

EDITORIAL

„Darüber habe ich mich auch schon aufgeregt...“

Ein Satz, den man auf dem 4. World Usability Day in Stuttgart häufig gehört hat. Die Benutzerfreundlichkeit in das Bewußtsein der Konsumenten zu bringen, war eines der Ziele dieses Tages. Und bei vielen, auch bei denen, die nur zufällig dazustießen, ist Usability ein wichtiger Produktvorteil. Aber nicht, wenn's nur draufsteht, ... Ob im Web, bei Hifi- oder Küchengeräten, Navigationssystemen, Medikamentenverpackungen, ...

Ihr Claus Wagner



World Usability Day 2008: Einfacher geht's (n)immer!

Der 13. November 2008 war ein besonderer Tag: Der 4. World Usability Day wurde weltweit begangen und so natürlich auch in Stuttgart. Und dass das Thema Usability nicht trocken sein muss, das bewiesen 20



Fahrsimulator der Hochschule Heilbronn auf dem WUD: Usability im Straßenverkehr

Unternehmen und Hochschulen, die in der Ausstellung Einblicke in die aktuellen Arbeiten zum Thema Benutzerfreundlichkeit gewährten.

Interessant dabei waren vor allem die alternativen Bedienmöglichkeiten à la Wii. Die von der Spielekonsole verwendete Fernbe-

dienung, die Bewegungen des Arms und des Körpers auf den Bildschirm überträgt, wurde vom Fraunhofer Institut und von der Universität Konstanz (HCI) als alternatives Bedienkonzept erforscht.

Dichtes Gedränge herrschte vor dem Stand der Hochschule der Medien Stuttgart. Dort konnten die Besucher an einem Augenbewegungstest (Eyetracking) teilnehmen.

Der Fahrsimulator der Hochschule Heilbronn sorgt für einiges an Fahrspaß gekoppelt mit Einblicken in besondere Aspekte der Usability. Die Vorträge, die auch in diesem Jahr wieder für Fach- wie Laienpublikum konzipiert und als solche auch ausgezeichnet wurden, lockten in die Vortragsäle der Volkshochschule. Vertreten war das ganze Spektrum: Einblicke in die Hochschultätigkeit, Amüsantes aus vielen Usabilitytests, Einführungen in das Thema Usability und in das Berufsbild des Usability Engineers.

Wer sich ein Bild des diesjährigen World Usability Days machen will, der kann dies

INHALT	Editorial	Seite 1
	World Usability Day 2008	Seite 1
	Video made by CommWeCon	Seite 3
	Auszug aus dem Seminarprogramm	Seite 3
	Fundgrube: sinnfreie, sinnlose Menüpunkte	Seite 4

Fortsetzung von Seite 1

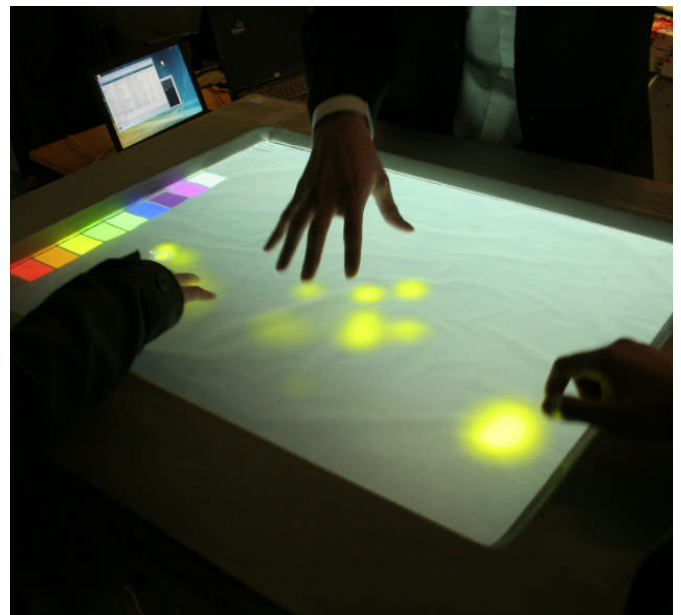


Großes Interesse herrschte bei den Vorträgen rund um das Thema Usability: Der große Robert Bosch Saal der VHS-Stuttgart war ständig voll besetzt und ein Sitzplatz musste sich erkämpft werden.



