

Im Internet wird gebastelt : Websites bewertet

Autor(en): **Honegger, Urs**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Hochparterre : Zeitschrift für Architektur und Design**

Band (Jahr): **19 (2006)**

Heft 11

PDF erstellt am: **25.09.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-123002>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Im Internet wird gebastelt

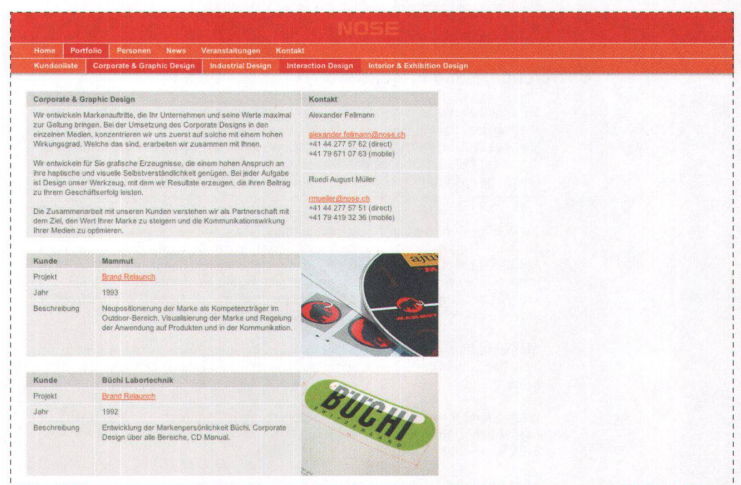
«Sind das unsere besten Industrial Designer?», fragten sich die vier Internetexperten, nachdem sie deren Websites getestet hatten. Die Gestalterinnen und Gestalter, die in ihrem Fach zu den Besten gehören, bekommen schlechte Noten, was die Gestaltung ihrer Websites betrifft. Es scheint, dass viele den finanziellen und zeitlichen Aufwand scheuen, professionell im Internet präsent zu sein. Eine Entscheidung, die bei der Bedeutung des Internets nur schwer verständlich ist. Ausserdem sind die Sites bis auf wenige Ausnahmen selbst gemacht.

Gute Designbüros – schlechter Auftritt

Nun ist allerdings ein guter Industrial Designer nicht immer auch ein guter Webdesigner. Und wer sich beruflich mit Gestaltung befasst, sollte wissen, dass es sich lohnt, die Profis ranzulassen. Seit der Lancierung des World Wide Web vor mehr als zehn Jahren haben sich Standards entwickelt, die eine gute Website klar von einer schlechten unterscheiden lassen: Die Ladezeit der Homepage soll kurz sein, damit die Benutzerin nicht lange warten muss. Die Schrift darf nicht so klein sein, dass man die Texte nicht lesen kann. Der Inhalt muss übersichtlich dargestellt sein. Die Navigation soll intuitiv bedienbar und auf der ganzen Website am gleichen Ort aufzufinden sein. Sie darf sich auf keinen Fall mit den dekorativen Elementen der Site vermischen. Die Gestaltung soll sich den Eigenheiten des Internets anpassen. Was auf dem Papier gut aussieht, kann nicht direkt auf den Bildschirm übertragen werden. Der verwendete Code muss von allen Browsern gelesen wer-

Text: Urs Honegger

Wie präsentieren sich die Schweizer Industrial Designer im Internet? Hochparterre hat vier Experten gebeten, die Websites von 35 Designbüros unter die Lupe zu nehmen. Das Resultat ist enttäuschend. Die Hälfte der untersuchten Internetauftritte sind ungenügend.



den können. Wenn die Website eine Programmiersprache wie Javascript oder eine Software wie Flash verwendet, muss sie dazu eine Alternative anbieten. Nur so können Benutzer, die nicht über diese Software verfügen, die Site überhaupt sehen. Bei all diesen Standards steht im Zentrum, wie einfach der Gast auf der Website findet, was er sucht. Sonst schaut er sich anderweitig um.

