

PRODUKTION UND GESTALTUNG INTERAKTIVER MEDIEN

2) Einführung in Webdesign

WEBDESIGN ALLGEMEIN

CREATIVE COMMONS

CORPORATE DESIGN

INTERFACE DESIGN

STYLE-GUIDE

BARRIEREFREI/BARRIEREARM

USABILITY

FARBKONZEPTE

SÜNDEN IM WEBDESIGN

BESPRECHUNG KONZEPTE

ALLGEMEIN ZUM THEMA WEBDESIGN

- Was ist Webdesign?
Gestaltung, Aufbau & Nutzerführung von Websites für WWW und Interface-Design
- Wo liegen die Aufgaben?
die Kommunikationsziele des Auftraggebers mit Hilfe der technischen Gegebenheiten umzusetzen
- Usability
benutzerfreundliche Gestaltung (neben prof. Transport von Informationen & Corporate Identity)
- Barrierefreiheit (Accessibility)
Zugänglichkeit: z.B. Vermeidung von Techniken, die Informationen nur in bestimmten Webbrowsern erreichbar machen.
- Webtypografie
korrekte Textauszeichnung und Webtypografie. Anzeige am Bildschirm via optimierte Schriften.
- Maßeinheiten
weit verbreitet ist die Verwendung der pseudoabsoluten Maßeinheit Pixel. Pseudoabsolut, da ein Pixel je nach Ausgabegerät eine variierende Größe aufweist
- Farbdarstellung
Erscheinungsbild von Farbabbildungen - die Farbtreue. Abhängig vom Monitor-Gamma als auch dem verwendeten Farbraum. Verschiedene Panel-Arten der heute gebräuchlichen TFT-Monitore weisen stark variierende Farbqualitäten auf.

CREATIVE COMMONS

- Urheberrecht im Internet beachten!!
- gemeinnützige Organisation
- verschiedene Standard-Lizenzverträge, mit denen ein Autor der Öffentlichkeit auf einfache Weise Nutzungsrechte an seinen Werken einräumen kann. Diese Lizenzen sind nicht auf einen einzelnen Werkstyp zugeschnitten, sondern für beliebige Werke anwendbar, die unter das Urheberrecht fallen, zum Beispiel Texte, Bilder, Musikstücke, Videoclips, usw. Auf diese Weise entstehen Freie Inhalte.

CORPORATE DESIGN

- auch Unternehmens-Erscheinungsbild, bezeichnet den Teilbereich der Unternehmens-Identität, beinhaltet das gesamte, einheitliche Erscheinungsbild eines Unternehmens/Organisation

- Elemente: Logo, Hausschrift, Bildsprache, Farbkonzept, Corporate-Design-Handbuch (alle Gestaltungsrichtlinien werden festgelegt. Informiert das Unternehmen, wie eine Anwendung des CD aussehen soll)

- einheitliches und positives Bild des Unternehmens in der Öffentlichkeit sowie Bekanntheitsgrad erreichen

- Anwendungsgebiete: Internetauftritt, Briefpapier, Visitenkarten, Stempel, Flyer, Plakate, Banner, Berufskleidung, Autoaufkleber, Architektur, Schilder, Fahnen, Werbematerialien, Außenauftritte allgemein

- Grundsatz: Form folgt Funktion, dh neben Wiedererkennbarkeit muss praktischer Nutzen gewährleistet sein

INTERFACE DESIGN

- dt: Schnittstelle; Interaktionsdesign, Interaktionsgestaltung = Disziplin des Designs, beschäftigt sich mit der Gestaltung von Benutzerschnittstellen zwischen Mensch und Maschine

- Bedingungen, Ziele und Hindernisse dieser Interaktion von menschlicher und technischer Seite werden erforscht und soweit wie möglich auf den Menschen hin optimiert.

