

Dokumentation
Designing Interactions in XS
Mobile Website

http://www.ma-crossmedia.de/konferenz_microsite

Prof. Dr. Christine Goutrié
Carolin Baier
Stefan Bauerschäfer
Anja Guse
Beate Mittelmeyer
Robert Richter
Alexander Schierhorn
Clara Weyhenmeyer
Sabine Spohr



Leitfaden zur Dokumentation

// Einführung

// Informationsanalyse und Medientypen

// Anpassung der Informationen

// Navigation und Interaktion

// Layout

// Template

Einführung

Kontext der mobilen Website zur Konferenz

Die Konferenz „Think Cross – Change Media“

Im Laufe der Recherchen zur Konferenz kam die Frage nach einer mobilen Variante der Website auf. Passend zum Thema ist es obligatorisch, eine adäquate Microsite zur Verfügung zu haben als Marketing- und Informationsinstrument.

Wie korrespondiert die mobile Website mit der Standard Website?

Wir setzen das CMS der Standard-Website ein. Ein neues Template für die kleinen Bildschirme dient der Ausgabe im mobilen Browser. Die Inhalte der großen Seite werden entweder per CMS automatisch in der Microsite ausgegeben oder es ist eine manuelle Anpassung der Inhalte notwendig. Aktive Inhalte (Flashfilme u.ä.) können aufgrund von *Softwareeinschränkungen* der mobilen Browser nicht verwendet werden.

Zielgruppen für die mobile Website

Jene sind Zielgruppe, die auch tatsächlich zur Konferenz erscheinen - *Besucher und Referenten*.

- Menschen, die mit Medien in jeder Form arbeiten
- Studierende aus den Bereichen Journalismus, Design und Management
- Wissenschaftler, die sich mit Crossmedia auseinandersetzen

Es wird für einen Informationsgewinn mobil auf Daten und Fakten zur Konferenz zurückgegriffen.

Zielplattformen

Die Microwebsite richtet sich an Smartphone- und Tabletbenutzer. Sie ist ausgerichtet für Geräte mit kleinem Display und einer schnellen Internetverbindung. Softwareseitig sind dort Apples iOS, Android-, Symbian- und WindowsPhone-Versionen als Betriebssystem vertreten.

Spielt die Bildschirmauflösung der Endgeräte eine Rolle?

Speziell Websites für kleinere Displays sind abhängig von der Auflösung und Größe der sie anzeigenden Bildschirme. Bei der Erstellung mussten wir eine minimale und eine maximale Größe festlegen aus der Vielzahl an möglichen mobilen Geräten. Diese

Werte divergierten sehr. Es gibt Software-Lösungen, die durch eine Browserweiche aufgrund der Pixelmaße des jeweils geöffneten Fensters unterschiedlich gestaltete Seiten laden. Man muß davon unabhängig die Strichstärken der grafischen Elemente, die Farbkontraste für den mobilen Einsatz und verwendete Schriftgrößen im Hinblick auf eine gute Lesbarkeit bedenken.

Besonderheiten mobiler Anwendungen

Hardware-Besonderheiten

- beschränkte Bildschirmgröße
- Zoomen (entweder per Taste oder per Fingerbedienung bei Touchscreens) ist sehr gebräuchlich bei der Browserbedienung
- beschränkte Datenübertragungsraten von mobilem Internet

App-Entwicklung

Will man eine App entwickeln, anstatt einer Microsite für den Browser, so muß man diese für mehrere mobile Betriebssysteme zielgruppengerecht generieren. Das sprengt meist den Rahmen kleiner Webprojekte in finanzieller und zeitlicher Hinsicht. Das war in unserem Projekt der Fall.

Erkenntnisse und Hinweise

// Doppelte Inhalte im CMS durch eine angepasste Variante von Inhalten speziell für kleine Displays erhöht den administrativen Aufwand der Websitepflege immens und birgt dadurch das Risiko von unaktuellen Daten in der Standard- oder Microwebsite



Screenshot der Standard-Konferenzseite, Rev. 2012-02-10

Informationsanalyse und Medientypen

// Analyse der Informationen auf der Standard-Website // Prozess der Informationsreduktion für die mobile Website // Medientypen und ihre Eignung für die mobile Website // Verlinkung mobile Website – Standard-Website //

Erkenntnisse und Hinweise

// Größtmögliche Vielfalt an Medientypen und kleine Bildschirme schließen sich keinesfalls aus. Abzuwägen ist, was für die avisierte Zielgruppe ansprechend bzw. notwendig erscheint

Definition der Zielgruppe

Zur Zielgruppe gehören all jene Menschen, die sich für die Crossmedia-Konferenz interessieren, sei es als Dozent oder als Besucher. Voraussetzung ist natürlich, dass diese Personen ein Smartphone besitzen und so in den Genuss der Mikrowebseite kommen können. Anhand dessen wurde die Übernahme der Inhalte der Konferenzseite Stück für Stück überprüft. Ein Leitgedanke war dabei, verfügbare Beiträge in allen vom Konferenz-Redaktionsteam produzierten Medienformaten zu nutzen, da sich Besucher_innen auch der Microwebseite in verschiedensten Nutzungsumfeldern bewegen und der Einstieg in das Webangebot und die Thematik der Konferenz so vielfältig offeriert werden kann.

Medientypen

Auf der Konferenz-Website werden die Informationen in Textform sowie als Bild und Grafik dargestellt. Videos waren anfangs ebenso geplant. All diese Formen eignen sich für eine Darstellung auf der Microwebsite. Das bedeutet, hier müssen keine Abstriche vorgenommen werden.

The screenshot shows a website for the 'Think Cross - Change Media' conference. The header features the title 'THINKCROSS-CHANGEMEDIA' in a colorful, spaced-out font. Navigation links include 'News', 'Teilnahme', 'Programm', 'Presse', and 'Kontakt'. The main content area is titled 'Die Cross-Media-Konferenz' and includes a description of the event, its dates (29.3.-31.3.2012), and location (Hochschule Magdeburg-Stendal). There are also social media links for Facebook and Twitter, and a newsletter subscription form.

Screenshot der Website zur Konferenz „Think Cross – Change Media“, Rev. 2012-02-12

Informationsanalyse und Medientypen

// Analyse der Informationen auf der Standard-Website // Prozess der Informationsreduktion für die mobile Website // Medientypen und ihre Eignung für die mobile Website // Verlinkung mobile Website – Standard-Website //

Inhalte und Funktionen, die von der Website übernommen werden

Folgende Inhalte und Funktionen sollen auf die Microwebsite übernommen werden:

- Rubrik „Programm“

Begründung: Das Vortrags- und Workshopprogramm ist ein wesentlicher Bestandteil der Konferenz. Deshalb muss es auch auf der Microwebsite prominent erreichbar sein. Der User soll stets die Möglichkeit haben, sich auch unterwegs über den Zeitplan zu informieren.

- Rubrik „Location und Anreise“

Begründung: Dieser Punkt wird vor allem dann interessant, wenn der User bereits auf dem Weg ist und beispielsweise die Adresse vergessen hat bzw. während der Reise sucht. Mit seinem Smartphone kann er schnell nachschauen. Doch auch beim Erstinformieren ist die Location wichtig. Denn vom Aufwand der Anreise kann eine Teilnahme abhängen.

- Rubrik „Newsletter“

Begründung: Als Service für Interessierte, die sich für eine Konferenzteilnahme anmelden können oder bereits angemeldet haben, bietet das schnelle Eintragen für diesen Dienst auch via Smartphone die Möglichkeit, unkompliziert den Newsletter zu abonnieren. So können Nutzer über Neuigkeiten rund um die Konferenz auf dem Laufenden gehalten werden, auch wenn diese nicht wiederholt die Konferenzwebseiten anwählt.

- Rubrik „Kontakt“

Begründung: Selbstverständlicher Service für Besucher_innen der Webseite. Sie sollten stets die Möglichkeit haben, mit dem Team der Konferenz in Kontakt zu treten, um Nachfragen schnell beantwortet zu bekommen oder Anregungen zu geben. Das Smartphone gibt zudem Gelegenheit, dies per Anruf oder E-Mail unkompliziert zu tun. Für das Konferenzteam ist es umgekehrt eine Möglichkeit, mit Interessent_innen in den Austausch zu kommen.

- Rubrik „Impressum“

Begründung: Ein Impressum ist gesetzlich laut Telemediengesetz, Paragraph 5, vorgeschrieben und muss von jeder Seite eines Webangebots aus erreichbar sein.

- Rubrik „Tickets/ Anmeldung“

Begründung: Die Anmeldung für Gäste sollte von überall und damit auch mit dem Smartphone möglich sein. Je einfacher dies möglich ist, desto mehr Tickets werden bestenfalls verkauft, und auch das Marketing für die Konferenz ist ein Ziel der Webseite und Microwebsite.

- Anbindung an Social-Media-Kanäle des Konferenzteams

Begründung: Diese wurde als Auftrag vom Konferenzteam vorgegeben und auch vom Projektteam für die Microwebsite als unbedingt notwendig eingestuft. Die Netzwerke Facebook und Twitter sind mittlerweile obligatorisch. Auch Smartphones werden für Social-Media-Aktivitäten stark genutzt.

Erkenntnisse und Hinweise

// Ob kleiner oder großer Bildschirm, man darf, bei allem Willen zum Reduzieren, dem Webangebot nicht das „Rückgrat“ brechen, um den Zweck nicht zu verfehlen. Wichtige Informationen müssen erhalten bleiben

- Verlinkung zur Website des Studiengangs Cross Media

Begründung: Die Konferenz wird mit Hilfe Studierender dieses Studiengangs verwirklicht. Werbung in eigener Sache ist da Pflicht, auch auf der Microwebsite.

- Verlinkung zur Webseite der Hochschule Magdeburg-Stendal

Begründung: Die Hochschule unterstützt und finanziert die Konferenz mit, eine Verlinkung ist auch auf der Microwebsite zu setzen.

