

Vereinspraxis von A bis Z

Basiswissen für eine erfolgreiche Arbeit

Thema 1: Öffentlichkeitsarbeit für Migrantenselbstorganisationen

Handout

Vereine online



Grundregeln für den grafischen Entwurf von Web-Seiten

3 Ziele, die bei der Erstellung von Webpräsentationen verfolgt werden:

- Informationen zu übermitteln
- Stimmung zu erzeugen
- Zur Handlung zu animieren

Die wichtigsten Aspekte, die dabei beachtet werden sollen:

1. ZIELGRUPPE, CORPORATE IDENTITY, CORPORATE DESIGN..3	
1.1. Introseite	3
1.2. Ausstrahlung einer Seite	4
1.3. Webpräsentation gegen Druckmaterial	5
2. FORM, FARBE, SCHRIFT	6
2.1. Das Raster	6
2.2. Farbkonzept, Farbpsychologie	7
2.3. Typografie fürs Web	10
3. NAVIGATION	11
3.1. Zielsetzung	11
3.2. Die häufigsten Fehler	11
3.3. Textbasierte Navigationen und grafische Navigationen	11
4. TECHNISCHE FRAGEN	12
4.1. Browserkompatibilität	12
4.2. Bildschirmauflösung	12
4.3. Frames.....	12
5. BILDER	13
5.1. Dateigrösse	13
5.2. Bild-Dateitypen	13
5.3. Animierte Gif-Bilder	15
6. MULTIMEDIA-EINSATZ	16
6.1. Macromedia Flash	16
6.2. Ton.....	16

Zielgruppe, Corporate Identity, Corporate Design

Introseite

Introseiten: diese speziellen Startseiten, auch Splash-Screen genannt, werden oft den eigentlichen Inhalten vorgeschaltet. Sie sollen als Eye-Catcher die Neugier des Besuchers erwecken, die Stimmung erzeugen, mit Effekten beeindrucken. Ob sie diese Ziele erreichen - ist umstritten und oft Geschmackssache.

Sinnloser Einsatz der Introseite, wenn:

- die Effekte abgegriffen, nichts sagend sind
- die Animation lange Ladezeiten verursacht
- keine Möglichkeit geboten wird, das Intro zu überspringen

Einsatz der Introseite gerechtfertigt, wenn:

- die Präsentation mehr eine „Imageseite“ als eine „Infoseite“ ist
- die Effekte professionell, schnell-ladend und stimmungserzeugend sind

Mischversion, gute Lösung:

- eine Art „Trailer“ eingebaut in die erste Seite, die jedoch gleichzeitig bereits Navigation und/oder Informationen beinhaltet

Bedenklich:

- Dem User eine Wahl zwischen Flash-Version und HTML-Version anbieten
 - Zwei Versionen, die gepflegt werden müssen
 - Benutzer oft überfordert

Ausstrahlung einer Seite

Die Gestaltung der Webseite muss - um den Adressaten wirklich zu erreichen – unter folgenden Aspekten stimmig sein:

- Anpassung an die Zielgruppe: an die Gewohnheiten, Erwartungen, Kenntnisse und ästhetische Prioritäten des Besuchers, der mit der Seite angesprochen werden soll
- Anpassung an das Firmendesign (CD) und an die Firmenphilosophie (CI)
- Anpassung an die zu vermittelnde Inhalte



Ein Beispiel für die falsche Ausstrahlung: Universität Leipzig, Eingangseite vom 11.11.2003.

Rechts des Fotos ein Pfeil und die Überschrift: Wir stellen uns vor.

Weit entfernt von der Seriosität, die eine Wissenschaftliche Einrichtung vermitteln soll. Falsches Bild, auch die rosa-Farbe bedenklich.

Webpräsentation gegen Druckmaterial

Im Gegenteil zu den Erwartungen mancher Auftraggeber, kann und soll eine Webpräsentation nicht mit Druckmaterial (Prospekte, Visitenkarten, Briefbögen) identisch sein. Das Medium Web bietet Möglichkeiten, die genutzt werden sollen - wie Interaktivität oder Multimediaeinsatz - verträgt jedoch keine DIN A4 Layouts oder große Bild-Hintergründe. Die Internetpräsentationen sollen auch nicht wie PowerPoint-Präsentationen aufgebaut werden: Der User will im Internet nichts brav Seite für Seite anschauen, sondern frei und fröhlich hin-und-her springen. Deshalb auch: Vorsicht mit "Tunnelstrukturen".

