

«Von der Idee zum erfolgreichen Internet-Auftritt»

Leitfaden für Grafiker

Rotkreuz, 11. Februar 2000

Inhalt

1. Einleitung

- 1.1 Das World Wide Web - die Kommunikationsplattform auf dem Internet
 - 1.2 Die Gestalter - Aufgabe und Funktion
-

2. Planungsphase

- 2.1 Das Briefing - damit nichts vergessen geht
 - 2.2 Das Konzept - Ideen aufs Papier gebracht
 - 2.3 Die Strategie - erfüllen Sie die Wünsche der Besucher
 - 5.4 Die Navigation - führen Sie die Besucher durch die Website
-

3. Gestaltungsphase

- 3.1 Das Corporate Design - ja, aber...
 - 3.2 HTML - Kompatibilität mit Einschränkungen
 - 3.3 Die Software - XPress, Photoshop & Co
 - 3.4 Die Seitengrösse - das Mass aller Dinge
 - 3.5 Die Farben - 216 sollten genügen
 - 3.6 Die Typographie - wenn der Empfänger das Sagen hat
 - 3.7 Die Bilder - weniger ist mehr
-

4. Realisationsphase

- 4.1 Die Projektorganisation - denn sie wissen was sie tun
 - 4.2 Der Domainname - ihre gute Adresse im World Wide Web
 - 4.4 Das Hosting - wo sich Websites zuhause fühlen
 - 4.5 Die Programmierung - worauf Sie sich verlassen können
-

5. Startphase

- 5.1 Die Suchmaschinen - wer sucht der findet
 - 5.2 Die flankierende Massnahmen - mit vereinten Kräften zum Ziel
-

6. Projektablauf

1. Einleitung

1.1 Das World Wide Web – die Kommunikationsplattform auf dem Internet

Internet und World Wide Web eignen sich ideal, um vorhandenen und potentiellen Kunden aktuelle Informationen schnell und unkompliziert anzubieten. Sie erweitern den Kundenservice um eine zeitgerechte Form der direkten Kommunikation. Die Internetpräsenz steht zudem für die Innovationsbereitschaft eines Unternehmens. Man gewinnt nicht nur ein neues, sondern ein ungleich flexibleres Instrument mit großem Entwicklungspotential.

1.2 Die Gestalter – Aufgabe und Funktion

Die Aufgabe des Grafikers bei der Realisation eines Internet-Auftritts kann vom einfachen Gestalten bis zum Fullservice mit kompletter Programmierung und flankierenden Kommunikationsmassnahmen reichen. Unser Leitfaden richtet sich an Grafiker, die sich bei der Realisierung von Websites lieber auf die Gestaltung konzentrieren und weitere Arbeitsschritte einem zuverlässigen Partner überlassen möchten.

2. Die Planungsphase

2.1 Das Briefing – damit nichts vergessen geht

Für das Erstgespräch mit Ihrem Auftraggeber und die Erarbeitung des Briefings empfehlen wir Ihnen unsere Briefing-Checkliste. Ein detailliertes Briefing ist für alle Beteiligten von grossem Nutzen – nur so geht sicher nichts vergessen, was bei der Realisierung wichtig ist. Folgende Punkte sollten mindestens in Ihrem Briefing enthalten sein:



Verwenden Sie unsere Briefing-Checkliste!

1. Informationen zum Auftraggeber

- Unternehmen
- Produkt/e
- Distribution
- Marktsituation
- Konkurrenz

2. Zielsetzungen

- qualitativ
- quantitativ

3. Ausrichtung

- Imagebildung
- Informationsvermittlung
- Kontaktaufnahme
- Bestellmöglichkeit

4. Termine

- Start
- Zwischenschritte
- Aufschaltung

5. Budget

- Nennen Sie uns das Budget – wir zeigen Ihnen, was mit Ihren Vorgaben möglich ist

6. Diverses

- Vorgaben aus dem Marketing
- CI/CD-Vorgaben
- Logos
- Farben
- Typographie

2.2 Das Konzept – Ideen aufs Papier gebracht

Die Umsetzung der Internetpräsenz beginnt am Tisch und auf dem Papier. Jedes Web-Projekt startet mit dem Website-Konzept, dem systematischem Planen von Inhalt, Funktion, Design und technischer Realisierung.



Setzen Sie sich frühzeitig mit uns in Verbindung – wir erklären Ihnen gerne was möglich ist und wo durch die Technik Grenzen gesetzt sind.

