

Zielgruppenorientierte Separierung des Internetauftritts der Medieninformatik

TH Köln

4. Semester Medieninformatik

WPF Digitale Kommunikation

betreut von Professor Christian Noss

Laura Kristin Möllers

Miriam Wiedmann

Gummersbach, den 13.10.17

Inhaltsverzeichnis

Vorstellung der Grundidee

- 1.1 Welche Zielgruppen und Personas werden angesprochen?
- 1.2 Welche Kanäle sind betroffen?

Analyse des aktuellen Zustandes

- 2.1 Visuelle Analyse der Startseite
- 2.2 Inhaltliche Analyse der Menüpunkte und zugehörigen weiterführenden Seiten

Mögliche Lösungsansätze

- 3.1 Separierung durch Landingpage
- 3.2 Separierung durch farbliche Markierung der Inhalte

Finaler Lösungsansatz

- 4.1 Was wird konkret verbessert?
- 4.2 Welche Herausforderungen gibt es?
- 4.3 Neuordnung der Menüpunkte – Was interessiert wen?
- 4.4 Typografie – Serif oder Serifenlos

Fazit – Vorzüge des gewählten Lösungsansatzes

Anhang

Vorstellung der Grundidee

Die Webseite der Medieninformatik wird von Vertretern verschiedener Zielgruppen aufgerufen. Die Inhalte die dort veröffentlicht werden sind jedoch nicht auf die einzelnen Gruppen abgestimmt. Somit bekommt ein Studierender Informationen angezeigt, die für ihn weniger von Interesse sind, ein Studieninteressierter findet dagegen keine nützlichen Fakten über den Studiengang auf den er sich bewerben möchte.

Das Ergebnis der zielgruppenorientierten Separierung der Webseite soll dieses Problem lösen, indem der Inhalt der bestehenden Webpage sinnvoll an die zwei Hauptzielgruppen angepasst und zusammengefasst wird.

1.1 Welche Zielgruppen und Personas werden angesprochen?

Hauptsächlich werden Studenten und Studieninteressierte angesprochen.

Eine Persona für die Zielgruppe Studenten wäre Lyn Cheng. Sie möchte über die Medieninformatik Webseite auf das Medieninformatik Wiki zugreifen und sich über bevorstehende Events informieren.

Die Persona für die Zielgruppe Studieninteressierte wäre Fenja Wentz. Sie interessiert sich für den Master Studiengang der Medieninformatik und möchte sich über dessen Inhalt und das Studium an der TH Köln informieren.

1.2 Welche Kanäle sind betroffen?

Konkret betroffen von der Umstrukturierung wird nur die Medieninformatik Webseite sein. Andere Kanäle wären nur betroffen, sollte der bestehende Styleguide verändert werden müssen. Dies schließen wir soweit aber aus.

Analyse des aktuellen Zustands

Bei der Analyse des aktuellen Zustandes werden die Startseite, die Menüpunkte sowie deren Unterseiten betrachtet.

2.1 Visuelle Analyse der Startseite

Bei Betrachtung der aktuellen Startseite fällt auf, dass diese sehr zurückhaltend und hell gestaltet ist und durch eine starre Linksbündigkeit sehr gedungen wirkt. Diese Darstellung macht es dem Besucher nicht einfach sich auf Anhieb zurechtzufinden.

Das Headerbild nimmt etwa die Hälfte der Startseite ein und ist durch seine dunkle Farbe auf dem hellen Grund sehr auffällig, lenkt so aber von den Menüpunkten darunter und dem restlichen Inhalt der Startseite ab.

Die 13 Menüpunkte unter dem Headerbild gehen durch den äußerst geringen Zeilenabstand und die kleine Schriftgröße unter.

Danach folgt ein 3x2 Raster mit Bildern welches auf Berichte zu vergangenen und zukünftigen Events verweist. Dass sich dort Links zu weiteren Unterseiten befinden wird aber erst auf den zweiten Blick ersichtlich. Die Vorschaubilder wirken zudem sehr gequetscht, da sie unvorteilhaft abgeschnitten wurden.

Des Weiteren gibt es außerdem Content der in einem zweiseitigen Raster, sowie einem einspaltigen Raster angelegt ist.

Ein ausführlicher Footer ist nicht vorhanden.