Mitmachen statt nur Zuschauen: An den Ständen der über 20 Aussteller war Handanlegen angesagt. Wie zum Beispiel sieht eine perfekte Bedienungsanleitung aus?

auf der eigens dafür eingerichteten Medien-
seite. Ich würde mich freuen, wenn Sie im
kommenden Jahr, am 12. November 2009, zu
den Besuchern des fünften World Usability
Days gehören würden. Apropos: Die Vorträge
können Sie als PDF von <http://www.worldusabilityday.de/stuttgart> beziehen.

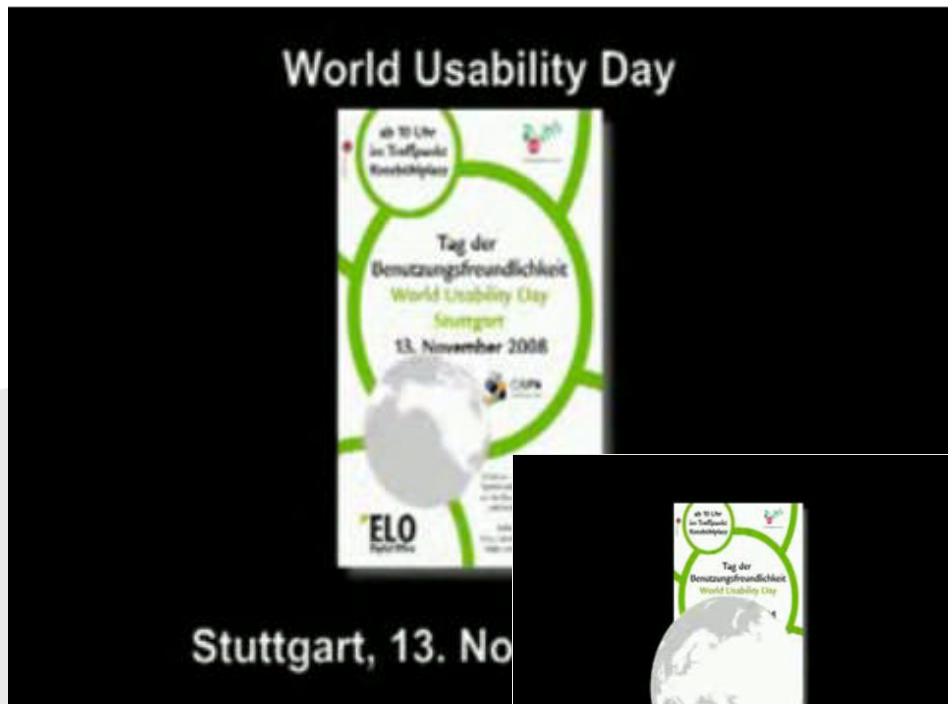


Alternative zur Maus: Touchscreen der Zukunft. Das Bedienen der Oberfläche geht komplett mit der bloßen Hand vonstatten.

Video zum World Usability Day: Made by CommWeCon

Es ist immer schwer, Eindrücke in Worte zu fassen. Damit dies beim World Usability Day leichter fällt, haben wir uns der modernen Medien bedient und ein Video gedreht. So können sich auch diejenigen ein Bild der Veranstaltung machen, die leider nicht kommen konnten oder noch gar nicht wußten, dass es ihn gibt.

Der rund fünfminütige kurzweilige Mitschnitt wurde inklusive des Intros von CommWeCon produziert. Aus zwei Gründen: Erstens, um der Veranstaltung selbst ein wenig mehr Medienunterstützung zu verschaffen und mit dem Mittel Video noch mehr Besucher, Aussteller und Referenten zu locken. Und zum anderen, um zu zeigen, wie die Medien auf einfachste Weise ineinander greifen können. Das Video ist mit Absicht im Stil eines VCast gehalten, der authentisch die Atmosphäre rüberbringen soll. Kurzweilig mit schnellen und kurzen Schnitten unterlegt mit attraktiver, technoartiger Musik.



Schauen Sie doch bei YouTube vorbei und machen Sie sich selbst ein Bild: Vom WUD und von den vielen Möglichkeiten, die Podcasts, Vcasts und Co. bieten. Linktipp: Bilder vom WUD gibt's unter: <http://www.flickr.com/photos/germanupa/> und unter <http://www.worldusabilityday.de/stuttgart>. Das Video gibt es zu sehen unter: <http://www.art-of-web-usability.de>

Niemand versteht Sie?

