

Diplomarbeit

Titel der Diplomarbeit

"Konzeption und Design der Website der
Katholischen ArbeitnehmerInnen Bewegung
Österreichs"

Verfasserin

Anna Maria Dornstauder

angestrebter akademischer Grad

Magistra der Naturwissenschaften (Mag.rer.nat)

Wien, 2009

Studienkennzahl lt. Studienblatt: A 190 884 406

Studienrichtung lt. Studienblatt: Lehramt Informatik und Informatikmanagement und
Mathematik

Betreuer: MMag.Dr. Andreas Ulovec

Danksagung

Der Katholischen ArbeitnehmerInnen Bewegung Österreichs danke ich für die Anregung zur vorliegenden Arbeit und die erfolgreiche Zusammenarbeit. Mein besonderer Dank gilt dabei Frau Maria Etl, der Bundessekretärin der KAB-Österreich und allen Probanden, die sich für die Usability-Tests zur Verfügung gestellt haben.

Meinen Eltern danke ich für die laufende Unterstützung während meiner Ausbildung.

Für die Betreuung gilt mein Dank Herrn MMag. Dr. Andreas Ulovec.

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung.....	7
2	Allgemeine Vorgehensweise und Ablauf.....	8
3	Vorbereitungen	9
3.1	Vorbereitungen zur Erstbesprechung.....	9
3.1.1	Wie stellt sich die KAB durch andere Medien dar?	9
3.1.2	Wie sind Webauftritte ähnlicher Organisationen aufgebaut?	9
3.1.3	Erstellung eines Fragenkatalogs	19
3.2	Ergebnisse der Erstbesprechung	20
3.3	Vorbereitungen zur Besprechung mit der Agentur Zeitpunkt	22
3.3.1	Webauftritt der Agentur Zeitpunkt	22
3.3.2	Referenzen der Agentur Zeitpunkt	25
3.3.3	Mindestanforderungen an das CMS	26
3.4	Ergebnisse der Besprechung mit der Agentur Zeitpunkt.....	26
4	Pflichtenheft	27
4.1	Zielbestimmung	27
4.1.1	Produktvision	27
4.1.2	Musskriterien	27
4.1.3	Wunschkriterien.....	28
4.1.4	Abgrenzungskriterien.....	28
4.2	Produkt-Einsatz.....	28
4.3	Qualitäts-Zielbestimmung	29
4.4	Tests	29
4.5	Entwicklungsumgebung.....	29
5	Beschreibung des Konzepts und Designs.....	30
5.1	Allgemeines	30
5.2	Struktur des Internetauftritts	33
5.3	Beschreibung der Bereiche	34
5.3.1	Beschreibung des Bereiches „Grauer Querbalken“	34
5.3.2	Beschreibung des Bereiches "Menüleiste"	35
5.3.3	Beschreibung des Bereiches "Schriftzug Jahresthema"	37
5.3.4	Beschreibung des Bereiches "Inhaltsbereich"	38
5.3.5	Beschreibung des Bereiches "Seitenende".....	44

5.4	Anwendung der Vorlagen	45
6	Ausgewählte Entwicklungsschritte.....	47
6.1	Allgemeines zu Struktur und Design	47
6.2	Anbieten eines Newsletters und eines News-Feeds	49
6.3	Simulation von Farbfehlsichtigkeiten	50
6.4	Änderungen in der Struktur nach Rücksprache mit der KABÖ.....	52
6.4.1	Die Links zu den Homepages der KAB's in den Diözesen.....	53
6.4.2	Die Links zur Kontaktseite.....	54
6.5	Beachten von gesetzlichen Bestimmungen.....	54
6.6	Beachten der Web Content Accessability Guidelines 2.0	55
7	Anhang	58
7.1	Abbildungsverzeichnis	58
7.2	Literaturverzeichnis.....	59
7.3	Internetquellen.....	60
7.4	Abstract	61
	Lebenslauf	62

1 Einleitung

Im Rahmen meiner Diplomarbeit unterstützte ich Frau Maria Etl, Bundessekretärin der Katholischen ArbeitnehmerInnen Bewegung Österreichs, auf dem Weg zum ersten Internetauftritt der KAB-Österreich.

Meine Hauptaufgaben lagen dabei in der Konzeption und im Design der Site. Konkret setzte ich mich vor allem damit auseinander, welche Inhalte und Funktionen auf der Website sein sollten, wie diese übersichtlich strukturiert und für die Benutzer schnell erreichbar dargestellt werden können. Weiters beschäftigte ich mich mit den für meine Aufgaben relevanten gesetzlichen Bestimmungen (wie z. B. Urheberrecht, Mediengesetz und E-Commerce-Gesetz) und allgemeinen Web-Standards (wie z. B. WCAG¹). Das Ergebnis liegt in Form von Musterseiten auf einem Datenträger (CD) der Diplomarbeit bei.

Die Implementierung der Site wurde von der Agentur Siteswift durchgeführt.

Zu Beginn meiner Arbeit fand ich besonders die Werke 'Website-Konzeption' [1] von Jens Jacobsen und 'Don't make me think!' [3] von Steve Krug hilfreich. Jens Jacobsen zeigt in seinen Ausführungen auf, wie man ein Konzept für einen Webauftritt strukturiert und schrittweise erstellen kann. Das Buch von Steve Krug gibt einen guten Überblick über grundlegende Punkte der Website-Gestaltung. Ergänzend dazu gehen die Werke von Jakob Nielsen, welche in vielen anderen Büchern zitiert werden, detailliert auf viele Fragen des Webdesigns ein.

Die Autoren der Publikation 'Webseiten-Gestaltung, Erfolgsfaktoren und Kontrolle' [9] untersuchten und verglichen eine Vielzahl von Studien. Die Erkenntnisse daraus und eine eigene Studie des Lehrstuhls für Marketing der Technischen Universität Dresden werden in diesem ausgesprochen aktuellen Band dargelegt. Die Informationen daraus wendete ich vor allem bei der Analyse von Internetauftritten an.

In dieser Arbeit werde ich die Katholische ArbeitnehmerInnen Bewegung Österreichs mit KABÖ abkürzen und die Katholische Aktion Österreichs mit KAÖ.

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit, werde ich nicht die weibliche und männliche Form aller Begriffe angeben. Das jeweilige Geschlecht steht für Beides.

¹ WCAG steht für Web Content Accessibility Guidelines

2 Allgemeine Vorgehensweise und Ablauf

Zur Vorbereitung auf das Projekt las ich die im Anhang angeführte Fachliteratur und betrieb Internetrecherche. Besonders hilfreich für die Organisation und Planung des Projektes war für mich das Buch 'Website-Konzeption' von Jens Jacobsen. Er beschreibt darin detailliert die möglichen Phasen eines Webprojektes, vom Erstgespräch über die Erstellung von Konzepten, Implementierung und Launch der Website bis zur Wartung des Systems und statistischen Auswertungen. Der Ablauf des gesamten Projektes gestaltete sich im Wesentlichen wie folgt:

In der **Vorbereitungsphase** erfasste ich die Ist-Situation. Ich sammelte und sortierte Informationen, die ich bei Gesprächen und durch Literatur- und Internetrecherche erhielt. Daraus erstellte ich ein **Pflichtenheft** und fertigte ein Grobkonzept an.

In der nächsten Phase beschäftigte ich mich intensiv mit der Strukturierung der Website und fertige erste Skizzen an. Weiters führte ich User-Tests durch und hielt Rücksprache mit meiner Auftraggeberin. Das Feedback der Gespräche und die Entscheidungen der KAB arbeitete ich laufend in meine Entwürfe ein. Auf diese Weise erstellte ich das **Feinkonzept** der Website und drei Designvarianten der Startseite. (siehe CD-Beilage)

Nachdem sich die KABÖ für einen Gestaltungsvorschlag entschieden hatte, arbeitete ich detailliert die Musterseiten aus. (siehe CD-Beilage) Dabei führte ich auch immer wieder User-Tests durch. Schließlich gab ich die **Mastertemplates** ab, sodass die Agentur 'Zeitpunkt' die **Implementierung** der Website durchführen konnte. Danach überprüfte ich das Ergebnis und dokumentierte die Fehler, welche die Agentur daraufhin korrigierte. Im Anschluss daran füllte Frau Etl die Seiten mit aktuellen Inhalten, legte Benutzer an und vergab die Rechte für die Administratoren und die Nutzer des internen Bereiches. Dabei unterstützte ich meine Auftraggeberin aktiv.

Nachdem alle Inhalte erstellt und in das System integriert waren, testete ich die Sites noch einmal. Schließlich folgte der **Launch** der Website und ich überprüfte ein letztes Mal die Inhalte und Funktionen.

3 Vorbereitungen

3.1 Vorbereitungen zur Erstbesprechung

Im März 2008 wurde ich gefragt, ob ich eine Website für die KABÖ erstellen möchte. Zur Vorbereitung auf ein erstes Informationsgespräch mit Frau Maria Etl recherchierte ich, wie sich die KAB durch andere Medien darstellt und wie Webauftritte ähnlicher Organisationen aufgebaut sind.

3.1.1 Wie stellt sich die KAB durch andere Medien dar?

In ihrem Grundsatzprogramm legt die KAB dar, dass sie in der Nachfolge Christi für eine menschenwürdige Gestaltung der Arbeitswelt und der Gesellschaft eintritt. Dementsprechend haben die Veröffentlichungen der Organisation vor allem gesellschaftspolitische Inhalte.

Die KAB organisiert und veröffentlicht Referate, Seminare, Stellungnahmen, Zeitungen, Plakate, Aktionen und Hilfsprojekte. Dabei arbeitet sie eng mit einigen anderen Organisationen zusammen. Diese Kooperationen sind auch auf beinahe allen Veröffentlichungen angegeben.

Die Bewegung hat österreichweit ein gemeinsames Logo, welches sich auf allen Medien wiederfindet. Die Farbe des Logos wird in anderen Gestaltungselementen ebenso verwendet. Generell sind die meisten Erscheinungen klar und einfach gestaltet.

3.1.2 Wie sind Webauftritte ähnlicher Organisationen aufgebaut?

Ich habe zur Vorbereitung sehr viele verschiedene Internetauftritte studiert. Dabei werde ich nun meine Analyse der Webauftritte der Organisationen KA, KAB-Wien, KAB-Oberösterreich und Attac anführen. Dies sind insofern ähnliche Organisationen, als dass sie ähnliche Interessen und Handlungsfelder wie die KAB-Österreich bedienen.

Bei der Analyse orientierte ich mich vor allem am Buch 'Webseiten-Gestalten' [9] und untersuchte die Internetseiten nach den Bereichen: Struktur, Design, Informationswert, Funktionalität und Unterhaltungswert.

Darüber hinaus interessierte ich mich dafür, welche Themen präsentiert werden, welche Materialien zur Verfügung gestellt werden und auf welche Art und Weise sich katholische bzw. kirchliche Aspekte auf den Seiten wiederfinden.

3.1.2.1 Webauftritt der Katholischen Aktion Österreichs



Abbildung 1: Homepage der KA-Österreich
(<http://www.kaoe.at> , 18.03.2009, 10:14)

Struktur

Die Seite ist übersichtlich aufgebaut und erwartungskonform. Ich erkenne sofort auf wessen Homepage ich mich befinde und dabei auch auf welcher Seite.

Das Menü hat eine feste Position auf der Website und ist farblich konsistent gestaltet. Die Anzahl der Rubriken der Navigation finde ich aber nicht sehr überschaubar, da 10 Punkte in einer Liste angeführt sind, ohne thematisch gruppiert zu sein. Weiters sind meiner Meinung nach die Bezeichnungen der Menüpunkte zu lange und teilweise nicht aussagekräftig.

Zur Orientierung steht eine Breadcrumb-Navigation zur Verfügung, jedoch gibt es weder eine Sitemap, noch eine Suchfunktion.

Von jeder Seite aus gelangt man, durch einen Klick auf das Logo der KA, auf die Startseite.

Design

Die Farbgestaltung des Internetauftritts finde ich harmonisch. Der Hintergrund ist einfach gestaltet, die Schrift kontrastreich und generell gut lesbar. Weiters sind gleiche Designelemente, wie z. B. Überschriften, auf allen Seiten des Webauftritts konsistent gestaltet. Den Bild-Text-Anteil empfinde ich jedoch als unausgewogen, da sich fast keine Bilder auf den Seiten befinden.

Informationswert

Die Texte sind lang und unstrukturiert. Ein Impressum und Kontaktdaten sind vorhanden. Der Menüpunkt „Veranstaltungen“ ist leer. Dies beobachtete ich sogar über den Zeitraum von einem Jahr. Es gibt Anlesetexte zu aktuellen Nachrichten, aber auch diese sind sehr lang.

Es sind keine Web-Zertifikate, z. B. der W3C-Normen, auf der Homepage.

Funktionalität

Die Kontaktdaten der Organisation sind leicht auffindbar und verständlich. Es ist der Name eines Ansprechpartners angegeben, aber nicht seine Durchwahl und E-Mail-Adresse.

Die KA betreibt keinen Onlineshop.

Unterhaltungswert

Es befinden sich keine Unterhaltungsinstrumente auf der Website.

3.1.2.2 Webauftritt der KAB Oberösterreich



Abbildung 2: Homepage der KAB Oberösterreich, Mensch und Arbeit
(http://www.menschundarbeit.at , 21.03.2009, 13:48 Uhr)

Struktur

Die Seite ist übersichtlich aufgebaut und erwartungskonform. Ich erkenne sofort auf wessen Homepage ich mich befinde und dabei auch auf welcher Seite.

Die Hauptnavigation erfolgt über ein Fly-out-Menü, für dessen Bedienung man eine ruhige Hand braucht. Ansonsten hat das Menü eine feste Position auf der Website und ist farblich konsistent gestaltet. Weiters erscheinen die Menüpunkte sinnvoll angeordnet, die Anzahl der Rubriken ist überschaubar. Die Bezeichnungen der Menüpunkte in der ersten Ebene sind kurz und prägnant. Dies trifft leider nicht auf die zweite Ebene zu.

Von jeder Seite aus gelangt man durch einen Klick auf das Logo der Organisation, auf die Startseite. Sonst gibt es keine weiteren globalen Navigationshilfen, wie z. B. eine Sitemap, eine Suchfunktion oder eine Breadcrumb-Navigation.

Auf fast allen Seiten werden „Vor- und Zurück-Links“ angeboten und bei langen Texten auch „Back-to-the-Top-Links“.

Design

Die Farbgestaltung des Internetauftritts finde ich harmonisch. Dennoch lenken mich die kräftigen, satten Farbtöne am oberen Rand der Seite vom Inhalt ab.

Der Hintergrund ist einfach gestaltet und die Schrift ist gut lesbar. Weiters sind gleiche Designelemente, wie z. B. Überschriften, auf allen Seiten des Webauftritts konsistent gestaltet. Den Bild-Text-Anteil empfinde ich als ausgewogen. Bilder und Texte stehen in inhaltlichem Zusammenhang.

Informationswert

Gleich auf der Startseite werden Teaser zu aktuellen Informationen dargestellt. Einige Texte sind kurz und prägnant und durch Aufzählungen und Absätze gut strukturiert. Leider sind aber auch viele Texte zu lang und unstrukturiert.

Ein Impressum und Kontaktdaten sind vorhanden.

Es sind keine Web-Zertifikate, z. B. der W3C-Normen, auf der Homepage.

Funktionalität

Die Kontaktdaten der Organisation sind leicht auffindbar und verständlich.

