

Arno Meyer  
eMail: [webmaster@irsch-saar.de](mailto:webmaster@irsch-saar.de)

26. November 2006

## **Wie starten wir ein Web-Projekt?**

### **Wegweiser zur Internetpräsenz**



**INHALTSVERZEICHNIS**

<b>INHALTSVERZEICHNIS</b>	<b>2</b>
<b>VORWORT</b>	<b>4</b>
<b>EIN PAAR WARME WORTE</b>	<b>4</b>
<b>ALLES ÜBER HTML ...</b>	<b>4</b>
<b>ERSTE SCHRITTE</b>	<b>4</b>
<b>DOMAIN</b>	<b>4</b>
WAS IST DAS UND WORAUF SOLLTE MAN ACHTEN?	4
WIE GEHEN WIR NUN VOR?	5
WIE KAUFTE ICH EINE DOMAIN?	5
<b>KEY WORDS</b>	<b>5</b>
WAS IST DAS UND WOZU BRAUCHEN WIR DAS?	5
BEISPIELE	5
WIE GEHEN WIR VOR?	6
<b>TITEL</b>	<b>6</b>
<b>BESCHREIBUNG</b>	<b>6</b>
<b>WAS NUN?</b>	<b>6</b>
<b>ORDNUNG IST (FAST) DAS HALBE LEBEN</b>	<b>6</b>
<b>ARCHIVIERUNG</b>	<b>6</b>
<b>DATEINAMEN</b>	<b>6</b>
<b>PROTOKOLLIERUNG &amp; STYLE-GUIDE</b>	<b>7</b>
<b>ANFORDERUNGEN</b>	<b>7</b>
<b>FRAGESTELLUNGEN</b>	<b>7</b>
<b>FUNKTIONALE ANFORDERUNGEN</b>	<b>7</b>
<b>INHALTE</b>	<b>7</b>
WEITESTGEHEND „INTERAKTIVE“ INHALTE	8
<b>FRAMESET – JA ODER NEIN?</b>	<b>8</b>
<b>TIPPS &amp; TRICKS ZU FRAMESETS</b>	<b>8</b>
<b>EXTRATIPP ZUM VERHINDERN VON FRAMES</b>	<b>9</b>
<b>FRAMES &amp; ROBOTS</b>	<b>9</b>
<b>DESIGNBEISPIELE</b>	<b>10</b>
<b>NAVIGATION</b>	<b>10</b>
<b>ANFORDERUNGEN AN DIE NAVIGATION</b>	<b>10</b>
<b>METHODEN DER NAVIGATION</b>	<b>10</b>
TEXT	11
SITE MAP	11
ICONS	11
IMAGE MAPS	11
FLASH	11
ROLLOVER ICONS	11
PULLDOWN MENÜ (COMBOBOX)	11
SONSTIGES	12
<b>DESIGN &amp; STIL</b>	<b>12</b>
<b>TIPPS &amp; TRICKS</b>	<b>12</b>
CASCADING STYLE SHEETS	12
HINTERGRUNDFARBE UND HINTERGRUNDGRAFIK	12
AKTUALITÄTSBEZUG	13
WELCHER BILDERTYP?	13

CODE PRÜFEN	13
<b>WAS GILT ES ZU VERMEIDEN?</b>	<b>13</b>
UNGEEIGNETE KONTRASTE UND FARBKOMBINATIONEN	13
NÖTIGUNGEN DURCH FLASH & CO	13
KEINE HINTERGRUNDMUSIK	14
KEINE BILDERFLUT, ABER AUCH KEINE BLEIWÜSTE	14
TEXT SOLLTE TEXT BLEIBEN	14
SCHLECHTE PERFORMANCE	14
WAS IST HIER EIGENTLICH EIN LINK & WAS NICHT?	14
KEINE FREMDEN SEITEN IM EIGENEN FRAMESET ANZEIGEN	14
WERBEBANNER – NEIN DANKE	15
COUNTER – INTERESSANT ABER KEIN MUSS	15
DIESE SEITE WURDE OPTIMIERT FÜR ...	15
KEINE EXPERIMENTE MIT EXOTISCHEN SCHRIFTARTEN	15
<b>WIE WERDEN INTERAKTIVE ELEMENTE INTEGRIERT?</b>	<b>15</b>
<b>JETZT MAL LOS</b>	<b>16</b>
<b>WAS GIBT ES DENN SCHON?</b>	<b>16</b>
<b>MATERIAL SAMMELN (TEXTE, BILDER &amp; IDEEN)</b>	<b>16</b>
<b>BEKANNTMACHUNGSSTRATEGIEN</b>	<b>16</b>
<b>WIE KOMMT DIE SEITE (RICHTIG) IN DIE SUCHMASCHINEN?</b>	<b>16</b>
<b>... UND KATALOGISIERUNG?</b>	<b>17</b>
DIE WICHTIGSTEN SUCHMASCHINEN	17
WAS IST ROBOTS.TXT?	17
<b>WIE KÖNNEN WIR UNSERE WEB-SITE UNTERSTÜTZEN?</b>	<b>17</b>
LINKTAUSCH	17
ANDERE MEDIEN	17
DIGITALE POSTKARTEN	17
GEWINNSPIEL	18
DER (NICHT ZU DUMME) EINTRAG IN ANDERE GÄSTEBÜCHER	18
E-MAIL-NEWSLETTER	18
INTERNES „MARKETING“	18
SONSTIGES	18
<b>NÜTZLICHE WERKZEUGE?</b>	<b>18</b>
<b>NÜTZLICHE LINKS</b>	<b>18</b>
<b>ANHANG</b>	<b>19</b>
<b>KURZ HTML-BEFEHLSREFERENZ</b>	<b>19</b>
<b>GLOSSAR</b>	<b>19</b>

## VORWORT

Die Idee für dieses Handbuch kam aus einer Anfrage des Sportvereins nach Unterstützung für ihr Web-Projekt. Da ich grundsätzlich den Weg ins Internet unterstützen möchte, aber keine Zeit für eine detaillierte Ausarbeitung habe, wollte ich zumindest eine Aufstellung von Tipps und Hinweisen machen und auch vor häufigen Fehlern warnen.

Viele Dinge sind dabei recht allgemeingültig, so dass vielleicht auch andere Vereine, Einzelpersonen und Firmen davon profitieren können. Im Text ist aber der Bezug zum Sportverein noch klar zu erkennen.

## EIN PAAR WARME WORTE

Alle wollen ins Internet – nun auch der Sportverein. In vielen Fällen kann man aber auch feststellen, dass als Motiv einfach angegeben wird: „... die anderen sind auch schon drin“ oder „das macht ja jetzt jeder“, bzw. „... wir wollen da nicht die letzten sein“.

Diese Überlegung greift aber zu kurz und mit dieser Einstellung wird man für ein solches Projekt nicht den möglichen Erfolg erzielen. Das Internet ist voll mit diesen www-Leichen, die einfach nie lebendig genug waren und ein Aktualisierungsdatum von vor 3 oder 4 Jahren haben.

Eine Web-Präsenz ist viel eher ein Prozess als ein Produkt.

Deshalb kann eine Web-Präsenz auch nicht einfach in Auftrag gegeben werden. Vielmehr muss man sich selber als Person, Unternehmen oder Verein von Beginn an mit einbringen.

Die Frage nach dem WARUM?, WIESO? kann man hier nicht deutlich genug stellen. Was sind die Ziele? Was sollen die Vorteile sein? Wem soll das was bringen? ... und für wen machen wir das überhaupt?

Irgendwann stellt sich dann eine Frage, für die nie Zeit geblieben ist, die aber auch für einen Verein oder ein Unternehmen nicht ganz unwichtig ist: „**WER SIND WIR ÜBERHAUPT???**“

Wenn sich ein Verein intensiver mit dieser Frage beschäftigt und wenn möglichst viele Mitglieder bei dieser Fragestellung involviert sind, dann ist das schon ein großer Erfolg aus dem sich viele Antworten einfach ableiten lassen.

In diesem Sinne wünsche ich  
Eine spannende und erfolgreiche

.... Selbstfindung

## ALLES ÜBER HTML ...

... gibt es hier natürlich nicht. Dieses Handbuch soll eher ein Projekthandbuch sein und nicht die nötigen Kenntnisse zu HTML vermitteln.

Das beste „Buch“ zum Thema HTML ist auch gleichzeitig das billigste. Es heißt „SELFHTML“, kostet nichts und ist im Internet (auch als Download) verfügbar unter: <http://www.teamone.de/selfhtml>. Der Download lohnt sich auf jeden Fall (ca. 7 MB als Zip-Datei) und man wird immer wieder Fragestellungen haben, für die man in SELFHTML nachschlagen wird. Und tatsächlich ist die Lösung für das Problem (fast) immer zu finden.

Eigentlich könnte hinter jedem Abschnitt ein weiterführender Link zum entsprechenden Verzeichnis von SELFHTML stehen, aber da kommt der Leser schon selber drauf ;-)

## ERSTE SCHRITTE

### Domain

#### Was ist das und worauf sollte man achten?

Die Domain (oder auch URL) ist die einmalige „Adresse“ der Homepage. Immernoch gibt es da nicht sprechende Ungetüme wie:

<http://home.t-online.de/home/irgendeinname/irgendeineseite.htm>

Das ist natürlich weder schön, noch ist es zweckmäßig. Schließlich möchte man auch bei Presseartikeln, Plakaten, Briefbögen, Visitenkarten usw. die Domain verwenden. Außerdem sollte man sich an die Domain erinnern können – kurz und griffig sollte sie also sein.

Hier gibt es für Irsch gute, schlechte und zweckmäßige Beispiele.

