

Einführung

Vorwort zur 8. Auflage

Wie so manches Projekt war für mich auch die Überarbeitung des Buchs dieses Mal eine Überraschung. Ich habe den Aufwand deutlich unterschätzt. Denn in den gut zwei Jahren seit Erscheinen der letzten Auflage hat sich mehr getan als gedacht. Praktisch keine Webseite, die ich als Beispiel gezeigt habe, sah mehr so aus wie vorher. Und das Schöne ist: So gut wie alle Sites haben sich zum Besseren verändert.

Ich habe das Gefühl, wir sind inzwischen in einer Phase angekommen, in der sich die grundlegenden Prinzipien der Konzeption bei fast allen Beteiligten etabliert haben. Und in der sich die wichtigsten Erkenntnisse der Usability und User Experience in den Köpfen der meisten Website-Betreiber festgesetzt haben.

Immer mehr Menschen ist klar: Eine Website steht nicht für sich allein. Damit sie erfolgreich wird, müssen wir darüber nachdenken, mit welchen Erwartungen der Nutzer zu uns kommt. Welches Gerät er dazu nutzt. Und welche Bedürfnisse er aktuell gerade hat.

Neue Herausforderungen kommen auf uns zu: Die genutzten Bildschirme sind zum Teil winzig (Smartwatches), zum Teil riesig (4K-Monitore). Und auf allen sollten unsere Sites eine gute Figur machen. Und neue Zugänge kommen: von Chatbots bzw. sprachgesteuerten Assistenten bis hin zu Augmented und Virtual Reality.

Dies sind spannende Zeiten für alle, die mit interaktiven Medien arbeiten. Und doch können wir auf Grundsätze zurückgreifen, die seit der ersten Auflage des Buches aus dem Jahr 2001 gelten – die meisten von ihnen schon seit viel längerer Zeit, seit den Anfängen der Arbeit von Menschen an Computern.

Jeder, der Anwendungen erstellen möchte, die den Nutzern Freude machen, die sie unterstützen und welche die eigenen Ziele fördern, ist hier genau richtig. Ob Sie etwas verkaufen wollen, ob Sie Ihre Person vorstellen möchten, eine gute Idee bekannt machen und die Welt verbessern oder einfach nur Ihre Telefenzentrale und Ihre Poststelle entlasten wollen – in diesem Buch erfahren Sie, wie Sie diese Ziele erreichen.

Hier geht es um die Konzeption. Sie lernen, wie Sie eine Site anlegen, die zum Erfolg wird, weil sich die Benutzer auf ihr zurechtfinden. Das Schlagwort *User Experience* (übersetzt *Benutzererlebnis*) wird mit Leben gefüllt. Sie lernen, wie Sie eine Anwendung konzipieren, deren Nutzung Spaß macht, weil sie leicht zu benutzen (*usable*) ist, einen angenehmen Eindruck hinterlässt und nützliche Funktionen bietet.

Was ist neu?

Natürlich bin ich alle gezeigten Beispiele durchgegangen und habe sichergestellt, dass sie noch immer als Vorbild taugen. Wo nicht, habe ich andere gesucht. Und auch viele neue Tipps habe ich ergänzt, die mir in den letzten Monaten aufgefallen sind. Neue Trends habe ich geprüft, ob sie aus meiner Sicht Bestand haben und ob sie es wert sind, in das Buch aufgenommen zu werden.

Ich bin noch mal alle Texte durchgegangen und habe an vielen Stellen ergänzt, klargestellt und vor allem gekürzt. Es gibt einige Dienste, die heute praktisch keine Rolle mehr spielen, etwa soziale Lesezeichendienste oder lokale Dienste wie Foursquare. Die Erklärungen dazu habe ich gestrichen, damit Sie nur wichtige und hoch relevante Inhalte lesen.

Neue technische und konzeptionelle Möglichkeiten habe ich berücksichtigt, vor allem im Bereich mobiler Nutzung sowie sozialer Netzwerke, die nach wie vor hoch spannend sind.

An vielen Stellen sind Erkenntnisse eingeflossen, die ich bei meiner Arbeit mit Kunden gewonnen habe oder auf die mich Leser der vorigen Auflage, meines Blogs und des Newsletters gebracht haben.

Außerdem finden Sie erstmals in dieser Auflage den Blick weiterer Experten auf die Konzeption. An sechs Stellen im Buch lesen Sie Interviews, die ich eigens für das Buch geführt habe. Darin schildern die Experten einen Aspekt des Kapitelthemas aus ihrer Sicht, um das Thema von einer anderen Seite zu beleuchten. Denn zu fast allen Vorgehensweisen gibt es Alternativen oder Tipps, wie man Dinge noch besser angehen kann. So bekommen Sie eine wertvolle Zusatzmeinung, die Ihnen hilft, die gezeigten Tipps und Vorgehensweisen noch besser einzuordnen.

Wer sollte dieses Buch lesen?