Die KAB-Oberösterreich betreibt keinen Onlineshop.

Unterhaltungswert

Es befinden sich keine Unterhaltungsinstrumente auf der Website.

3.1.2.3 Webauftritt der KAB Wien



Abbildung 3: Homepage der KAB-Wien
(<http://www.kab-wien.at> , 21.03.2009, 15:51 Uhr)

Struktur

Die Einteilung dieser Homepage ist konventionell. Das Logo befindet sich links oben und das Hauptmenü ist am linken Rand des Browserfensters platziert. Die Navigation hat eine feste Position auf der Website und ist farblich konsistent gestaltet. Das Menü besteht aus 15 Kategorien. Diese sind, bis auf den Punkt „Home“, alphabetisch sortiert und in einer einfachen Liste angeordnet. Diese Gliederung wirkt auf mich unstrukturiert. Der Punkt „Rückschau“ ist in der Liste zwei Mal vorhanden und verweist auf zwei verschiedene Seiten. Die Bezeichnung der Menüpunkte ist ansonsten aussagekräftig, kurz und prägnant.

Von jeder Seite aus gelangt man, durch einen Klick auf das Logo der Organisation, auf die Startseite. Sonst gibt es keine weiteren globalen Navigationshilfen, wie z. B. eine Sitemap, eine Suchfunktion oder eine Breadcrumb-Navigation.

Design

Die Farbgestaltung des Internetauftritts empfinde ich als unharmonisch. Der Hintergrund ist einfach, aber sehr bunt gestaltet. Weiters sind beinahe alle Designelemente, wie z. B. Überschriften, unterschiedlich gestaltet. Grafische Hervorhebungen werden stark genutzt. Auf jeder Seite erscheinen kleine Animationen. Dennoch ist die Schrift großteils kontrastreich und gut lesbar. Den Bild-Text-Anteil empfinde ich als unausgewogen. Es gibt nur wenige Bilder, die zwar inhaltlich zum jeweiligen Text passen, aber den Großteil des Browserfensters einnehmen.

Informationswert

Generell sind Links zu den Inhalten der Website in großen Tabellen angeordnet. Die eigentlichen Inhalte werden durch PDF-Dokumente, welche sich in einem Frame der Site öffnen, dargestellt. Diese Texte sind weder kurz noch prägnant. Es gibt viele externe Links, die sich auch innerhalb eines Frames der Website öffnen.

Positiv hervorzuheben ist die Aktualität der Inhalte. Weiters befinden sich Links zu den Neuigkeiten direkt auf der Startseite.

Kontaktdaten sind vorhanden, aber kein Impressum.

Funktionalität

Die Kontaktdaten der Organisation sind leicht auffindbar und verständlich.

Die KAB-Wien betreibt keinen Onlineshop.

Unterhaltungswert

Es befinden sich keine Unterhaltungsinstrumente auf der Website.

3.1.2.4 Webauftritt des Netzwerkes Attac-Austria

Der Webauftritt gliedert sich in zwei Hauptseiten: Attac-Österreich und Attac-Community-Österreich. Diese Seiten haben ein gleiches Erscheinungsbild, sowohl optisch als auch strukturell.



Abbildung 4: Homepage des Netzwerkes Attac-Austria
(http://www.attac.at , 21.03.2009, 19:18 Uhr)

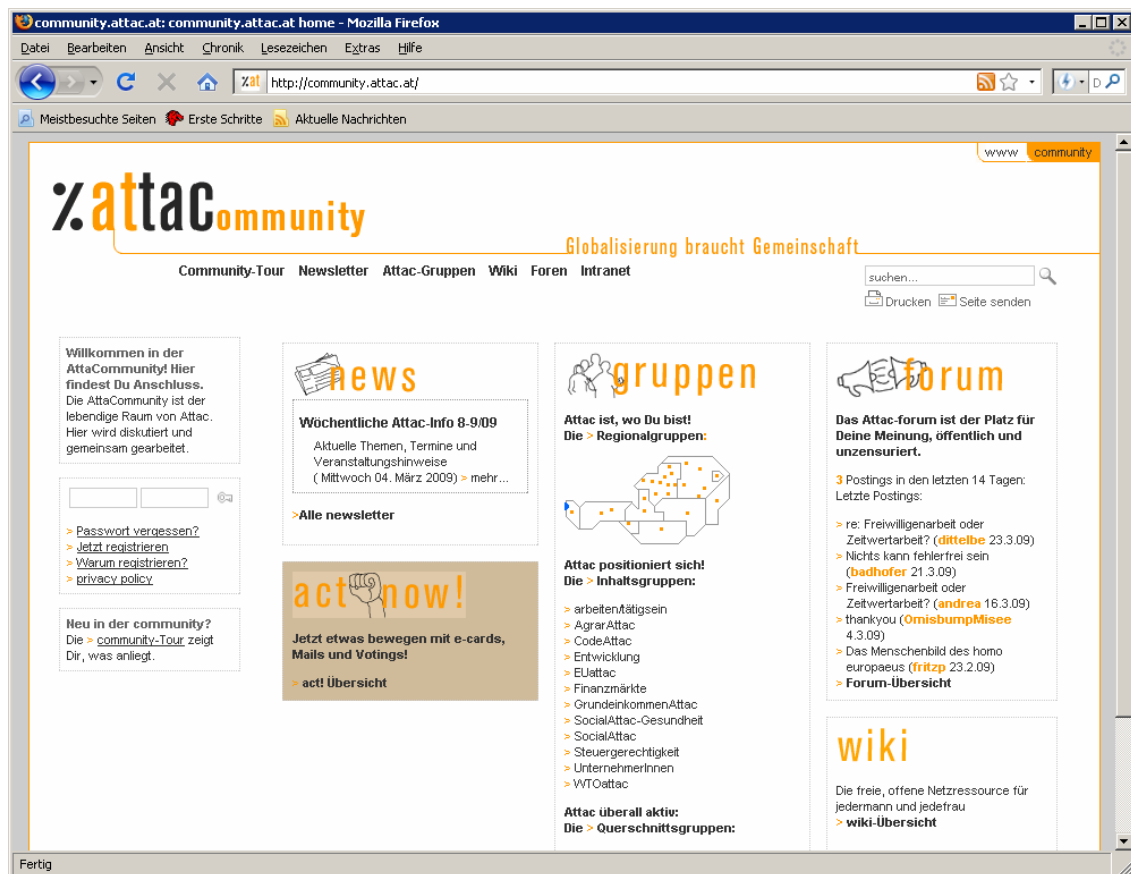


Abbildung 5: Homepage der Attac-Community
(<http://community.attac.at> , 25.03.2009, 11:05 Uhr)

Struktur

Die Seiten sind übersichtlich und intuitiv verständlich aufgebaut. Ich erkenne sofort auf wessen Homepage ich mich befinde und dabei auch auf welcher Seite.

Die Hauptmenüpunkte sind im oberen Bereich der Seiten horizontal angeordnet. Nach der Auswahl einer Kategorie erscheint eine weitere Navigationsebene am linken Rand des Browserfensters. Generell hat das Menü eine feste Position auf der Website und ist farblich konsistent gestaltet. Weiters erscheinen die Menüpunkte sinnvoll angeordnet und die Anzahl der Rubriken ist gut überschaubar. Die Bezeichnungen der Menüpunkte sind kurz und aussagekräftig.

Von jeder Seite aus gelangt man, durch einen Klick auf das Logo der Organisation, auf die Startseite. Den Usern stehen auch eine gut sichtbar platzierte Suchfunktion und eine detaillierte Sitemap als weitere Navigationshilfen zur Verfügung. Die Sitemap ist klar strukturiert, lässt sich aber nicht auf einen Blick erfassen.

Auf einigen wenigen Seiten, auf denen sich Artikel bzw. längere Texte befinden, gibt es Vor- und Zurück-Links, sowie Zum-Seitenanfang-Links. Leider führen diese Zurück-Links nicht zur vorher betrachteten Seite, sondern zu einem Artikel, der in der Reihung

davor steht, wobei mir diese Reihung unklar ist. Dagegen funktionieren die Zum-Seitenanfang-Links wie erwartet.

Generell war für mich nicht ersichtlich, welcher Link mich wohin führt und welches Fenster bzw. Programm sich beim Anklicken öffnet.

Als Navigations- und Orientierungshilfe steht keine Breadcrumb-Navigation zur Verfügung.

Durch Links am rechten oberen Rand besteht die Möglichkeit, zwischen den Seiten von Attac-Austria und Attac-Community zu wechseln.

Design

Die Farbgestaltung des Internetauftritts empfinde ich als angenehm und harmonisch.

Der Hintergrund ist einfach gestaltet und die Schrift gut lesbar. Weiters sind gleiche Designelemente, wie z. B. Überschriften, auf allen Seiten des Webauftritts konsistent gestaltet. Den Bild-Text-Anteil empfinde ich auf der Startseite als ausgewogen, jedoch gibt es auf den Unterseiten fast keine Bilder. Generell stehen Bilder und Texte in inhaltlichem Zusammenhang.

Informationswert

Gleich auf der Startseite werden Teaser zu aktuellen Informationen dargestellt. Diese sind kurz und prägnant. Die dahinter stehenden Artikel sind allerdings sehr lang und unstrukturiert.

Ein Impressum und Kontaktdaten sind vorhanden.

Es sind keine Web-Zertifikate, z. B. der W3C-Normen, auf der Homepage.

Funktionalität

Die Kontaktdaten der Organisation sind leicht auffindbar, umfassend und verständlich.

Attac betreibt einen kleinen, einfach gestalteten Onlineshop. Leider sind keine Porto- oder sonstigen Nebenkosten sowie Zahlungsbedingungen angeführt.

Auf den Seiten der Attac-Community kann sich jeder User registrieren. Dadurch kann man an den Foren, Mailinglisten, E-Cards und mehr mitmachen.

Ist man im Attac-Team tätig, dann hat man dadurch auch Zugang zu Kontakt-E-mails, Telefonnummern, Mailinglisten, Downloads der Attac-Logos, usw.

Unterhaltungswert

Auf den Attac-Community-Seiten stehen Foren, Newsletter, ein Wiki und Mailinglisten als Kommunikationswerkzeuge zur Verfügung. Eine Info-Tour zeigt den Usern, was sie im Community-Bereich erwartet.

Die Themen der Foren und die Inhalte im Wiki sind aktuell. Dennoch ist die Anzahl der aktiven Mitglieder, die sich an Diskussionen beteiligen und Beiträgen schreiben, gering. Z. B. wurde am 25.03.2009 angezeigt, dass 3 neue Posts in den letzten 14 Tagen online gestellt wurden.

3.1.3 Erstellung eines Fragenkatalogs

Um alle notwendigen Informationen zur Erstellung eines Grobkonzepts zu erhalten, arbeitete ich einen Fragenkatalog aus, den ich als Leitfaden für die Besprechung verwendete. Dabei orientierte ich mich am Buch 'Website-Konzeption' [1]. Außerdem flossen meine Beobachtungen aus der Analyse der Webauftritte ein und ich notierte einige Antwortmöglichkeiten, deren Diskussion mir wichtig war.

Welche Ziele hat das Projekt?

Wer ist an den Entscheidungen darüber beteiligt?

Wer ist die Zielgruppe?

- KAB-Mitglieder?

Was soll die Site vermitteln?

Welche Informationen sollen dargestellt werden?

- „Wir über uns“: Leitbild, Kontakt, Verantwortliche?
- News?
- Bilder, Fotos?
- Ankündigungen von Veranstaltungen?
- Aktionen, z.B. Karfreitagsaktion?
- Links zu anderen (kath.) Organisationen?
- Einordnung in die kirchliche Struktur?
- Gedanken, z. B. wie auf der Website der KAB-St.Pölten:
„Einfach zum Nachdenken“?
- Materialienpool?
- Archiv?

Welche Inhalte bzw. Texte sind vorhanden?

Welche Funktionen soll die Site haben?

- News-Feed?

Sollen Werbebanner oder Pop-ups auf der Site geschaltet werden?

Gibt es ein Corporate Design / eine Corporate Identity / Gestaltungsrichtlinien?

Gibt es positive Vorbilder bzw. abschreckende Beispiele?

- KAB-Wien?
- KAB-Linz?

Was unterscheidet die KAB von ähnlichen Organisationen, z. B. Attac?

Wer macht das Design der Zeitschriften, Plakate? Wer ist dafür verantwortlich?

Welche Grafiken, Fotos, usw. sind vorhanden? Hat die KAB die Rechte dafür?

- Soll das aktuelle bzw. ein neues Logo verwendet werden?

Wann soll die Site online gehen?

Wie soll die Site gepflegt und aktualisiert werden?

- Wer soll welche Inhalte und die Struktur ändern können?

Gibt es bereits eine Domain?

Wie sind die technischen Rahmenbedingungen?

- Gibt es schon einen Server, auf dem die Site laufen soll?

3.2 Ergebnisse der Erstbesprechung

Die Besprechung fand am 21.05.2009 in Wien mit Frau Maria Etl statt. Wir kamen zu folgenden Ergebnissen:

Ziel des Projekts ist ein Webauftritt der KABÖ.

Generell soll die Site im Web möglichst gut auffindbar sein, z. B. über die Suchmaschine Google. Zielgruppe sind hauptsächlich die KAB-Mitglieder der Altersgruppe „35 Jahre und älter“. Für alle Besucher der Homepage soll klar ersichtlich sein, dass es sich um eine katholische ArbeitnehmerInnen Bewegung handelt. Es müssen das Leitbild und die Grundsätze der KAB, sowie ein Ansprechpartner sofort auffindbar sein. Zudem sollen aktuelle Aktivitäten und das jeweilige Jahresthema (im Jahr 2008: „Fair statt Prekär“) ersichtlich sein.

Weitere erwünschte Inhalte sind: Chronik, darunter etwas zur Person Kardinal Joseph Cardijn, die Zeitung „ZeitZeichen“, Presstexte, Grundsätzliches zum KAB-Solidaritätsfond und einem ähnlichen Projekt, Einordnung in die kirchliche

Organisation (KA², EBCA³, WBCA⁴), eventuell ein Shop für den Verkauf von eigenen Printmedien.

Ein ausdrücklicher Wunsch ist ein „Interner Bereich“, der nur für bestimmte Nutzer einsehbar ist. Darin sollen sich Pressetexte, Protokolle, Literaturhinweise usw. befinden.

Es gibt ein Logo, das sich auf der Website wieder finden muss.

Im Bezug auf die grafische Gestaltung besteht der Wunsch, die Farbe gelb bzw. orange zu verwenden. Diese wurde z.B. auf der KAB-Homepage der Diözese Linz verwendet. Auf keinen Fall soll die Site übermäßig bunt wirken und es sollen keine Animationen verwendet werden, wie z. B. auf der KAB-Wien Seite.



Abbildung 6: Homepage der KAB-Wien
(www.kab-wien.at , 03.11.2008, 11:40 Uhr)

Der Webauftritt der KABÖ soll vorerst keinen Chat und kein Forum oder Ähnliches aufweisen, da dies im laufenden Betrieb intensiv gewartet werden muss. Wird ein News-Feed auf der Site angeboten, so ist die Funktionsweise bei der Abschlusspräsentation zu erklären.

² KA steht für Katholische Aktion

³ EBCA steht für Europabewegung Christlicher Arbeitnehmer/innen

⁴ WBCA steht für Weltbewegung Christlicher Arbeitnehmer/innen

Es gibt bereits eine Domain: www.kaboe.at. Auf welchem Server die Site laufen soll, ist noch nicht klar.