- Ziel: Anwenderschnittstelle, die visuell so gestaltet ist, dass ein möglichst breiter Kreis von NutzerInnen eine optimale Wunsch-/Bedürfnis-/Zielerfüllung durch angemessene Handlungsschritte erfährt.

- User-Interface-Design soll dafür da sein, dass ein System bedienungsfreundlich wird. Layouts und Interaktionselemente werden entworfen und Beschriftungen definiert. Es werden Vorgaben gemacht über das Wording, Schriftgröße, Position der Navigation und Aufteilung einer Seite in einzelne Bereiche

- Interface Design ist nicht nur auf die Gestaltung grafischer Benutzeroberflächen begrenzt. „Ein Interface bezeichnet nämlich die Art und Weise, wie ein Produkt eine bestimmte Aufgabe ausführt - also was der Benutzer tun kann und wie das System darauf reagiert“ (vgl. „Das Intelligente Interface“, Raskin 2001 S.18)

- Die Interaktion mit einer Bedienoberfläche soll vom Interaktionswunsch des Nutzers über angelegte Rückkopplungsmechanismen in angemessener Zeit zu einem abgeschlossenen und sinnvollen Ergebnis führen. Wichtiger Aspekt: der Nutzer soll bei der Interaktion ein möglichst positives Anwendungserlebnis (User Experience) erfahren.

- Mensch-Computer-Interaktion: Ziel ist das optimale Finden, Bewerten, Verändern und Speichern von Informationen, die der Nutzer innerhalb eines digitalen Wissensraumes vornimmt. Dabei werden konzeptionelle sowie ästhetische Aspekte der Interaktion berücksichtigt.

STYLE-GUIDE

- ein Style-Guide dokumentiert das Design und liefert eine Vorgabe für die Umsetzung einer Website; er beschreibt wie bestimmte Elemente zu gestalten sind

- er soll ein einheitliches Erscheinungsbild verschiedener Kommunikationsmittel gewährleisten und so die Bildung einer Corporate Identity ermöglichen, dh er enthält Gestaltungsvorschriften wie Logos, Farben und Font und wie sie eingesetzt werden dürfen. Außerdem enthält er Vorschriften für die Interaktion, Benutzerführung und den Ablauf.

- Style-Guides werden auch für Software-Erstellung und Produkte verwendet. Ziel: Produkte sollen als zusammengehörig wahrgenommen werden und ggf. mit der verbundenen Marke assoziiert werden

- Style-Guide für eine einzelne Website enthält Gestaltungsanweisungen für Struktur- und Inhaltsseiten der Website. Er enthält Vorschriften für jene Teile, die auf allen Seiten gleich sein müssen, z. B. die Hauptnavigation, und Vorschriften darüber, wie Subnavigationen aussehen und aufgebaut sein sollen. Für den Inhaltsbereich bietet der Style-Guide Anleitungen zur Layoutgestaltung, zum Schreiben für das Web und genaue Richtlinien für Farben, Fonts, Gestaltung von Tabellen und Grafiken, Verwendung von Bildern bis zu Formaten für das Datum und die Schreibweise von Adressen.

Quelle: <http://collabor.idv.edu/pim10w/stories/31654/>

BARRIEREFREIES / BARRIEREARMES WEBDESIGN - ACCESSIBILITY

Begriffserklärung:

Der Begriff Barrierefreiheit kommt ursprünglich aus dem Bauwesen und bezeichnet Gebäude, die ohne Hindernisse beispielsweise für Rollstuhlfahrer zugänglich sind. 1993 erstmals im Bereich der Informationstechnologie verwendet.

Die Intention:

Alle Informationen im Internet allen Nutzern unabhängig von der Anwendung bestimmter Programme zugänglich zu machen.

