

Projekt Styleguide-Web – Konsolidierung von Usability im Unternehmenseinsatz

Stephan Raimer
Learnability
Mangoldtstraße 11
24106 Kiel
raimer@learnability.de
www.learnability.de

Olde Lorenzen-Schmidt
Webmanagement
comdirect bank AG
Pascalkehre 15
25451 Quickborn
Olde.Lorenzen-
Schmidt@comdirect.de
www.comdirect.de

Abstract

Im Rahmen des Projektes Styleguide-Web wurde eine interaktive Anwendung entwickelt, die Gestaltungsrichtlinien für die unterschiedlichen Kommunikationsmedien der comdirect bank auf einer Plattform vereinigt.

Das Styleguide-Web dient internen und externen Kollegen zur Orientierung, die an der Außen- und Innendarstellung gestalterisch mitwirken. Es wurde unter Nutzung des open-source Content-Management-Systems Typo3 realisiert.

Keywords

Usability, Styleguide, Content-Management-System (CMS), Wissensmanagement, Typo3

1.0 Einleitung

Bei der Verfügbarmachung von Wissen im Unternehmenskontext, allgemeiner als Wissensmanagement bezeichnet, bestehen in Deutschland im internationalen Vergleich nach wie vor deutliche Optimierungspotentiale. Dabei wird erfolgreiches Wissensmanagement immer mehr als notwendige Bedingung für nachhaltige Wettbewerbsfähigkeit und Innovationskraft von Unternehmen aufgefasst. Unternehmerische Handlungs- und Leistungsfähigkeit basiert damit auf der Gestaltung und Etablierung von Strukturen und Prozessen, Informationstechnologie sowie nicht zuletzt einer entsprechenden Unternehmenskultur als Säulen des Wissenstransfers. (vgl. Graf 2005)

Das vorliegende Projekt Styleguide-Web stellt in diesem Kontext eine Lösung für einen Teilbereich vor, der Bereitstellung und Organisation von Informationen zum Thema Styleguide und Corporate Identity. Die besondere Relevanz einer optimalen User Experience der online Dienstleistungen aus Sicht der comdirect bank liegt dabei auf der Hand (vgl. Rourke 2004).

2.0 Anforderungen & Zielsetzungen

Als übergeordnetes Ziel des Projektes Styleguide-Web wurde definiert, dass hiermit die Erkenntnisse und Vereinbarungen zu Design und Usability zusammengefasst und der Ausgangspunkt für eine optimierte User Experience (vgl. Vogt 2003) geschaffen werden soll.

Folgende weitere Anforderungen und Zielsetzungen wurden identifiziert und definiert:

- Verlässliches Regelwerk (Design und Usability) für die Online- und Offline-Unternehmenskommunikation
- Zusammenfassung der Designrichtlinien in einem Werk (Verankerung von Unternehmenswissen)
- Sensibilisierung von Kollegen für das Thema Konsistenz und Usability
- Grundlage für die Kommunikation mit externen Dienstleistern
- Zusammenfassung und Dokumentation bestehender Ergebnisse aus Usability-Tests
- Berücksichtigung von bestehenden Usability-Guidelines aus der Fachwelt

- Vereinfachung der Qualitätskontrollen

2.1 Inhaltsbereiche Styleguide-Web

Die inhaltliche Darstellung im Styleguide-Web sollte die folgenden Punkte umfassen:

- Markengrundsätze
- Designgrundsätze
- Webgestaltung
- Print-Kommunikation
- Werbung
- Sprachwelten
- Bildwelten
- Bildarchiv
- Archiv für Usability u. Marktforschungsstudien
- comdirect Usability- Heuristiken
- User Research-Knowhow

2.2 Technische Anforderungen und Funktionalitäten

Die Umsetzung des Styleguide-Webs wurde von Anfang unter Nutzung eines webbasierten Content-Management-Systems geplant. Als interaktive Lösung, die sich durch Aktualität auf Nutzerseite (dem sogenannten Frontend) auszeichnet, sollte außerdem die Erstellung und Organisation von Inhalten einfach und effektiv auf

der Seite der Ersteller (oder dem Backend) funktionieren.