Damit die Wartung möglichst einfach ist, soll ein CMS verwendet werden. Frau Etl kennt ein CMS von der Wartung des Webauftrittes der KAÖ. Sie wünscht sich, dass für die KABÖ das gleiche verwendet wird. Das CMS ist eine Entwicklung der Agentur Zeitpunkt. Um genauere Informationen über die Funktionen und Kosten des CMS zu erhalten, wurde eine Besprechung, am 10.06.2008 mit einem Vertreter der Agentur Zeitpunkt, Herrn Markus Koban, vereinbart.

Ein erster Entwurf des Internetauftritts soll bis Ende Juni erstellt werden. Bis zum 08.09.2008 soll das Feinkonzept fertig sein. An diesem Tag wird bei der Vorstandsbesprechung der Entwurf vorgestellt. Es ist wahrscheinlich, dass hier noch Änderungswünsche eingebracht werden. Diese sollen bis zum 10.10.2008 eingearbeitet sein. An diesem Tag wird das Präsidium der KAB über die Entwicklung informiert werden. Daraufhin soll die technische Umsetzung des Projekts erfolgen. Die Website soll spätestens im März 2009 online gehen.

Von all diesen Terminen ist die Entwicklung des „Internen Bereichs“ ausgenommen. Er soll zwar eingeplant werden, muss aber nicht bis zu den jeweiligen Fristen fertig sein. Die Entwicklung dessen kann auch erst nach dem Launch erfolgen.

3.3 Vorbereitungen zur Besprechung mit der Agentur Zeitpunkt

Zur Vorbereitung auf dieses Gespräch recherchierte ich im Internet, welche Projekte die Agentur bisher gemacht hat und wie sie sich im Internet darstellt. Darüber hinaus überlegte ich mir, welche Mindestanforderungen ein CMS für dieses Projekt erfüllen sollte.

3.3.1 Webauftritt der Agentur Zeitpunkt

Auf der Startseite erkenne ich leider nicht sofort, was die Agentur macht. Dies erscheint erst unter den Menüpunkten „Agentur“ und „Leistungen“: „Mit viel Innovation, Spaß und technischem Wissen konzipieren und realisieren wir datenbankgestützte Internetlösungen,...“ [11]

Es werden folgende Tätigkeitsbereiche angegeben:

- Design / Webdesign / Grafikdesign
- Multimedia (Flash, Video, Audio)
- Developement / Softwareentwicklung / CMS / CRM
- IT Solutions (Netzwerk-, Hard- und Softwarewartung)
- Hosting-Lösungen

Weiters wird unter dem Punkt „Lösungen“ kurz und anschaulich ein Projektablauf skizziert. Daneben wird unter „Referenzen“ eine Liste von bereits durchgeführten Projekten dargestellt und mit wenigen Worten beschrieben.

Struktur

Die Seite ist übersichtlich aufgebaut und erwartungskonform. Ich erkenne sofort auf wessen Homepage ich mich befinde und dabei auch auf welcher Seite. Die Site ist auf eine schmale Browserfensterbreite ausgerichtet. Ich empfinde den Internetauftritt auf breiteren Bildschirmen als unharmonisch. (Dies wurde während meiner Arbeit, im Frühjahr 2009, von der Agentur Zeitpunkt geändert.)

Das Menü hat eine feste Position auf der Website und ist farblich konsistent gestaltet. Weiters erscheinen die Menüpunkte sinnvoll angeordnet und die Anzahl der Rubriken ist überschaubar. Die Bezeichnungen der Menüpunkte sind kurz und aussagekräftig.

Von jeder Seite aus gelangt man, durch einen Klick auf das Logo der Agentur, auf die Startseite. Sonst gibt es keine weiteren globalen Navigationshilfen, wie z. B. eine Sitemap oder eine Suchfunktion.

Design

Die Farbgestaltung des Internetauftritts finde ich harmonisch. Der Hintergrund ist einfach gestaltet und die Schrift kontrastreich und gut lesbar. Weiters sind gleiche Designelemente, wie z. B. Überschriften, auf allen Seiten des Webauftritts konsistent gestaltet. Den Bild-Text-Anteil empfinde ich als ausgewogen und die Bilder und Texte stehen in inhaltlichem Zusammenhang.

Informationswert

Die Texte empfinde ich teilweise als zu lange, dennoch sind sie grundsätzlich gut gegliedert und strukturiert.

Ein Impressum und Kontaktdaten sind vorhanden. Es sind keine Web-Zertifikate, z. B. der W3C-Normen, auf der Website.

Funktionalität

Die Adresse der Agentur ist leicht auffindbar und verständlich. Weiters gibt es ein einfach und gut gegliedertes Kontaktformular, das nur die notwendigsten Daten abfragt. Außerdem besteht die Möglichkeit einen Newsletter zu abonnieren. Darüber hinaus gibt es auch einen Support- und Kommunikationsbereich, der nur für bestimmte Benutzer zugänglich ist.

Unterhaltungswert

Es befinden sich keine Unterhaltungsinstrumente auf der Website.

Fazit

Der Internetauftritt der Agentur wirkt seriös, aber etwas veraltet und langweilig auf mich. Besonders unharmonisch finde ich, dass die Site auf genau eine Fensterbreite optimiert ist und keine variablen Elemente enthält, sodass z. B. auch bei einer schmalen Browserfensterbreite die wichtigsten Menüpunkte immer sichtbar sind.

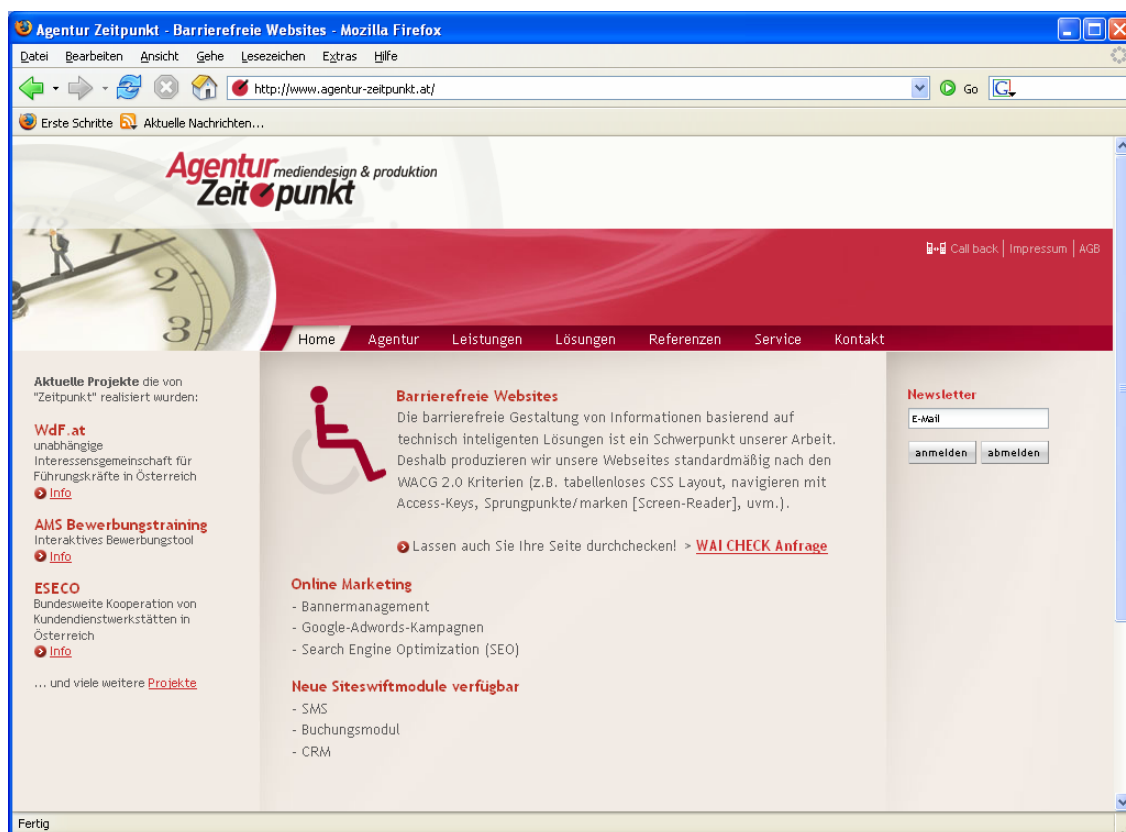


Abbildung 7: Homepage der Agentur Zeitpunkt
(<http://www.agentur-zeitpunkt.at> , 15.04.2009, 15:06 Uhr)

3.3.2 Referenzen der Agentur Zeitpunkt

Die Agentur Zeitpunkt hat bereits eine Reihe von Internetauftritten für katholische Organisationen gemacht. Dabei waren einige größere Seiten wie z. B. www.katholisch.at [14] und viele kleinere Websites, wie z. B. www.kaoe.at [15] (siehe Kapitel 3.1.2.1 Webauftritt der Katholischen Aktion Österreich) dabei.

Die Gestaltungen der Internetauftritte ähneln einander, vor allem die Navigationselemente. Besonders aufgefallen ist mir, dass ich keine Site der Agentur Zeitpunkt entdeckt habe, die eine Navigation in der Form von Reitern verwendet.

Grundsätzlich weisen die Seiten eine klare Strukturierung auf und die diversen Elemente sind erwartungskonform platziert. Die Menüs haben eine feste Position auf den Websites und sind farblich konsistent gestaltet. Vor allem bei größeren Websites ist jedoch die Anzahl der Rubriken nicht immer überschaubar. Die Bezeichnungen der Menüpunkte sind meist kurz und aussagekräftig. Die Farbgestaltung der Internetauftritte finde ich harmonisch. Die Schriften sind kontrastreich gewählt und generell gut lesbar.

Wie der Internetauftritt der Agentur, so sind auch die von ihnen erstellten Seiten genau auf eine fixe Fensterbreite optimiert und enthalten keine variablen Elemente. Eine Ausnahme bildet dabei nur die Website www.blindensport.at [16]. Weiters gibt es nur bei sehr wenigen dieser Sites weitere globale Navigationshilfen, wie z. B. eine Sitemap oder eine Suchfunktion.

Neben den Referenzen, die ich der Website der Agentur entnahm, erhielten Frau Etl und ich auch eine mündliche Empfehlung von Herrn Peter Grubits von der KAÖ. Er empfahl uns die Agentur, da er schon öfter mit dem Geschäftsführer, Herrn Koban, zusammengearbeitet hatte und sie seiner Meinung nach zuverlässig, schnell und günstig ansprechende Seiten erstellen, wie z. B. www.christenundmuslime.at [17]. Außerdem fand er das CMS „Siteswift“ der Agentur sehr einfach und praktisch zur Wartung der Internetseiten.

3.3.3 Mindestanforderungen an das CMS

Welche Funktionen ein CMS mindestens für unser Projekt haben soll und wie wichtig die jeweilige Funktion ist, stelle ich hier in Form einer Tabelle dar:

Anforderungen	sehr wichtig	wichtig	normal
Grundfunktionen			
Organisation der Inhalte	X		
Benutzer- und Rechtemanagement	X		
Weitere Funktionen			
Bereitstellen von Auswertungen und Statistiken	X		
Bereitstellung einer effizienten Suche	X		
Bereitstellung einer Sitemap		X	
Allgemeines			
Einfache Bedienbarkeit	X		
Grafische Benutzeroberfläche			X
Systemsicherheit		X	
Stabilität		X	
Barrierefreiheit			X

3.4 Ergebnisse der Besprechung mit der Agentur Zeitpunkt

Die Besprechung fand am 10.06.2008 im Büro der KAB in Wien statt. Teilgenommen haben unter anderem Maria Etl, Peter Grubits von der KAÖ, Markus Koban von der Agentur Zeitpunkt und ich. Wir kamen zu folgenden Ergebnissen:

Das CMS der Agentur Zeitpunkt erfüllt nicht alle unsere Mindestanforderungen, da es keine Funktion zur Bereitstellung einer Sitemap enthält. Herr Koban erklärte, dass wir die Sitemap als einfachen Text mit Links erstellen können oder dass die Agentur gegen Aufpreis ein entsprechendes Modul entwickeln kann. Da wir uns Ersteres auch vorstellen können und alle anderen Punkte unserer Mindestanforderungen erfüllt werden, finde ich das CMS für das Projekt trotzdem geeignet. Zumal auch der Kostenvoranschlag den Vorstellungen von Frau Etl entsprochen hat, wird das CMS „Siteswift“ für den Webauftritt der KABÖ verwendet.

Weiters übernimmt die Agentur Zeitpunkt die Implementierung der Website.

4 Pflichtenheft

4.1 Zielbestimmung

4.1.1 Produktvision

Ziel des Projekts ist die Konzeption und das Design eines übersichtlichen und optisch ansprechenden Internetauftrittes. Die KAB möchte durch die Website auch im World Wide Web zeigen, wer sie ist und was sie macht.

Mitarbeitern, Mitgliedern und sonstigen Interessierten stehen, nach der Implementierung der Site, Informationen jederzeit zur Verfügung.

Bisher haben nur einige Gruppierungen der Diözesen Internetauftritte. Nach Abschluss des Projekts sollen das Konzept und das Design auch von diesen Organisationen verwendet werden können. Dadurch wird ein einheitlicheres Auftreten der KAB-Gruppierungen in Österreich im World Wide Web angestrebt.

4.1.2 Musskriterien

Funktioneller und inhaltlicher Umfang:

Folgende Inhalte müssen gut strukturiert auf der Homepage sein:

- das Leitbild und die Grundsätze der KAB
- die Chronik der KAB
- ein Ansprechpartner mit Kontaktdaten
- eine Einordnung in die kirchliche Organisation (KA, EPCA, WPCA)
- eigene Projekte (z.B. KAB-Solidaritätsfond)
- Kooperationen mit anderen Organisationen
- aktuelle Berichte
- Termine zu Veranstaltungen
- das jeweilige Jahresthema (im Jahr 2008: „Fair statt Prekär“)
- die Zeitung „ZeitZeichen“
- Pressetexte
- ein Shop für den Verkauf von eigenen Printmedien

Weiters muss es einen „Internen Bereich“ geben, der nur für bestimmte Nutzer (z.B. Sekretäre und Gruppenleiter) einsehbar ist. Darin sollen sich Protokolle, Literaturhinweise und eine Link-Sammlung befinden.

Grafische Gestaltung:

Alle Texte müssen in schwarzer Schrift auf weißem Hintergrund dargestellt werden.

Das Konzept und das Design müssen so aufgebaut und vorbereitet werden, dass eine Umsetzung mit dem CMS "Siteswift" der Agentur Zeitpunkt erfolgen kann.

4.1.3 Wunschkriterien

Die Möglichkeit zur Abonnieerung eines Newsletters soll eingeplant werden, sodass die Umsetzung nach Projektabschluss jederzeit möglich ist.

Eine Bilder-Galerie kann eingeplant werden, falls dies sinnvoll erscheint.

Ebenso die Bereitstellung von Texten in einem anderen Format, wie z. B. PDF.

Im Bereich der grafischen Gestaltung der Site besteht der Wunsch, die Farbe gelb bzw. orange zu verwenden und das KAB-Logo rechts oben auf den Seiten zu positionieren.

4.1.4 Abgrenzungskriterien

Es werden weder ein Chat noch Foren eingeplant.

Die Bereitstellung eines News-Feeds ist nicht vorgesehen.

Es sollen keine Flash- bzw. Gif- Animationen auf der Site erscheinen.