2.3 Die Strategie – erfüllen Sie die Wünsche der Besucher

Aussergewöhnliche Internetstrategien bestehen weniger durch aufwendig gestaltete Einzelseiten. Vielmehr erfüllen sie die Erwartungen der Besucher. Die wichtigsten Regeln für den regen und wiederholten Besuch einer Website lassen sich konkret benennen:

1. Der Nutzen für den Kunden ist direkt ersichtlich
2. Die gesuchte Information wird schnell gefunden
3. Die angebotenen Informationen sind aktuell
4. Die Seiten sind schnell geladen
5. Die Orientierung im Angebot ist leicht verständlich



Konzipieren Sie die Inhalte der Website aus Sicht der Zielgruppe!

2.4 Die Navigation - führen Sie die Besucher durch die Website

Man merkt schnell, ob sich die Gestalter Gedanken um Navigation und Benutzerführung gemacht haben. Leicht zu navigierende Websites haben funktionale Gemeinsamkeiten, die unabhängig von Design und Inhalten wiederkehren:

1. Eine klare Struktur der Website, die sich in der Navigation widerspiegelt
2. Eine einleuchtende Gliederung in wenige Hauptpunkte (maximal fünf bis sechs Themen)
3. Jederzeit erreichbare Navigationsflächen
4. Ein durchgängiges Gestaltungsraster
5. Prägnante Farbkombinationen
6. Inhaltsseiten, die das enthalten, was Schaltflächen und Navigation versprechen.



Skizzen und Entwürfe auf Papier sind hilfreich beim Planen der Site-Struktur und der Navigation.

3. Die Gestaltungsphase

3.1 Corporate Design - ja, aber...

Die Frage nach dem durchgängigen Erscheinungsbild des Unternehmens, dem Corporate Design, lässt sich klar beantworten: Selbstverständlich ist es Pflicht der Gestalter, das Erscheinungsbild eines Unternehmens auch in den neuen Medien zu transportieren. Allerdings muss man sich auf die technischen Gegebenheiten und die Besonderheiten des Mediums einstellen. Trotzdem soll der Besucher sofort erkennen, auf wessen Seite er sich befindet.

3.1 HTML - Kompatibilität mit Einschränkungen

HTML (Hyper Text Markup Language) ist die Basis-Programmiersprache für Webseiten. HTML-Seiten können von jedem beliebigen Rechner angezeigt werden, auf dem ein Browser installiert ist.

Die plattformübergreifende Kompatibilität erkaufte man sich allerdings mit Abweichungen bei der Bildschirmdarstellung. Da man nicht weiss, welche Schriften auf einem System installiert sind, kann man keine konkreten Schriften zuweisen. Auch die Monitorgröße ist ein unbekannter Faktor; darum baut man die

Seiten so auf, dass sie bei unterschiedlichen Bildschirm-
auflösungen dargestellt werden können. Dabei verändern sich
selbstverständlich Zeilenumbruch und Seitenaufbau. Nicht nur
die Browser verschiedener Hersteller, auch jede Version eines
Browsers stellt Seiten etwas anders dar.

Die Aufgabe von internezzo ist es, die Seiten so zu program-
mieren, dass sie mit verschiedener Hard- und Software so
angezeigt werden, wie Sie von Ihnen konzipiert und gestaltet
wurden.

3.3 XPress, Photoshop & Co

Als Gestalter interessiert Sie natürlich die Frage, mit welcher
Software Websites gestaltet werden sollen. Diese Frage lässt sich
nicht eindeutig beantworten – jedes der bekannten DTP-,
Illustrations- und Bildbearbeitungs-Programme weist Vor- und
Nachteile bei der Gestaltung bzw. bei der Weiterverarbeitung auf.

Die meisten Web-Designer gestalten ihre Websites komplett mit
Adobe Photoshop. Dank dem Einsatz von Ebenen und der
Pixelorientierung bietet Photoshop die besten Voraussetzungen
für die professionelle Weiterverarbeitung. Selbstverständlich
können Sie Ihre Ideen auch mit Quark XPress oder
Illustrator/Freehand umsetzen.



**Benutzen Sie
Ihre gewohnten
Programme!**

Verwenden Sie die Software, die Ihrer gewohnten Arbeitsweise
entspricht. Setzen Sie sich für die Weiterbearbeitung und
Programmierung mit uns zusammen.

3.4 Die Seitengrösse – das Mass aller Dinge

Grundsätzlich haben Webseiten keine feste Seitengrösse. Je
nach verwendetem Monitor, Grafikkarte, V-RAM und eingestellter
Farbtiefe kann die Auflösung variieren.

Wir empfehlen daher bei der Gestaltung von Webseiten den
heute gültigen Standard von 800 x 600 Pixeln bei 72 dpi
(15" Monitor) als kleinsten gemeinsamen Nenner zu
berücksichtigen.



