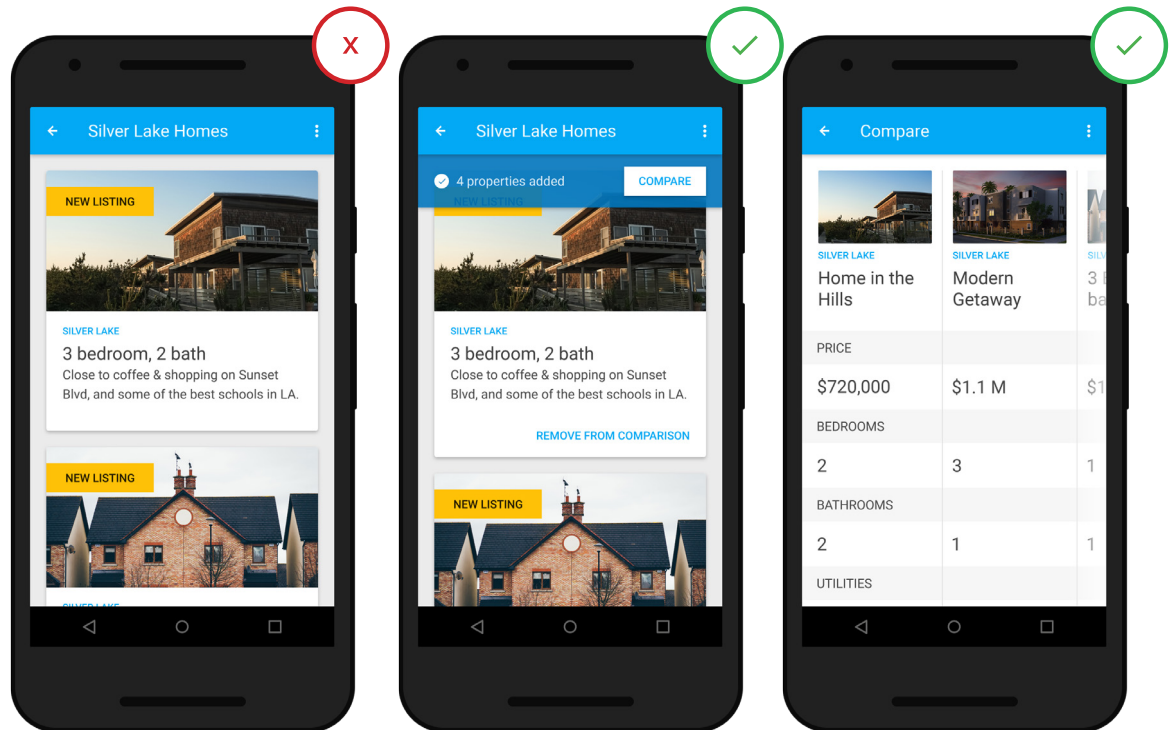


X In diesem Beispiel fehlt die Möglichkeit zum Herausfiltern bzw. Sortieren der Kundenrezensionen.

✓ Hier können Kundenrezensionen herausgefiltert und sortiert werden.

11 Funktionen für Produktvergleiche aktivieren

Bevor Nutzer einen Kauf tätigen, möchten sie Produkte, die sie interessieren, vergleichen. Ist dies nicht möglich, müssen sie die Artikel zum Vergleich in den Einkaufswagen legen oder sich merken, welche Artikel sie später noch einmal ansehen möchten. Im Internet kann man dieses Problem umgehen, indem man weitere Tabs öffnet, um Produkte einander gegenüberzustellen. Sie können Ihren Kunden den Entscheidungsprozess erleichtern, indem Sie in der App eine Funktion zum Produktvergleich anbieten.

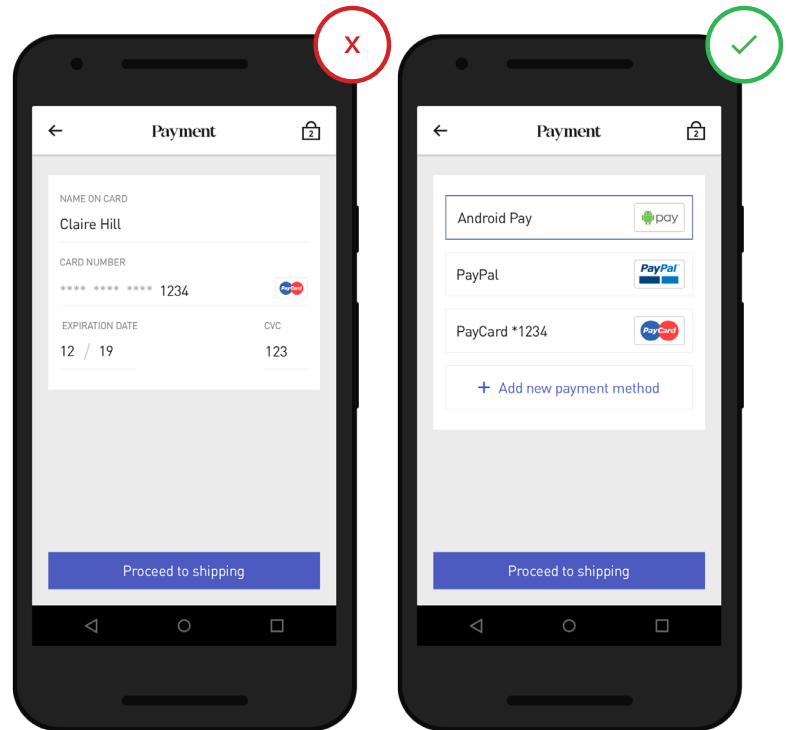


❌ Hier müssen sich Nutzer die Häuser, die sie interessieren, merken und später darauf zurückkommen.

✅ Dank eines Vergleichsmoduls können hier die Vorteile verschiedene Häuser gegeneinander abgewogen werden.

12 Verschiedene Zahlungsoptionen von Drittanbietern bereitstellen

Kunden erwarten Zahlungssysteme von Drittanbietern. Mit Bezahldiensten wie PayPal, Apple Pay oder Android Pay müssen Nutzer beim Zahlvorgang keine zusätzlichen Formulare ausfüllen. Zudem vermitteln diese Systeme ein Gefühl der Sicherheit.

