

Inhalte und Umsetzung eines Internetauftritts

Philatelistische Webs

Schnittstellen von Ortvereinen und ArGen zum Rest der Welt

Zweck des Webauftritts

=

Kommunikation mit der Welt

Kommunikation mit der Welt

Fragen betreffend die (Außen-) Welt:

- Was sind unsere Zwecke?
- Was wollen wir erreichen?
- Wen wollen wir erreichen?
- Was soll aufgrund des Webs in 1 / 2 / 3 Jahren anders sein als jetzt?

Kommunikation mit der Welt

Fragen an die Organisation:

- Wer macht was? Wer kann was? Wer ist bereit was zu lernen?
(Eine Affinität zu Computer, Text- und Bildverarbeitung, exaktes Einhalten von Regeln und eine gewisse Beharrlichkeit sind zwingend erforderlich)
- Wer steckt soviel Zeit rein wie es nötig ist (meist mehr als gedacht) und freut sich über kleine und große Erfolge?

Mögliche Inhalte des Internetauftritts

- (eher) **statische Inhalte**

Informationen zur Organisation, Vorstellung von Sammelgebieten, Berichte, Archive, Download-Bereiche, Bücher und Kataloge, Links

- (eher) **dynamische Inhalte**

Neuigkeiten, Fragen + Antworten, Diskussionsforen (mit oder ohne Sofort-Freigabe der Texte, erfordert ggf. tägliche Kontrolle)

- Bei jedem Punkt: Will ich das überhaupt? Wofür den Aufwand?

Gestaltung: Bibliothek vs. Galerie

Bibliothek

- > evtl. potthässlich, aber erfolgreich
- > Unmengen Information
- > systematisiert, geordnet
- > aber optisch „knochentrocken“

Galerie

- > evtl. Augenschmaus, aber ohne Besucher
- > überwiegend grafische Objekte
- > kaum Information
- > „Function?“ – „What function?“

Wo steht mein/unser Web? Wo sollte es stehen?

Die 3 Jobs beim Internetauftritt

- (Redaktionelle) **Inhalte** (Bilder, Texte, ggf. Video, Audio, PDF...)
- (Corporate) **Design** / „Thema“ (Gestaltung)
- Programmierung / **Eingabe** in vorgegebene Strukturen (Technik)
- Die meisten Menschen können davon max. einen oder zwei Jobs. Dass jemand alle drei Jobs gut macht, ist äußerst selten.
 - > Was mache ich selbst, was machen andere?

Kommunikationsregeln

- Es gelten die **Regeln der visuellen Kommunikation**
 - > Flächenaufteilung, Typografie, Farbgestaltung, Anordnungen, Eye-Catcher
- Es gelten die **Regeln guten Journalismus'**
 - > Orthographie, Sonderzeichen (in Fremdsprachen), Zitatweise

Kommunikationsregeln

- Es gelten auch **Regeln der modernen Internetnutzung**
 - > Responsibilität, Menüführung, notwendiges Impressum, Leseabfolge und damit Schreibsystematik anders als beim Print, Maschinenlesbarkeit berücksichtigen
- Welche **Inhalte** dargestellt werden, ist davon unabhängig, bleibt aber die wichtigste Frage
- Internetredakteur = Mitglied des Vorstands

Grundlagen für den Webauftritt

Make or buy?

Oder: Wieviel vorgefertigte Strukturen sollen genutzt werden?

Antwort ist abhängig von

- Zweck, Umfang und Gestaltung
- Terminen
- Ressourcen
- Know-how / Können
- Geld

Verwendung eines „Themas“

- Vorgefertigte Webseiten mit Blindtexten und Beispielbildern
- Mehr oder weniger vielfältige Gestaltungsmöglichkeiten, optische Effekte, grafische Aufteilungen ...
- Auswahl zutreffender Elemente erforderlich
- Grundkenntnisse html usw. erforderlich



Beispiel für die Verwendung eines „Themas“:

Das Web der ArGe Baltikum

Unify is a clean and fully responsive incredible Template.