Die wichtigsten Unterschiede, die sich auf das Layout auswirken:

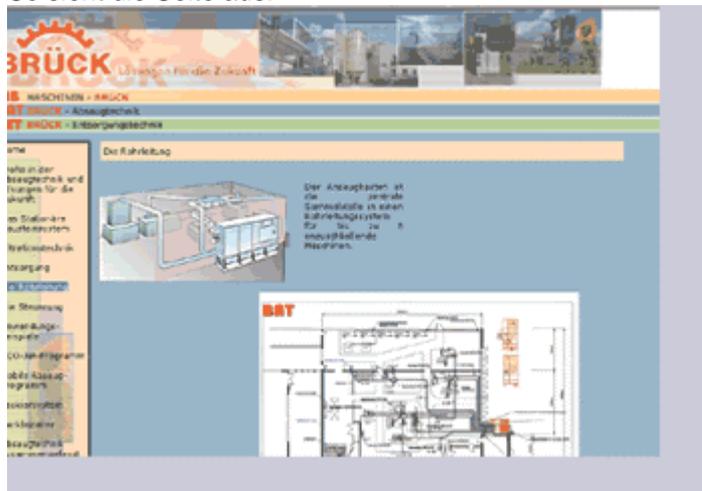
- Webgrafiken: reduziert, sparsam, empfohlen: Thumbnails mit Zoom-Funktion.
- Schlechte Lesbarkeit am Bildschirm, Lesegewohnheit der Internet-User: "Scannen" der Inhalte. Texte müssen sehr strukturiert und kurz sein.
- User springt durch das Angebot, schaut sich nur die ausgesuchten Fragmente an, in beliebiger Reihenfolge
- Format: eingeschränkt durch technische Voraussetzungen, Anpassung an die Bildschirmauflösung und Browser, je nach dem verschiedene Erscheinungsbilder beim User

Form, Farbe, Schrift Das Raster

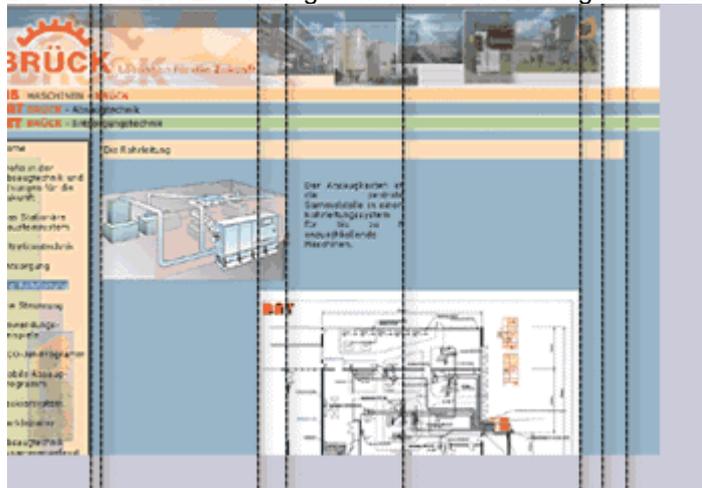
Das Raster ist als Ordnungsprinzip für die Flächengestaltung nicht zu überschätzen. Seiten, die auf einem Raster aufgebaut sind, vermitteln einen sauberen, geordneten Eindruck. Das Fehlen eines Rasters oder auch ein Raster, das nicht konsequent angewendet wurde, machen sich sofort negativ bemerkbar.

Man soll sich das Raster als ein unsichtbares Gitternetz vorstellen, an dessen Linien alle Elemente ausgerichtet werden. **Je mehr Elemente (Bilder, Texte, Tabellen) an denselben vertikalen oder horizontalen Linien ausgerichtet sind, umso geordneter erscheint die Seite.**

Falsch: Maschinen-Brück - <http://www.brueck-kg.de/index3.html> - Link: Die Rohrleitung
So sieht die Seite aus:



