

### Projektbeispiele und Fallstudien

- Das BauNetz – Ein früher Meilenstein des Deutschen Internets
- LightLight-Beleuchtungssysteme – Komplexes Produkt und klare Präsentation
- Baylab plastics – Website für ein Jugendlabor der Bayer MaterialScience AG
- econique Group – Soziales Netzwerk und Web2.0-Anwendung für Entscheider
- Haus der kleinen Forscher – Flaschentornado, Teebeutelrakete und Kerzenfahrstuhl
- Willy-Brandt-Stiftung – Drei Auftritte jetzt gemeinsam unter einem Dach
- Lüders BBDO – 700 x Pharma & Healthcare, Website-Portfolio für eine Werbeagentur
- neue-gruenderzeit – Online- Marktplatz mit Berliner Lokalkolorit
- Landschaftsarchitektin Katrin Lesser – Weit mehr als eine reine Blog-Site
- Arbeitssicherheit made in Bilbao – Europaweites Netz von 40 Websites in 8 Ländern

### Fragen und Antworten

- Welche Chancen bietet das Internet?
- Welche Anforderungen an die Benutzbarkeit gibt es?
- Wie sollte eine Website in das visuelle Erscheinungsbild eingepasst sein?
- Was gilt es im Internet juristisch zu beachten?
- Wie und warum wird eine Website »barrierefrei« gestaltet?
- Wann lohnen sich Content-Management-Systeme?
- Wie können die Zugriffszahlen über Suchmaschinen erhöht werden?
- Häufig verwendete Fachbegriffe und Ihre Bedeutung
- Checkliste für gut funktionierende Internetangebote

### Büroprofil und Kontaktdaten

- Leistungsübersicht im Bereich Webdesign
- Rechtsnachweis
- Auszeichnungen und Designpreise (Auswahl)



## Das BauNetz – Ein persönliches Lehrstück und früher Meilenstein des Deutschen Internets

1996-97, vor Eröffnung des eigenen Büros, arbeitete Ben Buschfeld als freier Artdirektor, Projekt- und Teamleiter für die Berliner Agentur PLEX. Im Rahmen einer Wettbewerbsausschreibung der Bertelsmann media AG entwickelte er in dieser Funktion mit dem BauNetz eines der erfolgreichsten und wegweisendsten Internetportale im Business-to-Business-Bereich – komplett vom ersten Geschäftsmodell bis hin zur schlüsselfertigen Anwendung mit einem eigenen, auf FileMaker-Datenbanken aufsetzenden Redaktionssystem. Das BauNetz integrierte viele namhafte Anbieter aus dem Architekturbereich, wie etwa das Heinze Bau-Office, das Deutsche Architektur-Zentrum, das Bundesbauministerium plus diverse Fachzeitschriften wie etwa Bauwelt oder Arch+. Das von Ben Buschfeld entwickelte Design war fast 12 Jahre nahezu unverändert online und wurde 2008 einem Relaunch unterzogen. Das BauNetz war viele Jahre das ökonomisch erfolgreichste und zugriffstärkste Business-to-Business-Portal im deutschsprachigen Internet. Seine Gestaltung wurde vielfach ausgezeichnet: Neben dem Interface Design Award des Industrieforums Hannover 1997 und dem Preis der Design-Initiative der Deutschen Wirtschaft 1998 wurde es 2001 für den Bundespreis Produktdesign nominiert.

Kunde: BauNetz Online-Dienst, Berlin / Bertelsmann Media, Gütersloh

Aufgabe: Geschäftsmodell, Navigation, Design, Programmierung, CMS

Leistung: Art Direction und Projektleitung

Projektgeschichte: Ben Buschfeld i.A. PLEX GmbH



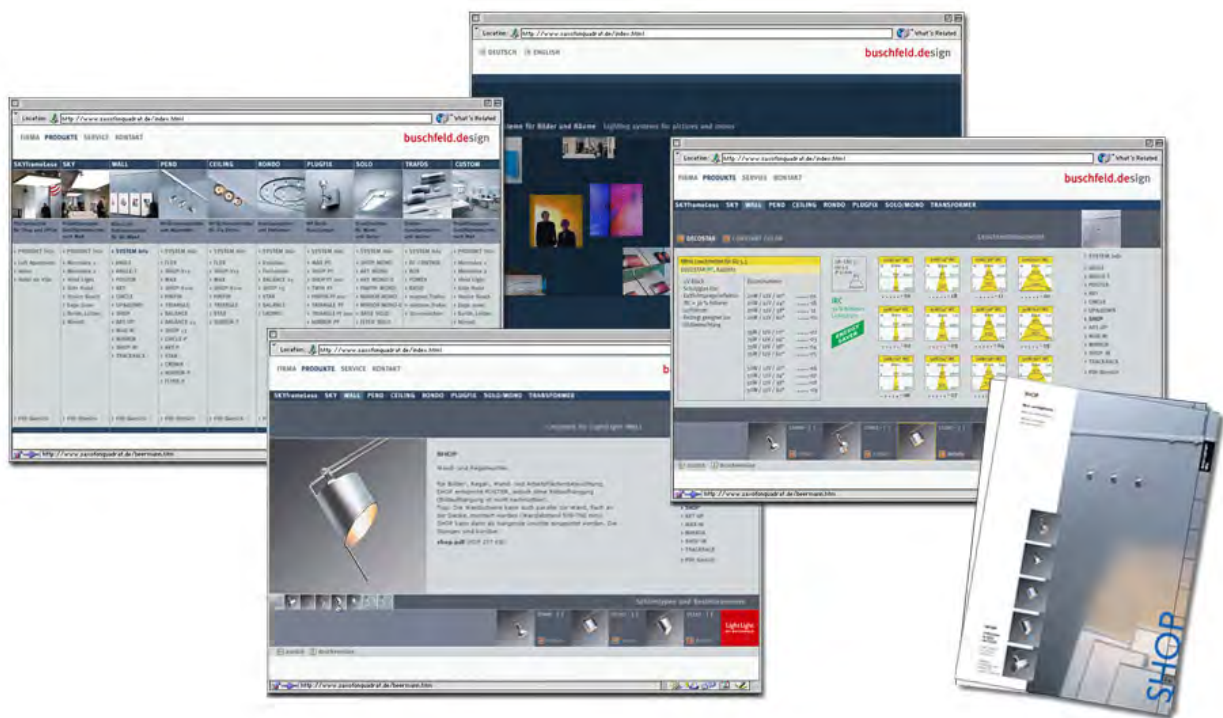
iF Interface  
Design Award



Innovationspreis  
Berlin-Brandenburg



Nominiierung  
Designpreis



## LightLight-Beleuchtungssysteme – Komplexes Produkt und klare Präsentation

In einzelne Produktbereiche unterteilt, präsentiert die Corporate Website des in Köln ansässigen Unternehmens eine komplette und variantenreich ausgestattete Produktpalette sowie zahlreiche Sonder- und Projektanfertigungen. Trotz der umfassende Produktdaten bleibt die Site trotzdem gut navigierbar und wurde dafür mit mehrfach ausgezeichnet: Das International Forum Design zeichnete www.lightlight.de im Rahmen der Communication Design Awards für Ihre »besonders benutzerfreundlich und gut gegliederte Gestaltung«. Auch von wirtschaftlicher Seite fand die Site viel Beifall und wurde im Rahmen des Website Award NRW 2006 mit dem Silber in der Kategorie Unternehmenspräsentation bedacht, sowie für den so genannten »Preis der Preise«, den branchen- und wettbewerbsübergreifenden Deutschen Designpreis 2007 nominiert. Das Einzige was hier bisweilen für Verwirrung sorgt, ist die Namensverwandtschaft zwischen Designagentur und Klienten: Die dort präsentierten Lichtsysteme kommen von der Buschfeld Design GmbH aus Köln, wo Ben Buschfeld, als Sohn der Gründer, 1988-90, vor Beginn des Studiums, erstmalig im größeren Stil Verantwortung übernahm und sich für Brand-Design und Marketing verantwortlich zeichnete. Nach Verkauf der Firma und einer vertraglich vereinbarten Vertriebspartnerschaft mit dem Leuchtenhersteller FLOS Arteluce wurde die Produkt- und Systempräsentation auf der vielpämiierten firmeneigenen Website bedauerlicherweise stark eingeschränkt.