Informationsanalyse und Medientypen

// Analyse der Informationen auf der Standard-Website // Prozess der Informationsreduktion für die mobile Website // Medientypen und ihre Eignung für die mobile Website // Verlinkung mobile Website – Standard-Website //

Inhalte und Funktionen, die nicht von der Website übernommen werden

- Rubrik „Blog“

Begründung: Da für eine Microwebsite Inhalte reduziert werden sollen, entfällt der klassische Blog auf der Microwebsite. Allerdings verzichten wir nicht gänzlich auf die dafür generierten Inhalte, sondern übernehmen einen Teil in eine neue Rubrik „Menschen“ auf der Microwebsite. Die Erläuterungen zur Organisation und Arbeit des Konferenz-Projektteams im Blog übernehmen wir dagegen nicht, weil sie sicher nur für User mit sehr tiefgreifendem Interesse am Entstehen der Konferenz von Belang sind und in einem notwendig reduzierten Informationsangebot auf der Microwebsite verzichtbar sind.

- Rubrik „Presse“/„Pressemitteilungen“

Begründung: Aus journalistischer Erfahrung wissen wir, dass Pressevertreter_innen nicht über ein Smartphone ihre Berichte produzieren, sondern an einem festen Rechner oder Laptop, da für die Arbeit, in der Regel in einem Redaktionssystem (CMS), viel zu große Datenmengen be-

wegt werden und entsprechende Software auf mobilen Geräten bislang nicht zur Verfügung steht. Des Weiteren soll die Microwebsite vorrangig über die Konferenz informieren, und sie enthält alle relevanten Informationen (z.B. Rubrik „Über die Konferenz“, „Newsletter“), die in den Pressemitteilungen lediglich speziell für die Weiterverarbeitung durch die Medienvertreter_innen aufbereitet werden. Zudem können auch Journalist_innen einen Newsletter abonnieren, um stets auf dem neuesten Stand zu bleiben.

- Rubrik „Konferenz-Team“

Begründung: Die Inhalte sollen für eine Microwebsite reduziert werden. Die Vorstellung des Teams ist primär nicht notwendig. Deshalb streichen wir an dieser Stelle. Allerdings ist ein Teil der Angaben in der Rubrik „Kontakt“ sowie in einer neuen Rubrik „Menschen“ auch auf der Microwebsite enthalten.

- Download Flyer zum Studiengang
Begründung: Der Studiengang ist mit einer Verlinkung präsent. Auf den Flyer kann außerdem auf der Microwebsite verzichtet werden, da er auf dem kleinen Display nicht auf geeignete Weise dargestellt werden kann.

- Anmeldeformular für Dozent_innen
Begründung: Die Anmeldung ist mit dem Hochladen größerer Datenmengen und Dokumente verbunden, was sicher eher an einem PC oder Laptop ausgeführt wird. Zudem gehen wir davon aus, dass sich Dozenten, die sich verbindlich anmelden möchten, dies vom Büro oder vom heimischen Arbeitszimmer aus erledigen und ihre Dokumente nicht spontan während einer Busfahrt generieren oder bearbeiten werden, da sie entsprechende Unterlagen (z. B. Exposés) nicht auf dem Smartphone zur Verfügung haben.

- Druckfunktion
Begründung: Es ist davon auszugehen, dass kaum ein User unterwegs einen mobilen Drucker verfügbar hat. Deshalb kann auf diese Funktion getrost verzichtet werden.

Erkenntnisse und Hinweise

// Manche Funktionen sind bisher auf Smartphones nicht oder eingeschränkt realisierbar, manche Funktionen und Inhalte sind auch für Nutzer_innen mobiler Geräte nicht relevant wie beispielsweise das Drucken

- Create pdf
Begründung: Ein pdf-Dokument von der Seite zu generieren erscheint für die Smartphone-Nutzer als nicht wichtig. Wer Inhalte weiterleiten möchte, kann u.a. einen Link versenden.

Informationsanalyse und Medientypen

// Analyse der Informationen auf der Standard-Website // Prozess der Informationsreduktion für die mobile Website //
Medientypen und ihre Eignung für die mobile Website // Verlinkung mobile Website – Standard-Website //

Inhalte und Angebot der Konferenz-Website

- Startseite
- Programm
- Location/Anreise
- Ticketkauf für Besucher
- News
- Newsletter
- Kontakt
- Impressum
- Anbindung Soziale Netzwerke (Facebook, Twitter)
- Verlinkung MA Cross Media / Hochschule

- Blog
- Download Flyer
- Anmeldung für Dozenten
- Presse (Pressemitteilungen)
- Referenten
- Konferenzteam
- Druckfunktion
- Funktion „Create PDF“

Inhalte der Microwebsite

- Startseite
- Programm
- Location/Anreise
- Ticketkauf für Besucher
- News
- Newsletter
- Kontakt
- Impressum
- Anbindung Soziale Netzwerke (Facebook, Twitter)
- Verlinkung MA Cross Media / Hochschule

Anpassung der Informationen

Startseite

Eine inhaltlich aufbereitete Startseite ist auch für die Microwebsite Pflicht, um User in das Thema einzuführen. Der Einstieg soll über einen einführenden Text zur Konferenz erfolgen, der auf der Hauptseite unter dem Menüpunkt „Über die Konferenz“ zu finden ist. Aufgrund des begrenzten Platzangebotes auf kleinen Bildschirmen wird es an dieser Stelle jedoch nur einen Kurztext geben, der „aufklappbar“ ist. Hinzu kommen Fotos von Personen, die einen Bezug zur Konferenz haben, sei es als Dozent oder als Gast oder Gastgeber. Diese Fotos werden sich fortlaufend ändern bzw. rotieren, so dass User bei einem Besuch der Seite stets von einem neuen Gesicht „begrüßt“ werden (Teaserrotation).

Durch Fotos, insbesondere Porträtfotos, werden Internetseiten interessanter und persönlicher gestaltet. Sie sollen den User in die Seite „hineinziehen“ bzw. zu einem längeren Verweilen auf der entsprechenden Seite bewegen. Durch die Rotation bleibt die Startseite sogar dann noch interessant, wenn der User sie bereits mehrfach besucht hat.

Die Porträtfotos eignen sich auch deshalb als visuelle Elemente auf der Startseite der Microwebsite, da sie relativ klein gezeigt und so auch auf dem begrenzten Raum kleiner Bildschirme gut präsentiert werden können. Deshalb wurde angeregt, die Bilder in einem quadratischen Format zu halten, das für die meisten der üblichen Porträtaufnahmen eine gute Umsetzbarkeit bei gleichbleibend vorteilhaften Bildschnitten ermöglichen sollte. Zudem wurde angeregt, die mit dem Namen des Abgebildeten in einem Bildtext versehenen Porträtbilder mit den entsprechenden Inhalten zur jeweiligen Person auf einer Unterseite zu verlinken.

Außerdem sollen in Abwandlung zur Hauptseite Neuigkeiten (News) auf der Startseite mit kurzen „Tickermeldungen“ angezeigt werden. Die News sollen durch die Platzierung auf die Startseite ebenfalls prominent präsentiert werden. Damit ist der User ebenfalls schnell auf dem neuesten Stand.

Die neue Rubrik „Menschen“

Hierunter verbergen sich Steckbriefe bzw. Kurzporträts von Dozenten, aber auch anderen Menschen, die mit der Konferenz verbunden sind, sei es als Lehrender, Studierender oder Mitarbeiter des Studiengangs Cross Media. Denn: Menschen und ihre Biografien bzw. Geschichten sind für andere Menschen schlicht „immer interessant“.

Das Internet ermöglicht es dem User, sich über nahezu alle Personen schon vor einem Treffen zu informieren. Auf der Microwebsite sollen deshalb die wichtigsten Personen ebenso vorgestellt werden, um auf die Konferenz neugierig zu machen.

Dabei bedient sich die Microwebsite der Inhalte aus der Rubrik „Redner“ auf der Hauptseite sowie Inhalten aus dem Blog, der dort in regelmäßigen Abständen veröffentlicht wird, u.a. mit Interviews und Porträts von Mitgliedern des Konferenzteams unter dem Titel „Köpfe der Woche“.

Erkenntnisse und Hinweise

// Die spezielle Navigation auf mobilen Geräten kann es erforderlich machen, Informationen neu zu strukturieren. Hier droht Ungemach mit den Verknüpfungen zum Content Management System

Wesentliche Anpassungen von Inhalten im Überblick

- Foto auf der Startseite (Rotation): Inhalte aus der Rubrik „Menschen“
- Einführender Text auf der Startseite, übernommen aus „Über die Konferenz“ auf der Hauptseite
- Rubrik „News“: Die zwei neuesten Meldungen erscheinen mit einem kurzen Teaser in einer Nachrichtenleiste auf der Startseite (Layout, Template)
- Rubrik „Programm“: Tabelle muss an kleineres Bildschirmformat angepasst werden (Layout, Template)
- Neue Rubrik „Menschen“: vereint Inhalte aus „Blog“, „Konferenzteam“, „Redner“; Anforderung: Übersichtsseite mit Teaser und Verlinkung auf Kurzporträts und Interviews zu den jeweiligen Personen (Navigation, Template)

Anpassung der Informationen

Inhalte und Angebot der Konferenz-Website

- Startseite
- Programm
- Location/Anreise
- Ticketkauf für Besucher
- News
- Newsletter
- Kontakt
- Impressum
- Anbindung Soziale Netzwerke (Facebook, Twitter)
- Verlinkung MA Cross Media / Hochschule

- Blog
- Download Flyer
- Anmeldung für Dozenten
- Presse (Pressemitteilungen)
- Referenten
- Konferenzteam
- Druckfunktion
- Funktion „Create PDF“

Inhalte der Microwebsite

- Startseite
- Programm
- Location/Anreise
- Ticketkauf für Besucher
- News
- Newsletter
- Kontakt
- Impressum
- Anbindung Soziale Netzwerke (Facebook, Twitter)
- Verlinkung MA Cross Media / Hochschule

- Neu: Menschen

Navigation und Interaktion

// Zusammenhang und Strukturierung der Informationen // Menüstruktur und Menütiefe // Vereinfachungen der Menüstruktur im Entwurfsprozess // Interaktionsmuster //

Der Weg zur Microwebsite

Im Navigationsentstehungsprozess wurden zunächst der Aufbau und die Struktur der Konferenz-Website herangezogen. Auf Basis dessen wurden Überlegungen angestellt inwieweit die bestehende Navigation auch für eine Microwebsite umgesetzt werden kann. Schnell wurde klar, dass die umfangreiche Menüform der Konferenz-Website für die XS-Variante keine Anwendung finden kann. Anhand dieser Erkenntnisse entstanden im weiteren Prozess viele Varianten, welche im Team diskutiert und kritisiert wurden. Hierbei galt, dass auch bereits gefällte Entscheidungen durchaus im späteren Verlauf erneut in Frage gestellt werden durften und mussten.

