Insite: EEN *frisse* KIJK *op* UW *website*

OVERDAAD *schaadt* OP *www.voedingscentrum.nl*

Wolf Knab

(Wolf Knab Website architectuur) w.knab@wolfknab.nl

Bor Borren

(Borren Communicatie & Design) bor@borren.nl

Met www.voedingscentrum.nl wil het Voedingscentrum consumenten uitgebreid informeren over gezond en veilig eten. Zelf denkt het Voedingscentrum dat de ontsluiting van alle informatie nog verder verbeterd kan worden. In hoeverre is dat nodig en wat is dan een goede aanpak?

Eerste indruk

Op de homepage is direct duidelijk dat het de site van het Voedingscentrum betreft. De stijl is herkenbaar, gezien van tv: 'Eerlijk over eten': dit is een site met informatie voor mensen die gezond(er) willen eten.

Pluspunten:

- Goed duidelijk van wie de site afkomstig is, voor wie de site bedoeld is en wat de bezoeker aan de site heeft.

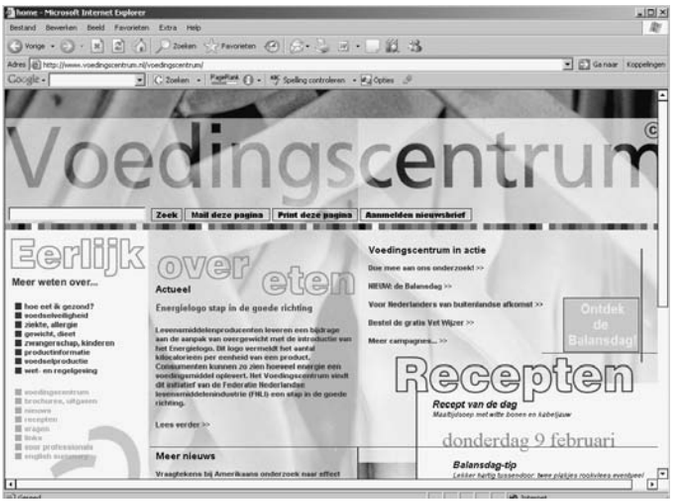
Minpunten:

- Navigatie is niet erg gebruiksvriendelijk. De bezoeker kan heel veel zaken aanklikken; de informatiedichtheid is erg hoog. Het is voor de bezoeker moeilijk om een keuze te maken en snel te zien waar hij/zij de gezochte informatie kan vinden.
- Door het gebruik van beeldmateriaal in de achtergrond is de tekst moeilijk(er) leesbaar. Cursieve tekst is eveneens op beeldscherm moeilijk(er) leesbaar.

Informatieverstrekking

De missie van het Voedingscentrum luidt: 'het Voedingscentrum wil het inzicht in de kwaliteit van voedsel vergroten, en stimuleren dat de consument gezond en veilig eet, met als doel een bewust kiezende consument en gezondheidswinst.' Het Voedingscentrum wil het 'zesde zintuig' zijn voor iedereen die meer over voeding wil weten dan de zintuigen kunnen vertellen. Hiermee voorziet het Voedingscentrum in de groeiende behoefte aan onafhankelijke, betrouwbare informatie over gezond en veilig eten. Kernwaarden zijn: onafhankelijk, integer en betrouwbaar; gebaseerd op actuele wetenschappelijke kennis; dichtbij de consument; snel en functioneel.

Doelgroep	De consument
Doel website	Het geven van informatie over gezond en veilig eten
Aantal bezoekers	10.000-15.000 per dag
Exploitatie en onderhoud	Afdeling communicatie, twee webredacteuren
Vormgeving en techniek	Extern
Budget	Voor de eerste versie (ontwikkeld in 2003) 50.000,– euro



In hoeverre komen de missie en doelstellingen van het Voedingscentrum terug in de informatieverstrekking van de website? Het valt op dat de website zeer veel informatie bevat en zeer omvangrijk is. Aan kwantiteit laat de informatie dus niets te wensen over. Maar hoe staat het met de inhoudelijke kwaliteit? Dan vallen de semi-wetenschappelijke benadering en de hoge mate van volledigheid op. De informatie is geschreven op HBO-niveau. En daarmee zou het Voedingscentrum wel eens een groot deel van de doelgroep kunnen missen. Meer dan 60% van de Nederlandse bevolking is immers geschoold op VMBO-niveau of lager. De vraag is dus of het Voedingscentrum met deze site wel zo dichtbij de consument staat als het zou willen.