Kunde: Buschfeld Design GmbH, System LightLight, Köln

Aufgabe: Beratung, Navigation, Design, Programmierung, Redaktionssystem

Leistung: Konzept, Gestaltung und Realisation

Partner: mit Maguro CMS



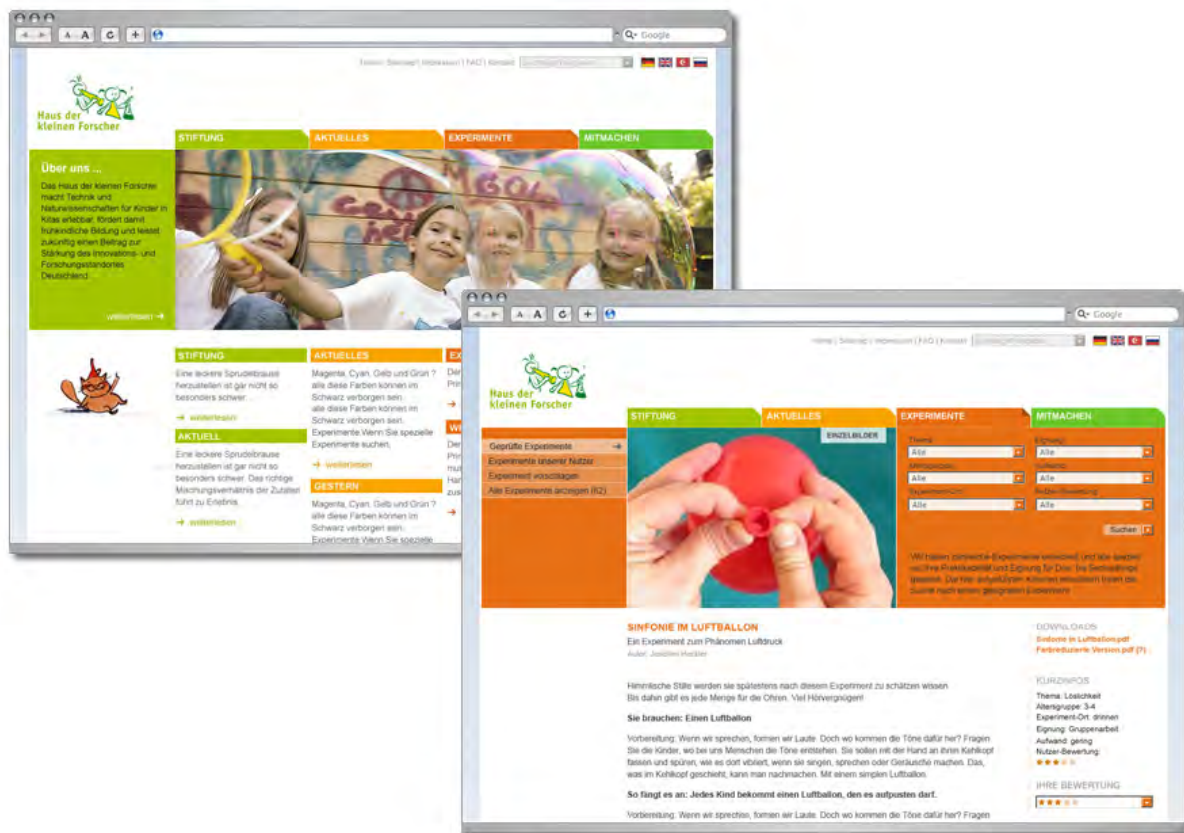
**Baylab plastics – Website für ein Jugendlabor der Bayer MaterialScience AG**

Um das riesige Anwendungsspektrum moderner Kunststoffe jüngerer Zielgruppen attraktiv zu vermitteln, hat die Bayer Material Science AG ein Jugendlabor ins Leben gerufen. Dieses Engagement ist Ausdruck der »Corporate Social Responsibility«, dient aber auch der konkreten Nachwuchsrekrutierung, und allgemeinen Öffentlichkeitsarbeit. Im Baylab plastics schlüpfen Besuchergruppen einen Tag lang in die Rolle der Profis und entwickeln in praxisnaher Arbeitsteilung vor Ort ein reales Produkt, welches sie dann mit nach Hause nehmen können. buschfeld.com entwickelte Konzept, Struktur, Design der zugehörigen Website und kümmerte sich um die programmiertechnische Umsetzung auf Basis des konzernweit verwendeten Content-Management Systems OpenCMS. Neben Texten und Fotos erarbeiteten wir Multimedia-Animationen, die mithilfe eines poppigen Nebeneinanders von Fotografie und Illustration einzelne Rubrikinhalte sowie die Arbeit einzelner Teams vorstellen. Die Website ist so ausgelegt, dass die Mitarbeiter selbst die Website pflegen und auch Schüler- und Besucherteams Ihren ereignisreichen Tag selbst im Internet dokumentieren können.

Kunde: Bayer MaterialScience AG + Bayer Communications, Leverkusen

Aufgabe: Kommunikationskonzept, Struktur, Navigation, Design, Programmierung, Text, Fotos, Multimedia, CMS

