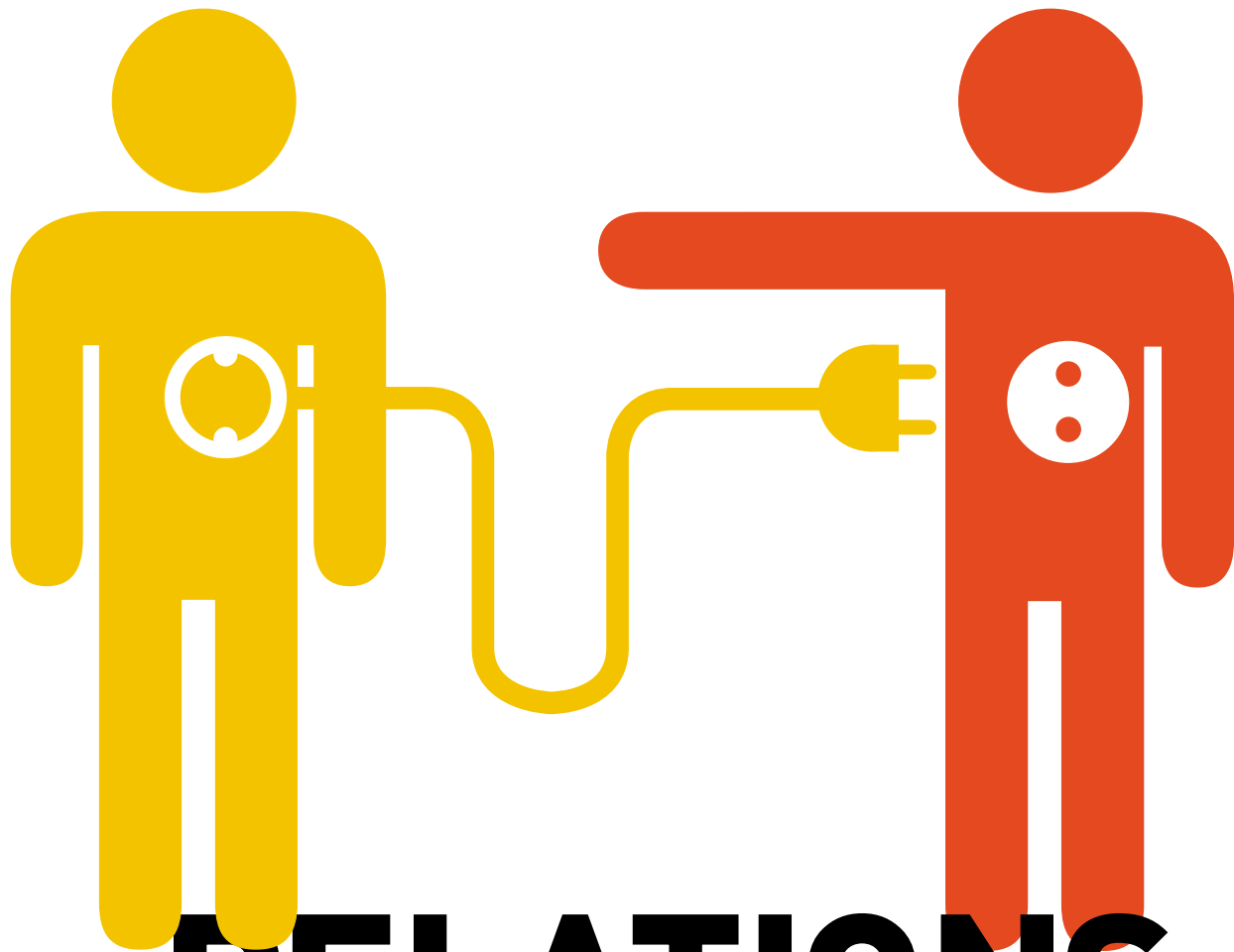


XPA 02

experience planetactive



RELATIONS

VALUES VERMITTELN: KUNDEN FINDEN UND HALTEN.

ONLINE-MEDIA: KAMPAGNEOPTIMIERUNG IN ECHTZEIT.