Das Internet ist schon lange kein Raum ohne Regeln mehr. Es ist heute ein multimedialer Showroom. Umso mehr erstaunt, dass viele Designer scheinbar weder sich noch ihre Produkte und Dienstleistungen verkaufen wollen. So erfährt die Benutzerin selten, wo sie die gezeigten Objekte kaufen kann. Das Expertenteam (folgende Seite) bekam das Gefühl, dass viele Designer das Medium Internet und seine Benutzerinnen nicht ernst nehmen. Das kann Folgen haben: «Schlecht gemachte Auftritte im Web schaden einer Firma oder einer Marke», weiss Daniel Hunziker, Spezialist für Benutzerfreundlichkeit. Er empfiehlt allen Designbüros, die weniger als neun Punkte bekommen haben, ihre Internetpräsenz unbedingt neu zu gestalten. Das betrifft ganze zwölf der 35 untersuchten Websites.

Kein Punktemaximum

Bewertet wurden Designbüros, die seit mindestens drei Jahren existieren und eine funktionierende Website haben. Ein paar renommierte Industrial Designer sind dabei, eine neue Website aufzubauen, oder sie sind im Internet nur mit einer statischen Informationsseite präsent. Haben sie das so deklariert, wurden diese Platzhalter nicht be-

wertet. Unsere Expertinnen und Experten haben die ausgewählten Websites zuerst für sich getestet und daraufhin Punkte verteilt. Diese Wertungen wurden mehrere Stunden diskutiert. Dann haben die vier Fachleute jeder Website Punkte für die Kriterien (Information), (Navigation), (Gestaltung), (Technik) und (Marketing) gegeben. Von maximal vier Punkten bis zu gar keinem. Das (unerreichte) Punktemaximum lag somit bei zwanzig. Die fünf Kriterien sind nur theoretisch voneinander zu trennen.

In der Praxis beeinflussen sie sich gegenseitig: Gute Texte erfüllen den Marketingzweck. Eine gute Gestaltung präsentiert die Information übersichtlich. Eine Navigation funktioniert nur auf der Basis eines fehlerfreien Codes. Die Experten waren sich auch nicht immer einig. Dabei ging es meist darum, wie entscheidend ein Kriterium für den Gesamteindruck ist: Wie viele Punkte hat eine Gestaltung verdient, wenn sie nicht ins Internet passt, dabei aber die Designauffassung der Firma passend vermittelt? Wie ist eine Site zu bewerten, wenn sie mit ihren Inhalten überzeugt, die Navigation aber kaum bedienbar ist? Jeder Experte hat jede Website nach allen fünf Kriterien bewertet. War man sich nicht einig, wurde diskutiert, bis alle mit den vergebenen Punkten einverstanden waren.

Keinen Streit gab es, wenn eine Website die erwähnten Standards für die Gestaltung im Internet verletzte. Diese Beispiele sorgten bei den Fachleuten für Ernüchterung. Catherine Corti formuliert es so: «Bei manchen Internetauftritten habe ich das Gefühl, dass die Designer am liebsten gar keine Website hätten.» • →



Die drei Besten

--> 1 Alfredo Häberli: Der Auftritt hat die Experten überzeugt. Das gestalterische Konzept ist einfach und konsequent umgesetzt. Die Navigation ist klar unterteilt und befindet sich auf allen Seiten am selben Ort. Die Kontaktdaten sind überall prominent platziert. Nicht optimal sind die zu kleinen Elemente und eine schlecht lesbare Schrift.

--> 2 Nose Design Intelligence: Diese Firma gestaltet selbst Websites für ihre Kunden. Das zeigt sich auch beim eigenen Internetauftritt. Vor allem auf der Startseite, auf der viel Information übersichtlich dargestellt ist. Dringt man tiefer in die Website ein, erhält die Besucherin viele öde Listen zu sehen. Auch bei Nose sind die Personen, die Telefonnummern und die Email-Adressen schon auf der ersten Seite präsent.

--> 3 Patrick Lindon: An dieser Website hat den Fachleuten vor allem die Gestaltung gefallen. Die Besucherin merkt sofort, dass diese Website Design präsentiert. Ausserdem geht die Gestaltung auf die Bedingungen und Möglichkeiten des Mediums Internet ein. Die Bilder kommen im Browser gut zur Geltung. Die Schrift ist auch hier eher klein.





