

Businessplan HULA – HULA

Thomas Wenskat ¹	Marco Kalinke ²
Matrikelnr.: 85 10 72	Matrikelnr.: 85 20 92
Tel.: 0 68 41 - 99 37 032	Tel.: 0 63 32 - 91 39 54

17. Februar 2004

¹eMail: thomas@wenskat.de

²eMail: maka@marco-kalinke.de

Zusammenfassung

Das HULA – HULA Tool Projekt hat zum Ziel, die Überprüfung der wichtigsten Parameter einer Website:

1. HTML Validation
2. Usability - Brauchbarkeit
3. Link Konsistenz
4. Accessibility Gewährleistung

in einem einzigen Tool zu fokussieren. Ursprünglich war das HULA - HULA Tool als Tool fuer den Mozilla - Browser geplant. Weitere Untersuchungen haben jedoch gezeigt, dass immer noch ... Prozent aller Internet Nutzer den Internet Explorer von Microsoft verwenden. Um dieses Klientel nicht von vorne herein auszugrenzen, ist das Tool mit den oben genannten Features nun als Java Applikation implementiert.

Inhaltsverzeichnis

I	Company and Product Description	2
II	Industry and Market Analysis	3
1	Zielgruppe	3
2	Zukunft des Marktes	4
3	Existierende Produkte	5
3.1	HTML-Validator	5
3.2	Link - Checker	5
3.3	Accessibility - Checker	5
III	Marketing Outline and Sales Strategy	6
4	Markteinführung und Etablierung	6
5	Entwicklung einer kommerziellen Version	6
6	Bewerbung der kommerziellen Version	6
7	Kundenbindung	6
IV	Implementierung und Ablauf	7
8	Spezifikation	7
9	Strategie	7
10	Anforderungen	7
10.1	Hardware	7
10.2	Software	7
11	Development Status	8
12	Mitarbeiter	8
V	Management, Team	8

<i>INHALTSVERZEICHNIS</i>	2
13 Organisation	8
14 Management	9
15 Teamstruktur	9
16 Hintergrund und Verantwortlichkeiten	9
16.1 Know - How	9
16.2 Verantwortlichkeiten	10
VI Zeitplan	10
VII Corporate Identity	11
17 Logo	11

Teil I

Company and Product Description

Das HULA – HULA Tool (von HTML- und Usability- Validator, Link-Checker, Accessibility-Validator) wird entwickelt von Thomas Wenskat und Marco Kalinke. Beide sind Studenten des Studienganges Digitale Medien an der Fachhochschule Zweibrücken. Die Idee zu dem Projekt entstand im Rahmen des Faches Medienkonzeption und Produktion. Ziel ist es, ein Tool zu entwickeln, das Webseiten nach Accessibility- und Usability-Kriterien analysiert. Das Tool soll kein Ersatz für komplexe Analyse-Werkzeuge sein, mit denen zum Beispiel Dreamweaver von Macromedia oder Adobe GoLive arbeiten. Vielmehr sollen dabei eine einfache Bedienung sowie schnelle und brauchbare Ergebnisse im Vordergrund stehen, so dass die größten Fehler einer HTML-Seite erkannt werden. Was soll das Produkt leisten?

- Accessibility - Validator
- Link - Checker
- HTML - Validator
- Usability - Validator

Abstriche müssen vor allem im Bereich der Usability gemacht werden. Subjektive Eindrücke wie das Gefallen einer Seite, gute oder verwirrende Navigation, Farbgebung, blinkende Bilder, inverted pyramid style bei Texten oder Konventionen lassen sich schlecht oder gar nicht automatisch überprüfen. Das Medienbüro der Stadt Karlsruhe [karlsruhe] hat eine Liste mit Usability-Tipps zusammengestellt, die sich im Wesentlichen auf die Usability-Kriterien von Jakob Nielsen beziehen und den Regeln zur Bedienerfreundlichkeit, die in der DIN 66234, Teil 8 formuliert wurden. Darunter befinden sich auch einige Negativkriterien, die sich in einem Prüfprogramm testen lassen. Das sind im Einzelnen:

Frames:

- Adressleiste und Seiteninhalt stimmen nicht überein
- Frame URL ist nicht abspeicherbar
- Erfordert oftmals eigene Navigation
- Werden vom W3C nur noch als Sonderspezifikationen geführt
- Technik hat keine Zukunft

Großes Manko, was die Usability betrifft, da nicht intuitiv.