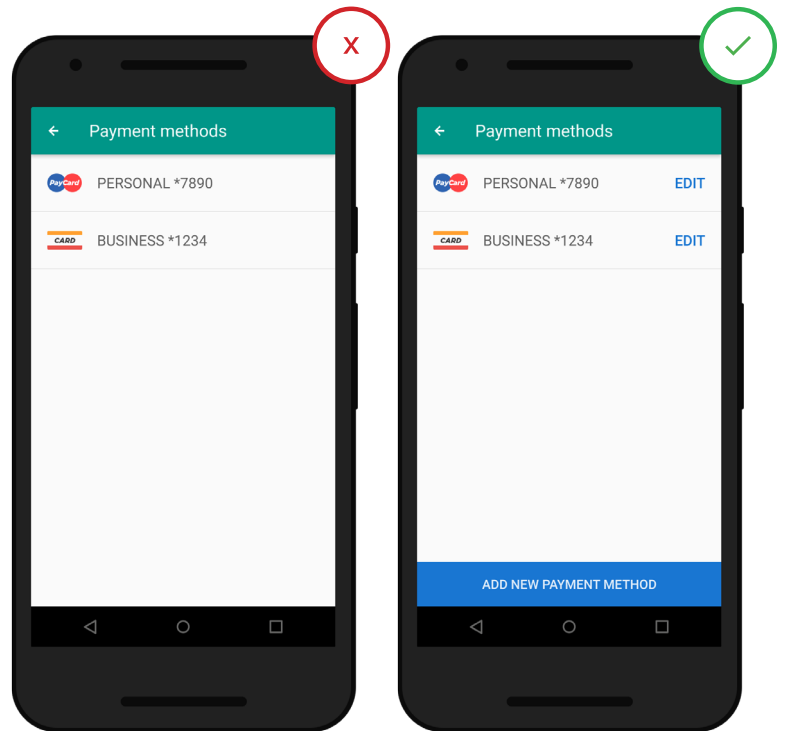


X In dieser App ist nur die Zahlung per Kreditkarte möglich.

✓ Hier stehen verschiedene Zahlungsmethoden zur Wahl.

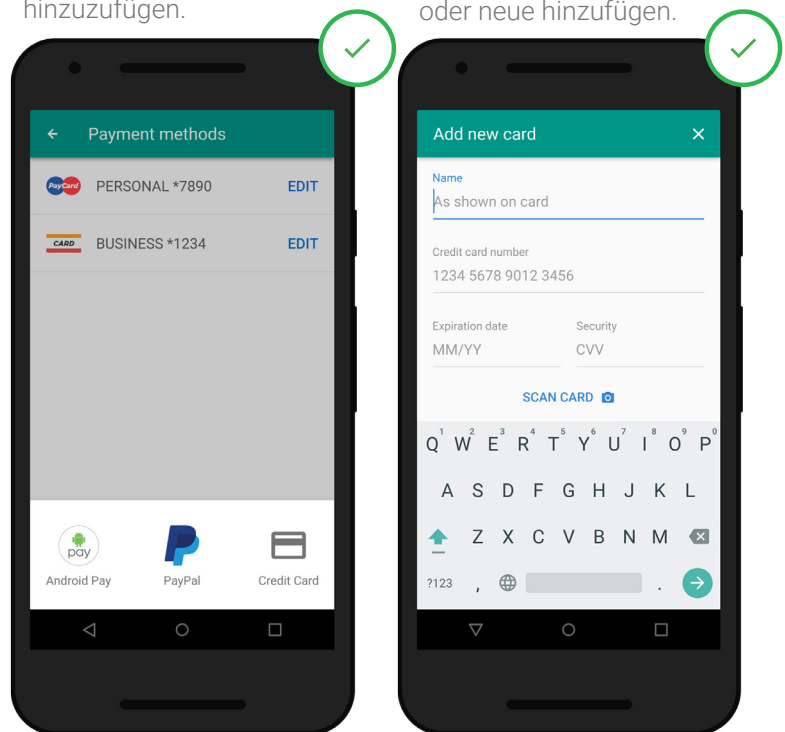
13 Hinzufügen und Verwalten von Zahlungsmethoden erleichtern

Sie erleichtern Ihren Kunden den Einkauf, wenn ihre Zahlungsinformationen bereits gespeichert sind. Erstellen Sie eine einfache Seite für Kreditkartenzahlung und bieten Sie Ihren Nutzern hilfreiche Funktionen wie etwa einen Ziffernblock oder die Möglichkeit zum Einscannen von Kreditkarten. Besonders nutzerfreundlich ist eine Option zum Hinzufügen verschiedener Kreditkarten, zwischen den Kunden wechseln können.



X Hier fehlt die Möglichkeit, Zahlungsmethoden zu bearbeiten oder neue hinzuzufügen.

✓ Hier können Nutzer bereits gespeicherte Zahlungsmethoden bearbeiten oder neue hinzufügen.



✓ Hier können Nutzer bereits gespeicherte Zahlungsmethoden bearbeiten oder neue hinzufügen.

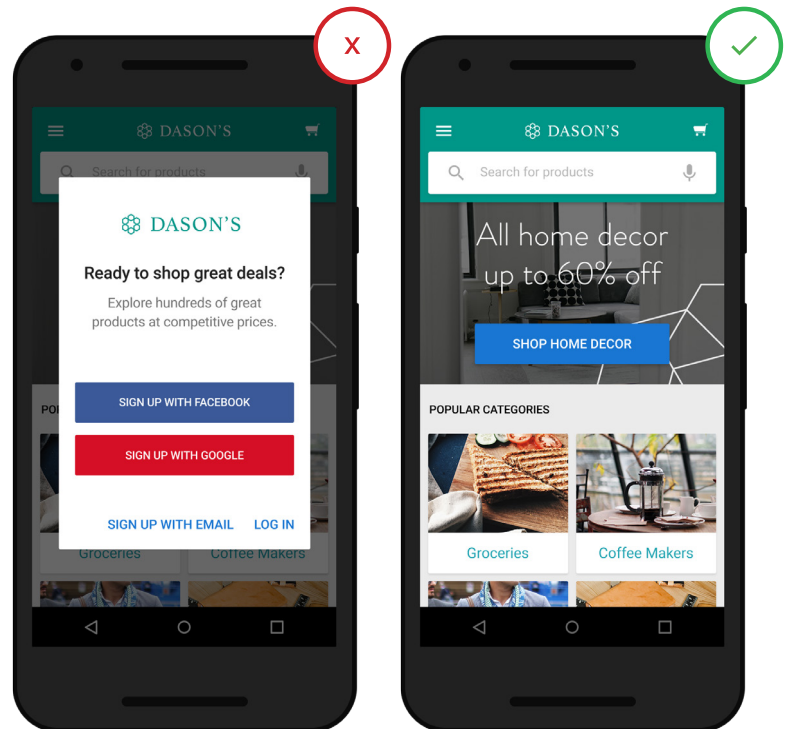


Kapitel 4: Anmeldung

Über die Anmeldung können Sie potenzielle Kunden erreichen, zukünftige Conversions erleichtern und allgemein die Beziehung zu Ihren Nutzern vertiefen. Häufig stellt aber gerade die Anmeldung eine unüberwindliche Hürde dar, die letztendlich zu weniger Conversions führen kann. Wir zeigen Ihnen, wie Sie einen Anmeldevorgang schaffen, den Nutzer nicht als lästiges Hindernis wahrnehmen, sondern vielmehr als Möglichkeit, schneller ans Ziel zu kommen.