Weitere Zielsetzungen bzw. Anforderungen und Merkmale (vgl. Nielsen 2001):

- Die interaktive Weboberfläche sollte ein einfacheres Handling bei der Nutzung des Usability- & Styleguide gegenüber der Papierform ermöglichen
- Schnellerer Zugriff auf die relevanten Bereiche durch Navigationselemente
- Erstellung einer Suchfunktion, um das Auffinden von Informationen zu erleichtern
- Effektive Informationsaufbereitung durch Verlinkung relevanter Bereiche
- Stetige Aktualität bei der täglichen Arbeit, da der Zugriff ausschließlich auf die jeweils gültige Online-Version erfolgt
- Veränderungen und Aktualisierungen sind über ein Content Management System schnell einpflegbar und werden angezeigt

2.3 Nutzergruppen und Anwendungssituationen

Aus Sicht des Unternehmens sollten verschiedene Nutzergruppen bzw. Abteilungen berücksichtigt und mit unterschiedlichen Zugriffsrechten ausgestattet werden:

- Direktmarketing bei der Planung von Kampagnen
- Branding & Werbung bei der Gestaltung der Marken – und Vertriebskommunikation
- Produktmanagement bei der Fachkonzeption von Produkten und Anwendungsprozessen
- IT bei der Entwicklung und beim Test von Webanwendungen
- Webmanagement bei der fachlichen Konzeption von Anwendungen
- User Research bei der Erstellung von Expertengutachten und Durchführung von Studien sowie der Sensibilisierung für das Thema Usability

- Unternehmenskommunikation bei der Außendarstellung der Bank
- Externe Agenturen und Dienstleister bei der Gestaltung von Medien für comdirect

Die Etablierung und Verankerung von User Research in Entwicklungsprozessen zeigt die folgende Abbildung:

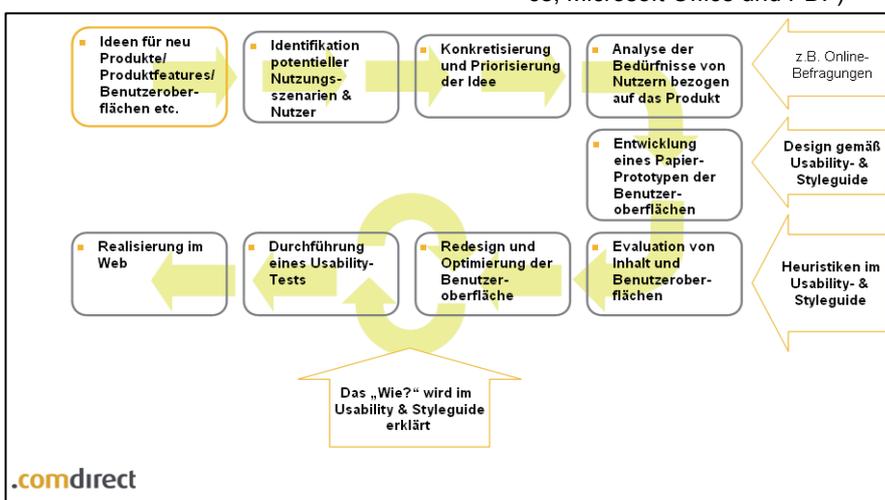


Abbildung 1: Sensibilisierung für Usability durch die Abbildung von Hintergrundwissen, Informationen und Entwicklungsprozessen

3.0 Umsetzung und Realisierung

3.1 Auswahl eines WebCMS

Für die Umsetzung der beschriebenen Anforderungen und Zielsetzungen wurden verschiedene opensource-basierte Web-Content-Management-Systeme gegenübergestellt und evaluiert (genauer: Plone, OpenCMS, Mambo, Drupal und Typo3), Kriterien waren hierbei etwa die zugrunde liegenden serverseitigen Technologien sowie die gebotenen Eigenschaften und Funktionen. Ausgewählt wurde schließlich das Web-CMS Typo3, Gründe hierfür waren u.a.:

- Leistungsfähigkeit und Bedienbarkeit des Backends zur Erstellung

bzw. Pflege von Inhalten (z.B. serverseitige Bildbearbeitung)

- Erweiterbarkeit des Grundsystems durch zahlreiche Erweiterungen (sogenannten Extensions)
- Umfangreiche Dokumentation des Typo3-Systems für Benutzer (in Printformaten aber auch in Form von Screen-Videos)
- Leistungsfähige Suchfunktion (auch innerhalb von Standard-Office-Dokumenten wie OpenOffice, Microsoft Office und PDF)

3.2 Designentwurf und Informationsarchitektur

Die Umsetzung des Styleguide-Webs wurde unter Nutzung der Typo3-Version 3.8.1 in 2005 begonnen und in mehreren Iterationsdurchläufen entwickelt und konkretisiert.