At vero eos et accusamus et iusto odio dignissimos ducimus qui blanditiis praesentium voluptatum deleniti atque corrupti quos dolores et quas molestias excepturi vehicula sem ut volutpat. Ut non libero magna fusce condimentum eleifend enim a feugiat corrupti quos.

[Download Now](#)

 Fully Responsive

Donec id elit non mi porta gravida at eget metus. Fusce dapibus, tellus ac cursus commodo, tortor mauris condimentum nibh, ut fermentum massa justo sit amet risus etiam sem...

 HTML5 + CSS3

Donec id elit non mi porta gravida at eget metus. Fusce dapibus, tellus ac cursus commodo, tortor mauris condimentum nibh, ut fermentum massa justo sit amet risus etiam sem...

 Launch Ready

Donec id elit non mi porta gravida at eget metus. Fusce dapibus, tellus ac cursus commodo, tortor mauris condimentum nibh, ut fermentum massa justo sit amet risus etiam sem...

Vorlage: das Design-„Thema“
Unify 1.6, Kosten einmalig US\$ 18,-
2017: V 2.0, Kosten US\$ 25,-
Ca. 200 html-Seiten mit tausenden Vorlagen in vielen Varianten
Themen erhältlich bei:
<https://wrapbootstrap.com/themes>

Weitere Möglichkeiten für den Webauftritt

Content Management Systeme (CMS)

- Nutzer, Rollen
- Frontend, Backend, Workflows
- Vorgegebene Designs

- Z.B. WordPress, Joomla, Typo3, Drupal ...

Infos bei Wikipedia & Co.

Vergleich z.B.

<https://upload-magazin.de/blog/9263-kleine-entscheidungshilfe-12-open-source-cms-vorgestellt/>

<http://t3n.de/news/13-kompakte-cms-im-vergleich-461933/>

Weitere Möglichkeiten für den Webauftritt

Web Baukasten (instant websites)

- 1&1, Jimdo, Webnode, Weebly...

Vergleich: WebsiteToolTester.com

Blog (einfaches CMS)

- blogger.de, wordpress.com, blog.de, twoday.net, blogger.com, kulando.de...

Social Media (Ergänzung)

- Facebook & Co.

Weitere Möglichkeiten für den Webauftritt

Z.B. Freies / eigenes Design

(z.B. bei ausgefallenem Corporate Design, für das keine Vorlage passt)

- Dazu: html-Code oder DB-Anwendungen wie PHP, mit Style-Anweisungen (CSS) etc.

- Individuell
- Optimal angepasst
- Meist aufwendig
- Erfordert Könner
- oder Profi / Geld

- Hilfe z.B. auf Selfhtml.de

Regeln der visuellen Kommunikation

- **Farbgestaltung**
- entsprechend dem Image, das man vermitteln möchte
- Gleichmäßig, zusammen passend
- Evtl. Schmuckfarben
- Highlighting unaufdringlich
- **Anordnungen**
- Anmutung
- „Look and Feel“
- Werbung möglichst vermeiden
- > Eigenen Webspace verwenden, z.B. all-inkl.com, one.com, strato.de ... (wenige €/Monat)

Regeln der visuellen Kommunikation

Flächen- (Spalten-) aufteilung

- Vorschlag: 12 Spalten-Konzept
Siehe <http://getbootstrap.com/css/#grid>

Typografie

Unterscheidung Fließtext/Überschriften

Ca. 850 Google Fonts unter
<https://fonts.google.com/>

Einbindung in html-Code bzw. CSS:
<https://wiki.selfhtml.org/wiki/HTML/Tutorials/Google-Fonts>

- Serifenschrift?
- Serifenlose Schrift?
- **Passend zum Corporate Design!**
- Keine *Schnörkelschrift!*
- 1-2 Schriftart(en), zusammen passend
- Normal, **fett**, *kursiv* (**fettkursiv**)
- Empfehlung: Google Fonts