14 Vor der Nutzeranmeldung Vorteile darlegen

Sehr häufig verlassen Nutzer eine App, wenn sie schon zu Beginn personenbezogene Daten eingeben müssen, ohne einen unmittelbaren Vorteil zu erlangen (zum Beispiel wenn sie ein Taxi rufen oder Essen bestellen möchten). Vor allem bei Apps von unbekannten Unternehmen oder wenn das Wertversprechen unklar ist, sind die Nutzer oftmals nicht bereit, sich sofort anzumelden. Fordern Sie Besucher also nur zur Anmeldung auf, wenn es unbedingt erforderlich ist. Sie können ihnen zum Beispiel anbieten, den Kaufvorgang als Gast abzuschließen.

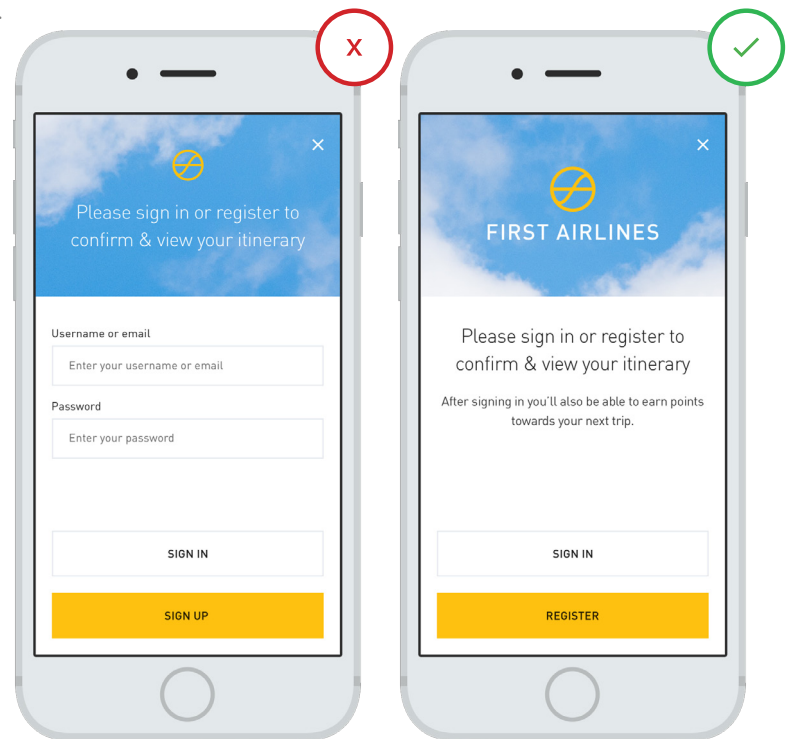


X Hier ist beim ersten Besuch gleich eine Anmeldung erforderlich – das wirkt abschreckend.

✓ Hier wird gleich zu Beginn eine ansprechende Nutzererfahrung geboten, ohne dass personenbezogene Daten eingegeben werden müssen.

15 "Anmelden" und "Einloggen" differenzieren

Viele Nutzer wählen spontan die falsche Schaltfläche, wenn Sie versuchen, sich für ein Konto anzumelden, und wundern sich, wenn sie zur Eingabe eines Passworts aufgefordert werden. Häufig überfliegen sie den Bildschirm kurz und nehmen an, dass der erste Call-to-Action der richtige ist. Dieses Missverständnis können Sie vermeiden, indem Sie Schaltflächen einrichten, die sich deutlich voneinander unterscheiden, eine zum "Anmelden" und eine zum "Einloggen".

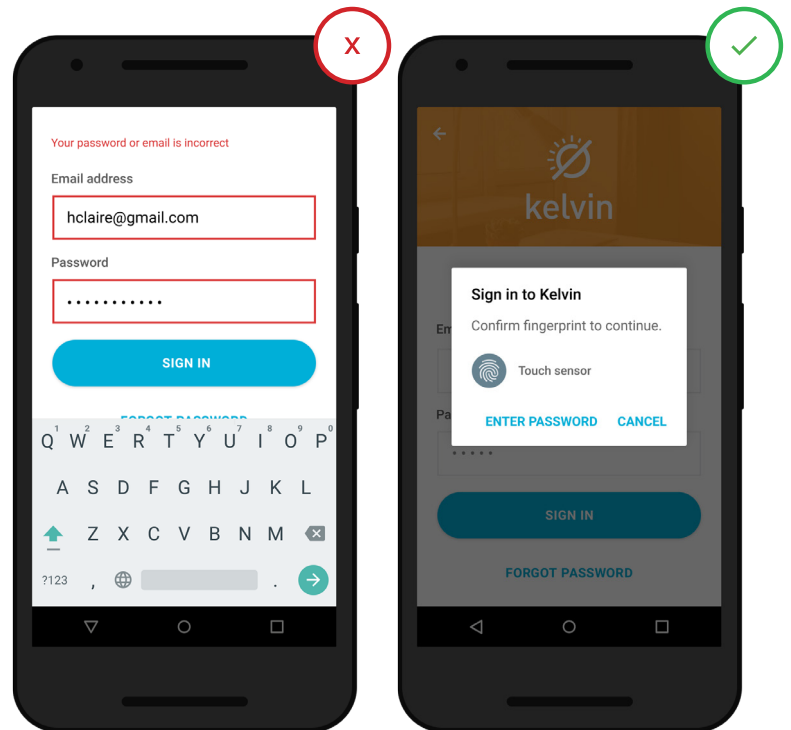


✗ Die Calls-to-Action sind hier sehr ähnlich und sorgen für Verwirrung.

✓ Hier ist die Benutzeroberfläche übersichtlich und die Calls-to-Action klar erkennbar.