2.2 Inhaltliche Analyse der Menüpunkte & weiterführenden Seiten

Startseite – Der Content der Startseite beschränkt sich auf Links zum Thema *Berichte, Events und Mehr*, einem kurzen Newsfeed aus dem Bereich *Semantic Mediawiki und Termine*, sowie zum Thema *Jobsuche*.

Ein Großteil des Contents ist auf Studenten ausgelegt. Der einzige interessante Punkt für Studieninteressierte sind Links zu Berichten und Events.

Leute – Der Menüpunkt Leute befasst sich mit Professoren und wissenschaftlichen Mitarbeitern des Bereichs Medieninformatik an der TH Köln. Dieser Menüpunkt ist für **Studierende** und **Studieninteressierte** relevant, um die Professoren und wissenschaftlichen Mitarbeiter kennenzulernen, aber auch um weiterführende Informationen wie Sprechstundenzeiten oder Kontaktmöglichkeiten zu erhalten.

Räume & Ressourcen – Unter diesem Menüpunkt findet man, wie der Fachbereich Medieninformatik am Campus Gummersbach ausgestattet ist. Dies ist ein wichtiger Aspekt vor allem in Bezug auf das Anwerben von [Studieninteressierten](#). Die gute Ausstattung einer Hochschule ist für manche Studieninteressierte ein wichtiges Kriterium bei der Wahl des Studienortes.

Showcase – Ein interessanter und informativer Menüpunkt für [Studierende](#) und [Studieninteressierte](#) ist der Showcase. Hier werden Projekte aus verschiedenen Modulen der Medieninformatik vorgestellt. Für Studierende bietet sich hier die Möglichkeit zu sehen, was für Ideen ihre Kommilitonen umgesetzt haben, aber auch sich selbst Anregungen für eigene Projekte zu holen. Studieninteressierten bietet es einen hervorragenden Einblick in das zukünftige Studium und die Module.

Trotz hoher Relevanz sollte der Inhalt etwas beschnitten werden, beziehungsweise ein Weg gefunden werden die besten Projekte gebührend zu präsentieren. Durch zehn Projekte die pro Showcase gefeasured werden, wirkt die Seite etwas überladen.

Des Weiteren sollte die Seite unbedingt aktualisiert werden, da der letzte beschriebene Showcase aus dem Jahre 2015 stammt.

Medieninformatik? – Hier wird die Frage beantwortet was Medieninformatik denn genau ist, was Medieninformatiker für Berufe ergreifen können und was das Studium in groben Zügen umfasst. Für [Studieninteressierte](#) die das Studium in Betracht ziehen ein äußerst wichtiger und interessanter Punkt.

Bachelor – Es wird ein kurzer Einblick in den Bachelor Studiengang und dessen Module gegeben. Auf mehrere weiterführende Seiten, die jedoch nicht wirklich nötig sind, werden ausführlichere Informationen über den Studiengang gegeben. Wichtig sind diese Informationen vor allem für [Studieninteressierte](#).

Master – Ähnlich dem Menüpunkt Bachelor, wurden auch hier Informationen über den Master Studiengang zusammengetragen. Da es sich um ein Aufbaustudium handelt, besteht ein Interesse für [Studierende](#) und [Studieninteressierte](#).

ASS Training – Dies richtet sich ausschließlich an **Studierende**. Hier werden Kurse angeboten, die praktisches Wissen im Umgang mit aktuellen informatikbezogenen Produkten und Softwarepaketen vermitteln.

RTL/CBC Preis – Der Menüpunkt ist zwar nennenswert, sollte aber dringend aktualisiert werden, da die letzten genannten Preisträger aus dem 2013 sind. Der Preis ist sowohl für **Studierende** als auch **Studieninteressierte** interessant.

Kooperationsmöglichkeiten – Hier werden Seminar- und Abschlussarbeiten thematisiert, sowie deren Bezug auf die Arbeitswelt. Eine Umbenennung des Menüpunkts wäre hier äußerst sinnvoll, da der Schwerpunkt eher auf den Arbeiten als auf Kooperation liegt. Dies ist nur für **Studierende** relevant.

Forschungsthemen – Es wird ein Forschungsthema aus dem Jahr 2013 vorgestellt. Weitere Forschungsthemen sind aber nicht zu finden. Hier wäre es nötig die Forschungsthemen zu aktualisieren, beziehungsweise, sollten keine aktuell bearbeitet werden, der Menüpunkt ganz gestrichen werden. Im Hinblick auf ersteres ist der Menüpunkt ausschließlich für **Studierende** von Interesse.

