

The image features two thick black L-shaped brackets. One is positioned on the left side, with its vertical bar extending downwards and its horizontal bar extending to the right. The other is on the right side, with its vertical bar extending upwards and its horizontal bar extending to the left. These brackets frame the central text.

**ERFOLGREICHE
WEBSEITEN 02**

A large, thick, black L-shaped frame surrounds the central text. The top-left corner is open, and the bottom-right corner is open, creating a partial rectangular border.

NUTZERZENTRIERTE ERSTELLUNG DES KONZEPTS

- Was ist User Experience
- Scribbles anfertigen
- Verschiedene Visualisierungsformen für Webseiten-Konzepte
- Prototypen erstellen

WAS IST USER EXPERIENCE (UX)?

- = ganz individuelle Erleben eines Nutzers bei der Interaktion mit einem Produkt oder Service
- Drei wichtige Faktoren
 - ▶ **Vom Nutzer lebst:** nicht beeinflussbar, sollte man aber kennen, deshalb Zielgruppenanalyse wichtig
 - ▶ **Vom Kontext der Nutzung:** Situation, in der sich ein Nutzer befindet während er Webseite nutzt. (Couch oder von unterwegs, Mobil oder Laptop, ...)
Nutzungskontext nicht beeinflussbar aber Annahme treffen von wo überall Webseite genutzt wird u wie wahrscheinlich es ist
 - ▶ **Vom Inhalt und von der Gestaltung:** alles, was auf der Webseite angeboten wird und wie es aufbereitet ist. Mit Kenntnis über Zielgruppe und den wahrscheinlichen Nutzungssituationen kann Seite so gestaltet werden, dass sie ein positives Erlebnis hervorruft
- Aspekte einer guten UX
 - ▶ **Nützlichkeit:** nützlich für Zielgruppe und Lösungen anbieten. Einzigartigkeit.
 - ▶ **Attraktivität:** Webseite sollte gefallen und emotional ansprechen. Farbwahl, Einbindung weiterer Medien, Typografie, Platzierung von Elementen, ...
visuelle Gestaltung sollte zu Corporate Design passen
 - ▶ **Auffindbarkeit:** wichtige Inhalte und Funktionen leicht auffindbar
 - ▶ **Barrierefreiheit:** für Menschen mit visuellen, kognitiven oder motorischen Einschränkungen erreichbar und bedienbar
 - ▶ **Glaubwürdigkeit:** Gefühl von Kompetenz und Vertrauen vermitteln => Seite sollte fehlerfrei funktionieren, verschlüsselt und frei von Rechtschreibfehlern sein. Eventuell Referenzen, Bewertungen, Zertifikate, Testimonials einbauen
 - ▶ **Wertvoll:** Webseite sollte Mehrwert liefern
 - ▶ **Usability:** Gebrauchstauglichkeit, hilft Nutzern Aufgabe effizient, effektiv und zufriedenstellend zu lösen => gute Usability erspart Zeit und verhindert Frust

NUTZERZENTRIERTES DESIGN

KLEINE BEGRIFFSBESTIMMUNG

- Nutzerzentriertes Design => Erstellungsprozess der Webseite von der Idee bis zur Umsetzung
- UX-Design häufig synonym zum nutzerzentrierten Design verwendet: Ideen entwickeln, visualisieren und regelmäßig Zielgruppen zeigen für Feedback
UX-Design umfasst gesamten Prozess von der Definition des richtigen Ziels, über Erstellung von Prototypen, Entwicklung von Interaktionselementen bis zum Feindesign
- Wenn Zwischenschritte wiederholt werden bis gewünschtes Ergebnis da ist => iteratives Vorgehen
- Wie nutzerzentrierter Designprozess abläuft wird in ISO Norm beschrieben: DIN EN ISO 9241-210 „Ergonomie der Mensch-System-Interaktion – Teil 210: Prozess zur Gestaltung gebrauchstauglicher interaktiver Systeme“

