

Navigationsstrukturen

Unterlagen für den Workshop

Designing Interactions in XS

Stand März 2012

Carolin Baier

Stefan Bauerschäfer

Anja Guse

Beate Mittelmeyer

Robert Richter

Alexander Schierhorn

Clara Weyhenmeyer

Prof. Dr. Christine Goutrié

Nutzungsumfeld und -situationen

Kategorisierung von Geräten

Eingabe für mobile Geräte

Displaytechnologien

Auflösung von Displays und Pixelbildern

Graphical User Interfaces

Navigationsstrukturen

Mentale Modelle und Metaphern

Icon Entwicklung

Grafische Gestaltung: Farben

Grafische Gestaltung: Schriften

T H I N K C R O S S - C H A N G E M E D I A

Navigationsstrukturen

Die meisten Websites, vor allem solche mit viel Inhalt oder Funktionalität, brauchen Navigationsmenüs. Eine Website mit hoher Komplexität sollte die Nutzer trotzdem schnell und gezielt zum gesuchten Inhalt der Seite führen. Handelt es sich um viele Inhalte, können diese nicht allein in ein großes Menü eingepflegt werden. Daher haben fast alle Websites mindestens zwei Hauptmenüs: die *primary* und *secondary navigation*.

Primary navigation platziert Inhalte, welche für die meisten User sehr wahrscheinlich von Interesse sind. Secondary Navigation ist für Inhalte, welche für den Besucher von eher sekundärem Interesse sind. Alle Inhalte, die nicht das primäre Ziel der Website sind, sondern weiterführende Informationen beinhalten, werden hier positioniert. Für viele Blogs wäre dies zum Beispiel der Bereich „About us“. Für andere Websites könnte die secondary Navigation den Client-Bereich, FAQ oder Hilfe-Seite verlinken.

The screenshot shows the ZEIT ONLINE website interface. At the top, there is a navigation bar with links for 'Abo', 'Shop', 'Audio', 'Apps', 'E-Paper', 'Newsletter', 'Archiv', 'Spiele', 'Blogs', 'Fotostrecken', 'Video', and 'Schlagzeilen'. On the right side of this bar are links for 'ZEITmagazin', 'ZEITCampus', 'ZEITGeschichte', and 'ZEITWissen'. Below this is the main logo 'ZEIT ONLINE' and a search bar with a 'Suchen' button. A secondary navigation bar contains categories: 'STARTSEITE', 'POLITIK', 'WIRTSCHAFT', 'MEINUNG', 'GESELLSCHAFT', 'KULTUR', 'WISSEN', 'DIGITAL', 'STUDIUM', 'KARRIERE', 'LEBENSART', 'REISEN', 'AUTO', and 'SPORT'. Below the navigation bar, there is a status line: 'Zuletzt aktualisiert: vor 17 Minuten | Aktuelle Themen: Griechenland | Whitney Houston | Berlinale' and links for 'Anmelden' and 'Registrieren'. The main content area features a large image of a protest in Athens with the headline 'GRIECHENLAND-KRISE Merkel erleichtert über Sparvotum in Athen'. The article text reads: 'Für die Kanzlerin ist mit Griechenlands Entscheidung zu Lohnkürzungen und Sparsamkeit ein wichtiger Schritt getan. Nun könne geholfen und ein Bankrott verhindert werden. [weiter...] 4 Kommentare'. To the right of the article is a 'MEISTGELESEN' section with five items: 1. GRAMMYS, 2. STRASSE VON HORMUS, 3. FAMILIENGLÜCK, 4. DUISBURG, and 5. ENERGIEPOLITIK. Below that is a 'MEISTKOMMENTIERT' section with five items: 1. ARMUT IN KRONBERG, 2. LOVEPARADE-UNGLÜCK, 3. WULFF-AFFÄRE, 4. SYRIEN, and 5. DUISBURG. At the bottom right of the article area, there is a 'Zur Ranglisten-Übersicht' link and an 'ANZEIGE' placeholder.