Die erste Navigationsskizze orientierte sich noch an der *mehrstufigen primary und secondary navigation* und abschließender Fußzeile der Konferenz-Website. Die *primary navigation* bestand aus zwei Menüpunkten mit jeweiligen Unterebenen, während die *secondary navigation* einen Sofortzugriff auf die Startseite, News, Konferenz Blog und Kontakt/Service beinhaltete. Vor allem Unterebenen erwiesen sich bei vielen Smartphones als unpraktikabel und nicht darstellbar.

Mobile Inhalte

Neben der sich unterscheidenden Menü-Darstellung mussten auch die Inhalte an den mobilen Nutzer angepasst werden. So stellte sich schnell heraus, dass nicht alle Website Inhalte auch für eine Microwebsite umsetzbar sind. Im Zuge dieser Überlegungen entschied man sich gegen ein Anmeldeformular für Referenten. Diese hätten diverse Dokumente einreichen müssen, welches sich als praxisfern herausstellte. Weitere Änderungen erfolgten bedingt durch den Änderungsprozess der Konferenz-Website. Da die Microwebsite bereits parallel entwickelt wurde, mussten Änderungen der Hauptseite auch in der XS Version berücksichtigt und eingearbeitet werden.

Eine Variation mit anderer Menüaufteilung in primary und secondary navigation.



Erste, noch zweistufige Navigationsstruktur für die Cross-Media-Konferenz Microwebsite.



Eine Variation der grundlegenden ersten Navigations-Idee.



Navigation und Interaktion

// Zusammenhang und Strukturierung der Informationen // Menüstruktur und Menütiefe // Vereinfachungen der Menüstruktur im Entwurfsprozess // Interaktionsmuster //

Erkenntnisse und Hinweise
 // Gruppendiskussionen decken Lücken und Schwachstellen auf

Alternativen, Alternativen, Alternativen...

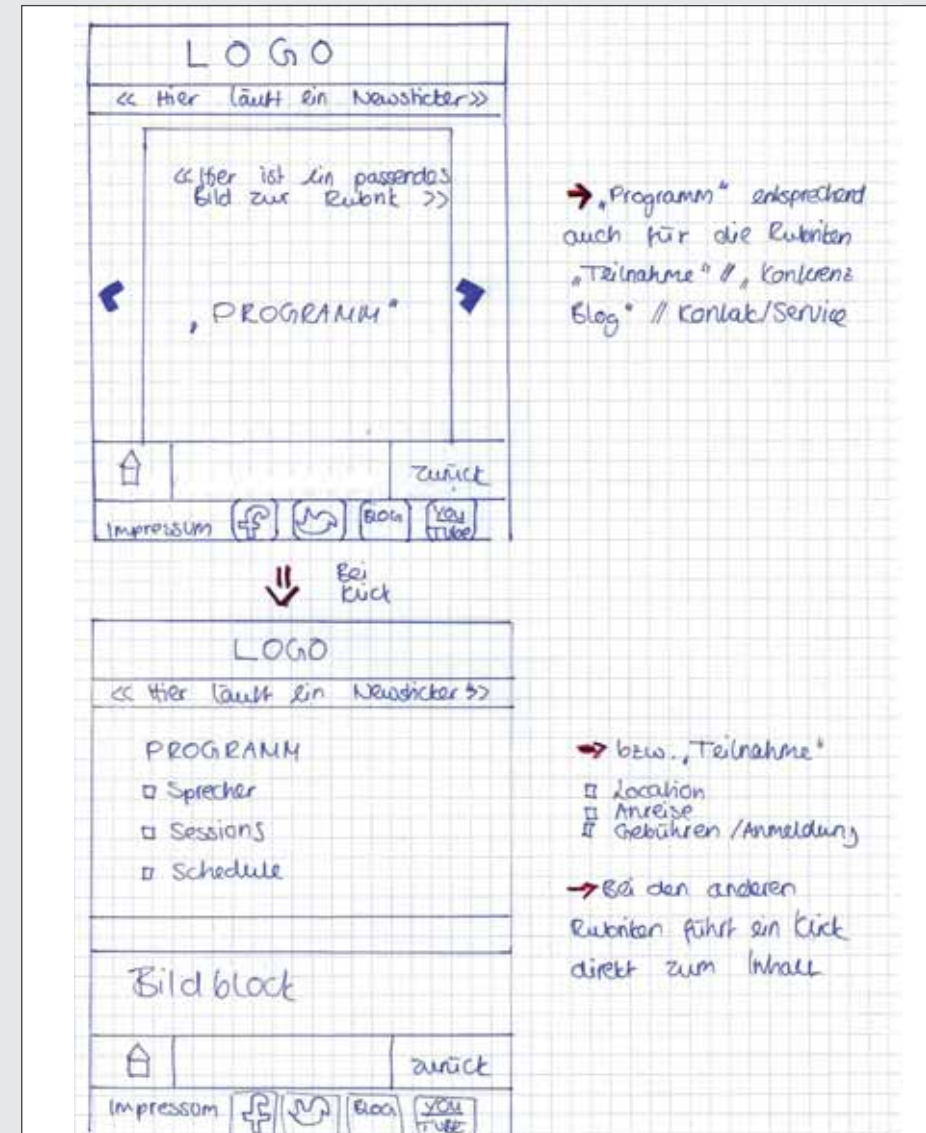
Um die Stärken und Schwächen einer favorisierten Navigation erkennen zu können, bedarf es grundlegend anderer Alternativstrukturen. Diese Vergleichsmöglichkeiten verhindern den Tunnelblick auf nur eine feste Struktur und öffnen das Team für neue Ideen, aber auch Kritik an möglichen Schwachstellen. Daher wurde neben der zuvor dargestellten Navigationsstruktur und deren Varianten eine weitere, komplett anders aufgebaute Navigation erarbeitet.

In dieser Variante wird ein Ticker eingesetzt, der die Rubrik „News“ ersetzen und den mobilen Nutzer schnell informieren soll. Hauptsächlich unterscheidet sie sich jedoch im Menü. Es gibt keine mehrstufige Navigation, sondern Bilder und Bezeichnung der Rubriken „Programm“, Teilnahme, Konferenz Blog und Kontakt/Service, die direkt auf den jeweiligen Menüpunkt verweisen. Es kann nach links und rechts auf die anderen Themen geblättert werden. Es ist immer nur eine Rubrik samt großem Bild zu sehen. Bei Klick auf Programm oder Teilnahme wird der User auf eine nächste Ebene samt Unterpunkten geführt, aus denen er wiederum wählen kann.

Diese Variante hatte in der weiteren Gruppenanalyse jedoch einige Schwachstellen. Große Bilder sind auf Microwebsites kritisch, da der Ladevorgang sehr lange dauert und für den Nutzer teuer werden kann. Dieses Ausschlusskriterium galt zu Gunsten der ersten Variante.

Der unten angelegte Homebutton wurde als irritierend und störend empfunden. Im Zuge dessen wurde über die generelle Notwendigkeit eines Homebuttons und etwaige Alternativen diskutiert. Man entschied sich gegen einen klassischen Home-Button und für die Verlinkung des Konferenz-Logos zur Startseite. Es wurden zudem Elemente der zweiten Navigation aufgegriffen und in die erste Lösung integriert. Auch der Newsticker wurde hinsichtlich seiner Modernität und tatsächlichen Nutzens in Frage gestellt. Anschließend wurde dieser modifiziert und in Form eines statischen Informationsträgers eingesetzt.

Diese Variante zeigt eine Navigationsstruktur mit großen führenden Bildelementen.



