



WEBDESIGN

Arbeitskonzept
Angebotsübersicht

INHALTSVERZEICHNIS:

WEBDESIGN	1
1. KUNDENANFORDERUNGEN	3
2. KONZEPT	3
2.1 was soll die Webseite vermitteln?	3
2.2 Erscheinungsbild	3
2.3 Zielgruppe	4
2.4 Möglichkeiten zur Kontaktaufnahme	4
2.5 Gedanken zum Layout	4
4. TEXTGESTALTUNG	5
5. NAVIGATIONSSTRUKTUR	6
6. TECHNISCHE IMPLEMENTIERUNG	6
7. VORGEHEN	8
8. KOSTEN	8
8.1 Konzept/Planung	8
8.2 Realisierung	8
8.3 Folgekosten	8
9. ALLG. ANGABEN	9
9.1 Leistungen	9
9.2 Preise	9
9.3 Termine	9
9.4 Gültigkeit	9
10. SUPPORT	9

1. Kundenanforderungen

Folgende Kundenanforderungen können umgesetzt werden.

- entwerfen einer statischen Webseite
- entwerfen einer dynamischen Webseite (inkl. Datenbankdesign und -einbindung)
- CMS-Systeme (Erstellung und Wartung der Webseiten-Inhalte durch den Benutzer): individuelle Lösungen oder Typo3
- Erstellung oder grafische Bearbeitung von Bildern
- Implementierung von Suchmaschinen, Diskussions-Foren, Gästebüchern, Blogs (Internet-"Tagebücher"), automatischen E-mail-Funktionen (Autoresponders, Weiterleitungen etc.), Newslettern
- Weitere Internetapplikationen nach Wunsch
- Platzierung der Webseite auf einem Server
- Domain-Reservierung und Anmeldung: ein guter Domain-Name soll sowohl das Auffinden im World Wide Web ermöglichen als auch den Bekanntheitsgrad erhöhen. Falls der Domain-Wunschname bereits vergeben ist, kann bei der Suche nach einer guten Alternative mitgeholfen werden. Reservierung und Einrichtung von Sub-Domains.
- Anmeldung der URL (Internet-Adresse) bei verschiedenen Suchdiensten, so dass sie in deren Kataloge aufgenommen werden kann.

Es werden Komplettlösungen angeboten.

2. Konzept

2.1 was soll die Webseite vermitteln?

Ein Web-Auftritt kann hauptsächlich folgenden Kriterien genügen:

- Ein schneller und unkomplizierter Informationsaustausch über Dienstleistungen, Produkte, Publikationen etc.
- Vertrauensverhältnis ausbauen: Ein modernes Fenster zur Öffentlichkeit schafft Transparenz und Vertrauen.
- Erleichterung bei Kontaktaufnahme (Adressen, Ortsplan, E-mail)
- Präsenz im WWW; Image-Pflege und -Förderung
- Kein anderes Medium kann mit so tiefen Kosten aufwarten
- Marktanalyse: Ein Statistik-Modul ermöglicht präzise Analysen der Seitenbesuche nach verschiedenen Kriterien ("wer hat wann welche Seite besucht?")

Unterstützung bei der Abklärung, welche Inhalte prinzipiell übermittelt werden sollen.

2.2 Erscheinungsbild

- Inhaltlich: Straffung und Strukturierung der Informationsangebote
- Grafisch: homogenes Erscheinungsbild; Vermeidung des Risikos von Reizüberflutung.

2.3 Zielgruppe

- Vielsurfer: Besucher, die das WWW oft aufsuchen und viel Erfahrung im Umgang mit PC und Browsern haben, sprechen gut auf animierte Gifs (bewegte Bilder) an.
- Informationsbeschaffer: Besucher, die das WWW seltener und gezielter aufsuchen um sich zu informieren, bevorzugen ein Erscheinungsbild, das mit Animationen sparsam umgeht. Tonabspielungen sind nicht gewünscht. Das Hauptaugenmerk liegt hier auf einer einfachen und klaren Navigationsstruktur mit hoher Benutzerfreundlichkeit. Es soll klar ersichtlich sein, wo sich die Hyperlinks befinden. Hinweis-tags können darüber informieren, wohin die Links führen, was der Orientierung innerhalb der Webseite dient.

Mithilfe bei der Definition der Zielgruppe. Je nach Zielgruppe sollten unterschiedliche Design-Schwerpunkte gesetzt werden.

Je kleiner die Zielgruppe gehalten wird, desto besser können Eigenheiten und Vorlieben der Site-Besucher bei der inhaltlichen und formalen Gestaltung berücksichtigt werden.

2.4 Möglichkeiten zur Kontaktaufnahme

Was für Kontaktmöglichkeiten soll die Webseite bieten?