Ein Beispiel für primary und secondary navigation (Screenshot <http://zeit.de>, Rev. 2012-02-07)

Navigationsstrukturen

Das LATCH-Prinzip

Richard Saul Wurman definiert fünf Dimensionen, mit deren Hilfe Daten organisiert, navigiert und visuell zugänglich aufbereitet werden können. Das sogenannte LATCH-Prinzip löst sich auf in:

- **L**ocation - Raum, Ort
- **A**lphabet - Alphabet
- **T**ime - Zeit
- **C**ategory - Kategorie
- **H**ierarchy - Hierarchie

L - Location

Organisation nach geographischen oder räumlichen Begebenheiten, wenn die örtliche Orientierung auf die zu übermittelnden Informationen übertragbar ist

Beispiel: eine Grafik mit Notausgängen eines Gebäudes

A - Alphabet

Organisation nach alphabetischer Reihenfolge

Beispiel: Wörterbücher

T - Time

Organisation nach chronologischer Reihenfolge bietet sich an, wenn die abzubilden den Informationen in zeitlichem Kontext stehen.

Beispiel: Programmübersicht in Fernsehzeitschriften

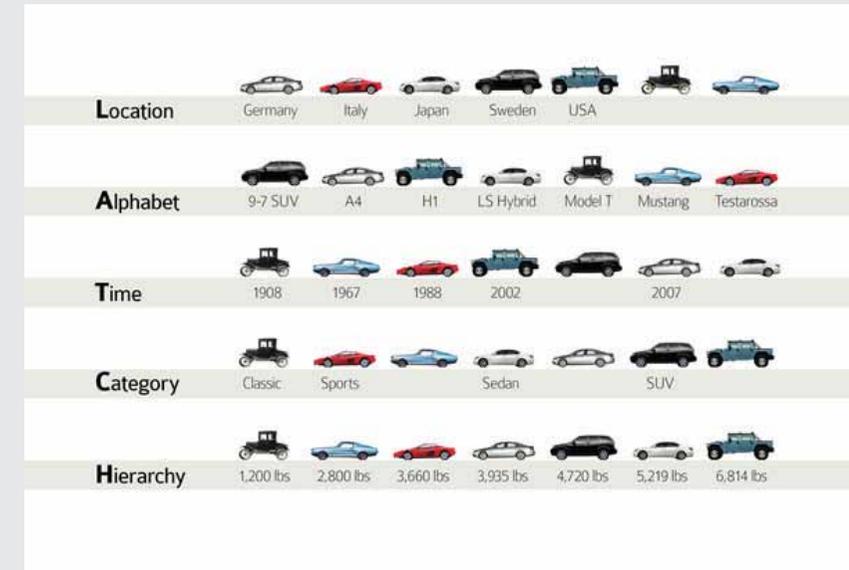
C - Category

Organisation nach Ähnlichkeit oder Zusammenhang. Anzuwenden, wenn die zu übermittelnden Inhalte in Arten oder Kategorien eingeteilt werden können.

Beispiel: Warengruppe eines Onlineshops

H - Hierarchy

Organisation nach Größe und Hierarchien. Anzuwenden, wenn Dinge über ein gemeinsames Maßsystem oder gleiche hierarchische Stufen miteinander verglichen werden. Beispiel: Organisationseinheiten in Unternehmen



Beispielhafte Umsetzung des LATCH-Prinzips. Courtesy by: Kirk Soderstrom
(Quelle: <http://kirksoderstrom.com/wp-content/uploads/2011/12/LATCH.jpg>, Rev. 2012-02-07)

Navigationsstrukturen

Horizontale und vertikale Navigation

Die Erfahrungen, die Internetnutzer in den letzten Jahren hinzugewonnen haben, führen dazu, dass sich die Erwartungen hinsichtlich der Positionierung einer ganzen Reihe von Elementen gefestigt haben. Diese gelernte und gewohnte Anordnung hilft dem Nutzer sich in der Websitenavigation zurecht zu finden.