Leistung: Konzept, Gestaltung und Realisation



### Haus der kleinen Forscher – Flaschentornado, Teebeutelrakete und Kerzenfahrstuhl

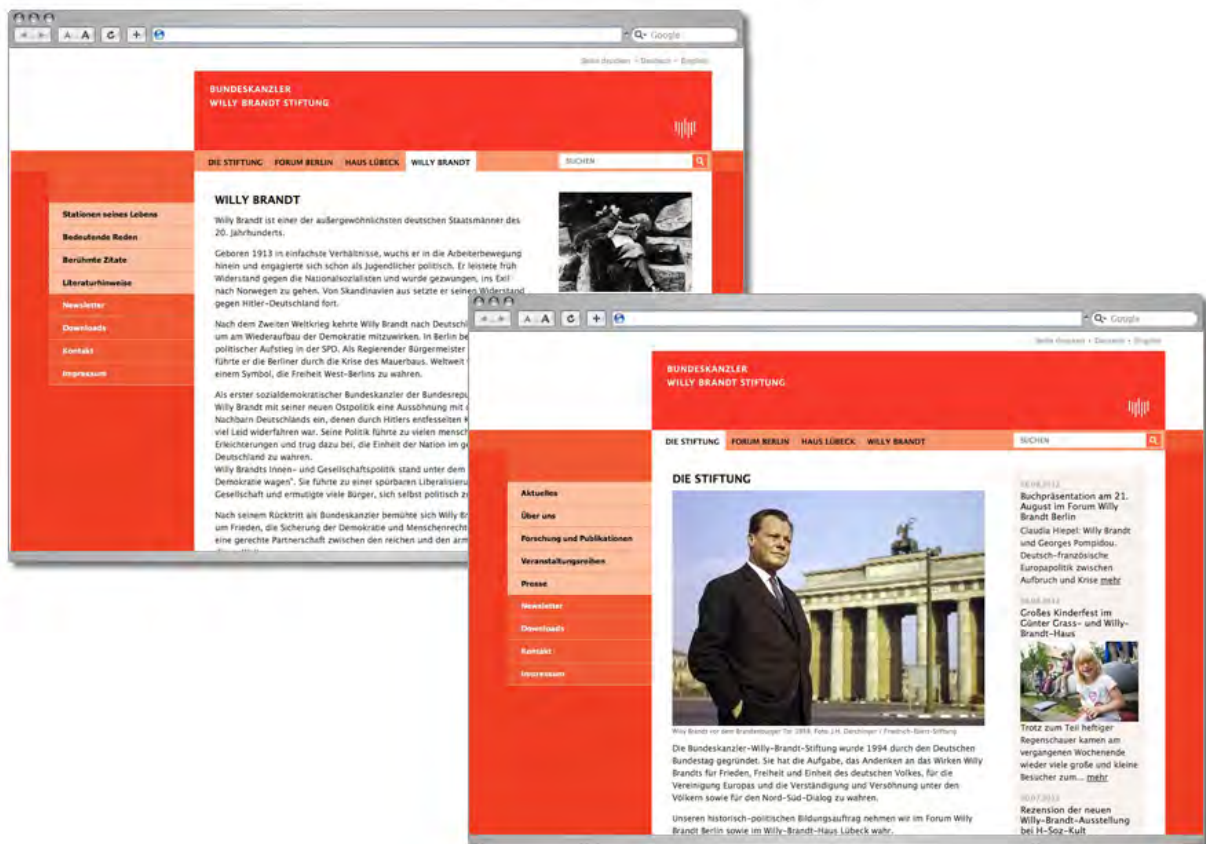
Obwohl Deutschland international als das Land der Ingenieure gilt, hinkt die Zahl der Absolventen naturwissenschaftlicher Studiengänge dem Bedarf hinterher. Hauptgrund nach Meinung der Experten ist, dass der Nachwuchs nicht kindgerecht und früh genug an die Wissenschaften herangeführt wird. Grund genug, dass sich neben dem Bundesministerium für Bildung und Forschung so renommierte Partner und Sponsoren wie Siemens, McKinsey, Helmholtz-Gemeinschaft und die Dietmar-Hopp-Stiftung zusammenschlossen und die Stiftung »Haus der kleinen Forscher« aus der Taufe hoben. Anhand eines bundesweiten Netzes von Kitas, Eltern und Erziehern fördert die Stiftung über die Verbreitung von Experimenten für 3-7-Jährige den spielerischen Umgang mit Physik, Chemie & Co.. Diese werden mit Kindern und Pädagogen vor Ort »durchgespielt« und multimedial vermittelt. Hierbei spielt die von uns gestaltete Website eine wichtige Rolle. Hier können Pädagogen und engagierte Eltern Experimente recherchieren und bekommen sie anhand von Bild-, Text und Videomaterial auch direkt demonstriert. Ein von uns in Kooperation mit xmental auf Basis der Open-Source Software »TYPO3« entwickeltes Extranet ergänzt das Angebot und dient allen angeschlossenen Partnern plus einem Netzwerk von Trainern als Plattform für interdisziplinären Austausch, zur lokalen und überregionalen Terminkoordination. Über entsprechende Schnittstellen werden die Daten mit den existierenden Warenwirtschafts- und Adressverwaltungssystemen synchronisiert.

Kunde: Stiftung Haus der kleinen Forscher

Aufgabe: Beratung, Design, Navigation, Animationen, Redaktionssystem, Extranet

Leistung: Konzept, Gestaltung, Musterdateien

Partner: mit xmental, TYPO3 Lösungen



### Willy-Brandt-Stiftung – Mehrere Auftritte jetzt gemeinsam unter einem Dach

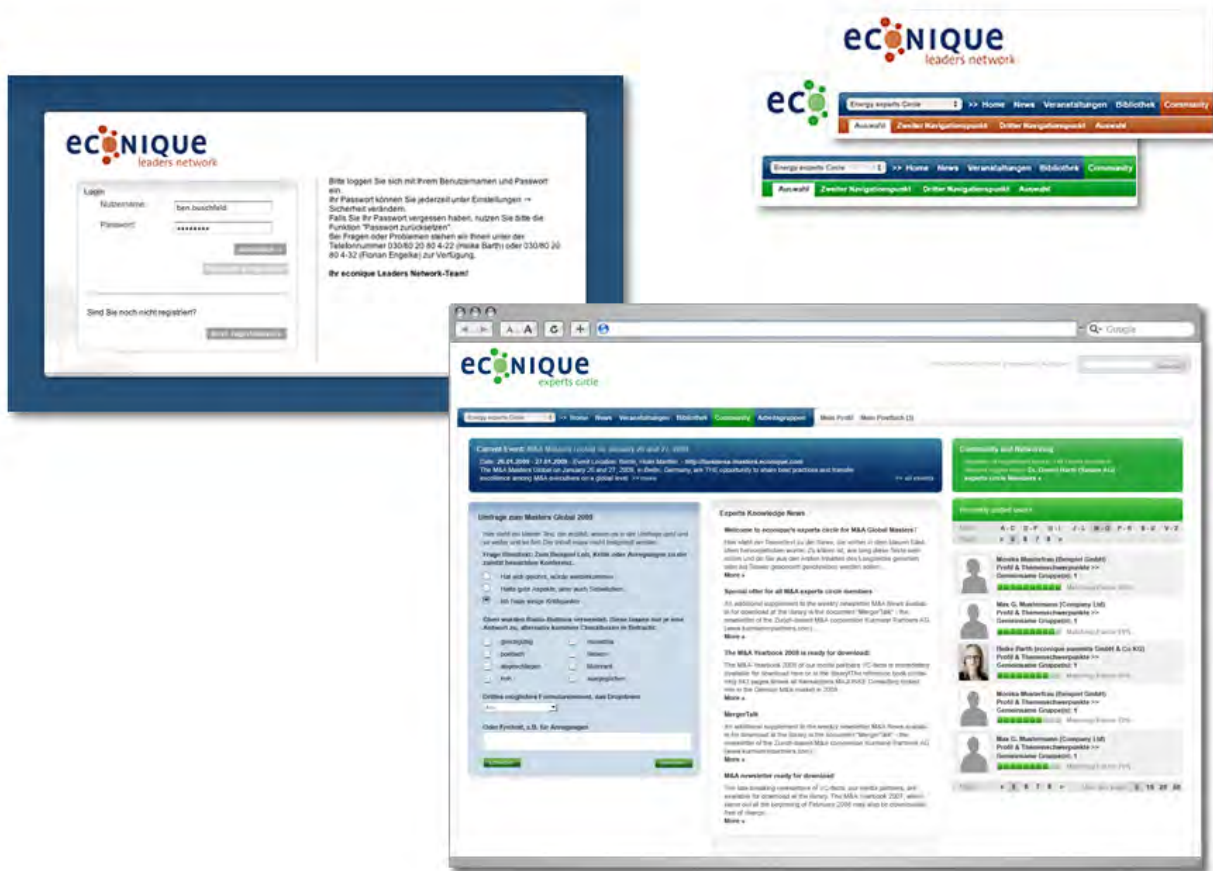
Gleich vier bis zum Relaunch getrennte gepflegte und auch gestalterisch völlig verschiedene Auftritte galt es unter dem Dach der von uns neu entwickelten Website zu vereinen: Den Auftritt der politischen Stiftung als solcher, der Lübecker Ausstellung im Geburtshaus Willy Brandts, eine Übersicht biographischer Daten sowie die neu geschaffene Repräsentanz des »Forum Willy-Brandt« mit großen und repräsentativ weit des Brandenburger Tors an der Straße Unter den Linden gelegenen Ausstellungsräumen. Zusätzlich galt es mit diesem Relaunch, das ebenfalls von uns für die Stiftung und Ihre Standorte neu entwickelte abgestufte Corporate Design zu implementieren und mediengerecht umzusetzen. Außerdem wurden alle vier Auftritte nicht nur gestalterisch, sondern auch technisch unter einem Dach vereint, so dass alle Inhalte zukünftig einheitlich mit einem Redaktionssystem gepflegt werden können. Aufgrund der Vielzahl der für das System bereits bestehenden Funktionserweiterungen entschied man sich für das, auf Open-Source Basis verfügbare Redaktionssystem »TYPO 3«. Ein wichtiges Element der neuen Site ist der von den Redakteuren in Lübeck und Berlin gemeinsam zentral gepflegte Newsbereich, wo über je nach gewählter Haupttrubik und Zielgruppeninteresse die News standortspezifisch vorgefiltert werden und per RSS-Technologie automatisch auch auf das Facebook-Profil der Stiftung exportiert werden. Suchmaschinen-optimierte Adressausgaben, eine integrierte Redaktionsoberfläche für den Newsletter-Versand sowie umfangreiche Statistik-Funktionen runden das Angebot ab.