4.2 Produkt-Einsatz

Zielgruppe

Voraussichtlich werden durch den Internetauftritt hauptsächlich Mitglieder und Mitarbeiter der KAB angesprochen. Das heißt, überwiegend Privatpersonen über 35 Jahre.

Es werden keine besonderen EDV-Kenntnisse vorausgesetzt.

Schulungen, Dokumentationen und Online-Hilfen für Frontend-User sind nicht vorhanden und werden nicht von mir realisiert.

Betriebsbedingungen

Die KABÖ plant eine Lebensdauer des Internetauftritts von mindestens 3 Jahren.

Nach der Abschlusspräsentation werden von mir keine weiteren Veränderungen vorgenommen. Es ist keine Wartung durch mich vorgesehen.

Gesetzliche Vorgaben

Die Einhaltung von rechtlichen Bestimmungen obliegt der KABÖ.

4.3 Qualitäts-Zielbestimmung

In Form einer Tabelle, die für mich relevanten Punkte und deren Wichtigkeit:

Produktqualität	sehr wichtig	wichtig	normal
Benutzbarkeit			
Verständlichkeit	X		
Erlernbarkeit		X	
Bedienbarkeit	X		
Grafische Gestaltung			X
Änderbarkeit			
Analysierbarkeit			X
Modifizierbarkeit		X	
Prüfbarkeit			X
Übertragbarkeit			
Anpassungsfähigkeit			X
Konformität		X	
Austauschbarkeit			X
Dokumentation			X

4.4 Tests

Es werden kontinuierlich kleine Usability-Tests mit Mitarbeiter der KAB und Bekannten während des gesamten Entwicklungsprozesses durchgeführt.

Weiters wird eine Simulation von Farbfehlsichtigkeiten mit „Vischeck“ durchgeführt (<http://www.vischeck.com/> [18]).

4.5 Entwicklungsumgebung

Zur Erstellung der Templates verwende ich Macromedia Fireworks MX.

5 Beschreibung des Konzepts und Designs

5.1 Allgemeines

Die KAB-Österreich ist die gemeinsame Organisation der Katholischen ArbeitnehmerInnen Bewegungen der Diözesen Österreichs. Auf dem Internetauftritt der KABÖ soll dies auch ersichtlich sein. Im oberen Bereich jeder Site gibt es daher Links zu den Homepages der **KABs in** den einzelnen **Diözesen**.

Nach den Anforderungen in den Bereichen Inhalt, Zielgruppe, Funktionen, Farbwünsche, usw. erstellte ich eine einfache **Menüleiste**, in der alle Menüpunkte sofort ersichtlich sind. Dadurch sollen alle Benutzer der Site sofort einen guten Überblick über die Inhalte des Internetauftrittes erhalten und rasch zu den gewünschten Informationen gelangen. Dies soll außerdem durch eine **Sitemap** und eine einfache Stichwort-**Suche**, die auf jeder Site sichtbar ist, unterstützt werden.

Zur Orientierung und zur einfachen Navigation zu übergeordneten Ebenen wurde weiters eine **Bread-Crumb-Navigation** integriert. Der Menüpunkt, in dem sich ein User befindet, wird außerdem als **Überschrift** über dem Inhaltsbereich angegeben.

Unerfahrene Nutzer sollen durch **Teaser** auf der Homepage zum Weiterklicken und Lesen angeregt werden und somit mit der Site vertraut gemacht werden.

Damit die Homepage auch von sehbehinderten Menschen gut lesbar ist, kann man auf jeder Seite die Schriftgröße ändern.

Jede Seite des Internetauftrittes der KAB-Österreich gliedert sich in die Bereiche:

- Grauer Querbalken
- Menüleiste
- Schriftzug Jahresthema
- Inhaltsbereich
- Seitenende

Diese Bereiche werden im jeweiligen Unterkapitel detailliert beschrieben.

Die Ausrichtung im Browserfenster soll zentriert sein. Die Internetseiten werden für die Browserfenstergröße **1024x768** Pixel optimiert. Die Startseite erscheint dabei wie folgt:

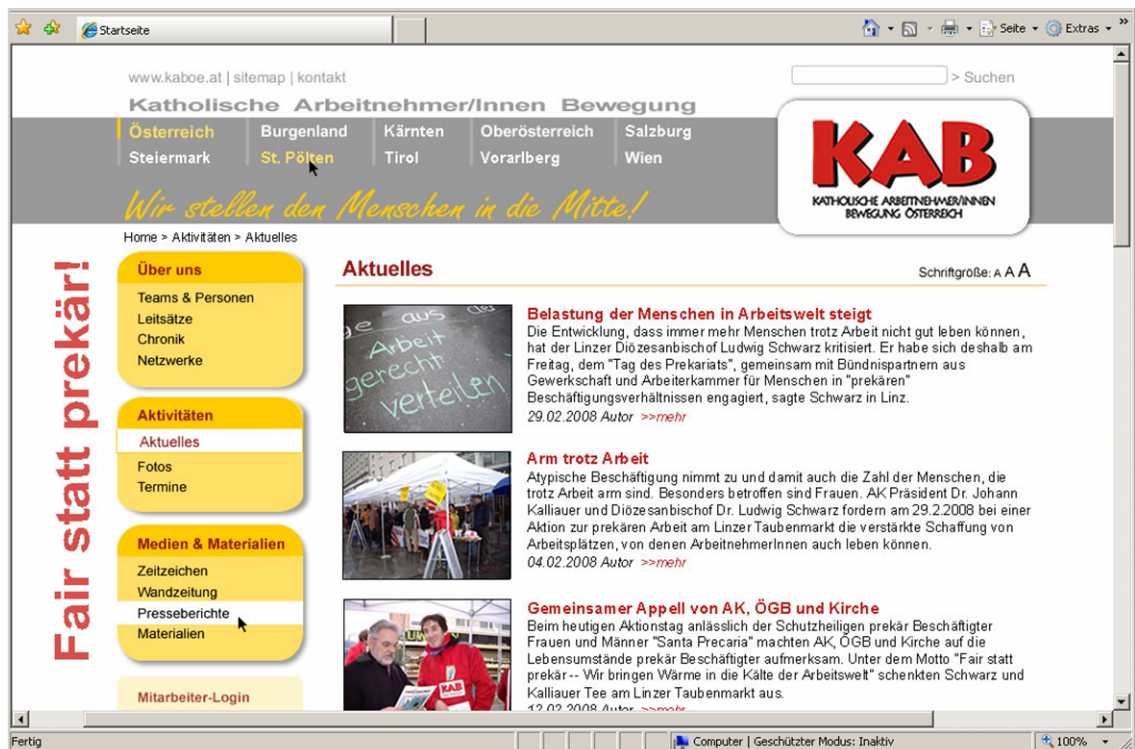


Abbildung 8: Darstellung der Startseite bei einer Browserfenstergröße von 1024 x 768 Pixel

Bei einer kleineren Browserfenstergröße, z. B. 800 x 600 Pixel, wird der Schriftzug „Fair statt prekär“ nicht angezeigt und der rechte Seitenrand wird angepasst. Dabei erhalten z. B. die Elemente Logo, Suche, Schriftgröße, Textfeld und Seitenende eine andere Breite bzw. Position. Genauer dazu befindet sich im Kapitel 5.35.3.

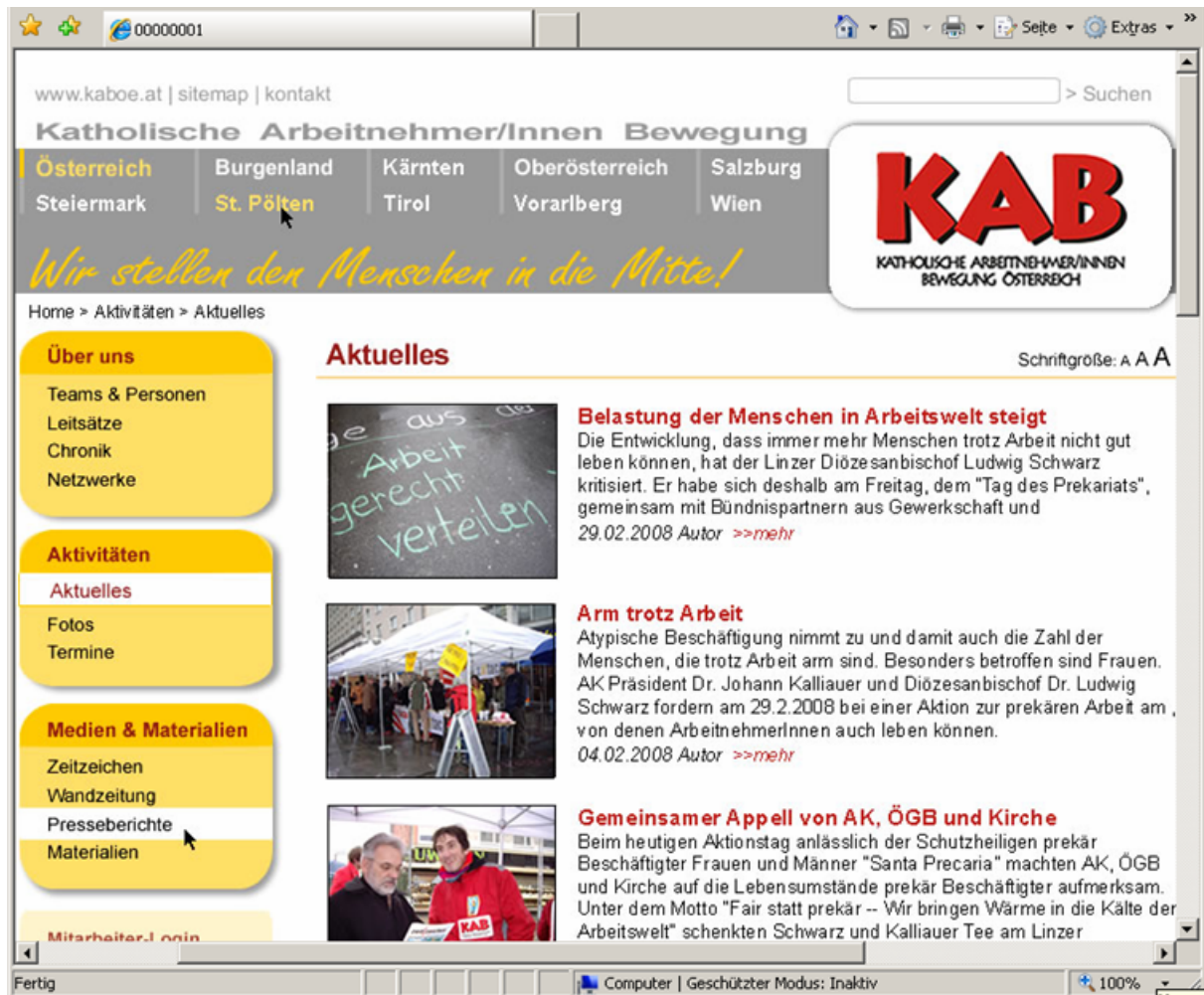
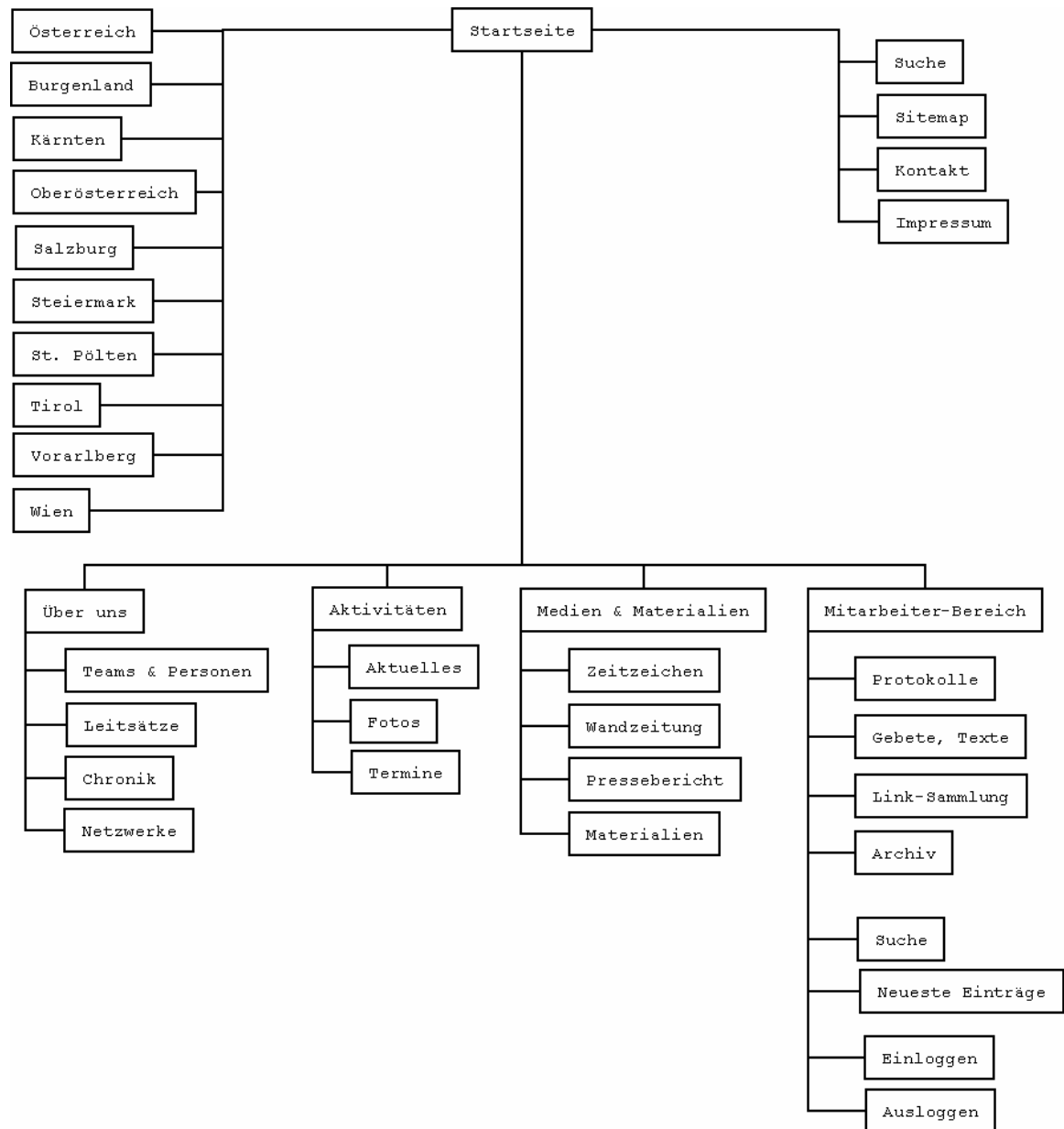


Abbildung 9: Darstellung der Startseite bei einer Browserfenstergröße von 800 x 600 Pixel

5.2 Struktur des Internetauftritts

Übersicht:



In den nächsten Kapiteln wird beschrieben, welche Vorlagen auf welchen Seiten angewendet werden bzw. mit welchen Funktionen die Sites ausgestattet sind.

5.3 Beschreibung der Bereiche

In diesem Kapitel werden die einzelnen oben angeführten Bereiche beschrieben.

Insbesondere wird auf folgende Fragen eingegangen:

- Welche Elemente beinhaltet der jeweilige Bereich?
- Welche Elemente können von den Administratoren bzw. den Redakteuren verändert werden?
- Welche Veränderungen ergeben sich beim Bewegen der Maus?
- Was passiert, wenn Benutzer eine kleinere Browserfenstergröße wählen als 1000x800 Pixel?