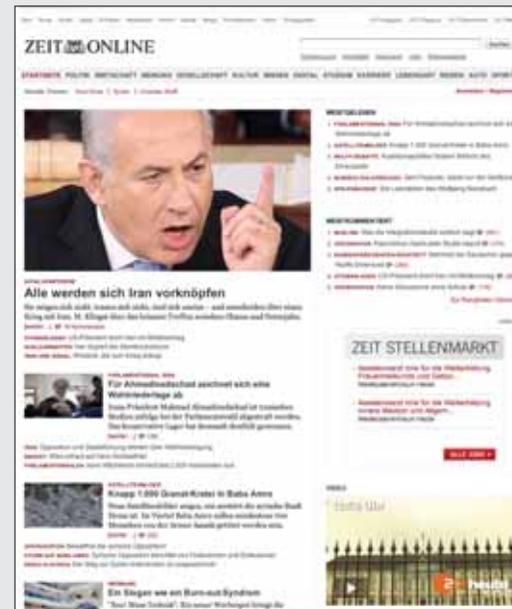
Durchgesetzt hat sich im Bereich der Websites eine Navigation in Form von hierarchischen Menüs, oftmals auch mit Unter-ebenen, die den Inhalt weiter gliedern. Hierbei bietet sowohl die horizontale als auch die vertikale Anordnung der Navigation Vorteile, die den Nutzer schnell zum Zielinhalt führen.

Vorteile der horizontalen Navigation

- Diese prominente Darstellung zeigt auf den ersten Blick alle Hauptmenüpunkte, ohne scrollen zu müssen.
- Eine Einteilung in mehrere Untermenüpunkte ist aufgrund der Anordnung in natürlicher Leserichtung deutlich übersichtlicher.

Vorteile der vertikalen Navigation

- Bei vielen Menüpunkten kann die volle Höhe der Seite genutzt werden.
- Eine nachträgliche Erweiterung der Menüpunkte auf erster Ebene ist deutlich einfacher.



Ein Beispiel für horizontale Navigation
(Quelle: Screenshot <http://www.zeit.de/index>, Rev. 2012-03-02)



Ein Beispiel für vertikale Navigation
(Quelle: Screenshot <http://de.wikipedia.org/wiki/Benutzerfreundlichkeit>, Rev. 2012-03-02)

Navigationsstrukturen

Navigation über Bildmetaphern

Metaphern dienen sehr oft der Gestaltung von Navigationsstrukturen. Die wohl bekannteste Metapher ist die Desktop-Metapher bei Betriebssystemen. Im Gegensatz zu Betriebssystemen hat sich kein fester einheitlicher Standard für Websites durchgesetzt.

Trotzdem werden bei der Website-Navigation folgende Metaphern für einzelnen Funktionen häufig eingesetzt:

- Brief // Kontakt, E-Mail
- Einkaufswagen // Einkaufen
- Lupe // Suchen, Vergrößern
- Postfach // eingegangene Mitteilungen
- Daumen hoch // etwas gefällt mir
- Sterne // Bewertung
- Galerie // Bildersammlung

Je nach Zielgruppe und Zweck der Website können bei der Website-Navigation vielseitige Konzepte verfolgt werden. So werden beispielsweise Karteikarten, Pinnwände, Gebäudepläne, Landkarten, etc. auch hinsichtlich des LATCH-Modells und der räumlichen Organisation verwendet.

Wichtig ist allerdings, dass vor allem bei besonders unüblichen Varianten berücksichtigt wird, dass sowohl Orientierung als auch Usability erhalten bleiben.



Ein Beispiel für Navigation über Bildmetaphern anhand einer Landkarte.
(Quelle: Screenshot <http://www.tiscover.de>, Rev. 2012-03-01)

Navigationsstrukturen

Navigation über Bildmetaphern

Bilder zu angebotenen Leistungen oder Produkten sind ein beliebtes Webdesignelement, um in Form von Fotografien, Grafiken oder Skizzen als Website-Menü zu fungieren. Aussagekräftige Bilder benötigen keine großen Beschreibungen, um den User zu navigieren und durch das Menü zu führen. Trotzdem helfen Schlüsselworte in Kombination mit starken Bildern dem Nutzer sich zu orientieren. Natürlich gibt es auch bei Bilder-Navigationsen jede Menge Design-Varianten und vielseitige Lösungsansätze.

