

Peak-End Rule

Einführung

Die Peak-End Rule beschreibt ein zentrales Prinzip der Wahrnehmung und Erinnerung von Erlebnissen. Sie besagt, dass Menschen eine Erfahrung im Rückblick nicht als exakten Durchschnitt aller einzelnen Momente bewerten. Stattdessen prägen vor allem zwei Punkte den Gesamteindruck: der intensivste Moment und das Ende des Erlebnisses.

Für die Gestaltung digitaler Produkte ist dieses Gesetz besonders wichtig, weil Nutzer eine Anwendung nicht nur nach ihrer objektiven Funktionalität beurteilen, sondern danach, wie sich die Nutzung angefühlt hat. Selbst wenn ein Prozess über weite Strecken reibungslos verläuft, kann ein negatives Ende die gesamte Wahrnehmung verschlechtern. Umgekehrt kann ein klarer, angenehmer Abschluss den Gesamteindruck deutlich verbessern.

Warum ist das relevant?

Bei der Nutzung digitaler Produkte entstehen selten neutrale Erinnerungen. Nutzer behalten vor allem in Erinnerung, was besonders positiv, besonders frustrierend oder besonders entscheidend war. Hinzu kommt, dass der letzte Abschnitt einer Interaktion häufig überproportional stark nachwirkt. Das betrifft nicht nur große Prozesse wie einen Kauf oder eine Buchung, sondern auch kleinere Abläufe wie das Speichern einer Einstellung, das Abschicken eines Formulars oder den Abschluss einer Registrierung.

Die Peak-End Rule hilft zu verstehen, warum Nutzer ein Produkt manchmal besser oder schlechter bewerten, als es der gesamte Ablauf eigentlich erwarten ließe. Nicht jeder Teil des Erlebnisses hat im Gedächtnis das gleiche Gewicht. Deshalb reicht es nicht aus, dass ein Prozess nur technisch funktioniert. Er muss besonders an kritischen Momenten und am Ende überzeugend gestaltet sein.

Genaueres Prinzip

Das Gesetz konzentriert sich auf zwei besonders prägende Bestandteile eines Erlebnisses. Der erste ist der sogenannte "Peak", also der emotionale Höhepunkt. Dieser kann positiv sein, etwa durch ein überraschend gutes Feedback, eine elegant gelöste Aufgabe oder einen besonders hilfreichen Moment. Er kann aber auch negativ sein, zum Beispiel durch eine Fehlermeldung, eine verwirrende Hürde oder einen Moment starker Unsicherheit.

Der zweite Bestandteil ist das Ende des Erlebnisses. Der letzte Eindruck beeinflusst stark, wie die gesamte Interaktion später erinnert und bewertet wird. Ein unklarer oder frustrierender Abschluss kann einen ansonsten guten Prozess schwächen. Ein gelungener Abschluss dagegen kann Sicherheit vermitteln, offene Fragen klären und das Gefühl erzeugen, dass alles erfolgreich und nachvollziehbar beendet wurde.

Für die Praxis bedeutet das, dass nicht nur der durchgängige Ablauf wichtig ist, sondern besonders die emotional markanten Stellen und der Schluss eines Prozesses. Gute UX achtet deshalb gezielt auf diese Momente.

Ausführliche Anwendungsbeispiele

Beispiel 1: Abschluss eines Online-Kaufs

Ein typischer Anwendungsfall ist ein Bestellprozess in einem Online-Shop. Der User sucht ein Produkt aus, legt es in den Warenkorb, gibt Lieferdaten ein und schließt die Zahlung ab. Wenn dieser Ablauf insgesamt solide funktioniert, die Bestätigung nach dem Kauf aber unklar oder unvollständig ist, bleibt oft ein unsicheres Gefühl zurück. Fehlen etwa die Information, ob die Bestellung erfolgreich war, wann geliefert wird oder wie es nun weitergeht, wird das Ende als schwach erlebt.

Anders wirkt derselbe Kaufprozess, wenn nach dem Bezahlen eine klare, freundliche und informative Bestätigungsseite erscheint. Dort könnte stehen, dass die Bestellung erfolgreich eingegangen ist, welche Produkte gekauft wurden, wann die Lieferung voraussichtlich erfolgt und welche nächsten Schritte möglich sind. Dieses Ende schafft Sicherheit und rundet den gesamten Vorgang positiv ab. Selbst wenn einzelne Schritte davor eher funktional waren, bleibt der Ablauf dadurch geordneter und angenehmer in Erinnerung.

Beispiel 2: Registrierung bei einem digitalen Dienst

Auch bei Registrierungsprozessen spielt die Peak-End Rule eine wichtige Rolle. Viele Anmeldungen bestehen aus mehreren kleinen Schritten, die für sich genommen unspektakulär sind. Entscheidend wird oft der Moment, an dem der User mit Unsicherheit konfrontiert wird, etwa wenn Passwortanforderungen unklar sind oder eine Eingabe zurückgewiesen wird. Dieser Moment kann zum negativen Peak werden, wenn die Rückmeldung unverständlich oder frustrierend ist.