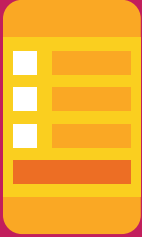
16 Authentifizierung reibungslos gestalten

Nutzer möchten ohne großen Aufwand ein Passwort einrichten oder zurücksetzen können. Mit einem einfachen Authentifizierungsprozess verringern Sie das Risiko, Nutzer zu verlieren. Hilfreich sind hierbei möglichst wenige Schritte oder verschiedene Authentifizierungsmethoden, zum Beispiel Log-in über Drittanbieter oder mit Fingerabdruck.



✗ Die Authentifizierung über eine Texteingabe führt oft zu Fehlern und Frustration.

✓ Einfache Authentifizierung über den Fingerabdruck sorgt hier für einen reibungslosen Ablauf.



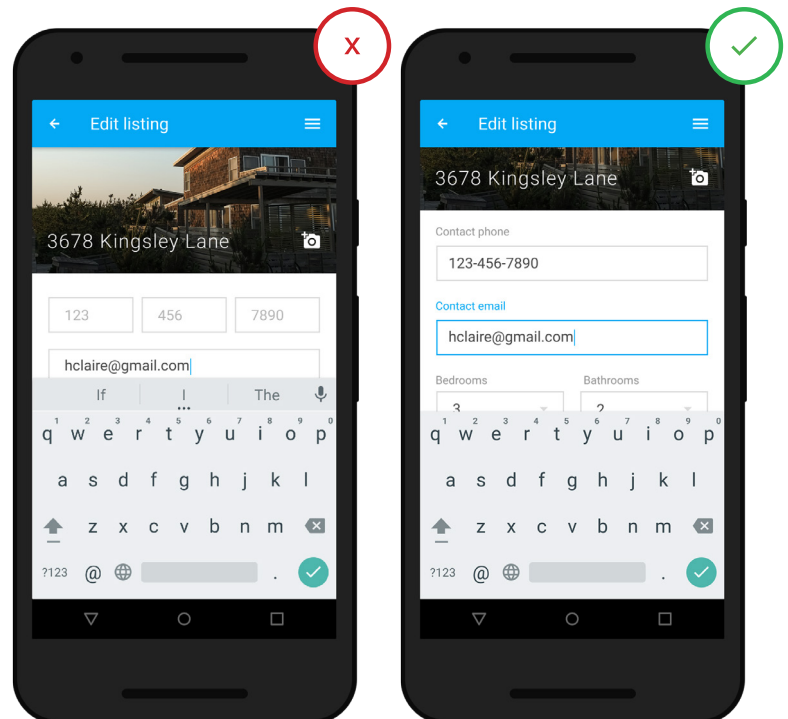
Kapitel 5:

Formulareingabe

Niemand füllt gern Formulare aus. Wenn Sie es schaffen, die Formulareingabe so schnell und einfach wie möglich zu gestalten, tun Sie Ihren Nutzern einen großen Gefallen.

17 Nutzerfreundliche Formulare gestalten

Passen Sie Ihre Formulare daran an, wie Nutzer Informationen eingeben. Mit Bildschirmmasken für unterschiedliche Eingabeformate sind die Nutzer nicht an die Beschränkungen der App gebunden. Achten Sie zudem darauf, dass Formularfelder nicht von Elementen der Benutzeroberfläche (zum Beispiel von der Tastatur) verdeckt werden. Wenn ein Formularfeld ausgefüllt ist, sollte es automatisch auf dem Bildschirm nach oben geschoben werden. Außerdem sind Funktionen hilfreich, die die Eingabe erleichtern, wie automatisches Ausfüllen, automatische Großschreibung oder das Scannen von Kreditkarten.

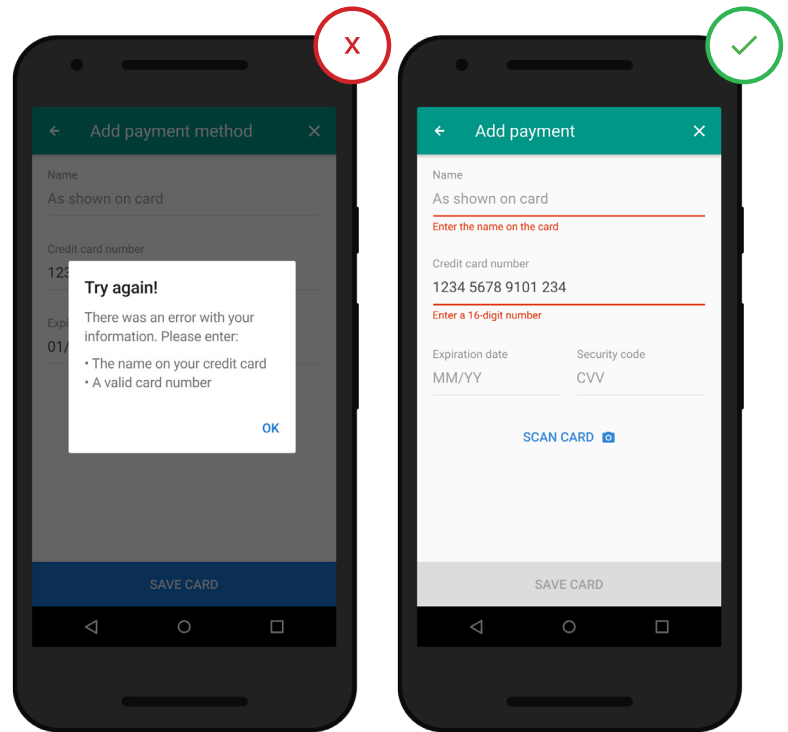


X Hier ist das Format für die Dateneingabe vorgeschrieben (z. B. sind Telefonnummern in drei Blöcke aufgeteilt) und die noch auszufüllenden Felder sind von der Tastatur verdeckt.

✓ Diese Formularfelder sind leicht zu formatieren und das Formular wird beim Ausfüllen nach oben geschoben.

18 Formularfehler in Echtzeit melden

Was ist frustrierender als ein Formular vollständig auszufüllen und beim Absenden festzustellen, dass man einen Fehler gemacht hat? Sie können Ihre Nutzer in Echtzeit auf Fehler in Formularen aufmerksam machen und sie informieren, wenn ein Abschnitt eines Formulars fehlerlos ausgefüllt bzw. bereits überprüft wurde. Stellen Sie sicher, dass das Ausfüllen reibungslos funktioniert, indem Sie den gesamten Vorgang testen.