COMMUNITIES: DIE CHEMIE MUSS STIMMEN.

INHALT

- 01 TANTE EMMAS VERMÄCHTNIS
- 02 WENN DIE PLASMA-KANONE SCHWEIGT
- 03 LET'S MEET AT THE WALL
- 04 MEDIA TEAMPLAY
- 05 UND LEISE BLUBBERT DER SAMOWAR...
- 06 DIGITAL BRANDS: A LIFE PARTNER
- 07 DESIGN GOES INTERACTIVE
- 08 WERTBILDENDE PARTNERSCHAFTEN SIND JETZT GEFRAGT
- 09 XPA-SERVICSEITE: BUCHREZENSIONEN + TERMINE
- 10 XPA-UMFRAGE ZUM SCHWERPUNKTTHEMA RELATIONS
- 11 PLANETACTIVE AUF EINEN BLICK

XPA-02



12 13

ANRICHTE

9 10 11

6 7 8

3 4 5

1 2

+ Schlechte Navigation, mangelnde Funktionalität und das unübersichtliche Layout vieler Websites treiben den User schnell der Konkurrenz in die Arme. Schließlich liegt das nächste Angebot nicht ein paar Straßen, sondern nur ein paar Klicks entfernt. „Was kann ich hier bekommen, aber vor allem: wie?“, fragt sich der User, bevor er entscheidet, ob er bleibt oder davonsurft. Interaction Design schafft Systemlösungen, die dem Nutzer darauf eine schnelle Antwort geben und den wirtschaftlichen Erfolg einer Website entscheidend beeinflussen können.
>>>



↓ ↓
NOTBREITSE



DESIGN GOES INTERACTIVE

Viele Menschen nutzen das Internet als Informationsquelle. Immer mehr wollen aber auf diesem bequemen und zeitsparenden Weg auch ihr tägliches Leben organisieren. Shopping, Onlinebanking, Reise- und Flugbuchungen sind längst kein Grund mehr, einen Fuß vor die Türe zu setzen. Das Internet reagiert auf den wachsenden Anspruch seiner User und erweitert das Spektrum der möglichen Transaktionen.

Neue Lösungen für E-Business und E-Marketing sind gefragt. Komplexe Softwaresysteme werden benötigt, die es einerseits dem Kunden ermöglichen, umfangreiche Transaktionen stressfrei durchzuführen, und dem Anbieter wiederum, individuell darauf zu reagieren.

Bei der Entwicklung von grafischen Interfaces, den funktionalen Schnittstellen zwischen User und Software, spielen Verhalten und Wünsche des Users eine zentrale Rolle. Hier kommuniziert er mit dem Angebot und will nicht nur verstehen, sondern auch verstanden werden. Damit die Schnittstelle nicht zur Schwachstelle wird, schafft Interaction Design visuelle und funktionale Strukturen, die eine reibungsfreie Kommunikation zwischen User und System ermöglichen.

Klarheit für komplexe Systeme

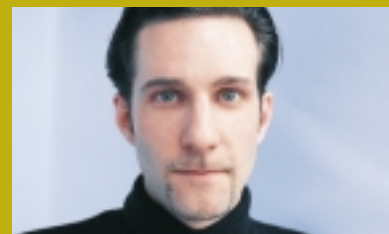
Interaction Designer wurden bisher überwiegend in der Softwareentwicklung eingesetzt und gehören in Amerika schon länger zur Standard-Besetzung einer Internet-Agentur. In deutschen

Internetunternehmen sind sie noch spärlich vertreten. Erst die Entwicklung von Websites, die so komplex wie eine Anwendungssoftware sind, macht den dringenden Bedarf offensichtlich. Funktionalität und die viel beschworene „Usability“ einer Website stehen vor allem für kommerzielle Online-Anbieter mittlerweile an erster Stelle. Die Zeit der ausschließlich auffällig gestalteten Sites, die vielleicht die Pupille, aber nicht Handlungsbereitschaft erweitern, ist vorbei.