Als Basisentwurf wurde ein 3-spaltiges Layout in XHTML und CSS realisiert, wie es sich für viele Internetportale etabliert hat. Die folgende Abbildung 2 zeigt die Startseite des Styleguide-Webs.

Im Kopfbereich sind hierbei globale Navigationspunkte (Startseite, Kontakt, Impressum und Inhaltsverzeichnis) sowie eine Suchfunktion angeordnet. Die Navigationsleiste auf der linken Seite ist 3-stufig aufgebaut und

unterscheidet sich nach der jeweiligen Zugriffsberechtigung des Benutzers.

Die Inhaltsbereiche sind dabei jeweils in drei Ebenen aufgebaut:

1. Thema
2. Übersicht
3. Detailseite

Die folgende Abbildung 3 zeigt beispielhaft eine Übersichtsseite. Die Seiten wurden jeweils mit Icons ausgestattet, um eine bessere Übersicht und Orientierung zu ermöglichen.

4.0 Zusammenfassung und Ausblick

In den ersten Monaten ist die Zahl der internen aber auch der externen Nutzer stetig angestiegen. Für Kooperationspartner aus den unterschiedlichsten Bereichen bietet der Styleguide eine gute Möglichkeit, sich mit den Gestaltungsanforderungen von comdirect vertraut zu machen.

Intern wird der Guide bevorzugt als Referenz zum Abgleich von Wissensständen herangezogen.

Die gewählte Vorgehensweise wie auch die realisierte Lösung haben sich folglich als effizient und effektiv erwiesen.

Die Nutzung des CMS Typo3 hat sich aus Sicht der Mitarbeiter im Einsatz bewährt, es realisiert als flexibles Werkzeug die gewünschten Anforderungen.

Im Ausbau befinden sich noch der Download-Bereich mit zahlreichen Vorlagen für die Konzeption und Entwicklung, ein Glossar und ein Bereich mit unterschiedlichen Studienergebnissen.

Als Weiterentwicklung sind die Einrichtung und der Aufbau einer zentralen Bilddatenbank unter Nutzung einer entsprechenden Typo3-Erweiterung vorgesehen.