Wer ist betroffen:

Barrierefreiheit schließt Menschen mit und ohne Behinderungen, Benutzer mit technischen (Textbrowser oder PDA) oder altersbedingten Einschränkungen (Sehschwäche) sowie Webcrawler ein. Da dies aufgrund der unzähligen weichen, individuell geprägten Barrieren nicht vollständig erreicht werden kann, spricht man auch von **barrierearm oder zugänglich**. Blinde und sehbehinderte Nutzer lassen sich Webseiten per Software vorlesen oder in Braille-Schrift ausgeben, gehörlose oder schwerhörige Menschen, deren erste Sprache Gebärdensprache ist, benötigen auf sie zugeschnittene, besondere Darstellungsformen im Internet.

„Barrierefrei“ bedeutet außerdem, dass ganz allgemein niemandem Barrieren in den Weg gelegt werden sollen. Auch nichtbehinderten Nutzern soll nicht die Pflicht auferlegt werden, beim Abruf von Internet-Angeboten genau dieselbe Hard- und Softwarekonfiguration zu verwenden wie der Autor des Angebots (technische Barrierefreiheit). Neben der Zugänglichkeit (Accessibility) geht es auch um die Plattformunabhängigkeit – ein Internetangebot soll sowohl mit Bildschirm beliebigen Formats als auch mit PDA, Handy nutzbar bleiben. Es soll unabhängig vom verwendeten Betriebssystem und von der Software funktionieren, sofern diese standardkonform arbeiten.

Mindestens ebenso wichtig wie technische Zugangsbedingungen ist, dass die Inhalte übersichtlich und in leicht verständlicher Sprache präsentiert werden. Barrierefreiheit umfasst auch, keine übermäßigen, sondern dem Thema angepasste Anforderungen an Bildung, Ausbildung und intellektuelles Niveau zu stellen.

http://de.wikipedia.org/wiki/Barrierefreies_Internet

Grundlegend zu beachten:

- von Beginn an konzeptionell sauber arbeiten und verständliche Strukturen festzulegen
- sinnvolle Strukturen und ein semantischer Aufbau durch Überschriften, Absätze, Listen und Hervorhebungen (u.a. hilfreich für Suchmaschinen bei der Indizierung)
- Texte sind so zu schreiben, dass der Großteil der Nutzer den Sinn versteht. Sprachwechsel sind auszuzeichnen, Akronyme und Abkürzungen zu kennzeichnen. Es sind sinnvolle und verständliche Verweistexte anzugeben und Grafiken mit entsprechenden Attributen zu versehen.
- Zudem ist eine Bedienbarkeit ohne die Maus zu gewährleisten: eine alternative Bedienung über die Tastatur oder Spezialgeräte für Behinderte sollte unterstützt werden.
- Zur Sicherstellung der Benutzerfreundlichkeit gilt es, verständlich und angemessen für die Zielgruppe zu schreiben und zielgruppengerechte Alternativen anzubieten, wie z.B. Videountertitelung, Audioskripte, Gebärdensprachenvideos und Grafiken.

Ganz allgemein ergeben sich auf dem Weg zum barrierefreien bzw. barrierearmen Webdesign folgende „Top 10“-Fragen, deren positive Beantwortung einen großen Schritt in Richtung barrierefreier Informationstechnik bedeutet:

1. Werden aktuelle Technologien eingesetzt?
2. Ist die Seite auch ohne Javascript bedienbar?
3. Sind Grafiken mit Alternativtexten und Beschreibungen versehen?
4. Ist die Seite kontrastreich gestaltet?
5. Sind Schriften skalierbar?
6. Sind Frames beschriftet und wird ein Alternativbereich angeboten bzw. werden Container zur Strukturierung eingesetzt?
7. Werden Strukturierungselemente richtig eingesetzt?
8. Wird eine einfache und übersichtliche Navigation verwendet?
9. Sind Verweise auch außerhalb des Kontextes sinnvoll bezeichnet?
10. Ist eine Tastatursteuerung möglich?