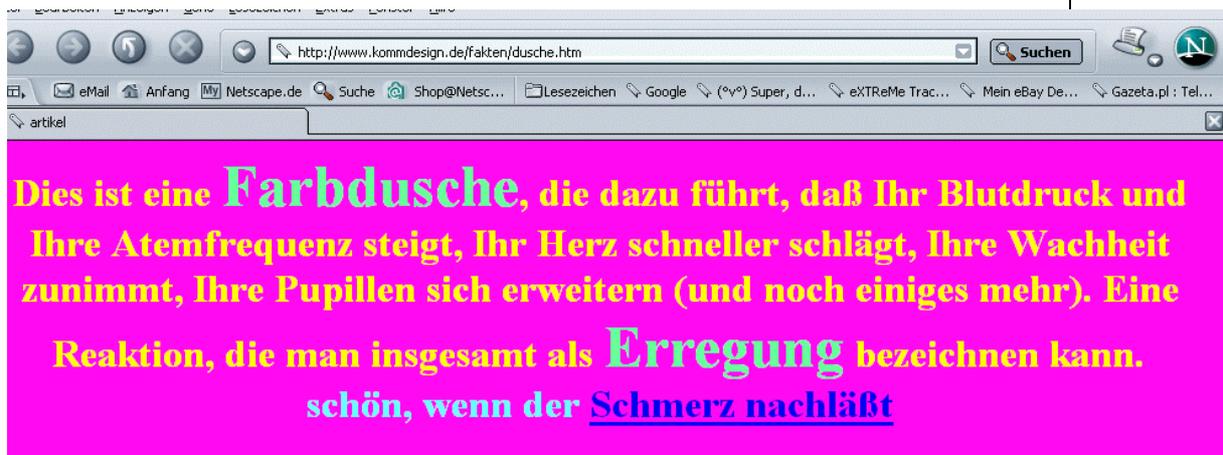
Die schwarzen Linien zeigen wie oft das Raster gebrochen wird:



Z.B. anstelle von den zwei schwarzen Linien rechts sollte nur eine unsichtbare Linie vorhanden sein, an die mehrere Elemente (das Foto ganz oben, der hellorangene Balken, die weiße Grafik unten, vielleicht sogar der Textblock) rechtsbündig ausgerichtet werden könnten.

Farbkonzept, Farbpsychologie

- Das Farbkonzept für eine Webpräsenz - unbedingt an das Thema, die Zielgruppe und selbstverständlich an die Firmenfarben angepasst
- Kontrast zwischen der Hintergrundfarbe und der Textfarbe - ausreichend, um für die Lesbarkeit zu sorgen
- Farbkombinationen - angenehm für das Auge sein, aggressive Kombinationen führen nicht zur Aufmerksamkeitserhöhung, sondern zur Ermüdung und werden mit „wegklicken“ bestraft
- Farbkombinationen können sogar massive körperliche und geistige Reaktionen hervor rufen: Beispiel für eine „Farbdusche“ (www.kommdesign.de):



Farbe und Kultur

Die Farb-Wahrnehmung ist je nach Kulturkreis unterschiedlich.

- Farbe weiß: in Europa - bei Hochzeiten verwendet, in asiatischen Ländern: oft zu Beerdigungen getragen
- Farbe orange: in Deutschland seit einiger Zeit oft und gerne angewendet, um moderne, etwas pfiffige Erscheinung zu betonen, in den USA – Assoziation mit Billigware

Farbpsychologie

Assoziationen: nur Verallgemeinerungen, denn nie kann man die Wahrnehmung einer Farbe als eindeutig und unveränderlich bezeichnen - sie richtet sich auch nach Wertewandel, Mode, Trends und Religion. Die Betrachter haben auch persönliche Lieblings- und/oder "Haßfarben".



Schwarz und Weiß

Am öftesten eingesetzt, werden eher als neutral wahrgenommen. Schwarz eignet sich natürlich für die Darstellung düsterer Szenen, wird jedoch nicht als negative Farbe wahrgenommen.

Assoziationen für beide:

- Edel
- sachlich

schwarz: Farbe der Künstler

Weißer Fläche als Hintergrund für den Text wird nach längerem Betrachten als aggressiv empfunden, ermüdet die Augen. Der helle Hintergrund soll nicht unbedingt absolut weiß sein.