- E-mail-Adresse
- Postadresse für schriftlichen Verkehr
- Tel.-Nr. für telefonische Kontaktnahme
- Ortsplan, Skizzen

Die Probleme des Datenschutzes sind zu beachten:
(Spam-robots suchen nach E-mail-Adressen)

2.5 Gedanken zum Layout

- für alle Seiten gleiche Layout-Kriterien
- klar und übersichtlich strukturiertes Layout
- das Layout soll ein harmonisches Bild der einzelnen Seite bieten
- das Layout soll Aufmerksamkeit wecken
- gute Aufteilung von Text- und Bildbereichen

Beim Layout sollen folgende Leitgedanken zum Tragen kommen:

- Soll die Webseite in erster Linie grafische Objekte und Bilder darstellen?
Die relativ flächenbeanspruchende Darstellung von Bild-Objekten erfordert eine andere Frame-Aufteilung (falls Frames verwendet werden).
Frames sollen farblich angepasst sein.
- Bei Grafiken und Bildern ist auf die Ladezeit zu achten. Es wird ein optimaler Kompromiss zwischen Bildqualität und Dateigröße angestrebt. Thumbnails (s. Kap. 6 techn. Implementierung) verkleinern die Dateigrößen.

- Gibt es viele und grosse Textbereiche?
Bei grösseren Texten empfiehlt es sich, die Navigationsstruktur mit Textmarken zu ergänzen.
- Damit die Webseite von Suchmaschinen gut gefunden werden kann, empfiehlt es sich jedoch, auf einen sog. "Frame"-Seitenaufbau zu verzichten.

4. Textgestaltung

Allgemein:

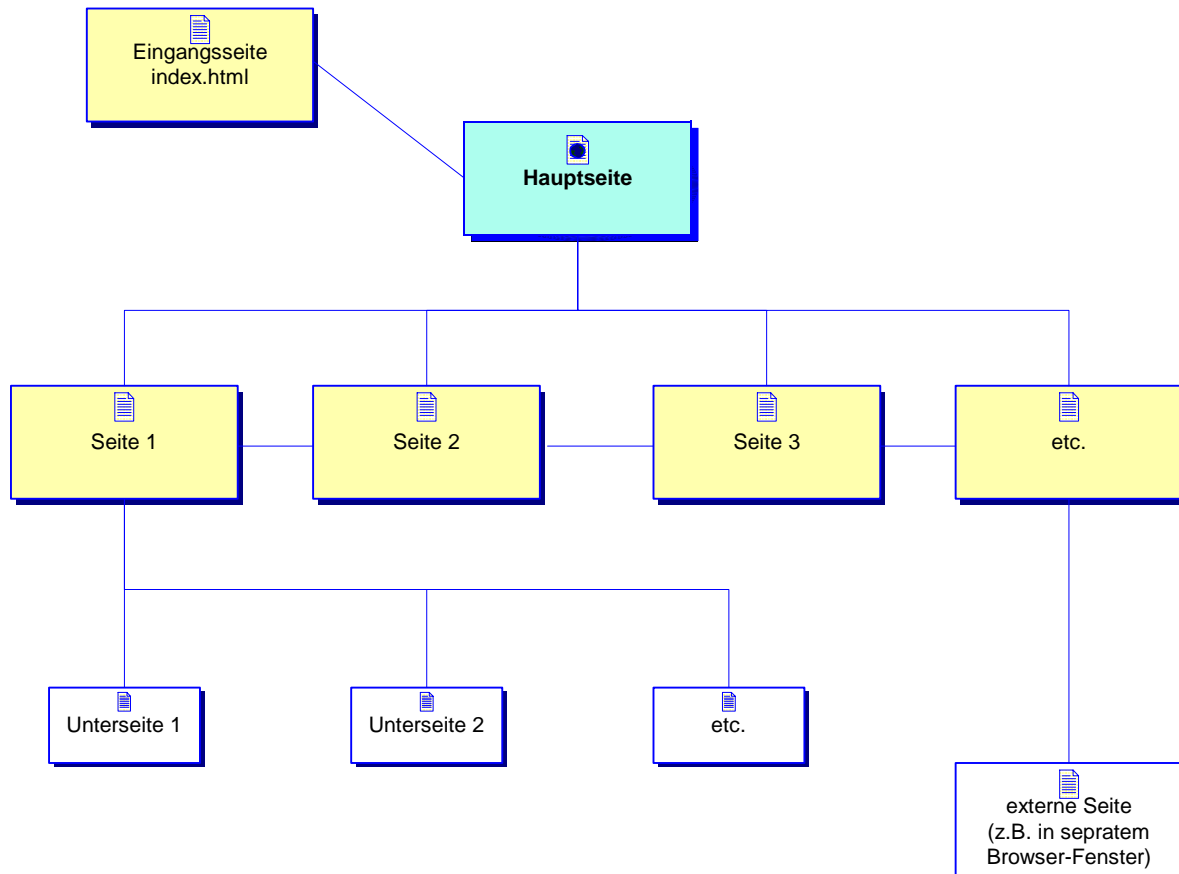
- gute Lesbarkeit (die Lesegeschwindigkeit am Bildschirm ist etwa 30% geringer als bei Texten in gedruckter Form)
- klare Textgliederung (Rahmen? Abschnitte? Spalten?)
- Lese- und Sehgewohnheiten sollen zielgruppenadäquat sein
- alle typografischen Elemente (Seitenaufbau, Schriftart, Schriftgrösse, Absatzausrichtungen, Textauszeichnungen, Farben etc.) sollen sich am Erscheinungsbild der Auftraggeber-Praxis orientieren