Java-Applets, Flashfilme, Java-Scripts :

- Häufigste Ursachen für Abbruch
- Erfordern spezielle Browsereinstellungen und plugins. Ansonsten: Fehlermeldung.
- Nutzer haben keine Geduld mit Fehlermeldungen
- Nutzer ist nicht bereit den Ablauf von Flash-Filmen abzuwarten.
- Nutzer aktualisieren Browser nicht regelmäßig.

Scrolltext:

- Vor allem waagrecht scrollender Text sorgt für Leseprobleme

Schriftart:

- Serifenschrift für Bildschirmausgabe ungeeignet

Verwaiste Seiten:

- Verwirren Neulinge im Netz, da sie keinen Rückweg anbieten

Anhand der genannten Kriterien lässt sich also eine kleine Aussage über die Usability einer Webseite erstellen. Die subjektiven Kriterien muss jeder Nutzer für sich testen. Es wäre jedoch vorstellbar, mit Hilfe von HULA – HULA ein Usability Ranking für Webseiten einzuführen ähnlich der Buchbewertung bei Amazon. Ein sicherer Hinweis für eine gute Seite ist auch das W3C Gütesiegel, auf dessen Vorhandensein ebenfalls geprüft werden kann.

Teil II

Industry and Market Analysis

1 Zielgruppe

Schlechte Websites können Unternehmen Kunden kosten, so die Überschrift eines Artikels im Agenturcafé [acafe], der sich auf eine Studie des Software-Unternehmens Stellent bezieht. Von den befragten 700 Entscheidungsträgern aus großen und mittelständischen Unternehmen gaben 59 Prozent an, künftige Geschäftspartner vor dem ersten Kontakt im Internet unter die Lupe zu nehmen. Weiter ist in dem Artikel zu lesen: Eine schlechte Internetpräsentation wird nach Erkenntnissen der

Studie immer mehr zum Problem bei Firmengeschäften. So geben 39 Prozent der Befragten an, dass sie während der letzten zwölf Monate angebahnte Geschäftskontakte nach Besuchen der jeweiligen Firmen-Websites in größerer Zahl wieder abgebrochen haben, weil sie sich schlecht informiert fühlten oder Misstrauen gegenüber den betreffenden Unternehmen entwickelten. Weitere 19 Prozent beendeten die geplante Zusammenarbeit gelegentlich aus diesen Gründen. Die Studie zeigt also, dass der wichtige erste Eindruck nicht mehr beim Handshake entsteht, sondern sehr viel früher. Benutzerfreundliche und fehlerfreie Webseiten sollten deshalb zum guten Ton eines Unternehmens gehören. Nun ist es für Groß- und viele Mittelstandsunternehmen ein leichtes, ihre Webseiten professionell nach Usability und Accessibility Gesichtspunkten gestalten zu lassen. Diese Unternehmen können die teuren Untersuchungen leichter stemmen als Kleinunternehmen. Der Handwerker um die Ecke hat oftmals eine Firmenpräsentation um der Präsentation willen. Den Aufbau werden dabei kaum Spezialisten übernommen haben. Wahrscheinlicher ist, dass diese Seiten Do-it-yourself entstehen oder von jemandem der sich mit dem Zeugs ein bisschen auskennt. Dass ein bisschen Auskennen nicht ausreicht, sondern auch noch Schaden kann, zeigt die Anfangs erwähnte Studie. Kleinunternehmen werden aber gerade in wirtschaftlich schwierigen Zeiten kaum Geld für teure Seiten ausgeben. Das HULA – HULA Tool soll gerade diesen Unternehmen oder auch der Vielzahl von Hobby-Bastlern helfen, die größten Fehler wie ewige Ladezeiten, tote Links oder Meldungen wie Es sind Fehler aufgetreten. Seite kann nicht wie gewünscht angezeigt werden zu vermeiden. Das Augenmerk liegt dabei auf einem unkomplizierten, schnellen zu bedienenden Werkzeug, das kostenlos angeboten werden soll. Tool erfüllen für gewöhnlich diese Anforderungen.