- Den schönsten Namen hat unsere KG. [www.saarschiff.de](http://www.saarschiff.de) kommt ganz ohne Abkürzungen und Sonderzeichen aus. Der Name passt zum Verein - zum Vereinsnamen und zum Vereinslogo. Für Außenstehende gibt die URL zwar keinen direkten Bezug zu einem

Karnevalsverein her, aber das ist bei der Domain nicht so wichtig, denn dafür gibt es ja noch den Titel der Homepage.

- Der Männergesangsverein hat mit [www.mgv-irsch.de](http://www.mgv-irsch.de) eine ganz pragmatische Lösung, da es auch keinen anderen namentlichen oder visuellen „Anker“ für die Domain gibt.
- [www.MV1908Irsch.de](http://www.MV1908Irsch.de) macht die Sache eigentlich unnötig lang und kompliziert. Die Kombination von Zahlen und Buchstaben ist schwerer zu merken. [www.mv-irsch.de](http://www.mv-irsch.de) war auch noch frei und hätte belegt werden können.

#### Wie gehen wir nun vor?

Zunächst sollten sich ein paar Leute Gedanken um mögliche Namen machen und diese aufschreiben. Auf große Experimente mit der Toplevel-Domain (also .com oder .de, .net, .org, .tv, ...) sollte man aber verzichten. Im Zweifelsfall ist die Endung „.de“ einfach am gebräuchlichsten. Dies gilt zumindest für Seiten, die ausschließlich deutschsprachig sind und für andere Länder nicht relevant sind.

Als Resultat hat man dann eine Liste mit vielleicht 20 Domain-Namen ([www.sport.de](http://www.sport.de), [www.sv-irsch.de](http://www.sv-irsch.de), [www.sportverein.de](http://www.sportverein.de), [www.eigentor.de](http://www.eigentor.de), [www.irsch-topfit.de](http://www.irsch-topfit.de), ...). Einige Namen werden schon besetzt sein. Das kann man sehr einfach bei Domain-Anbietern überprüfen (z. B. bei [www.puretec.de](http://www.puretec.de)). Genauere Infos über DE-Domains gibt es bei der DENIC ([www.denic.de](http://www.denic.de)), die die zentrale Vergabestelle für deutsche Domains ist.

Wenn man sich auf einen guten Namen geeinigt hat und dieser noch frei ist, dann sollte man nicht länger warten und direkt zuschlagen.

**Extra-Tipp:** Der Domainname für den Sportverein sollte natürlich alle Abteilungen vereinen können. Im Domainname sollte also nicht eine spezielle Sportart stehen, da dadurch andere Abteilungen ausgegrenzt werden. Über eine geschickte Verzeichnisstruktur kann man auch verschiedenen Abteilungen einen direkten speziellen Einstieg in die Homepage ermöglichen. Z. B. [www.SV-Irsch.de/Tischtennis](http://www.SV-Irsch.de/Tischtennis), [www.SV-Irsch.de/Turnen](http://www.SV-Irsch.de/Turnen), usw.

#### Wie kaufe ich eine Domain?

Die wichtigsten Domain-Anbieter in Deutschland heißen Strato ([www.strato.de](http://www.strato.de)) und Puretec ([www.puretec.de](http://www.puretec.de)). Dies sind aber nur 2 Beispiele. Es gibt noch weitere Anbieter, aber eine Empfehlung sollte hier ohnehin nicht abgegeben werden.

Grundsätzlich sollte man zunächst einen billigeren Tarif wählen, der vielleicht die Ablage von 2 MB Datenvolumen zulässt. In den meisten Fällen ist das ausreichend und wenn nicht, kann man später problemlos in einen höheren Tarif wechseln.

#### Key Words

##### Was ist das und wozu brauchen wir das?

Key Words sind Schlüsselbegriffe, die im Kopfteil einer HTML-Seite stehen und auf der eigentlichen Web-Seite nicht sichtbar sind. Diese Schlüsselbegriffe werden von Suchmaschinen bei der Anmeldung der Seite eingelesen und in große Datenbanken eingetragen. Ohne diese Suchbegriffe werden Seiten über Suchmaschinen (z. B. [www.google.de](http://www.google.de)) nicht optimal gefunden. Dies ist insbesondere für Homepages mit Frames (was ich dem Sportverein empfehlen möchte) wichtig, denn hier hat die Startseite nur die Aufgabe, die einzelnen Frames aufzurufen und hat eigentlich keinen Textinhalt, der von den Suchmaschinen eingelesen werden könnte.

Aus eigener Erfahrung ist es wichtig, mehrer Ebenen bzw. Suchraster bei den Suchbegriffen zu berücksichtigen – also neben den Begriffen aus dem Bereich Sport (Fußball, Turnen, Meisterschaft, Pokal, Finale, ...) auch einen regionalen Bezug herzustellen (Irsch, Saarburg, Ockfen, Trier, Rheinland-Pfalz, Saar, Hunsrück, ...).

Da nicht alle Begriffe bei den Suchmaschinen aufgenommen werden, sollten die Begriffe auch priorisiert werden und die höher priorisierten Begriffe am Anfang der Aufzählung stehen.

##### Beispiele

Der *Literamus Trier* (eine Literaturzeitschrift) hat einen regionalen Bezug und Begriffe aus dem weiten Themengebiet der Literatur. Außerdem gibt es Schlüsselbegriffe und Autorennamen aus einigen Ausgaben der Zeitschrift.

```
<title>Literamus - Das Literaturmagazin aus Trier</title>
<meta name="description" content=" Die Zeitschrift im Trierer Literaturleben. Ein Forum für Autoren und Sprachrohr für Menschen, die glauben, etwas zu sagen zu haben ">
<meta name="author" content="Literarisch - Musische Gesellschaft Trier e.V.">
<meta name="keywords" content="Literatur, Literaturforum, Literaturzeitschrift, Autorenlesung, Autorinnen, Ballade, Bernkastel, Buchhandlung, Dichterlesungen, Dichtung, Eifel, episch, Wawern, Essay, Hans Greis, Kunst, Kurzgeschichte, Lesen, Leser, Lesestoff, Lesungen, Degwitz, Engelmann, Fuessel, Vandivinit, Kowollik, Wendlandt, Thouet, Schreibclub, Lyrikwelt, Lyrikline, Literaturnetz, Hersfelder, Manuskript, Mundart, musisch, Prosa, Publikation, Roman, Saarland, Schauspieltext, Sprache, Synagoge, Texte, Titel, Wissenschaftlicher Verlag, WVT, Zeitschrift, Zeitung">
```

**Wie gehen wir vor?**

Jeder soll mal 20 Begriffe auf ein Blatt bringen, dann werden die Begriffe gesammelt in eine Liste gestellt und auf insgesamt ca. 70-100 Begriffe reduziert und priorisiert.

Als Beispiel kann man sich ja auch mal den Quelltext anderer Sportvereine anschauen.

**Titel**

Der Titel wird in der Suchliste stärker gewichtet als der Seitentext. Manche Suchmaschinen präsentieren im Ergebnis neben der **URL** nur den Titel. Ein "unbekannt" oder "Seite 4" wird niemanden dazu bringen, sich die Seite anzuschauen. Übrigens wird in der Titelleiste des Fensters der Titel des ersten Framesets gezeigt. Auch wenn dort nur die Steuertags enthalten sind, sollten Frameseiten daher zumindest Titel und Basisinformationen (Key Words) für die Suchmaschinen enthalten. Ein griffiger, aussagekräftiger Titel ist enorm wichtig.

**Beschreibung**

Die Beschreibung der Webpräsenz ist für Suchmaschinen ebenfalls wichtig. Bei den Trefferlisten der Suchmaschinen wird diese Beschreibung ebenfalls meist angezeigt. Daher gilt es auch hier, eine aussagekräftige und kurze Beschreibung zu finden. Dabei sollte nach Möglichkeit auf unnötige Wiederholungen verzichtet werden. D. h. Begriffe, die bereits im Titel vorkommen, sollten in der Beschreibung vermieden werden. Insgesamt zeigen die Suchmaschinen meist nur 150 - 250 Zeichen (inkl. Leerzeichen) an. Es gilt also auch hier: "In der Kürze liegt die Würze"!

**Was nun?**

Nun kann man starten. Es ist einfach wichtig, bereits zu einem frühen Zeitpunkt eine erste Seite ins Netz zu stellen. Die Seite sollte bereits die richtigen Meta-Tags haben (Titel, Key Words, Beschreibung). Es dauert ohnehin eine ganze Weile, bis die Seite in den Suchmaschinen steht. Es reicht also, wenn hier auf die entstehende Internetpräsenz hingewiesen wird, dazu dann noch ein Logo und eine Kontaktadresse (mit eMail) - fertig.

Vielleicht kann man auch schon einen Termin nennen, an dem die richtigen Seiten freigeschaltet werden, oder der Besucher kann sich über eine Formularbox bereits für einen Newsletter anmelden, der dann zur Eröffnung der Seiten erstmals verschickt wird.

Damit eine Seite direkt unter dem Domainnamen angezeigt wird, muss sie den Namen „index.htm“, „default.htm“ oder „home.htm“ haben. Man sollte aber vermeiden, dass sowohl eine Datei mit dem Namen „index.htm“ und „default.htm“ (oder „home.htm“) in dem selben Verzeichnis stehen.

**ORDNUNG IST (FAST) DAS HALBE LEBEN**

Wenn man von Anfang an sauber und ordentlich arbeitet, kommt man schneller ans Ziel und erlebt weniger Frustrationen. Ordnung lässt sich nicht wirklich konsequent leben, aber vieles sollte später zumindest nachvollziehbar sein und man sollte auch später noch wissen, warum man sich für eine Variante und nicht die andere entschieden hat.