Navigation und Interaktion

Erkenntnisse und Hinweise

// Entscheidungen dürfen auch im späteren Prozessverlauf erneut hinterfragt werden

// Zusammenhang und Strukturierung der Informationen // Menüstruktur und Menütiefe // Vereinfachungen der Menüstruktur im Entwurfsprozess // Interaktionsmuster //

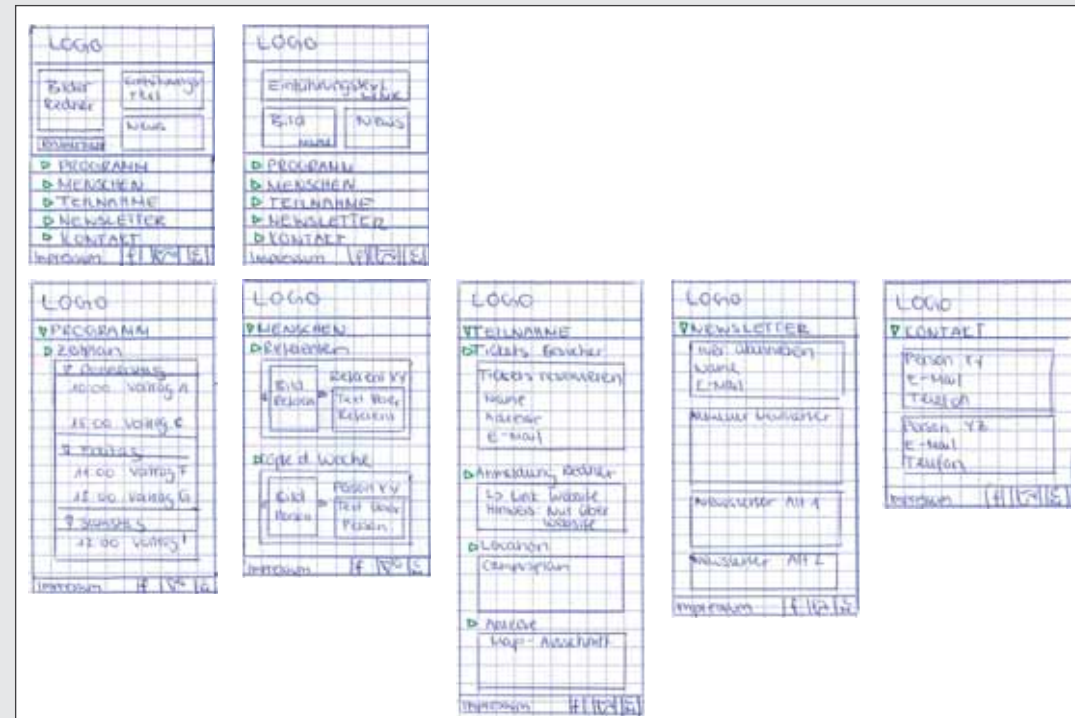
Die Navigation nimmt Form an

Im weiteren Verlauf der Navigationserstellung wurde immer deutlicher, welche Inhalte übernommen werden sollten und mussten. Nun galt es, diese sinnvoll zu gruppieren und zu ordnen. Zudem verdeutlichten Diskussionen in der Gruppe die Wichtigkeit eines einstufigen Menüs, um die Nutzbarkeit auf allen Smartphones und Betriebssystemen gewährleisten zu können. In mehreren Schritten wurden zusammengehörige Informationen gebündelt und passende Menü-Bezeichnungen gefunden. In diesem Prozess durften auch bereits gefällte Entscheidungen hinterfragt werden, um ein bestmögliches Ergebnis zu erzielen. Mit Geduld und Engagement konnte dann eine gemeinsame Struktur entwickelt werden.

Dies und die Darstellung eines Teasers geben dem Interessenten die Möglichkeit auf einen Blick die Eckdaten der Konferenz zu erfahren. Anschließend kann sich der Nutzer direkt auf der Microwebsite die Konferenz Tickets durch wenige Klicks und Eingabe reservieren.

Im Zusammenhang mit der Microwebsite-Nutzer-Interaktion wurde auch über die mögliche Einbindung einer Routenplanung über google maps oder Kalendererstellung im Smartphone diskutiert. Diese Möglichkeiten wurden aber aus Gründen der Ladedauer oder Komplexität des Templates verworfen.

Das Endresultat auf den verschiedenen Menüebenen (siehe Skizze rechts) diente dann im nächsten Schritt als Vorlage zur Layoutgestaltung.



Die finale Navigationsstruktur der Cross-Media-Konferenz Microwebsite.

Interaktion ist gefragt!

Zudem entschied man sich, die Startseite durch ein rotierendes Bild, einen Teaser sowie die Verlinkung zu einem Video zu ergänzen. Der Microwebsite-Besucher kann durch nur einen Klick auf die rotierenden Bilder der Redner in den Menüpunkt Menschen // Referenten gelangen.

Layout: Farbkonzept, Schriftarten

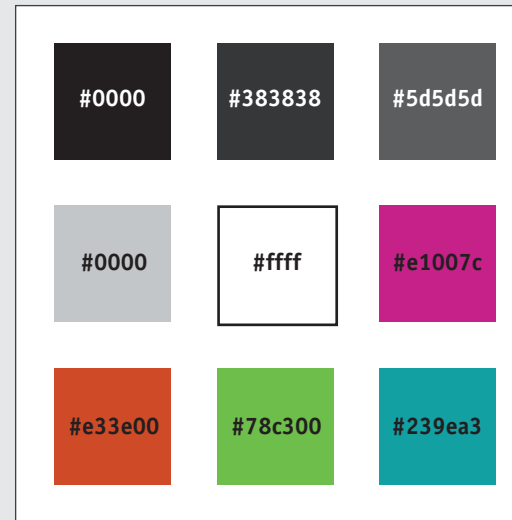
//Orientierung an der Website // Warum keine Serifenschrift?

Die Microwebsite der Konferenz dient als weitere Variante der eigentlichen Website. Sie soll nicht als eigenständige Homepage auftreten. Deshalb wird für die Microwebsite auf das verwendete Farbkonzept und die benutzten Schriftarten der Website zurückgegriffen.

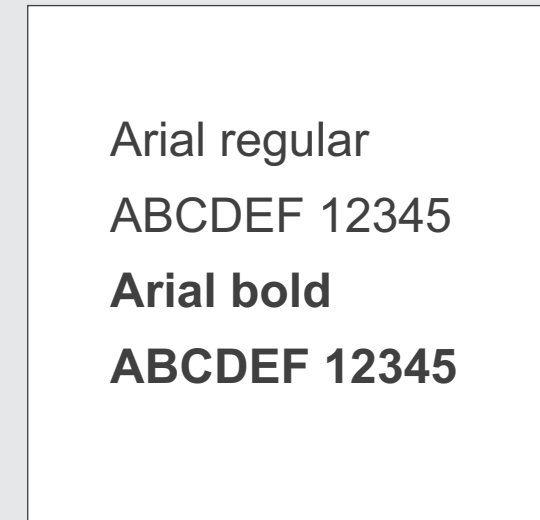
Während die Website zwei Schriftarten (Grundschrift Arial und Auszeichnungsschrift Georgia) aufweist, wird für die Microwebsite nur die Systemschrift Arial verwendet, da Serifen auf kleinen Monitoren oft eher schlecht zu lesen sind. Dies bestätigen auch die Test zur Lesbarkeit (siehe folgende Seiten).

Erkenntnisse und Hinweise

- // Leuchtende Farben wirken auf kleinen Displays gut
- // Gute Kontraste (wie Weiß auf Schwarz) bieten gute Lesbarkeit auch auf kleinen Bildschirmen
- // Der maximale Kontrast sollte für Links genutzt werden



Verwendete Farben für die Microwebsite.

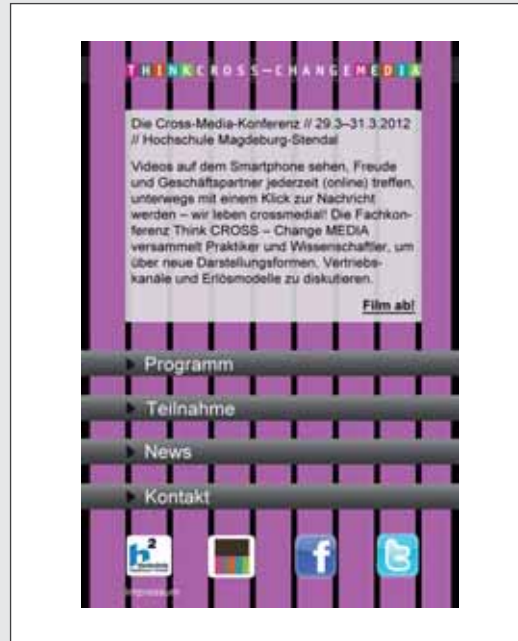


Die Schrift Arial wird für die Microwebsite in den Schriftschnitten regular und bold verwendet.

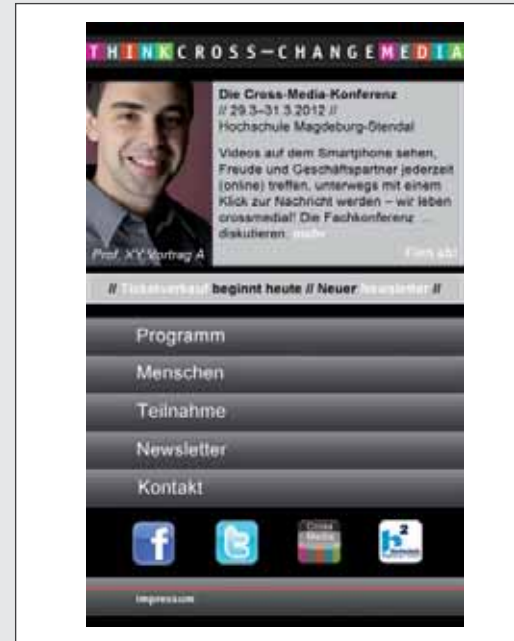
Layout: Wireframe/Raster

// Grid für die Screeneinteilung // Einheitliche Abstände

Der erste Schritt in der Entwicklung des Layouts, bevor die ersten Entwürfe entstehen können, ist die Festlegung eines Rasters – auch Grid genannt. Dieses Raster gibt die Platzierung der Elemente (Text, Bild, Grafik etc.) vor. Die Seite wird mit den Inhalten nicht „wild“ befüllt, sondern diese werden aneinander ausgerichtet. Dies verleiht der Seite eine gewisse Ordnung und Übersichtlichkeit. Das Grundraster jeder Seite (Startseite und Unterseiten) ist zudem in drei Blöcke eingeteilt. Der obere Block besteht aus dem Header, der das Konferenz-Logo enthält. Der mittlere Block wird individuell mit dem Inhalt gefüllt, der von der Haupt-Website übernommen wird. Der untere Block besteht aus dem Footer, der Links in Form von Icons und das Impressum enthält. Die Abstände der Elemente zueinander werden einheitlich nach einem festen Pixelmaß (z.B. 6 px) gehalten. Höhere Abstände werden durch ein Mehrfaches dieses festen Pixelmaßes (z.B. 12 px) erreicht.



Wie man an dem Grid (Vertikale Balken in Magenta) für die Microwebsite erkennen kann, richten sich daran die verschiedenen Elemente des ersten Entwurfs für die Startseite aus. Es werden somit vertikale Ausrichtungen erzielt.