Kunde: Willy-Brandt-Stiftung

Aufgabe: Beratung, Design, Navigation, Redaktionssystem

Leistung: Konzept, Gestaltung, Realisation

Partner: mit xmental, TYPO3 Lösungen



**econique Group – Soziales Netzwerk und Web2.0-Anwendung für Entscheider**

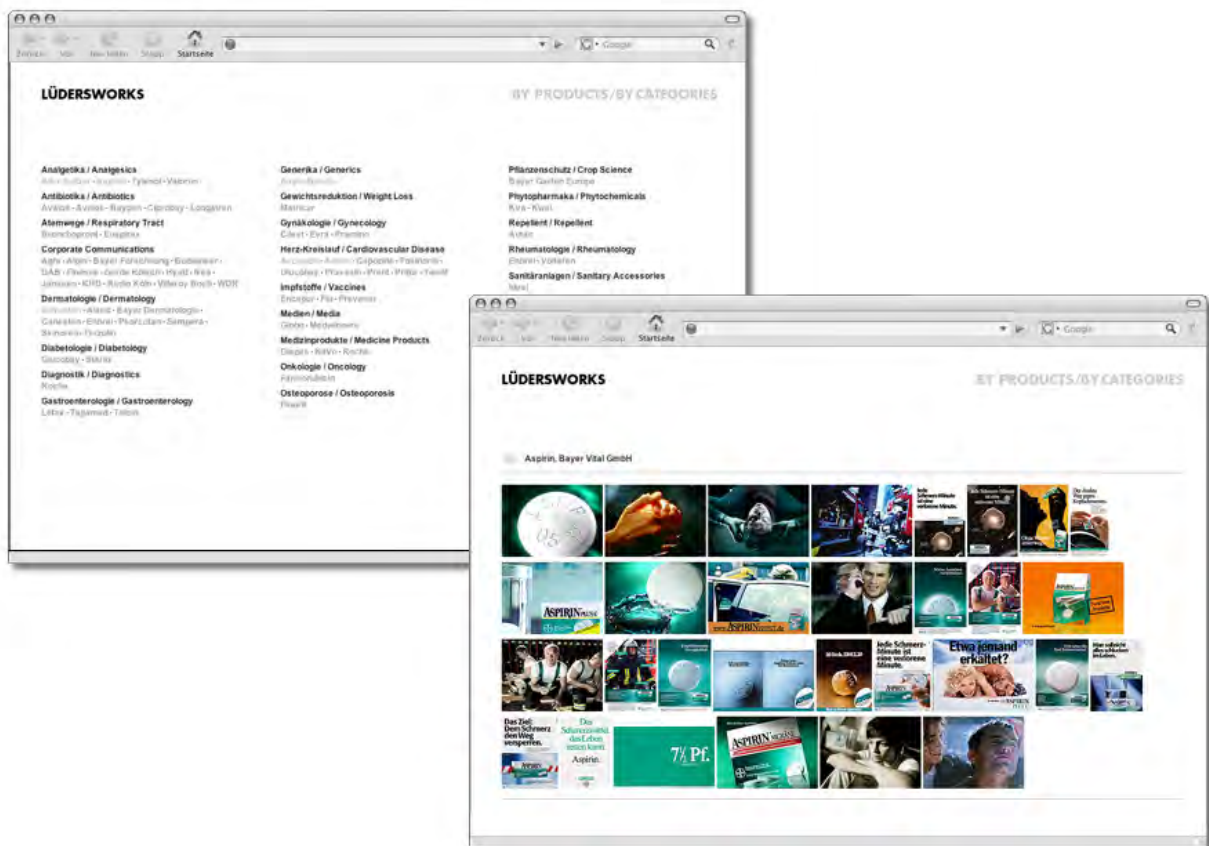
Als Veranstalter von Fachkongressen zu klassischen Managementthemen gestartet, hat sich das Angebot der econique Group bald in den virtuellen Raum erweitert. Das macht auch Sinn, lässt sich doch die Leistung des Unternehmens, nämlich Kontakte unter Entscheidern zu vermitteln, über das Internets perfekt vor- und nachbereiten. Mit insgesamt vier Website-Angeboten plus Standorten in drei Ländern deckt econique eine große Themenbreite ab. Hierbei richten sich die beiden von uns betreuten Social-Network-Portale, »leaders network« und »experts circle«, an einen ausgewählten Kreis von Entscheidungsträgern und Experten aus Wirtschaft, Politik und industrienaher Forschung. Sie funktionieren ähnlich wie andere populäre Netzwerke, etwa facebook oder XING, nur eben exklusiver: Nach erfolgtem Log-In finden die Benutzer eine wachsende Anzahl von Werkzeugen um Inhalte auszutauschen, diese im Dialog zu vertiefen oder anhand Ihrer Interessensprofile geeignete Geschäftspartner zu finden. Nachdem die Zusammenarbeit mit der zunächst beauftragten Agentur nicht zu den gewünschten Ergebnissen führte, wendete sich econique Anfang 2009 an buschfeld.com. Seitdem entwickeln wir gemeinsam mit den Software-Experten von secu-ring die Plattform kontinuierlich weiter. Hierbei liegt der Fokus nicht nur auf der Gestaltung und Umsetzung neuer Funktionen, sondern auch auf der Usability-Optimierung und einer strategischen Beratung. Nebenbei kümmern wir uns auch um eine bessere Corporate-Design-Implementierung.