Es wird nicht auf die Standard-Farbwerte und -Positionen, (Schrift-) Größen und Abmessungen der einzelnen Elemente eingegangen. Diese können aus den Mastertemplates (siehe CD-Beilage) entnommen werden.

5.3.1 Beschreibung des Bereiches „Grauer Querbalken“



Abbildung 10: Bereich "Grauer Querbalken"

Im diesem Bereich, der am oberen Rand der Internetseiten platziert ist, befinden sich

- Quicklinks zur Startseite, zur Sitemap und zum Kontakt
- eine einfache Stichwort-Suche
- der Name der KAB in Worten (Katholische Arbeitnehmer/Innen Bewegung)
- das Logo der KAB
- Quicklinks zu den Internetauftritten der KAB in den Diözesen
- der Leitgedanke „Wir stellen den Menschen in die Mitte!“
- eine Bread-Crumb-Navigation

Folgende Veränderungen ergeben sich, wenn ein Benutzer seine Maus über diese Elemente bewegt:

- Die Quicklinks "www.kaboe.at", "sitemap" und "kontakt" erscheinen in der Farbe Schwarz und werden unterstrichen. Ebenso das Element "> Suchen".

- Die Quicklinks zu den KAB-Internetauftritten der Diözesen werden orange dargestellt.
- Die jeweiligen Worte der Bread-Crumb-Navigation werden schwarz unterstrichen.

Ein Link zur Startseite verbirgt sich hinter dem KAB-Logo. Beim darüber Bewegen der Maus soll sich aber nur der Mauszeiger verändern, so wie dies in den Standardeinstellungen des jeweiligen Browsers vorgesehen ist.

Von den Webredakteuren und Administratoren soll in diesem Bereich nichts verändert werden können.

Im Bereich einer Browserfensterbreite zwischen 800 Pixel und 1000 Pixel soll die Position einiger Elemente variabel sein. Im Bereich "Grauer Querbalken" sollen sich die Elemente "Stichwort-Suche" und "Logo" am rechten Rand orientieren.



Abbildung 11: Bereich "Grauer Querbalken" bei einer Browserfensterbreite von 600 Pixel

5.3.2 Beschreibung des Bereiches "Menüleiste"

Dieser Bereich besteht aus den Hauptmenüpunkten "Über uns", "Aktivitäten", "Medien & Materialien" und den jeweiligen Unterpunkten.

Darunter befindet sich eine Login-Maske für den Internen Bereich. Dieser Bereich ist durch ein farbiges Feld hinterlegt. Dieses ist so hoch wie der Inhaltsbereich, der sich rechts davon befindet.

Administratoren sind berechtigt Menüpunkte zu ändern, hinzuzufügen und zu löschen. Wird ein neuer Hauptmenüpunkt hinzugefügt, erscheint ein neues, orange-farbiges Feld von variabler Länge.



Abbildung 12: Bereich
"Menüleiste"



Abbildung 13: Bereich
"Menüleiste", Mitarbeiter-
Bereich

Beim Bewegen der Maus über die verschiedenen Unterpunkte ändert sich die Hintergrundfarbe. Diese wird weiß.

In nebenstehender Abbildung ist ersichtlich, wie der Unterpunkt formatiert wird, der im Inhaltsbereich angezeigt wird. In der Grafik ist dies der Menüpunkt "Aktuelles".

Wird die Maus über das Element "Passwort vergessen?" bewegt, wird dieses in derselben Farbe unterstrichen wie der Text.

Hat sich ein Benutzer erfolgreich eingeloggt, erscheint statt der Login-Maske eine Menüleiste. Diese zeigt die Gliederung des internen Bereiches. Administratoren haben die Berechtigung die Menüpunkte des internen Bereiches zu ändern, zu löschen oder hinzuzufügen.

Weiters erscheint ein Button zum Ausloggen.

Wird der Mauszeiger über diese Punkte bewegt, wird der Hintergrund weiß und die Schriftfarbe schwarz.

Wählt ein Benutzer einen Punkt aus, so erscheint dieser in der ursprünglichen Schriftfarbe auf weißem Hintergrund.

Im gesamten Bereich "Menüleiste" ändert sich nichts, falls die Browserfensterbreite verkleinert oder vergrößert wird.

5.3.3 Beschreibung des Bereiches "Schriftzug Jahresthema"

Fair statt prekär!

Dieser Bereich besteht nur aus einem Textelement. Es beinhaltet das jeweilige Jahresthema.

Das Element ist mit keinem Link hinterlegt, das heißt, es passiert nichts, wenn man die Maus darüber bewegt.

Administratoren und Redakteure sollen den Text ändern und auch mit einem Link, z. B. zu aktuellen Berichten, hinterlegen können.

Ist die Browserfensterbreite eines Benutzers kleiner als 1000 Pixel, so soll der Schriftzug nicht mehr sichtbar sein, so wie dies in folgender Abbildung dargestellt ist.

Abbildung 14: Bereich
"Schriftzug Jahresthema"

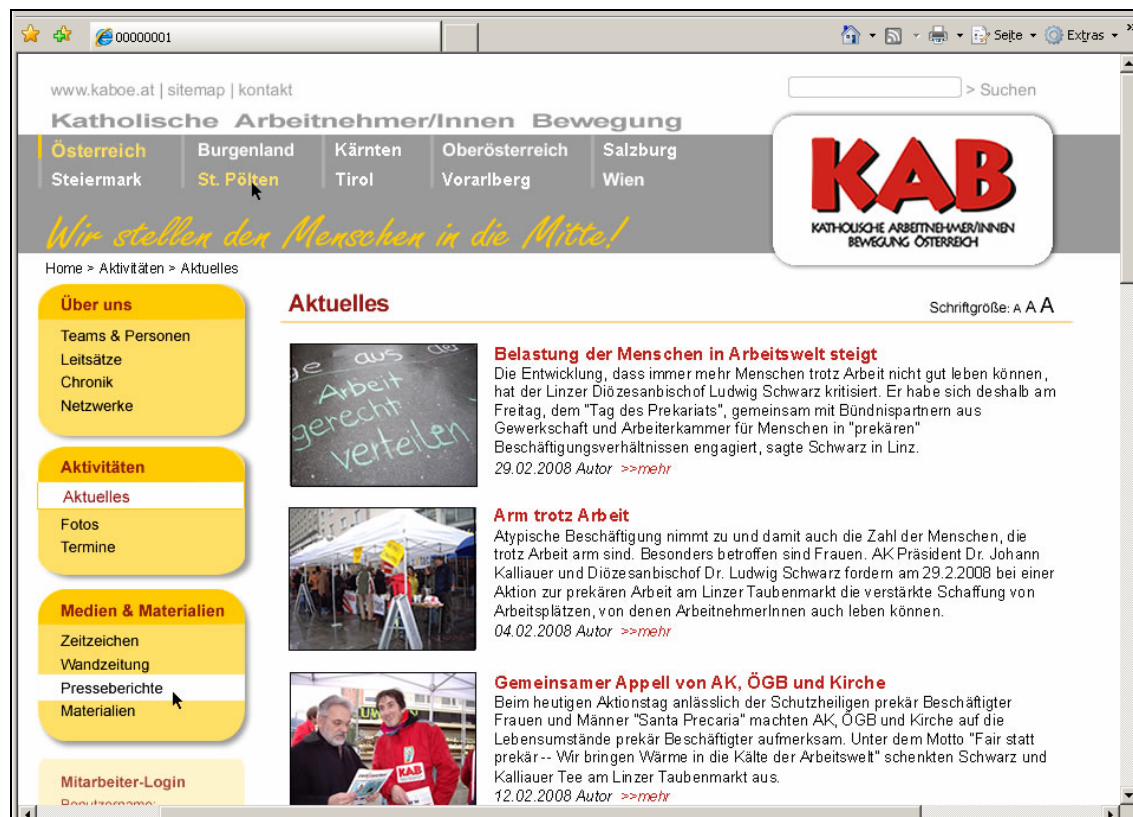


Abbildung 15: Darstellung bei einer Browserfenstergröße kleiner als 1024 x 768 Pixel

5.3.4 Beschreibung des Bereiches "Inhaltsbereich"

Für diesen Bereich habe ich vier verschiedene Vorlagen erstellt:

- Teaser
- Artikel
- Inhalt_lang
- Liste

In allen Vorlagen gibt es eine Überschrift und die Möglichkeit, die Schriftgröße zu verändern. Die Überschrift trägt die Bezeichnung des jeweiligen Menüpunktes, in dem sich der Benutzer gerade befindet.

Wird der Mauszeiger über einen der Buchstaben "A" neben dem Wort "Schriftgröße" bewegt, so wird dieses unterstrichen.

Jedes Textelement in den Vorlagen, welches mit einem Link hinterlegt ist, wird beim darüber Bewegen eines Mauszeigers, in der jeweiligen Schriftfarbe unterstrichen.

Ist die Fensterbreite eines Browsers zwischen 800 Pixel und 1000 Pixel, so orientiert sich das Element "Schriftgröße: AAA" am rechten Rand.

Bei einer Einstellung in diesem Bereich verändern alle Textelemente in den Vorlagen ihre Breite so, dass sie immer am rechten Rand des Browserfensters abschließen.

Die Texte für die Berichte, Artikel, Veranstaltungstermine,... werden von den Redakteuren geschrieben bzw. eingefügt.

Redakteure sollen zur Gestaltung der Texte folgende Formatierungen verwenden: Absatz, Auflistung und "Bold".

Grundsätzlich sollten Redakteure keine Links in Berichten bzw. Artikeln angeben, damit der Betrachter der Site, den gesamten Bericht liest und nicht durch den Link abgelenkt wird.

In der Vorlage "Artikel" gibt es daher einen eigenen Abschnitt "Weiterführende Links", nach dem eigentlichen Text.

Sollte es dennoch wirklich notwendig sein einen Link im Haupttext zu setzen, so wird dieser in dem Rot dargestellt, das auch für die Überschriften verwendet wird.

Darüber hinaus sollte eine Seite bzw. ein Artikel nicht länger als 1000 Pixel sein, sodass der gesamte Text mit einem Mal Scrollen erfasst werden kann.

Beschreibung der Vorlage "Teaser"

Diese Vorlage besteht aus mehreren Bildern mit der dazu passenden Überschrift, einem Text, dem Erstellungsdatum und dem Namen des Autors sowie dem Element ">>mehr".

Ein Link zum vollständigen Artikel befindet sich hinter dem Bild, der Überschrift und dem Element ">>mehr".

Alle Bilder haben einen dünnen, schwarzen Rahmen.

Die Überschrift, das Erstellungsdatum und der Name des Autors werden automatisch vom dazugehörigen Artikel übernommen.

Das jeweilige Bild wird vom Redakteur ausgewählt und eingefügt.

Der Teaser-Text kann aus den ersten Zeilen der Einleitung des jeweiligen Artikels bestehen oder wird vom Redakteur extra geschrieben.



Belastung der Menschen in Arbeitswelt steigt

Die Entwicklung, dass immer mehr Menschen trotz Arbeit nicht gut leben können, hat der Linzer Diözesanbischof Ludwig Schwarz kritisiert. Er habe sich deshalb am Freitag, dem "Tag des Prekariats", gemeinsam mit Bündnispartnern aus Gewerkschaft und Arbeiterkammer für Menschen in "prekären" Beschäftigungsverhältnissen engagiert, sagte Schwarz in Linz.

29.02.2008 Autor [->>mehr](#)



Arm trotz Arbeit

Atypische Beschäftigung nimmt zu und damit auch die Zahl der Menschen, die trotz Arbeit arm sind. Besonders betroffen sind Frauen. AK Präsident Dr. Johann Kalliauer und Diözesanbischof Dr. Ludwig Schwarz fordern am 29.2.2008 bei einer Aktion zur prekären Arbeit am Linzer Taubenmarkt die verstärkte Schaffung von Arbeitsplätzen, von denen ArbeitnehmerInnen auch leben können.

04.02.2008 Autor [->>mehr](#)



Gemeinsamer Appell von AK, ÖGB und Kirche

Beim heutigen Aktionstag anlässlich der Schutzheiligen prekär Beschäftigter Frauen und Männer "Santa Precaria" machten AK, ÖGB und Kirche auf die Lebensumstände prekär Beschäftigter aufmerksam. Unter dem Motto "Fair statt prekär -- Wir bringen Wärme in die Kälte der Arbeitswelt" schenkten Schwarz und Kalliauer Tee am Linzer Taubenmarkt aus.

12.02.2008 Autor [->>mehr](#)



Wenig Lohn trotz Vollzeit

Besonders betroffen davon sind Frauen. In Oberösterreich arbeiten 11.600 Frauen und 4.500 Männer für monatlich weniger als 1000 Euro ein Jahr lang Vollzeit. Das sind 13 Prozent der so beschäftigten Frauen - gleichauf mit Kärnten und nach Vorarlberg der zweithöchste Anteil in Österreich. Bei den Männern sind es zwei Prozent.

31.01.2008 Autor [->>mehr](#)

Abbildung 16: Bereich "Inhaltsbereich", Vorlage "Teaser"

Beschreibung der Vorlage "Artikel"

Diese Vorlage beinhaltet folgende Elemente:

- eine Artikel-Überschrift
- ein Textfeld für eine Einleitung
- ein Textfeld für den ausführlichen Bericht
- das Erstellungsdatum
- den Namen des Autors des Artikels
- weiterführende Links
- einen Button zum nächsten Artikel
- eine Auflistung von Links zu weiteren Berichten

Der Bereich "Weitere Berichte" beinhaltet eine Auflistung der anderen Artikel, die im Moment auf der Startseite sichtbar sind.

Belastung der Menschen in Arbeitswelt steigt



Die Entwicklung, dass immer mehr Menschen trotz Arbeit nicht gut leben können, hat der Linzer Diözesanbischof Ludwig Schwarz kritisiert. Er habe sich deshalb am Freitag, dem "Tag des Beschäftigungsverhältnissen" engagiert, sagte Schwarz in Linz. Das soll so sein wie in der Zeitung (und orf.at) - zuerst Ergebnisse und dann genauer weiter im Text.

Die Entwicklung, dass immer mehr Menschen trotz Arbeit nicht gut leben können, hat der Linzer Diözesanbischof Ludwig Schwarz kritisiert. Er habe sich deshalb am Freitag, dem "Tag des Prekariats", gemeinsam mit Bündnispartnern aus Gewerkschaft und Arbeiterkammer für Menschen in "prekären" Beschäftigungsverhältnissen engagiert, sagte Schwarz in Linz. Das soll so sein wie in der Zeitng (und orf.at) - zuerst Ergebnisse und dann genauer weiter im Text.

Die Entwicklung, dass immer mehr Menschen trotz Arbeit nicht gut leben können, hat der Linzer Diözesanbischof Ludwig Schwarz kritisiert. Er habe sich deshalb am Freitag, dem "Tag des Prekariats", gemeinsam mit Bündnispartnern aus Gewerkschaft und Arbeiterkammer für Menschen in "prekären" Beschäftigungsverhältnissen engagiert, sagte Schwarz in Linz. Das soll so sein wie in der Zeitng (und orf.at) - zuerst Ergebnisse und dann genauer weiter im Text.