Dieses Buch habe ich für alle geschrieben, die mit elektronischen Medien Informationen an andere Menschen weitergeben wollen, die unterhalten oder die Transaktionen durchführen wollen – vom Download bis zum Verkauf von Produkten.

Dabei ist es gleich, ob Sie

- in einer Agentur eine Website für einen Auftraggeber umsetzen,
- Ihre eigene Website entwerfen,
- eine bestehende Website überarbeiten,
- eine App, ein Terminal im öffentlichen Raum oder eine Offline-Anwendung planen.

Welche Position und Ausbildung Sie haben, spielt keine Rolle. Wenn Sie mit der Konzeption betraut sind, ist dieses Buch richtig für Sie. In der Praxis arbeiten in diesem Bereich Menschen mit den unterschiedlichsten Berufen: Projektleiter, Texter, Journalisten, UX-Designer, Grafiker, Programmierer und viele mehr.

Konzepter, Konzeptioner, Konzipierer – eine feste Berufsbezeichnung gibt es nicht für die Leute, die Konzepte für interaktive Projekte entwerfen. Ich persönlich bevorzuge Konzepter, das ist das kürzeste, prägnanteste Wort. Und immer häufiger spricht man vom UX-Designer.

Wenn in diesem Buch vom »Kunden« oder »Auftraggeber« die Rede ist, ist damit die Person gemeint, die Ihnen sagt, was Sie tun sollen. Ob das nun ein externer Auftraggeber ist oder ein Vorgesetzter aus Ihrer Firma, ist nicht so wichtig – ebenso wenig wie die Tatsache, ob Sie eine Einmann-Firma sind oder Leiter eines großen Unternehmens.

Für dieses Buch brauchen Sie vor allem eines: Bereitschaft zum Um- und Mitdenken. Die meisten Menschen haben gelernt, so an Projekte heranzugehen, wie es von ihnen erwartet wird. Für gute Websites und andere Medien müssen Sie jedoch oft widersprechen. Die zukünftigen Benutzer stehen im Zentrum, nicht die Vorgesetzten oder die Auftraggeber. Dieser Ansatz ist der kürzeste Weg zu einer erfolgreichen Website.

Außerdem sollten Sie sich als Nutzer im Internet problemlos bewegen können, das Betriebssystem (PC, Linux oder Mac) und Ihre Textverarbeitung beherrschen. Kennen Sie die Möglichkeiten von HTML und Grafikprogrammen im Prinzip, ist das auch nicht schlecht. Sie müssen aber keine HTML-Seiten programmieren oder Bilder mit Photoshop bearbeiten können.

Was werden Sie lernen?

Dieses Buch bietet keine Einführung in HTML, das Internet im Allgemeinen, Grafikdesign, Programmierung oder Projektabwicklung. Zwar bespreche ich einzelne Aspekte dieser Themen gelegentlich, aber dabei geht es nur so weit in die Details, wie es für die Konzeption nötig ist.

In diesem Buch lernen Sie, ein interaktives Projekt professionell anzugehen. Die Basis dafür ist das Konzept. Sie lesen, wie Sie das Konzept schrittweise erstellen, es immer wieder überprüfen, verbessern und im Team umsetzen.

Dazu finden Sie Tipps zum Lesen von Ausschreibungen, zu Gesprächen mit dem Auftraggeber, zur Ideenfindung und zur Auswahl geeigneter Medien und Techniken. Sie erfahren, wie Sie sich Ihrer Zielgruppe nähern und sie in den Mittelpunkt der Konzeption stellen.

Beispiele und Tipps aus der Praxis illustrieren die Ausführungen. Der Schwerpunkt liegt auf Ihrer täglichen Arbeit. Natürlich ist es schön, wenn Sie in einer großen Agentur für bekannte Unternehmen mit einem großen Budget arbeiten. Doch die meisten Aufträge werden für kleine und mittlere Kunden mit einem bescheidenen Budget abgewickelt. Besonders darauf nimmt dieses Buch Rücksicht. Die optimale Lösung wird immer aufgezeigt, doch geht es stets auch darum, wie sich bei knappen finanziellen und personellen Mitteln die besten Ergebnisse erzielen lassen.

Aufbau des Buchs

Die **Teile 1 bis 4** bilden den Schwerpunkt des Buchs. Vom ersten Vorgespräch bis zur Wartung der Site spielen wir hier ein ganzes Website-Projekt Schritt für Schritt durch: zunächst in der Theorie, am Ende jedes Kapitels praktisch an einem echten Beispiel. Die Informationen in diesem Teil sind ebenso für die Umsetzung von Apps oder Offline-Anwendungen interessant.

Im **Teil 5** habe ich Tipps für spezielle Sites oder Bereiche von Sites gesammelt. Dabei geht es um Websites zur Repräsentation, zur Information, zum Einkauf, um Vereinssites, Sites zur Unterhaltung und um das Lernen im Web. Dazu gibt es jeweils Beispiele von Sites, auf denen diese Dinge sehr gut umgesetzt sind.