Designguide – Der aktuelle Designguide der Medieninformatik wird hier vorgestellt. Dieser Menüpunkt richtet sich an **Studierende**.

Wiki – Dieser Menüpunkt ist eine Weiterleitung zum Medieninformatik Wiki, welches nur Informationen für **Studierende** enthält.

Des Weiteren ist Anzumerken, dass der Verweis **Events und Berichte** zwar auf der Startseite zu finden ist, aber nicht über einen eigenen Menüpunkt verfügt. Da aktuelle Events und die dazugehörigen Berichte für **Studieninteressierte** einen Einblick in das Studium gewähren und Möglichkeit für **Studierende** sind sich über anstehende Events an der Hochschule zu informieren sollte das Menü durch diesen Punkt ergänzt werden.

Mögliche Lösungsansätze

3.1 Separierung durch Landingpage

Es wäre eine Möglichkeit eine Landingpage zu kreieren, die es den Besuchern der Webseite ermöglicht schon vorab auszuwählen welcher Zielgruppe man angehört. Der Besucher wird dann auf die auf ihn zugeschnittene Version der Medieninformatik Webseite weitergeleitet¹.

3.2 Separierung durch farbliche Markierung der Inhalte

Eine weitere Möglichkeit die Interessen der beiden Hauptzielgruppen innerhalb der Seite sichtbar zu trennen wäre es, durch Farben oder übergeordnete Menüpunkte eine deutliche Abgrenzung der Inhalte herbeizuführen. Dabei bleiben Inhalte die zwar explizit für eine bestimmte Zielgruppe ausgezeichnet sind auch für alle anderen zugänglich².

Finaler Lösungsansatz

4.1 Was wird konkret verbessert?

Die einzelnen Zielgruppen sollen nur Inhalte angezeigt bekommen, die für sie relevant sind. Dies geschieht durch die Aufteilung der schon vorhandenen Menüpunkte auf übergeordnete Menüpunkte.

Dafür ist eine Umstrukturierung von Nöten. Im Zuge dessen soll die Medieninformatik Webseite ein neues Layout erhalten was für beide Zielgruppen gilt. Die Durchführung geschieht unter Voraussetzung der im Voraus definierten Adjektive kreativ, modern, konsistent und konsequent, lebendig, aktuell, dynamisch, typografisch und hervorhebend.

¹ siehe Seite 11 „Erstes visuelles Beispiel Landingpage“

² siehe Seite 11 „Erstes visuelles Beispiel farbliche Separierung“

4.2 Was ist die Herausforderung?

Die Herausforderung des Lösungsansatzes ist es, den Inhalt passend auf die jeweiligen Zielgruppen zuzuschneiden. Dabei werden mehrere Kriterien berücksichtigt, welche da lauten;

Welche Inhalte sind interessant für welche Zielgruppe?

Welche Inhalte sind relevant für welche Zielgruppe?

Sind die Inhalte aktuell?

4.3 Neuordnung der Menüpunkte – Was interessiert wen?

Um herauszufinden wie man den Inhalt der Medieninformatik Webseite optimal aufteilen sollte, tragen wir zusammen welche der oben genannten Inhalte sich für welche unserer beiden Hauptzielgruppen als relevant herausgestellt hat.

Für Studierende sind primär Inhalte interessant, die sich explizit mit dem Studium beschäftigen und auch darüber hinausgehen. Hier seien vor allem die Inhalte rund um Forschungsthemen, Abschluss- und Seminararbeiten, Förderpreise, weiterführende Kurse und konkrete Inhalte zu anstehenden Modulen genannt.

Relevante Inhalte für Studenten, die noch nicht auf der Medieninformatik Webseite zu finden sind wären zum Beispiel Links zu anderen hochschulinternen Plattformen wie dem Ilias, dem Stunden- und Prüfungsplans oder des PSSO. Eine weitere nennenswerte mögliche Erweiterung der Medieninformatik Webseite wäre ein zentrales Diskussionsforum, in welchem Studenten sich über Module austauschen und Fragen stellen könnten.

Studieninteressierte hingegen haben hauptsächlich ein Interesse daran einen ersten oberflächlichen Einblick in das Studium der Medieninformatik zu erhalten. Die wichtigsten Inhalte hierbei sind vor allem Informationen zum Bachelor und Master Studiengang, Berichte über Events und die fachliche Ausstattung der Hochschule.