**Archivierung**

Ganz wichtig ist in diesem Zusammenhang auch die Archivierung von Originalen (besonders was die digitale Version betrifft). In der Bildverarbeitung werden so allerhand interessante Dinge mit einem Bild gemacht. Dabei ist eigentlich nicht das Resultat (eine Gif- oder JPG-Datei) so wertvoll, sondern die ursprüngliche „Photoshop“ oder „Paintshop Pro“-Datei, die noch die verschiedenen Bildebenen enthält.

Die Bilder und Dokumente sollten natürlich nicht nur aufgehoben werden, sondern sollten später auch auffindbar sein.

**Dateinamen**

Die Technik macht es heute möglich, dass ein Dateiname sehr lang sein kann oder Leerzeichen und Umlaute enthält. Scheinbar ist das Internet auch sehr tolerant was Groß- und Kleinschreibung betrifft. Wie fehlende oder falsch referenzierte Image im Internet zeigen, ist die Technik dann doch nicht so tolerant.

Ohne jetzt lange über Restriktionen zu grübeln, sollte man einfach folgende Grundsätze für Datei- und Verzeichnisnamen beachten.

- Keine Sonderzeichen (ä, ü, ö, ß, ?, ...)
- Keine Leerzeichen im Namen.
- Nur Kleinbuchstaben.
- Nach Möglichkeit nur 8 Zeichen für den Dateinamen

- Nur 3 Zeichen für die Dateierweiterung (Also nicht logo.jpeg sondern logo.jpg)

### **Protokollierung & Style-Guide**

Hier kann auch die Protokollierung helfen. Schon von Anfang an sollte ein Projekthandbuch angelegt werden. Ein ganz wichtiges Dokument ist dabei ein Style-Guide in dem die Farb- und Schrifttypenwahl festgelegt wird. Wenn man später einen Button oder in Image neu bauen will, wird er plötzlich schwer, die ursprüngliche Hintergrundfarbe, Schriftart, Spezialeffekte, Transparenzen, Schriftgröße usw. wieder festzustellen.

Daneben sollte man sich auch in einem Dokument alle wichtigen URLs, Kennungen und Passwörter aufschreiben.

Außerdem sollte der Prozess protokolliert werden. D. h. wann wurde z. B. eine Seite bei einer bestimmten Suchmaschine angemeldet.

Ein Style-Guide kann auch helfen, Grundsätze für andere Kommunikationsmittel (z. B. Zeitschriften, Flyer, Plakate, Briefbögen, usw.) zu finden, bzw. zu vereinheitlichen.

### **ANFORDERUNGEN**

Nun fängt das eigentliche Projekt erst richtig an und jetzt gibt es auch die ersten Sachen, die richtig in Arbeit ausarten können ;-)

### **Fragestellungen**

Nun geht es darum, die eigentliche Web-Präsenz zu konzipieren.

Hier sollte man sich ganz intensiv die folgenden Fragen stellen:

- Wem soll wie die Web-Site helfen/nutzen?
- Was sind unsere Ziele?
- Was soll durch die Web-Präsenz ermöglicht bzw. erleichtert werden?
- Was soll der User auf den Seiten machen können?

Daneben stellt sich aber auch die Frage, was für den Besucher die Seite und den Sportverein interessant machen kann.

- Was erwartet ein Besucher der Web-Site?
- Warum besucht er die Seite und was will er?
- Was kann für einen Besucher an unserer Web-Site interessant sein?

Ziel dieser Fragestellung ist es, schon erste Vorstellung zu gewinnen, wie die Präsenz aufgebaut (gegliedert) werden kann und wie eine gute Navigation aussehen könnte. In diesem Zusammenhang muß auch für den Sportverein objektiv bewertet werden, wie autonom die Abteilungen sind und ob sich für die einzelnen Abteilungen die Anforderungen nicht sehr unterscheiden.

### **Funktionale Anforderungen**

- Hohe Wiedererkennbarkeit  
Der Benutzer sollte schnell erkennen, wo er sich befindet und mit welcher Art von Seite er es hier zu tun hat.
- Der Benutzer sollte sich schnell auf den Seiten zurechtfinden  
Einfache, intuitiv bedienbare Navigation
- Seiten sollen sich schnell laden
- Das wichtigste/aktuellste zuerst
- Einfache Administration  
Ein Web-Projekt muss auch noch administrierbar sein. Ein Projekt wird scheitern, wenn der Aufwand für den Webmaster ständig hoch ist und er einen ganzen Haufen an Web-Sites aktualisieren muss.
- Robustheit und Erweiterbarkeit  
Ohne dass sich Inkonsistenzen und negative Nebeneffekte auftuen, sollte eine Web-Site so gegliedert sein, dass sich neue Inhalte einfach und problemlos in die bestehende Struktur integrieren lassen können. Ebenso muss es eine Präsenz verkraften können, dass ganze Teile wieder entfernt werden, bzw. nur für bestimmte Zeiten in die Struktur eingegliedert werden.

### **INHALTE**

Ideen

#### **Inhalte, die häufig aktualisiert werden müssen (Wöchentlich oder Monatlich)**

- News  
Titel, Datum, Text (eventuell auch Bild).

- (Ergebnis)-Tabellen
- Pressespiegel  
Presseartikel mit Archiv, Kontaktadresse Pressereferent

### Relativ statische Inhalte (Änderungen unregelmäßig, etwa alle 3 Monate)

- Pressedienst<sup>1</sup>  
Bilder für die Presse
- Terminkalender  
Welche Termine gibt es für Interessenten wie für Mitglieder. Zum Termin kann es dann auch einen Link zu weiteren Infos geben.
- Kontakt zu Mitgliedern  
Schön, wenn sich die Mitglieder auf den Webseiten wiederfinden können. Z. B. könnte jeder Trainer mit eMail-Kontaktadresse aufgeführt werden.
- Geschichte  
Eventuell aufgeteilt in Geschichte und Erfolge
- Sponsoren<sup>2</sup>
- Links  
Befreundete Vereine, Sponsoren, Dachverbände, Nützliches, Regionales
- Impressum  
Wer ist für den Inhalt verantwortlich? Privacy-Statement
- Auch Downloads sind interessante Inhalte. Z. B. ein Prospekt als PDF-Datei. Diese können übrigens auch über Suchmaschinen gefunden werden.

### Weitestgehend „interaktive“ Inhalte

- Gästebuch
- Forum
- Digitale Postkarten
- Services  
Set Link, Quellcode zum Einbau in andere Homepages, Seite empfehlen, Newsletter, Abstimmungen, regionales Wetter, Routenplaner, ...
- Gewinnspiel

...

### FRAMESET – JA ODER NEIN?

Ob Frames verwendet werden sollen oder nicht, ist inzwischen eine schon fast ideologisch geführte Diskussion. Dabei kann man da eigentlich ganz nüchtern bleiben, denn gerade für den privaten Bereich, ohne die Ausstattung mit einem eigenen Web-Server sind Frames noch immer eine interessante Alternative.

Wenn man Frames verwendet, macht dies die Anmeldungen an Suchmaschinen und Kataloge etwas schwieriger. Außerdem muss man darauf achten, dass nicht einzelne Seiten isoliert in Suchmaschinen gelangen (-> siehe den Abschnitt über Robots.txt).

Auch die richtige Wahl der Suchbegriffe ist mit Frames noch viel wichtiger geworden.

Andererseits, bieten Frames auch Möglichkeiten, um auf Code zu verzichten und damit schnellere Ladezeiten zu erreichen. Außerdem sind die einzelnen Seiten übersichtlicher und lassen sich deutlich leichter pflegen.

Wenn sehr verschiedene Inhalten auf den Seiten angeboten werden und sehr unterschiedliche Zielgruppen die Seite betrachten, sollten keine Frames verwendet werden. Wenn man hier auf Frames verzichtet, kann praktisch jede einzelne Seite in Suchmaschinen eingetragen werden und dort können diese dann nach ganz verschiedenen Suchkriterien gefunden werden.<sup>3</sup>

Außerdem kann der Besucher so zu jeder einzelnen Seite ein Bookmark setzen (=Hinzufügen zu den Favoriten).

### Tipps & Tricks zu Framesets

Framesets müssen richtig verwaltet werden. Besonders wichtig ist hierbei, dass jede Seite auch am richtigen Platz öffnet.

<sup>1</sup> Gute Pressearbeit ist für einen Verein sehr wichtig. Wenn sich eine Zeitungsredaktion über das Internet geeignete Bilder organisieren kann und dort auch einen konkreten Ansprechpartner findet, kann man auch als Verein die Qualität der Presstexte beeinflussen.

<sup>2</sup> Eine Webseite, die Sponsoren aufführt (mit Logo und Link) ist natürlich auch ein Mehrwert für das Unternehmen. Auf diesen Mehrwert kann der Verein ruhig hinweisen.

<sup>3</sup> Die Internetseiten von Irsch wären in ihrer inhaltlichen Fülle und Vielseitigkeit nicht gut über ein Frameset abzubilden. Alleine die verschiedenartigen Dokumentationen (Geschichte, Stammbäume, Sprachlehre, Chronik, usw.) werden nach ganz verschiedenen Kriterien im Web gefunden.



Daneben müssen die verschiedenen Bildschirmauflösungen beachtet werden. D. h. es gibt Bereiche, denen eine feste Größe zugeteilt wird und andere Bereiche haben eine flexible Größe. Hierbei sollte auch beachtet werden, dass ein Frame unter Umständen nicht mehr vollständig angezeigt wird und daher keine wesentlichen Informationen mehr enthalten sollte.

