

Michael Müßig

»Website Boosting auf dem World Usability Day

An mehr als 20 Orten in Deutschland wurde am 11.11. der „Tag der Benutzerfreundlichkeit“ veranstaltet. Weltweit fanden rund 200 Veranstaltungen in mehr als 40 Ländern statt.



Im Zentrum des diesjährigen Aktionstages für die Gebrauchstauglichkeit technischer Produkte standen zwei Fragen: zum Ersten, wie unser Kommunikationsverhalten durch aktuelle technische Entwicklungen und Informationsangebote beeinflusst wird, zum Zweiten, wie Gerätehersteller, Fernsehanbieter und Mobilfunknetzbetreiber ihre Anwendungen für alle zugänglich und intuitiv benutzbar machen können. Hierzu luden Usability-Experten weltweit zu Seminaren und Vorträgen ein – Website Boosting war diesmal als Medienpartner an allen deutschen Standorten vertreten.

So beleuchteten Referenten und Teilnehmer in Berlin beispielsweise die kulturellen Unterschiede bei der benutzerfreundlichen Gestaltung am Beispiel von China und Deutschland und untersuchten die Zugänglichkeit mobiler Anwendungen für Senioren sowie die Zukunft des digitalen Buches.

Unterschiede zwischen den Generationen standen auch in Stuttgart auf dem Programm. Referenten und Aussteller stellten aktuelle Entwicklungen, Projekte und Trends aus Forschung und Wirtschaft vor. In den Vorträgen ging es unter anderem um die Gestaltung von User Interfaces für internationale Nut-

zergruppen, um neue Wege der Mensch-Computer-Interaktion oder um Unterschiede zwischen Älteren und Jüngeren im Umgang mit interaktiven Geräten. An den Ständen der rund 30 Aussteller konnten Besucher selbst aktiv werden – die Schwachstellen beim Zeltauf- und -abbau herausfinden, eine Dusche per Touchscreen bedienen, die Qualität von Texten messen und auf Verständlichkeit prüfen lassen oder iPhone-Applikationen selbst gestalten.

Erstmals fand in diesem Jahr der World Usability Day „Metropole Ruhr“ statt, der in Dortmund ausgetragen wurde. Unternehmen und Institutionen aus der Region zeigten, wie sie mit ihren Ideen dafür sorgen, dass Technik einfach benutzbar wird. Usability-Experten gaben einen Einblick in ihre tägliche Arbeit und stellten Testmethoden vor, mit denen sie arbeiten.

Auch die Usability-Hochburg München hatte ein umfangreiches Programm zusammengestellt. Hier drehte sich alles um Social Media, Windows Phone 7, Usability Experience und Kommunikation 2.0 als Designtool. Die Veranstaltung in München gehörte mit 150 Besuchern neben Stuttgart und Berlin zu den größten Events in Deutschland.

Initiator des World Usability Day ist der internationale Berufsverband der Usability Fachleute, die Usability Professionals' Association (UPA). Die Veranstaltungen in Deutschland werden von der German UPA, dem Berufsverband der deutschen Usability Professionals organisiert. Weitere Informationen finden Sie unter www.germanupa.de. ¶

Daniel Kral

»ConventionCamp 2010

Zur diesjährigen interdisziplinären Konferenz und zur Vergabe des deutschen Social-Media-Preises 2010 durch den Twittwoch e. V. trafen sich diesmal über 1.200 Teilnehmer. Neben den Vorträgen wurde vor allem viel diskutiert und neue Kontakte konnten geschlossen werden.

Akteure aus Wirtschaft, Wissenschaft und Web 2.0 versammelten sich am 8. November 2010 bereits zum dritten Mal in Hannover zum Convention-Camp. Gemeinsam wurde über die Entwicklung und die Vielfalt des Internets diskutiert sowie das Angebot, an 40 verschiedenen Vorträgen teilzunehmen, wahrgenommen. Die Kombination aus klassischer Konferenz und dem Konzept der sehr beliebten Barcamps schuf eine Atmosphäre, die den aktiven Austausch unter den Teilnehmer forderte und förderte. Die verschiedenen Vorträge boten für jeden eine Möglichkeit, sich über Themen wie digitale Arbeit, Online-Marketing, gesellschaftliche Entwicklung, Content-Management-System u. v. m. zu informieren.