Pluspunten:

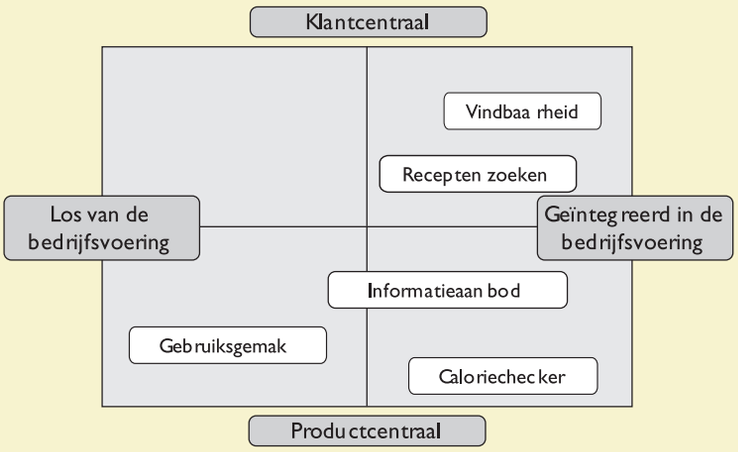
- Informatie verstrekken via testen en spelletjes.
- Aansluiting bij boodschap via radio en tv.
- Indeling op thema/onderwerp: voeding en ziekte; voeding en overgewicht; voeding en zwangerschap; etc.
- Mogelijkheid voor interactie met bezoeker. Bijvoorbeeld: 'Ontbreekt een product? Mail het ons'.

Overall beoordeling

Informatieversterkking:	Kwantitatief:	uitstekend
	kwalitatief:	matig
Navigatie:	Matig	
Toegankelijkheid:	Matig	
Vindbaarheid:	Uitstekend	
Uitstraling:	Goed	
Tekst:	Matig	

Grootste pluspunt
Volledigheid informatie en de bruikbare testen en spellen.

Grootste minpunt:
Matige ontsluiting van de informatie, zowel inhoudelijk (tekst) als visueel (navigatie en vormgeving).
Het Voedingscentrum heeft zich terecht voorgenomen dat dit beter kan.



Figuur 2. Beoordeling van www.voedingscenrum.nl conform de ontwikkelingsmatrix van Wolf Knab[1]. De functionaliteiten van de website staan gepositioneerd in de kwadranten. De verdeling over de kwadranten zegt iets over de kwaliteit van de website.

Minpunten (in relatie tot de doelgroep):
- Hoge informatiedichtheid per pagina
- Lange teksten.

Tips ter verbetering:
- Vraag je bij het presenteren van de informatie steeds weer af: 'Waarom en voor wie wil ik informatie verstrekken?'.

Navigeren en toegankelijkheid

Een website met zoveel informatie vraagt om een zeer heldere navigatiestructuur. Helaas is het Voedingscentrum daarin niet geslaagd. De navigatie is onoverzichtelijk en bevat te veel lagen. Tevens valt de zoekfunctie nogal tegen, terwijl juist bij zo'n groot informatieaanbod een goede zoekfunctionaliteit belangrijk is. Daarnaast mogen functionaliteiten als 'lettervergroting' en 'sitemap' op een uitgebreide site als die van het Voedingscentrum niet ontbreken.

Minpunten:
- Lange lijsten van subbuttons en sub-subbuttons.
- De navigatiestructuur gaat tot wel vijf lagen diep.
- Weinig visueel onderscheid in de gelaagdheid.
- Het menu en de inhoudspagina's wijzigen tegelijkertijd.
- Button 'Terug' staat op een onlogische plek.
- Bij een klein beeldscherm wordt de navigatie extra bemoeilijkt door gebruik van een horizontale scroll balk.

