One-Page versus Multipage-Design für inhaltsreiche Webseiten: Vergleichende Evaluationsstudie an einem Beispiel

Thema:
: One-Page versus Multipage-Design für inhaltsreiche Webseiten: Vergleichende Evaluationsstudie an einem Beispiel

Art:
: BA

BetreuerIn:
: Patricia Boehm

BearbeiterIn:
: Christopher Anastasiu

ZweitgutachterIn:
: N.N.

Status:
: abgeschlossen

angelegt:
: 2016-04-26

Textlizenz:
: Unbekannt

Codelizenz:
: Unbekannt

Hintergrund

Beim One-Page-Design oder Single-Page-Design handelt es sich um die Gestaltung einer Webseite, die nur aus einer einzigen Seite besteht und deren Inhalt durch Scrollen dem Nutzer zugänglich gemacht wird. Das Ziel dieses Design-Ansatzes besteht darin, dem Nutzer eine „Geschichte“ zu erzählen indem er die Inhalte nacheinander in der Reihenfolge wie es die Seite vorgibt, entdeckt. Zudem soll die Bedienung dadurch „vereinfacht“ werden, da der User nur noch Scrollen und nicht mehr zu Unterseiten navigieren muss. Besonders geeignet sind die One-Pager für Seiten die wenig Inhalt umfassen und nur ausgewählte Beiträge dem Nutzer präsentiert werden sollen also z.B. Produktseiten, Werbekampagnen, kleine Dienstleister etc. Die Domäne der User Experience Agenturen bzw. Dienstleister bietet zahlreiche Beispiele für One-Pager, da dort ein innovatives und modernes Erscheinungsbild der Unternehmensseiten angestrebt wird. Für inhaltsreiche Seiten ist das One-Page-Design weniger geeignet da der Nutzer sich schwer orientieren kann und eine klare Struktur in Form einer Navigationsleiste fehlt.

Zielsetzung der Arbeit

Die Bachelorarbeit soll der Frage nachgehen, ob sich das One-Page-Design überhaupt für inhaltsreiche Webseiten eignet bzw. wie ein geeignetes Layout aussieht. Hierfür soll eine „normale“ Multipage-Webseite z.B. http://www.scoreberlin.de in eine One-Page-Variante umgestaltet werden,

wobei die Designstrategie systematisch festgehalten werden soll (z.B. Links werden zu Hauptüberschriften und Ankerpunkte werden linksseitig angebracht wegen F-Pattern etc.)

Konkrete Aufgaben

Ziel bzw. Erfolgskriterien sind gute Auffindbarkeit der Informationen (Usability) und Attraktivität der Seite. Die Zielkriterien sollen in einer Nutzerstudie überprüft und mit der Ausgangsseite verglichen werden. Dabei sollen zwei Tasks bearbeitet werden: Ein explorativer Task, bei dem die Probanden die Webseite frei erkunden können und ein Look-Up Task, bei dem bestimmte Informationen aufgefunden werden müssen (z.B. ob die Agentur UX-Evaluationen oder Eye-Tracking Studien anbietet.). Danach werden jeweils als abhängige Variablen Zeit und Single-Ease-Question für die Usability und der AttrakDiff für die Attraktivität erhoben. Für beide Webseiten-Varianten werden eigene Probandengruppen rekrutiert (Between-Subjects-Design), da die Inhalte gleich sind und somit Lerneffekte zu erwarten sind. Als Domäne für die Studie wurde der Bereich der UX-Agenturen gewählt, da andere Domänen z.B. Shopping, Reisewebseiten zu umfangreiche Inhalte aufweisen.

Erwartete Vorkenntnisse

Usability, Empirische Studie

Weiterführende Quellen

http://www.usabilityblog.de/2012/02/eine-seite-reicht-%E2%80%93-wow-effekte-mittels-one-page-websites/ http://www.uideation.com/ und http://milkandpixels.com/
http://www.webinsation.com/should-i-have-a-one-page-website/

From:
https://wiki.mi.ur.de/ - **MI Wiki**

Permanent link:
https://wiki.mi.ur.de/arbeiten/one-page_und_multipage_design_und_evaluation

Last update: **01.10.2019 11:59**