**Beispiel [www.literamus-trier.de](http://www.literamus-trier.de)**

*Datei: Index.htm*

### Quellcode

```
<frameset cols="792,*" frameborder="NO" border="0" framespacing="0">
  <frame name="leftFrame" marginwidth="0" marginheight="0" scrolling="No" frameborder="0"
noreferrer framespacing="0" border="0" src="web/leftframe.htm">
  <frame name="rightFrame" marginheight="0" scrolling="No" frameborder="0" noresize
framespacing="0" border="0" src="web/right.htm">
</frameset>
```

Das Beispiel zeigt, dass die Datei „index.htm“ im sichtbaren Bereich nichts anderes macht, als andere Frames aufzurufen.<sup>4</sup> Dabei hat der linke Bereich eine feste Größe (792 Pixel). Der rechte Bereich ist in der Größe flexibel. Bei einer Auflösung von 800 x 600 Pixel, ist der rechte Bereich also nicht sichtbar. Beiden Frames wurden auch einige andere Eigenschaften zugewiesen. So können beide Frames nicht gescrollt werden und haben auch keine Border.

Die im linken Fenster aufgerufene Datei „leftframe.htm“ ruft ebenfalls nur ein anderes Frameset auf. Die Datei für den rechten Bereich enthält keine wichtigen Informationen. Mit der Zitate-Box wurde nur ein Instrument eingebaut, um die Verweildauer auf den Seiten zu erhöhen.<sup>5</sup>

*Datei: leftframe.htm*

```
<frameset rows="112,*" frameborder="NO" border="0" framespacing="0">
  <frame name="topFrame" marginwidth="0" marginheight="0" scrolling="No" frameborder="0"
noreferrer framespacing="0" border="0" src="top.htm">
  <frame name="mainFrame" marginwidth="0" marginheight="0" scrolling="Yes" frameborder="0"
noreferrer framespacing="0" border="0" src="mainframe.htm" >
</frameset>
```

Die Datei ruft wiederum 2 Dateien auf. „top.htm“ enthält dabei die Navigation für die einzelnen Kategorien. Man sollte sehr darauf achten, dass der Bereich, der die Navigation enthält immer vollständig angezeigt wird, aber auch niemals irgendwelche Scrollbars erscheinen. Damit die Links in der Topnavigation auch tatsächlich im unteren Fenster öffnen, muss der Link um die Angabe des Zielfensters ergänzt werden. Jeder Link hat daher noch den Zusatz „target=„mainFrame““.

### Drucken bei Frames

Es empfiehlt sich, in jedem Inhaltsbereich ein Druck-Icon anzubieten und außerdem eine eigene CSS-Datei fürs Drucken zu machen. Damit kann der User genau die relevante Seite drucken und hat dabei auch ein sauberes Ergebnis.

### Extratipp zum Verhindern von Frames

Grundsätzlich sollte man niemals die Inhalte anderer Seiten in das eigene Frameset einbauen, da man damit vorgibt, auch diese Inhalte anzubieten.

Umgekehrt kann es aber auch passieren, dass das eigene Angebot bei anderen Anbietern einfach ins Frameset eingebaut wird.

Dies kann man einfach und wirkungsvoll verhindern, indem das folgende Script auf den eigenen Seiten integriert wird

```
<script language="JavaScript">
<!--
function MM_jumpMenu(targ,selObj,restore){ //v3.0
  eval(targ+".location='"+selObj.options[selObj.selectedIndex].value+"'");
  if (restore) selObj.selectedIndex=0;
}
//-->
</script>
```

### Frames & Robots

Ohne den Zusammenhang mit Suchmaschinen, Robots usw. zu kennen, gibt es einen kleinen Grundsatz:

Die eigentliche Startseite (also index.htm oder default.htm) sollte im Quellcode zwischen dem <head> und </head>-Tag den Eintrag

<sup>4</sup> Die Datei „Index.htm“ hat aber auch andere Meta-Informationen, die nicht mit ins Beispiel kopiert wurden.

<sup>5</sup> Beim Literamus handelt es sich um ein Literaturmagazin. Die Zitatebox (ein kostenloses Angebot von [www.textwerk.de](http://www.textwerk.de)) spielt im Wechsel von einigen Sekunden Zitate von Schriftstellern und Prominenten auf.

```
<meta name="robots" content="index">  
Alle anderen Seiten sollten den Eintrag  
<meta name="robots" content="noindex">  
haben
```

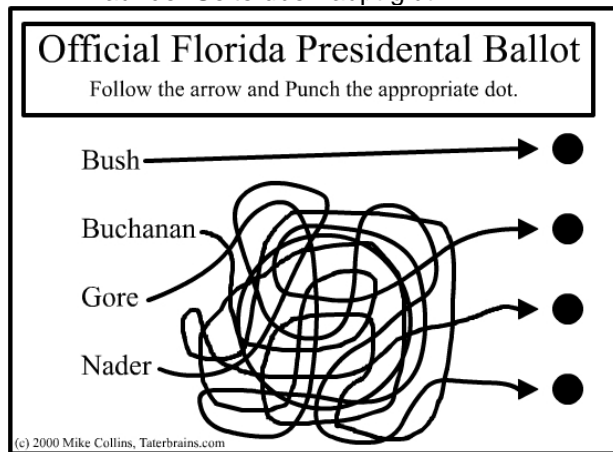
### Designbeispiele

Vielleicht ist ein fertiges Design mit Framestruktur zum Üben genau das richtige. Fertige Übungsbeispiele (allerdings ohne Framestruktur) gibt es auch unter SELFHTML. Als Zip-Datei gibt es daher ein abgespecktes Grundgerüst von [www.literamus-trier.de](http://www.literamus-trier.de).

### NAVIGATION

Navigation kann von 2 verschiedenen Gesichtspunkten betrachtet werden.

- Ein User der weiß, was er auf der Seite sucht, sollte dies auch schnell finden können.
- Ein User der nicht weiß, was er auf der Seite konkret finden will, sollte schnell wissen, was es auf der Seite überhaupt gibt.



### Anforderungen an die Navigation

- Einfach erlernbar
- Immer konsistent bleiben
- Kontextbezug erhalten
- Alternativen anbieten (nicht einfach linear „weiter“)
- Der Besucher soll schnell und mit wenigen Mausklicks ans Ziel kommen
- Klare visuelle Botschaft von grafischen Navigationselementen (keine Buttons ohne Aussage)
- Klare, verständliche Bezeichner
- Navigation sollte dem Typ und dem Zweck der Web-Seite entsprechen
- Navigation sollte den Besucher in seinen Zielen und seinem Verhalten unterstützen.
- Der User soll merken, ob er innerhalb einer Seite navigiert, die Seite wechselt oder sogar zu einer anderen Web-Präsenz navigiert.

### Methoden der Navigation

Es gibt viele Methoden, einen Besucher durch die Seiten zu leiten und meistens ist eine effektive Navigation eine Kombination verschiedener Navigationsmethoden. Der eine Besucher versteht die Bedeutung eines graphischen Links und ist eher visuell veranlagt, der andere kann damit weniger anfangen und folgt einem Link.

Das was für den regelmäßigen Besucher der Seite selbstverständlich ist, kann für den Besucher, der erstmals die Seite aufsucht, oder der ein echter Internetneuling ist, vollkommen unverständlich sein. Unterschiedliche Navigationselemente können also hilfreich sein und können dem User auch unterschiedliche Inhaltstypen vermitteln. Im folgenden werden einzelne Navigationselemente beschrieben.

### **Text**

Text als Navigationselement ist in der Regel der klassische Hyperlink. Oft hebt sich ein Textlink durch eine andere Farbe und/oder andere Zeichenformatierungen (zumeist Unterstreichung) vom normalen Text ab. Mittels Style-Sheets (z. B. in CSS-Datei) sind hier auch maus-sensitive „Rollovereffekte“ möglich (z. B. der Text wechselt die Farbe, wenn der Mauszeiger über den Text fährt). Textlinks lassen sich besonders leicht und schnell erstellen, sind sehr performant (d. h. sie bremsen nicht den Seitenaufbau). Außerdem können sie sehr viel Information tragen und lassen sich einfach in den Textfluss integrieren und abändern. Dem User können Textlinks auch anzeigen, ob er eine Seite bereits besucht hat (Links zu bereits besuchten Seiten werden meist in einer anderen Farbe dargestellt).

### **Site Map**

Gerade umfangreiche Angebote nutzen häufig eine Site Map, was nichts anderes als ein graphisch aufbereitetes Inhaltsverzeichnis ist. Der Besucher kann sich hier einen schnellen Überblick verschaffen und direkt zu einer Unterseite verzweigen. Als ergänzendes Navigationselement ist eine Sitemap bei größeren Web-Präsenzen sehr hilfreich.

### **Icons**

Icons (kleine Graphiken) sind bei einer hohen Aussagekraft der Bilder sehr gute Navigationsmittel, da visualisierte Elemente quasi „schnelle Schüsse ins Gehirn“ sind. Die Graphiken (z. B. Pfeile) müssen aber auch so sein, dass der Besucher die Bedeutung gleich versteht. Besonders gut geeignet sind solche Icons, wenn sie sich auf vielen Seiten bei gleicher Bedeutung wiederholen (z. B. „Zurück zur Startseite“, „zum Seitenanfang“). Dann ist es auch nicht mehr so dramatisch, dass Icons immer auch etwas Ladezeit benötigen. Mit Icons kann man den Seiten einen eigenen Stil vermitteln und damit auch die Wiedererkennbarkeit steigern. Damit man es dem Besucher noch etwas einfacher macht, sollte zusätzlich ein alternativer Text (Tooltipp) auf das Icon gelegt werden.

### **Image Maps**

Image Maps sind Bilder wo auf verschiedenen Bildbereichen verschiedene Links liegen. Zu imagelastig sollte eine Seite zwar nicht gemacht werden, aber für einige Fälle ist eine Image Map ein interessantes Navigationsinstrument. Hier ist aber ein Tooltipp für die einzelnen Navigationsbereiche auch besonders wichtig.