Tips ter verbetering:
- Beperk het menu tot één, maximaal twee lagen diep.
- Zorg ervoor dat menu en inhoud van de pagina niet tegelijkertijd wijzigen.
- Maak optimaal gebruik van geannoteerde links. Dat wil zeggen links met een toelichting. Een goed voorbeeld hiervan is de nieuwsbrief van het NRC. De geannoteerde links vormen een extra menulaag, waarbij tevens informatie geboden wordt. Bezoekers zien hiermee eenvoudig of informatie wel/niet interessant is.
- Zorg voor een 'kruimelpad', zodat de bezoeker altijd kan zien waar in de site hij/zij zich bevindt.
- Gebruik 'subwebsites' waar de informatie teveel wordt om binnen drie menulagen te presenteren. Deze aanpak leent zich uitstekend voor bepaalde thema's.
- Overweeg om de subwebsites een aan de doelgroep aangepaste vormgeving mee te geven. Daarmee kom je tegemoet aan de minder hoog opgeleide bezoekers.

Uitstraling

De uitstraling van de website is herkenbaar in combinatie met de uitingen via radio en tv. Er is bewust gekozen voor een duidelijke profilering. Het nadeel van de gebruikte styling is dat er nauwelijks contrast is tussen de verschillende onderdelen op de homepagina. Samen met de hoge informatiedichtheid geeft dit de bezoeker het idee 'door de bomen het bos niet meer te zien'. De afbeelding in de achtergrond in combinatie met de kleurkeuze van de teksten bevordert de leesbaarheid niet. Verrassend is dat bijvoorbeeld de uitstraling van de themasite 'Recepten' veel toegankelijker en consequenter overkomt.

Pluspunten:
- Duidelijke profilering; herkenbaar door aansluiting bij uitingen via radio en tv.

Minpunten:
- Weinig visueel onderscheid tussen verschillende onderdelen op homepage.
- Drukke achtergrond op homepage.
- De titel van de site ('Voedingscentrum') is zeer groot toegepast. Bij een klein beeldscherm neemt dit het halve scherm in.
- Vette letter en niet-vette letter staan in het menu door elkaar.
- Sommige menu-items staan over twee regels.

Tips ter verbetering:
- Breng op de homepage meer visueel onderscheid tussen de verschillende onderdelen aan, zodat het voor de bezoeker makkelijker wordt om een keuze te maken.
- Houd bij de vormgeving ook rekening met het effect voor een klein beeldscherm.

Tekst

De teksten zijn vrij lang en geschreven op HBO-niveau. De informatie wordt op paginaniveau niet opgeknipt, maar loopt achter elkaar door. De bezoeker moet teveel lineair lezen om bij de gezochte informatie te komen. Dit is voor het lezen vanaf beeldscherm niet handig.

Pluspunten:
- Gebruik van opsommingen.

Minpunten:
- Teksten te lang en te moeilijk.

Tips ter verbetering:
- Gebruik korte zinnen en minder moeilijke woorden.
- Gebruik meer afbeeldingen ter ondersteuning van de tekst.
- Knip de teksten op: geef eerst korte, bondige informatie die voor elk opleidingsniveau goed leesbaar is. Geef (semi-)wetenschappelijke informatie pas op een dieper niveau. De bezoeker kan zich zo beter oriënteren ('Is deze informatie iets voor mij?') en besluiten of hij/zij met dit onderdeel verder gaat of niet.

1) 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

VIAS *vraagt:*

De redactie van Agro Informatica telt op dit moment 8 leden. Deze redactie komt 4 keer per jaar bijeen voor het bespreken van de themanummers.

Voor de versterking van het team zijn wij op zoek naar:

enthousiaste redactieleden

Heeft u affiniteit met Informatie en Communicatie Technologie binnen de agrarische sector en schrijft u graag, neem dan contact op met
Fokke de Jong:
fokke.dejong@agroportal.nl of
06-29501992