Alexandra Papadopoulou, Designerin FH

Bis vor drei Jahren war die Expertin Alexandra Papadopoulou Geschäftsführerin der Internetfirma Mitlinks. 2003 gründete sie die Firma Wusi Entertainment, die sich auf die Konzeption und Gestaltung von Computerspielen spezialisiert hat. Daneben arbeitet sie als Programmiererin bei der Firma Enter in Zürich und ist Gastdozentin für interaktive Medien an der Hochschule für Gestaltung in Luzern. «Guter Code folgt den W3C-Standards», sagt Papadopoulou. «Wer diese Standards einhält, nimmt die Benutzerinnen und Benutzer ernst.» www.wusi.ch



Daniel Hunziker, Designer FH

Daniel Hunziker ist Mitbegründer der «Swiss Usability Professionals' Association» und Mitglied der «Experience Design Organisation». Er ist an Projekten für Firmen wie Novartis, Swisscom oder Orange beteiligt und berät diese bei der Entwicklung und Optimierung von Software, Webprodukten aber auch Displays. Der Webauftritt ist für Hunziker ein Element, das mitentscheidet, wie der Kunde ein Unternehmen wahrnimmt. Er muss in den Gesamtauftritt der Firma passen, um Brüche in dieser Wahrnehmung zu vermeiden. www.HumanCenteredDesign.eu

35 Websites von Schweizer Industrial Designern und Designerinnen im Test (maximal 20 Punkte)

Website	Information	Navigation	Gestaltung	Technik/Code	Marketing	Punkte
1 Alfredo Häberli www.alfredo-haerberli.com	●●●●	●●●○	●●●○	●●●○	●●●●	17
2 Nose Design Intelligence www.nose.ch	●●●○	●●●○	●●●○	●●●●	●●●●	17
3 Patrick Lindon www.patrick-lindon.com	●●●●	●●●○	●●●●	●●○●	●●●●	17
4 Stauffacher Benz www.stauffacherbenz.ch	●●●●	●●●○	●●●●	●●○●	●●●○	16
5 Designculture www.designculture.ch	●●●●	●●●○	●○○○	●●○●	●●●●	15
6 Beat Karrer www.beatkarrer.net	●●●●	●●●○	●●○●	●●○●	●●●○	14
7 Dai www.dai.ch	●●●●	●●○●	●●○●	●●○●	●●●●	14
8 Jörg Boner www.joergboner.ch	●●●○	●●●○	●●●●	●●○●	●●○●	14
9 Meyer-Hayoz www.meyer-hayoz.com	●●●●	●●●○	●●○●	●●○●	●●○●	14
10 Milani D & C www.milani.ch	●●●●	●●●○	●●○●	●●○●	●●○●	14
11 i-Design www.i-design.ch	●●●●	●●○●	●●○●	●○○○	●●○●	12
12 Oxyde www.oxyde.ch	●●●○	●○○○	●○○○	●●●●	●●○●	12
13 Formpol www.formpol.ch	●●●○	●●○●	●●○●	●●○●	●●○●	11
14 Tribecraft www.tribecraft.ch	●●○●	●●●○	●○○○	●●●●	●○○○	11
15 Charles Job www.charlesjob.com	●●●●	●●○●	●○○○	●○○○	●●○●	10
16 Estragon www.estrakon.ch	●●●○	●●○●	●●○●	●●○●	●○○○	10
17 Formzone www.formzone.ch	●●●○	●○○○	●●○●	●○○○	●●○●	10
18 Iseli Design www.iseli-design.ch	●●○●	●●●○	●○○○	●●○●	●●○●	10
19 Erdmann Design www.erdmann.ch	●●○●	●●○●	●○○○	●●○●	●●○●	9
20 Hannes Wettstein www.hanneswettstein.ch	●●○●	○○○○	●●○●	●●○●	●●○●	9
21 Quadesign www.quadesign.ch	●●○●	●●●○	●○○○	●●○●	●○○○	9
22 Spinform www.spinform.ch	●●○●	●●○●	●○○○	●●○●	●●○●	9
23 Vito Noto www.vitonotodesign.com	●●○●	●●○●	●○○○	●●○●	●●○●	9
24 Designrichtung www.designrichtung.ch	●●○●	●●○●	●○○○	●●○●	●○○○	8
25 Gerhard Gerber www.gerhardgerber.ch	●●○●	●●●○	●○○○	●○○○	●○○○	8
26 Stockwerk3 www.stockwerk3.ch	●●○●	●○○○	●○○○	●●○●	●●○●	8
27 Atelier Oi www.atelier-oi.ch	●●○●	○○○○	●●●○	●○○○	●○○○	7
28 Emulsion www.emulsion.ch	●●○●	●○○○	●●○●	●○○○	●●○●	7
29 Paulo Fancelli www.fancelli.ch	●●○●	●○○○	●○○○	●●○●	●○○○	7
30 Process www.process.ch	●●●○	○○○○	●○○○	●○○○	●●○●	7
31 Werk 3 www.werk3.ch	●●○●	●○○○	●○○○	●○○○	●●○●	7
32 Christian Deuber www.christiandeuber.ch	●○○○	○○○○	●●○●	●●○●	●○○○	6
33 Christophe Marchand www.christophemarchand.ch	●○○○	●○○○	●○○○	●○○○	●○○○	6
34 Frédéric Dedelley www.fdedelley.ch	●○○○	○○○○	●●○●	●○○○	●○○○	6
35 Monofaktor www.monofaktor.ch	●○○○	○○○○	●○○○	○○○○	●○○○	4