Hier wurden die bildgesteuerten Menüs von Icondesigner und Smallstone abgebildet.

Die Navigation des Icondesigner funktioniert über schlichte Vor- und Zurück-Buttons links und rechts der bildschirmfüllenden Grafiken der Website. Sehr elegant gelöst ist auch die Integration von kurzem Text in den Slider-Bildern. Smallstone hingegen verwendet ein zum Inhalt der Website passendes Gerät zur Navigation. Durch Klick auf die Regler gelangt der Nutzer zum jeweiligen Menüpunkt.



Beispiele von bildbasierter Navigation (Quelle: <http://www.icondesigner.com> und www.smallstone.com, Rev. 2012-02-07)

Navigationsstrukturen

Speaking Navigation

Die wichtigste Aufgabe, die ein Navigationsmenü zu erfüllen hat, ist den Besucher durch die verschiedenen Abschnitte der Website zu leiten. Doch oft ist es sehr schwierig, den Inhalt einer Website innerhalb von einem oder zwei einzelnen Keywords zu kommunizieren.

Aus diesem Grund sind Navigationsmöglichkeiten oft nicht einfach nacheinander mit entsprechendem Schlüsselwort aufgelistet. Vielmehr versuchen sie konkret zu erklären, welche Optionen verfügbar sind und was der Besucher von den Website-Bereichen erwarten kann, wenn er den entsprechenden Links folgt.

In den letzten Jahren gab es einen starken Trend zu genau diesem Navigation-System durch das Designer versuchen, einen effektiveren Dialog mit den Besuchern zu kreieren.



Beispiele von speaking Navigation

(Quelle: Screenshot <http://www.rakacreative.com>, Rev. 2012-02-07,

Screenshot <http://www.evaneckard.com>, Rev. 2012-02-07,

Screenshot <http://www.freelanceswitch.com>, Rev. 2012-02-07)

Navigationsstrukturen

Usability von Microwebsites

Usability (engl. für Brauchbarkeit, Bedienbarkeit, Nutzbarkeit) ist die zentrale Bedingung einer jeden Website. Der Nutzer muss auf den ersten Blick aufgrund seiner Vorkenntnisse, Erfahrungen oder der intuitiven Handhabung die Website und deren Navigation verstehen können.

Um die Usability einer Website zu gewährleisten sollte also der zu vermittelnde Kontext der Seite den Kenntnissen der Zielgruppe gegenübergestellt werden, um daran den Aufbau und die Navigation abzuleiten. Standards in Gestaltung und Aufbau helfen hier die gelernten Vorgehensweisen der Nutzer zu unterstützen und so eine gute Bedienbarkeit zu gewährleisten.

Der kleinere Bildschirm und die Nutzung unterwegs verlangen dabei ein deutlich minimalistischeres Angebot der Microwebsites auf mobilen Endgeräten. Hierbei sollte sich das Informationsangebot auf die zentralen Inhalte konzentrieren, welche der Nutzer unterwegs tatsächlich benötigt. Die komprimierten Inhalte auf den kleinen Bildschirmen verlangen dann oftmals auch eine abweichende Navigation, welche eine gute Bedienbarkeit auf XS Touchscreens & Co ermöglicht.

Mit seiner Alertbox (www.useit.com/alertbox) gibt Jacob Nielsen wertvolle Tipps zum Thema Usability. Besonderen Fokus legt er hier auch auf Erkenntnisse rund um Usability in Zusammenhang mit mobilen Endgeräten. Hierbei greift er jedoch nicht nur auf seine Praxiserfahrungen zurück, sondern belegt seine Schlussfolgerungen auch mit umfangreichen user studies.



Die Alertbox von Jacob Nielsen.
(Quelle: Screenshot <http://www.useit.com/alertbox>, Rev 2012-03-13)



Beispiel-Artikel aus der Alertbox speziell zum Thema Mobile.

(Quelle: Screenshot <http://www.useit.com/alertbox/mobile-sites-apps.html>,

Screenshot <http://www.useit.com/alertbox/mobile-ux-guidelines.html>,

Screenshot <http://www.useit.com/alertbox/mobile-usability.html>, Rev 2012-03-13)