Regeln der visuellen Kommunikation

- **Eyecatcher**

- Gute Fotos (hochauflösend, Vergrößerungen möglich), beschriftet
- Ruhige Veränderungen (Verschiebungen, Überblendungen)
- Keine Randwerbung für fremde Inhalte / optische Ablenkung
- Keine blinkenden GIFs!
- Key picture

Internetregeln

- **Ladezeiten**

- Bilder ggf. in 2 Auflösungen:
- 1 nur so groß wie nötig zum schnellen Aufbau der Webseite (Anpassung an maximale Darstellungsgröße der Webseite)
- 1 so groß wie möglich zur Darstellung aller Details (bildschirmfüllend oder größer)

Internetregeln

- **Responsibilität** zur Darstellung auf breiten Monitoren, Tablets, Phablets und Smartphones (alternativ: verschiedene Seiten)
- D.h.: das Web reagiert mit seiner Darstellung auf die zur Verfügung stehende Monitorbreite
- Eine (solche) Webgestaltung ist zielgruppen-/zielgeräteabhängig
-> wen/was will ich erreichen?
-> wie wird das Ergebnis optimal?
- Anstelle bloßer Verkleinerung: Automatische Verschachtelung der Inhalte untereinander
- Gestaltung mit CSS (Stylesheets)

ESTLAND LETTLAND LITAUEN

PHILATELIE

UNSERE LEIDENSCHAFT

Arbeitsgemeinschaft
Baltikum e.V.
im BDPH e.V.



Die Arbeitsgemeinschaft Baltikum e.V.
DIE Baltikum-Sammler in Zentraleuropa

Entstanden aus: Arbeitsgemeinschaft Estland e.V. + Forschungsgemeinschaft Lettland + Forschungsgemeinschaft Litauen e.V. + Niederlandse Filatelistengroep "Het Baltische Gebied"

 Info-Broschüre



ESTLAND LETTLAND LITAUEN

PHILATELIE

UNSERE LEIDENSCHAFT

Arbeitsgemeinschaft
Baltikum e.V.
im BDPH e.V.

Die Arbeitsgemeinschaft Baltikum e.V. DIE Baltikum-Sammler in Zentraleuropa

Entstanden aus: Arbeitsgemeinschaft Estland e.V. + Forschungsgemeinschaft Lettland + Forschungsgemeinschaft Litauen e.V. + Nederlandse Filatelistengroep "Het Baltische Gebied"

☰ Info-Broschüre



ESTLAND LETTLAND

LITAUEN

PHILATELIE

UNSERE

LEIDENSCHAFT

Die Arbeitsgemeinschaft Baltikum e.V. DIE Baltikum-Sammler in Zentraleuropa

Entstanden aus: Arbeitsgemeinschaft Estland e.V. + Forschungsgemeinschaft Lettland + Forschungsgemeinschaft Litauen e.V. + Nederlandse Filatelistengroep "Het Baltische Gebied"

☰ Info-Broschüre

Internetregeln

- **Menüführung**

(Analogie: Zurechtfinden in einem großen öffentlichen Gebäude)

- Menü oben, links oder rechts
- Ober- und Unterpunkte
- Nicht mehr als 2 Menüebenen
- Ggf. Unterpunkte mit Zwischentexten gliedern
- Menü in allen Webseiten gleich aussehend



Beispiel Menüführung

Breiter Monitor

1. Ebene horizontal, sichtbar
2. Ebene Pull-down Menü



ESTLAND

- > 1638–1710 Königlich schwedische Post
- > 1710–1917 Kaiserlich russische Post
- > 1918 Deutsche Besetzung / Ob. Ost
- > 1918–1940 Unabhängige Republik Estland
- > 1940–1941 und 1944–1991 Sowjetische Besetzung
- > 1941–1944 Deutsche Besetzung / Ostland
- > ab 1945 Lagerpost / Esten im Exil
- > seit 1991 Unabhängige Republik Estland
- > Privatpost in Estland