Bei der Wahl von Schriftarten und -grössen kommen neben der Entscheidung, ob es sich etwa um Serifenschriften oder um Frakturschriften handeln soll, die Gesichtspunkte der Darstellbarkeit durch die verschiedenen Bildschirme hinzu (Schriftgrösse in Abhängigkeit von der Bildschirmauflösung).

5. Navigationsstruktur

- Eine grafische Navigationsstruktur zeigt den Aufbau der gesamten Webseite.

Beispiel:



- Neben der Navigationsstruktur wird der gesamte Webseite-Aufbau mit den nötigen Informationen dokumentiert.

6. technische Implementierung

- Bilder: können vor dem Einfügen bearbeitet werden (technisch: Komprimierung der Dateigröße; inhaltlich: Nachbearbeitungen, Farbkorrekturen etc.)
- Fotogalerien ("Album" zum blättern) mit anklickbaren "thumbnails"
- Thumbnails: bei grosser Anzahl Bildern auf der Webseite helfen die Thumbnails Speicherplatz zu sparen, resp. die Ladezeit zu verkürzen. Thumbnails sind viel kleiner als die Originalbilder und bieten eine Übersichtsmöglichkeit (z.B. bei Ortsplänen).
- Hintergrundton: Tonabspielungen sind speicherintensiv und sollten sparsam eingesetzt werden.

- Image-Map: Mit Image-maps können Grafiken und Fotos im Hintergrund aufgeteilt werden. Den einzelnen Bereichen können unterschiedliche Links zugeordnet werden (z.B. für Ortspläne).
- animierte Gif: Art und Menge der eingefügten animierten Gif werden durch die Zielgruppendefinition mitbestimmt
- Für anspruchsvolle Grafik können Flash-Filme eingefügt werden.
- CSS: Zentrale Verwaltung von Schriftart, Schriftgrößen, Hintergrundfarben etc. , damit diese bei Änderungsbedarf ohne grossen Aufwand angepasst werden können. Neben diesem Vorteil sichert der Einsatz von Cascading Style Sheets die Trennung von Form und Inhalt. Dieses Designkonzept ermöglicht und erleichtert zukünftige technische Entwicklungen.
- Bildschirmauflösung: die Seiten können für verschiedene Bildschirmauflösungen optimiert werden. Zurzeit ist es immer noch empfehlenswert, eine Auflösung von 800 x 600 Pixel mitzubersichtigen, da noch viele Internetbesucher mit 15-Zoll-Bildschirmen ausgerüstet sind.
- Mail-Links können derart eingerichtet werden, dass die Mails automatisch an eine Wunschadresse weitergeleitet werden oder automatische Antworten versenden
- Sitemap: Bei einer grossen Webseite kann eine sog. Sitemap eingefügt werden, die der Groborientierung dient.
- Textmarken sind empfehlenswert bei grösseren Texten
- externe Links sind eine Hilfeleistung für den Besucher und helfen bei einigen Suchmaschinen mit, eine gute Platzierung zu erreichen
- Dateien zum Herunterladen: es können bei Bedarf auch Dateien (Text-Dokumente, Bilder) aufgerufen werden, die nicht Teil der Homepage sind (externe Speicherung reduziert die Ladezeit).
- Formulare werden eingesetzt, um dem Besucher zu ermöglichen, Kontakt aufzunehmen. Sie können an jeder beliebigen Stelle innerhalb einer Webseite platziert sein. Es können beliebig viele Formulare sein.
- Frames: mit Hilfe von Frames können Webseites in mehrere voneinander unabhängige Bereiche unterteilt werden, wobei jeder Bereich die gleichen Eigenschaften wie eine eigenständige Seite besitzt. Frames eignen sich vor allem für Navigationsleisten, die dauernd angezeigt werden sollen, während der restliche Inhalt der Seite wechseln kann. Die Frame-Architektur gilt als veraltet und hat den Nachteil, dass die Seiten durch die Suchmaschinen schlechter gefunden werden. CSS erfüllt die gleichen Ziele wie die Frame-Architektur, jedoch ohne deren Nachteile (s. oben), wird jedoch erst von den modernen Browsern fehlerfrei interpretiert.
- meta-tags: damit die Webseite insgesamt gut gefunden und besucht werden kann, können treffende, aussagekräftige Suchbegriffe als metatags in den Kopf der HTML-Seiten aufgenommen werden (geringere Wirksamkeit als externe Verlinkung bei den meisten Suchalgorithmen).
- Schutz vor unerwünschtem Kopieren von Bildern und HTML-Code
- Internetapplikationen wie Suchmaschinen, Gästebücher, Blogs (Internet-"Tagebücher"), Diskussionsforen, automatische E-mail-Funktionen etc. werden in PHP programmiert. PHP läuft serverseitig und hat keinerlei Einfluss auf den Rechner des Webseitenbesuchers.
- Weil javascript nach wie vor auf ca. 5% der Rechner der Internetbesucher deaktiviert ist (weil sie ein Sicherheitsrisiko befürchten) wird auf diese script-Sprache weitgehend verzichtet und gegebenenfalls nur für weniger wichtige Funktionen eingesetzt. Die volle Funktionalität der Webseite soll für alle Besucher erhalten bleiben.