Screenentwurf der Startseite mit der Gliederung der drei Blöcke. Wobei hier der mittlere Block aus einem Teaser und der Navigation besteht. Die rote Linie markiert das Ende des sichtbaren Bereiches für das iPhone 4 (960 x 640 Pixel bei 326 ppi).

Erkenntnisse und Hinweise
// Das Grid muss genügend vertikale Einteilungsbalken enthalten
// Die unterschiedlichen Abstände sollten Vielfache voneinander sein (6 px und 12 px)



Notwendige Vorlage für das Team der Template-Umsetzung: Alle Angaben zu Abständen (in Pixeln), Schriftgrößen (in Punkt) und Farben (Farbnummer), die für das Layout gewählt wurden.

Layout: Skalierbarkeit für kleine Bildschirme

// Ober- und Untergrenze für Pixelmaße

Bei der Skalierbarkeit des Layouts auf verschiedene mobile Endgeräte wird eine Untergrenze und Obergrenze der Pixelmaße festgelegt. Während die maximalen Pixelmaße das iPhone4 mit 960 x 640 Pixel bei 326 ppi setzt, gibt das Nokia E75 mit 240 x 320 px bei 167 ppi die minimalen Maße an. Das Layout wird an beiden Ausmaßen getestet.

Das iPhone3 mit (640 x 320 px bei 163 ppi) erschien als angemessener Kompromiss für alle weiteren Layout-Entwürfen.

Erkenntnisse und Hinweise

// Kompromisse finden, um einem gelungenen Layout für verschiedene Auflösungen und Displaygrößen gerecht zu werden

// Entwürfe für verschiedene Displaygrößen und Auflösungen testen



Entwurf der Startseite für das iPhone3 mit den Maßen 320 x 480 px bei 163 ppi.



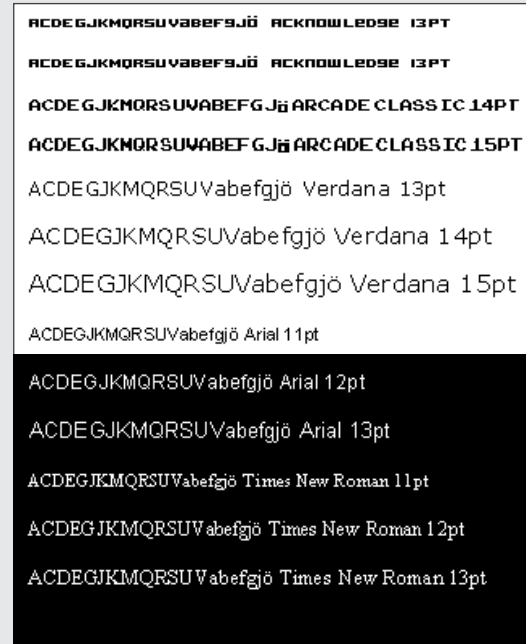
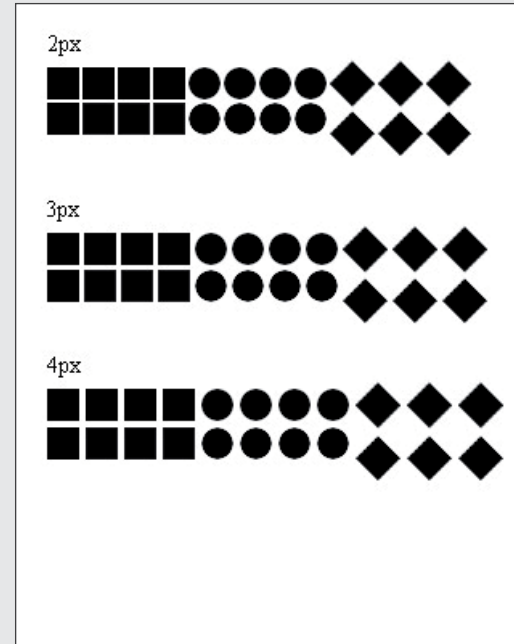
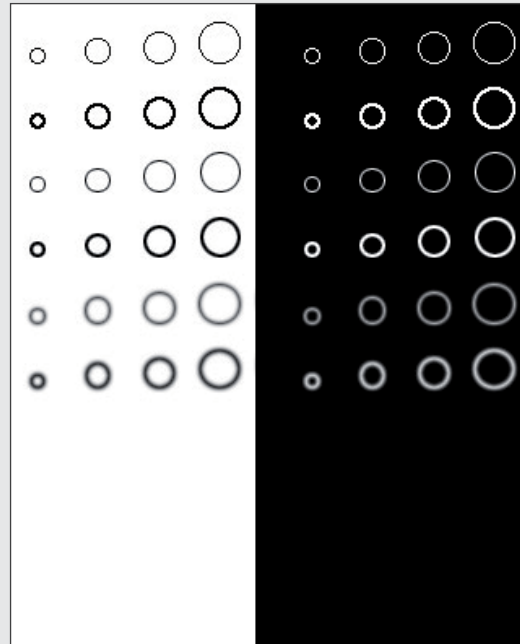
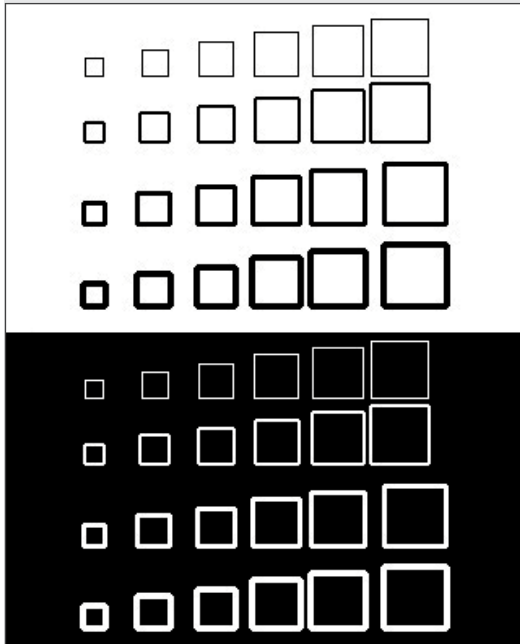
Beim Nokia E75 muss nicht nur der kleinere sichtbare Bereich (markiert durch die rote Linie) in Kauf genommen werden, auch die Schriftgröße muss um einen Punkt verringert werden.

Layout: Schrift- und Formexperimente

// Welche Schrift und Schriftgrößen eignen sich? // Welche Größen für Formen funktionieren? // Wie muss ich die Abstände wählen?

Erkenntnisse und Hinweise

- // Experimente an verschiedenen mobilen Endgeräten vorab minimieren den Arbeitsaufwand
- // Auflösung und Displaygröße hat ausschlaggebenden Einfluss auf die Darstellung



Bei zu geringer Strichstärke sind bei niedrigauflösten mobilen Endgeräten Formen nicht vollständig dargestellt (z.B. eine Linie fehlt). Runde Kanten können bei niedriger Auflösung verpixelt erscheinen.

Um einen Kreis/eine Ellipse nicht verpixelt und somit kantig abzubilden, gilt es die richtige Größe und Strichstärke für die Form zu wählen.

Wird der Abstand bei verschiedenen Handys (hoch- und niedrigauflöst) nicht mit Bedacht ausgewählt, so kann es passieren, dass Formen ineinander übergehen, da der Abstand nicht mehr als solcher zu erkennen ist.

Sogenannte Pixelschriften machen bei älteren, niedrigauflösten Handy noch Sinn. Bei einem iPhone 4 mit 326 ppi würden diese Spezial-Schriften nicht mehr funktionieren. Dafür lassen sich Serifenschriften besser darstellen, die wiederum bei älteren Geräten nicht richtig angezeigt werden. Die Serifen brechen hier oft weg.

Layout: Entwürfe

// Varianten, Varianten, Varianten // Am Beispiel der Startseite

Erkenntnisse und Hinweise

- // zu viele Abstände bringen Unruhe in die Anordnung der Elemente
- // Breite des Displays möglichst voll ausnutzen



In der ersten Version besteht die Navigation aus aufklappbaren Balken, die die Unterrubriken zum Vorschein bringen. Das Impressum reiht sich als reiner Textlink unter die Icon.

Bei der zweiten Version wird ein Teaserbild eingebunden, um der Seite mehr emotionalen Ausdruck zu verleihen. Außerdem wird zur Aktualität ein Newsticker hinzugefügt. Das Wort Impressum rutscht neben die Icons und die Balken bekommen Haken und sind nicht mehr aufklappbar, sondern sollen sich bei Klick aufschieben.

Dritte Version: Das Logo wird über die komplette Breite des Displays vergrößert. Der Contentbereich des Teasers wird ebenfalls über die komplette Breite ausgerichtet und verliert somit Abstände, die Unruhe erzeugen. Die Balken können nur noch geklickt werden – Pfeile oder Haken werden weggelassen, da sie nun ihren Sinn verlieren würden. Das Impressum wird ebenfalls auf einen verlinkten Balken gelegt, kann dadurch aber aus dem sichtbaren Bereich rutschen.

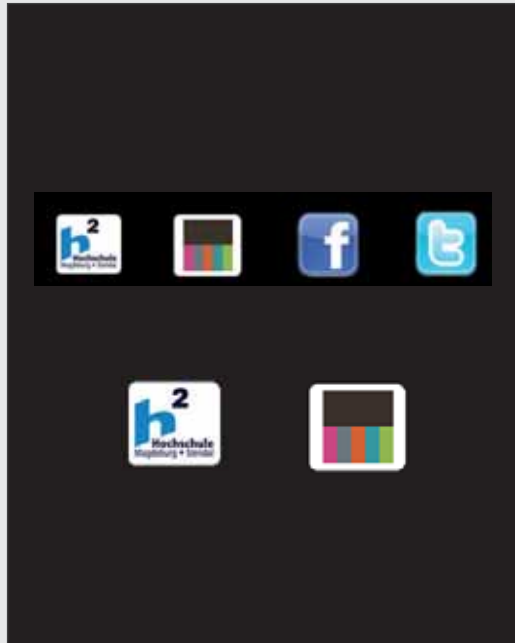
Endgültige Version: Die Abstände werden vereinheitlicht und das Bild am Rand ausgerichtet.