2 Zukunft des Marktes

Jede Sekunde werden im Internet 20 neue Seiten veröffentlicht, vermeldete das Unternehmen XXX [wsites] im September 2003 und beruft sich dabei auf eine Studie des Nec Research Institute. Pro Tag wird das www also um rund 1,7 Millionen Seiten aufgestockt, die mehr oder weniger Usability und Accessibility Kriterien entsprechen. Das Deutsche Institut für Wirtschaftsforschung (DIW) berichtet, dass mittlerweile 47 Prozent aller Deutschen das Internet nutzen. Außerdem geht das Institut davon aus, dass immer mehr Firmen das Internet benutzen werden. Im vergangenen Jahr seien dies 62 Prozent der deutschen Firmen gewesen. (Nachzulesen ist die Studie des DIW unter [heise1]). Diese Zahlen zeigen, dass als der Markt für ein Tool wie HULA – HULA also durchaus vorhanden ist. Seien es Firmen/Kleinunternehmen, die schnell ihre Seiten überprüfen wollen oder normale User, die eine Seite lieber erst checken, anstatt sie sofort aufzurufen.

3 Existierende Produkte

Link Checker, Accessibility-, HTML-, und Usability-Validator existieren natürlich bereits und werden von unterschiedlichen Anbietern zur Verfügung gestellt, sowohl kommerziell als auch open source. Ein Tool, das alle vier Eigenschaften vereint, nichts kostet und als Browser-Tool eingerichtet werden kann, existiert unseres Wissens nicht.

3.1 HTML-Validator

W3C Markup Validator [w3cval] Freies Tool der W3C Organisation, das überprüft, ob die Syntax von HTML-Dokumenten den W3C Regeln entsprechen. Der User kann die gewünschte Webseite angeben und erhält eine Fehlerliste zurück.

CSE HTML Validator Lite v3.50 [cse] Abgespeckte Version des CSE HTML Validator mit der gleichen Funktion wie das W3C-Gegenstück. Die Vollversion kostet 39 Dollar, die Lite-Version ist kostenlos.

WDG HTML Validator [wdg] Ähnlich wie die beiden Vorgänger, ist jedoch etwas ausführlicher in der Fehlerausgabe.

Alle drei Produkte sind freie Software. Es können sowohl Seiten überprüft werden, die Online sind, als auch auf dem Rechner gespeicherte. Zum Überprüfen einer Seite, müssen die Nutzer erst auf die entsprechenden Seiten oder ein lokales Programm starten (sofern Installation möglich).

3.2 Link - Checker

Gibt es in verschiedenen Varianten, die mehr oder weniger gute Ergebnisse liefern. Als Beispiel sei hier der freie Link-Checker der W3C Organisation [w3cval] genannt, der aus jedem HTML-Dokument Links und Ankerpunkte herausfiltert und diese in eine Liste packt. Danach wird überprüft, ob zum Beispiel Ankerpunkte zweimal gesetzt wurden oder tote Links existieren. Der Link-Checker ist online und offline (nach Installation) nutzbar.

3.3 Accessibility - Checker

Bobby [bobby] Online-Accessibility-Software-Tool, das Webseiten wahlweise nach den W3C Richtlinien testet oder nach den U.S. Section 508 Guidelines und zeigt Verbesserungsvorschläge auf.

WAVE 3.0 Accessibility Tool [wave] Online-Software-Tool der Behinderten-Organisation WebAIM, mit der gleichen Funktion wie Bobby, jedoch ohne Auswahl der Richtlinien.

Teil III

Marketing Outline and Sales Strategy

Das Marketing Konzept soll grob in vier Phasen untergliedert werden.

4 Markteinführung und Etablierung

Eigene Vertriebswege oder ein eigener Kundenstamm müssen in dieser Phase nicht gefunden werden.

5 Entwicklung einer kommerziellen Version

Falls HULA – HULA von den Nutzern angenommen wird, kann damit begonnen werden, eine kommerzielle Version zu entwickeln, die einige Features mehr bietet. Zum Beispiel könnten Funktionen wie Usability-Ranking erst in dieser Version enthalten sein.

6 Bewerbung der kommerziellen Version

Beworben wird die kommerzielle Version natürlich durch Schalten von Werbung auf häufig genutzten Seiten wie Amazon, eBay usw. Dann ist sicherzustellen, dass HULA – HULA bei einer Suchanfrage nach Validatoren ganz oben in den Suchmaschinenlisten auftaucht. Wenn Kosten und Nutzen in einem vernünftigen Verhältnis stehen, kann auch über einen festen Platz in einer Suchmaschine nachgedacht werden.