Die Entwicklung, dass immer mehr Menschen trotz Arbeit nicht gut leben können, hat der Linzer Diözesanbischof Ludwig Schwarz kritisiert. Er habe sich deshalb am Freitag, dem "Tag des Prekariats", gemeinsam mit Bündnispartnern aus Gewerkschaft und Arbeiterkammer für Menschen in "prekären" Beschäftigungsverhältnissen engagiert, sagte Schwarz in Linz. Das soll so sein wie in der Zeitng (und orf.at) - zuerst Ergebnisse und dann genauer weiter im Text.

Datum und Autor

Weiterführende Links:

- > [Fotos](#)
- > [Protokoll von Karin Huber](#)

[> Arm trotz Arbeit](#)

Weitere Berichte:

- > [Arm trotz Armut](#)
- > [Diözesankonferenz 2008](#)
- > [Sonniger Apfelsaft](#)
- > [Wenig Lohn trotz Vollzeit](#)
- > [Fair statt prekär](#)

Abbildung 17: Bereich "Inhaltsbereich", Vorlage "Artikel"

Beschreibung der Vorlage "Text_lang"

Diese Vorlage beinhaltet folgende Elemente:

- eine Überschrift erster Ebene
- eine Überschrift zweiter Ebene
- ein Textfeld für Zitate, Sprüche, Gedanken usw.
- ein allgemeines Textfeld
- einen Button zum nächsten Kapitel
- ein verkürztes Inhaltsverzeichnis

Das Inhaltsverzeichnis wird automatisch aus den Überschriften des jeweiligen Kapitels erstellt. Dabei werden alle Überschriften der ersten Ebene angezeigt. Die Überschriften der zweiten Ebene werden angezeigt, wenn sich ein Benutzer in dem dazugehörigen Kapitel befindet.

Im Inhaltsverzeichnis wird farblich hervorgehoben, welches Kapitel gerade angezeigt wird.

Merkmale und Wesen

Wir sind eine ArbeitnehmerInnen-Bewegung

Jesus wählt seine ersten Apostel unter Fischern aus. Er beruft sie, während sie ihre Arbeit verrichten: "Fahrt hinaus auf den See! Dort werft Eure Netze zum Fang aus!" (aus dem Lukas-Evangelium) 3

Der Begriff "Arbeit" unterliegt einem radikalen Wandel.

Im 21. Jahrhundert geht der Trend von manueller Arbeit hin zu Dienstleistungsberufen mit hoher Qualifikationsanforderung und einer generellen Verschiebung zur Wissensarbeit und zu Computerarbeitsplätzen.

Dies wird begleitet von neuen Beschäftigungsformen wie z.B. freie Mitarbeit, Arbeit auf Werkvertragsbasis, Teilzeitarbeit und insgesamt mehr Flexibilität und Mobilität. Zunehmend werden für Arbeitnehmer/innen lebenslanges Lernen und wechselnde Arbeitsverhältnisse (Job-Rotation) zum Normalfall. Ebenso wechselnde Phasen von selbständiger und unselbständiger Erwerbsarbeit und erwerbslose Zeiten wie z.B. Arbeitslosigkeit, Bildungskarenz, Familienkarenz,

Nicht zuletzt reicht der Begriff Arbeit weit über die reine Erwerbsarbeit hinaus und so bilden besonders die gesellschaftlich unverzichtbaren Bereiche unbezahlter Arbeit z.B. Hausarbeit, Kinderbetreuung, Pflege von Angehörigen - aber auch ehrenamtliche Tätigkeit - wichtige Bestandteile.

In diesem erweiterten Verständnis von Arbeit wendet sich die KAB als Arbeitnehmer/innen-Bewegung vor allem an alle Frauen und Männer, die in der Arbeitswelt ihr Christ-Sein leben wollen.

Wir wenden uns ebenso an die steigende Zahl von Menschen in atypischen und oft prekären Arbeitsverhältnissen (z.B. geringfügige Beschäftigung, Leiharbeit, ...), als auch an jene, die ohne Erwerbsarbeit sind, an Hausfrauen und -männer sowie Pensionist/innen.

Zur Mitarbeit sind auch jene eingeladen, die sich von Arbeitnehmer/innenanliegen betreffen lassen, sich in ihrem Denken und Fühlen der Arbeitnehmer/innen-schaft zuordnen und deren Interessen vertreten. Besonders fördern wir dabei das Engagement von Betriebsrät/innen und Personalvertreter/innen.

> Geschwisterliche Bewegung

Inhaltsverzeichnis

- > Einleitung Leitsätze
- > Wir stellen den Menschen in die Mitte!
- > Merkmale und Wesen
 - > Arbeitnehmer/innen Bewegung
 - > Geschwisterliche Bewegung
 - > Bildungsbewegung
 - > Aktionsbewegung
 - > Gesellschaftspolitische Bewegung
 - > Internationale Bewegung
- > Optionen und Orientierungen
- > Visionen und Forderungen

Abbildung 18: Bereich "Inhaltsbereich", Vorlage "Text_lang"

Beschreibung der Vorlage "Liste"

Die Vorlage "Liste" ermöglicht eine Einteilung in Kategorien, wie z. B. die Kategorie "November 2008". Dazu stehen das Element Kategorie-Überschrift und eine Trennlinie zur Abgrenzung der Kategorien zur Verfügung.

Diese Vorlage ist eine Variation der Vorlage "Teaser". Es können alle Elemente der Vorlage "Teaser" verwendet werden. Statt dem Element "Bild" können Redakteure und Administratoren ebenso einen Text, z. B. ein Datum, eingeben.

Termine		Schriftgröße: A A A
November 2008		
24.11.2008	Buchpräsentation Max Mustermann in Wien, KAB-Büro	>>mehr
Dezember 2008		
06.12.2008	Nikolausfeier der KAB in Wien, KAB-Büro	>>mehr
19.12.2008	Weihnachtsfeier der KAB in Wien, KAB-Büro	>>mehr
Jänner 2009		
01.02.2009	Startbesprechung in Wien, KAB-Büro	>>mehr
17.02.2009	Irgendwas in Wien, KAB-Büro	>>mehr

Abbildung 19: Bereich "Inhaltsbereich", Vorlage "Liste"

5.3.5 Beschreibung des Bereiches "Seitenende"

Dieser Bereich besteht aus einer waagrechten Linie und aus zwei Reihen mit Quicklinks. Die erste Reihe beinhaltet die Punkte Impressum, Sitemap und Kontakt. Die zweite Reihe enthält die Hauptmenüpunkte "Über uns", "Aktivitäten", "Medien & Materialien". Diese Reihen sind zentriert ausgerichtet.

Wird ein Mauszeiger über einen der Quicklinks bewegt, wird dieser unterstrichen.

Administratoren sind berechtigt Quicklinks zu ändern, hinzuzufügen und zu löschen.

Ist die Browserfensterbreite eines Benutzers kleiner als 1000 Pixel, so ändert sich die Länge der waagrechten Linie, sie wird kürzer.



Abbildung 20: Bereich "Seitenende"

5.4 Anwendung der Vorlagen

Im Folgenden eine Aufstellung, welche Vorlagen (Teaser, Artikel, Inhalt_lang, Liste) im Inhaltsbereich der Seiten angewendet werden sollen.

Seitenname	Vorlage
Startseite.....	Teaser
Über uns	
Teams & Personen	Liste
Büroteam/Kontakt.....	Liste oder Artikel
Bundesleitung	Liste oder Artikel
Leitsätze	Inhalt_lang
Chronik	Inhalt_lang
Netzwerke	Liste oder Teaser
Aktivitäten	
Aktuelles	Teaser
Bericht.....	Artikel oder Text_lang
Fotos.....	Teaser
Termine	Liste (nach Datum sortiert)
Veranstaltung	Artikel
Medien & Materialien	
Zeitzeichen.....	Teaser
Wandzeitung	Teaser
Pressetexte	Teaser
Materialien	Liste (nach Kategorien sortiert)

Mitarbeiter-Login

Interne Materialien Liste (nach Kategorien sortiert)

Suche

Ergebnisse Liste

Sitemap..... Artikel

Kontakt..... Liste oder Artikel

Impressum Artikel

6 Ausgewählte Entwicklungsschritte

Nachdem ich bereits im ersten Kapitel meine Vorgehensweise und den Ablauf des Projektes kurz beschrieben habe, wird in diesem Kapitel exemplarisch auf ausgewählte Entwicklungs- schritte eingegangen. Als erstes folgen nun allgemeine Überlegungen zu Struktur und Design von Websites und dazu konkrete Beispiele, wie diese im Projekt umgesetzt wurden.

6.1 Allgemeines zu Struktur und Design

In der Literatur wird eine gute Struktur einer Website als Basis für einen erfolgreichen Internetauftritt dargestellt, wobei der Erfolg unter anderem durch die Verweildauer, die Anzahl der besuchten Seiten, die Wiederbesuchsabsicht und die Einstellung zur Website gemessen wird.

Vor allem das Werk 'Webseiten-Gestaltung, Erfolgsfaktoren und Kontrolle' [9], stellt Struktur und Design als Fundamente eines gelungenen Internetauftrittes dar. Generell werden in diesem Buch die Einflussgrößen inhaltsanalytisch zu fünf grundlegenden Erfolgsfaktoren zusammengefasst und deren Wichtigkeit in Form einer Pyramide dargestellt:

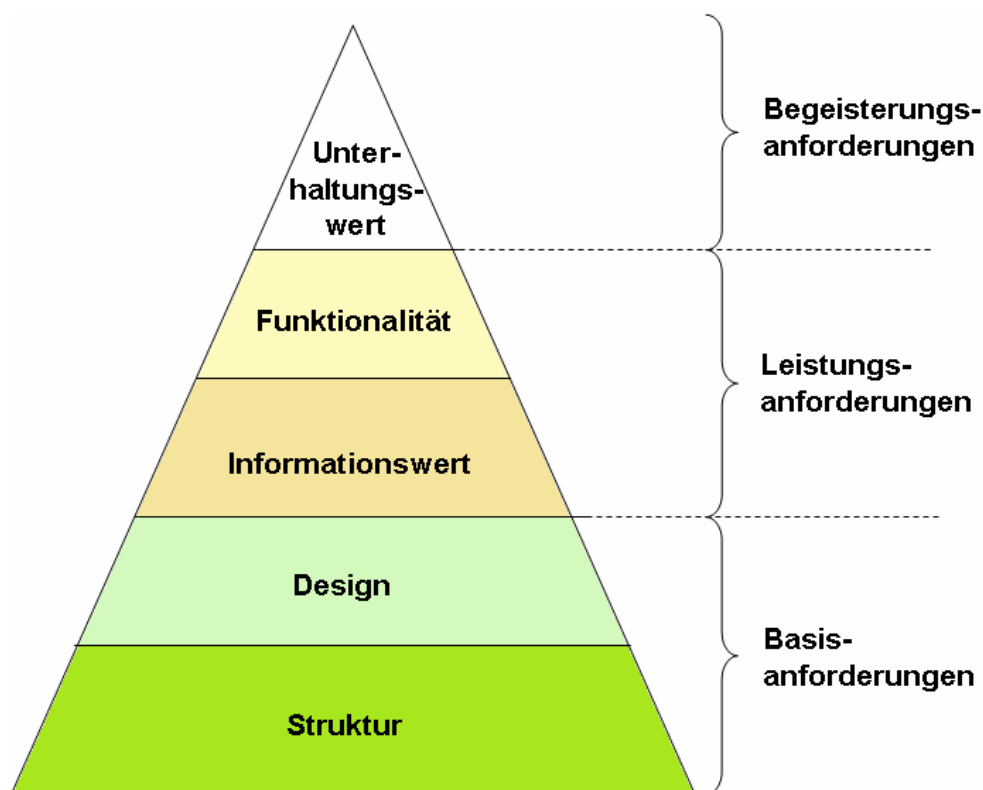


Abbildung 21: Erfolgsfaktoren einer Website [9]

Warum die **Struktur** so wichtig ist, beschreibt Steve Krug, mit folgendem Satz: "Die Leute werden Ihre Website nicht benutzen, wenn sie sich darin nicht zurecht finden." [3] (S. 51)

Deshalb habe ich mich vor allem mit der Strukturierung der Website intensiv beschäftigt. Dabei versuchte ich die **Erwartungen der User** zu beachten. Grundsätzlich erwarten sie diverse Elemente einer Website auf bestimmten Positionen. Deshalb habe ich zum Beispiel im oberen Bereich das Logo positioniert, welches auch als Home-Button dient. Weiters habe ich das Hauptmenü am linken Rand platziert und den Inhalt in der Mitte der Seiten. Die rechten Bereiche der Websites habe ich bewusst nicht als eigene Teile ausgewiesen, da an dieser Stelle oft Werbung angezeigt wird und User diese Bereiche ignorieren. In der unteren Menüleiste finden die Besucher das Impressum.

Die zentrale Komponente der Strukturierung eines Internetauftrittes ist die **Navigation**. Dazu zählen globale Elemente, wie Menüführung, Sitemap, Suchfunktion, Home-Button, Bread-Crums und lokale Navigationselemente, wie Interne Links, Short Cuts, Back-Links, Back-to-the-Top-Buttons. Die Navigation soll anzeigen, was es gibt, wo sich der User gerade befindet und wohin er gehen kann.

Nach Stefan Hoffmann und Uta Schwarz [9] (S. 84) sollten bei der Gestaltung folgende Prinzipien beachtet werden:

- Die Navigation muss stets einfach bedienbar und schnell erlernbar sein.
- Das Hauptmenü ist auf allen Unterseiten konsistent zu gestalten (z. B. Position und Farbschema) und sollte immer sichtbar sein.
- Alle Menüpunkte und Links sind intuitiv verständlich zu beschriften.

Darüber hinaus betont Steve Krug: "Wir begegnen im Web ständig verschiedenen Auswahlmöglichkeiten, und die *Auswahl gedankenlos treffen* zu können, ist eines der wichtigen Dinge, die eine Site leicht bedienbar macht." [3] (S. 43)

Daher versuchte ich die Inhalte der Website in sinnvollen Kategorien zusammenzufassen und dazu jeweils eine gut überschaubare Anzahl an Menüpunkten zu erstellen. Weiters bereitete ich diese Kategorien und Hierarchien visuell auf. So entstanden die Hauptsektionen "Unter Uns", "Aktuelles" und "Medien & Materialien" und die jeweiligen Unterpunkte. Ich machte mir auch viele Gedanken zur Reihenfolge

der Menüpunkte und zur Wahl der Bezeichnungen. Damit diese, vor allem auch für die Zielgruppe verständlich sind, entschied ich mich dafür, keine Anglizismen zu verwenden, wie z. B. "News" statt "Aktuelles".

Generell sind bei der entwickelten KABÖ-Site alle Navigationselemente konsistent gestaltet und immer sichtbar. Eine Ausnahme bildet nur die Navigation des "Internen Bereiches". Diese erscheint erst nach Anmeldung eines Besuchers.

Das **Design** erfüllt zunächst ebenso eine strukturierende Funktion [9] (S. 104), zum Beispiel durch die Formatierung der Überschriften. Außerdem soll die Gestaltung die Benutzer nicht überfordern und trotzdem interessant wirken [8] (S. 30 - 40).

Steve Krug vergleicht das Design eines Internetauftrittes mit dem Design eines Plakates für die Autobahn, da eine Vielzahl der User die Websites nur überfliegt und nicht Wort für Wort liest [3] (S. 30 – 40).

