

Vorwort

Nach dem anfänglichen Internethype und der Euphorie um die New Economy sind nur wenige erfolgreiche Online-Dienste übrig geblieben. Die meisten Websites lassen sich schwer miteinander vergleichen. Zu unterschiedlich sind sie in Gestaltung, Konzeption und Inhalt. Die Gegenüberstellung von Corporate Websites mit E-Commerce-Sites, Webportalen, Suchmaschinen oder Websites von pfiffigen Designbüros ist optisch zwar sehr reizvoll, besitzt aber grundsätzlich den Nachteil, dass hier immer wieder Websites verglichen werden, die inhaltlich unterschiedliche Ziele verfolgen, andere Dienstleistungen anbieten oder sehr unterschiedliche Produkte vertreiben. Da Zielgruppe und inhaltliche Ausrichtung aber das gesamte Look and Feel einer Site maßgeblich beeinflussen, könnten diese Sites nur sehr oberflächlich und weitgehend ohne spezifische Anregungen miteinander verglichen werden.

News-Sites gibt es auf der ganzen Welt, und sie verfolgen alle das Ziel, den Nutzer mit aktuellen Informationen zu beliefern. Das Internet ist in erster Linie ein Informationsmedium. Es benutzer- und navigierbar zu machen ist die herausragende Aufgabe, vor die Web- und Informationsdesigner gestellt sind. Obwohl die meisten News-Sites dieselben Ziele haben, unterscheiden sie sich stark in Design und Konzeption. Mit den technischen Entwicklungen der letzten zehn Jahre und den wachsenden Erkenntnissen im Bereich der Usability haben sich auch die News-Sites weiterentwickelt. Zu diesem Zeitpunkt schien uns eine eingehende Betrachtung und Analyse besonders vielversprechend.

Millionen von Usern konsumieren täglich aktuelle, globale News. Im Zeitalter von DSL und Flatrates kann das Up-to-date-Sein zur Sucht werden. Die minütliche Aktualität von News-Sites gibt dem User das Gefühl, sehr viel verpassen zu können.

Aber gibt es die optimale News-Site, das ultimative Navigationskonzept? Wie schafft der News-Site-Designer die Gratwanderung zwischen funktionalem Corporate Design, intuitiver Navigation, Technik und der großen Menge an Information? Informationskompetenz spiegelt sich im Internet nicht nur durch journalistische Qualitäten wider, sondern zunehmend durch die Art und Weise, wie die Informationen aufbereitet werden.

Ein Informationsangebot, dessen Inhalte schlecht strukturiert und organisiert sind und deshalb nicht gefunden werden, verliert seine Nutzer so schnell, wie sie gewonnen wurden. Der schnelle Zugriff auf die gesuchte Information ist ebenso wichtig wie die nachvollziehbare Verknüpfung von Inhalten. Welcher Weg führt wohin und warum? Wie lange dauert es, bis ich dort bin? Was muss ich mitnehmen, um das Gefundene verwerten zu können?

Welche Ansätze und Methoden gibt es darüber hinaus, Leser an das Medium Internet zu gewöhnen und schließlich wie die Abonnenten einer Tageszeitung an einen Online-Dienst zu binden?

In diesem Buch werden beispielhafte News-Sites des World Wide Web vorgestellt und miteinander verglichen. Das Buch gibt einen Überblick über die globale Internet-Medienlandschaft, indem es erstmals interessante Details einzelner Sites vorstellt und die verschiedenen Herangehensweisen diskutiert. Es gibt dem Leser gestalterische wie inhaltliche Anregungen für die Konzeption komplexer Websites.

Das Buch richtet sich in erster Linie an Webdesigner, Informationsarchitekten und Online-Journalisten. Es beinhaltet keine technischen Details (HTML, CMS) oder Webdesign-Grundlagen. Die Abbildungen im Buch bieten dem Betrachter mit einem Blick Vergleichsmöglichkeiten, die er im Netz so nicht bekommen kann. Gestalterische und strukturelle Zusammenhänge sind leichter zu erkennen und schneller zu durchschauen.

Alexander Kranz
Stuttgart, im Februar 2003