

# Internet und Webseiten-Gestaltung

Wirtschaftsinformatik 3  
Vorlesung 2. Juni 2004  
Dipl.-Inf. T. Mättig

# Vorlesungsinhalte 2004-06-02

- Guter Stil
  - Barrierefreiheit
  - Wahrnehmung und Psychologie
  - E-Mail
- Weiterführende Quelle:  
[www.KommDesign.de](http://www.KommDesign.de)

# Kommunikations-Medien

- Website als Kommunikations-Medium begreifen
  - Beispiel: (potentieller) Kunde kann weitere Informationen per E-Mail erfragen
  - Kunden-Anfragen fließen sofort in die Website ein (der Nächste muss nicht mehr fragen)
- Mit den bestehenden (klassischen) Kommunikations-Mitteln verknüpfen
  - Vergleich: Eine 10 cm dicke Visiten-Karte

# Besuchergruppen

- Gezielte Besuche
  - Kunde kennt Ihr Unternehmen bereits
  - Kunde sucht gezielt Neuigkeiten und Spezialwissen
    - Wenn es nichts Neues gibt, lässt er es irgendwann
- Ungezielte Besuche mittels Suchmaschinen („Quer-Einsteiger“)
  - Positionierung mit sinnvollen (!) Suchbegriffen lockt Schaufenster-Bummler
  - Aber: Viele Kundenbeziehungen kommen erst nach mehrmaligem Besuch zustande

# Gezielt vorbereiten

- Was will ich mit der Website erreichen? Was ist meine Absicht, meine Vision?
  - Wen will ich erreichen?
  - Welche Botschaft soll an jede einzelne Zielgruppe übermittelt werden?
- Wie umfangreich soll das Projekt werden?
  - Muss-, Soll-, Wunsch-Kriterien
  - Nicht Dinge beschreiben, die auf der Seite sein sollen, sondern Aktionen, die der Besucher ausführen wird (Anwendungsfälle)
- Wo sind meine Stärken? Wie hebe ich mich von der Konkurrenz ab?
  - Was schätzen meine Kunden?
  - Was ist mir wichtig?
- Was erwartet jede einzelne Zielgruppe von meiner Website?
  - Was bringt die Zielgruppen dazu, wieder zu kommen?
- Welche anderen Websites gefallen mir?
  - Vorsicht: Was 50 andere tun, muss noch lange nicht gut sein

# Eine Heimat für Ihre Website

- Sogenannte „Hoster“ bieten mietbaren Speicherplatz auf Computern, die rund um die Uhr erreichbar sind
- Kriterien:
  - Speicherplatz (MB, d.h. Megabytes)
  - Anzahl der echten (!) Domains
  - Möglichkeit zum Hochladen eigener Dateien (FTP-Zugang)
  - Möglichkeit für programmierte/Datenbank-Seiten (i.d.R. PHP und MySQL)
- Beispiel „1&1 Website“: 4 Euro/Monat (werbefrei)
  - 25 MB, 1 Domain, E-Mail, FTP, kein PHP etc.
  - „1&1 Home“: 7 Euro, 100 MB, 2 Domains, kein PHP etc.
  - „1&1 Business“: 13 Euro, 150 MB, 3 Domains, PHP, MySQL

# Exkurs Barrierefreiheit

- Wirkung von Farben und Schriftarten
  - Man kann zuviel des Guten tun
  - GROSSBUCHSTABEN z.B. sind schlecht lesbar
- Physiologische Barrieren
  - 8% der Männer sind „farbenblind“ (fehlsichtig), aber nur 0,5% der Frauen ;-)
- Psychologische Barrieren
  - Ladezeiten (unverhältnismäßig große Bilder, Animationen etc.)
- Technische Barrieren
  - „Installieren Sie zuerst Xyz.“ (Browser, Plugins)
  - Frames

# Kriterien einer guten Website

- Übersichtliche Navigation
- Klare Struktur
- Schnelle Ladezeiten
  - Die Geduld der Besucher ist 8 Sekunden kurz
- Intuitive Benutzungsoberfläche
  - Gewohnte Elemente nicht künstlich verändern
- Ansprechendes Design
  - Aber: Es muss nicht aufregend kreativ sein
- Regelmäßige Updates
- Informative, aktuelle Seiten