Grau

Grau-in-grau, schlechte Laune, übles Wetter - daran denkt man wenn man das Wort "grau" ausspricht. Aber es sind eher lexikalische Assoziationen, denn diese Farbe richtig eingesetzt ermöglicht tolle Farbkombinationen, ist angenehmer für das Auge als weiß (großflächig) und erfreut sich großer Beliebtheit. Auch hier - bei der richtigen Anwendung - die **Assoziationen:**

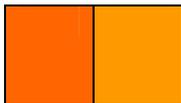
- Edel
- sachlich



Rot

Eine Signalfarbe. Soll mit Vorsicht eingesetzt werden. **Assoziationen:**

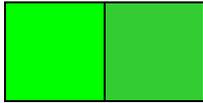
- wichtig!
- Alarm, Gefahr
- Liebe
- Feuer
- Vitalität, Dynamik



Orange

Assoziationen:

- Freude
- Lebhaftigkeit
- Spaß
- Lebensbejahung
- Ausgelassenheit
- Tatkraft
- Ausdauer



Grün

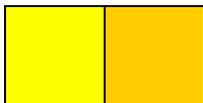
Assoziationen:

- Natur
- Ruhe
- Entspannung

Aber auch - wenn hellgrün, gesättigt, "giftgrün":

- Signalfarbe (Betonung, Hervorhebung).

Nicht großflächig!



Gelb

Auch Gelb wird den Signalfarben zugeordnet und eignet sich daher als Auszeichnung für wichtige Stellen. Großflächig: schwer anzuwenden, da meistens zu grell. **Assoziationen:**

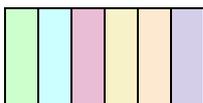
- Sonne, Gold
- Freude
- Kraft, Stärke



Blau

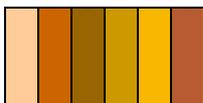
Eine sehr gute Farbe fürs Web. Positive Ausstrahlung, wird oft als eine Farbe gewählt, die eine technische, sachliche Ausrichtung der Webseite betonen soll. Wird als ruhig-ernsthaft und beherrscht empfunden. Aber auch verspielte, stimmungsvolle Seiten bauen oft auf blau. **Assoziationen:**

- Wasser
- Himmel
- Kraft, Stärke



Pastelltöne

- weich
- feminin
- nicht beängstigend



Erdtöne

- Natur
- Wärme
- Geborgenheit

Typografie fürs Web

Schriftarten:

Ein Browser kann nur die Schriften anzeigen, die auf dem Computer des Users installiert sind.

- Deshalb: bei der Auswahl der Schriften lediglich die Wahl zwischen den Standardschriften, die auf (fast) allen Rechnern installiert sind - d.h. :

Serifenlose: **Arial, Helvetica, Verdana**

Serifenschriften: **Times New Roman**

Courier: **Courier**

- **Psychologischer Aspekt: Serifenlose Schriften werden als moderner empfunden.** Manche Surfer behaupten sogar, Seiten, die die "Times New Roman" verwenden, würden ihnen altbacken erscheinen.

Wichtig: Nur Standardschriftarten verwenden oder als Grafiken einsetzen (nur für Überschriften oder Navigationselemente!)

Wichtig für die Lesbarkeit:

- Kontrast zwischen Text und Hintergrund. Gut zueinander passend sind z.B. Schwarz und Hellgrau. Wichtig: der Hintergrund soll ruhig sein, auf Bildhintergründe soll lieber verzichtet werden.
- Spaltenbreite: volle Breite des Monitors - sehr schwer zu lesen
- Passende Schriftgröße
- die serifenlosen Schriften sind auf dem Bildschirm besser lesbar

Texte gut strukturieren:

Übersichtlichkeit: Die Untersuchungen haben ergeben, dass die meisten Benutzer Texte im Internet **überfliegen**, anstatt sie zu lesen. Die Ursachen werden in der geringeren Auflösung des Monitors im Vergleich zu gedruckten Dokumenten gesucht - aber auch in der Psychologie, denn das Internet ist ein hektisches Medium. Es ist deshalb ratsam, diese Erkenntnis in die technische Textgestaltung mit einzubringen:

- ein prägnanter Sprachstil, kurze und griffige Sätze
- Nur so viel Text, wie nötig. Auf Werbefloskeln verzichten.
- sinnvolle Unterteilung in Absätze - Abstände, Überschriften, die das "scannen" der Texte erleichtern
- Auszeichnungen:
 - Fett oder Farbe, grafische Elemente.
 - Verboten: Unterstrich als Auszeichnung.
 - Schlecht lesbar: kursiv, wenn es längere Textabschnitte sind.
 - WICHTIG: Eine Logik der Auszeichnungen und Textstruktur entwickeln und konsequent einsetzen!
 - Bei längeren Texten kann aus den Überschriften eine kleine Seitennavigation erstellt werden
- Aufbau der Argumentation: keine Anlehnung an die gedruckten Texte - sondern die wichtigsten Informationen voranstellen.
- gut einsetzbar: der sog. "Teaser", eine kleine Einleitung, die das Interesse des Lesers wecken soll

Navigation Zielsetzung

- Struktur der Inhalte visualisieren, schnell erschließbar machen
- Inhalte durchsuchbar machen

Dabei soll auf jeder einzelnen Seite jede der folgenden drei Fragen mittels Navigation zu beantworten sein:

- wo bin ich?
- woher komme ich?
- wohin kann ich gehen?