NUTZERZENTRIERTES DESIGN

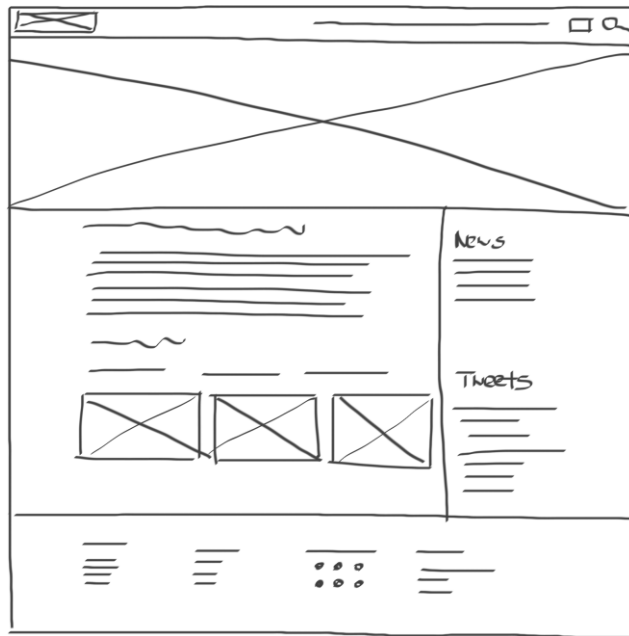
GRUNDIDEE: VISUALISIEREN, TESTEN, ÜBERARBEITEN

- Schrittweise Herantasten an das optimale Konzept der Webseite => Abfolge von verschiedenen Visualisierungsformen die nach und nach verfeinert werden
- Menschliche Wahrnehmung und Aufmerksamkeit
 - ▶ **Begrenzte Aufmerksamkeit:** bei zu vielen Elementen, ist nicht sichergestellt, dass die wichtigsten Dinge noch ausreichend Aufmerksamkeit erhalten. Bewegung (Videos, Animationen) lenken zusätzlich ab
 - ▶ **Wahrnehmung limitiert:** Informationen werden wahrgenommen, wenn Aufmerksamkeit darauf gelenkt ist, alles andere gelangt nicht ins Bewusstsein (vielleicht ins Unterbewusstsein...)
 - ▶ **Blickverlauf:** verläuft nicht geordnet und linear sondern in Sprüngen, deshalb hilft oft weniger ist mehr und wichtige Dinge hervorheben. Auf ausreichend große Abstände (Weißraum) zwischen Elemente achten
 - ▶ **Gedächtnis:** ausgefallene Bedienelemente können Nutzung erschweren, konsistente Begriffe wählen die immer gleich benutzt werden, aktuellen Aufenthalt über Breadcrumbs anzeigen, ...
 - ▶ Gelernte **Schemata** aus analoger Welt: Beispiel Webshop mit Warenkorb => intuitive Benutzung steuern. Auf vorhandene Schemata zurückgreifen

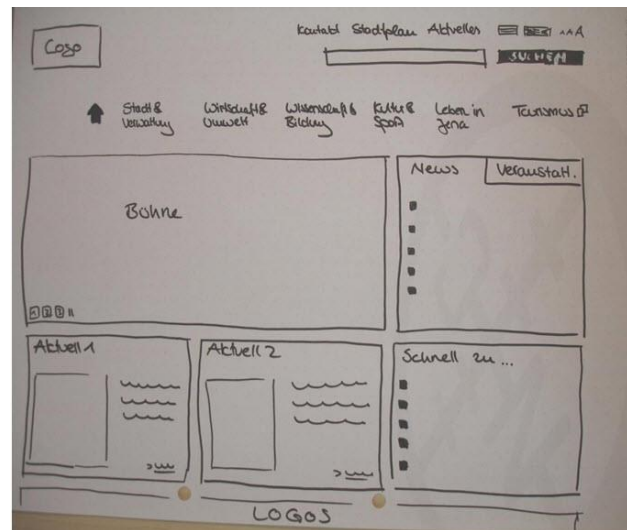
SCRIBBLES

- Einfaches Hinkritzeln der Visualisierungsidee mit der Hand
- Vorteile:
 - ▶ In kurzer Zeit viele verschiedene Ideen zu Papier bringen
 - ▶ Keine Grafikprogramme
 - ▶ Andere Projektbeteiligte schnell informieren und Ideen austauschen