7 Kundenbindung

Mit einem kostenlosen Online-Support sollen die in der vierten Phase die Kunden gebunden werden. Einnahmen durch Fremdwerbung auf den eigenen Seiten ist neben dem Verkauf als weitere Einnahmequelle vorgesehen. Das funktioniert

jedoch nur bei hoher Besucherfrequenz, was wiederum einen Erfolg des Produkts voraussetzt.

Teil IV

Implementierung und Ablauf

8 Spezifikation

HULA – HULA ist eine Java Applikation, die auf allen gängigen Plattformen lauffähig ist. Die übersichtlich gestaltete Oberfläche garantiert ein problemloses Arbeiten. Die Programmlogik ist in JAVA implementiert. Um ein Dokument auf Einhaltung der HTML - Spezifikation zu überprüfen, wird eine Open Source Portierung des bekannten Tools Tidy von der W3C

- HTML Validator
- Usability Checker
- Accessibility Checker

9 Strategie

HULA – HULA vereint die wichtigen Bereiche HTML - Validator, Usability - Checker, Link - Checker und Accessibility - Checker miteinander. Der Anwender hat die Möglichkeit, über ein simples Userinterface eine URL oder lokale Datei anzugeben, die dann von dem Tool auf die oben genannten Bereiche geprüft wird. Dabei hält sich HULA – HULA an die W3C Richtlinien.

10 Anforderungen

10.1 Hardware

Die Anforderungen auf Hardwareseite fallen sehr gering aus.

10.2 Software

Wichtig ist, das eine JVM (Java Virtual Machine) [jvasun] auf dem Rechner installiert ist.

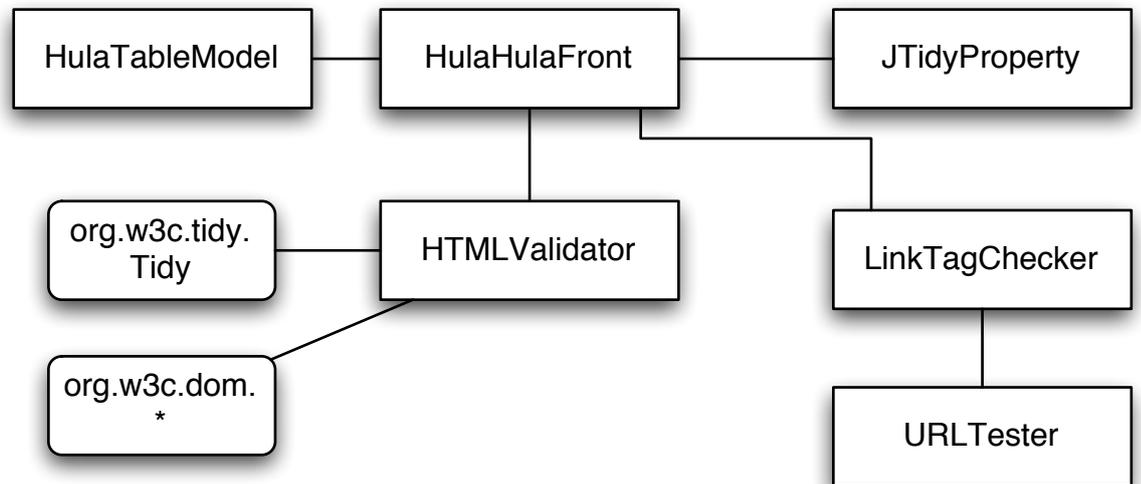


Abbildung 1: HULA – HULA Architektur

11 Development Status

Das Tool hat den Status einer fertigen Applikation erreicht und kann auf [hulahula] heruntergeladen werden.

12 Mitarbeiter

Das Entwicklerteam besteht aus zwei Studenten der Digitalen Medien im 7. Semester der FH Kaiserslautern Standort Zweibrücken.