Im **Teil 6 – Anhang** finden Sie eine Sammlung von Tipps für Auftraggeber, ein Glossar und eine Beschreibung des Inhalts der Website zum Buch. (So viel sei schon verraten: Sie bietet Ihnen viele Vorlagen, die Sie direkt für Ihre eigenen Konzepte und Präsentationen verwenden können, einen interaktiven Briefing-Leitfaden und alle Dokumente, die für das Beispielprojekt verwendet wurden. Außerdem finden Sie auf der Website die Dokumentation zu einem Usability-Test inklusive Video. Und schließlich Videos, in denen ich die Inhalte der ersten vier Teile zusammenfasse.)

Lesen Sie das Buch so, wie es *Ihnen* passt. Sie sind in diesem Fall der Benutzer und damit bestimmen *Sie*, wo es langgeht. Das Buch ist zum Querlesen, Überfliegen und Nachschlagen angelegt, aber Sie können es gerne auch von Anfang bis Ende durchlesen.

Teilen Sie mir mit, wenn Ihnen etwas nicht gefällt. Ich wünsche mir Kritik, Feedback, Verbesserungswünsche, eventuell auch Lob. Schreiben Sie mir, wenn Sie einen meiner Wünsche erfüllen wollen, unter buch@benutzerfreun.de oder auf Twitter unter [@benutzerfreund](https://twitter.com/benutzerfreund).

Besuchen Sie die www.benutzerfreun.de, um aktuelle Hinweise, zusätzliche Informationen und eine ausführliche, kommentierte Link-Liste für Ressourcen zur Website-Produktion zu finden. Auch einen Newsletter für Konzepter können Sie hier abonnieren. Wenn es Zusatzinfos im Blog zum Buch gibt, sehen Sie einen Hinweis am Seitenrand:

Zusatzinfos im Blog

Damit Sie nicht so viel tippen müssen, gebe ich die Links auf Unterseiten immer gekürzt an – [bnfr.de/...](http://bnfr.de/) bringt Sie direkt an die richtige Stelle auf der Site www.benutzerfreun.de.

Im Buch zeige ich einige Websites als Beispiel. Da jede gute Site ständig aktualisiert wird, werden im Laufe der Zeit immer mehr Sites anders aussehen als im Buch. Deshalb sind die Sites fast immer abgebildet, damit Sie sehen, worauf es mir ankommt.

Hier spricht der Autor

In deutschsprachigen Büchern ist es nicht üblich, dass sich der Autor direkt äußert, geschweige denn, dass er in der ersten Person schreibt.

Aber wer über Konzeption spricht, spricht subjektiv. Denn Konzeption hat viel mit Kreativität zu tun und ein wenig mit persönlichem Geschmack. Dennoch bin ich der Meinung, dass es bei der Konzeption von interaktiven Projekten einige Regeln gibt, über die man nicht streiten kann. Diese Regeln zu vermitteln, ist das Hauptziel dieses Buchs. Hinzu kommen noch Tipps aus dem Alltag, die es Ihnen ersparen sollen, alles selbst aus eigener Erfahrung (also normalerweise aus Fehlern) lernen zu müssen.

Nur wer die Regeln kennt, kann sie sinnvoll verletzen. Überlegen Sie es sich genau, wenn Sie das vorhaben. Lassen Sie sich dennoch nicht Ihre Eigenständigkeit nehmen. Leider gibt es einige Konzepter, die nur nach Regeln zu leben scheinen. Flash ist nicht benutzerfreundlich, Navigationsleisten müssen immer links sein, lange Texte liest kein Mensch, animierte GIFs sind Spielzeug und lenken nur ab – alles Binsenweisheiten der Webkonzeption. Doch diese Dogmen helfen oft nicht weiter. Jede Situation und Zielgruppe braucht eine passende Lösung. Also: weg vom Dogma! Lernen Sie die Regeln kennen, beherzigen Sie sie, wo immer möglich, und verletzen Sie sie, wo immer nötig. Seien Sie eigenständig, sonst kochen Sie Einheitsbrei.

Es ist ausdrücklich erwünscht, dass Sie auch mal anderer Meinung sind. Schreiben Sie etwas an den Rand, streichen Sie Absätze durch, die Ihnen nicht passen. Und wenn etwas Sie ärgert, mailen Sie mir (buch@benutzerfreun.de) oder kritisieren Sie mich auf Twitter (@benutzerfreund)! Ich freue mich auf spannende Diskussionen.

Aus Gründen der Lesbarkeit habe ich darauf verzichtet, jedes Mal männliche und weibliche Personenbezeichnungen auszuschreiben. Wenn es um Entscheider geht, sind damit ebenso Entscheiderinnen gemeint, mit Grafikerinnen sind auch Grafiker angesprochen und mit Benutzern auch Benutzerinnen.

Erfolgreiches Konzipieren wünscht Ihnen

Jens Jacobsen