USABILITY

Damit Webseiten die Faktoren der Gebrauchstauglichkeit (Effektivität, Effizienz, Zufriedenheit der Benutzer) erfüllen, gilt es darauf zu achten, dass die Website richtig funktioniert. Webseiten sind hinsichtlich der Nutzerorientierung zu überprüfen, mögliche Schwachstellen herauszufinden, Standards einzuhalten und eine leichte Erlernbarkeit der Website sowie die Wiedererkennbarkeit einzelner Elemente sicherzustellen.

Usability verringert die Frustration der Besucher - und zufriedene Nutzer kommen wieder auf die Website.

Die Website Usability Checkliste ist in vier Teile untergliedert: (1) Zugänglichkeit, (2) Identifizierung, (3) Navigation und (4) Inhalt.

(1) Zugänglichkeit

- Angemessene Ladezeit
- Kontrast zwischen Text und Hintergrund
- Leichte Lesbarkeit durch Schriftgröße und Zeichenabstand
- Flash und Add-ons nur sparsam benutzen
- Bilder mit den passenden ALT-Tags versehen
- Webpage hat eine eigene Not-Found/ 404 Seite

(2) Identifizierung

- Das Logo ist gut sichtbar
- Ein Slogan/Claim verdeutlicht das Ziel des Unternehmens
- Homepage ist in 5 Sekunden verständlich
- Klarer Pfad zu Unternehmensinformationen
- Klarer Pfad zu Kontaktinformationen

(3) Navigation

- Hauptmenü ist klar erkennbar
- Navigationsbegriffe sind klar und präzise
- Anzahl der Buttons und Links ist übersichtlich
- Das Logo ist mit der Homepage verlinkt
- Links sind immer gleich und leicht zu erkennen.
- Seitensuche ist leicht zu finden

(4) Inhalt

- Hauptüberschriften sind deutlich erkennbar
- Wichtiger Inhalt ist über dem Fold (sichtbarer Bereich ohne Scrollen)
- Stil und Farbschema sind durchgängig
- Weniger ist mehr
- Einfache und präzise Sprache
- Keywords an den richtigen Stellen verwenden
- Viel wichtiger ist jedoch, dass Ihre Überschriften beschreibend und einmalig sind. Außerdem sollten die Überschriften keine Anhäufungen von Schlüsselbegriffen darstellen. Die Überschriften sind das Erste, was ein Suchmaschinennutzer sieht; wenn die Titel uninteressant und sinnfrei sind, gehen die Nutzer zum nächsten Suchergebnis.

FARBKONZEPTE

- stimmiges Design lebt von stimmigen Linien und Farben
- Farben zentrales Element des grafischen Layouts
- beeinflussen Stimmungen, wecken Vorstellungen und verstärken Eindrücke
- nicht jede Farbkombination schafft ausreichende Kontraste für eine Gebrauchstauglichkeit
- Schwache Farben und wenig Kontraste wirken schüchtern, ruhige Farbgebung mit kräftigen Kontrasten kann seriös und professionell wirken
- zu viele Farben und zu viele Kontraste können schnell unangenehm aussehen
- angenehme Farben bedeuten nicht gleich gut erkennbare Farben
- Farb- und Helligkeitskontraste sind wichtig für die Usability
- richtige Farbwahl hängt auch mit der Barrierefreiheit zusammen

SÜNDEN DES WEBDESIGN

Navigation

Es muss jederzeit klar sein, wo man sich befindet, um was für eine Seite es sich handelt und wie ich auf die Startseite zurück komme. Das erreiche ich durch Hervorhebung aktiver Menüs und Kategorie-Punkte zur besseren Orientierung. Bei größeren Projekten bieten sich Navigationspfade oder Sitemaps für die Übersichtlichkeit an. Zuviel Kreativität bei der Gestaltung der Navigation kann zu eingeschränkter Benutzerfreundlichkeit führen. Menüpunkte (Navigation) sollten dem Besucher zeigen, wo er sich gerade befindet.