Getreu dem Motto der Barcamps war zu Beginn die Agenda noch nicht vollständig belegt. In der Eröffnungsveranstaltung fand eine kurze Vorstellung eines möglichen Vortrags mit anschließender Abstimmung durch „Handheben“ statt. Im Anschluss starteten bereits die ersten Referate des Tages. Bei bis zu sieben parallel laufenden Vorträgen war es leider nicht möglich, jeden gewünschten zu besuchen.

Der Vortrag „Fehler bei Online-Shops“ sorgte unter den Teilnehmer für teils rege Diskussion, konzentrierte er sich jedoch auf das Aufzeigen von Negativbeispielen. Prägnant war die starke Übereinstimmung über die Unübersichtlichkeit der verschiedenen Online-Shops und über die fehlende Motivation, den eigenen Datenbestand zu pflegen. Leider fehlte der Diskussion ein positiver Ansatz zur Verbesserung der zum Abschluss

freigegebenen Seiten und es blieb bei einer reinen Feststellung der Probleme.

Nach der Mittagspause referierte Björn Tantau von TAEMCO über „Strategien für erfolgreiches Linkbuilding“ und vermittelte Interessierten einen kurzen Einblick. Ist ein Link dofollow oder nofollow? Ist es wichtig, mit welchem Text und Meta-Angaben verlinkt wurde? Ist die linkende Seite themenrelevant zum eigenen Inhalt? Was hat das Ganze mit der IP-Adresse zu tun? Nach einer kompetenten Beantwortung dieser und einiger Teilnehmerfragen folgten sehr gute Hinweise zur Überprüfung des eigenen Internetauftritts sowie denen der Konkurrenten. Ohne eine Analyse lässt sich nicht beantworten, wo der eigene Linkaufbau steht, und eine genauere Betrachtung der Konkurrenz bietet die schöne Möglichkeit, abzuschauen. Hilfreiche Tipps zeichneten den Vortrag aus und dies setzte sich bei der Erklärung von Linkbaits fort. Am Beispiel von „lastactionseo“ wurde gezeigt, dass Faktoren wie das richtige Umfeld und die Aktivierung der Netzwerke von Veranstaltern und Sponsoren wichtig sind. Zu guter Letzt gab es ein paar Tipps zum Linktausch, die dankbar vom Publikum angenommen wurden. „Strategien für erfolgreiches Linkbuilding“ war definitiv einen Besuch wert.

Verleihung des Social-Media-Preises

Am Ende des Tages folgte die Verleihung des deutschen Social-Media-Preises 2010 durch den Twittwoch e. V. in den Kategorien Gesellschaft, Gute Sache, Wirtschaft, Kunst und Medien. In

der Kategorie Gesellschaft gewann der Journalist Stefan Aigner mit seinem Blog Regensburg digital und seinen „anderen Nachrichten für Regensburg“. „STOP FGM NOW“ (<http://einfach.st/fgm>) bekam den 1. Preis in der Kategorie Gute Sache für ihre Kampagne gegen die weibliche Genitalverstümmelung, die jedes Jahr drei Millionen Mädchen weltweit widerfährt. Die bayerischen Näherinnen der manomama GmbH aus Augsburg konnten mit ihrer öko-sozialen Kleidung und ihrem gewählten Vertriebsweg über Social Media in der Kategorie Wirtschaft gewinnen.

Michaela von Aichberger (Twitter: @frauenfuss), die bei ihrem 2009 gestarteten Projekt „Ich male meine Follower“ fleißig war und ihre Bilder auf TwitPic veröffentlichte, siegte in der Kategorie Kunst. Mittlerweile ist sie mit ihren Bildern auf Tournee und hat bereits in Nürnberg, Köln, München und Hamburg ausgestellt. In der letzten Kategorie Medien gewann ein Straßenatlas der deutschen Social-Media-Landschaft. IN-PROMO GmbH stellt mit dem Social Media Planner eine Möglichkeit zur Verfügung, die Angebote nach Themen, Zielgruppe und/oder Alter zu sortieren. Eine gelungene Idee, um das richtige Netzwerk für die eigenen Kampagnen zu finden.

Das ConventionCamp 2010 war eine gelungene Veranstaltung mit vielen interessanten Diskussionen rund um das Thema Online-Marketing und Social Media. Das nächste ConventionCamp findet am 8. Nov. 2011 in Hannover statt und sollte auf jedem Merkzettel der Online Markters stehen. ¶