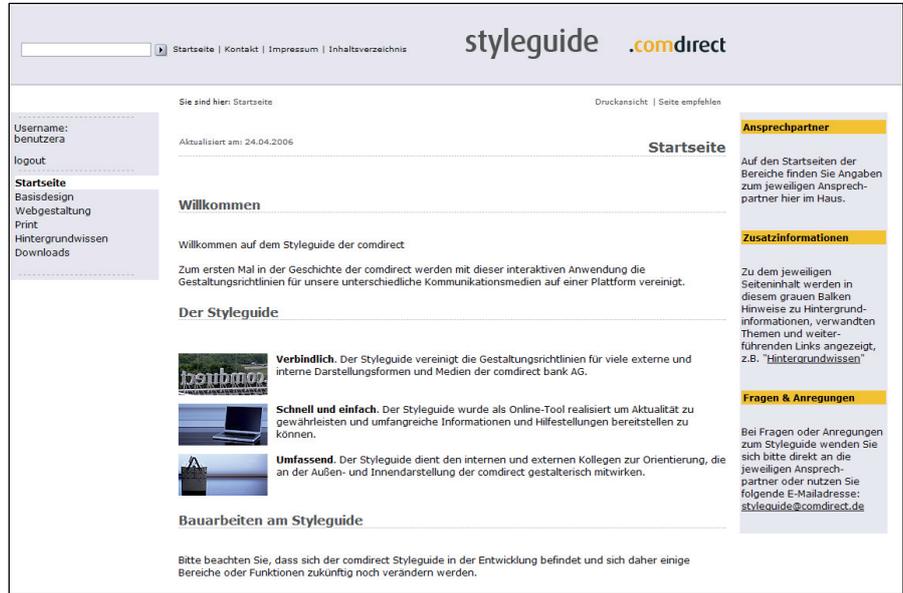


Abbildung 2: Startseite des Styleguide-Webs

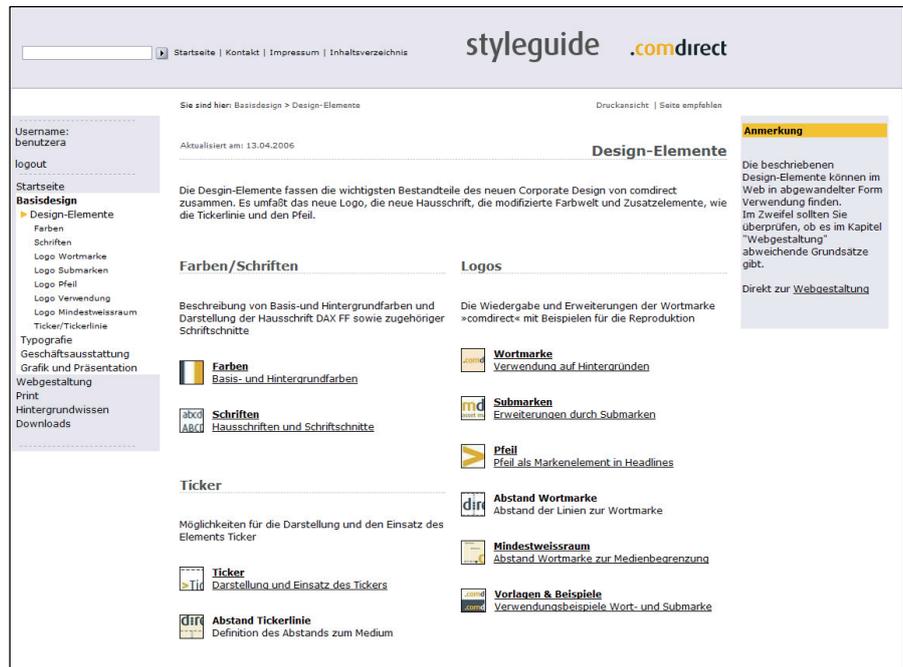


Abbildung 3: Übersichtsseite

5.0 Referenzen

Graf, Petra (2005): Was hat Wissensmanagement mit Wettbewerbsfähigkeit zu tun? Vortrag anlässlich der 1. Stuttgarter Wissensmanagement-Tage 2005. URL: http://www.steinbeis-wissensmanagement.de/Goodies-Downloads/Wima-Tage_Vortrag_Graf.pdf/download.

Rourke, Chris (2004): User Friendly e-Banking, Scottish Banker Magazine, April/May 2004, URL: http://www.uservision.co.uk/usability_articles/usability_eBanking.asp, Datum: 10. Juni 2006.

Vogt, Petra (2003): Usability im Entwicklungsprozess. In: Heinsen, S.; Vogt, P. (Hrsg.): Usability praktisch umsetzen, S. 66-72. Carl Hanser Verlag. München Wien.

Nielsen, J. (2001): Designing Web Usability - Intranetdesign. S. 263-291. 2. Auflage. München: Pearson Education Deutschland GmbH.

Friedrich, J.; Herrmann, T.; Peschke, M.; Rolf, A. (Hrsg.) (1995): Informatik und Gesellschaft. Heidelberg: Spektrum Akademischer Verlag.

Koch, M. (1995): Design Issues for a Distributed Multi-User Editor. Computer Supported Cooperative Work Journal, Vol. 3, Nr. 3-4, S. 359-378.

»Es ist erlaubt digitale und Kopien in Papierform des ganzen Papers oder Teilen davon für den persönlichen Gebrauch oder zur Verwendung in Lehrveranstaltungen zu erstellen. Der Verkauf oder gewerbliche Vertrieb ist untersagt. Rückfragen sind zu stellen an den Vorstand des GC UPA e.V. (Postfach 80 06 46, 70506 Stuttgart). Proceedings of the 4th annual GC UPA Track Gelsenkirchen, September 2006 © 2006 German Chapter of the UPA e.V.«