### **Flash**

Flash-Anwendungen bieten zahlreiche Möglichkeiten der Seite visuell ansprechende Elemente zu verleihen und der Seite einen starken Multimedia-Charakter zu verleihen. Dennoch sind die meisten Flash-Anwendungen eher ärgerlich, da sie längere Ladezeiten benötigen und dann nicht einfach umgangen werden können. Flash ist wohl etwas, was man den Profis überlassen sollte und was nur für sehr spezielle Anwendungsfälle eingesetzt werden sollte. Außerdem ist die Lizenz für Flash nicht gerade billig.

### **Rollover Icons**

Bilder mit Rollover-Effekt (auch Mouseover-Effekt) sind noch immer sehr wirksam, da sie visuelle Anker sind und die „Anklickrate“ wesentlich erhöhen. Besonders geeignet sind Rollovers für Kategorie-Links, wie sie in Navigationsleisten zu finden sind.

Beispiel: Literamus Trier ([www.literamus-trier.de](http://www.literamus-trier.de)); oder Rollover Icons auf der 2. Navigationsebene ([www.gasthauer.de](http://www.gasthauer.de))

### **Pulldown Menü (Combobox)**

Pulldown-Menüs sind platzsparende Navigationselemente, die im hohen Maße erweiterbar sind. Allerdings sieht der Benutzer nicht direkt alle möglichen Einträge und muss hier extra das Menü öffnen. Außerdem erwartet man Pulldown Menüs eher in Eingabe-Masken und weniger als Navigations-Element.

Als ergänzendes Navigationselement kann es aber den Charakter einer Site Map haben, da der

Benutzer direkt auf eine Seite verzweigen kann. Ein Pulldown Menü empfiehlt sich besonders dann, wenn eine aussagekräftige Kategorisierung der Seiten sehr schwer ist.

### Sonstiges

Neben den genannten Navigationselementen gibt es noch zahlreiche andere Formen bzw. Varianten dieser Grundformen. Einige interessante Beispiele gibt es z. B. unter [www.dynamicdrive.com](http://www.dynamicdrive.com). Auch für andere Effekte ist diese Page sehr hilfreich.

### DESIGN & STIL

Das Design sollte zum Verein passen. Oft gibt es da Seiten, wo zahlreiche Elemente oder ein ganzes Seitenlayout irgendwoher geklaut wurden. Meist ergibt dies aber kein stimmiges Design.

Oft wird man auch geradezu erschlagen mit Dingen, die da auf der Seite rumzappeln und blinken.

Weniger ist da oft mehr.

Gut ist es, wenn man Farben und Stil aus einem guten Logo übernehmen kann. Aber auch ohne „Vereins-“, bzw. „Unternehmensfarben“ kann man sinnvolle Farbkombinationen herleiten.

Beispielsweise könnte ein Weingut oder Weinrestaurant weniger knallige Farben wählen, die gut zu Weinlaub, Trauben oder der Weinfarbe passen (vgl. [www.gasthauer.de](http://www.gasthauer.de)).

Ein Weinhändler für italienische Weine könnte dagegen prima die Kombination grün-weiß-rot verwenden, da diese Farben den Bezug zur italienischen Flagge herstellen. Im Bereich „Gesundheit/Medizin“ sind traditionell Farbkombinationen mit Schwarz, Weiß, Rot und Grau vorherrschend.

Mit etwas Fingerspitzengefühl lassen sich recht einfach gute Designvorgaben definieren. Diese Designvorgaben sollte man am besten zu Papier bringen, damit man von Beginn an klare Vorgaben hat. Hier kann es auch hilfreich sein, alle Bilder und Farben, die man mit dem Verein bzw. seinen Tätigkeiten verbindet einfach einmal aufschreibt.

Beispiele:

Webpräsenz	Gegenstände/Assoziationen	Farben
Sportverein	Fußball, Schläger, Icons der Sportarten, Sportfeld, Pokal, (Tor)Netz, Anzeigetafel mit Punktestand, Sportschuhe, Sportbekleidung, Angespannte Muskulatur, ...	Vereinsfarben, Blau (Schwimmbad), Rostbraun (Ascheböden beim Tennis- oder Fußballplatz), Grün (Spielfläche, Tischtennisplatte), ...
Justiz (Anwältskanzlei)	Wage, „Justizia“, Roben, Gerichtssaal, Antike Säulen, ...	Weiß oder Grau (Neutralität), Schwarz oder Rot (Farbe von Roben), ...
Weingut	Rebe, Flaschen, Gläser, Weinregale, Etiketten, ...	Farbe des Weines, Farben der Weinlandschaft, Farben des Herkunftslandes, ...
Musikverein	Notenblätter, Instrumente, Notenzeichen,	Je nach Musikrichtung ...

### Tipps & Tricks

#### Cascading Style Sheets

Designvorgaben sollten durch eine CSS-Datei umgesetzt werden. Dies macht (bei einer gewissen Anzahl an Websites) die Seiten schneller und die Seiten können einfacher im Design geändert werden. Änderungen an Schriftarten, Schriftgrößen, Farben, etc. können über CSS-Dateien zentral vorgenommen werden.

#### Hintergrundfarbe und Hintergrundgrafik

Viele Homepages verwenden eine Hintergrundgrafik (z. B. eine Textur). Ein solcher Hintergrund sollte nicht unbedingt riesig groß sein. Damit die Seite beim laden nicht zu unruhig wirkt, sollte man dennoch eine Hintergrundfarbe definieren, die dem Farbton der Hintergrundgrafik entspricht. Dies gilt ebenso für Tabellen, bzw. Tabellenzellen. In einem Bereich (Frame, Tabelle) sollten wechselnde Hintergrundgrafiken vermieden werden.

### Aktualitätsbezug

Der Aufwand, eine Seite immer aktuell zu halten, wird häufig unterschätzt. Als Administrator sollte man daher feste Bereiche haben, die ständig aktualisiert werden, wogegen andere Bereiche nicht so schnell veralten sollten. Hier kann man mit einfachen Tricks veraltete Inhalte vermeiden. So sollte man einen Text wie „... unser Verein besteht schon seit 30 Jahren“ einfach ersetzen durch „... unser Verein wurde 1972 gegründet“.

Letzte Saison -> in der Saison 2001/2002

Heinrich Meier (32 Jahre) -> Heinrich Meier (JG 1970)

...

### Welcher Bildertyp?

Für Webseiten gibt es 2 verschiedene Datei-Typen für Bilder und Grafiken. Beide Typen haben Vor- und Nachteile und daraus lässt sich ihr Verwendungszweck leicht ableiten.

#### GIF-Format

Das GIF-Format hat folgende Vorteile:

- Interlacing (Das Bild wird schnell unscharf aufgebaut und wird während des Ladens immer schärfer)
- Kein Qualitätsverlust – Das GIF-Format bewirkt zwar eine niedrige Dateigröße, die eigentliche Bildqualität geht aber nicht verloren.
- Animierte Grafiken – Einige Programme ermöglichen die Erstellung animierter Grafiken, die im GIF-Format abgespeichert werden können.
- Transparente Bereiche – Im GIF-Format können transparente Bereiche übernommen werden. D. h. der Hintergrund bleibt in diesen Bereichen sichtbar.

Nachteile des GIF-Formates:

- Reduzierung auf wenige Farben (max. 255)
- Körnung bei Fotos
- Hoher Speicherbedarf bei vielfarbigen Bildern ohne größere einfarbige Flächen.

#### JPG-Format

Das JPG-Format hat folgende Vorteile:

- Komplette Farbpalette
- Variable Einstellung der Komprimierung (-> Dateigröße)
- Hohe Komprimierung

Nachteile:

- Qualitätsverlust
- Kein „Verschmelzen“ mit dem Hintergrund möglich.

### Code prüfen

Unter [www.webmasterplan.de](http://www.webmasterplan.de) kann man auch den eigenen Quellcode auf Fehler prüfen. Allerdings muss man nicht jeden „Tipp“ von diesem Codetest berücksichtigen und auch die vergebenen Schulnoten sind nicht unbedingt objektiv. Helfen kann eine Codeprüfung aber immer.

### Was gilt es zu vermeiden?

#### Ungeeignete Kontraste und Farbkombinationen

Eine Seite sollte immer gut lesbar sein. Auf einige Kleinigkeiten sollte man dabei aber besonders achten. Die Farbwahrnehmung unterscheidet sich bei vielen. So haben relativ viele Menschen Probleme die Farben Rot und Grün zu unterscheiden. Eine rote Schrift auf einem grünen Hintergrund ist da schon ein großes Problem. Aber auch die Kombinationen Rot und Blau sind nicht ganz unproblematisch.

#### Nötigungen durch Flash & Co

So toll ein Flash-Intro auch sein kann, für den regelmäßigen Besucher der Seite wird es irgendwann zum Ärgernis. Er sollte also jederzeit das Intro überspringen können. Im Web wird vom Anwender alles, was er nicht selber unter Kontrolle hat, als negativ empfunden. Dort sollte man deshalb besser auf solche Dinge verzichten.

### Keine Hintergrundmusik

Hintergrundmusik (auch bei einem Flash-Intro) ist sehr ärgerlich. Dies dürfte zumindest die Meinung derer sein, die im Büro eine Web-Seite geöffnet haben und dabei vergaßen, den Lautsprecher abzuschalten. Wenn man keine Soundkarte hat, ist es auch ärgerlich, denn geladen wird die Datei auf jeden Fall und macht somit den Aufbau der Seiten unnötig langsam. Wenn unbedingt Musik auf der Seite sein soll (z. B. weil es die Vereinshymne ist), dann soll der Besucher der Seite eine entsprechende Möglichkeit haben, die Musik anzuklicken, aber auf keinen Fall sollte die Musik automatisch starten.