Auch hier gibt es Inhalte die noch nicht auf der Website zu finden, aber dennoch von Interesse für Studieninteressierte sind. Dies umfasst zum Beispiel Freizeitaktivitäten und –angebote in und außerhalb der Fakultät.

4.4 Typografie – Serif oder Serifenlos

Da die neugestaltete Webseite modern und typographisch sein soll, beschäftigten wir uns auch mit Typografie im Webdesign.

Eine Schrift mit Serifen wirkt eher traditionell und konservativ. Sie werden seltener im Web Bereich genutzt, da durch die geringe Auflösung eines Monitors Serifen nicht sauber darstellen lassen können. Durch den leuchtenden Monitor werden dünne Linien meist gar nicht oder nur schlecht wahrgenommen und die Schrift wirkt daher unscharf.

Eine Schrift mit Serifen wird meist für elegante Designs genutzt da sie sehr edel wirken. Allerdings, was bei der Familie der Serifen Schriften manchmal auftritt, wirken diese Schriften schnell sehr altbacken. Daher sollte man genau wissen welche Wirkung man mit der Schrift oder seinen Produkt erzielen möchte.

Da wir mit der Webseite der Medieninformatik uns im modernen Zeitalter bewegen, beziehungsweise einen Ausdruck von Innovation und dem neusten Standard erzielen möchten ist eine Schrift mit Serifen nicht die beste Wahl für unser Vorhaben.

Aber auch bei serifenlosen Schriften muss man darauf achten, dass man eine Schrift wählt, die die richtige Wirkung erzielt. Wählt man zum Beispiel eine sehr gradlinige und fette Schrift so kann sich der Betrachter schnell erschlagen fühlen und von der Schriftart vom eigentlichen Text abgelenkt werden.

Wichtig ist ebenfalls, dass nur 2 bis maximal 3 verschiedene Schriftarten zum Einsatz kommen sollten. Bei der Fülle an kostenlosen Fonts fällt dies zwar schwer sollte aber unbedingt eingehalten werden, da zu viele Schriftarten eine Webseite unübersichtlich und schlecht gestaltet wirken lassen.

Um die Webseite richtig in Szene zu setzen haben wir uns für die serifenlose Schrift mit gebrochenen Buchstaben Allerta Stencil als Überschrift bzw. Akzentschrift entschieden. Sie wirkt zugleich modern und technisch, außerdem ist sie zeitlos und sollte auch noch in mehreren Jahren ansprechend wirken.

Die Schrift Quicksand ist dem Fließtext vorbehalten. Sie ist eine klare und nüchterne Schrift die sich noch von weitem gut lesen lässt.

Fazit – Vorzüge des gewählten Lösungsansatzes

Abschließend soll noch erwähnt sein, warum wir die zielgruppenorientierte Separierung der Webseite mithilfe von übergeordneten Menüpunkten und farblicher Kennzeichnung präferiert haben.

Technisch gesehen wären beide Lösungsansätze umsetzbar. Beide liefern eine elegante Lösung für unser Problem, dennoch hat der zweite Lösungsansatz mehr Vorteile gegenüber dem ersten.

Bei der Separierung durch eine Landingpage muss eine konsequente Aufteilung auf zwei Webseiten mit entsprechenden weiterführenden Seiten erfolgen. Dies resultiert in mehr Fläche, die gewartet, gepflegt und aktuell gehalten werden muss.

Außerdem sind manche Inhalte für jede der Hauptzielgruppen von Interesse und müssen somit auf beiden Seiten vorhanden sein. Im Gegenzug sind Inhalte, die nur für eine der beiden Zielgruppen als relevant befunden wurden, nicht für die andere der Hauptzielgruppe einsehbar.