Layout: Icon-Entwicklung

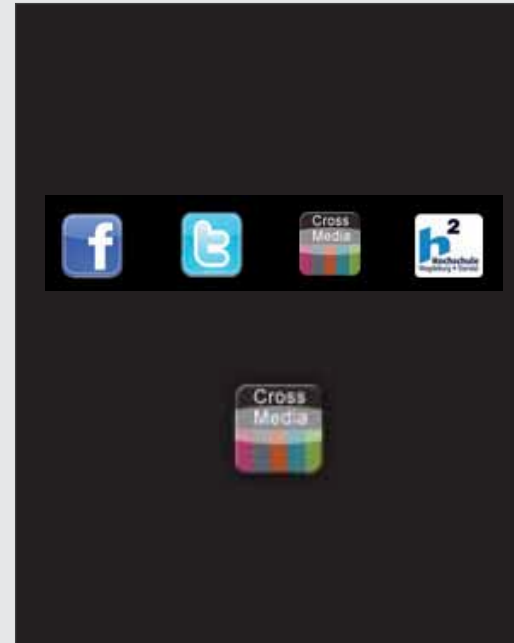
// Richtige Größe // Zoom // Einheitlichkeit // Am Beispiel Hochschul-Icon und Cross Media-Icon

Während für die Social-Media-Kanäle Facebook und Twitter Icon im Glossy-Effekt vorgegeben sind, muss das Hochschul-Icon und das Cross Media-Icon nachträglich entwickelt werden.

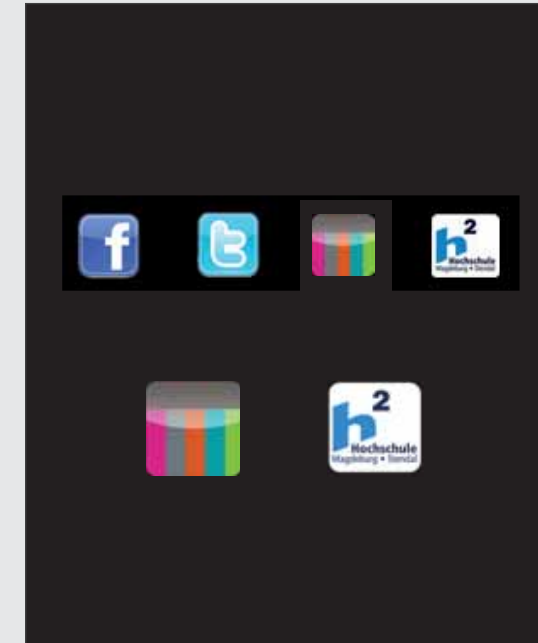
Bei der Entwicklung gilt es darauf zu achten, dass die Icons eine gewisse Einheitlichkeit gewährleisten. Zum Beispiel durch das Anwenden gleicher Effekte (hier Glossy-Effekt), aber auch durch die gleichen Proportionen und Größenverhältnisse. Icons müssen zudem gut erkennbar sein (Verzicht auf zu kleine Grafiken, Schriften etc.) und eine angemessene Größe haben.



Das Hochschul-Icon wird seinen Proportionen gemäß in ein rechteckiges Icon mit abgerundeten Ecken eingesetzt. Auf ein Glossy-Effekt kann hierbei verzichtet werden, da es sich um eine farbneutrale Hintergrundfarbe handelt. Für das Cross Media-Icon wird als Grafikgrundlage das Favicon (Icon in der Browserleiste neben der URL) verwendet.



Doch für das Cross Media-Icon ist für die Geschlossenheit der Icons ein Glossy-Effekt unabdingbar. Zudem wird der Schriftzug Cross Media eingefügt.



Der Glossy-Effekt des Cross Media-Icons wird optimiert und die richtigen Größenverhältnisse an das Favicon/Twitter-Logo angepasst. Auf den Schriftzug wird verzichtet. Um ein geschlossenes Bild der Iconleiste zu erreichen, wird das Hochschul-Icon an die quadratische Form der anderen Icons angeglichen.

Erkenntnisse und Hinweise

- // Auf Einheitlichkeit der Icon achten
- // Glossy-Effekt kann die Farben des Icon nachträglich verändern

Template: Vorüberlegungen

// Konferenz „Change Cross – Change Media“ // Welche Vorgaben sind für ein erstes Testtemplate erforderlich? // Gibt es bereits Beispiele, die eine erste Orientierung bieten? //

Als Template bezeichnet man das Grundgerüst einer Website. Allgemeine Angaben zur Aufteilung der späteren Website enthalten bereits erste Layoutelemente, die später mit Inhalt gefüllt werden.

Die Vorlage für das Template bildet der Layoutentwurf. Da der Beginn der Templatearbeit jedoch parallel zur Entwicklung des eigentlichen Layouts erfolgte, musste zunächst eine Testvorlage entwickelt werden. Diese sollte lediglich dazu dienen, ein Grundverständnis für die Programmierung eines Templates zu entwickeln.

Folgende Annahmen liegen dieser ersten Testvorlage zugrunde:

- einspaltiger Aufbau (analog zu vielen bereits bestehenden Microwebsites; siehe Abb. 1)
- farbliche Anlehnung an klassische Konferenz-Seite
- zentrale Einbindung von Social Media
- Navigation auf lediglich eine Unter-ebene beschränkt

Erkenntnisse und Hinweise

- // Gute Umsetzung eines Screenentwurfs in Photoshop möglich
- // Verwendung der Pixelmaße des iPhone4 für Erstentwurf (funktionierte im Testlauf bei Auflösungen von 230 - 326 ppi bereits sehr gut)



Abb.1: bereits bestehende mobile Webseite
Screenshot <http://mobile.bahn.de>, Rev. 2011-12-28

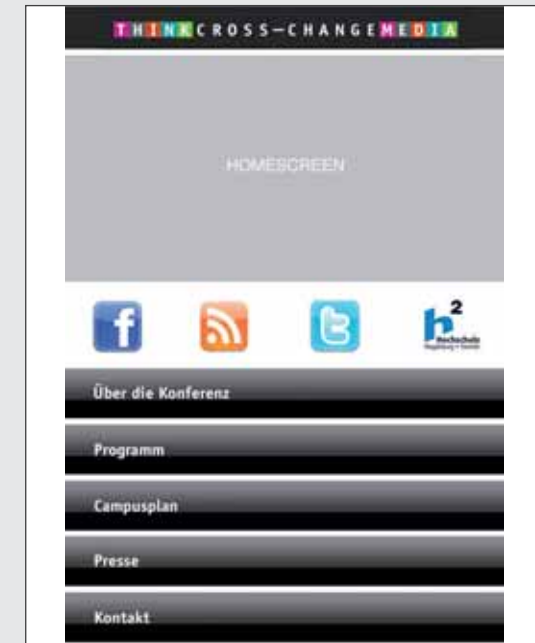


Abb.2: Erstentwurf einer möglichen Struktur für Übungsumsetzung

Template: Erster Testlauf

// Konferenz „Think Cross – Change Media“ // Wie korrespondiert die mobile Website mit der Standard Website? // Besonderheiten mobiler Anwendung //

Die Struktur der Website-Inhalte wird in einer HTML-Datei definiert (HTML = Hypertext Markup Language). So wird beispielsweise angegeben, dass im Seitenkopf das Logo Cross Media Konferenz erscheinen soll. Die Formateigenschaften, die sämtliche Bereiche der Website betreffen, werden in einer sogenannten CSS-Datei (Cascading Style Sheets) ausgelagert (z.B. verwendete Schriftarten oder die Größe von Überschriften verschiedener Ordnungen). Es ist also prinzipiell möglich, anhand verschiedener CSS-Vorgaben verschiedene Darstellungsformen desselben Inhalts zu definieren. In der HTML-Datei kann festgelegt werden, ab welcher Displaybreite von einer CSS-Vorgabe zu einer alternativen gesprungen wird. Der Browser 'erkennt' also, ab welcher Displaygröße er von der Darstellung der klassischen Website zu der der Microwebsite wechseln muss.

Leider kam diese Weiche nur im Testtemplate zur Anwendung. Denn bei der Umsetzung der eigentlichen Konferenz-Mikro-site stellte sich heraus, dass viele Inhalte der bereits bestehenden großen Website nicht direkt importiert werden konnten. Sie mussten extra für die Microwebsite neu angelegt werden (siehe Abschnitte `Menschen`, `Newsletter`).



Abb.3: Umsetzung der Textvorlage für Displaybreite < 481 px (Weiche spricht Microwebsite an)

Erkenntnisse und Hinweise

- // Nicht jeder Browser erkennt CSS-Weichen
- // Bei der Entwicklung der klassischen Website-Inhalte hätte von Beginn an die Planung einer Microwebsite berücksichtigt werden müssen



Abb.4: Umsetzung der Textvorlage für Displaybreite > 481 px (Weiche spricht klassische Website an. Simuliert wird dieser Wechsel anhand der sich ändernden Videohintergrundfarbe.)

Template: Umsetzung des Layouts // Startseite

// Konferenz „Think Cross – Change Media“ // Grundaufteilung des Templates //

Generell teilt sich das Template der hier entwickelten Microwebsite in drei Layout-Bereiche (Container): Header, Main und Footer.

Header und Footer sind feststehende Bereiche, die auf allen Seiten wieder erscheinen. Das Konferenzlogo im Header-Bereich dient gleichzeitig als Home-Button, so dass die Startseite von jeder Unterseite aus über diesen Homebutton erreicht werden kann. Im Footerbereich sind Icon-Bar und Impressum als feste Bestandteile jeder Seite zu finden.