Die häufigsten Fehler

Streng verboten:

- Sackgassen - Seiten ohne Navigationselemente
- Seiten, die nicht wieder erreichbar sind
- vorgeschriebene Wege - Einschränken der Klick-Freiheit des Users
- Nicht-eindeutige Seitentitel
- Ausbrüche aus dem einmal eingesetzten und vom User verstandenen System
- Scheinlinks (etwas, was genau wie alle Links in der Navigation aussieht, jedoch nicht anklickbar ist)
- Hyperlinks, die als solche nicht erkennbar sind
- JavaNavigation: wegen der Ladezeiten

Textbasierte Navigationen und grafische Navigationen

Textbasiert:

- nicht so viele gestalterische Möglichkeiten
- auch eine Art Animation möglich (mouse-over) durch stylesheets
- erweiterungsfähig, schnell veränderbar, flexibel

Grafisch:

- kann den ganzen gestalterischen Rahmen bestimmen
- interessante interaktive Effekte möglich
- nicht erweiterungsfähig, schwer zu verändern

Technische Fragen Browserkompatibilität

- Web-Browser - Visualisierungsprogramme für Web-Seiten, die die aufgerufenen Seiten zum Teil unterschiedlich interpretieren
- Nicht für einen bestimmten Browser schreiben! Sondern:
- die neu erstellten Präsenzen in verschiedenen Browser testen (Unterschiede nicht nur zwischen Netscape und Microsoft Explorer, sondern auch innerhalb einer Familie, zwischen den Versionen)
- Vollbildmodus: VERBOTEN!

Bildschirmauflösung

- wie groß der angezeigte Ausschnitt ist – abhängig von der Bildschirm-Auflösung des Users. Zum Beispiel: eine Bildschirmauflösung von 800 x 600 stellt eine Fläche von ca. 760 x 410 Pixel zur Verfügung, um die Site zu betrachten. Heute – fast alle User haben größere Monitore mit höheren Auflösungen.
- bei zu breiten Internetseiten muss horizontal gescrollt werden
- die Höhe - weniger problematisch, da Web-Nutzer daran gewöhnt sind, nach unten zu scrollen
- grundsätzlich: wichtige Inhalte der Seite eher oben als unten, und eher links als rechts unterbringen
- Nicht für bestimmte Bildschirmauflösung schreiben! Sondern:
- Seite so zu optimieren, dass sie in jeder Auflösung ab 1024 in voller Breite angezeigt wird (ab 1000 px Breite) (Auflösung testen: Systemsteuerung – Anzeige – Einstellungen)

Frames

Vorteil:

- eine Seite lässt sich aus mehreren kleineren Seiten zusammenstellen - die Navigation bleibt immer bestehen, gescrollt werden nur die Inhalte

Nachteile:

- Die URL in der Adressleiste zeigt immer die erste Ebene des Framesets - für den User nicht mehr möglich:
 - die URL an Interessierte per E-Mail weiterzuleiten
 - mit einem Link auf seiner Homepage auf diese eine Seite zu verweisen
 - ein Lesezeichen zu setzen.
- Suchmaschinen:
 - viele Suchmaschinen lesen die Inhalte, die sich hinter Frames verbergen, überhaupt nicht - somit ist der komplette Inhalt einer Seite nicht auffindbar
 - andere Suchmaschinen lesen sie und zeigen nur die gefundene Seite, von den anderen Frames (also auch der Navigation) "losgelöst"
- manchmal: der "Zurück"-Button des Browsers wird außer Funktion gesetzt.
- längere Ladezeiten
- ausdrucken: problematisch
- Scrolleisten innerhalb von Frames:
 - nehmen oft zu viel Screenplatz ein
 - sehen hässlich aus