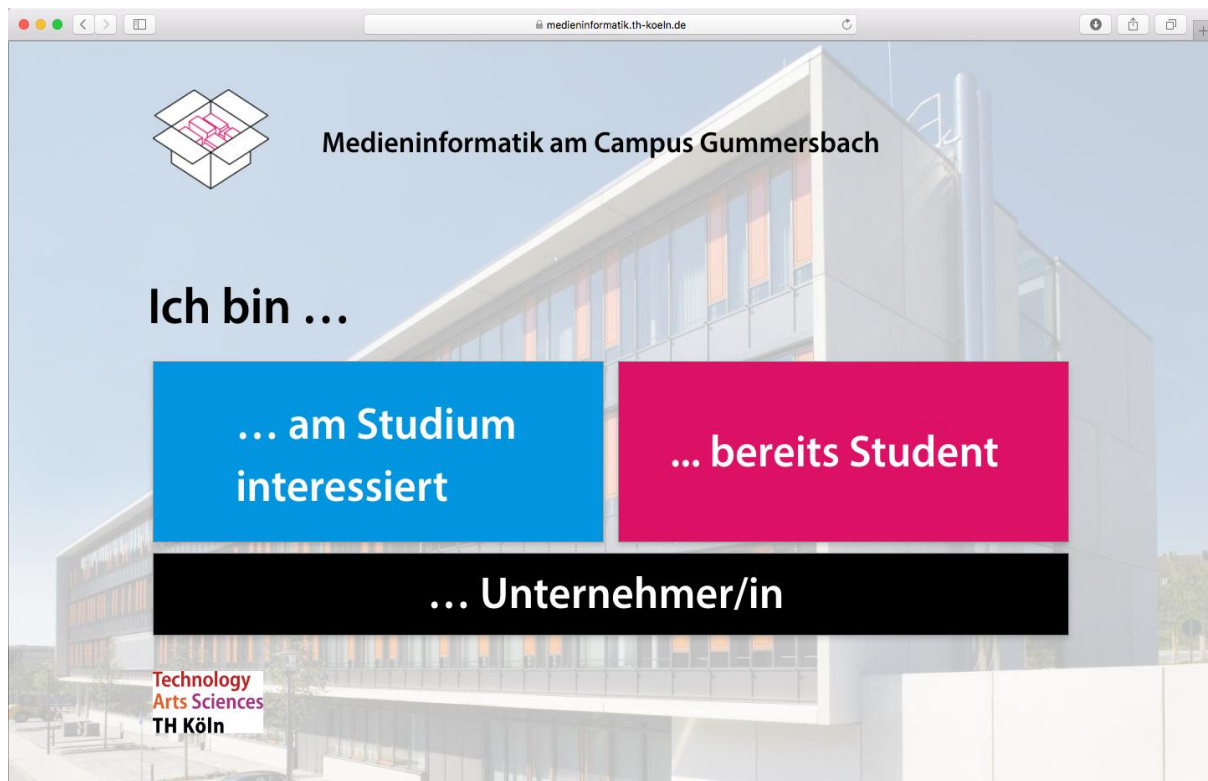
Beim zweiten Lösungsansatz erfolgt die Aufteilung durch die Menüpunkte Studierende und Studieninteressierte, somit sind alle Inhalte von nur einer einzigen Startseite aus anwählbar.

Redundanz wird hier vermieden, da die Inhalte der aktuell bestehenden Seite einzig übernommen und gegebenenfalls angepasst und aktualisiert werden.