Information:

- keine
- schlecht präsentiert
- alles Nötige vorhanden
- umfassend
- übersichtlich, persönlich

Navigation:

- verwirrend
- nicht durchdacht
- Standard
- intuitiv und klar
- macht Spass

Gestaltung:

- störend
- nicht internettauglich
- sauber
- internetgerecht
- stimmungsvoll

Technik / Code:

- funktioniert nicht
- nur Flash / Javascript
- auf allen Browsern
- hat kleine Fehler
- perfekt

Marketing:

- wirkungslos
- unklar
- kundenorientiert
- zeigt Designauffassung
- vermittelt die Marke



Catherine Corti, Designerin FH

Die Baslerin Catherine Corti ist gelernte Grafikdesignerin und Partnerin im Büro4 in Zürich. Die Agentur für Gestaltung und Kommunikation arbeitet in den Bereichen Print Design, Screen Design und Ausstellungsgestaltung. Im Bereich Screen Design entstehen Internetauftritte für kleinere und mittlere Unternehmen. Über dem persönlichen Geschmack steht für Catherine Corti die Aufgabe der Gestaltung, die Inhalte der Site zu unterstützen und eine Stimmung zu vermitteln, die zum Designbüro und seiner Arbeitsweise passt.

www.buero4.ch



Julian Karrer, lic. oec.

Der Betriebswirtschaftler Julian Karrer ist Inhaber und Geschäftsführer der Firma Future Connection in Zürich. Future Connection erstellt für ihre Kunden Webauftritte und Internetapplikationen. Darunter finden sich Unternehmen wie Cablecom, Zürcher Festspiele oder Bob Design London. Ausserdem bietet die Firma Kommunikationsmittel in den Bereichen Multimedia, Grafik und Audio/Video an. Für Julian Karrer ist ein Webauftritt ein Verkaufs- und Vertriebswerkzeug, das die Kernbotschaften der Firma klar kommunizieren muss. www.fconnection.com

Kommentare

1 Alfredo Häberli: 17 Punkte

--> Die Website ist insgesamt zu klein geraten. Trotzdem zeigt sie, dass Professionalität und Persönlichkeit zum Erfolg führen.

2 Nose Design Intelligence: 17 Punkte

--> Ein gekonnter Auftritt für ein grosses Unternehmen. In der Tiefe überzeugt die Gestaltung weniger.

3 Patrick Lindon: 17 Punkte

--> Die Website zeigt sofort: Es geht um Design. Die Gestaltung ist internetgerecht. Defizite hat die Site in der technischen Umsetzung.

4 Stauffacher Benz: 16 Punkte

--> Ein persönlicher Auftritt mit Witz und Charakter. Die Verwendung von Frames für den technischen Aufbau ist nicht mehr zeitgemäss.

5 Designculture: 15 Punkte

--> Mit seinem Internetauftritt weist sich Designculture als kundenorientiertes Unternehmen aus. Die Gestaltung ist so technisch wie die Dienstleistung.

6 Beat Karrer: 14 Punkte

--> Beat Karrer ist eine Einzelfirma und präsentiert sich wie ein Grossunternehmen. Es gibt viel Information.

7 Dai: 14 Punkte

--> Ein professioneller Auftritt, auch wenn die Gestaltung nach Print riecht. Der Kunde wird ernst genommen.

8 Jörg Boner: 14 Punkte

--> Die unkonventionelle (aber funktionale) Navigation und der spezielle Umgang mit Bildern sorgen für Stimmung und Eigenständigkeit.

9 Meyer-Hayoz: 14 Punkte

--> Die Site stellt viel Information übersichtlich zur Verfügung. Die Gestaltung passt zum Design der Firma: konventionell, aber solid.

