

Insite: EEN frisse KIJK op UW website

PVE PUBLIEKSNET MIST focus

Wolf Knab

Wolf Knab Website Aritectuur, w.knab@wolfknab.nl

Met het Publieksnet www.veevleesei.nl willen de Productschappen voor Vee, Vlees en Eieren het imago van de sector bevorderen. Op zich een duidelijke focus. En toch komt deze op de website onvoldoende over. Hoe komt dat en wat is de beste oplossing? Lees het in deze Insite.

Eerste indruk

PVE Publieksnet opent met een rustige, overzichtelijke homepage. Misschien wel iets te rustig: de koptekst 'Home' en de summiere introtekst in het contentveld nodigen de bezoeker niet direct uit tot een nadere ontdekking van www.veevleesei.nl. De eerste vragen die bij ons boven komen, zijn: Voor wie is de site nu echt bedoeld? Wat kan de bezoeker hier vinden? Wat heeft de bezoeker eigenlijk aan deze website? Als deze vragen niet direct op de homepage beantwoord worden, haakt de bezoeker al snel af.

De heldere menustructuur en dito indeling van de schermpagina maken het gemis aan een duidelijke focus voor een deel weer goed. Het hoofd- en submenu hebben een eenvoudige, maar doeltreffende indeling. Wat opvalt, zijn de aansprekende 'verstopte' afbeeldingen die verschijnen zodra de bezoeker de cursor over een item in het hoofdmenu beweegt. Daarnaast zijn de 'poll' en de banner voor PVE Kids leuke blikvangers die de bezoeker wellicht overhalen om langer op de site te blijven.

Concept

De PVE willen met www.veevleesei.nl het imago van de vee-, vlees- en eierensector bevorderen. Doelgroep is de (kritische) burger. De PVE stellen zelf: "Met het publieksnet willen we uitstralen dat de Nederlandse vee-, vlees- en eierensector een moderne bedrijfstak is met aandacht voor duurzaam geproduceerde voedselproducten en met zoveel mogelijk aandacht voor dierenwelzijn, voedselveiligheid en milieu." De drie kernwaarden zijn dus:

- modern;
- aandacht voor duurzame productie;
- aandacht voor dierenwelzijn, voedselveiligheid en milieu.

Doelgroep	De (kritische) burger
Doel website	Het imago van de vee-, vlees- en eieren-sector bevorderen.
Exploitatie en onderhoud	Productschappen Vee, Vlees en Eieren; afdeling Informatie Systemen.
Vormgeving en techniek	Extern.
Budget	Voor het Publieksnet was € 2500,- beschikbaar, dit bedrag is besteed aan de vormgeving. Alle overige zaken (tekst, fotografie, techniek) zijn door de PVE intern gedaan.

Bor Borren

Borren Communicatie & Design, bor@borren.nl



Helaas worden deze kernwaarden niet direct herkenbaar op de website gepresenteerd. Waarschijnlijk zoekt de bezoeker een antwoord op vragen als: Wat doet de sector om het milieu zoveel mogelijk te sparen? Wat doet de sector om veilig voedsel te produceren? Wat doet de sector ter verhoging van het dierenwelzijn? Informatie over deze onderwerpen moet de bezoeker nu per sector bij elkaar sprokkelen.

Beter zou zijn om de drie kernwaarden als herkenbare hoofdthema's op de homepage te plaatsen. Bijvoorbeeld als de thema's 'dierenwelzijn', 'voedselveiligheid' en 'milieu'. Dit zorgt voor een focus in de informatie waardoor de toegankelijkheid van de website sterk toeneemt. De kernwaarden van de vee-, vlees- en eierensector sluiten dan direct aan op de beleavingswereld van de bezoeker. De bezoeker herkent in één oogopslag voor hem bekende thema's en kan snel op zoek naar relevante informatie.

Bereikbaarheid van de doelgroep

Bezoekers kunnen op de volgende manieren op www.veevleesei.nl komen:

- via de URL www.veevleesei.nl, bijvoorbeeld naar aanleiding van een advertentie;
- via links op andere websites;
- via een zoekmachine.

Google vindt acht websites die naar www.veevleesei.nl linken. Altavista vindt er 78, waaronder een groot aantal dubbelingen. Dat is een bescheiden begin. Ter vergelijking: Altavista vindt meer dan 3.000 links naar de website van WUR en meer dan 1.000 links naar die van Agriholland.