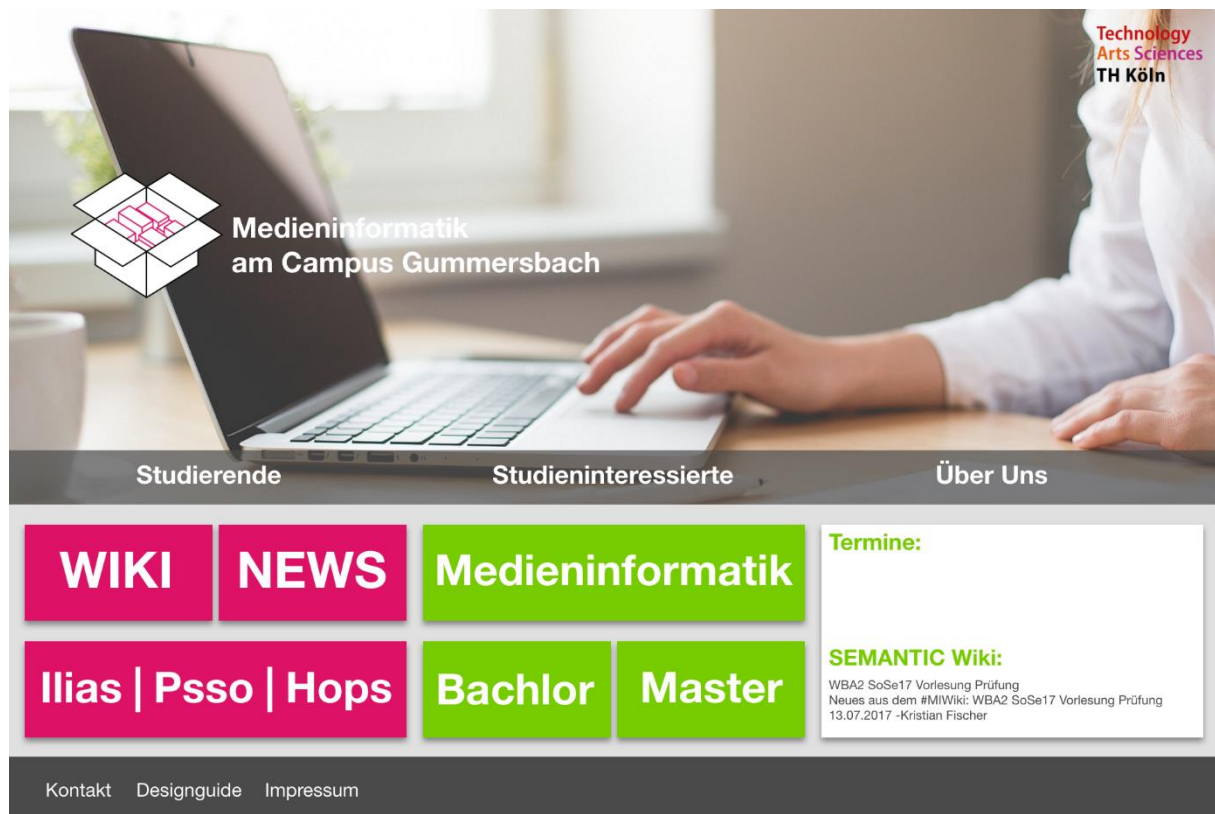
Kein Thema ist mehrfach vorhanden, von jeder Zielgruppe einsehbar und dennoch strukturiert dargestellt.

