

## Responsive Content

Internetseiten, die auf unterschiedliche Auflösungen reagieren, kennen Sie bereits. Wie wäre es aber, wenn sich Ihre Webseite dem jeweiligen Besucher anpasst? Mit Aware.js können Sie Inhalte entsprechend der Besuchshäufigkeit anders anordnen – gerade für Shops und Portale ein interessanter Aspekt.

Der Zweck von Aware.js lässt sich mit den Begriffen „Reader Aware Design“ und „Responsive Content“ am besten beschreiben: Internetseiten, die nicht länger immer gleich aussehen, sondern mit jedem Besuch auf den Leser reagieren. Und zwar auf jeden Leser anders. Gemeint sind nicht jene Portale, wie Google News beispielsweise, bei denen sich ein registrierter Nutzer die Seite nach seinen Bedürfnissen anpassen kann, sondern nahezu jede Art von Webseite mit einem gewissen Anteil an regelmäßig aktualisierten Informationen, die Benutzer dazu einladen, die Webseite erneut zu besuchen. Das können private Blogs genauso sein wie Shops oder Unternehmens-Webseiten. Sie alle können von „Responsive Content“ profitieren.

### Bewusstsein statt Langeweile:

In dem Film „I, Robot“ haben Roboter ein Bewusstsein und reagieren damit auf die Bedürfnisse ihrer Besitzer. Das macht sie zu fast unentbehrlichen Helfern, da sie in der Lage sind, immer adäquat auf die jeweilige Situation zu reagieren, statt nur einem stumpfen Schema F zu folgen. Stellen Sie sich vor, Webseiten würden auf Besucher in ähnlicher Art und Weise reagieren. Was würde das für die Inhalte Ihrer Seite bedeuten? Ben Brown, Gründer der Agentur XOXCO in Texas, hat sich intensiv mit dem Thema auseinandergesetzt. Seiner Ansicht nach müssen moderne Webseiten lernen, die Bedürfnisse ihrer Nutzer besser zu verstehen und darauf zu reagieren, sowohl hinsichtlich der Gestaltung, als auch der Usability und der Inhalte. Auf diese Weise werden Webseiten zu Chamäleons und passen sich den Anforderungen und Ansprüchen ihrer Nutzer an. Um das Konzept hinter Reader Aware Design zu verstehen, sollten Sie sich zunächst mit den verschiedenen Besuchertypen Ihrer Webseite auseinandersetzen. Brown hat für die Neugestaltung des Tech-Blogs Pando Daily einen Ansatz gewählt, bei dem eine Zeitschiene die Hauptrolle spielt. Nutzer werden anhand ihrer Besuchshäufigkeit auf eben jener Zeitskala verortet und damit klassifiziert. Auf diese Weise gelangen Sie zu verschiedenen Nutzertypen:

- Erstbesucher
- Wiederkehrender Besucher (heute zum ersten Mal zu Besuch)
- Fans (zwei oder drei Besuche heute)
- Groupies (ständige Besuche und Reloads)

### Von Erstbesuchern bis Groupies:

Für einen Erstbesucher spielt es bei Reader Aware Design zunächst keine Rolle, welche Inhalte er sieht – wir wissen schlichtweg in diesem Moment zu wenig über ihn. Daher lassen wir diesen Nutzertypen für die Betrachtung zunächst außen vor. Interessanter ist der Fan. Dieser nimmt beim ersten Besuch am Morgen die prominent platzierten Themen wahr, von denen er ein oder zwei anklickt. Anschließend verlässt er die Seite wieder, kehrt nachmittags aber zurück. Bisher reagieren Webseiten auf wiederkehrende Besucher nicht oder nur sehr eingeschränkt. Dabei könnten Webseitenbetreiber deutlich mehr aus ihren Präsenzen herausholen, wie Harvard-Professor Clayton M. Christensen in seinem Artikel „Breaking News – Mastering the art of disruptive innovation in journalism“ erläutert. Die Wirkung von Störern kennen gute Designer und setzen diese Technik in Print und Online gleichermaßen ein, beispielsweise in Form von gezackten Sternelementen rund um Sonderpreise. Für das Beispiel des wiederkehrenden Fans bedeutet das, dass bei seinem zweiten Besuch die angeklickten Themen des Erstbesuchs nicht mehr im Vordergrund stehen, also nicht mehr so prominent platziert sind. An die Stelle der Anleser rücken entweder tiefer gehende Informationen oder themenverwandte Artikel, die dem Benutzer angeboten werden – passend zu den zuvor angeklickten Inhalten.