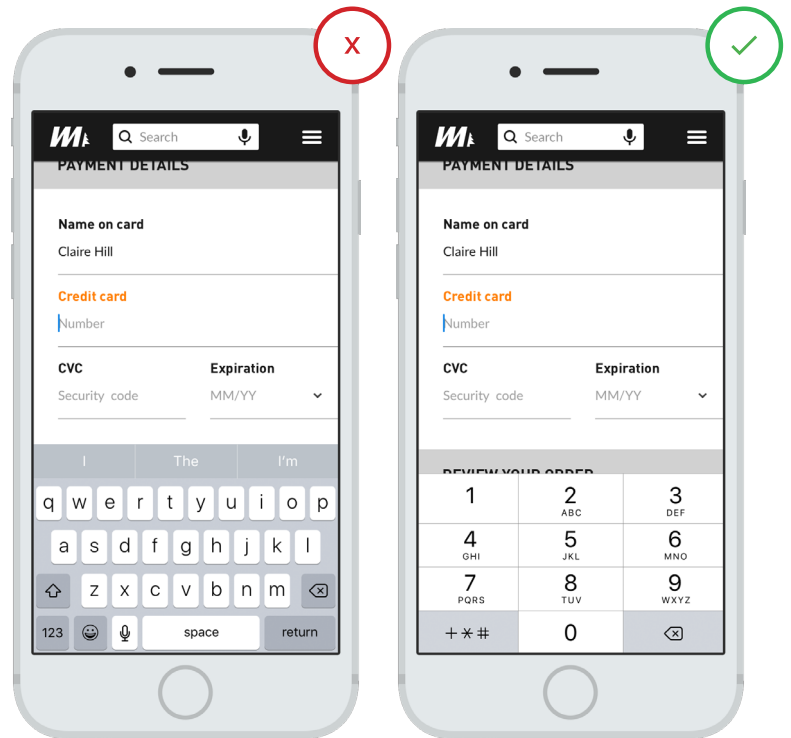


X Hier wurden die Formulareinträge erst beim Absenden geprüft. Die Meldung weist weder auf ein spezifisches Problem hin noch enthält sie Informationen zur Fehlerbehebung.

✓ Hier werden Fehlermeldungen gleich bei der Eingabe eingeblendet.

19 Tastaturlayout an Texteingaben anpassen

Nutzer erwarten, dass die angezeigte Tastatur der erforderlichen Texteingabe entspricht. Stellen Sie sicher, dass für jede Texteingabe die passende Tastatur eingeblendet wird, nicht nur für bestimmte Aufgaben.



X Hier muss der Nutzer zuerst auf die Ziffernschaltfläche tippen, um Ziffern eingeben zu können.

✓ In diesem Feld können nur Ziffern eingegeben werden, also wird ein numerisches Tastaturfeld eingeblendet.

20 Formulare mit hilfreichen Zusatzinformationen versehen

Indem Sie Nutzern hilfreiche Informationen anbieten, erleichtern Sie ihnen die Formulareingabe. Wenn beispielsweise ein Datum eingegeben werden soll, ist es hilfreich, wenn ein Kalender verfügbar ist. Nutzer müssen die App nicht verlassen, um auf dem Kalender ihres Smartphones nachzusehen, und werden nicht so leicht von ihrer eigentlichen Aufgabe abgelenkt.

The image shows two smartphone screens side-by-side, both displaying a 'Book a room' form. The left screen is marked with a red 'X' in a circle, indicating it is a poor example. It shows a form with fields for email, phone, check-in, check-out, number of adults, and room preference. The check-in and check-out dates are entered as plain text: '1/20/2016' and '1/24/2016'. The right screen is marked with a green checkmark in a circle, indicating it is a good example. It shows the same form, but the check-in and check-out date fields include calendar icons. Below the date fields, it shows '4 nights: (Wednesday–Sunday)' and a note 'Children stay free through Hotel.now'.

X Beim Ausfüllen dieses Formulars steht keine Funktion für die Dateneingabe oder zusätzlicher Hilfetext zur Verfügung.

✓ Kalenderwidgets erleichtern die Buchung und anhand der zusätzlichen Informationen kann die Eingabe überprüft werden.

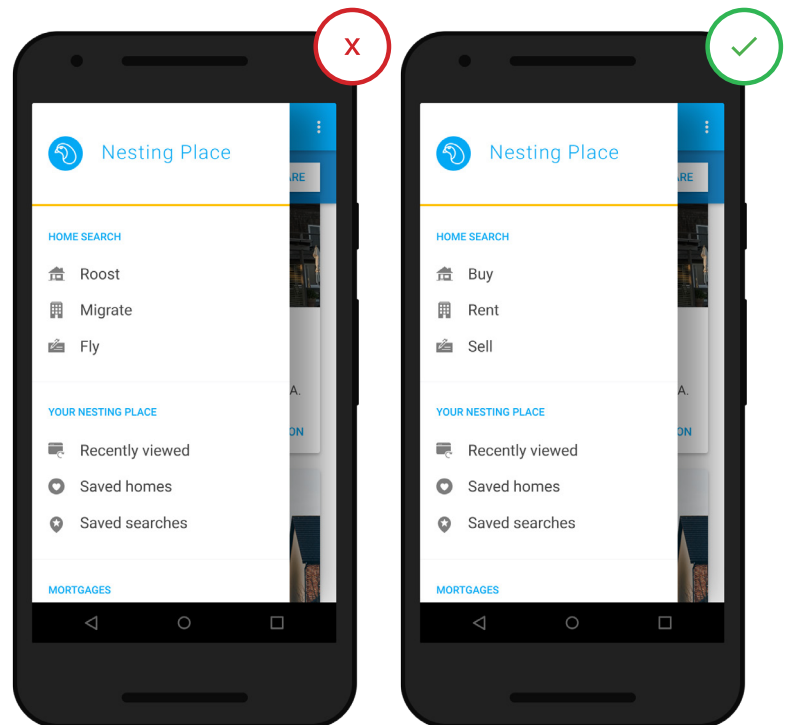


Kapitel 6: Nutzerfreundlichkeit und -verständnis

Wenn Sie die Nutzererfahrung optimieren möchten, sollten Sie das Design der gesamten App durchplanen. Die folgenden Prinzipien sollen Ihnen dabei helfen, eine App zu erstellen, die allen Anforderungen der Nutzer genügt.

21 Sprache an Nutzer anpassen

Mit unbekannten Begriffen oder ungewohnten Formulierungen fordern Sie den Nutzern unnötige Denkarbeit ab. Wenn Sie für Ihre Calls-to-Action markenspezifische Begriffe verwenden, schaffen Sie damit möglicherweise Verwirrung. Räumen Sie also präziser Kommunikation und Funktionalität Vorrang vor dem Vermitteln der Markenbotschaft ein.