**Denken Sie an den
Browserrahmen und
die Menüleisten!**

Nach Abzug der Browserrahmen und Menüleisten ergibt sich
eine sichtbare Nettofläche von 795 x 430 Pixeln für Photoshop
bzw. 28 x 15 cm für Quark XPress, Illustrator und Freehand.
Selbstverständlich können Sie Webseiten auch breiter oder
höher gestalten, diese Bereiche werden allerdings nur über
Scrollen erreichbar sein.

3.5 Die Farben - 216 sollten genügen

Die deutlichsten Einschränkungen beim Webdesign betreffen Farben und Schriften. Die Browserfarbpalette umfasst nur 216 Farben. Nur diese Farben werden von allen Browsern auf unterschiedlichen Plattformen gleich dargestellt. Farben die ausserhalb der Browserpalette liegen werden gerastert bzw. gedithert, was zu störenden Rastereffekten auf Farbflächen und Logos führen kann.



Überlassen Sie uns die Umwandlung in Hexadezimalwert!

Wir empfehlen Ihnen die Farben RGB (Photoshop) oder CMYK (Quark XPress, Illustrator) abzuspeichern. Überlassen Sie uns die Umwandlung in den nächstliegenden Hexadezimalwert.

3.6 Die Typographie - wenn der Empfänger das Sagen hat

Bei den Schriften reduziert sich die Auswahl noch drastischer. Es gibt strenggenommen nur zwei Schriften die auf beiden Plattformen (Macintosh und Windows) garantiert sind – eine serifenlose Schrift wie die Arial oder Verdana und eine Schrift mit Serifen wie die Times, beide in sieben Schriftgrössen. Alle anderen Schriften müssen als Bilder eingebunden werden. Und auch hier gilt es Kompromisse zu schliessen, wenn schnelle Ladezeiten und gute Lesbarkeit Priorität haben sollen.

Mit Stilvorlagen wie CSS (Cascading Style Sheets) verbessern sich die typographischen Gestaltungsmöglichkeiten für HTML basierte Schriften. CSS werden allerdings erst ab Browsern der 4. Generation unterstützt.

3.7 Die Bilder - weniger ist mehr

Während HTML-Dateien als reiner ASCII-Text von Haus aus klein sind (zwischen 1 und ca. 10 KB) lassen sich Bilder und Grafiken bei weitem nicht so stark komprimieren. Zwar muss man bei Webprojekten nicht mit Dateigrössen von Printpublikationen rechnen, doch haben selbst fürs Web optimierte Grafiken schnell eine Grösse von 15 und mehr Kilobyte – pro Datei. Auf eine Seite mit 40 KB (HTML- und Grafikdateien) warten Anwender mit 56K-Modem bereits rund 8 Sekunden. Überlegen Sie daher, welche Bilder und Grafiken wirklich notwendig sind.



Überlassen Sie uns die Web-Optimierung der Bilder!

Speichern Sie die verwendeten Bilder in Originalgrösse, im RGB-Modus und einer Auflösung von 72 dpi ab – internezzo optimiert die Bilder und Grafiken für den Einsatz im Internet.



4. Die Realisationsphase

4.1 Die Projektorganisation – denn sie wissen was sie tun

Für die Realisationsphase von mittleren und grösseren Webprojekten empfehlen wir den Aufbau einer Projektorganisation. Die Projektorganisation besteht aus einer Aufbau- und einer Ablauforganisation.

Die Aufbauorganisation definiert das Projektteam für die Erarbeitung der Website. Dazu sollte auf Kundenseite Projektleiter definiert werden; dieser ist Ansprechpartner für die externen Partner und für die betriebsinterne Projektkoordination (Informationsbeschaffung, Vernehmlassung, etc.) verantwortlich.

In der Ablauforganisation werden die einzelnen Teilschritte bestimmt und in einen zeitlichen Ablauf gebracht. Diese Zeitplanung ist ein verbindlicher Zeitraster für alle Beteiligten und erlaubt es den Projektfortschritt zu überwachen.



internezzo unterstützt Sie gerne beim Aufbau einer geeigneten Projektorganisation.

4.2 Der Domainname – ihre gute Adresse im World Wide Web

Jede im Netz publizierte Website braucht eine weltweit einmalige Adresse, den sogenannten Domainnamen. Wir empfehlen Ihnen den gewünschten Domainnamen frühzeitig zu reservieren. Die Registrationsstelle für .ch und .li Top Level Domains ist SWITCH (www.switch.ch oder www.nic.ch).