Noch anders ergeht es dem Groupie: Die hohe Besuchshäufigkeit ist ein Indiz dafür, dass vor allem News und kurze Informationen konsumiert werden. Entsprechend wird hier die Anzahl der News erhöht und besonders aktuelle News seit dem letzten Besuch mit einem visuellen Störer „Neu“ gekennzeichnet. Auf diese Weise wird seine Jagd nach schneller Beute unterstützt und sein Bedürfnis befriedigt. Denn nur darum geht es bei Reader Aware Content. Letzten Endes sind Nutzer immer auf der Suche nach Lösungen zu ihren Problemen und bleiben jenen Seiten besonders treu, die diese Bedürfnisse in einem hohen Maß erfüllen.

## Pando Daily und Aware.js:

Für den Relaunch von Pando Daily setzte das Team rund um Ben Brown das zuvor beschriebene Konzept um und bescherte der Webworking-Gemeinde mit Aware.js überdies ein jQuery-Plug-in, mit dessen Hilfe Sie Ihre Webseite auf einfache Art und Weise „reader aware“ gestalten können. Dazu fügt Aware.js Ihrer Webseite CSS-Klassen hinzu, die die verschiedenen Benutzertypen identifizieren, die wir zuvor kennengelernt haben. So arbeitet das jQuery-Plug-in:

- Es trackt über ein gesetztes Cookie die Zeit zwischen den Besuchen und gibt diese Information über JavaScript-Funktionen an Sie zurück.
- Neue Inhalte können mit CSS-Klassen gekennzeichnet werden, um diese entsprechend zu gestalten.
- Innerhalb des Content-Streams Ihrer Seite werden relative Bookmarks eingefügt. Damit können Sie neue Inhalte seit dem letzten Besuch zum Beispiel mit dem Hinweis „Neu“ hervorheben.

Sobald Sie Aware.js in Ihre Webseite eingebunden haben, können Sie das Layout der Seite dramatisch verändern. Das zeigt das Beispiel Pando Daily sehr anschaulich, ebenso wie die Demo-Seite zu Aware.js, die zwar nicht mit Layout-Finessen glänzt, aber die Möglichkeiten sehr gut demonstriert.

## Fazit

Noch steckt Reader Aware Design in den Kinderschuhen. Ob es nach Responsive Design der nächste Trend wird, hängt sicher auch davon ab, ob sich das Konzept beim Leser durchsetzen kann. Denn auch Nutzer erlernen bestimmte Verhaltensmuster und sind es gewohnt, dass Inhalte sich gleichartig präsentieren. Verschwinden diese auf einmal oder sind anders angeordnet, führt dies mitunter schnell zum gegenteiligen Effekt, und der Besucher wendet sich verwirrt ab. Ähnliche Bedenken gab und gibt es aber auch im Zusammenhang mit Responsive Design und anders angeordneten oder gar anders aussehenden Webseiten, wenn diese auf kleineren oder größeren Monitoren betrachtet werden. Dennoch bietet Aware.js eine interessante Möglichkeit, um Benutzern ohne Log-in eine Individualisierung der Webseite anhand von persönlichen Präferenzen zu ermöglichen und Inhalte schneller aufzufinden. Vor allem Internetseiten mit einem Potenzial für wiederkehrende Nutzer, wie News-Seiten, Shops oder Informationsportale, dürften mit Reader Aware Design neue Möglichkeiten entdecken und vielleicht sogar die Besuchshäufigkeit erhöhen. In Verbindung mit Ajax sind sogar weitere Möglichkeiten der Personalisierung und Performance-Optimierung denkbar, die weit über den Desktop-Bereich hinausgehen und für hybride Apps oder Web-Apps interessante Optionen bieten. Beispielsweise könnte eine Shopping-App für Gadgets einem Nutzer eines Smartphones mit geringer Auflösung im sichtbaren Bereich stets jene Kategorien präsentieren, die er besonders häufig besucht, und andere Inhalte entweder ganz verstecken oder aus dem direkt sichtbaren Bereich des Screens schieben.

Text: Ansgar Hein, bis Ende 2013 Mitinhaber von anatom5. (Erschienen im Screenguide Magazin Nr. 17)