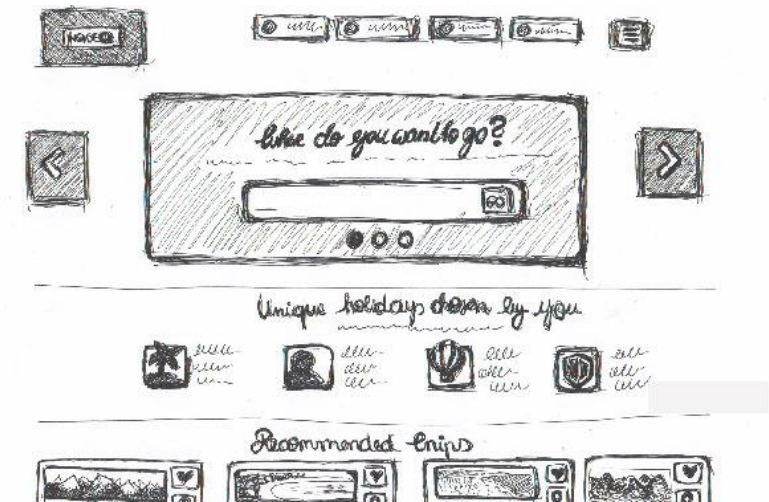
- Wohin kommt Navigationsleiste? (oben, seite)
- Wie viele Spalten soll es geben, in welchem Verhältnis stehen sie zueinander?
- Was befindet sich alles im sichtbaren Bereich, und was erscheint erst weiter unten?
- Wie groß ist der Header im Verhältnis zum Rest der Seite?
- Wie viel Platz braucht das wichtigste Thema?
- ...



<https://dn-p.ch/portfolio/canoo-engineering-ag/>

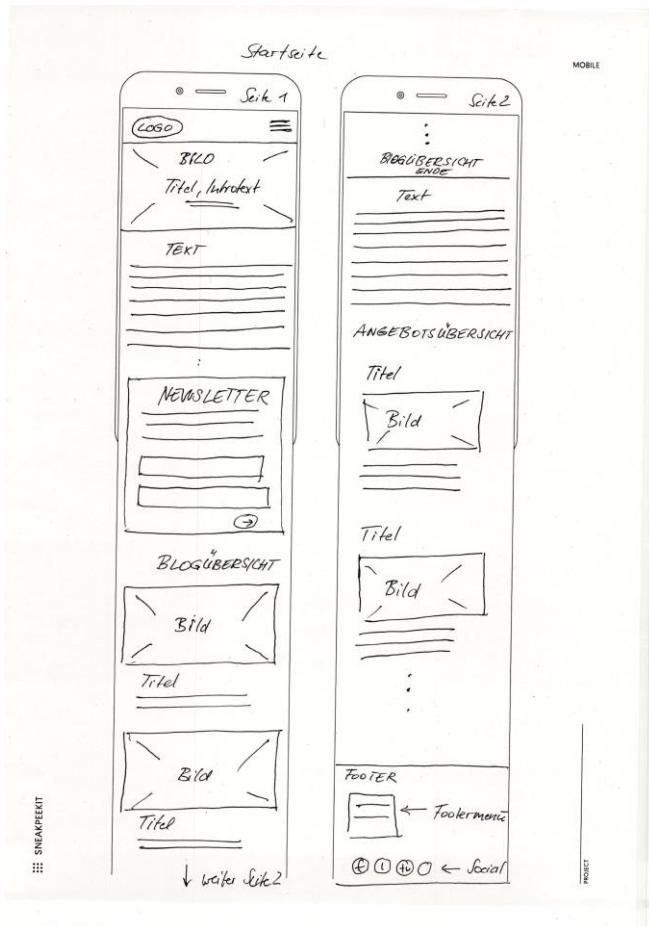


<https://www.usabilityblog.de/user-centered-design-am-beispiel-jena-de-methoden-richtig-kombinieren/>



<https://userlutions.com/blog/konzeption-prototypen/fehler-konzeption-websites-apps/>