10 Milani D & C: 14 Punkte

--> Eine sorgfältig gemachte Site. Zwar auf Flash basierend, aber mit einer umfangreichen Alternativversion.

11 i-Design: 12 Punkte

--> i-Design nimmt seine Kunden ernst. Leider ist der Code fehlerhaft. Der <Intro>-Link funktioniert nicht.

12 Oxyde: 12 Punkte

--> Technisch perfekt, die Schrift und die Navigation sind aber zu klein.

13 Formpol: 11 Punkte

--> Die umfassende Information hilft der Site über den Durchschnitt. Vom Büro ist wenig zu spüren.

14 Tribecraft: 11 Punkte

--> Wie es sich für Ingenieure gehört: Der Code ist perfekt, die Beschreibung der Arbeit zu kompliziert.

15 Charles Job: 10 Punkte

--> Pop-ups sind auf heutigen Browsern nicht mehr zu sehen. Die Gestaltung zeigt: Der Designer ist auch Architekt, aber kein Webdesigner.

16 Estragon: 10 Punkte

--> Der Inhalt ist auf zu viele Klicks verteilt. Unter <Strategy> und <Process> verspricht die Website mehr, als sie halten kann.

17 Formzone: 10 Punkte

--> Ein grober Schnitzer: Hier wird die Navigation als ein Gestaltungselement missbraucht.

18 Iseli Design: 10 Punkte

--> Solide Site, die einen zeitgenössischen Anstrich benötigt. Vorbeischwebende Texte sind passé.

19 Erdmann Design: 9 Punkte

--> Ein Einstieg zum Aussteigen: Halbwahrheiten und Pseudophilosophien sind fehl am Platz.

20 Hannes Wettstein: 9 Punkte

--> Diese Website war unter den Experten höchst umstritten. Die verwirrende Navigation macht die ganze Site unzugänglich.

21 Quadesign: 9 Punkte

--> Die Website sieht mehr nach Wellnessfirma als nach Designbüro aus.

22 Spinform: 9 Punkte

--> Die Gestaltung erinnert an eine Powerpoint-Präsentation und wird dem Medium Internet nicht gerecht.

23 Vito Noto: 9 Punkte

--> Die verschachtelte Gestaltung passt zur technischen Dienstleistung, macht aber nicht neugierig.

24 Designrichtung: 8 Punkte

--> Die orange Schrift flimmert auf dem hellblauen Hintergrund und ist kaum zu lesen. Die Inhalte sind nicht internetgerecht aufbereitet.

25 Gerhard Gerber: 8 Punkte

--> Die Gestaltung ist austauschbar und die Site sagt nichts über den Designer aus.

26 Stockwerk3: 8 Punkte

--> Navigation und Gestaltung müssen getrennt sein. Der esoterischen Note konnten die Fachleute ebenfalls nichts abgewinnen.

27 Atelier OI: 7 Punkte

--> Das ist eine Datenbank, kein Internetauftritt.

28 Emulsion: 7 Punkte

--> Die aufwendige Gestaltung ist banal und macht die Navigation langsam.

29 Paulo Fancelli: 7 Punkte

--> Eine unvollständige Internetpräsenz, die nicht als solche deklariert ist. Offenbar wird dem Internet keine grosse Bedeutung beigemessen.

30 Process: 7 Punkte

--> Vor lauter Animation sind die Informationen kaum zu finden. Da hilft auch keine Site Map.

31 Werk 3: 7 Punkte

--> Trotz viel Animation wirkt die Website steif. Eine Navigation darf sich auf keinen Fall bewegen.

32 Christian Deuber: 6 Punkte

--> Die Präsentation der Inhalte und vor allem die fehlerhafte Navigation zeigen, dass das Verständnis für das Medium Internet fehlt.

33 Christophe Marchand: 6 Punkte

--> Wenn die Homepage ein Platzhalter für eine umfassende Site sein soll, muss das auch deklariert werden. So ist es nur eine Diaschau.

34 Frédéric Dedelley: 6 Punkte

--> Der Sinn für Gestaltung ist sichtbar. Die Navigation ist jedoch kaum zu bedienen. Darum fällt es auch schwer, die Produkte zu finden.

35 Monofaktor: 4 Punkte

--> Die Navigation ist technisch und visuell mangelhaft, die Gestaltung lieblos und der Code schlecht gebastelt.