



**technic distracts
– form matters
– content counts**

DESIGN

Screendesign und Webdesign greifen ineinander, damit Informationsdesign entstehen kann. ▼

Was bedeutet Design im Zusammenhang mit Websites? In der Vergangenheit war Design in den Informationsstrukturen des Internet nur ein Nebenschauplatz. Der Designer hatte allenfalls die Aufgabe, die Seiten zu hübschen, also gut aussehen zu lassen. Die heutigen Anforderungen der neuen Medien geben dem Designer mehr Spielraum für die Gestaltung, aber auch mehr Verantwortung. Im Folgenden finden Sie einige Hinweise zu den Spielregeln.



Screendesign versus Webdesign

Beim Design von Websites spielen zwei Faktoren eine Rolle:

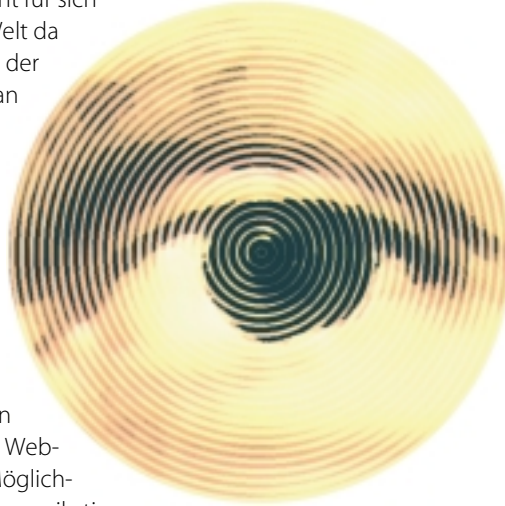
Ganz scharf lassen sich diese beiden Faktoren nicht trennen. Wichtig ist, bei Design nicht nur an die Optik eines Screens zu denken, sondern den gesamten Auftritt vor Augen zu haben.

- **Screendesign** meint die Darstellung der einzelnen Seite mit ihren Navigationselementen und Inhalten betrachtet nach Form, Farbe, Größe, Typografie, Position im Layout, Hierarchie, Leserichtung etc.
- **Webdesign** bezieht sich auf eine Website als Gesamtobjekt, das Zusammenspiel der einzelnen Seiten in einem Informationsgebäude. Hier sind Struktur, Benutzerführung, Navigierbarkeit etc. gefragt.

Informationsdesign

Sie machen Websites nicht für sich selbst, sondern für „die Welt da draußen“. Denken Sie bei der Erstellung von Websites an folgende Punkte:

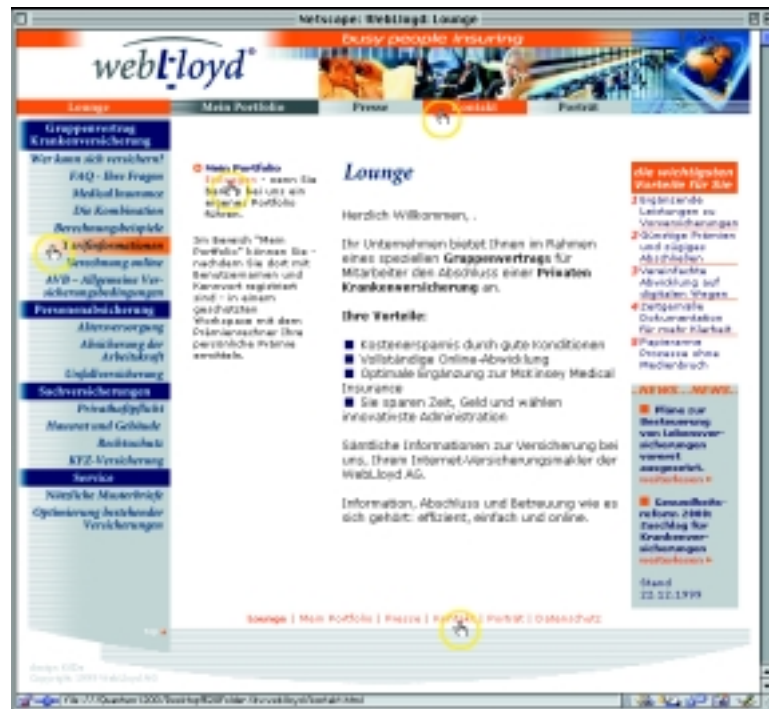
- **Information:** Was wollen Sie auf der Webseite sagen? Welche Art von Information wird vermittelt? Wie sind die Informationen aufbereitet?
- **Kommunikation:** Wie wollen Sie die Information vermitteln? Wie wird Ihre Website gefunden? Welche Möglichkeiten haben Sie, die Kommunikation auch außerhalb des Webs zu unterstützen?
- **Zielgruppe:** Wer wird durch die Site angesprochen? Was erwarten die Besucher auf der Site zu finden? Welche Vorlieben haben die Besucher? Gibt es kulturelle, sprachliche, soziale oder politische Beschränkungen? Welche Technologien setzt die Zielgruppe ein? Welche Besucher werden Stammgast der Site?
- **Aufmerksamkeit:** Das wichtigste und knappste Gut im Web sind hohe Einschaltquoten – eine hohe *awareness*. Wie kann eine Website mehr Aufmerksamkeit erregen?
- **Persönlichkeit:** Nichts ist schlimmer als im riesigen Informationsnetz des Web ein Nobody zu sein. Gutes Design zeichnet sich immer durch einen hohen Grad an Persönlichkeit aus.
- **Identität:** Wichtigstes Hilfsmittel zur Vermittlung von Persönlichkeit ist die Schaffung von Identität. Das bedeutet nicht, dass alle Seiten Ihrer Site gleich aussehen müssen, sondern dass es bestimmte wiederkehrende Elemente (Formen, Farben, Logos etc.) gibt, die einen einheitlichen Eindruck vermitteln.
- **Seriosität:** Sie wollen mit Ihrer Website Vertrauen gewinnen? Sorgen Sie dafür, dass die Inhalte den Besucher nicht verunsichern oder gar verärgern. Setzen Sie vertrauensbildende Maßnahmen ein, wie z.B. Kontaktmöglichkeiten, kostenlose Beratungsangebote, Sicherheitsmechanismen (SSL) etc.
- **Konsistenz:** Arbeiten Sie grundsätzlich mit wiederkehrenden Elementen. Dies gilt insbesondere für Navigation, Benennungen, Farben, Maße, Positionen etc. Der Besucher lernt Ihre Site auf diese Weise schneller kennen.



◀ **Awareness: Aufmerksamkeit ist das teuerste Gut im Web.**

- **Strukturen:** Denken Sie nicht in einzelnen Seiten, sondern in Kategorien oder Gruppen von Seiten und wie diese durch Verknüpfungen miteinander verbunden werden. Die Besucher der Site sind es gewohnt, in solchen Strukturen zu denken.
- **Navigation:** Sie können mit der Navigation sehr experimentell umgehen, mit dem Resultat, dass der ungeübte Benutzer bald das Fenster schließt. Klassische Navigationsbalken oder auch nur Textlinks sind immer noch ein guter Tipp.

Eine gute Navigation ►
zeichnet sich durch intuitive
Bedienung und Mehrschichtigkeit
aus.



- **Browser:** Nicht jeder Browser kann das darstellen, was Sie mit Dreamweaver gestalten können. Vielleicht sind bei manchen Besuchern noch veraltete Browser installiert?
- **Plug-Ins:** Benutzen Sie Elemente, die Plug-Ins erfordern, nur, wenn es sich um einen wirklich verbreiteten Standard (Flash, PDF etc.) handelt oder Sie dieses Plug-In bei der Zielgruppe voraussetzen können.
- **Nichts kann lästiger sein als technisch „endgeil“ Websites.** Wenn Sie mit Inhalt aufwarten können, vermeiden Sie Technik! Eine gute Geschichte lässt sich auch ohne Shockwave erzählen (und eine schlechte wird dadurch auch nicht besser!).

Aber guter Content kann mit sinnvoll verwendeter Technik durchaus aufgewertet werden und sich dadurch z.B. vom Wettbewerb abheben.