Op zoekstrings als: 'productie van vlees in Nederland', 'vleesproductie', 'productie eieren' en 'nederlandse veehandel' wordt de website niet gevonden, terwijl een website als www.veganisme.non-profit.nl vrijwel steeds op de eerste pagina

Beoordeling

Informatieverstrekking:	Matig
Navigatie:	Goed
Toegankelijkheid:	Matig
Vindbaarheid:	Slecht
Uitstraling:	Goed
Tekst:	Matig

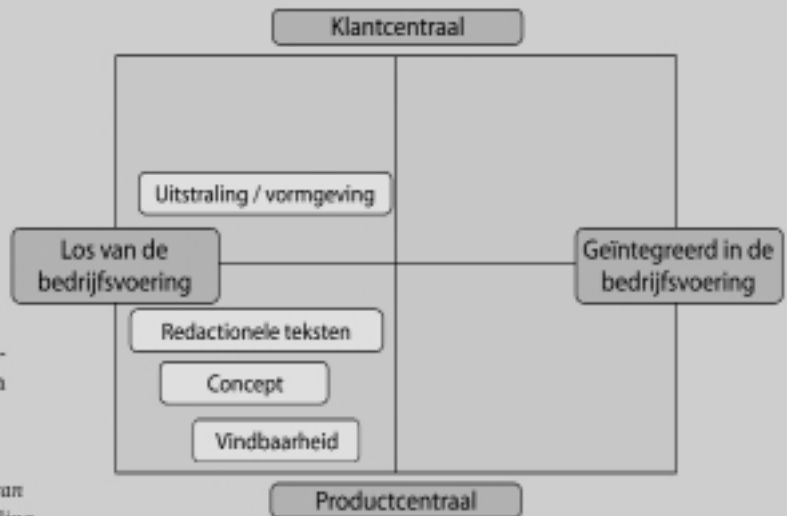
Grootste pluspunt:

Overzichtelijke menustructuur en heldere navigatie.

Grootste minpunt:

Geen duidelijke focus; kernwaarden zijn niet herkenbaar; de site sluit niet aan bij de belevingswereld van de doelgroep.

figuur 2. Beoordeling van www.veevleesei.nl conform de ontwikkelingsmatrix van Wolf Knab¹. De functionaliteiten van de website staan gepositioneerd in de kwadranten. De verdeling over de kwadranten zegt iets over de kwaliteit van de website.



staat. En die maakt bepaald geen reclame voor de vee-, vlees- en eierensector!

Navigeren en toegankelijkheid

Door het ontbreken van een duidelijke focus in de informatie laat de toegankelijkheid van www.veevleesei.nl te wensen over. Maar de navigatiestructuur op zich is functioneel en helder. Het navigeren door de menu's en pagina's gaat logisch en eenvoudig. Hyperlinks naar andere sites worden duidelijk aangegeven.

Pluspunt vormt het onderdeel 'Links' in het submenu. De hier getoonde hyperlinks naar relevante websites zijn bijna allemaal voorzien van een korte omschrijving en een afbeelding van de betreffende site. Voor de bezoeker veel handiger en nuttiger dan de onoverzichtelijke verzameling aan links die veel andere sites bieden.

Uitstraling

De site heeft een toegankelijke en vriendelijke uitstraling. De homepage ziet er verzorgd uit, maar oogt niet helemaal af door de summere tekst in het contentveld. Hierdoor ziet het midden van de scherpagina er nogal leeg uit.

De teksten op de website zijn wel overal goed leesbaar en hyperlinks zijn visueel duidelijk weergegeven. Functionele onderdelen zoals 'Zoek' zijn grafisch goed opgelost. Helaas is in de teksten geen ondersteunend beeldmateriaal te vinden. Dit zou de uitstraling van de site meer kleur geven.

De verticale titel van het hoofdmenu ('Sectoren') is een leuke functionele oplossing, maar de subtiele kleurstelling maakt het woord slecht leesbaar. Hierdoor valt het waarschijnlijk niet iedereen op. Hetzelfde doet zich voor bij het aanklikken van de sectoren: iedere keer als de bezoeker een nieuwe sector aanklikt, heeft

deze een eigen kleur. Een dergelijke wisseling van kleur kan de herkenbaarheid van zaken heel goed versterken. De toegepaste pastelkleuren op www.veevleesei.nl verschillen echter zo subtiel van elkaar dat veel bezoekers niet zullen merken dat ze bij een nieuwe kleur zijn aangekomen.

Tekst

Het ontbreken van een duidelijke focus heeft ook zijn weerslag op de presentatie van de tekst. Met name bij de onderdelen van het hoofdmenu lijkt het alsof de informatie in willekeurige volgorde bij het betreffende item is geplaatst. De bezoeker vindt op deze pagina's nergens een aanknopingspunt, want ook introteksten, tussenkopjes en illustratieve afbeeldingen zoals diagrammen en grafiekjes ontbreken. De informatie kan dus niet snel gescand en visueel opgenomen worden.

Daarnaast wordt er veel bekend verondersteld voor de bezoeker. Termen als IKB, Integrale Ketenbeheersing, IKB-normen en IKB-eisen worden zonder verdere uitleg genoemd, maar zijn bij veel burgers waarschijnlijk niet bekend.

Tevens komt de tekst nogal afstandelijk over. Er wordt steeds geschreven vanuit het oogpunt van de sector in plaats van aan te sluiten bij de beleving van de bezoeker. Opnieuw een gemiste kans, want de bezoeker zal zich hierdoor niet persoonlijk aangesproken voelen.

2) Quickscan van een Intranet, een vingeroefening. Wolf Knab, Frans Rip, *AgroInformatica*, jaargang 16, nummer 3, augustus 2003

Wilt u ook een frisse kijk op uw website? Of heeft u een suggestie voor een site? Laat het ons weten: w.knab@wolfknab.nl of bor@borren.nl