

Analyse digitaler Anwendungen

Die Analyse digitaler Anwendung verfolgt die Ziele zu ergründen, wie die Anwendung funktioniert, was sie aussagt und was sie bewirkt. Dabei kann das Verstehen existierender Anwendungen Erkenntnisse bringen, wie man eine eigene digitale Anwendungen optimal plant und effektiv umsetzt.

Aufgabe

Analysieren Sie die vorgegebenen digitalen Anwendungen anhand der folgenden Kriterien. Halten Sie Ihre Ergebnisse stichpunktartig fest.

1. Zielgruppe

An wen richtet sich die digitale Anwendung?

2. Layout

Gibt es gleichbleibende Bereiche, welche eine bestimmte Funktion erfüllen, wie zum Beispiel Kopfzeile, Fußzeile, Navigationsbereich, Inhaltsbereich und so weiter. Skizzieren Sie die Bereiche.

3. Corporate Design

Welche gestalterischen Elemente sind auf das Corporate Design zurückzuführen. Welche gestalterischen Elemente werden einheitlich im Sinne eines Corporate Designs eingesetzt.

3. Navigationsstruktur

Wie sind die Inhalte miteinander verlinkt? Hierarchisch, netzartig, zufällig, linear? Oft folgen Bestellvorgänge einer linearen Struktur (Schritt 1, Schritt 2, Schritt 3 usw.), während Webinhalte hierarchisch organisiert und verlinkt sind, weil man sich darin besser orientieren kann.

4. Benutzerführung

Wie werden die Inhalte oder die Botschaften der Zielgruppe vermittelt? Welche Wahlmöglichkeiten hat die Zielgruppe? Inwieweit wird die Aktivität die Benutzer eingefordert, damit weitere Inhalte dargestellt werden? Wieviele Mausklicks sind notwendig, um zum Beispiel die technischen Merkmale (die womöglich kaufentscheidend sind) anzuzeigen.

5. Benutzerfreundlichkeit

Wie gut und sinnvoll sind die Inhalte strukturiert? Können die Inhalte von einem Screenreader sinnvoll wiedergegeben werden? Sind die klickbaren Flächen offensichtlich? Auf welche Art und Weise wird es den Benutzern leicht gemacht, sich in der digitalen Anwendung zurecht zu finden?

6. Optimierung für das Ausgabemedium

Passt sich das Aussehen automatisch an das Ausgabemedium an (Responsive Design)?

7. Farbkonzept

Gibt es ein Farbkonzept, welches die Orientierung sinnvoll unterstützt?

8. Typografie

Gilt die Typografie als lesefreundlich und unterstützt ihre Wirkung den Inhalt?

9. Gestaltungselemente

Gibt es weitere und sonstige Gestaltungselemente, welche das Erscheinungsbild prägen oder der Orientierung dienen?

10. Giulia

Inwieweit ist die digitale Anwendung glaubwürdig? Überprüfen Sie die Anwendung mit Hilfe des GIULIA-Modells.

Giulia ist ein Wirkungsmodell, nach welchem die Benutzer die Inhalte einer Webseite annehmen oder ablehnen. Dabei geht man davon aus, dass die Benutzer auf der Suche nach einer bestimmten Information sind. Wenn die Phasen des Wirkungsmodells erfolgreich durchlaufen werden, bleiben die Benutzer auf der Webseite und klicken sie nicht weg.

Die Phasen sind:

1. **G**laubwürdigkeit
2. **I**nformation
3. **U**nverwechselbarkeit
4. **L**esbarkeit
5. **I**nteresse
6. **A**ufmerksamkeit

Die Entscheidung eine Webseite wieder zu verlassen kann dabei nur Millisekunden dauern. Entscheidend ist offenbar die Glaubwürdigkeit, da sie Benutzer dazu verleitet, auf der Website zu verweilen, solange bis die gesuchten Informationen gefunden sind.

Mehr Informationen zu GIULIA siehe:

<https://blog.kulturbanause.de/2010/05/web-vs-werbung-giulia-vs-aida-modell/>

oder

www.cyanizer.de/gestaltung/aida-und-giulia-prinzip-gestaltung/

oder

www.oliver-pueschel.de/giulia.php

Hinweise für die Lehrkraft

Das vorliegende Arbeitsblatt umfasst mehrere Vorschläge für die Analyse digitaler Anwendungen. Die Analysemöglichkeiten sind möglichst allgemein gehalten und bedürfen womöglich der Anpassung an das zu analysierende Interface.

Als Analyseobjekte bieten sich an:

Websites, Informationsterminals, DVD-Menüs, Screens der Gerätesteuerung und vieles mehr.