6.2 Anbieten eines Newsletters und eines News-Feeds

Am Beginn meiner Arbeit war ich davon überzeugt, dass jede zeitgemäße Website einen **RSS-Feed** anbieten sollte. Abonnenten würden dadurch laufend aktuelle Nachrichten von der KAB-Site erhalten und würden dadurch angeregt, die Seite öfter zu besuchen und sich mit den Inhalten zu beschäftigen. Dabei hoffte ich, dass zum Beispiel durch Terminankündigungen über RSS mehr Benutzer von den Veranstaltungen erfahren und diese wahrnehmen würden. Während ich mich mit der Zielgruppe beschäftigte, wurde mir jedoch klar, dass der Großteil der Gruppe diese Funktion nicht kennt und durch das Auftreten des Symbols und des unbekannten Textes eher verwirrt werden würden. Ich befürchtete, dass daher nur wenige User den Feed abonnieren würden. Um diese Vermutung zu überprüfen, studierte ich die einschlägige Literatur und befragte eine Reihe von Usern.

Generell werden RSS-Feeds in der Literatur eher als Medium für eine technik-affine Zielgruppe empfohlen. Weiters erzeugen News-Feeds nicht die gewünschte starke Bindung zum jeweiligen Internetauftritt und dem Unternehmen, da nur wenige Texte der Site im Format des jeweilig verwendeten News-Readers dargestellt werden und somit diese Inhalte aus dem Kontext der Website gerissen sind. Außerdem verweist unter anderem Jakob Nielsen darauf, dass User lieber Emails erhalten, da sie diese archivieren und auch später lesen können [12]. Dagegen werden **Newsletter** in der Literatur durchwegs als sehr effektive Maßnahme dargestellt, wenn sie ansprechend

gestaltet und regelmäßig versandt werden. Jakob Nielsen beschreibt dies auf seiner Website am 12. Juni 2006 folgendermaßen:

The positive emotional aspect of newsletters is that they can create much more of a bond between user and company than a website can. The negative aspect is that usability problems have much stronger impact on the customer relationship than they normally do. [12]

Weiters veröffentlichte Jakob Nielsen am 4. Februar 2008:

Email newsletters remain the best way to drive users back to websites. It's incredible how often our study participants say that a newsletter is their main reason for revisiting a site. [13]

Um diese Ansichten zu überprüfen, befragte ich eine Reihe User. Ich hörte mich als erstes in meinem Bekanntenkreis um, wer RSS-Feeds abonniert hat bzw. diese Funktion kennt. Fast niemandem war dies bekannt und keiner meiner Bekannten verwendete es. Da darunter viele junge Leute waren, die tagtäglich den Computer verwenden, bestätigte dies meine Vermutung, dass diese Funktion noch nicht sehr gebräuchlich ist. Darüber hinaus fragte ich auch im Rahmen zweier User-Tests nach Bekanntheit und Nutzung von News-Feeds. Diese Internet-Benutzer kannten die Funktion ebenfalls nicht. Es kam ihnen lediglich das Symbol bekannt vor.

Daneben sprach ich mit all diesen Usern auch darüber, ob sie Newsletter kennen bzw. abonniert haben, wenn ja auch wie viele und ob sie diese lesen. Auch diese Funktion wird von meinen Probanden noch nicht oft genutzt, ist aber bekannter als RSS-Feeds.

Daher entschied ich mich dafür, keinen News-Feed auf der Website anzubieten, aber einen Newsletter einzuplanen. Da dieser qualitativ hochwertig und im laufenden Betrieb regelmäßig ausgeschickt werden sollte und dies Zeit benötigt, möchte Frau Etl diesen erst später in die Homepage integrieren.

6.3 Simulation von Farbfehlsichtigkeiten

Nachdem ich das Design der Musterseite erstellt hatte, überprüfte ich die Lesbarkeit bei den häufigsten Arten von Farbfehlsichtigkeit. Ich verwendete dazu das Programm "Vischeck" [18], welches Farbfehlsichtigkeiten simuliert. Die Beurteilung des Farbkontrastes wird danach dem Benutzer überlassen. Bei einem meiner Entwürfe, ergaben sich dabei folgende Bilder:

Das Original:

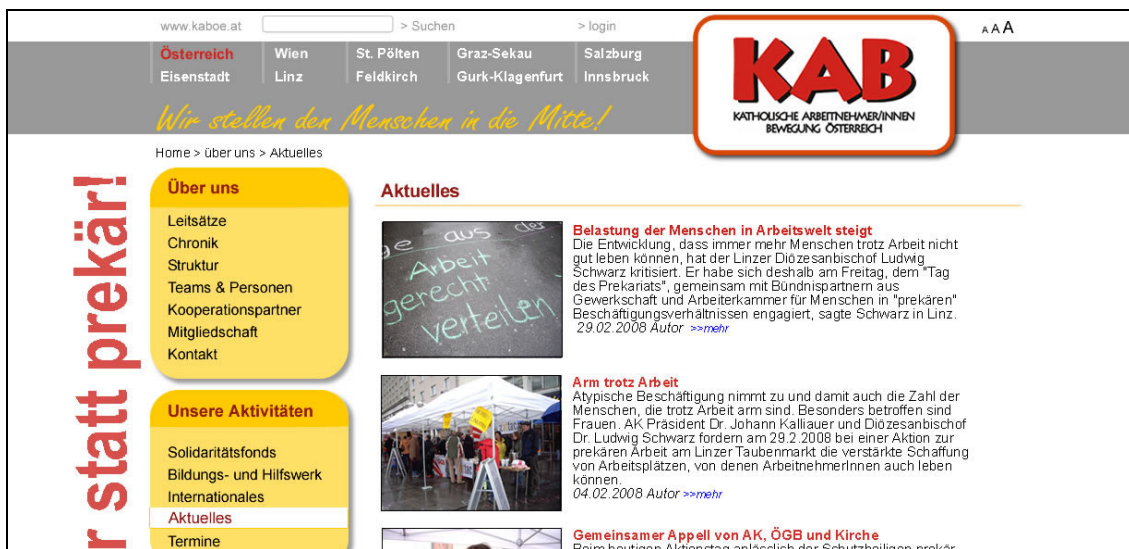


Abbildung 22: Die Homepage vor der Änderung

Simulation der Farbfehlsichtigkeit "Deuteranope":

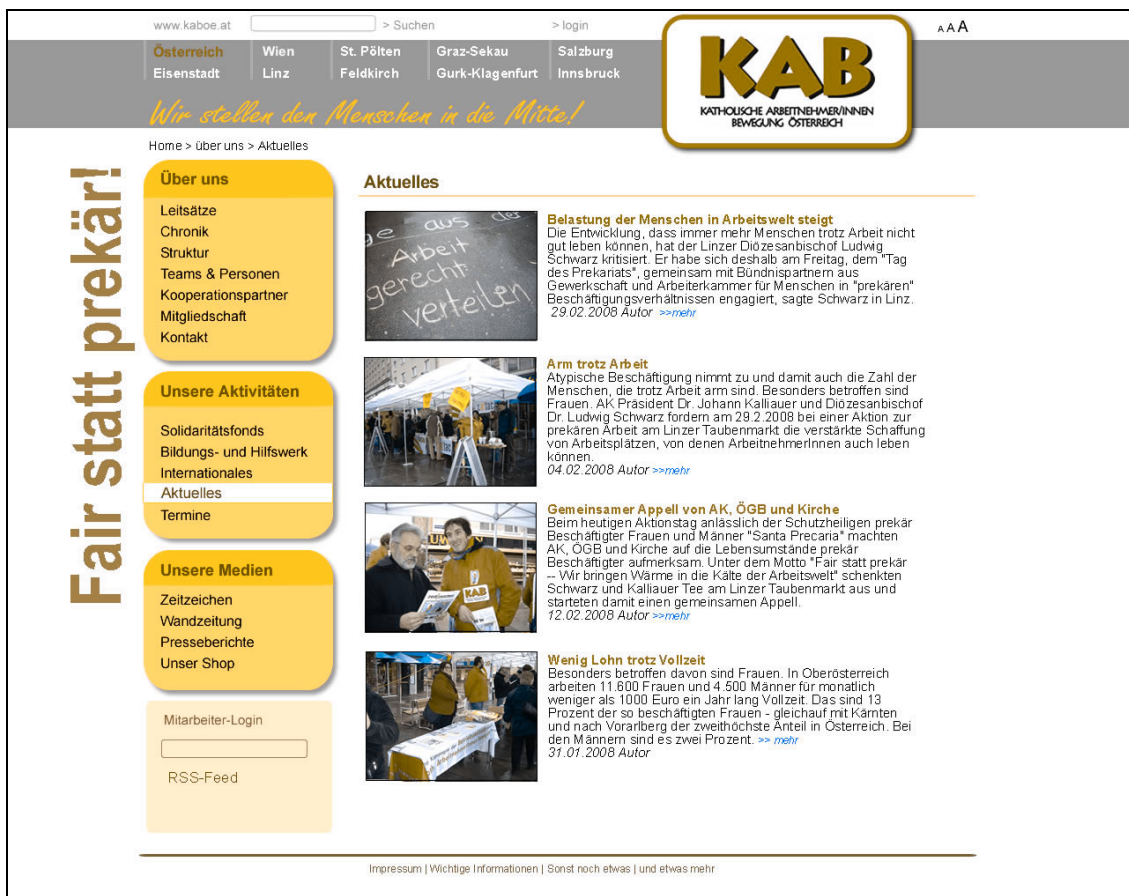


Abbildung 23: Simulation der Farbfehlsichtigkeit "Deuteranope" vor der Änderung

Generell fand ich den Kontrast auch bei der Simulation der Fehlsichtigkeiten gut. Eine Ausnahme bildete das Wort "Österreich" innerhalb des Bereiches "grauer Balken". Es war bei dieser Version in einem kräftigen Rot gestaltet. Dadurch wollte ich sichtbar machen, welche regionale KAB-Website gerade angezeigt wird.

Meiner Meinung nach ist es in der Simulation nicht sehr gut lesbar. Deshalb entschied ich mich dazu eine andere Farbe zu verwenden.

Simulation nach Änderung:



Abbildung 24: Simulation der Farbfeldsichtigkeit "Deuteranope" nach der Änderung

6.4 Änderungen in der Struktur nach Rücksprache mit der KABÖ

Vor allem wegen der Wahl der Bezeichnungen der Menüpunkte, führte ich viele Gespräche mit der Vertreterin der KAB. Es wurden von den Mitarbeitern der Organisation Stichworte gewünscht, bei denen ich mir persönlich nicht vorstellen konnte, was sich dahinter verbergen sollte. Ein Beispiel dafür ist der Punkt "Spirituelles". Ich stellte mir vor, dass hier dargelegt werden sollte, auf welche Art und Weise sich die KAB "spirituell" sieht. Dies würde ich persönlich unter "Leitsätze" suchen. Im Laufe meiner Arbeit fand ich heraus, dass darunter spirituelle Gedanken und ähnliche Materialien aufscheinen sollten. Dies würde ich ebenso einem anderen Menüpunkt, im Bereich "Medien & Materialien", zuordnen. Dennoch beharrten meine Auftraggeber auf einen eigenen Menüpunkt mit der Bezeichnung "Spirituelles".

Viele weitere Diskussionen führte ich beinahe über den gesamten Aufbau der Hauptnavigation. Es war ein langer Weg, die Mitglieder der KAB von der Notwendigkeit einer straffen Gliederung und den allgemein üblichen Bezeichnungen zu überzeugen. Dazu nun zwei weitere exemplarische Beispiele:

6.4.1 Die Links zu den Homepages der KAB's in den Diözesen

In Österreich gibt es in jeder Diözese eine KAB. Jeder dieser regionalen Gruppierungen soll auf der Website ein eigener Bereich zur Verfügung stehen. Die Links dazu sind im Bereich "Grauer Querbalken" positioniert. Ich überlegte lange, welche **Bezeichnung** diese Links haben sollten. In den ersten Skizzen verwendete ich die Namen der Diözesen. Ich hatte jedoch die Vermutung, dass nur wenige User die Namen der Diözesen sofort, ohne nachzudenken, richtig interpretieren könnten. Ich überprüfte dies bei einem meiner Usability-Tests. Das Ergebnis war eindeutig: Keiner der Probanden konnte ohne zögern raten, was sich hinter den Bezeichnungen verbirgt. Deshalb wollte ich, ganz nach dem ersten Prinzip von Steve Krug: "Don't make me think!" [3] (S. 10 – 20), die Namen der Bundesländer verwenden. Diese sind kürzer und verständlicher, aber leider nicht ganz korrekt, da die Diözesangrenzen nicht genauso verlaufen wie die Grenzen der Bundesländer Österreichs. Abweichungen gibt es bei den Diözesen St. Pölten, Wien und Salzburg.

Vor allem störte mich, dass die Bezeichnung "Niederösterreich" ganz und gar falsch sein würde, da die Diözese St. Pölten nur den westlichen Teil Niederösterreichs umfasst. Der östliche Teil liegt in der Erzdiözese Wien. Deshalb überlegte ich mir Folgendes:

Dort wo die Grenzen gleich sind, verwende ich die Bezeichnung des Bundeslandes. Andernfalls den Namen der Diözese. Bei Wien und Salzburg ist dies der gleiche Name wie der, des Bundeslandes. Somit tragen fast alle Links den Namen des jeweiligen Bundeslandes. Nur der Link zum Bereich der KAB-St. Pölten trägt die Bezeichnung der Diözese.

Da die Namen der Bundesländer von der KAB üblicherweise nicht verwendet werden und ich in den ersten Skizzen die Namen der Diözesen verwendet hatte, besprach ich dies mit Frau Etl. Sie hatte grundsätzlich nichts dagegen, musste sich aber mit den Kollegen in den Diözesen besprechen. Diese stimmten im Laufe der Entwicklung ebenfalls zu.

Ich überlegte auch, in welcher **Reihenfolge** die Links zu den regionalen KAB's angeführt werden sollen. Ursprünglich habe ich die westlichen Bundesländer links und die östlichen rechts platziert. Dort wo dies nicht klar war, entschied ich mich dafür, dass ungefähr gleich lange Wörter untereinander stehen sollten.

Bei einer Sitzung der KABÖ wurde vorgeschlagen die Wörter alphabetisch zu sortieren. Da ich das ebenso sinnvoll fand und die Reihenfolge ein harmonisches Bild ergab, führte ich diese Änderung durch.

6.4.2 Die Links zur Kontaktseite

Die Kontaktdaten eines Unternehmens werden von Usern oft gesucht [7] (S. 113) und sollten daher jederzeit, mit nur einem Klick erreichbar, zu finden sein [9] (S. 156, 157). Frau Etl war dies ebenso sehr wichtig, da sie selbst oft Ansprechpartner samt Telefonnummer auf Websites sucht. Deshalb wollte ich ursprünglich einen Menüpunkt "Kontakt" im Bereich "Über Uns" platzieren. Darüber hinaus sollte ein Quicklink am oberen Rand der Website und am Seitenende den Benutzern einen Ansprechpartner mit Telefonnummer, E-Mail-Adresse und Anschrift anzeigen.

Generell sollte der Bereich "Über Uns" viele Inhalte einschließen und trotzdem nur aus wenigen Menüpunkten bestehen, damit die User, ohne lange nachzudenken, die gesuchten Informationen finden können. Daher überlegte ich mir, dass die Kontaktdaten inhaltlich zu den Informationen im Bereich "Teams & Personen" passen. Weiters fand ich diese Bezeichnung aussagekräftig und ich vermutete, dass viele Benutzer eine Ansprechperson samt Kontaktinformationen auch darunter suchen würden. Deshalb ergänzte ich im Menüpunkt "Teams & Personen", im Team "Bundesbüro" lediglich die Anschrift und verzichtete auf einen eigenen Punkt "Kontakt" in der Hauptnavigation.