Kunde: econique Summits GmbH & Co. KG

Aufgabe: Beratung, Interface- und Corporate Design-Optimierung, Frontend-Entwicklung

Leistung: Konzeptionelle Weiterentwicklung, Gestaltung, Teil-Realisation

Partner: mit secu-ring GmbH



### Lübers BDDO – 700 x Pharma & Healthcare: Portfolio-Website für eine Werbeagentur

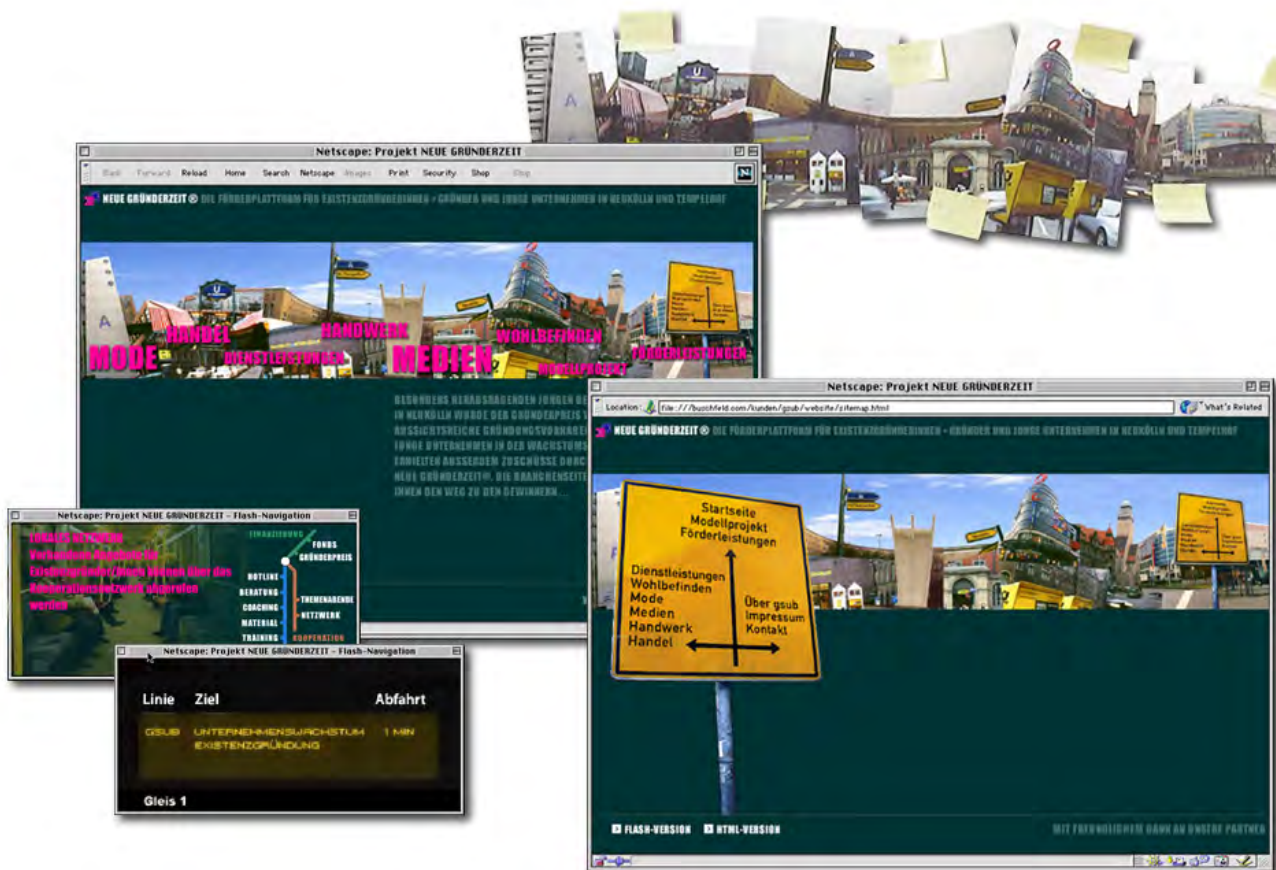
Wenige haben ein so klares Profil: Die Kölner Agentur ist Teil von BBDO, dem vielleicht größten und bekanntesten Agentur-Netzwerk weltweit. Lüders BBDO gehört seit Jahrzehnten zu den führenden Adressen für nationale und internationale Werbekampagnen im Pharma- und Gesundheitsbereich. Klar, dass man bei so viel Erfahrung und Themenkompetenz, auch einiges zu zeigen hat: In einem klar und einfach gestalteten Rahmen präsentiert die von uns im Auftrag der Kollegen entwickelte Portfolio-Website insgesamt rund 100 Projekte und 700 Arbeiten. Die Auswahl erfolgt visuell oder über medizinische Indikationen. Der gestalterische Rahmen ist schlicht: Man verliert nicht viel Worte, sondern lässt den Arbeiten - Anzeigen, Plakaten, Werbefilmen - Ihren großen Auftritt. Die Website wird intern über ein selbstentwickeltes Redaktionssystem gepflegt.

Kunde: Lüders BDDO Werbeagentur, Köln

Aufgabe: Navigation, Design-Umsetzung, Multimedia, Programmierung

Leistung: Realisation, Gestaltung, Mitarbeit bei Konzeption





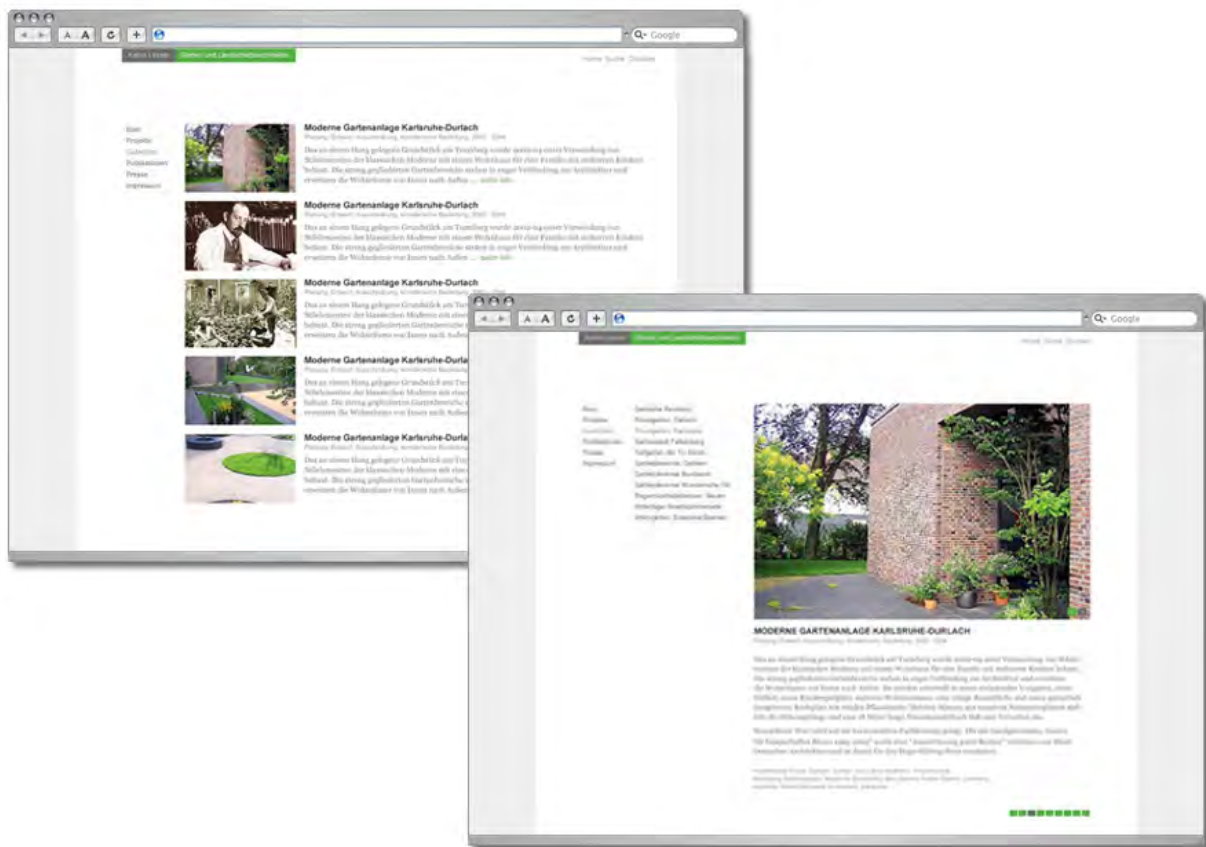
### neue gruenderzeit – Online- Marktplatz mit Berliner Lokalkolorit