Main ist der Bereich, der mit wechselnden Inhalten gefüllt werden kann. Hier sollte auf der Startseite ursprünglich ein Video-link im oberen Mainbereich eingebunden werden (siehe erster Entwurf), auf den später aufgrund fehlenden Contents verzichtet werden musste.

Später war an dieser Stelle eine Art Eye-Catcher in Form eines routierenden Bilds geplant. Die Umsetzung durch ein animiertes gif funktionierte lediglich auf dem iPhone. Für android-basierte Browser wäre hier nur eine anwenderseitige

Lösung möglich gewesen. Daher wurde letztendlich auf ein animiertes gif verzichtet. Die Kompromisslösung ist nun ein Zufallsbild-Modul: mit jedem Neuladen der Seite erscheint ein anderes Bild im oberen Body-Bereich.

Die Schriftgröße 6 pt aus dem Layout wirkte in der Umsetzung auf den meisten Displays zu klein. Als Kompromisslösung wurde in der Mikro-CSS die Schriftgröße 8 pt angelegt.

Die Icons aus der Layout-Vorlage mussten komplett neu erstellt werden, da sie beim Zoomen auf den Smartphone-Displays meist unscharf erschienen. Besondere Probleme bereitete hier das eigens für die Konferenz entwickelte CrossMedia-Icon, das in seiner Darstellung neben den SocialMedia-Icons (Facebook, Twitter) zunächst sehr abwich und dadurch die Harmonie des Gesamteindrucks durchbrach.

Wie auf den nachfolgenden Abbildungen gut erkennbar ist, wird die Ansicht durch die Rahmung des jeweiligen Browsers erheblich verkleinert und ist in ihrer Gesamtheit nur durch Scrollen zugänglich.



Abb.5: Layoutentwurf der Startseite

Erkenntnisse und Hinweise

- // Umsetzung kommt dem Layoutentwurf sehr nahe
- // Nicht jede Formatierung, die im Layout funktioniert, eignet sich für die praktische Umsetzung (Bsp. Lesbarkeit der Schriftgröße)

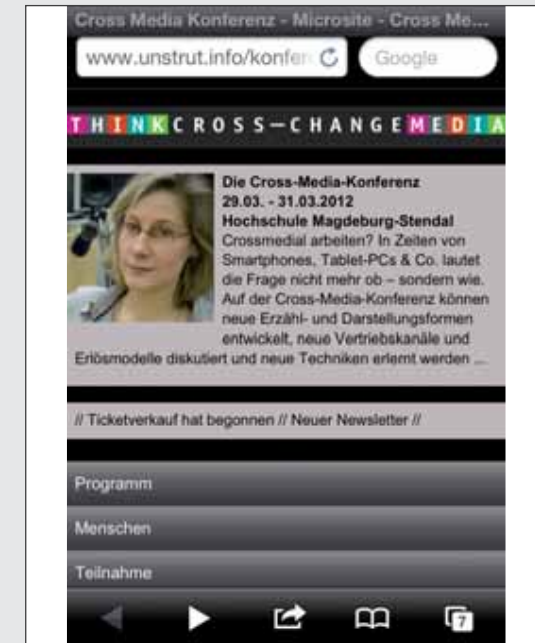


Abb.6: Umsetzung der Startseite (Screenshot iPhone4)

Template: Umsetzung des Layouts // Programmtabelle

// Konferenz „Think Cross – Change Media“ // Probleme bei der Übernahme der Programmtabelle der klassischen Website //

Die Tabelleninhalte konnten direkt von der klassischen Website eingebunden werden. Allerdings konnten die Maße der im Layoutentwurf vorgegebenen Programmtabelle nicht durchweg eingehalten werden, da im Entwurf diese Originalinhalte nicht berücksichtigt wurden. So erstreckt sich z.B. die Auflistung eines Programmpunkts fast immer über mehrere Zeilen (statt wie im Layout vorgesehen in bündiger Kurzform). Auch die Unterscheidung zwischen Vorträgen und Workshops ergab sich erst parallel zur Umsetzung. Diese Vorgehensweise ist aber bei einem solchen Projekt kaum vermeidbar, da ja die konkreten Inhalte des Programms zum Zeitpunkt der Layouterstellung oft noch gar nicht vorliegen. Ähnliches gilt für die Schriftgröße: Diese sollte ursprünglich aus Gründen der besseren Lesbarkeit für alle Seiten auf 8pt vergrößert werden (siehe Kommentar zur Startseite). Für die Programmtabelle musste allerdings zur Schriftgröße 6pt zurückgekehrt werden, da es auf den meisten Browsern Probleme bei der Darstellung gab (Tabellenrand 'sprang' trotz vordefinierter Breite ab einer bestimmten Schriftgröße über den Background hinaus).

Ein weiteres Problem ergab sich bei der Farbwahl des Backgrounds: hier kamen vom Layout klare Vorgaben in Form von Hexadezimalcodes. Laut Layout sollten diese im halbtransparenten Modus erscheinen. Dieser Modus hätte allerdings nur unter Verwendung eines Backgroundimages umgesetzt werden können, was wiederum mehr Ladezeit erfordert hätte. Alternativ hätte man nach einem anderen Hexidezimalcode suchen können, der die im Layout vorgegebene Farbwiedergabe am ehesten erfüllt hätte. Da die vorliegende Variante aber im Testlauf alle notwendigen Kriterien (Lesbarkeit, Wiedererkennungseffekt, Gesamterscheinung) erfüllte, also eine zum Layout adäquate Lösung bot, fiel die Entscheidung für Beibehaltung des Farbcodes.



Abb.6: Layoutentwurf der Programmtabelle

Erkenntnisse und Hinweise

// Nicht jedes Detail des Layoutentwurfs kann und muss umgesetzt werden: Details wie Schriftgröße oder Farbe können je nach Darstellung durch den Browser vom ursprünglichen Entwurf abweichen. Mitunter kann diese Abweichung als Alternative zum Layout übernommen werden



Abb.7: Umsetzung der Programmtabelle (Screenshot iPhone4)

Template: Umsetzung des Layouts // Menschen

// Konferenz „Think Cross – Change Media“ // Erstellung eines von der klassischen Website unabhängigen Menüpunktes //

Eine direkte Einbindung der Inhalte von der klassischen Website war hier nicht möglich, da die beiden Seiten sich an dieser Stelle sowohl in der Navigation als auch im Layout komplett unterscheiden: so sind z.B. in den Artikeln der großen Seite die Fotos der Referenten rechts ausgerichtet, laut Layout-Vorlage für die kleine Seite sollten sie genau auf der anderen Seite liegen. Hinzu kam, dass die Referenten-Fotos querformatig (180 x 170 px) angelegt waren, während sie laut Mikro-Layout quadratisch (107 x 107 px) geplant waren. Es mussten also sämtliche Artikel dieser Mikro-Unterseite neu angelegt und mit neu erstelltem Content gefüllt werden. Da von der Kurzbeschreibung der Referenten immer noch ein Link zu einer detaillierten Vita führen sollte, galt es, auch diese Fassungen neu zu erstellen.

Dieses Vorgehen bedeutet später auch einen doppelten Wartungsaufwand: jedes Mal, wenn sich auf der großen Seite etwas ändert, müssen diese Veränderungen auch für die Microwebsite manuell nachgetragen werden. Mit einer besseren Abstimmung im Vorfeld hätte dieser Mehraufwand vermieden werden können.

Erkenntnisse und Hinweise

// Layout und Navigation von zusammengehöriger Websites sollten im Vorfeld abgestimmt werden, um einen Zugriff beider Seiten auf denselben Content zu gewährleisten



Abb.8: Layoutentwurf der Seite „Menschen“

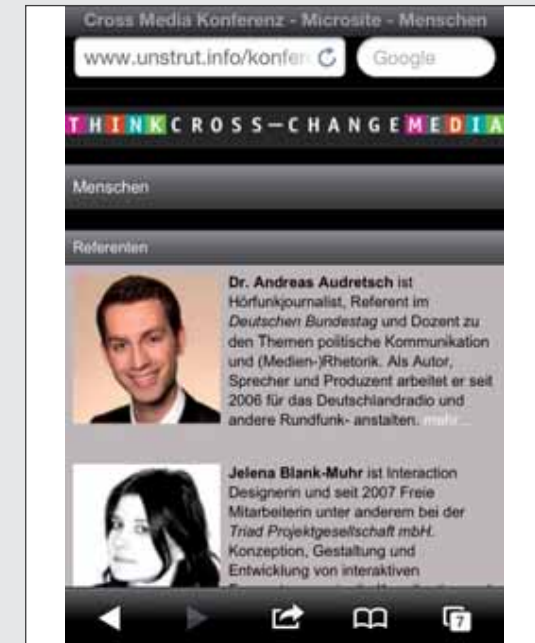


Abb.9: Umsetzung der der Seite „Menschen“ (Screenshot iPhone4)

Template: Umsetzung des Layouts // Teilnahme

// Konferenz „Think Cross – Change Media“ // Kombination von einzelnen Menüpunkten der klassischen Website //

Laut Layout sind hier mehrere separate Inhalte der klassischen Website untereinander versammelt: durch Scrollen erreicht der User sowohl das interaktive Anmeldeformular als auch den Campusplan, Hinweise zur Anreise sowie die Teilnahmebedingungen. Hier wäre weniger evtl. mehr gewesen. Trotz intensiver Diskussionen im Vorfeld war eine Einigung auf verzichtbare Inhalte jedoch nicht möglich.

Das Teilnahmeformular ließ sich über einen Formulargenerator im Content Management System erzeugen. Kompliziert war hier die Festlegung einer zentralen Definition der CSS, also der allgemeinen Darstellungsvorgaben für unterschiedliche Formatierungen ein und desselben Formulars.

Ursprünglich sollte an dieser Stelle auch die Einbindung einer Navigationshilfe (Google-Maps oder Anknüpfung an App) erfolgen. Aufgrund ihrer hohen Ladezeit sind diese Anwendungen allerdings für den mobilen User nur von bedingtem Nutzen, so dass dieses Vorhaben vorerst wieder verworfen wurde.

