

Einführung

Vorwort zur 7. Auflage

Wie immer ist seit der vorigen Auflage viel passiert im Web. Keine Revolution, aber vor allem die Entwicklung beim mobilen Internet ist so weit vorangeschritten, dass man heute keine erfolgreiche Site mehr planen kann, ohne an die Nutzer mit Smartphone und Tablet zu denken.

Außerdem gibt es einige Dienste und Sites nicht mehr, ein paar Techniken sind aus der Mode, aber vor allem sind viele neue hervorragende Websites aufgetaucht, die es vor einigen Monaten noch gar nicht gab. Es gibt also viel zu sehen und Neues zu lernen.

Das ist für jeden, der eine Site plant, aufregend und es ist schön, wenn Sie sich davon begeistern lassen. Ganz wichtig aber: Lassen Sie sich von Ihrer Begeisterung nicht dazu verleiten, Dinge zu tun, einfach nur weil Sie von ihnen aktuell beeindruckt sind. Denken Sie an den Spruch des amerikanischen Webdesigners Jeffrey Veen: »The web is post-cool now.« Das Web ist nicht mehr einfach nur cool, weil es das Web ist. Niemand surft mehr, um einfach zu sehen, was da ist.

Die Zeit, in der alle einfach nur dabei sein und mit möglichst ungewöhnlichen Effekten oder Techniken beeindrucken wollten, ist vorbei. Nur wer die Erwartungen der Benutzer erfüllt, ihre Bedürfnisse erfüllen hilft und mit ihnen in Kontakt tritt, hat heute Erfolg.

Diese Chance haben viele erkannt und jeder, der sie nutzen möchte, ist hier genau richtig. Ob Sie mit Ihrer Site etwas verkaufen wollen, ob Sie sich vorstellen möchten, Ihre Telefonzentrale und Ihre Poststelle entlasten wollen oder die Beziehung zu Ihren Kunden verbessern möchten – 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, sie einen angenehmen Eindruck hinterlässt und nützliche Funktionen bietet.

Was ist neu?

Was Lesern der vorigen Auflagen auffallen wird, ist der neue Verlag. Sechs Auflagen lang ist das Buch bei Addison-Wesley erschienen, das war eine schöne Zeit und ich danke allen, die dort geholfen haben, das Buch zu dem zu machen, was es heute ist. Der Verlag hat sich nun aber umorientiert und macht keine Computerbücher mehr. Für mich war das die Chance, noch mal neu anzufangen und ich bin froh, dass das Buch bei dpunkt seine neue Heimat in einem perfekten Umfeld gefunden hat.

Ich habe nun jeden einzelnen Satz noch mal gelesen, was ich seit der ersten Auflage nicht mehr gemacht habe. Ich hatte immer nur ergänzt, was neu war, gestrichen, was nicht mehr aktuell war und korrigiert, was nicht (mehr) gestimmt hat. Beim Lesen sind mir an ein paar Stellen Dinge aufgefallen, die sich wiederholen und andere, die in einem anderen Kapitel besser aufgehoben sind. Ich habe also einige Umstellungen vorgenommen, viele ganz kleine Korrekturen und ein paar größere Umbauten.

Bei der Methodik habe ich noch besser erklärt, warum die User Experience (UX), die Gesamterfahrung des Nutzers mit Ihrer Site, so wichtig ist und wie Sie die UX-Methoden nutzen, um schneller zu einem besseren Ergebnis zu kommen.

»Mobile first!« ist der Schlachtruf derjenigen, die dafür kämpfen, dass jede Site auch auf iPhone, iPad, Android oder Smart TV gut aussieht und leicht zu benutzen ist. Wie dieser Ansatz die Konzeption von Anfang an verändert, das lesen Sie in den neuen Konzept-Kapiteln und natürlich auch im Kapitel über die Programmierung und Gestaltung der Site.

Neue technische und konzeptionelle Möglichkeiten habe ich berücksichtigt, vor allem auch wieder im Bereich sozialer Netzwerke, der nach wie vor hoch spannend ist.

Auch habe ich mir jedes einzelne Beispiel angesehen, überprüft und aktualisiert, sofern ich bessere gefunden habe oder der Meinung war, dass etwas nicht mehr Stand der Technik ist.

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.

Wer sollte dieses Buch lesen?

Dieses Buch habe ich für alle geschrieben, die mit elektronischen Medien Informationen an andere Menschen weitergeben wollen, gleich ob sie

- in einer Agentur eine Website für einen Auftraggeber umsetzen,
- ihre eigene Website entwerfen,
- eine bestehende Website überarbeiten,
- 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.

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 sowie noch zwei PDF-Zusatzkapitel zum Download zu den Besonderheiten bei Offline-Projekten. Und schließlich: elf Videos, in denen ich die Inhalte der ersten vier Teile zusammenfasse und Ihnen gute Beispiele für verschiedene Sites im Bild zeige.)

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 passt. 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 Konzepte 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@benutzerfreund.de) oder kritisieren Sie mich auf Twitter ([@benutzerfreund](https://twitter.com/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