Hinter dem Titel Neue GründerZEIT® verbirgt sich ein von der Gesellschaft für Soziale Unternehmensberatung mbH im Auftrag von Berliner Senat und Europäischer Union durchgeführtes Wirtschaftsförderprogramm. Unterstützt wurden aussichtsreiche Gründungsvorhaben in den Berliner Bezirken Neukölln, Tempelhof und Mariendorf. buschfeld.com, selbst ehemaliger Preisträger des Neuköllner Gründerpreises, wurde beauftragt, die erfolgreiche Arbeit vergangener Jahre in Form einer Website zu dokumentieren. Gleichzeitig sollte eine Präsentationsplattform für die geförderten Unternehmen geschaffen werden. Eine facettenreiche, aus markanten Szenen und Lokalitäten des Berliner Südens zusammengefügte Fotocollage sowie verschiedene kleine Flash-Animationen sorgen für eine unkonventionelle, humorvoll-prägnante Visualisierung. Pflege, Ausbau und Marketing der Site übernimmt die Firma iQ-Consult. Leider wurden die Mittel zur Fortführung des Programms nicht wieder erneuert.

Kunde: Gesellschaft für Soziale Unternehmensberatung, Berlin

Aufgabe: Navigation, Design, Programmierung

Leistung: Konzept, Gestaltung und Realisation



### Landschaftsarchitektin Katrin Lesser – Weit mehr als eine reine Blog-Site

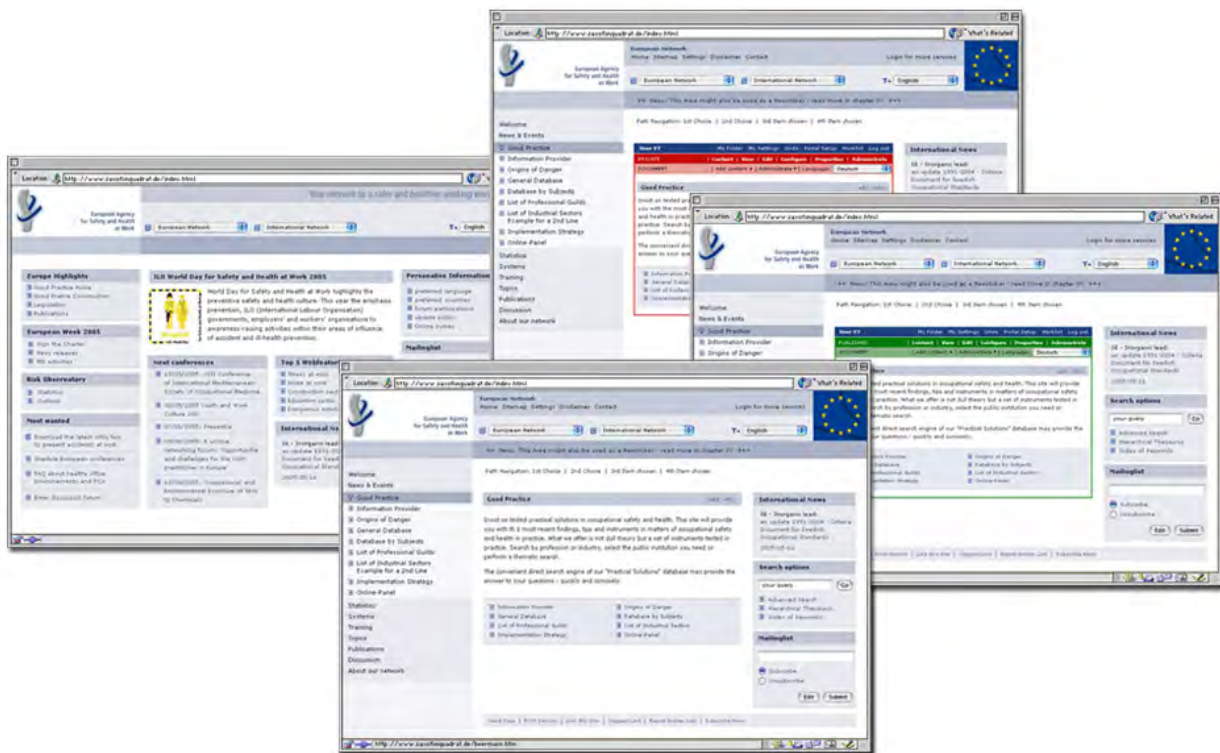
Ein Kommunikationsproblem für Landschaftsarchitekten ist, dass Pflanzkonzepte erst Jahre nach der Planung richtig sichtbar werden. Auch der Wechsel der Jahreszeiten kann Teil des Gestaltungskonzepts sein. Das verlangt nach einem einfach und kostengünstig aktualisierbaren Medium der Projektpräsentation: Aufbauend auf dem im Vorfeld ebenfalls von uns erstelltem Corporate Design wurde der Auftritt der auf Gartendenkmalpflege spezialisierten Garten- und Landschaftsarchitektin Katrin Lesser mit einer einfach selbst zu pflegenden Website komplettiert. Zu allen Projekten des kleinen Büros existieren umfassende Bildstrecken die jederzeit nachgerüstet und ergänzt werden können, als selbsttätig überblendende Diashow funktionieren und so die gestalterische Vielfalt und Entwicklung einzelner Anlagen vermitteln. Das Layout gibt den Bildern viel Raum und wartet mit zwei übersichtlichen gegliederten Navigationsebenen auf. Neben Bau- und Entwurfsprojekten wird auch die Tätigkeit als Gutachterin und Autorin mit zahlreichen Projektreferenzen hinterlegt. Realisiert wurde die ganze Site über das einfach zu bedienenden Blog-System Wordpress, welches hier dank geschickter Anpassung vorgegebener Elemente wie ein Redaktionssystem funktioniert.

Kunde: Katrin Lesser, Freie Garten- und Landschaftsarchitektin

Aufgabe: Fotografie, Navigation, Design, Programmierung

Leistung: Konzept, Gestaltung und Realisation

Partner: mit iQ-Consult



## Arbeitssicherheit made in Bilbao – Europaweites Netz von 40 Websites in 8 Ländern

Sicherheit am Arbeitsplatz ist ein Thema, dessen Aktualität in Zeiten der Globalisierung keine Grenzen kennt. Das gilt natürlich erst Recht im Medium Internet: Unter der Leitung der »European Agency for Safety and Health at Work« mit Sitz in Bilbao, existiert ein europaweites System von über 40 Webseiten, die jeweils unter Berücksichtigung lokaler Gesetze und Gegebenheiten zum Thema Arbeitssicherheit informieren und international kooperieren. In Zusammenarbeit mit dem Systemhaus Syslab in München, das beauftragt war, für alle Partner ein gemeinsames Redaktionssystem für die zum Teil hochkomplex und tief strukturierten Inhalte zu entwickeln, gestaltete buschfeld.com dessen Benutzeroberfläche plus ein einheitliches, aber frei anpassbares Design sämtlicher Einzelangebote, welches sich an die bereits bestehenden Datenbank-Inhalte der verschiedenen Partner weitestgehend anpasst. Dieses soll nun schrittweise von allen einzelnen Behörden und deren Webverantwortlichen übernommen werden. Für den gleichen Auftraggeber entwickelten wir außerdem ein Portal zum Thema »Gefährdungsbeurteilung am Arbeitsplatz«.