Domainnamen müssen folgende Kriterien erfüllen:

1. Der Name ist noch verfügbar
2. Der Name ist inklusive Länderkennung (*.ch) maximal 63, mindestens jedoch drei Buchstaben lang.
3. Der Domainname darf keine Sonderzeichen, Satzzeichen und Umlaute enthalten. Zulässig sind alle Buchstaben des Alphabets und Zahlen sowie der Bindestrich.



Gerne übernimmt internezzo die Registrierung von Domainnamen für Sie bzw. Ihre Kunden.

4.3 Das Hosting - wo sich Websites zuhause fühlen

Damit Webseiten weltweit erreichbar sind, müssen sie zuerst auf einem Webserver publiziert werden. Der Webserver hängt physikalisch im Internet. Es gibt drei Varianten, um Webseiten im Internet zu veröffentlichen:

1. Das Unternehmen mietet bei einem Internet- Service-Provider Platz auf einer Festplatte und richtet einen virtuellen Server ein (Server-Hosting). Die Daten liegen zusammen mit anderen Websites auf einem Rechner des Providers. Das ist der normale und der kostengünstige Weg für die meisten Webseiten.
2. Das Unternehmen stellt einen eigenen Server beim Provider auf, wartet und aktualisiert diese Maschine über einen eigenen Zugang (FTP und Server-Homing). Der Service-Provider sorgt dafür, dass der Server rund um die Uhr per Standleitung erreichbar ist. Diese Variante lohnt bei Webseiten mit aufwendigen Datenbanken und entsprechendem Know-how im Unternehmen.
3. Im Unternehmen wird ein Server aufgestellt und per Standleitung ans Netz angebunden. Pflege und Updates übernimmt das Unternehmen. Diese Variante rechnet sich, sofern bereits eine Standleitung eingerichtet und qualifiziertes Personal sowie Zeit vorhanden ist.



Verlangen Sie unsere Evaluations-Checkliste!

Welches der beste Provider ist, hängt von den Kundenbedürfnissen und den technischen Anforderungen ab. internezzo unterstützt Sie gerne bei der Provider-Evaluation – verlangen Sie unsere Evaluations-Checkliste.

4.4 Die Programmierung - worauf Sie sich verlassen können

Wenn das Konzept steht, die Strategie klar ist und die Navigation bestimmt ist, kann die Website programmiert werden. Die Programmierung von 95% der publizierten Websites basiert auf HTML.

Je nach Anforderung und Funktionalität der Website werden zusätzlich Javascript und JAVA als ergänzende Programmiersprache eingesetzt. Für bewegte Logos, Bild-Animationen oder Filmausschnitte werden GIF-, QuickTime- oder Flash-Sequenzen erstellt.



Wir beraten Sie gerne, wenn es um den optimalen Einsatz der verschiedenen Technologien geht.



5. Die Startphase

5.1 Die Suchmaschinen - wer sucht der findet

Für die Bekanntmachung von Websites bestehen zwei Möglichkeiten: Der Einsatz digitaler und der Einsatz klassischer Medien.



Meta-Informationen erhöhen die Chance gefunden zu werden!

1. Machen Sie Websites im Internet bekannt, indem Sie die Domainadresse in allen wichtigen Suchmaschinen eintragen (lassen).
2. Achten Sie darauf, dass die Seiten bereits bei der Produktion für die Einordnung durch Suchmaschinen mittels sogenannter Metainformationen vorbereitet werden. Metainformationen können unsichtbare Suchbegriffe und Inhaltsangaben zur Website machen, die von den Suchmaschinen entsprechend ausgewertet werden.
3. Überprüfen Sie regelmässig, ob Ihre Seiten über die Suchmaschinen und relevante Suchworte gefunden werden. Bei internezzo werden werden die Seiten gleich für die Suchmaschinen vorbereitet.

5.2 Die flankierenden Massnahmen - mit vereinten Kräften zum Ziel

Suchmaschinen sind ein wichtiges, jedoch nur ein Instrument zur Bekanntmachung von Websites. Wir empfehlen Ihnen auch den Einsatz von klassischen Werbemitteln:



Die Webadresse gehört auf alle Werbemittel!

1. Achten Sie deshalb darauf, dass die Webadresse auf allen Publikationen (Briefpapier, Visitenkarten, Couverts, Prospektunterlagen, etc.) steht.
2. Informieren Sie die regionalen Zeitungen sowie die einschlägige Fachpresse über die Internetpräsenz.
3. Lassen Sie die Webadresse in Verbandsdatenbanken bzw. Websites eintragen.
4. Tauschen Sie mit Partnerunternehmen Links bzw. Werbebanner (Anzeigen auf Webseiten).

6. Der Projektablauf - eins nach dem anderen

