

Einfach gesagt.

**Kolumnen.
Erregungen und Fachartikel
zum und über das Internet.**

Von Diego Bernardini.

Für alle, die das Einfache mögen.

Grossen Dank an Sabine Schranz (Buchgestaltung), Daniel Schranz (Umschlag), Lukas Schmid (Klappentext) und Thomas Stichler (Lektorat).

Inhaltsverzeichnis

Iu-sa-bi-li-ti!

Und jetzt auf Deutsch, bitte.

Entrüstungsturm.

Schnell, einfach, erfolgreich.

Bilderflut.

Vertrauen.

Vertikal scrollen.

Inhalte, Inhalte, Inhalte.

Das paradoxe Beispiel.

Bitte das Internet abschalten.

Kaputtes Internet.

Von der Komplexität der Einfachheit.

Heidi, lass dein Haar herunter!

DOA: Dead-On-Arrival.

Dinosaurier.

Autopilot.

Funktioniert das noch?

Einfach falsch.

Dienstleistung? Nö!

Sex und Traffic, das Marketing und die Apps.

Herr, die Not ist gross!

Suchmaschinenfetischismus: Optimierte mich!

Und niemand interessiert sich.

Und niemand interessiert sich: Nachtrag.

Weil einfach einfach einfach ist.

Die Lösung der Suche ist das Problem.

Size matters überhaupt nicht (immer).

Schar·la·tan, Schar·la·ta·nin.

«Nö, ich will das aber so!»

Die Wählscheibe: einfach geil!

Die Schlange und ihr Schwanz.

Das Handgelenk, das Internet und die Suchmaschine.

Ist Bequemlichkeit gefährlich?

Keine Frage? Falsche Frage!

«Animierter Mist» und andere Schönheiten.

Der Köder muss dem Fisch schmecken, nicht dem Angler.

So optimiert man Websites für Suchmaschinen - Teil 1

So optimiert man Websites für Suchmaschinen - Teil 2

Kolumnen. Erregungen und Fachartikel.

Die Inhalte dieses Buches wurden zwischen 2012 und 2018 in Fachpublikationen und – jeweils in voller Länge – auf dem Blog «Einfach gesagt» (<https://blog.dbx.ch>) publiziert.

Es versteht sich von selbst, dass einige Meinungen und Provokationen zum Zeitpunkt der Buchpublikation inzwischen von der Realität eingeholt worden sind.

Die Texte wurden für das Buch stilistisch leicht überarbeitet.

Allen Texten ist das Anliegen gemein, komplexe Sachverhalte möglichst einfach zu erklären.

Viel Spass beim Lesen!

Iu-sa-bi-li-ti!

Dieser Anglizismus ist für die deutsche Sprache eine Frechheit sondergleichen. Noch umständlicher aber ist die Übersetzung in «Benutzerfreundlichkeit». Man stolpert in diesem beachtlichen deutschen Wort über acht Vokale und bricht sich wörtlich die Zunge daran. Die Komplexität des Ausdrucks widerspricht der Intention seiner Bedeutung.

Die Diskussionen, Konzepte, Strategien und Ausführungen um den Begriff und das Wesen der «Benutzerfreundlichkeit» oder der «Gebrauchstauglichkeit» im Web sind indes seit jeher ausgesprochen wichtig und haben im Laufe der Zeit zu besseren – weil einfacheren – Websites geführt. Dennoch geht es im Internet eben nicht nur um die Einfachheit von Webauftritten, sondern in erster Linie um die Erbringung von Dienstleistungen. Und nicht nur daran hapert es leider vielerorts.

Auf einer Baustelle in Norddeutschland las ich vor Kurzem auf einer Bautafel: «Unsere Website informiert Sie detailliert über den Baufortschritt.» Das nahm ich wörtlich und habe voller Vorfreude den abgebildeten QR-Code gescannt und mit dem Mobiltelefon die Website aufgerufen.

Und dann war ich sprachlos.

Die Seite war erstens für mobile Endgeräte optimiert, sie erklärte zweitens, was da gebaut wurde und warum, zeigte drittens den momentanen Stand der Arbeiten auf den Tag (!) aktualisiert an und stellte viertens eine Kontaktperson für weiterführende Informationen vor.

Nachdem ich die Sprache wiedergefunden hatte, klickte ich auf die Telefonnummer. Der Herr am anderen Ende der Leitung freute sich gleichermassen ob meines Anrufs wie ich mich über seine Website. Dass ich nur die Hälfte des Telefonats verstanden habe, hat einzig mit der plattdeutschen Sprache zu tun. Die ist bekanntlich alles andere als einfach.