SCRIBBLE

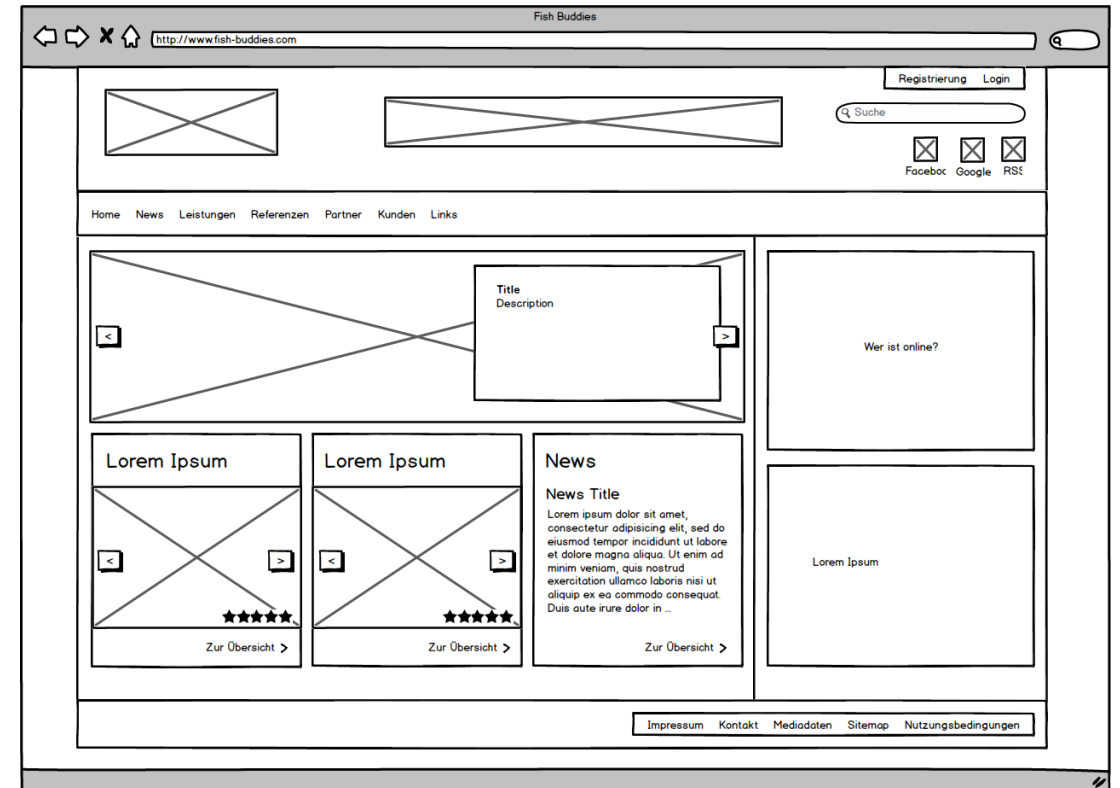


<https://wonderwebwoman.de/website-planung/>

- Darstellung von mobilen Webseiten
 - ▶ Vorlagen (Templates) zum Scribbeln für mobile Geräte: <https://www.sketchize.com/>
- Scribbles eignen sich auch für Darstellung von Abfolgen und Verlinkungen

WIREFRAMES UND MOCKUPS

- Wireframe ist eine einfache Darstellung der Elemente auf den Seiten und der Benutzerführung der Webseite
- Im Gegensatz zu Scribble => annähernd maßstabsgetreu, welches Element wo gezeigt werden soll, wie groß, Abstände, usw.
- Visuell ansprechende Gestaltung spielt noch keine Rolle
- Darstellung der Seitenaufteilung
- Programme für Wireframes:
 - ▶ Balsamiq
 - ▶ Axure
 - ▶ Adobe XD
 - ▶ Mockflow
 - ▶ Powerpoint (zur Not)
- Auch für verschiedene Bildschirmgrößen



<https://www.webks.de/faq/was-sind-wireframes-mockups>

MOCKUPS FÜR DAS SEITENDESIGN

- Konkretere Gestaltung
- Fokus auf Designelemente
 - ▶ Typografie: Schriftarten und Größe
 - ▶ Farben: Farbwelt und Farben von Interaktionselementen
 - ▶ Grafikelemente: Icons, dekorative Elemente
 - ▶ Abstände und Weißflächen
- Experimentieren mit dem Look-and-Feel auf der Seite, Wahrnehmungseindruck und Wirkung auf Nutzer
- Eignen sich für erste Nutzertests (welches Design ist besser, ...)