Teil V

Management, Team

13 Organisation

Die Organisation des Teams ist zur Zeit nicht hierarchisch. Beide Teammitglieder sind gleichberechtigt und haben den gleichen Handlungsspielraum. Weitere Strukturen werden sich herausbilden, sobald sich der Entwicklerstab vergrößert

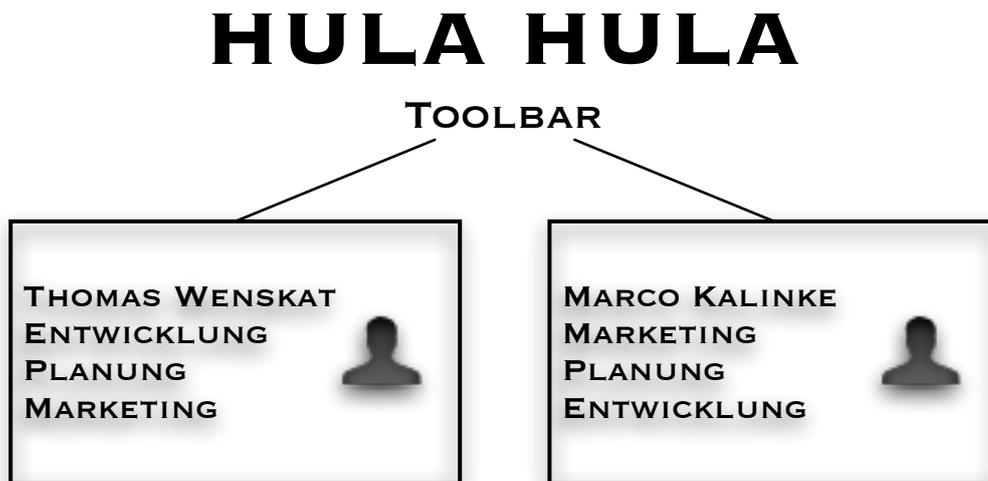


Abbildung 2: HULA – HULA Organigramm

und weitere Mitarbeiter im Marketingsektor eingestellt werden.

14 Management

Das Team hat zur Zeit kein benanntes Management. Beide Mitglieder sind gleichermaßen an strategischen Entscheidungen beteiligt.

15 Teamstruktur

Die beiden Mitglieder haben unterschiedliche Stärken. Die Gewichtung ist jedoch so geraten, dass sowohl auf der technischen Seite als auch auf der Vertriebsseite hervorragende Eigenschaften im Team vorhanden sind. Um den Erfolg des Tools zu garantieren, liegt das Hauptaugenmerk auf der technischen Ausrichtung der Entwickler. Beide verfügen über ein beeindruckend fundiertes Fachwissen, das sich in vielen Bereichen der Entwicklungsarbeit auszahlt.

16 Hintergrund und Verantwortlichkeiten

16.1 Know - How

Das fundierte Fachwissen haben die beiden Entwickler an der allseits bekannten und sehr renomierten Fachhochschule Kaiserslautern Standort Zweibrücken er-

worben. Gerade der Standort Zweibrücken gilt als Geburtsstätte vieler Pioniere auf dem IT - Markt. Beide gehören zu den Besten ihres Jahrgangs und tragen mit viel Motivation und Wissen zum Erfolg der Entwicklung bei.

16.2 Verantwortlichkeiten

Marco Kalinke ist in der Entwicklung tätig, ist aber vornehmlich für die Marktpositionierung und strategische Planung zuständig. Thomas Wenskat ist ebenfalls in die Marketingentscheidungen mit einbezogen, jedoch zeichnet er für die technische Realisierung des Tools verantwortlich.

Teil VI

Zeitplan

Das Entwicklerteam hat sich an dem geplanten Zeitplan orientiert und hat nun eine fertige Version auf sourceforge.net veröffentlicht.



Abbildung 3: HULA - HULA Logo

Teil VII

Corporate Identity

17 Logo

Um einen starken Wiedererkennungswert zu erreichen, wurde ein außergewöhnliches Logo entworfen. Es ist eine Anspielung auf den exotisch klingenden Namen der Anwendung.

Literatur

- [karlsruhe] <http://www.karlsruhe.de>
- [zdnet] <http://www.zdnet.de/news>
- [acafe] http://www.agenturcafe.de/studien/index_12530.htm
- [wsites] <http://www.worldsites-schweiz.ch>
- [heise1] <http://www.heise.de/newsticker/data/anw-23.07.03-006>
- [w3cval] <http://validator.w3.org>
- [cse] <http://www.htmlvalidator.com>
- [wdg] <http://www.htmlhelp.com>
- [bobby] <http://bobby.watchfire.com>
- [wave] <http://www.wave.webaim.org>
- [mozxul] <http://www.mozilla.org/projects/xul/>
- [javasun] <http://java.sun.com>
- [hulahula] <http://hullahulla.sourceforge.net>

Abbildungsverzeichnis

1	HULA – HULA Architektur	8
2	HULA – HULA Organigramm	9
3	HULA - HULA Logo	11