Bilder Dateigröße

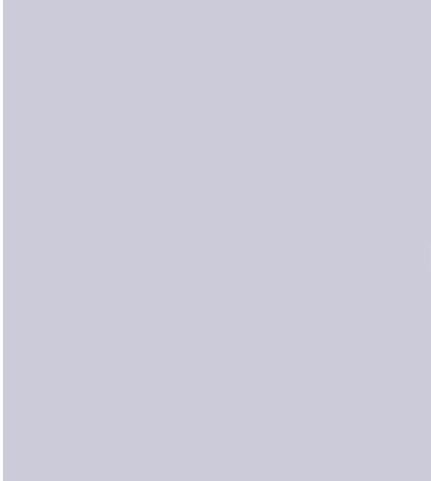
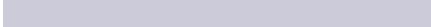
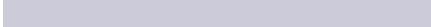
- Vordergründig: Speicherplatzbedarf. Große Bilder nur auf Anforderung des Benutzers geladen (anklickbare Vorschaubilder einsetzen - sog. Thumbnails)
- Vorsicht Falle: Bildhintergrund (Dateigröße, Lesbarkeit)
- Breite/Höhe: nicht vom Browser bestimmen lassen, im Bildbearbeitungsprogramm festlegen
- WICHTIG! Lassen Sie sich die Dateigrößen in kB zeigen! Orientierungsgrößen:
 - Fotos: 15 bis maximal 20 kB
 - kleine grafischen Elemente – wie Teile der Navigation – ca. 3 bis 5 kB
 - gif-Grafiken: bis 15 kB, sonst andere Lösung überlegen (kleinere Grafik einsetzen, große Grafik auseinander schneiden)

Ladevorgang:

- Cache nutzen, die gleichen Grafiken mehrmals einsetzen

Bild-Dateitypen

- **jpg**
 - besser geeignet für Fotografien
 - kann verlustfrei abgespeichert werden
 - gleichzeitig lässt sich aber auch komprimieren
- **gif**
 - max. 256 Farben
 - die Farbenanzahl lässt sich reduzieren (kleinere Datei - kürzere Ladezeiten)
 - transparente Hintergründe möglich
 - animierte Bilder möglich
 - besser geeignet für erstellte Grafiken als für Fotos
- **png**
 - verbindet viele Merkmale beider o.g. Formate (z. B. Transparenz und Mehrfarbigkeit)
 - zur Zeit fürs Web noch uninteressant, da großer Speicherbedarf

JPG	GIF	PNG
		
Komprimierung: 75 %, 12 kB	256 Farben, 36 kB	94 kB !
		
Komprimierung: 75 %, 8 kB	Komprimierung: 128 Farben, 30 kB	
		
Komprimierung: 9 %, 3 kB	Komprimierung: 8 Farben, 11 kB	
Deutlich sichtbar: charakteristische Bildveränderungen bei schlechter (zu starker) Komprimierung		

Animierte Gif-Bilder

- Erstellungstechnik: abspeichern mehrerer GIF-Bildern in einer Datei, welche in einer schnellen Reihenfolge angezeigt werden und damit den Eindruck eines Filmes vermitteln
- Anwendung: oft und gerne bei Werbebannern, um die Aufmerksamkeit des Users zu lenken – werden jedoch meistens als störend empfunden

Auf peinliche Bildchen aus den allgemein bekannten Webarchiven verzichten!



Multimedia-Einsatz Macromedia Flash

Einsatzmöglichkeiten:

- ganze Projekte, voll animiert und interaktiv
- kleine Animationen als eye-catcher
- animierte Navigationsleisten

Technik: Macromedia Software

Einsatz sinnvoll:

- gekonnt gemacht: immer; lässt die Möglichkeiten des Mediums voll ausnutzen
- wenn es um eine Image-Präsentation geht

Früher umstritten: da ein neues Plug-in heruntergeladen werden musste;

Aktuell: wird zum Standard
(vergl. Webstatistiken: <http://www.webhits.de/> - 11.11.2003
- bei 98.3% Webuser ist das Flash-Plug-in bereits installiert

Am 02.06.2008 – nur 52,6%, aber User sind erfahrener)

Ton

Einsatz:

- soll Stimmung erzeugen
- oft umstritten, Wiedergabe je nach System- und Hardwarevoraussetzungen unterschiedlich
- bei Loops: Soll auf jeden Fall ausschaltbar sein
- Lizenzbestimmungen beachten!