7. Vorgehen

Vor der Durchführung eines Auftrags zum Erstellen einer Webseite werden die Wünsche und Anforderungen des Auftraggebers ermittelt und auf deren Realisierbarkeit gewertet. Problemstellung und Lösungswege werden schriftlich festgehalten. Dabei wird darauf geachtet, dass möglichst viele Ressourcen der bisherigen Umgebung und Infrastruktur in die Lösung mit einbezogen werden können. Ausgangslage und Lösungskonzept führen zur anschliessend erstellten Offerte.

Die Offerte gibt detailliert Auskunft über Kosten, Leistungen etc. In der Regel kommen nachstehend aufgeführte Eckwerte zum Tragen.

8. Kosten

8.1 Konzept/Planung

Vorabklärungen, Konzept, grafische Gestaltung, Layout, Dokumentation

Domain-Anmeldung, ISP-Kontakte:

nach Zeitaufwand	Fr. 100.--/h	Fr.
------------------	--------------	-----

8.2 Realisierung

HTML-, CSS-, PHP-Codierung

Fr. 100.--/h

Datenbankdesign und -implementierung

Fr. 120.--/h

nach Zeitaufwand

Fr.

total:

Fr.

8.3 Folgekosten

Kosten der Domain-Registrierung:

jährlich wiederkehrende Gebühr (direkt an die Registrierstelle)	Fr. 27.--
---	-----------

ISP-Kosten:

unlimitierte Anzahl E-mail-Adressen	500 MB Webspace	
-------------------------------------	-----------------	--

20'000 MB Traffic

Fr. 7.30/Mt

PHP, CGI

MySQL-Datenbank unlimitiert, phpMyAdmin	900 MB Webspace	
---	-----------------	--

30'000 MB Traffic

Fr. 10.60/Mt

FTP-Zugriff

Domainpointer	1'400 MB Webspace	
---------------	-------------------	--

40'000 MB Traffic

Fr. 13.80/Mt

etc.

Support und Unterhalt:

nach Zeitaufwand	Fr. 100.--/h
------------------	--------------

9. allg. Angaben

9.1 Leistungen

Die Offerte umfasst alle Leistungen, welche für eine voll funktionierende Webseite entsprechend der Beschreibung der Kundenanforderungen und des genehmigten Konzepts notwendig sind.

Inbetriebsetzung und die notwendigen Tests sind inbegriffen.

Nicht inbegriffen sind die Kosten für die spätere Wartung der Webseite.

9.2 Preise

Alle in einer Offerte gegebenen Preisinformationen beziehen sich auf den jeweils genannten Preis-Stand (z.B. April 2007). Sämtliche Preise verstehen sich inklusive Mehrwertsteuer.

9.3 Termine

Die Webseite wird (falls nicht anders vereinbart) innerhalb 1 Monats nach dem definitiven Auftragseingang realisiert.

9.4 Gültigkeit

Die Offerte liefert Angaben über die Gültigkeitsdauer. Diese ist falls nicht anders erwähnt ein Monat. Nach Ablauf der Gültigkeitsdauer kann es an den angebotenen Dienstleistungen sowie an der Preisstruktur Änderungen geben.

10. Support

Speziell für Auftraggeber, welche zu einem grossen Teil von der Infrastruktur abhängig sind, wird sichergestellt, dass allfällige Probleme so rasch wie möglich behoben werden können.

Maschwanden, Datum

H. Bolfig: