

Sarah Weitnauer

Plötzlich 10 % mehr Conversions? Wer träumt nicht davon!

Hast du schon einmal darüber nachgedacht, wie Menschen mit einer Rot-Grün-Schwäche oder absoluter Farbenblindheit deine Website wahrnehmen? Wenn ja: grandios. Wenn nicht: Es lohnt sich. Denn wer an den Farben dreht, dreht potenziell auch an der Conversion-Rate.

Fast 10 % der Menschen haben eine Farbsinnesstörung. Das bedeutet, dass sie Farben anders wahrnehmen als die Allgemeinheit. Ampeln wurden glücklicherweise so konzipiert, dass ihre Lichtanzeige auch für diese Menschen klar erkennbar ist. Doch in unserem Bereich – also bei Werbemitteln, Ads und vielen Websites – hört diese Klarheit auf.

Dabei ist es relativ einfach, nachzuempfinden, wie farbenblinde Personen die Welt und somit auch deine Website wahrnehmen. Mit dem richtigen Farbleitsystem hilfst du ihnen und lotst sie und alle anderen Website-Besucher bis zum relevanten Call-to-Action. Dazu reichen meist schon kleine Änderungen bei der Farbauswahl. Und so banal sich das anhört, so effektiv kann es auch sein. Denn wer wendet diesen Trick schon effektiv an?

Für Normalsichtige, die alle Farbsinneszellen im Auge haben, sieht eine Website meistens genau so aus, wie sie konzipiert wurde. Farben und Kontraste unterstützen das Design und geben Orientierung auf der Seite. Menschen mit Farbsinnesstörungen sehen Websites aber je nach ihrer Farbsehschwäche anders. Die verbreitetste Variante ist die sogenannte Rot-Grün-Schwäche.

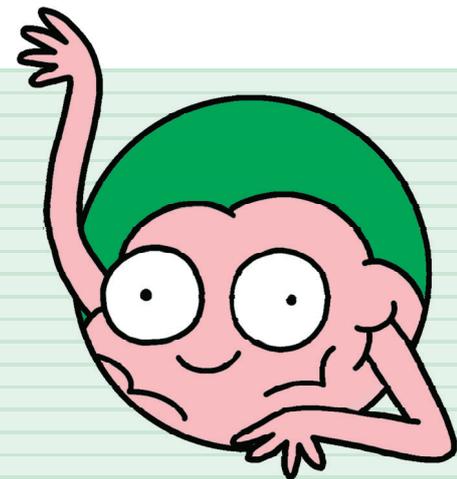
Menschen mit einer solchen Sehschwäche sehen die Welt anders. Normalsichtige können sich das so vorstellen, dass diese Menschen Schwierigkeiten haben, zwischen verschiedenen Schattierungen von Rot und Grün zu unterscheiden. Sie können zum Beispiel schwer Unterschiede zwischen Grün, Braun und Rot erkennen, da sie diese Farben als sehr ähnliche Farbtöne wahrnehmen.

Kontraste, die durch Rot in Kombination mit Grün, zum Beispiel bei Buttons, erweckt werden sollen, sind für diese Personen nicht gut erkennbar.

DIE AUTORIN



Die Psychologin und Autorin **Sarah Weitnauer** führt die Agentur PSYKETING und befasst sich mit der Wahrnehmungspsychologie im Online-Marketing. Sie berät Kunden, welche psychologischen Methoden bei Bild, Text, Preis und Design zur Conversion führen.



So nehmen Personen mit einer Farbsehschwäche die Welt um sich wahr.

Und da können noch so viele „Experten“ auf grüne Buttons schwören, weil sie sich angeblich positiv auf die Conversions auswirken: Für farbfeldsichtige Personen sind sie kontraproduktiv. Dabei ist aber nicht nur die Farbe der Knackpunkt, sondern auch der Kontrast (und das gilt auch bei Normalsichtigen).

Also: Schenke den Kontrasten Aufmerksamkeit. Sorge dafür, dass sich relevante Elemente deiner Website in allen Szenarien klar von den anderen abheben. Das Ergebnis: eine höhere Conversion-Rate. Denn können bestimmte Elemente leichter erkannt und differenziert werden – und zwar von allen –, verbessert es – für alle – die User Experience. Also auch für die statistischen 90 % der Website-Besucher, die normal sehen.

Psyketing-Take-away:

Um herauszufinden, wie Menschen mit Farbsehschwächen deine Website wahrnehmen, kannst du sie einfach durch ein entsprechendes Tool laufen lassen. So werden visuelle Schwachstellen schnell identifiziert.