Die Quicklinks wurden wie geplant umgesetzt. Im Rahmen von Usability-Tests fanden alle Probanden rasch die Kontaktdaten, wobei der Quicklink am Ende der Site nie benutzt wurde.

6.5 Beachten von gesetzlichen Bestimmungen

Bei der Gestaltung und Wartung eines Webauftrittes ist eine Vielzahl von Gesetzen zu beachten. Um mir einen Überblick darüber zu verschaffen, studierte ich die Broschüre 'So gestalten Sie ihren Webauftritt gesetzeskonform' [5] der Wirtschaftskammer Österreichs.

Da mir näheres juristisches Wissen fehlt, gebe ich hier keine vollständige Auflistung der gesetzlichen Richtlinien. Ich beschränke mich darauf, einen groben Überblick zu geben.

Ich legte Wert darauf, dass ich selbst keine Gesetze missachtete, wie zum Beispiel Urheberrechte. Ich verwendete keine fremden Designvorschläge und keine Bilder, an denen die KABÖ keine Rechte hat

Außerdem beschäftigte ich mich damit, welche Inhalte die Organisation verpflichtet ist auf ihrer Website anzugeben und plante dafür Platz ein. Zum Beispiel muss die KABÖ ein **Impressum** angeben und hat die **Offenlegung gemäß Mediengesetz** einzuhalten. Diese Informationen müssen ständig, leicht und unmittelbar auffindbar sein. Es wird nahe gelegt, einen Link auf der Startseite mit der Bezeichnung "Impressum" bzw. "Wir über uns" zu benennen. [5] (S. 32 - 46) Diese Empfehlungen habe ich dementsprechend in den Entwurf der Website eingearbeitet.

Darüber hinaus wies ich Frau Etl immer wieder auf die Einhaltung der gesetzlichen Bestimmungen hin, zum Beispiel beim Füllen der Website mit Inhalten. Die KABÖ ist dazu verpflichtet eine Reihe von Angaben im Impressum zu machen und die **Urheberrechte** an Bildern zu beachten. Bei der **Verlinkung auf fremde Seiten** ist darauf zu achten, dass fremde Inhalte nicht als eigene ausgegeben oder dargestellt werden. Weiters dürfen beim Einfügen von **Meta-Tags**, keine Rechte Dritter verletzt werden, sodass es zu einem Verstoß gegen das Markenrecht, das Namensrecht oder gegen das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb kommt.

Falls die KABÖ in Zukunft einen **Newsletter** ausschicken möchte, dann muss sie auch dabei ein Impressum angeben. Weiters wäre das E-Commerce-Gesetz zu beachten, sofern die Organisation einen **Webshop** betreiben möchte. Darüber hinaus wären noch weitere spezielle Gesetze zu berücksichtigen, falls die KAB **Werbung** auf der Website anzeigen möchte.

Außerdem sind Vorschriften zum Datenschutz bei der Verwendung von **Cookies** einzuhalten. Dies muss die Organisation mit der Agentur Zeitpunkt besprechen, da das in der Implementierung gesetzeskonform umgesetzt werden muss.

6.6 Beachten der Web Content Accessibility Guidelines 2.0

Ich bemühte mich darum, möglichst vielen Usern die KABÖ-Website zugänglich zu machen, da ein Hauptziel des Projektes war, viele wiederkehrende Besucher zu erhalten.

Generell geht es bei Accessibility nicht nur darum, die Seiten für Sehbehinderte, mit speziellen Ausgabegeräten, lesbar zu machen. Vielmehr soll jedem User ein einfacher

Zugang ermöglicht werden, unabhängig davon, ob Einschränkungen vorliegen, wie z. B. Sehbehinderungen, Lernschwächen, Einschränkungen durch den Zugang über Geräte, wie etwa ein Handy, einen Palm, usw.

Dabei bemüht sich das W3C⁵ um weltweit einheitliche Richtlinien und Empfehlungen. Die aktuellen Richtlinien heißen "Web content accessibility guidelines 2.0" [25] und sind auf den Internetseiten des Konsortiums ausgewiesen und erklärt. Demnach soll ein Internetauftritt **wahrnehmbar, bedienbar, verständlich** und **robust** sein. Zu diesen vier Prinzipien wurden jeweils eine Reihe von Richtlinien verfasst. Um die Einhaltung dieser überprüfen bzw. messen zu können, gibt es spezielle Erfolgskriterien. Eine Website, die diese erfüllt, kann dementsprechende Zertifikate erhalten und diese auf den Internseiten anzeigen.

Viele der Kriterien müssen bei der Implementierung und bei der Wartung eines Webauftrittes beachtet werden. Ich beschäftigte mich mit den Richtlinien, die für den Entwurf der Website relevant waren. Dabei ist mir aufgefallen, dass sich diese teilweise mit allgemeinen Usability-Richtlinien und Konventionen decken. In den folgenden Absätzen werde ich nun ein paar ausgewählte Punkte exemplarisch genauer beschreiben.

Eine Richtlinie im Prinzip der Bedienbarkeit lautet:

Bieten Sie Möglichkeiten, Nutzern beim Navigieren, beim Finden von Inhalten und bei der Feststellung ihres Standorts zu helfen. [25]

Dabei beachtete ich unter anderem folgende Erfolgskriterien:

- Alle Webseiten haben einen Titel, welcher das Thema bzw. den Zweck der Seite beschreibt.
- Die Bezeichnungen der Links sind aussagekräftig.
- Jede Seite eines Internetauftrittes kann auf mehrere Wege angesteuert werden. Dies habe ich durch Einplanen einer Suchfunktion und das Bereitstellen von Quicklinks umgesetzt.
- Es werden Informationen darüber bereitgestellt, wo sich der User innerhalb einer Website gerade befindet. Dies wird auf der KABÖ-Website auf mehrere Arten

⁵ W3C steht für World Wide Web Consortium

angezeigt. In der Hauptmenüleiste wird der aktuelle Punkt grafisch hervorgehoben. Weiters trägt jede Seite einen Seitennamen. Außerdem soll eine Bread-Crumb-Navigation die Orientierung zusätzlich unterstützen.

Eine Richtlinie im Prinzip der Verständlichkeit lautet:

Erzeugen Sie Webinhalte, deren Darstellung und Funktionsweise voraussagbar ist.
[25]

Dabei setzte ich unter anderem folgende Erfolgskriterien um:

- Ich erstellte eine konsistente Navigation, welche immer an derselben Position erscheint.
- Komponenten, die die gleiche Funktion innerhalb einer Website haben, sind immer konsistent gekennzeichnet. Im Internetauftritt der KABÖ sind zum Beispiel alle Links im Inhaltsbereich in derselben Farbe gestaltet und werden unterstrichen, sobald sich ein Mauszeiger darüber bewegt.

7 Anhang

Ich habe mich bemüht, sämtliche Inhaber der Bildrechte ausfindig zu machen und ihre Zustimmung zur Verwendung der Bilder in dieser Arbeit eingeholt. Sollte dennoch eine Urheberrechtsverletzung bekannt werden, ersuche ich um Meldung bei mir.

7.1 Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Homepage der KA-Österreich (http://www.kaoe.at , 18.03.2009, 10:14)	10
Abbildung 2: Homepage der KAB Oberösterreich, Mensch und Arbeit (http://www.menschundarbeit.at , 21.03.2009, 13 :48 Uhr)	12
Abbildung 3: Homepage der KAB-Wien (http://www.kab-wien.at , 21.03.2009, 15:51 Uhr)	14
Abbildung 4: Homepage des Netzwerkes Attac-Austria (http://community.attac.at , 25.03.2009, 11:00 Uhr)	16
Abbildung 5: Homepage der Attac-Community (http://community.attac.at , 25.03.2009, 11:05 Uhr)	17
Abbildung 6: Homepage der KAB-Wien (www.kab-wien.at , 03.11.2008, 11:40 Uhr)	21
Abbildung 7: Homepage der Agentur Zeitpunkt (http://www.agentur-zeitpunkt.at , 15.04.2009, 15:06 Uhr)	24
Abbildung 8: Darstellung der Startseite bei einer Browserfenstergröße von 1024x768 Pixel	31
Abbildung 9: Darstellung der Startseite bei einer Browserfenstergröße von 800x600 Pixel	32
Abbildung 10: Bereich "Grauer Querbalken"	34
Abbildung 11: Bereich "Grauer Querbalken" bei einer Browserfensterbreite von 600 Pixel	35
Abbildung 12: Bereich "Menüleiste"	36
Abbildung 13: Bereich "Menüleiste", Mitarbeiter-Bereich	36
Abbildung 14: Bereich "Schriftzug Jahresthema"	37
Abbildung 15: Darstellung bei einer Browserfenstergröße kleiner als 1024 x 768 Pixel	37
Abbildung 16: Bereich "Inhaltsbereich", Vorlage "Teaser"	40

Abbildung 17: Bereich "Inhaltsbereich", Vorlage "Artikel"	41
Abbildung 18: Bereich "Inhaltsbereich", Vorlage "Text_lang"	43
Abbildung 19: Bereich "Inhaltsbereich", Vorlage "Liste"	44
Abbildung 20: Bereich "Seitenende"	45
Abbildung 21: Erfolgsfaktoren einer Website	47
Abbildung 22: Die Homepage vor der Änderung	51
Abbildung 23: Simulation der Farbfehlsichtigkeit "Deuteranope" vor Änderung	51
Abbildung 24: Simulation der Farbfehlsichtigkeit "Deuteranope" nach Änderung	52

7.2 Literaturverzeichnis

- [1] **Jacobson Jens**, Website-Konzeption, Addison-Wesley-Verlag, 2007, 4. Auflage
- [2] **KAB Österreich**, Grundsatzprogramm der KAB, Stand 2001
- [3] **Krug Steve**, Don't make me think!, Web Usability, Das intuitive Web, mitp-Verlag, 2006, 2. Auflage
- [4] **Koyani Sanjay J.**, Research-based web design & usability guidelines, National Cancer Inst., 2004
- [5] **Kubanek**, So gestalten sie ihren Webauftritt gesetzeskonform, Wirtschaftskammer Österreich, 2007
- [6] **Nielsen Jakob**, Designing Web Usability, New Riders Publishing, 2000
- [7] **Nielsen Jakob, Loranger Hoa**, Web Usability, Addison-Wesley-Verlag, 2006
- [8] **Sallmann Ronald, Tropper Thomas**, Leitfaden zur Optimierung bzw. Neugestaltung kommunaler Webauftritte, Österreichischer Städtebund, 2007
- [9] **Wünschmann Stefan, Schwarz Uta, Müller Stefan**, Webseiten-Gestaltung, Erfolgsfaktoren und Kontrolle, mitp-Verlag, 2008
- [10] **Zeldman Jeffrey**, Webdesign mit Webstandards, Addison-Wesley-Verlag, 2007

7.3 Internetquellen

- [11] <http://www.agentur-zeitpunkt.at/content/site/agentur/leitbild/index.html>,
[Stand: 15.04.2009, 16:20 Uhr]
- [12] <http://www.useit.com/alertbox/newsletters.html>, [Stand: 06.05.2009, 11:00 Uhr]
- [13] <http://www.useit.com/alertbox/user-skills.html>, [Stand: 06.05.2009, 10: 57 Uhr]
- [14] <http://www.katholisch.at> [Stand:16.03.2009, 9:35 Uhr]
- [15] <http://www.kaoe.at> [Stand: 18.03.2009, 10:14 Uhr]
- [16] <http://www.blindensport.at> [Stand: 16.03.2009, 11:40 Uhr]
- [17] <http://www.christenundmuslime.at> [Stand: 16.03.2009, 11:54 Uhr]
- [18] <http://www.vischeck.com> [Stand: 03.11.2008, 10:15 Uhr]
- [19] <http://www.menschundarbeit.at>, [Stand: 21.03.2009, 13 :48 Uhr]
- [20] <http://www.kab-wien.at>, [Stand: 21.03.2009, 15:51 Uhr]
- [21] <http://www.attac.at>, [Stand: 21.03.2009, 19:18 Uhr]
- [22] <http://community.attac.at>, [Stand: 25.03.2009, 11:05 Uhr]
- [23] <http://www.kab-wien.at>, [Stand:03.11.2008, 11:40 Uhr]
- [24] <http://www.agentur-zeitpunkt.at>, [Stand: 15.04.2009, 15:06 Uhr]
- [25] <http://www.w3.org/TR/WCAG20>, [Stand: 15.04.2009. 16:28 Uhr]

7.4 Abstract

Das Ziel der Arbeit war die Erstellung des Konzepts und Designs des Internetauftrittes der Katholischen ArbeitnehmerInnen Bewegung Österreichs. Die ausgearbeiteten Musterseiten liegen auf einem Datenträger (CD) der Diplomarbeit bei.

Grundlage für die Erstellung der Templates waren umfassenden Vorbereitungen und das daraus abgeleitete Pflichtenheft. Diese Inhalte sind neben der Beschreibung der Musterseiten in der Arbeit angeführt. Darüber hinaus wird auf den Ablauf des Projekts und auf ausgewählte Entwicklungsschritte eingegangen.

Abstract (in English)

The aims of this thesis were the conception and design of a website for the „Katholische ArbeitnehmerInnen Bewegung Österreichs“. The templates, which I created, are added on a CD.

On the basis of a lot of preparation I deduced the specification document. This and a description of the templates are included in the thesis. Furthermore the process of the project and some parts of the development are described.

Lebenslauf

Persönliche Daten

Vor- und Zuname: Anna Maria Dornstauder
Geburtsdaten: 24. Juli 1981 in Melk
E-Mail: a0402683@unet.univie.ac.at

Schulbildung

WS 2008/09 Studium am Cork Institute of Technology (Erasmusaufenthalt)
Seit 2004 Studium der Informatik und Informatikmanagement und
Mathematik für das Lehramt an der Universität Wien
1995 – 2000 Bundeshandelsakademie in St. Pölten
1991 – 1995 Hauptschule in Loosdorf
1987 – 1991 Volksschule in Loosdorf

Beruflicher Werdegang

Seit Juli 2007 Betreuung von Kindern im Rahmen von Spielebus-Einsätzen
für die Kinderwelt NÖ
August 2005, 06, 07 Leitung eines Lern& Spaßcamps für Kinder und Jugendliche
für die Kinderwelt NÖ
Juli 2006 Betreuerin in einem Erholungscamp für Kinder und
Jugendliche
für die Kinderfreunde NÖ
2000 - 2004 Bankangestellte in der Volksbank Wien AG

Sonstige Tätigkeiten

seit Jänner 2008 Betreuung der Homepage der KAB St. Pölten
WS 2007/08 Tutorin der Vorlesung "Algorithmen und Datenstrukturen"
Jänner 2008, 2009 MaturantInnenberatung für die KSJ

Außerschulische Fortbildung

Sprachschule Spidi

August 2008	Intensiv-Englischkurs zur Vorbereitung auf ein Auslandssemester
-------------	---

Volkshochschulkurse

WS 2003/04	Englisch für Fortgeschrittene
WS 2003/04	Einführung ins Programmieren
SoSe 2002	Französisch für Fortgeschrittene

Seminare der Volksbankenakademie

September 2003	Anlage- und Finanzierungsberatung 2
November 2002	Der Kundenberater als Beziehungsmanager
Oktober 2002	Finanzierung 1
März 2002	Anlageberatung 1