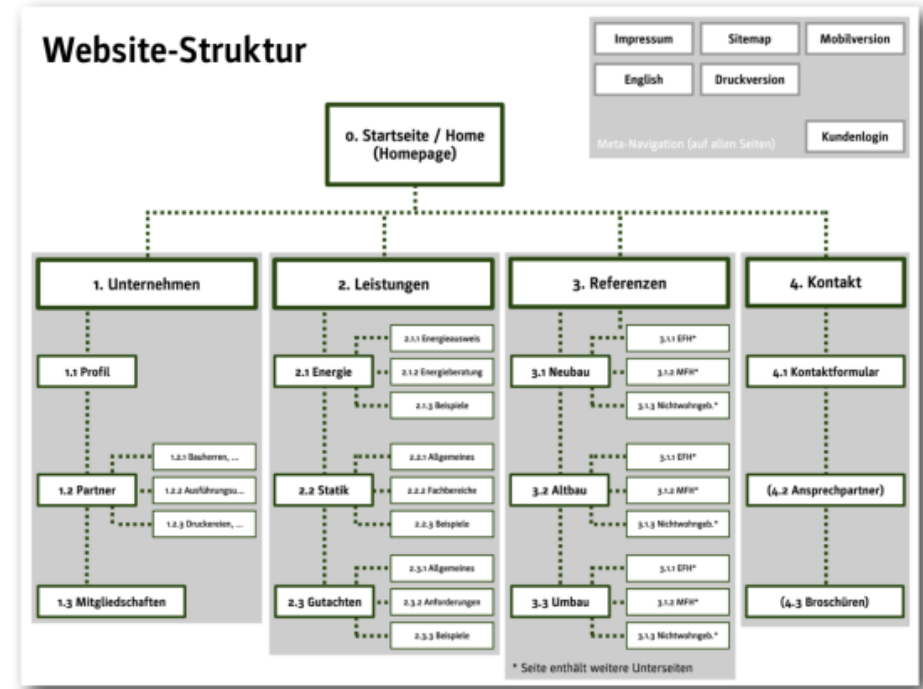
<https://woodesign.ch/webseiten-mockup/>

PROTOTYPEN

- Prototyping/Prototyp = Modell der zukünftigen Webseite, simuliert grob Funktionsweise und Benutzerführung
- Noch keine vollständige Webseite (bspw: Seiten fehlen noch, Texte nicht ausformuliert)
- Prototyp sinnvoll bei komplexen Webseiten für Rückmeldungen aus Nutzertests
- Low-fidelity-Prototypen/lo-fi-Prototyp/Klickdummy
 - ▶ Einfachen Abfolge von Seiten, mit denen noch nicht wirklich interagiert werden kann
- High-fidelity-Prototypen/Hi-fi-Prototypen
 - ▶ Aufwand höher als bei Lo-fi-Prototyp aber geringer als bei fertiger Webseite
- Programme:
 - ▶ AdobeXD
 - ▶ Axure RP
 - ▶ Invisionapp.com

NAVIGATIONSBAUM

➤ Wichtig: wie stehen Unterseiten hierarchisch zueinander



<https://webdesignerinfuehrung.wordpress.com/tag-7/informationsarchitektur-nutzerfuehrung-und-strukturbaum/>

TYPISCHER AUFBAU

- Header
 - ▶ Logo
 - ▶ Titel oder Thema der Webseite
 - ▶ Navigationsleiste
 - ▶ Wenn vorhanden: Login
 - ▶ Suche für Inhalte auf der Webseite
- Inhaltsbereich
- Footer
 - ▶ Impressum
 - ▶ Datenschutz
 - ▶ AGB
 - ▶ Jobs oder Karriere
 - ▶ Kontakt
 - ▶ Hilfe/Support
 - ▶ Anfahrt
 - ▶ Über uns
 - ▶ Copyright
 - ▶ Social Media Verlinkungen
 - ▶ FAQ



TESTEN IM VERLAUF DES GESAMTEN PROZESSES

- Einbeziehen der Nutzer in allen Projektphasen
- Methoden für die Sammlung von Ideen und Anforderungen
- Nutzertests während der Konzept- und Designphase
- Nutzerfeedback zum Livegang der Webseite

NUTZERFOKUS IN ALLEN PROJEKTPHASEN

- Nutzerorientierung sollte sich durch gesamtes Projekt ziehen
- Kontinuierlich Nutzerfeedback einholen

RESEARCH METHODEN FÜR DIE ERSTELLUNG NUTZERZENTRIERTER KONZEPTE UND DESIGNS

Method	Variants	Characteristic
Usability-Tests	Im Lab	1:1 Test unter Laborbedingungen
	Mit Videoaufzeichnung	Zusätzliche Protokollmöglichkeit im Lab
	Mit Eye Tracking	Zusätzliche Erkenntnisse über Blickbewegungen
	Guerilla-Usability-Tests	Auf der Straße schnell und einfach
Card-Sorting	Analog oder digital	Freie Sortierung von Navigationspunkten zu Kategorien
	Tree Test	Festgelegte Kategorienamen
Design Thinking	Abfolge von Research-, Ideenfindungs- und Prototyping-Schritten	

RESEARCH-METHODEN FÜR ONLINE ERREICHBARE WEBSEITEN-VARIANTEN

Method	Variants	Characteristic
Remote-Usability-Test	Synchron	1:1-Test with Interviewer via Tool
	Asynchron	Standardized tasks tool-based without Interviewer
A/B-Tests	Over Tools or self-programmed	Tracking performance on different website variants
Surveys	Online surveys	Standardized questionnaire online
Webtracking	Implementation of a tool	Tracking of user behavior on the website

TECHNISCHE UMSETZUNG

- Zusammenspiel zwischen Nutzer, Browser, Webseiten und Server
- Die wichtigsten Schlüsseltechnologien
- Vergleich von Homepage-Baukästen, Eigenprogrammierung und Content-Management-Systemen
- Schritte bis zur Veröffentlichung der Webseite
- Zusammenarbeit mit einer Agentur

WIEDERHOLUNG: WAS BEI EINEM WEBSEITEN-AUFRUF PASSIERT

› Wenn Webseite aufgerufen wird

- ▶ Der Browser schickt eine Anfrage (Request) an den DNS-Server des Providers
Request erfolgt gemäß http oder https Protokoll. Protokoll gibt Regeln für Adressierung vor.
- ▶ DNS-Server übersetzt Domainnamen in eine IP-Adresse
Oft arbeiten mehrere DNS-Server in einem Netzwerk zusammen
- ▶ Request wird weitergeleitet zum Server, auf dem Webseite liegt. Auf dem Server läuft in der Regel ein Webserver. Der findet passende Datei zum Request
kann HTML oder PHP-Datei sein (PHP-Datei wird zunächst am Webserver ausgeführt)
- ▶ Server schickt Antwort (Response) zurück an Browser
(HTML-Datei direkt, PHP-Datei wird das Ergebnis der Ausführung geschickt)
- ▶ Browser liest Datei und erkennt ob noch weitere Dateien angefragt werden müssen (zB CSS-Dateien, PDFs. Bilder, Video, JS, ...)
- ▶ Webserver schickt angeforderten Dateien in weiteren Response zurück an Browser
- ▶ Browser zeigt vollständige Seite mit eingebundenen Funktionen zusammengebaut an

HTTP-STATUS-MELDUNGEN

Klassen	Beschreibung der Klasse
100-199	Informationen
200-299	Meldungen über erfolgreiche Operationen
300-399	Deuten auf Umleitungen hin
400-499	Fehlermeldungen, die vom Client ausgelöst werden
500-599	Fehlermeldungen, die vom Server ausgelöst werden

Klassen	Beschreibung der Klasse
200	Okay; Success
301	Das angefragte Dokument wurde dauerhaft verschoben
403	Zugriff verboten
404	Dokument konnte nicht gefunden werden
500	Server-Error

PROGRESSIVE WEB APPS

- Lauffähige mobile Webseite auch ohne Internetverbindung
- Technologie: HTML5, CSS3, JavaScript
- Zusätzlich: Service Worker cachen alle notwendigen Elemente beim ersten Aufruf im Browser (nur in modernen Webbrowser verfügbar)
- Vorteile:
 - ▶ Offlinefähigkeit & abwärtskompatibel
 - ▶ Push: Sind in der Lage Push Benachrichtigungen zu versenden und zu empfangen
 - ▶ Native Haptik: Design orientiert sich an dem, was Nutzer von Apps gewöhnt sind
 - ▶ Zukunftsfähig: Trend entwickelt sich Richtung PWAs

VON DER PROGRAMMIERUNG ZUR LIVESEITE

- › Buildprozess zur Erstellung der Webseite
 - ▶ Quellcodes in Repositories => Buildprozesse können gestartet werden
 - ▶ Erstellen aus einzelnen Software-Komponenten ein eigenständig lauffähiges System
- › Testing der Qualität
 - ▶ Verschiedene Browser und Betriebssysteme
 - ▶ Layouts in verschiedenen Bildschirmgrößen
- › Verschiedene Umgebungen für die Entwicklung
 - ▶ Entwicklungsumgebung – DEV = Development Environment
 - ▶ Abnahme- oder Testsystem – automatisierte Softwaretests (Unit Tests, Integrationstest)
 - ▶ Staging – Ausspielen der Entwicklungsstände auf verschiedene Entwicklungsumgebungen
 - ▶ Produktiv- oder Livesystem – finale System (PROD/LIVE)

ZUSAMMENARBEIT MIT EINER AGENTUR

- **Werbeagenturen:** Werbung für Unternehmen, Verein, ...
- **Designagentur:** Konzepte und Designs für Webseite
- **Kommunikationsagentur:** Strategie für einheitlichen Auftritt in allen Kanälen, Erarbeitung übergreifender Botschaft
- **Internetagentur/Full-Service-Internetagentur:** Erstellung Webseite
- **Marketing-/Online-Marketing-Agentur:** Maßnahmen zur Steigerung Reichweite oder Traffics
- **Digitalagentur:** Realisierung von Projekten aus allen Bereichen der digitalen Kommunikation
- Agentur sollte von der Größe passen
- Agentur sollte passende und glaubwürdige Referenzen aufweisen
- Termintreue und Verbindlichkeiten
- Konstante Ansprechpartner
- Räumlichkeiten besuchen für ersten Eindruck gewinnen
- AAV (Auftragsverarbeitungsvertrag) und NDA (non-Disclosure-Agreement) abschließen
- ISO-Normen, Zertifikate, IT-Security-Mitarbeiter?
- Fragen nach Subunternehmer, wenn ja => NDA & AVV
- Haftpflichtversicherung?
- Projektmitarbeiter persönlich kennen lernen

AGILE PRODUKTENTWICKLUNG

- Selbstorganisation des Teams
- Kontinuierliche Lieferung von funktionierender Software
- Kontinuierlicher Prozess des Lernens und Verbesserns

- Agile Methoden
 - ▶ Scrum & Kanban
 - ➔ User Stories
Anforderungen aus Sicht eines Users
 - ➔ Backlog
Alle User Stories werden dort gesammelt
 - ➔ Projektboard
Offen, In Arbeit, Testing, Abnahme, Fertig
 - ➔ Dailys
Tägliche kurze 15 Min Meetings
 - ➔ Planungsmeetings
Planung welche Anforderungen wie umgesetzt werden
 - ➔ Retrospektiven
nach der Umsetzung. Besprechung was gut und was weniger gut gelaufen ist. Wo Verbesserungspotenzial

A thick black L-shaped frame surrounds the main title. The top-left corner is a solid black L-shape. The bottom-right corner is a solid black L-shape. The space between these two shapes is white, containing the title and list.

ERFOLGREICHE EINBINDUNG VON CONTENT IN DIE WEBSEITE

- Content kommt vor dem Design
- Schreiben fürs Web
- Passende Bildsprache finden

DAS CONTENT-KONZEPT

- Welche Inhalte sind in welcher Form für Zielgruppe relevant um gewünschte Reaktion zu erreichen
 - ▶ Navigation
Begriffe/Links gut verständlich
 - ▶ Buttons
 - ▶ Weiterführende Links
eindeutig und neugierig machender Text
 - ▶ Metadaten
wichtig bei SEO Optimierung
 - ▶ Kontaktformular

LESEGEWOHNHEITEN IM WEB

- Texte auf Webseiten werden kaum gelesen
- Skimming
 - ▶ Flüchtiges Überfliegen
 - ▶ Hauptüberschrift zählt und eventuell noch die oberen Zwischenüberschriften
 - ▶ Bilder, Logos und auffällige Elemente werden wahrgenommen
- Scanning
 - ▶ Textinhalte der Seite überfliegen
 - ▶ Herausgehobene Elemente stärker wahrgenommen (nicht überstrapazieren sonst fluchtgefahr) = farbig unterlegt, fettformatiert, Listensymbole, Icons, unterschiedliche Spaltenbreiten, Kästen, ...
 - ▶ Wichtige Inhalte stehen oben, Text muss scannbar sein
- Reading
 - ▶ Lesen von ganzen Textpassagen
 - ▶ Gut strukturierter Text
 - ▶ Mit Teaser und Absätzen arbeiten

TEXTE FÜRS WEB SCHREIBEN

- Texte auf Anhieb verstehen
 - ▶ Kurze Sätze: 20 Wörter pro Satz, wichtiges kommt in den Hauptsatz, Zweitrangiges in den Nebensatz, Füllwörter werden gestrichen
 - ▶ Verben sind die Akteure: aktive, anschauliche Handlungsverben verwenden und Langweiler wie „durchführen, erfolgen, sich ergeben“ vermeiden
 - ▶ Adjektive sparsam einsetzen
 - ▶ Verzicht auf Synonyme
 - ▶ Fremdwörter und Abkürzungen vermeiden
 - ▶ Perfekte Rechtschreibung und Grammatik
- Texte müssen informieren und begeistern
 - ▶ Vorteile herausstellen und Lösungen anbieten
 - ▶ Eigenschaften und Besonderheiten kommunizieren
 - ▶ Vorzüge des Anbieters nennen
 - ▶ Mögliche Hindernisse aus dem Weg räumen

TEXTE FÜR DAS WEB

> AIDA

- ▶ Attention – Aufmerksamkeit für das Angebot erzeugen
- ▶ Interest – Interesse wecken
- ▶ Desire – Wunsch wecken, handeln – kaufen, klicken, ...
- ▶ Action – Reaktion bewirken

> Guter Werbetext

- ▶ Lebendig, mitreißend
- ▶ Folgerichtig und logisch (nicht für Dumm verkaufen)
- ▶ Konkret (Aussagen mit Zahlen und Daten belegen)
- ▶ Bildhaft (Fantasie potenzieller Nutzer/Konsumenten anregen)
- ▶ Verständlich
- ▶ Sympathisch
- ▶ Überzeugend
- ▶ Glaubwürdig
- ▶ Einfühlsam
- ▶ Stimmig

The text is framed by two thick black L-shaped brackets. One bracket is on the left, with its vertical bar extending downwards and its horizontal bar extending to the right. The other bracket is on the right, with its vertical bar extending upwards and its horizontal bar extending to the left. They meet at the top and bottom corners of the text area.

OPTIMIERUNG FÜR VERSCHIEDENE ENDGERÄTE

VERSCHIEDENE ANSÄTZE FÜR DIE MOBILE OPTIMIERUNG

- Verschiedene Varianten der Webseite
- Responsive Webdesign (Layout ist so flexibel, dass sie sich dynamisch an Bildschirmgröße anpasst)
- Mobile First (Seite zunächst als mobile Variante konzipiert und für Desktop-Ansicht weitere Elemente erweitert)
- Content First (Erst die Seite mit Content befüllen und dann das Layout basteln)
- ...

UMGANG MIT BESCHRÄNKUNGEN DER ENDGERÄTE

➤ Beschränkungen für mobile Endgeräte so gering wie möglich halten

Beispiele:

- ▶ Schrift groß und gut lesbar
- ▶ Ist für Mobil wirklich jede Information notwendig
- ▶ Schaltflächen und Buttons so groß, dass auch Personen mit dicken Fingern sie treffen können
- ▶ Auf große Abstände achten zwischen Buttons, damit nicht aus Versehen falsch geklickt wird
- ▶ Formulare so kurz wie möglich halten, wenn möglich: Autovervollständigung anbieten bzw. Vorschläge anzeigen
- ▶ Telefonnummern klickbar machen zum Anrufen
- ▶ Termine direkt in Kalender übertragen
- ▶ Kleine Dateigrößen für schlechte Internetverbindung
- ▶ Dinge weglassen, die mobil useless sind (zB Druckfunktion)
- ▶ Auf große Tabellen und iFrames verzichten

MÖGLICHKEITEN MOBILER GERÄTE NUTZEN

- Möglichkeiten die am Desktop nicht möglich sind
 - ▶ Informationen abhängig vom Standort des Nutzers anzeigen (sofern der Nutzer es erlaubt)
 - ▶ Steuerung über Gesten zulassen (Zoom mit zwei Fingern, Wischen bei Fotogalerien)
 - ▶ Unterschiedliche Ansichten für Landscape und Porträt Modus
 - ▶ Direkt auf Apps verlinken
 - ▶ Eingebaute Kamera für Fotoupload



ENDE

QUELLE:

**ERFOLGREICHE WEBSITES FÜR DUMMIES
ISBN: 978-3-527-71492-6**