LETTLAND

- > 1561–1795 Kurland, Semgallen, Lettgallen
- > 1621–1710 Königlich Schwedische Post
- > 1710–1917 Kaiserlich Russische Post
- > 1915–1918 Deutsche Besetzung / Ob. Ost
- > 1918–1940 Unabhängige Republik Lettland
- > 1940–1941 und 1944–1991 Sowjetische Besetzung
- > 1941–1945 Deutsche Besetzung / Ostland / Kurland
- > ab 1945 Lagerpost / Letten im Exil
- > seit 1991 Unabhängige Republik Lettland
- > Privatpost in Lettland

LITAUEN

- > 1558–1795 Königlich polnische Post
- > 1710–1915 Kaiserlich russische Post
- > 1915–1918 Deutsche Besetzung / Ob. Ost
- > 1918–1940 Unabhängige Republik Litauen
- > 1920–1922 Mittellitauen
- > 1920–1924/25 Memelgebiet / Klaipėda
- > 1940–1941 und 1944–1991 Sowjetische Besetzung
- > 1941–1944 Deutsche Besetzung / Ostland
- > ab 1945 Lagerpost / Litauer im Exil
- > seit 1990 Unabhängige Republik Litauen
- > Privatpost in Litauen

BPP-PRÜFER

- > Estland
- > Lettland
- > Litauen, Mittellitauen, Memelgebiet

LAND UND LEUTE

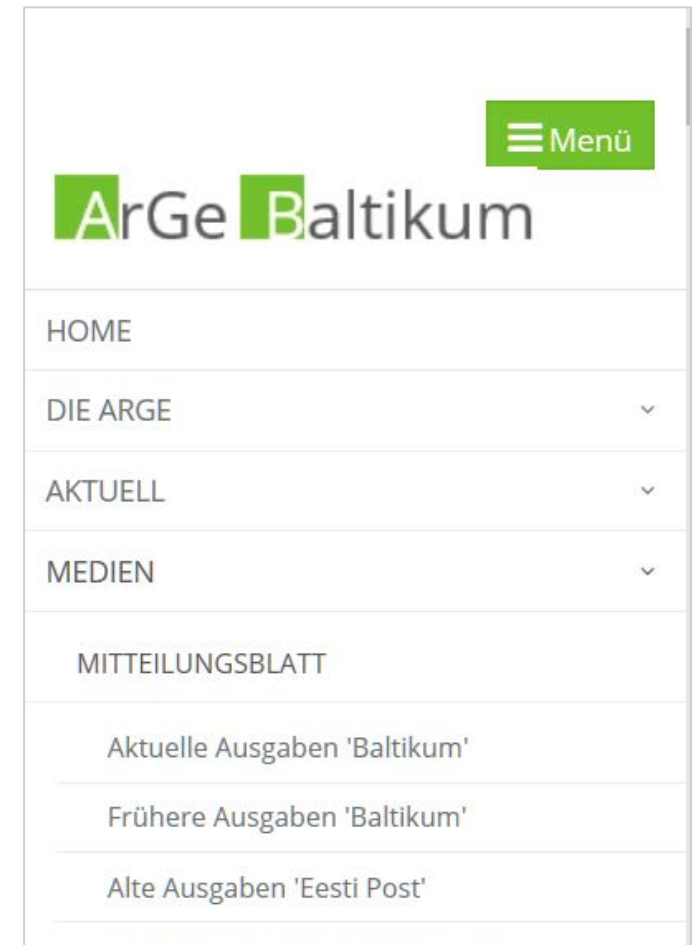
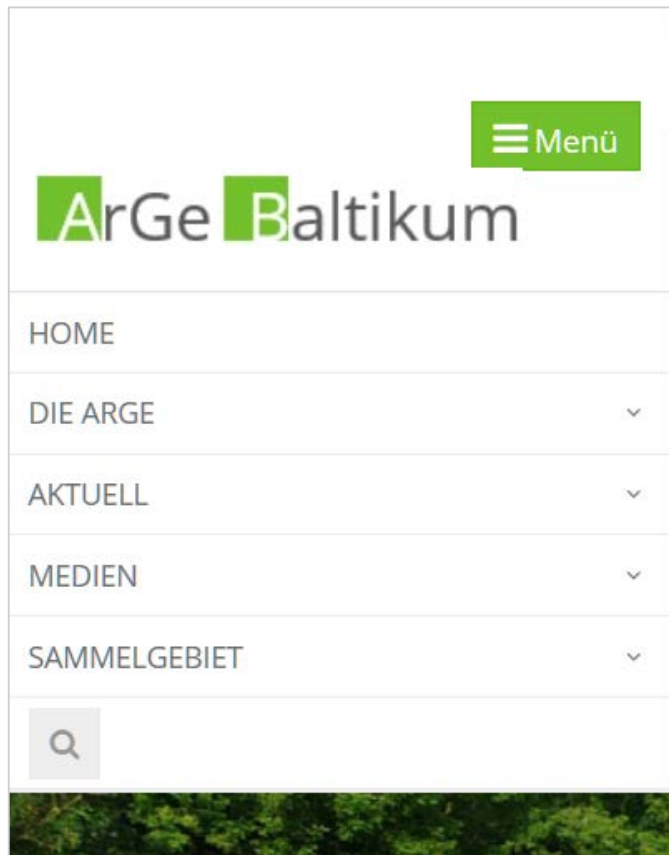
- > Estland
- > Lettland
- > Litauen

FRAGEN + ANTWORTEN

- > Fragen + Antworten

Beispiel Menüführung

Schmaler Monitor: Akkordeons (auch oben!)



Internetregeln

- **Impressum**

- Nach § 5 TMG für alle geschäftsmäßigen Telemedien (nicht nur gewerbliche), also auch für Vereine und ArGen!

-> siehe Wikipedia unter „Impressum“

- Wer ist Betreiber der Webseite?
- Wer ist verantwortlich für Inhalte?
- Wie kann man mit der Person Kontakt aufnehmen?

Schutz vor SPAM: Mailadressen z.B. durch JavaScript zusammensetzen lassen

Funktionen und Optimierung

- **Funktionen** (Kontaktformular, Suche) brauchen Programmierung
- **Google Webmaster Tools** helfen
 - > XML-Sitemap
 - > Google-Suche auf eigenem Web
 - > Anzeige von Veränderungen auf dem Webserver (Hacks)

Spezialthema: Videos

- Vorbereitung Interviews
- Aufnahme
- Bereitstellung
 - Details siehe https://support.google.com/youtube/topic/2888648?hl=de&ref_topic=16547
- Fragen (+Antworten) abstimmen
- Kamera, Stativ, Licht, Aufhellung, wenig Störgeräusche, HD-Aufnahme, .mov-Datei -> mp4
- Vorschlag Youtube (mehrere Auflösungen automatisch, Einbindung in flexibler Größe möglich, je nach Monitor)
- Alternativ: feste Größe auf eigenem Webserver

(Tatsächliche) Inhalte des Internetauftritts

Unterscheidung (die Antworten können sich mit der Zeit ändern!):

- Kategorie **A**: Was muss sein?
 - Kategorie **B**: Was wäre schön zu haben, muss aber nicht gleich da sein?
 - Kategorie **C**: Was muss nicht unbedingt sein?
-
- Bevor es losgeht:
verbindlich klären, wer was macht (die 3 Jobs beim Internetauftritt)
 - Damit es losgeht:
anfangen, ausprobieren, online aber erst, wenn es richtig gut ist!

Merksätze

Eine Website ist ein Prozess.

Die Dinge kosten entweder Zeit oder Geld, meistens beides.

Eine Website für einen Verein / eine ArGe ist ein eigenständiges Hobby.

Die Gestaltung einer Internetpräsenz bewegt sich hinsichtlich Aufwand und Ertrag zwischen einer Ein-Rahmen-Ausstellung und einem Katalog.

Und wer es sich jetzt zutraut:

Nur los!

(Hilfe gibt's, man muss nur fragen...)