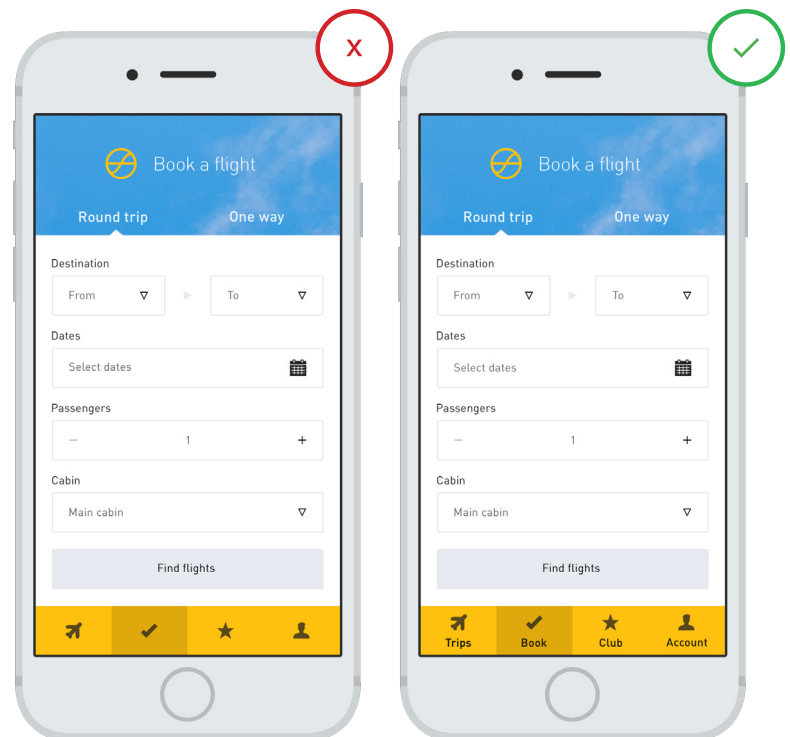


X Unkonventionelle Fachbegriffe verwirren Nutzer und schrecken sie möglicherweise ab.

✓ Begriffe wie "Kaufen", "Mieten" oder "Verkaufen" sind eindeutig und allgemein verständlich.

22 Grafiken und Symbole beschriften

Grafische Darstellungen und Symbole sind aussagekräftiger, wenn sie beschriftet sind. Unsere Studien haben gezeigt, dass Symbole nicht allgemein verständlich sind, wenn sie in den unterschiedlichsten Apps für Menüs, Konten, den Einkaufswagen, die Filialsuche oder Aktionen wie Herausfiltern und Sortieren eingesetzt wurden. Beschriftete Symbole sind eindeutig und werden eher verwendet. Wenn Nutzer grafische Elemente entschlüsseln und die Bedeutung erraten müssen, verlieren sie eventuell die Geduld. Abhilfe schafft hier eine entsprechende Legende mit Erklärungen für Symbole.

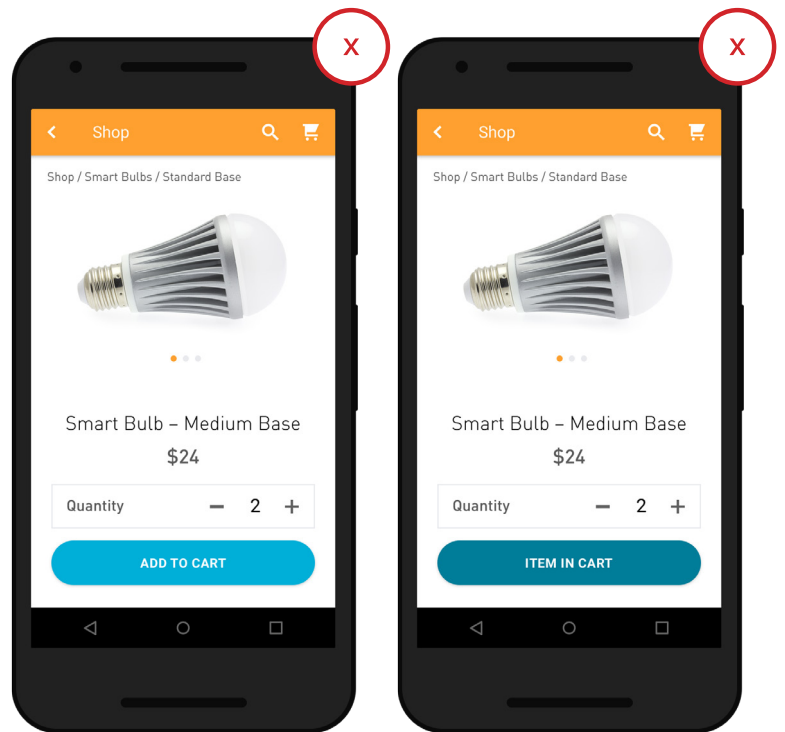


✗ Symbole ohne Beschriftung sorgen häufig für Missverständnisse.

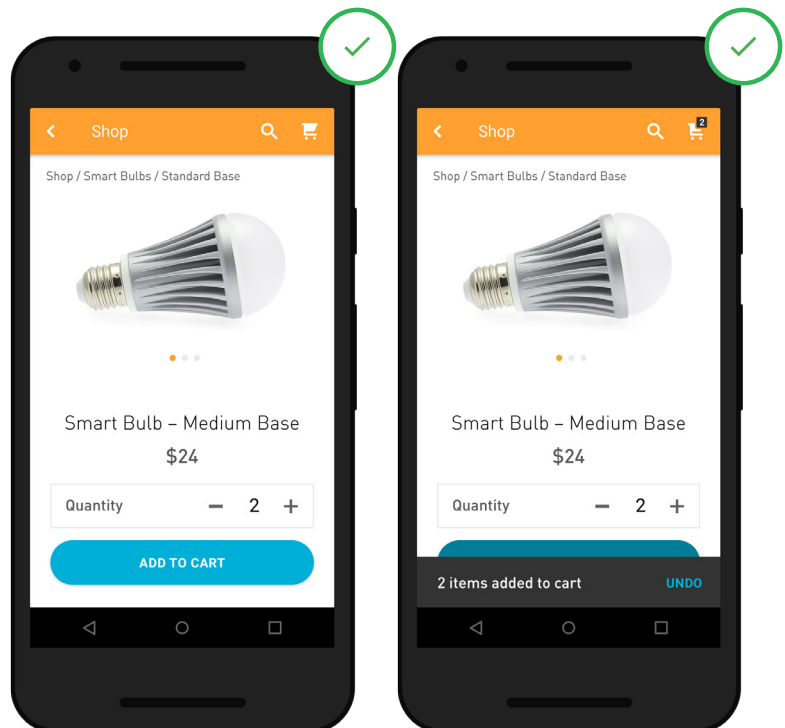
✓ Einfach zu verstehen durch Symbole mit Beschriftung.