### Keine Bilderflut, aber auch keine Bleiwüste

Die richtige Balance zwischen Text und Bild sollte unbedingt beachtet werden. Auf der einen Seite hat das Internet keinen Buchcharakter, d. h. der Besucher einer Seite ist nur recht kurz auf der Seite und überfliegt eher die Informationen. Da können lange Texte schon sehr abschreckend wirken. Umgekehrt sollte der User auch nicht mit Bildern zugeschüttet werden. Nichtssagende Bilder, die den Seitenaufbau unnötig verlangsamen sind ein Ärgernis. Außerdem sollte ein Bild niemals dazu führen, dass der User horizontal scrollen muss, da das Bild breiter als der Frame ist, in dem es sich befindet. Im Zweifelsfall sollte man auf die eigentliche Seite ein relativ kleines Bild stellen und dem User die Möglichkeit bieten, eine andere, größere Version des Bildes in einem eigenen Fenster zu öffnen.

### Text sollte Text bleiben

Häufig wird Text ersetzt durch eine Bilddatei, die den Text enthält. Dies mag ja für die ein oder andere Überschrift noch akzeptabel sein, aber für den eigentlichen Inhalt einer Seite sollte Text auch Text bleiben. Bilder, die den Text enthalten, verursachen hohe Ladezeiten und eventuell auch horizontales Scrollen. Beides ist hier vollkommen überflüssig.

### Schlechte Performance

Im Internet ist Zeit immer sehr kritisch. Viele Besucher einer Seite brechen ihren Besuch ab, wenn sich eine Seite nicht schnell aufbaut. Die erste Seite sollte daher möglichst schlank sein. Die am häufigsten angesteuerten Folgeseiten sollten Bildelemente von der 1. Seite übernehmen, so dass sich auch diese (subjektiv) schneller aufbauen.

Als Administrator einer Seite hat man ohnehin alle Dateien (HTML, GIF, JPG, CSS, usw.) lokal bei den temporären Internetdateien liegen. Die Seiten bauen sich daher auch immer schnell auf. Ein Gefühl für den tatsächlichen Seitenaufbau geht da schnell verloren.

Natürlich kann man auch die Ladezeiten im Netz testen und es werden auch Schulnoten für die Performance vergeben. Allerdings ist das Urteil dann doch oft recht hart und man sollte sich auf keinen Fall entmutigen lassen. Manchmal ist eine etwas höhere Ladezeit nicht zu vermeiden, da gewisse Inhalte einfach auf der ersten Seite angezeigt werden müssen und bei dem Test werden auch nicht die Aspekte der Wiederverwendung auf anderen Seiten berücksichtigt.

[http://www.webmasterplan.com/cgi-local/router.cgi?!=de&p=wmpde&s=opt\\_load](http://www.webmasterplan.com/cgi-local/router.cgi?!=de&p=wmpde&s=opt_load)

### Was ist hier eigentlich ein Link & was nicht?

Unterstreichen ist ein Mittel, um Text hervorzuheben. Auf Webseiten sind aber häufig gerade Hyperlinks unterstrichen. Wenn also ein Wort kein Link ist, dann sollte es auch nicht unterstrichen sein.

Neben Textelementen können auch Bilder und Grafiken als Link dienen. Alles was als Link funktioniert sollte auch mit dem Mauszeiger „Hand“ zu erkennen sein, auch wenn es sich um ein Java-Skript handelt, wodurch sich beispielsweise ein kleines Web-Popup-Fenster öffnet.

Andere Spielereien mit dem Mauszeiger sollten besser unterlassen werden.

### Keine fremden Seiten im eigenen Frameset anzeigen

Eine Unart ist es, fremde Seiten einfach in das eigene Frameset einzubauen. Hier wird so getan als gehöre dieser Inhalt zu den eigenen Seiten. Zum einen kann man den Inhalt dieser Seiten aber auch

nicht beeinflussen oder ständig kontrollieren und zum anderen passen solche Seiten auch nicht zum eigenen Design.

Anders ist dies bei Services, die von Anbietern extra dafür bereitgestellt werden, damit sie in andere Seiten eingebaut werden können. Gästebücher und Online-Foren sind hier gute Beispiele. Diese Seiten dürfen ruhig in das eigene Frameset integriert werden, aber auch hier sollte man natürlich auf ein stimmiges Design achten.

#### **Werbebanner – nein Danke**

Werbebanner sind gerade auf der Startseite unbedingt zu vermeiden. Gerade auf der 1. Seite kommt es ja ganz wesentlich auf einen schnellen Seitenaufbau an und das wird durch Werbebanner sehr stark behindert. Außerdem zerstört ein Werbebanner das Designkonzept und da es besonders auf der ersten Seite dem Besucher schwerer fallen dürfte, schnell zwischen den eigenen und fremden Inhalten unterscheiden zu können, sind solche Banner sehr schädlich.

#### **Counter – Interessant aber kein Muss**

Wenn man mit einem Web-Projekt startet, will man auch gleich den Erfolg der Seite überprüfen können. Deshalb blinkt da schnell auf der Startseite ein riesiger Counter auf, der mir anzeigt, dass ich schon der 37. Besucher der Seite bin. Das mag zwar interessant sein, aber diese Information wird sehr teuer erkaufte. Ein Counter bremst den Seitenaufbau stark aus und passt oft nicht zum Design der Seite. Die Informationen sind auch eher von geringer Güte, denn die bloße Anzahl der Besucher ist vollkommen nebensächlich. Wichtig ist doch die Frage, von welcher Seite kommen die Besucher, welche Seiten der Präsenz haben sie besucht, welche Suchmaschine haben sie zuvor benutzt, usw. Das sind dann Informationen über die Qualität der Vernetzung und der internen Navigation. Bei Anbietern wie z. B. Puretec gibt es automatisch solche Log-Dateien. Die sind aber nur für den Administrator sichtbar und das reicht ja auch ;-)

#### **Diese Seite wurde optimiert für ...**

... was auch immer. Diese Information ist doch auch eher nebensächlich, denn ich werde weder den Browser, noch die Bildeinstellung wechseln, wenn ich eine solche Info sehe. Wahrscheinlich verlasse ich lieber die Seite.

#### **Keine Experimente mit exotischen Schriftarten**

Einige Hobby-Web-Designer fallen doch noch darauf herein, dass Webseiten auf anderen Rechnern ganz anders angezeigt werden, als auf dem eigenen PC. Schriften (Fonts) wie Zapf, Eurostile, Gothic und so weiter werden nur auf Rechnern angezeigt, auf denen sie auch installiert sind. Das Ergebnis ist mitunter mehr als scheußlich, zumindest aber irgendwie ungewollt.

Schriften wie Verdana oder Tahoma stehen inzwischen den meisten Websurfern zur Verfügung, aber nicht allen. Sie wurden von Microsoft zusammen mit dem Internet Explorer und Windows eingeführt. Wenn man diese Schriften einsetzen möchte, gibt man deren Bezeichnung VOR den anderen Fonts an:

1. Serifenschrift  
Times New Roman, Georgia, serif
2. Serifenlose Schrift (ohne "Füßchen")  
Arial, Helvetica, sans-serif
3. Schreibmaschinenschrift:  
Courier New, Courier, Monaco, monospace
4. Verdana und andere:  
Verdana, Arial, Helvetica, Geneva, Swiss

#### **Wie werden interaktive Elemente integriert?**

Eine Web-Site wird erst so richtig interessant, wenn dem User die Möglichkeit der Interaktion geboten wird. Dies können Kontaktformulare, Gästebücher, Foren, Voteboxen, oder sogar ein Online-Shop usw. sein. Wie erstellt man aber beispielsweise ein Kontaktformular? Dies ist mit den verschiedenen Programmen (z. B. Frontpage) scheinbar sehr einfach. Im handumdrehen hat man eine Seite erstellt, die die gewünschten Felder enthält und auch einen Abschickbutton. Das Problem ist aber dann, dass das Formular nicht funktioniert.

Hier gibt es verschiedene Lösungsalternativen.

Damit ein Formular funktionieren kann, muss ein Programm (meist ein CGI-Skript) auf dem Server abgelegt sein, dem die Formularinhalte übergeben werden. Solche Programme muss man nicht

unbedingt selber schreiben (können), es gibt auch viele Seiten im Internet, wo solch Programme kostenlos angeboten werden. (Infos unter: <http://selfaktuell.teamone.de/links/cgiperl.htm>) Nun gibt es aber häufig noch das Problem, dass der Anbieter der Domain (bzw. des Tarifs) u. U. keine CGI-Programme auf dem Web-Server duldet. Hier kann man eventuell das Skript auf einen anderen Web-Server ablegen.

Viele interaktiven Inhalte (z. B. Gästebuch, Forum, usw.) kann man einfach über andere kostenlose Anbieter in die Seiten integrieren. Hier gibt es sehr, sehr viele verschiedene Anbieter. Beispielhaft einige Adressen:

- <http://www.activebook.de/>
- <http://www.webmart.de/>

## **JETZT MAL LOS**

Die bisherigen Überlegungen sollten ausreichend sein, um ein angemessenes Konzept für die Seiten zu erstellen. Nun muss das Gerippe aber noch mit Leben gefüllt werden. D. h. jetzt beginnt das Jagen und Sammeln.

### ***Was gibt es denn schon?***

„Man muss das Rad nicht neu erfinden ... aber rund sollte es schon sein“. Vieles gibt es schon und muss nur noch überarbeitet werden. Werbehefte, Festschriften, Presseartikel, Vereinchronik usw. können da wirklich hilfreich sein. Ebenso gibt es auch oft bereits ein digitalisiertes Logo.

### ***Material sammeln (Texte, Bilder & Ideen)***

Ausgerüstet mit einer Digitalkamera sollten gezielt Bilder gemacht werden. Auch kleine Bildausschnitte als Icons können dabei abfallen. Wichtig sind hier auch Ideen, wie man Bilder interessant machen kann (ungewöhnliche Perspektiven, Kulissen). Eventuell findet sich auch für jede einzelne Aufgabe ein geeigneter Experte.