# Wahrnehmung

- Animation, Laufschriften und blinkende Elemente stören/lenken ab
  - Gesichtsfeld, Blickreflexe, ...
- Erstkontakt mit dem Besucher
  - Kundenempfang, „Pfortner“
  - Z.B. Werbebanner noch vor der Begrüßung
- Gestaltungs-Psychologischer Grundsatz: Einfachheit, Prägnanz
  - KISS-Regel = Keep It Simple and Stupid

# Wussten Sie schon, ...

- ... dass beim Online-Shopping 20 bis 80% der Einkäufe platzen, weil Kundin mit dem Shop nicht zurecht kommt?
- ... dass Websites vor allem nach Benutzerfreundlichkeit und Angebots-Qualität bewertet werden, nicht nach Design/Layout?
- ... dass die meisten Besucher nur 50% der angebotenen Informationen überhaupt wahrnehmen?
- ... dass Blinken von allen Hervorhebungsmöglichkeiten die ungünstigste ist?

# Wussten Sie schon, ...

- ... dass die schlechtesten Kommentare und Hilfetexte von Experten formuliert werden?
  - „Sitemap“, „Home“, „FAQ“, „Personalisierung“, „Skip Intro“, ...
- ... dass Hypertext, also vernetzte Seiten, sich nicht als Lernmedium für Laien bewährt hat?
- ... dass 60% der Bewegungen beim Surfen „rückwärts“ stattfinden?
  - Tipp: Rück-Taste (Backspace) benutzen

# Wussten Sie schon, ...

- ... dass ein enger Zusammenhang zwischen Ästhetik und Benutzerfreundlichkeit besteht?
- ... dass lange Seiten, auf denen man blättern muss, auch Vorteile haben?
- ... dass Zugriffs-Statistiken (Counter) wertlos sind?
- ... dass Informationen in Listen mit Aufzählungszeichen (Bullets) schneller gefunden werden?

# Guter Stil: E-Mail

- Immer sofort antworten
- Antwort darf höchstens 2 Tage dauern
- Gilt auch, wenn das Problem nicht sofort gelöst werden kann
- Nicht zu reagieren ist tödlich
  - „Sie sind uns gleichgültig“
- Aber: Auch keine irrelevante Kommunikation
  - Z.B. „Wir haben Ihre E-Mail empfangen“

# Guter Stil: E-Mail

- **Angepasste Sprache**
  - Vorsicht: Auch in einem trendigen Sportgeschäft kaufen 40-Jährige ein
- Niemals ;- ) oder \*g\* oder MfG oder \*freu\*
- Aber: „Sehr geehrte Damen und Herren“ und „Mit freundlichen Grüßen“ ist in vielen E-Mails genauso unpassend
  - Eine Einzelperson ist kein „Damen und Herren“
- **Schnell zum Punkt kommen**
  - Nach Möglichkeit nur ein, höchstens zwei Absätze
  - Aussagekräftige Betreff-Zeile!

# Guter Stil: E-Mail

- Mit „Kopien“ („CC“) und „Blindkopien“ („BCC“) arbeiten
  - Nur an diejenigen, die es wirklich brauchen
  - Gute Alternative: Yahoo-Group
- Richtig zitieren
  - > Zitatzeichen verwenden
  - Keine Vollzitate
  - Oft besser: Ausformuliert antworten ohne Zitate
  - Betreff: „Re: ...“ (Standard), nicht „AW: ...“

# Guter Stil: E-Mail

- Gute Signaturen
  - Allerhöchstens 5 Zeilen
  - Nur Informationen, die wirklich jeder brauchen kann
- Richtig mit Dateianhängen umgehen
  - Ungefragt maximal 100 bis 200 KB versenden
  - Nach Absprache/auf Wunsch bis 2000 KB
  - Besser: Im WWW ablegen, z.B. auf der eigenen Website oder in einer Yahoo-Group



# War das alles?

- Nächste Woche:
- Musik, Video, Animationen, ...
- „Dynamische“ Webseiten mit JavaScript („clientseitig“)
- Interaktive Webseiten mit PHP („serverseitig“)