23 Wichtige Handlungen bestätigen

Wenn Nutzer einen Artikel in den Einkaufswagen verschoben oder eine Bestellung aufgegeben haben, sind sie oft nicht sicher, ob der Vorgang wirklich abgeschlossen wurde. Bestätigen Sie den Nutzern Ihrer App mit einer Animation oder eine Meldung, dass der Kaufvorgang oder eine andere Handlung ausgeführt wurde.



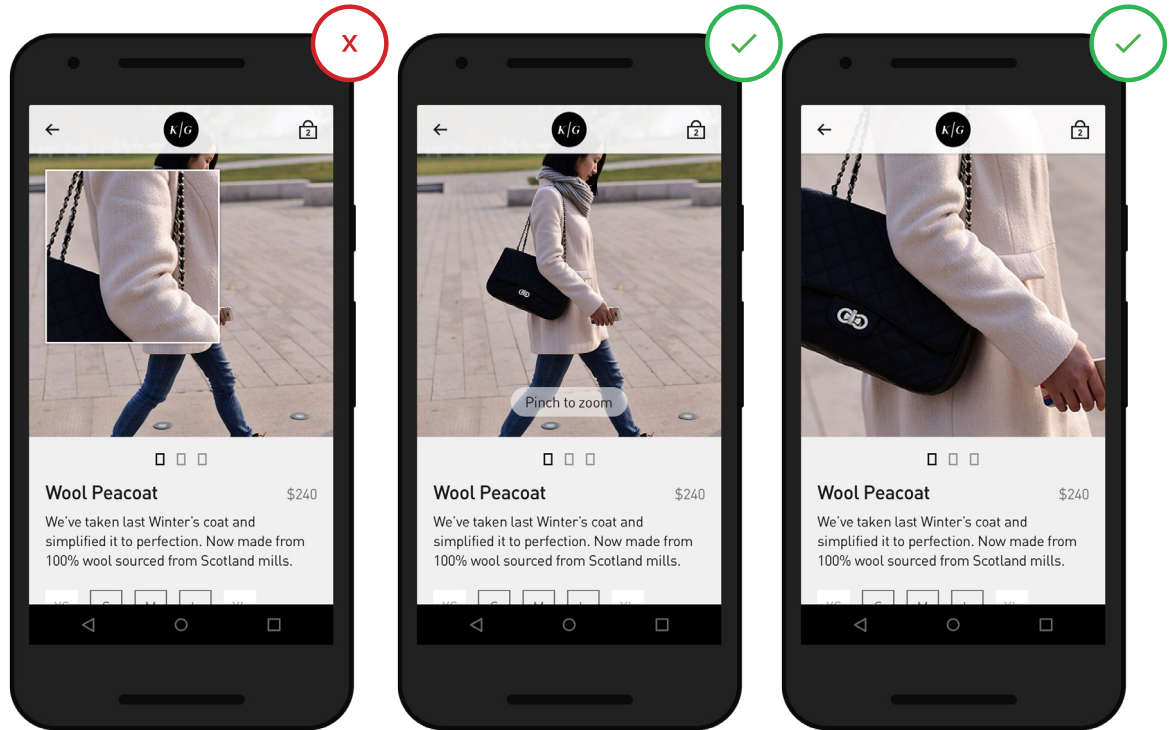
X Hier erhält der Nutzer kein Feedback, nachdem er einen Artikel in den Einkaufswagen gelegt hat.



✓ Wenn der Nutzer deutliches Feedback erhält, z. B. in Form einer Kaufbestätigung, kann er sicher sein, dass der Vorgang abgeschlossen ist.

24 Steuerung des Zooms dem Nutzer überlassen

Wenn ein Nutzer ein Bild betrachtet, möchte er selbst ein- und auszoomen können. Er empfindet es möglicherweise als störend, wenn der Vergrößerungsfaktor über die App vorgegeben wird. Sehr oft wird der Nutzer durch die vergrößerte Ansicht gezwungen, einen bestimmten Bereich des Motivs anzusehen, oder ein Teil des Bildes verschwindet vom Bildschirm. Überlassen Sie also den Nutzern die Steuerung und erlauben Sie ihnen, so in das Bild zu zoomen, wie sie möchten.