... mit Wissen mehr erreichen!



Auszug aus dem aktuellen Seminarprogramm:

- Mit Präsentationen überzeugen
 - Professionelles Schreiben für Web & Print
 - Reden schreiben und halten
 - Gekonnt frei sprechen und präsentieren
 - PR für kleine und mittelständische Betriebe
- ... und viele weitere Themen zu Web 2.0 & Kommunikation

Inhouse Seminare für Wirtschaft, Industrie, Vereine & Verbände
<http://academie.commwecon.de> oder info@commwecon.de

Claus Wagner | Pfründweg 2 | 70771 Leinfelden-Echterdingen | 0711 70 93 855

© Copyright 2008, Claus Wagner und Lizenzgeber. Alle Rechte vorbehalten.

Fundgrube: sinnfreie, sinnlose und unsinnige Menüpunkte

Wissen Sie, was ein „Flagship“ ist? Können Sie auf Anhieb sagen was ein „Seek“ ist? Outlet, Mall, Convenience, Sign-On, Logoff, Account, Jumpln, nein? Dann sind Sie vielleicht nicht hipp genug oder Sie stehen außen vor und „Kommen hier nicht rein!“.

In der Fundgrube geht es heute um Menü- und Navigationspunkte, die wohl eher für Insider gemacht wurden, als für normale Besucher und Kunden. Ein Paradebeispiel hierfür ist das „Flagship“, das mir auf einer Website begegnete, auf der ich eigentlich nur ein wenig Einkaufsbummel machen wollte. Dass ich gleich einen Hochseekreuzer kaufen sollte war mir nicht bewusst. Denn Flagship bedeutet ja nichts anderes als Flaggschiff - militärisch gesehen. Das war sicherlich nicht damit gemeint. Was damit gemeint ist, kann nur entdeckt werden, in dem der Menüpunkt angeklickt wird. Aber wer klickt schon aus reiner Neugierde? Vor allem dann, wenn er auf der Jagd nach ganz anderen

Informationen ist. Ein weiteres sinnloses Anbieten von Menüeinträgen sind „Home“ oder „Start“ Links, obwohl sich der Benutzer schon längst auf der jeweiligen Seite befindet. Wie oft sieht man diese Einträge auf Webseiten, nur weil der Anbieter zu faul ist, die Navigationsleiste auf der Startseite anzupassen? Auch wenn man selbst weiß, dass man schon am Anfang ist, verwirrt dieser Menüeintrag doch immens.

Was ebenfalls immer gerne für Verwirrung sorgt, sind Menüpunkte wie „Suche“. Nämlich immer dann, wenn damit nicht die Suche über die aufgerufene Anwendung gemeint ist, sondern sich statt dessen eine Web-suche a la Google, Altavista oder ähnlichem öffnet. Das frustriert

ungemein. Und führt den Besucher - zu recht - von der aufgerufenen Seite weg in die Weiten des World-Wide-Web und geht somit für die eigene Website verloren.



Verwirrung am Bildschirm: Was bedeutet „Flagship“, „Seek“ & Co?

© Copyright Claus Wagner und Lizenzgeber. Alle Rechte vorbehalten

IMPRESSUM

Das CommWeCon Nachrichten - ePaper ist eine kostenlose Veröffentlichung von:

CommWeCon consultancy - Claus Wagner
 freiberuflicher Dozent, Berater & Journalist
 Pfründweg 2
 D-70771 Leinfelden-Echterdingen
 Tel.: 0711 - 70 93 855 Fax: 0711 - 32 73 586
 info@commwecon.de
 http://www.commwecon.de
 USt-IdNr.: DE 262706755
 Verantwortlich für den Inhalt: Claus Wagner (V.i.S.d.P.)



Communication | Web Usability | Content Creation

© CommWeCon consultancy, Claus Wagner, 2008

Für unverlangt eingesandte Manuskripte, Datenträger und Bildmaterial übernehme ich keine Haftung. Mit der Einsendung wird ein Einverständnis zur honorarfreien Veröffentlichung vorausgesetzt.
 Erscheinungsweise: unregelmäßig per Download www.commwecon.de