Am Ende gibt es vielleicht eine ganze Bildergalerie. Inzwischen gibt es außerdem ganze CDs mit geeignetem Bildmaterial für fast jeden Anwendungszweck.

Texte für das Web müssen kürzer und griffiger sein. Arbeitsteilung mit abgesteckten Verantwortungsbereichen sowie Kreativ-Abteilungen, die Überschriften und Slogans entwickeln können da hilfreich sein.

Wichtig ist hier auch der Blick von draußen, denn nicht alles was intern klar und logisch ist, wird draußen wirklich verstanden.

Das Internet ist eine riesige Fundgrube für Ideen und man sollte sich vieles anschauen und auch versuchen, andere Seiten zu bewerten (was ist gut und was ist schlecht, was hätte man anders besser machen können und was können Gründe gewesen sein, warum etwas so und nicht anders gemacht wurde, ...). Es geht hier nicht um das Klauen, sondern um das Verstehen und Bessermachen. Aus diesem Blickwinkel gibt es keine wirklich schlechten Seiten, da sie zumindest als schlechtes Beispiel dienen können.

## **BEKANNTMACHUNGSSTRATEGIEN**

Leider hört hier für viele ein Projekt auf. Auch professionelle Anbieter von Web-Sites unterstützen nicht aktiv die Bekanntmachung der Webpräsenz, da der Auftraggeber ohnehin nur das bezahlt, was er sieht. Die richtige Bekanntmachung der Web-Präsenz ist aber mindestens genauso wichtig, wie die eigentliche Erstellung. Dies ist aber insgesamt auch mit mindestens genauso viel Arbeit verbunden und in der Regel auch noch zeitintensiver, als der Bau der Homepage.

### ***Wie kommt die Seite (richtig) in die Suchmaschinen?***

Dass man eine Web-Adresse eingibt, um eine Seite zu erreichen, ist eher die Ausnahme. Viel eher wird eine Seite über Links oder Suchmaschinen gefunden. Damit die Seite gefunden werden kann, muss sie in die Suchmaschinen eingetragen werden. Hier muss die Seite bei den Suchmaschinen angemeldet werden. Dies geschieht meist über Links wie "URL anmelden", "Seite anmelden" ... Die Vergabe von Meta-Key-Words ist also nur eine notwendige Bedingung, damit eine Seite über Suchmaschinen gefunden werden kann – es ist aber noch keine hinreichende Bedingung.



### **... und Katalogisierung?**

Neben den Suchmaschinen gibt es auch noch eigene Suchkataloge. Diese sind ebenso wichtig und verbessern auch das Ranking in den Suchmaschinen (z. B. Google).<sup>6</sup> Auch hier müssen die Einträge manuell vorgenommen werden. Die Anleitung gibt es auf den jeweiligen Seiten (Google, Bellnet, Dino, Web.de, Yahoo....).

#### **Die wichtigsten Suchmaschinen**

- ◆ [www.google.com](http://www.google.com)
- ◆ [www.yahoo.com](http://www.yahoo.com)
- ◆ [www.altavista.com](http://www.altavista.com)
- ◆ [www.abacho.com](http://www.abacho.com)
- ◆ [www.lycos.com](http://www.lycos.com)
- ◆ [www.bellnet.de](http://www.bellnet.de)
- ◆ [www.dino.de](http://www.dino.de)
- ◆ [www.web.de](http://www.web.de)

#### **Was ist robots.txt?**

Die Datei "robots.txt" muss im selben Verzeichnis wie die Startseite (index.htm, default.htm oder home.htm). Über robots.txt kann man verhindern, dass auch einzelne Dateien (z. B. die Navigationsleiste) in Suchmaschinen aufgenommen werden.

Eine Hilfe zur Erstellung einer Robots.txt gibt es unter:

<http://www.searchcode.de/robotstxt.htm>

Oder wie immer bei SELFHTML

#### **Wie können wir unsere Web-Site unterstützen?**

##### **Linktausch**

Neben den Suchmaschinen ist eine aktive Verlinkung besonders wichtig, damit eine Seite gefunden werden kann. Sicherlich gibt es viele andere Web-Präsenzen, die gerne einen Linktausch vornehmen.<sup>7</sup> Es gibt auch regionale Webregister und andere (Sport)vereine, die für einen Linktausch in Frage kommen. Sinnvoll ist es hier vielleicht, sich einige andere Linkseiten von anderen Vereinen intensiver anzuschauen.

##### **Andere Medien**

- Briefköpfe  
Nicht nur im Internet sollte man für die eigenen Web-Seiten werben. Eine Web-Seite ist genau wie Straße und Telefonnummer als Bestandteil der Adresse zu verstehen. Demnach ist die Webadresse auch in Briefköpfen beim normalen Schriftverkehr anzugeben.
- Signaturen  
E-Mails sind auch nichts anderes als Briefe und dürfen ruhig einen Absender haben, der mehr als nur einen Vornamen angibt. Man kann in fast allen E-Mail-Programmen sehr einfach eine Signatur erstellen, die automatisch am Ende einer neuen E-Mail steht. Hier sollte auch die Web-Adresse stehen.
- Presse  
Pressearbeit ist effektiver und professioneller wenn am Ende eines Artikel noch „... weitere Infos unter [www.SV-Irsch.de](http://www.SV-Irsch.de)“ steht.
- Plakate, Flyer, usw.  
Auch auf Plakaten, die auf eine Veranstaltung hinweisen, ist ausreichend Platz für eine kurze Internetadresse.

##### **Digitale Postkarten**

Mit digitalen Postkarten kann man es schaffen, dass auch die Besucher der Seite Werbung für diese Web-Seiten machen. Beispiele für digitale Postkarten gibt es unter [www.schwebach.de](http://www.schwebach.de) oder unter [www.irsch-saar.de/postcard.htm](http://www.irsch-saar.de/postcard.htm)

---

<sup>6</sup> Beispiel: die Web-Site zum Literamus sollte man über irgendwelche Suchbegriffe aus den Key-Words bei der Suchmaschine [www.Google.com](http://www.Google.com) finden. Die Webseiten wurden aber auch in die Web-Kategorie Kunst & Kultur/Literatur/Magazine ... eingestellt.

<sup>7</sup> Tipp: Rein rechtlich muss sich irgendwo auf den eigenen Seiten dann ein sog. Disclaimer stehen, in dem man sich inhaltlich von den Links distanziert und die Verantwortung für die Inhalte hinter diesen Seiten ausschließt.

Einer von vielen Anbieter sollter Postkartenservices ist AllYours (<http://www.all-yours.net>).

### Gewinnspiel

Online Gewinnspiele sind auch eine geeignete Maßnahme, um die Seite (vielleicht im Zusammenhang mit einer Veranstaltung) noch bekannter zu machen. Dies kann auch eine dauerhafte Einrichtung durch ein regelmäßiges (z. B. halbjährliches) Gewinnspiel.

### Der (nicht zu dumme) Eintrag in andere Gästebücher

Wenn man einen konstruktiven und/oder netten Beitrag in ein anderes Gästebuch vornehmen will, dann kann man ruhig die eigene Domain als Adresse anhängen. Es sollte aber keine plumpe Eigenwerbung nach dem Motto „Hallo, jetzt kommen wir!“ sein.

### E-Mail-Newsletter

Den Besuchern immer neue Inhalte bieten ist ein Grundrezept, um eine Seite interessant zu halten und dadurch wird sie sicherlich auch über Umwege bekannter. Mit einem E-Mail-Newsletter kann man dies unterstützen. Kleiner Nebeneffekt: Als Webmaster möchte man auch neue Dinge im Newsletter ansprechen und das hat gewissermaßen auch eine disziplinierende Wirkung ;-)

### Internes „Marketing“

Je mehr Mitglieder eines Vereins sich in ein Web-Projekt einbringen können, umso höher ist auch die Identifikation mit dem Projekt und die „Multiplikatorwirkung“. Ein Beispiel wie dieser Gemeinschaftsaspekt noch gefördert werden kann, sind passende E-Mail-Adressen zum Domainnamen. Diese Adressen ([irgendeiname@unsereverein.de](mailto:irgendeiname@unsereverein.de)) zumindest als Weiterleitungsadresse einzurichten ist gar kein Problem.

### Sonstiges

Man kann dem Besucher die Möglichkeit geben, die Seite über einen einfachen Dialog weiterzuempfehlen. Sinnvoll ist es auch, dass er sich die Seite als Startseite einrichten kann, oder sie zu seinen Favoriten<sup>8</sup> hinzufügen kann. (Beispiele gibt es unter [www.literamus-trier.de](http://www.literamus-trier.de) - Rubrik „Links“)

### NÜTZLICHE WERKZEUGE?

Grundsätzlich kann man Webseiten einfach mit dem Wordpad oder dem Editor erstellen. Schneller kann man allerdings mit speziellen HTML-Editoren wie z. B. MS Frontpage, NetObjects Fusion, oder Dreamweaver. Es empfiehlt sich aber dann dennoch, den Quellcode von Hand nachzubearbeiten.