Wird dieselbe Hürde jedoch mit klaren Hinweisen, hilfreichen Fehlermeldungen und einer nachvollziehbaren Lösung begleitet, verliert sie einen großen Teil ihres negativen Gewichts. Noch wichtiger wird anschließend das Ende des Prozesses. Wenn nach erfolgreicher Registrierung eine verständliche Einführung folgt und der User sofort erkennt, was als Nächstes möglich ist, entsteht ein positiver Abschluss. Das gesamte Erlebnis wird dann eher als gelungen erinnert, selbst wenn es zwischendurch kleine Reibungen gab.

Beispiel 3: Nutzung einer Support-Funktion

Ein Support-Chat oder ein Hilfeformular ist ein weiteres gutes Beispiel. Wer Unterstützung sucht, befindet sich oft bereits in einer Situation von Unsicherheit oder Frustration. In solchen Prozessen wirken einzelne Momente besonders stark. Wenn ein User nach längerer Suche endlich eine hilfreiche Antwort erhält, kann das ein positiver Peak sein. Wird er dagegen mit automatischen Standardantworten oder schwer verständlichen Texten abgespeist, entsteht ein negativer Peak, der den Gesamteindruck stark verschlechtert.

Das Ende ist auch hier entscheidend. Wenn nach der Lösung klar erkennbar ist, dass das Problem bearbeitet wurde, vielleicht sogar mit einer kurzen Zusammenfassung oder einer Bestätigung des nächsten Schritts, hinterlässt das einen deutlich besseren Eindruck. Bleibt das Gespräch dagegen offen, unklar oder abrupt beendet, fühlt sich die gesamte Hilfeleistung unvollständig an.

Beispiel 4: Abschluss einer Aufgabe in einer App

In vielen Anwendungen besteht ein Nutzungserlebnis aus kleinen Aufgaben, etwa dem Hochladen einer Datei, dem Bearbeiten eines Profils oder dem Abschluss eines Lernmoduls. Der User investiert Zeit und Aufmerksamkeit und erwartet am Ende eine eindeutige Rückmeldung. Wenn nach dem Abschluss gar kein klares Feedback erscheint, bleibt oft Unsicherheit zurück. Es ist dann nicht eindeutig, ob die Aktion erfolgreich war oder ob noch etwas fehlt.

Wird die Aufgabe dagegen mit einer gut sichtbaren Bestätigung, einer kurzen Zusammenfassung und einem klaren nächsten Schritt abgeschlossen, wirkt die Interaktion wesentlich vollständiger. Das Ende verleiht dem

gesamten Ablauf Struktur und Verlässlichkeit. Gerade in Produkten mit vielen wiederholten Interaktionen kann das die allgemeine Zufriedenheit deutlich beeinflussen.

Was für die Nutzung besonders wichtig ist

Aus Sicht des Users ist ein Produkt nicht nur dann gut, wenn es technisch funktioniert, sondern wenn es in wichtigen Momenten Vertrauen schafft und Prozesse sauber abschließt. Besonders relevant sind Situationen, in denen Unsicherheit, Aufwand oder Erwartung eine Rolle spielen. Dort wirken emotionale Spitzen und der letzte Eindruck besonders stark.

Die Peak-End Rule zeigt deshalb, dass UX nicht allein als kontinuierlicher Durchschnitt verstanden werden sollte. Nicht alle Momente sind gleich wichtig. Einige wenige Stellen prägen die Erinnerung unverhältnismäßig stark. Wer gute digitale Erlebnisse gestalten will, sollte deshalb genau überlegen, wo Frustration entstehen kann und wie ein Prozess so endet, dass Klarheit, Sicherheit und ein positives Gefühl zurückbleiben.

Typische Missverständnisse

Ein häufiges Missverständnis besteht darin, die Peak-End Rule so zu verstehen, als seien alle anderen Teile einer Interaktion unwichtig. Das wäre falsch. Ein insgesamt schlecht gestalteter Prozess wird nicht automatisch gut, nur weil das Ende freundlich formuliert ist. Das Gesetz bedeutet vielmehr, dass bestimmte Momente die spätere Erinnerung besonders stark beeinflussen.

Ebenso sollte der Begriff "Peak" nicht nur positiv verstanden werden. Gemeint ist der intensivste Moment eines Erlebnisses, und dieser kann ebenso negativ sein. In der UX-Praxis ist es deshalb besonders wichtig, starke Frustrationsmomente zu vermeiden oder zumindest gut aufzufangen. Ein negatives Erlebnis mit einem starken Frustmoment und einem schwachen Ende wird häufig deutlich schlechter erinnert als ein durchschnittlicher Verlauf vermuten lässt.

From:
<https://wiki.ct-lab.info/> - Creative Technologies Lab | dokuWiki

Permanent link:
<https://wiki.ct-lab.info/doku.php/extras:wissikon:media-design:ten-ux-laws:peak-end-rule?rev=1776758624>

Last update: **2026/04/21 08:03**

