
Vorwort

Das vorliegende Buch versucht, eine Brücke zwischen den Nutzern und den Entwicklern bzw. Betreibern eines Suchproduktes herzustellen. Dabei sind alle Suchmaschinen und Suchprodukte – außer Websuchen wie Google oder Bing – angesprochen. Über Websuchen gibt es viel Literatur und wissenschaftliche Studien, über z. B. Produkt-, Nachrichten-, Intranet- oder Bildersuchen jedoch nur sehr wenig. Dieses Buch soll die Lücke schließen durch einen umfassenden Einblick in die Welt der User Experience in Suchmaschinen. Dabei habe ich mich dazu entschlossen, das Buch nicht als eine wissenschaftliche Abhandlung des Themas darzustellen, sondern als Grundlage für Praktiker mit vielen Beispielen und Herleitungen der Probleme. Das Buch richtet sich gleichermaßen sowohl an Anfänger als auch Fortgeschrittene und Experten aus den Bereichen Design, Produktentwicklung, Usability, User Experience und Informatik. Weiterhin können auch Studenten und Dozenten der aufgezählten Fachbereiche davon profitieren. Zu oft sehe ich in meinem Arbeitsumfeld, wie Suchen sehr stiefmütterlich behandelt werden, da sie auf der Prioritätenliste in der Produktentwicklung an letzter Stelle stehen. Dies ist jedoch ein Fehler, der innerhalb des Buches begründet wird. Suchen stellt eine der wichtigsten Funktionen für Nutzer von Webangeboten, Services und Applikationen dar. Je stärker die Suche im Nutzungskontext der Website oder des Angebots integriert werden soll, desto wichtiger ist eine Betrachtung der User Experience für die Suche. Zu diesem Zweck werden für die Grundlagen wichtige Definitionen verwendet und Erläuterungen gegeben, sodass der Einstieg in die Thematik erleichtert wird. Die Kapitel bauen aufeinander auf, können aber auch je nach Wissensstand, Bedarf und Fragestellung separat gelesen werden. Am Ende des Buches gibt es Checklisten, die als Arbeitshilfe einzusetzen sind und die individuell die Themenbereiche unterstützen.

Da mein Buch nicht in Isolation von dem Leben entstanden ist, sondern aus einer Kombination unterschiedlichster Aktivitäten, Einflüsse und Eindrücke resultiert, möchte ich mich an dieser Stelle bei den an meiner Entwicklung beteiligten Personen bedanken. Danken möchte ich meinen Kollegen des ursprünglichen Teams Suche der DTAG, dem Kernteam Suche der ESEMOS GmbH und denen, die mich in meiner täglichen Arbeit inspiriert haben. Insbesondere Dirk Lewandowski, der mich zu diesem Buch motiviert hat und hierzu die initiale Diskussion gab. Denn

die Idee zu meinem ersten Buch entstand aus der Zusammenarbeit zum *Handbuch Internet-Suchmaschinen Band I und II*. Danke auch an Hajo, der mich liebevoll und motivierend durch diese Zeit begleitet hat. Mein Dank gilt auch dem Springer Verlag, insbesondere Herrn Engesser und seinem Team, für die Möglichkeit, mein Buch zu publizieren.

Ich wünsche allen Lesern viel Spaß mit dem Buch und dass sie viele neue Ideen aus den Themen für sich verwenden und umsetzen können. Über Rückmeldungen, Anregungen und Kritik zu diesem Buch freue ich mich immer.

Wiesbaden, im Mai 2012

Sonja Monika Quirmbach

Suchmaschinen

User Experience, Usability und nutzerzentrierte

Website-Gestaltung

Quirnbach, S.M.

2013, XII, 171 S. 84 Abb., Hardcover

ISBN: 978-3-642-20777-8