Schrift und Hintergrund

Wähle eine angemessene Schriftgröße, die nicht zu klein ist. Dunkle Hintergründe bei viel Text vermeiden. Schwaches Kontrastverhältnis von Schrift zu Hintergrund vermeiden. Unterschiedliche Textfarben und Schriftstile können die Benutzerfreundlichkeit erheblich beeinträchtigen. Die Seite wirkt dadurch unübersichtlich und verwirrend. Man sollte sich auf wenige Farben beschränken (ca 2-3) und gängige Schriftarten wählen. Verzichten sie auf exotische, schwer leserliche Schriftarten. Vermeiden Sie grauen Text auf grauen Hintergrund zu platzieren. Die Lesegewohnheit kommt bei vielen aus den Printmedien (Spaltensatz), daher vermeiden sie zu lange Lauftexte, der Leser verrutscht dadurch schneller in der Zeile. (Unterstrichene Texte die keine Links sind, Links die nicht als solche zu erkennen sind.)

Startseite

nur Logo oder Intro-Animation auf der Startseite ist zu wenig. Wenn möglich Intros vermeiden. Sie können sich negativ auf das Google Ranking auswirken, da die Inhalte möglicherweise nicht sauber indiziert werden können. Achten sie darauf, dass der Besucher auf der Startseite bereits weiß, um was es geht! Vermeiden sie nichtssagende Startseiten.

browserspezifisches Web-Design

Die Webseite sollte auf allen Browsern und Plattformen annähernd gleich dargestellt werden. Browserspezifisches Webdesign bedeutet eine technologisches Aussperrung von Besuchern. Verfallen Sie nicht dem Irrglauben, dass Barrierefreiheit nur Blinde betrifft. Ignorieren sie nicht die Webstandards!!

Suchmaschinenoptimierung

Geben Sie mindestens Title, Description und Keywords an. Keywords sollen nicht über 20 Zeichen lang sein. Vermeiden sie es, versteckte Seitenelemente für Suchmaschinen zu integrieren (versteckte DIVs), dies kann sich negativ auf das Ranking auswirken.

keine Popup-Fenster einbauen

Hintergrund Musik

Besucher soll selbst wählen können ob Sie Hintergrundmusik zu Ihrer Webseite hören wollen oder nicht. Außerdem kann automatische Hintergrundmusik zu einer langen Ladezeit führen.

Flash & Animationen

Die Benutzerfreundlichkeit bleibt hier oft auf der Strecke, Flash und Animationen stellen eine Barriere für viele (Sehbehinderte, motorisch Eingeschränkte, Benutzer von Textbrowsern, PDA Nutzer, Apple-User usw. Suchmaschinenrobots) dar. Vor allem Flash wird nicht von jedem Browser, Server oder mobilem Endgerät unterstützt!! Zu viele Animationen können auf einer Webseite auch verwirrend sein. Nehmen Sie Überschriften, Aufzählungen oder Fettschrift, um Schwerpunkte und Wichtiges hervorzuheben.

horizontaler Scrollbalken

früher waren 620 px oder 780 px Standards. Heute liegt die Standardauflösung im Schnitt bei 1024 px bzw. 1200px (ist neue Obergrenze). Ein horizontaler Scrollbalken verringert Benutzerfreundlichkeit!

Optimierung bei Streaming Media

Internetverbindungen sind nicht bei jedem schnell, deshalb bieten sie verschiedene Auflösungen an und vermeiden sie lange Ladezeiten - der Benutzer klickt schnell weiter

veralteter Content

Es reicht nicht die Homepage einmal online zu stellen, professioneller Betreiber achten auf Aktualität

Lost in Hyperspace - Linkmissbrauch

zu viele Wahlmöglichkeiten durch Link ist für den Besucher verwirrend. Auf eine sinnvolle Struktur der Seite achten! Ein Link sollte selbsterklärend sein.