Kunde: European Agency for Safety and Health at Work, Bilbao

Aufgabe: Navigation, System-Design, Redaktionssystem-Frontend

Leistung: Konzept und Gestaltung

Partner: mit Syslab, München

**Welche Chancen bietet das Internet?**

Das Internet ist nicht nur als Marketinginstrument unverzichtbar, sondern auch eine sehr attraktive Informations- und Dienstleistungsplattform für Institutionen und Unternehmen: Jeder Website-Betreiber kann sein Angebot weltweit und rund um die Uhr optimal, zeitgemäß und kontrolliert positionieren. Allerdings steht er aber auch unter hohem Konkurrenzdruck: Internet-Präsenzen sollten daher als fester Bestandteil von Öffentlichkeitsarbeit und Geschäftsprozessen angelegt sein. Sie müssen Identität, Themen und Inhalte mediengerecht, allgemein zugänglich, aktuell und interessant vermitteln.

**Welche Anforderungen an die Benutzbarkeit gibt es?**

Eine gute Website sollte dem Benutzer keine unnötigen Rätsel aufgeben. Innerhalb bestimmter Branchen und Zielgruppen mag es zwar sinnvoll sein, sich durch ungewöhnliche Gestaltung oder eine originelle Navigation von der Masse abzuheben – in der Regel wird jedoch eine schlüssig gegliederte Site mit klar strukturierten Inhalten, durchgängigem Seitenlayout plus einer intuitiv verständlichen Navigation mehr Besucher gewinnen und binden. Demnach sollte eine ergonomisch gestaltete Website unter anderem folgende Anforderungen erfüllen

- erwartungskonform und effizient funktionieren
- eventuelle Fehlbedienungen des Benutzers auffangen
- eindeutige Navigation und Sprache benutzen
- übersichtliche Struktur und passende Orientierungshilfen liefern
- beim Nutzer Erfolgserlebnisse schaffen und zum erneuten Besuch anregen
- volle Funktionsfähigkeit unter gängigen Browser-, Hard- und Softwarekonstellationen bieten

**Wie sollte eine Website in das visuelle Erscheinungsbild eingepasst sein?**

Als nach außen sichtbares Medium sind Websites und sonstige Internetangebote immer auch Teil eines visuellen Gesamtauftritts, des sogenannten Corporate Design, eines Unternehmens bzw. einer Institution. Sie übernehmen damit die Rolle einer oft bereits mit zahlreichen Informationen aufwartenden Visitenkarte bis hin zu einer virtuellen Filiale, über die bereits eine Vielzahl der wesentlichen Dienstleistungen abgewickelt werden können. Um auch im Internet eine medienübergreifende Wiedererkennung zu gewährleisten, ist es daher prinzipiell sinnvoll, wichtige Gestaltungsparameter wie etwa Firmenzeichen, Farben, Bildstile, Layoutprinzipien oder Typografie auch auf die Website anzuwenden und umgekehrt. Hierbei gilt es abzuwägen, welche Medien in der Kommunikation besonders im Vordergrund stehen und inwieweit etwa die technischen Gegebenheiten des Internets eine mediengerechte Übernahme gedruckter Informationsmittel überhaupt sinnvoll erlauben.

**Was gilt es im Internet juristisch zu beachten?**

Um teure Abmahnungen, Klagen oder Unterlassungsansprüche zu vermeiden, müssen Internetangebote bestimmten, der jeweiligen Branche angepassten rechtlichen Standards genügen: Jeder Website-Betreiber, der zum Beispiel gewerbliche Dienste im Internet anbietet und bewirbt, unterliegt dem »Gesetz über den Elektronischen Geschäftsverkehr« (EGG), welches hier, insbesondere mit dem »Teledienstgesetz« (TDG), etliche Pflichtangaben definiert. Verlangt wird unter anderem, dass ein aussagekräftiges, leicht auffindbares Impressum mit allen relevanten Kenn- und Kontaktdaten bereit gehalten wird. Speziell für die freien Berufe, etwa Mediziner, Anwälte oder Architekten gilt darüber hinaus die Verpflichtung, die jeweiligen berufsrechtlichen Bestimmungen transparent und zugänglich zu machen. Unternehmen, die direkt Waren übers Internet an Endverbraucher verkaufen oder vertreiben, unterliegen den Bestimmungen des Fernabsatzrechts, welches sehr detaillierte Angaben macht, welche Inhalte wie und wo verfügbar zu sein haben. Internetangebote vieler öffentlicher Einrichtungen sind verpflichtet, den mittels der »Barrierefreie Informationstechnik-Verordnung« (BITV) formulierten Anforderungen gerecht zu werden ...

### **Wie und warum wird eine Website barrierefrei gestaltet?**

Seit Juli 2002, spätestens aber seit dem 31.12.2005, gilt für alle Einrichtungen öffentlichen Rechts sowie die Internetpräsenzen der Bund- und Landesverwaltungen, dass deren Internetangebote den Anforderungen der »Barrierefreie Informationstechnik-Verordnung« (BITV) zu genügen haben. Ziel dieser Verordnung ist es, dass auch behinderte Menschen ohne fremde Hilfe uneingeschränkten Zugang zu allen relevanten Informationen erhalten sollen. Hieraus ergeben sich zahlreiche Anforderungen etwa an den Farbgestaltung, Typografie, den Seitenaufbau oder den Einsatz von Bildern und Grafiken, welche sich dann auch in der Methode der Website-Programmierung niederschlagen: Um etwa sehbehinderten Nutzern keine unnötigen Hürden aufzuerlegen, ist es erforderlich, für hinreichende Kontraste, skalierbare Schriftgrößen und Alternativtexte für Bildinformationen zu sorgen oder auch das Vergrößern oder Vorlesen einzelner Inhalte über bestimmte Zusatzsoftware zu erlauben. Zwar gelten diese Anforderungen hierzulande noch nicht für gewerbliche Anbieter, dennoch lohnt auch für sie eine Beschäftigung mit dem Thema, da barrierefrei gestaltete Seiten in der Regel eine insgesamt bessere Benutzbarkeit aufweisen.

### **Wann lohnen sich Content-Management-Systeme?**

Hinter den häufig auch deutsch als »Redaktionssysteme«, oder verkürzt mit dem Akronym »CMS« bezeichneten Systemen, steckt für Betreiber die Möglichkeit, eigene Internetangebote basierend auf einer Datenbank auch ohne besondere Programmierkenntnisse zu ergänzen, zu pflegen und zu veröffentlichen. Für jede dieser Aufgaben werden von den unterschiedlichen Systemen in der Regel einzelne Komponenten bereitgestellt. Im Vergleich zu einer herkömmlich via Programmierung erstellten Website, bieten Content-Management-basierte Angebote damit größere Flexibilität bei Ausbau und Pflege des eigenen Webauftritts. Es gibt zahlreiche Systeme am Markt, die je unterschiedliche Schwerpunkte setzen und als Basis für eine individuell zugeschnittene Lösung in Frage kommen. Aus Sicht des Auftraggebers gilt zwar prinzipiell, dass der Aufbau eines Content-Management-Systems mit höheren Anfangsinvestitionen verbunden ist, diese sich aber (je nach Intensität und Art der Pflege) auf längere Sicht häufig als kostensenkend und qualitätssichernd erweisen. Dies gilt insbesondere bei gut ausgebauten und weitestgehend vorkonfigurierten Systemen sowie bei den besseren der lizenzfrei verfügbaren Open Source-Angeboten wie etwa »TYPO3« oder »OpenCMS«. Gerne beraten wir Sie bei der Auswahl und Aufbau eines geeigneten Systems und kümmern uns auch um die entsprechenden Anpassungs- und Installationsarbeiten.