### NÜTZLICHE LINKS

- ◆ **SELFHTML ([www.teamone.de/selfhtml/](http://www.teamone.de/selfhtml/))**  
Die Seite bietet ALLES rund um HTML, CGI, CSS. Es ist hier sehr einfach den richtigen Quellcode für die eigene Seite zu finden. Alles ist sehr übersichtlich gegliedert und sehr gut erklärt.
- ◆ **Dynamicdrive ([www.dynamicdrive.com](http://www.dynamicdrive.com))**  
Auf der Seite werden zahlreiche Erweiterungen und Effekte als Java-Script-Code für die eigene Website angeboten. Der Code kann einfach kopiert werden und in die eigene Seite integriert werden.
- ◆ **Suchfibel ([www.suchfibel.de](http://www.suchfibel.de))**  
Informationen über die richtige Bekanntmachungsstrategie der eigenen Website
- ◆ **Homepage Tools kostenlos – WebMart (<http://www.webmart.de/>)**  
Vote-Boxen, Seite empfehlen und viele weitere nützliche Tools
- ◆ **CGI Scripts (<http://webdesign.about.com/cs/cgi-scripts/>)**  
Kostenlose CGI-Scripte
- ◆ **Activebook (<http://www.activebook.de/>)**  
Kostenloses und werbefreies Gästebuch mit guten Anpassungsmöglichkeiten
- ◆ **All Yours (<http://www.all-yours.net>)**  
Kostenlose digitale Grußkarten

...

---

<sup>8</sup> Besonders witzig ist dies, wenn zusätzlich ein eigenes Icon (favicon.ico) eingebaut werden kann, so dass der Link im Vergleich zu den anderen Favoriten hervorsteht (mehr Infos und kostenlose Software unter [www.favicon.de](http://www.favicon.de))

## ANHANG

**Kurz HTML-Befehlsreferenz**

Eine detaillierte HTML-Befehlsreferenz gibt es unter <http://www.teamone.de/selfhtml/>

Tag	Endetag	Bedeutung
<html>	</html>	Start/Ende einer HTML-Seite
<b>	</b>	<b>Fette Schrift</b>
<i>	</i>	<i>Kursive Schrift</i>
<strike>	</strike>	<del>Durchgestrichener Text</del>
<u>	</u>	<u>unterstrichene Schrift</u>
<p>	</p>	Absatzmarke (Endetag wird nicht zwingend benötigt)
 		Zeilenwechsel
<font size=3>	</font>	Schriftgröße 3; Mögliche Größen sind 1-7
<font color="#000000">	</font>	Schriftfarbe (schwarz=#000000 - weiß=#FFFFFF)
<hr>		Horizontale Linie
<table>	</table>	Tabelle (benötigt auch Befehl für Zeile und Zelle)
<tr>	</tr>	Zeile einer Tabelle (muß zwischen <Table> und </Table> stehen)
<td>	</td>	Zelle einer Tabelle (muß zwischen <tr> und </tr> stehen).
<li>	</li>	Listenpunkte, wird <ol> vorangestellt, so wird eine nummerierte Liste ausgegeben Bei <ul> werden Punkte ausgegeben.
	-	Einfügen eines lokalen Bildes
	-	Einfügen eines Bildes mit URL
<a href="test.htm">Link</a>	</a>	Der Teil zwischen dem Anfangstag und dem Endetag (dies kann auch ein Bild sein) steuert eine andere Datei an
<a href="mailto:webmaster@irsch-saar.de">Arno Meyer</a>	</a>	E-Mail-Link

**Glossar**

<b>@</b>	Klammeraffe steht für engl., "at" = bei. Man braucht es immer bei eMail-Adressen.
<b>Access</b>	Engl. für Zugang, Zugriff -> Hier Zugang zum Internet allg. oder auf einen Rechner im Internet.
<b>Account</b>	Engl.: Konto -> funktioniert ähnlich wie bei der Bank. Entscheidet man sich für einen bestimmten Online-Dienst, erhält man dort einen Account (=ein Konto), zu dem man per Benutzernamen und Passwort Zugang und somit erst Zugriff auf die Dienste und aufs Internet hat.
<b>Alias</b>	Der wirkliche Name (meist eine Zahlenkombination) in der eMail-Adresse wird oft durch einen anderen (meist besser markbaren) ersetzt.
<b>Bit</b>	Abk. für <b>B</b> inary <b>d</b> igit (= binäre Ziffer). Kleinste Einheit, in der Computerdaten gezählt werden. Bits können nur "ein" oder "aus" sein, dargestellt in den Werten 1 oder 0. Ihre verschiedenen Kombinationen stellen verschiedene Informationen dar.
<b>Byte</b>	Eine Gruppe von 8 Bit. Ein Byte ermöglicht die Darstellung von einem Buchstaben.
<b>Bookmark</b>	=>Favoriten/Lesezeichen. Mit Bookmarks können Internet-Seiten (bzw. deren Adressen) zum späteren schnellen Wiederfinden markiert und in eine Liste hierarchisch eingetragen werden.
<b>Browser</b>	Ein Programm, das es ermöglicht durch die Seiten des WWW zu "blättern" und sich so im Internet zu bewegen. Die bekanntesten Browser sind der Netscape Communicator und der Microsoft Internet Explorer.
<b>Chat</b>	Engl.: plaudern, schwätzen, sich unterhalten. Über das Internet kann man sich live mit Menschen auf der ganzen Welt "unterhalten" (natürlich über die Tastatur)

<b>Cookie</b>	eine kleine Textdatei, die von einer besuchten Internet-Seite auf den Computer lokal gespeichert wird.
<b>Datei</b>	Eine Sammlung von Informationen (z.B. Daten oder ein Programm), die von einem Computer als Einheit behandelt werden.
<b>DFÜ</b>	Abk. für <b>Datenfernübertragung</b> ; also, jegliche Form, Daten über eine Computerverbindung in die Ferne zu schicken oder von dort zu empfangen.
<b>Domain</b>	Bestandteil der offiziellen Adresse eines Computers im Internet.
<b>download</b>	Engl.: herunterladen. Bezeichnung für die Übertragung und Speicherung von Dateien von einem Computer im Internet auf den eigenen.
<b>eMail</b>	Gängige Bezeichnung für Elektronische Post
<b>FAQ</b>	Engl.: <b>Frequently Asked Questions</b> (=häufig gestellte Fragen); eine im Internet oft verwendete Abkürzung die ein Dokument bezeichnet, das zu am häufigsten gestellte Fragen eines Themenbereichs entsprechende Antworten parat hält.
<b>Frame</b>	Engl.: Rahmen. Aufteilung von Web-Seiten in mehrere Fenster.
<b>Freeware</b>	Programme, die kostenlos zur privaten Nutzung kopiert und verwendet werden können.
<b>FTP</b>	Abk. für File Transfer Protocol. Älterer Dienst im Internet, um Dateien von einem fremden Rechner zu laden oder dort abzulegen.
<b>GIF</b>	"Grafik Interchange Format". Eine platzsparende Art Bilder zu speichern
<b>Homepage</b>	Engl. für "Heim-Seite"
<b>Host</b>	Engl.: "Wirt"; grundsätzlich ein Rechner in einem Netzwerk, der bestimmte Dienste anbietet.
<b>Hyperlink</b>	Engl.: "Hyper"-Verknüpfung => im Internet eine Verknüpfung eines Wortes oder eines Bildes in einem HTML-Dokument mit der Adresse eines anderen HTML-Dokuments. Mit dem Klick der Maus auf diese markierte Stelle löst man die Verknüpfung aus, die die gewünschte Seite aufschlägt.
<b>Hypertext</b>	Ein Verfahren, mit dem Informationen auf verschiedenen Internet-Seiten, in verschiedenen Dateien oder sogar auf verschiedenen Rechnern, miteinander verknüpft werden können.
<b>HTML</b>	Abk. für <b>Hypertext Markup Language</b> => ein international standardisiertes Verfahren zur Erstellung von Dokumenten im WWW. Dateiendung "htm" oder "html".
<b>HTTP</b>	Das <b>Hypertext Transport Protocol</b> ist ein Verfahren, das die Übertragung von HTML-Dateien im WWW regelt. Daher fangen alle Adressen im WWW mit "http://" an.
<b>Icon</b>	Grafisches Symbol in Menüleisten oder auf Bildschirmoberflächen, um z.B. per Mausklick ein Programm zu starten oder eine Seite zu öffnen.
<b>Java</b>	Programmiersprache von der Firma Sun Microsystems entwickelt, die immer häufiger zur Verbreitung von Anwenderprogrammen im Internet benutzt wird.
<b>JPEG</b>	Platzsparendes Dateiformat für Bilder im Internet.
<b>Link</b>	Hyperlink
<b>Login</b>	Anmeldeprozedur in einem Computer-Netzwerk
<b>Navigieren</b>	Gezieltes Bewegen/Suchen im Internet.
<b>Provider</b>	Bezeichnung für Unternehmen, die über ihre Leitungen die Nutzung des Internet anbieten. Solche Unternehmen stellen jedoch oft nur den Internetzugang, darüber hinaus aber keine weiteren Dienste zur Verfügung.
<b>Shareware</b>	Programme, die zu Testzwecken zunächst kostenlos ausprobiert werden dürfen. Danach ist bei fortgesetzter Nutzung ein Entgelt zu entrichten.
<b>URL</b>	<b>Uniform Resource Locator</b> . Die standardisierte Methode Ressourcen (d.h. Dateien, Rechner, etc.) im Internet genau zu adressieren, durch die Webseiten im WWW miteinander verbunden sind. Eine URL wie "http://www.sv-irsch.de/index.htm" wird von rechts nach links gelesen: "index.htm" ist die Datei, die man sieht, ".de" stellt eine sog. Top-Level-Domain dar und gibt an, aus welchem geographischen oder organisatorischen Bereich die Information stammt, "sv-irsch" ist die Domain, lässt also Rückschlüsse über den Betreiber des Rechners zu, auf dem die Information sich befindet. "www" gibt das World Wide Web als Teilbereich des Internet an und schließlich zeigt "http://" an, mit welchem Protokoll Daten übertragen werden.
<b>User</b>	Engl.: Benutzer
<b>Webmaster</b>	Technischer Administrator/Verwalter von Internet-Seiten und Servern