Anhang

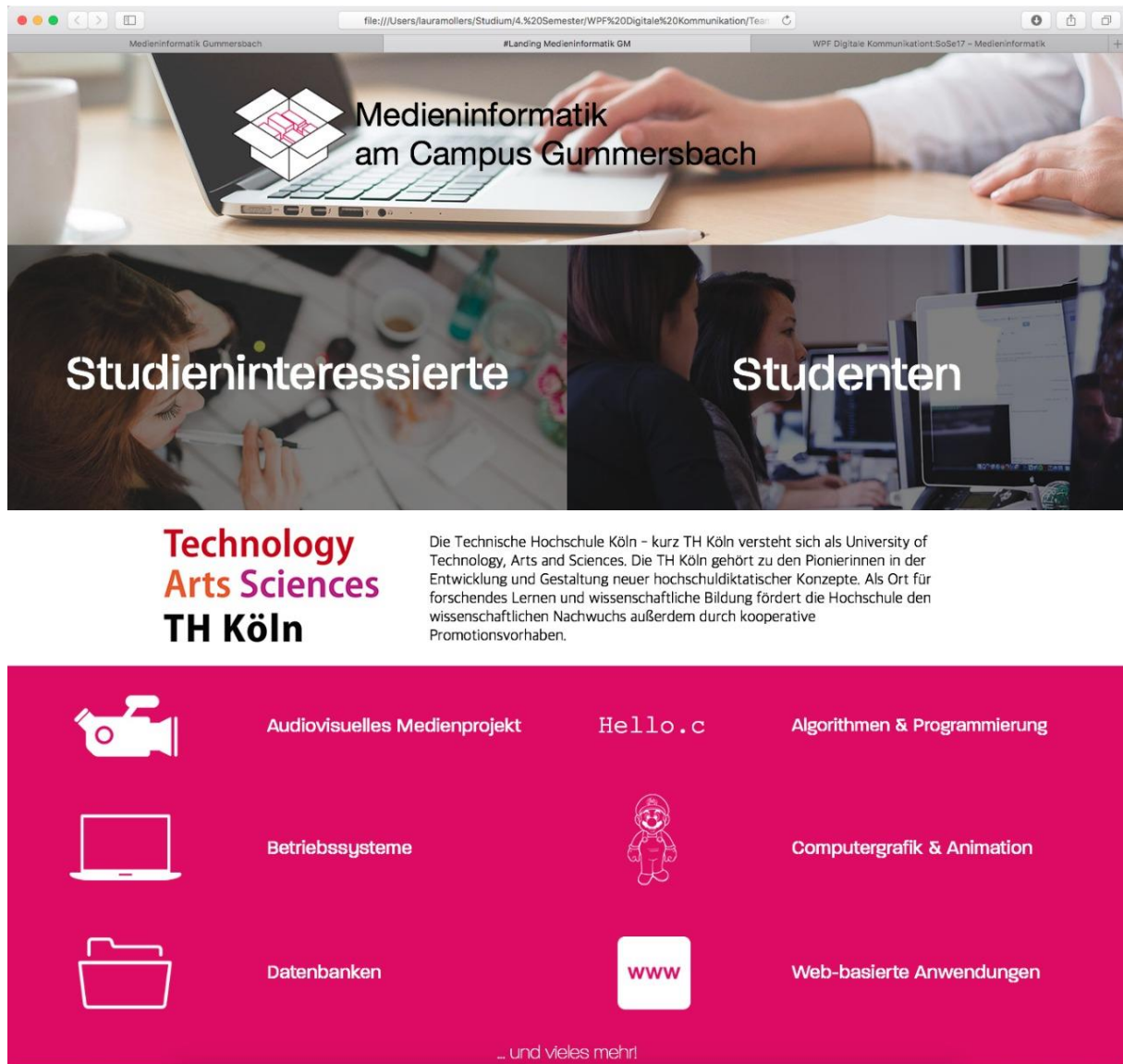
Erstes visuelles Beispiel Landingpage



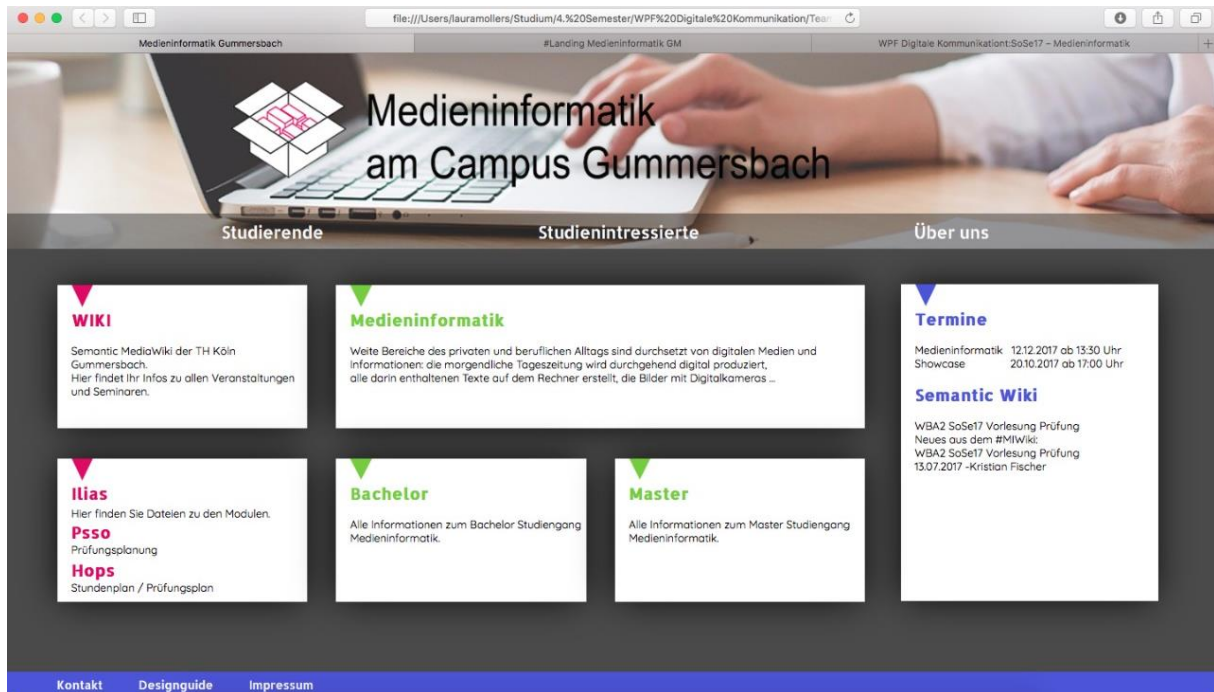
Erstes visuelles Beispiel farbliche Separierung



Landingpage ausgearbeitet



farbliche Separierung ausgearbeitet - Startseite



farbliche Separierung ausgearbeitet – Unterseite Bachelor