### Wie können die Zugriffszahlen über Suchmaschinen erhöht werden?

Nach dem Schreiben und Versenden von E-Mails ist der Gebrauch von Suchmaschinen die bei weitem häufigste Aktivität im Internet. Im Schnitt gilt, dass 80% der Erstbesuche einer Website über die Ergebnisseiten der Suchmaschinen erfolgen. Aber nicht alle Internetangebote können technisch von diesen überhaupt erfasst werden, beziehungsweise haben eine Chance auf deren Ergebnisseiten überhaupt nur zu erscheinen. Insbesondere Datenbank-, Flash- oder Frame-basierte Webangebote können in der Regel von Suchmaschinen gar nicht oder nur sehr ungenügend erkannt werden. Hier obliegt es der Kompetenz der beauftragten Webdesign-Dienstleister passende Abhilfe zu schaffen. Bei dem Versuch, sein Angebot und dessen Listenposition in den Suchmaschinen technisch zu pushen, ist jedoch auch Vorsicht geboten: Viele der Internet angepriesenen Tricks, die Suchmaschinen zu überlisten, sind technisch schnell überholt und können von den Suchmaschinen leicht mit einer generellen Sperre des eigenen Angebots geahndet werden. Der sicherste Weg ist daher immer, eine inhaltlich attraktive, gut formulierte und strukturierte Website anzubieten und sich dann selbst um deren Verlinkung und Anmeldung zu kümmern. Darüber hinaus ist es immer empfehlenswert, über die Integration so genannter Metatags den Suchmaschinen Indizierungshilfen anzubieten.

### Häufig verwendete Fachbegriffe und Ihre Bedeutung

Teledienste = juristischer Begriff für medial, z.B. übers Internet, getätigte Geschäftsbeziehungen

Fernabsatz = juristischer Begriff für medial, z.B. übers Internet, getätigte Produktdistribution

Impressum = je nach Art des Website-Betreibers gelten verschiedene juristische Vorgaben fürs Impressum

Blogs = Software für die Erstellung von Online-Tagebüchern, die aber auch als Website fungieren kann

Flash / Shockwave = weitverbreitete technische Standards für Multimedia-Animationen im Internet

Hypertext-Markup-Language (HTML) = klassische Programmiersprache für Websites

PHP = Häufige Programmiersprache für Websites, die über Redaktionssysteme gepflegt werden

Content-Management-Systeme (CMS) = Werkzeuge zur Verwaltung von Website-Inhalten

Open-Source-Software = Ohne Lizenzgebühr verwendbare, z.T. anpassbare Software

TYPO3 = ein lizenzfrei nutzbares, komplexes, aber sehr leistungsfähiges Redaktionssystem

Web 2.0 / Social-Media = Erweiterte Website-Funktionalität, wo auch Leser interaktiv Inhalte erstellen

Cross-Browser-Konformität = Fkt. einer Website unter versch. Browser-/Software-Kombinationen

Barrierefreiheit = Grad der Zugänglichkeit für körperlich eingeschränkte Benutzer

Cookies = Möglichkeit für Website-Betreiber Einstellungen besucher- und Website-spezifisch zu speichern

BITV = Gesetzliches Regelwerk für die Gestaltung barrierefrei zugänglicher Informationsdienste

Metatags = Indizierungshilfen für Suchmaschinen innerhalb der Programmierung, z.B. für Suchbegriffe

Ranking = Reihenfolge der auf den Ergebnisseiten von Suchmaschinen präsentierten Links

### **Checkliste für gut funktionierende Internetangebote**

- Wird die Website Bedürfnisse, Wünschen und Erwartungen der Zielgruppe gerecht?
- Werden alle Inhalte auf der Website von Außenstehenden gut und leicht gefunden?
- Werden alle wesentlichen Inhalte auf der Website optimal und ansprechend präsentiert?
- Vermittelt die Website ein attraktives, korrektes und aktuelles Bild des Unternehmens?
- Funktioniert die Website für Außenstehende effizient und erwartungskonform?
- Sind alle auf der Website angegebenen Links voll funktionsfähig?
- Vermeidet die Website Sackgassen und bietet alternative Zugänge bei Fehlbedienung?
- Funktioniert die Website unter allen gängigen Browsern?
- Funktioniert die Website unter allen relevanten Betriebssystemen?
- Funktioniert die Website auch ohne spezielle Plug-Ins und Erweiterungen?
- Funktioniert die Website auch bei nicht optimaler Hardware?
- Ist die Website technisch auf einem einigermaßen aktuellen Stand?
- Kann die Website eindeutig dem Unternehmen zugeordnet werden?
- Kann die Website mit vertretbarem Aufwand aktualisiert werden?
- Genügt die Website den aktuellen rechtlichen Vorgaben?
- Kann die Website auch von Menschen mit körperlicher Behinderung gelesen werden?
- Kann die Website von Suchmaschinen indiziert und gelistet werden?
- Wenn ja, entspricht die Listenposition der Website ihrer realen Bedeutung?
- Hebt sich die Website ausreichend vom Wettbewerb ab und bietet einen Mehrwert?
- Fügt sich die Website in das allgemeine Corporate Design des Unternehmens ein?
- Fügt sich die Website in den gesamten Marketing-Mix des Unternehmens ein?
- Ist die Website optimal in sonst. Geschäftsprozesse, etwa Warenwirtschaftssysteme, eingebunden?



## Büroprofil und Kontaktdaten

buschfeld.com - graphic and interface design ist ein auf die Planung und Gestaltung von Internetangeboten spezialisiertes Berliner Designbüro, dessen Arbeiten international prämiert wurden. Für Fragen oder konkrete Einschätzung einzelner Projekte stehen wir gerne zur Verfügung.

Sie erreichen uns in der Friedrichstr. 235 in 10969 Berlin telefonisch unter +49 (0)30·25 92 29 63 bzw. per Fax unter 25 92 29 65 sowie per E-Mail unter mail@buschfeld.com. Zahlreiche Informationen, Referenzen sowie weitere Arbeitsproben finden Sie auf unserer Website - [www.buschfeld.com](http://www.buschfeld.com)

## Leistungsspektrum im Bereich Webdesign

- Kostenlose Erstberatung
- Marketingberatung, Bestands- und Konkurrenzanalysen
- Mediengerechte Corporate Design-Anpassung
- Inhaltliche Konzeption, Struktur- und Textentwicklung
- Medien- und Technikkonzeption, Webbasiertes Digital-Media-Management
- Gestaltung sämtlicher Inhalte, Entwicklung von Navigation und Screenlayout
- Gestaltung von Benutzerinterfaces und Usability-Optimierung
- Template-Entwicklung, (X)HTML/CSS-Entwicklung
- Valide und barrierefreie Programmierung nach WCC und BITV-Standards
- Cross-Browser-Entwicklung, Unterstützung von Mobil Devices
- Datenbank-Konzeption und Entwicklung
- Skript-, Anwendungs- und Multimedia-Entwicklung
- Entwicklung und Anpassung von Content-Management-Systemen (CMS)
- Entwicklung und Support bestehender CMS-Systeme (z.B. TYPO3)
- Social Media-Einbindung, Pflege und Suchmaschinenoptimierung

## Rechtsnachweis

Alle angegebenen Informationen und Projektabbildungen sind urheberrechtlich geschützt und dürfen nicht ohne schriftliche Genehmigung anderweitig veröffentlicht oder verwertet werden.

## Auszeichnungen und Designpreise (Auswahl)



buschfeld.com  
 graphic and interface design  
 friedrichstr. 235 · 10969 berlin  
 telefon +49 (0)30·25 92 29 63  
 telefax +49 (0)30·25 92 29 65  
 e-mail mail@buschfeld.com  
 internet www.buschfeld.com