Interaction Designer bringen Funktion und Design einer Site in Einklang und schließen die Lücke zwischen Programmierung und Web-Design. Sie können die Entwicklung eines neuen Systems in allen Stufen begleiten, aber auch zur Optimierung einzelner Schwachstellen eingesetzt werden. Dabei sind es oft kleine und daher schwer erkennbare Einzelemente, an denen die Kommunikation mit dem User scheitert. Beispiel: Ein Reiseveranstalter positioniert einen Button mit der Aufschrift „buchen“ gleich auf den ersten Pages seiner Website. Tatsächlich wird der Kunde aber nur zur nächsten Vorinformation weitergeleitet, buchen kann er erst viel später.

Das Ergebnis: Der Erfolg der Website lässt trotz günstigster Reiseangebote zu wünschen übrig. Ein Interaction Designer analysiert nun die Gestaltung und Funktionalität der Site. Er stellt fest, dass der potenzielle Kunde den Button „buchen“ zu einem Zeitpunkt findet,

an dem er noch gar nicht genug Information bekommen hat, um eine Kaufentscheidung zu fällen. In den meisten Fällen reagiert der User negativ und verlässt an dieser Stelle die Site, um keine ungewollte Transaktion vorzunehmen. Der Interaction Designer erkennt diesen Zusammenhang und ändert die Aufschrift „buchen“ so lange in „weiter“, bis der Vorgang tatsächlich ausgeführt werden kann. Also dann, wenn der User alle Informationen hat, die er für seine Entscheidung fordert. >>>>

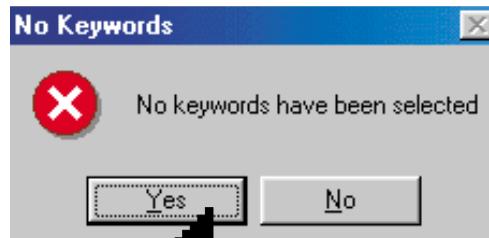


CLEMENS LANGO
INTERACTION DESIGNER

User first

„Ein Interaction Designer muss sich in die Rolle der User versetzen. Er muss analysieren, wo Interaktionsstrukturen und Navigation für den User zur Hürde werden und seine Zielvorstellungen wie zum Beispiel Registrierung, Finden einer Information, Starten eines Spiels ins Leere laufen lassen.“ So beschreibt Clemens Lango, Interaction Designer bei Planetactive, eine seiner grundlegenden beruflichen Fähigkeiten. Er entwickelt Systemlösungen, die Userverhalten und -wünsche in den Mittelpunkt stellen und gleichzeitig reibungslos mit dem Angebot einer Website zusammenführen. Das entlastet den User und steigert die Effizienz von E-Marketing und E-Business.

Um festzustellen, dass derzeit viele Websites von der Navigation bis zum Layout alles andere als optimal sind, muss man im Prinzip kein studierter Interaction Designer sein. Welche Kriterien eine gute Website erfüllen sollte, sind dagegen keine reine Gefühlssache, sondern allgemeingültige Erkenntnisse des Interaction Design: Das System muss dem User durch klare Navigationsstrukturen eine einfache Orientierung ermöglichen („Wo bin ich?“, „Wo komme ich her?“, „Wo kann ich hin?“, „Wie viel vom gesamten System sehe ich gerade?“).
– Es muss direkt verständlich sein, wie das System bedient wird. So fühlt sich der Nutzer sicher statt überfordert.



- Das System sollte sich so verhalten, wie es der Nutzer erwartet.
- Es sollte dem Nutzer ein direktes Feedback auf seine Interaktion geben, ihm zeigen, dass seine Eingabe erfasst wurde.