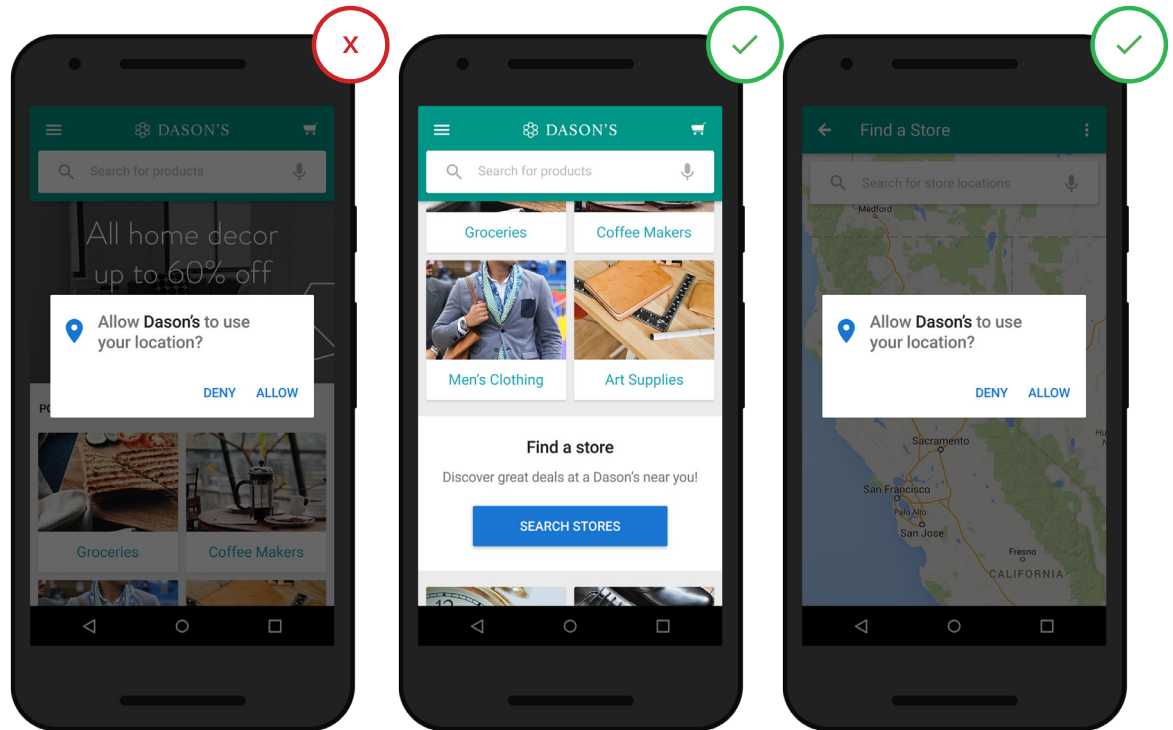


✗ Die Zoomfunktion wird hier auf eine bestimmte Tiefe und auf einen bestimmten Bereich beschränkt.

✓ In diesem Beispiel kann der Nutzer Zoomtiefe und -bereich selbst bestimmen.

25 Berechtigungen im Kontext anfragen

Wenn Nutzer Berechtigungen nicht erteilen, die für das fehlerfreie Funktionieren der App erforderlich sind, kommen sie vielleicht bei einer bestimmten Aufgabe nicht weiter. Um das zu verhindern, stellen Sie die Berechtigungsanfrage im entsprechenden Kontext und erläutern Sie, welche Vorteile dies bietet. Nutzer erteilen Berechtigungen eher, wenn sie während einer relevanten Aufgabe darum gebeten werden.



X Hier wird der Nutzer ohne triftigen Grund gebeten, die Berechtigung zur Standortbestimmung zu erteilen.

✓ Für den Nutzer ist es einleuchtend, dass er die Berechtigung zur Standortbestimmung erteilen muss, um eine Filiale zu suchen.



Hilfreiche Ressourcen

Nachdem Sie nun die 25 Grundregeln zur Gestaltung mobiler Apps kennen, haben wir Ihnen einige Ressourcen zusammengestellt, mit denen Sie Ihre App ausbauen und auf Erfolgskurs bringen können.

Wie Sie gesehen haben, vereinen die 25 Grundregeln zur Gestaltung mobiler Apps brandneue Erkenntnisse zur Optimierung der Nutzererfahrung. Dabei wird besonders viel Wert gelegt auf intuitive Handhabung, In-App-Suche, Mobile Commerce und Conversions, Anmeldung, Formulareingabe sowie Nutzerfreundlichkeit und -verständnis. Wir empfehlen, dass Sie Ihre App auf die einzelnen Grundregeln in diesem Leitfaden hin überprüfen und so feststellen, wo Verbesserungen und Ergänzungen erforderlich sind.

Wenn Sie mit dem Design und der Funktionalität Ihrer App zufrieden sind, sollten Sie noch Ihre Marketingstrategie optimieren. Konzentrieren Sie sich dabei nicht nur darauf, neue Nutzer zu gewinnen, sondern richten Sie Ihre Strategie auf den gesamten Lebenszyklus der App aus. Etablieren Sie eine solide Nutzerbasis, indem Sie die Interaktion Ihrer Nutzer mit der App fördern und neue Nutzer dazu einladen, sie kennenzulernen.

Strategien für den App-Erfolg

Die folgenden Strategien können Ihnen helfen, den Erfolg Ihrer App über den gesamten Lebenszyklus hinweg zu steigern.

1. Indem Sie eine Wachstumsstrategie verfolgen, die auf neue Installationen Ihrer App ausgerichtet ist, sorgen Sie dafür, dass Sie Nutzer gewinnen, die Ihre App bisher nicht kannten. Lesen Sie im [Leitfaden zur Steigerung von App-Downloads](#), wie Sie Ihre Apps mit Google auf Erfolgskurs bringen.
2. Heißen Sie Ihre Nutzer über eine einfache und verlässliche [Messaging](#)-Funktion willkommen, die für Android, iOS oder Chrome verfügbar ist.
3. Verfolgen Sie eine Strategie für die Interaktion mit Ihren Nutzern, um ihr Interesse zu halten. Mit Tools wie [Deep-Links](#) und Werbekampagnen mit speziellen [Anzeigen zur Interaktion mit Apps](#) können Sie das Nutzerinteresse fördern.
4. Erweitern Sie Ihre Nutzerbasis weiter durch die Verwendung von [Google App-Einladungen](#).



Checkliste zur Gestaltung mobiler Apps



Intuitive Handhabung

- ☐ Vorteile der App hervorheben
- ☐ Menüpunkte nutzerfreundlich anordnen und benennen
- ☐ Funktion "Zurück" verfügbar machen
- ☐ Standorteingabe vereinfachen
- ☐ Nahtlose Übergänge zwischen mobilen Apps und dem mobilen Web schaffen



In-App-Suche

- ☐ Suchfeld gut sichtbar platzieren
- ☐ Effiziente Indizierung für die Suche verwenden
- ☐ Filter- und Sortieroptionen bereitstellen



Mobile Commerce und Conversions

- ☐ Such- und Kaufinformationen früherer Transaktionen zur Verfügung stellen
- ☐ Kundenrezensionen einblenden und filtern
- ☐ Funktionen für Produktvergleiche anbieten
- ☐ Verschiedene Zahlungsoptionen von Drittanbietern bereitstellen
- ☐ Hinzufügen und Verwalten von Zahlungsmethoden erleichtern



Anmeldung

- ☐ Vor der Nutzeranmeldung Vorteile darlegen
- ☐ "Anmelden" und "Einloggen" differenzieren
- ☐ Authentifizierung reibungslos gestalten



Formulareingabe

- ☐ Nutzerfreundliche Formulare gestalten
- ☐ Formularfehler in Echtzeit anmerken
- ☐ Tastaturlayout an Texteingaben anpassen
- ☐ Formulare mit hilfreichen Zusatzinformationen versehen



Nutzerfreundlichkeit und -verständnis

- ☐ Sprache an Nutzer anpassen
- ☐ Grafiken und Symbole beschriften
- ☐ Wichtige Handlungen bestätigen
- ☐ Steuerung des Zooms dem Nutzer überlassen
- ☐ Berechtigungen im Kontext anfragen