Erkenntnisse und Hinweise

- // Zuviel Content für einen einzigen Menüpunkt
- // Die Aufnahme eines weiteren Menüpunktes hätte evtl. zu mehr Übersicht geführt (Trennung von Teilnahme und Location)

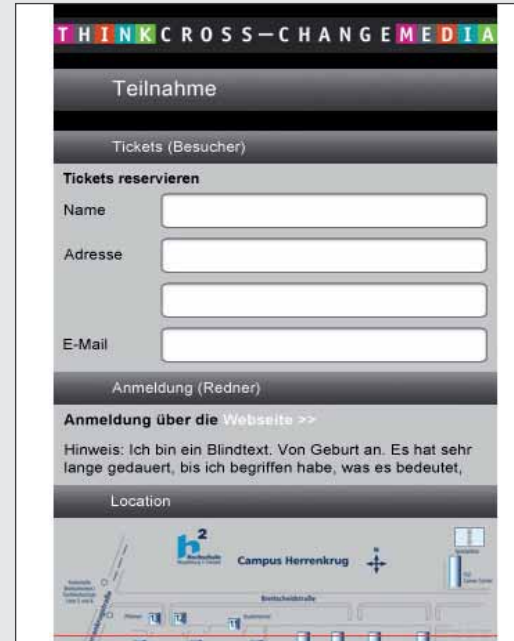


Abb.10: Layoutentwurf der Seite „Teilnahme“

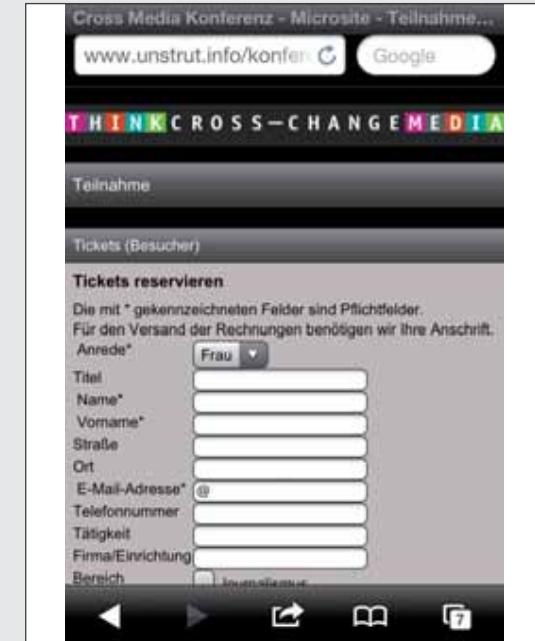


Abb.11: Umsetzung der Seite „Teilnahme“ (Screenshot iPhone4)

Template: Umsetzung des Layouts // Newsletter

// Konferenz „Think Cross – Change Media“ // Einbindung bereits bestehender Formulare in die Microsite //

Das Formular zum Abonnieren eines Newsletters der klassischen Website fand im Layoutentwurf keine Berücksichtigung. Bei der Umsetzung wurde jedoch auf das bereits bestehende Formular zurückgegriffen. Nachfolgend schließt sich, sowohl im Entwurf als auch in der Umsetzung, das Newsletterarchiv an. Dort kann sich der User durch alle zur Konferenz versendeten Newsletter scrollen.

Als problematisch erwies sich hier die Verlinkung: die Newsletter, die an die Abonnenten verschickt werden, enthalten selbst auch noch einmal Verlinkungen zur großen Website. Um die Newsletter direkt auf der Mikrosite lesen zu können, mussten und müssen sie künftig immer kopiert und die entsprechenden Verlinkungen möglichst so angepasst werden, dass der User nicht unfreiwillig die Microwebsite verlässt. Auch die CSS-Definitionen weichen von denen der Hauptseite ab und mussten neu angepasst werden.

Erkenntnisse und Hinweise
// Wartungsaufwand durch manuelles Einpflegen der Newsletter

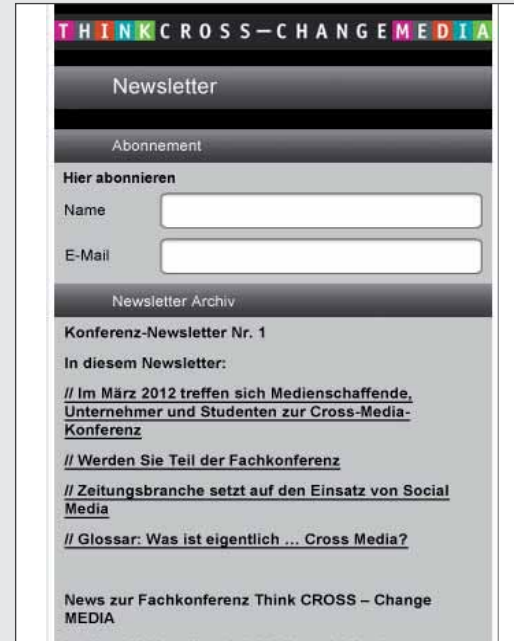


Abb.12: Layoutentwurf der Seite „Newsletter“

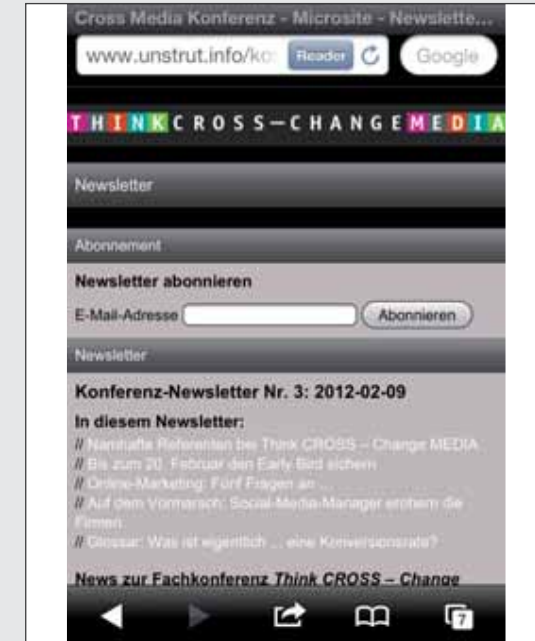


Abb.13: Umsetzung der Seite „Newsletter“ (Screenshot iPhone4)

Template: Umsetzung des Layouts // Kontakt

// Konferenz „Think Cross – Change Media“ // Abweichende Navigationsstrukturen // Problem Schreibweise von Mailadressen //

Das Kontaktformular der klassischen Website weicht inhaltlich von dem der Mikrosite ab: Während auf der großen Seite mehrere Eingabefelder zu finden sind, verweist die Mikrosite lediglich auf die Kontaktdaten der Ansprechpartner.

Da diese sich wiederum auf der klassischen Website in einem Textblock unter dem Link 'Team' befinden, mussten sie für die Übernahme in die Mikrosite separat eingegeben werden. Die auf dieser Seite hinterlegten Telefonnummern werden von den meisten Browsern als solche erkannt und sind ohne zusätzliche Eingabe anwählbar. Problematisch erwies sich die Verwendung des [at] statt '@': Diese Schreibweise von Mailadressen schützt zwar teilweise vor Spam, wird allerdings vom Browser nicht als Mailadresse erkannt.

Erkenntnisse und Hinweise

// Auch die Formatierung Kontaktdaten zusammengehöriger Websites sollten im Vorfeld abgestimmt werden



Abb.14: Layoutentwurf der Seite „Kontakt“



Abb.15: Umsetzung der Seite „Kontakt“ (Screenshot iPhone4)

Template: Umsetzung des Layouts // Impressum

// Konferenz „Think Cross – Change Media“ // Impressumspflicht auch bei Microwebsites

Die Pflicht zur Anbringung eines Impressums gilt auch für Microwebsites. Das Impressum muss auf der Site leicht auffindbar und als solches gekennzeichnet sein.

Die Artikel der klassischen Website mussten strukturell überarbeitet werden: durch eine Aufspaltung in mehrere Inhaltsblöcke (Herausgeber, Haftungsausschluss) war es anschließend möglich, die Artikel komplett zu importieren. Die Microwebsite greift also an dieser Stelle auf denselben Content zu, wie die klassische Website.

Die hinterlegten Telefonnummern werden von den meisten Browsern als solche erkannt und sind ohne zusätzliche Eingabe anwählbar. Problematisch erwies sich die Verwendung des [at] statt '@': Diese Schreibweise von Mailadressen schützt zwar teilweise vor Spam, wird allerdings vom Browser nicht als Mailadresse erkannt.

Erkenntnisse und Hinweise

// Impressumspflicht

// Artikel-Import nur nach struktureller Überarbeitung möglich



Abb.16: Layoutentwurf der Seite „Impressum“

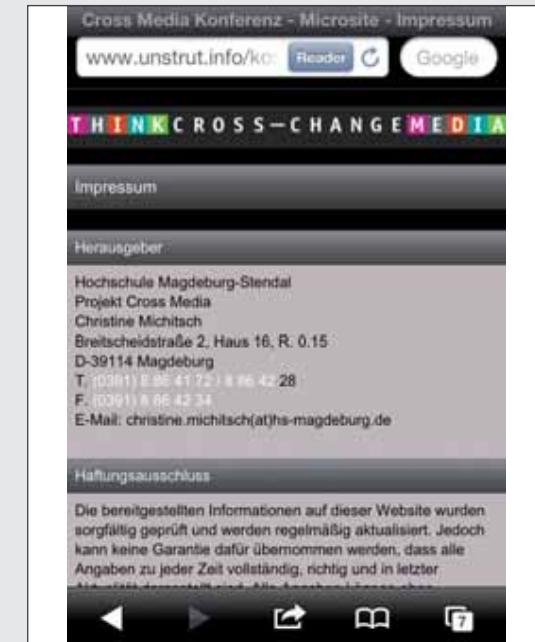


Abb.17: Umsetzung der Seite „Impressum“ (Screenshot iPhone4)