Mit klarer Struktur zur User-Experience

Der Erfolg einer Website ist allerdings auch eine Frage des Look and Feel. Eine Bank braucht z. B. für ihren virtuellen Auftritt grundsätzlich eine andere stilistische Ausprägung als ein Spielzeughersteller. Action, Seriösität oder z. B. Unterhaltsamkeit werden nicht nur über Inhalte vermittelt. Es ist die Gestaltung des Interfaces, die Leben in eine Website bringt und sie damit für den User erlebbar macht. Überschäumende Kreativität steht dabei nicht an erster Stelle. Interaction Design zeichnet sich durch eine stark konzeptionelle und analytische Herangehensweise aus und stellt dabei eine Grundfrage der Kognitionspsychologie in den Mittelpunkt: „Wie nimmt der Mensch etwas wahr?“ Ein Interaction Designer hat eine sehr klare Arbeitsstruktur, mit der er in unterschiedlichsten Prozessen und Entwicklungen für Klarheit sorgen kann. Clemens Lango entwickelt für Planetactive u. a. die

Interaktionsstrukturen für Internetplattformen, erstellt Usability-Analysen für Webangebote und entwickelt Applikationen sowie interne Software und Verwaltungstools.

Grenzerfahrungen

Anders als ein Konzeptioner, der in statischen Systemen denkt (z. B. der klassische Art Director), geht der Interaction Designer ein System ständig in seinen Grenzzuständen durch. Die Frage lautet also nicht nur „Wie könnte es funktionieren?“, sondern „Wie würde es funktionieren, wenn ...?“. Um den Umfang eines Systems später ändern zu können, muss die Skalierbarkeit von Anfang an in die Entwicklung einbezogen werden. Alle möglichen Änderungen und Sonderfälle müssen also schon bei der Konzeption durchgespielt werden. Von diesem vorausschauenden Ansatz profitieren vor allem Online-Angebote und E-Marketing-Sites, die ihren Inhalt häufig aktualisieren und optimieren müssen, um wirtschaftliche Erfolge nicht nur kurzfristig verzeichnen zu können.

Eine Offerte mit günstigem Preis-Leistungs-Verhältnis reicht also nicht aus, um die virtuelle Kundschaft anzulocken. Der Erfolg eines Online-Angebots jedweder Art hängt davon ab, in welchem Maß eine Website in der Lage ist, die Erwartungen jedes Nutzers zu erfüllen. Auf dem Weg zu diesem Ziel bauen Interaction Designer wie Clemens kommunikative Brücken, die den Informationsfluss zwischen Mensch und System optimieren.

Mehr Informationen zum Thema Interaction Design:

<http://www.hcibib.org/>
<http://msdn.microsoft.com/ui/uilist.asp>
<http://www.ibm.com/ibm/easy/>
<http://www.useit.com/>



Information matrix

Mihai Nadin ist Leiter des Fachgebietes

„Computational Design“ an der Universität Wuppertal. Als Pionier im Bereich Computergrafik führte er den Computer in die Kunst- und Designausbildung an verschiedenen Colleges und Universitäten in den USA und anderen Ländern ein. Seit 1960 beschäftigt er sich mit Computeranwendungen in Kunst und Design und arbeitet gleichzeitig als Berater im Bereich der digitalen Technologie-Entwicklung für führende Firmen in der ganzen Welt.

Die Frage nach der Entwicklung von Technologie und der zukünftigen Bedeutung von Interaction Design beantwortet er mit einer These, die er bereits vor sechs Jahren aufgestellt hat:

„People live more and more in an information matrix [...]. Fast networks, centers of multimedial input and distribution of knowledge, improved interfaces, and, above all, more possibilities to carry on and optimize human interaction should go into the blueprints for the new architecture. The Socratic ideal of one-to-one dialog is probably easier to attain today than during any other time – not by erecting walls and other architectural elements, but by investigating the architecture of the human mind and its potentiality.“

Quelle: The Architecture of Thought, in Living (Architecture for the Third Millennium), 2/95. Cologne: Halem Verlag. pp. 20–22.



PROF. MIHAI NADIN

Planetactive GmbH
Düsseldorf
www.planetactive.com
Emanuel-Leutze-Str. 20
40547 Düsseldorf
Germany

voice +49.211.5404-0
fax +49.211.5404-181
E-Mail: info@planetactive.com

Planetactive GmbH
Zurich Office
www.planetactive.com
Stationsstrasse 17
8003 Zürich
Switzerland

voice +41.1.455 83-83
fax +41.1.455 83-00
E-Mail: info.ch@planetactive.com

