

Ludwig Janssen

Öffentlichkeitsarbeit im und mit dem Internet

Das Internet ist heutzutage selbstverständlicher Bestandteil der Öffentlichkeitsarbeit. Schließlich ist es ein Massenmedium, das jede/r nutzen kann und das von niemand kontrolliert oder reglementiert wird (es sei denn, es handelt sich um Straftatbestände). Programmierkenntnisse sind nicht erforderlich, denn für die Erstellung einer Website oder den Versand eines Newsletters gibt es komfortable (auch kostenlose) Werkzeuge. Schließlich bieten viele Internet-Dienstleister ihren Kunden kostenlosen oder kostengünstigen Speicherplatz an. Was braucht man also mehr?

Dass dies nicht ganz so einfach ist, stellt man spätestens dann fest, wenn man selber schon wieder auf falsche, unseriöse oder veraltete Informationen gestoßen ist oder wenn man nach zwei Wochen immer noch keine Antwort auf eine E-Mail bekommen hat. Mit anderen Worten: Wer das Internet nutzt, geht Verpflichtungen ein und muss Erwartungen erfüllen. Das liegt u.a. an den Vorteilen des Mediums gegenüber anderen Medien:

- Zu jedem Thema sind eine Fülle von Informationen zu finden und täglich kommen neue hinzu. Alle Informationen können weltweit abgerufen werden.
- Informationen können von (fast) jedem Ort aus jederzeit aktualisiert werden und sind extrem schnell verfügbar.
- Die Nutzer entscheiden, welche Informationen sie in welcher Ausführlichkeit nutzen.
- Das Internet ermöglicht eine unmittelbare Reaktion, zum Beispiel in Form einer E-Mail, ohne das Medium wechseln zu müssen (also z.B. einen Brief schreiben).

Diese Vorteile sind zugleich aber auch Nachteile des Mediums. Die Angebotsvielfalt kann durchaus »erschlagend« sein und es ist nicht immer einfach, das zu finden, was man sucht. Von welcher Qualität die gefundenen Informationen und wie zuverlässig sie sind, bleibt dabei offen. Gerade in sensiblen Bereichen wie Gesundheitsinformationen oder bei persönlichen Problemen sind Seriosität und Zuverlässigkeit wichtige Aspekte. Deshalb gibt es auch Bestrebungen, Gesundheitsinformationen im Internet zu zertifizieren (siehe: www.medcircle.org). Nutzer erwarten außerdem aktuelle Informationen und schnelle Reaktion auf Anfragen. Nichts wird durch Missachtung mehr bestraft als veraltete Informationen sowie spät oder gar nicht beantwortete Anfrage.

Nutzungsmöglichkeiten

Das Internet kann für unterschiedliche Formen der Öffentlichkeitsarbeit genutzt werden: Die Informationen auf einer Website sind jederzeit erreichbar, per E-Mail oder Newsletter können sie an einen bestimmten Interessentenkreis gezielt verschickt werden. Ohne großen Aufwand und Kosten erreicht man mit beiden Instrumenten einen großen Adressatenkreis.

• **Wer das Internet nutzt, geht Verpflichtungen ein und muss Erwartungen erfüllen**

Selbstverständlich gibt es keine für jeden Zweck und allgemein gültigen Kriterien, wie man das Internet für die Öffentlichkeitsarbeit nutzen kann. Die folgenden Hinweise und Tipps sind deswegen auch auf die eigenen Vorhaben und Ziele anzuwenden.

Die Website

Bevor man sich an die Erstellung der Website macht, sollte man die Ziele formulieren und ein Konzept erstellen:

- Was will ich mit der Website erreichen? Je präziser die Ziele formuliert werden, desto exakter können Sie für die Inhalte und die Struktur umgesetzt und auf die Bedürfnisse der Besucher zugeschnitten werden.
- Wer sind die potentiellen Besucher und was erwarten sie? Die Erwartungen der Besucher müssen nicht mit den eigenen Zielen übereinstimmen.
- Wer ist an der Produktion der Website beteiligt? Welche Ressourcen gibt es (z.B. für redaktionelle und grafische Arbeiten oder für die Programmierung) und für welche Aufgaben werden externe Dienstleister gebraucht?
- Wer wird das Projekt verantwortlich betreuen?
- Wer wird später Redakteur oder Webmaster sein und sollte deswegen von Anfang an am Entstehungsprozess beteiligt sein?

Zu einer der wichtigsten Aufgaben gehört die Zusammenstellung und Gliederung der Informationen. Aus der Gliederung lässt sich eine übersichtliche Ordnerstruktur für alle inhaltlichen und grafischen Elemente der Website erstellen. Entwickeln Sie dafür eine Reihe von Oberbegriffen und schreiben Sie diese zum Beispiel auf Karteikarten. Notieren Sie auf anderen Karteikarten Themen bzw. Seitenüberschriften, die Sie den Oberbegriffen zuordnen wollen. Auf diese Weise können Sie durch Zuordnung und Verschieben die Inhalte Ihrer Website strukturieren und verknüpfen bzw. neue Oberbegriffe entwickeln.

• **50% Konzeption und Planung, 20% Aufbereitung der Inhalte, 30% technische und gestalterische Realisierung**

Erfahrungen von Profis zeigen, dass 50 Prozent der Zeit für die Konzeption und Planung, 20 Prozent für die Aufbereitung der Inhalte und 30 Prozent für die eigentliche technische und gestalterische Erstellung anfallen. Deshalb: Nicht einfach mit der Umsetzung anfangen, auch wenn das noch so reizvoll sein mag. Lassen Sie sich Zeit bei der Vorbereitung – spätere Änderungen und Korrekturen sind i.d.R. nur mit großem Aufwand zu machen. Lassen Sie Zwischenergebnisse und das Endergebnis von unabhängigen (Lobhudelei ist wenig hilfreich) sowie sachkundigen und auch (!) unerfahrenen Internetnutzern testen.

Struktur einer Website

Die Besucher einer Website wollen

- sich auf keinen Fall verirren,
- durch zu viele und überflüssige Informationen nicht überfordert oder abgelenkt werden,
- nicht in Sackgassen landen und
- niemals Überblick und Orientierung verlieren.

Eine gute Struktur der Website ist deswegen das A und O. Das ist gar nicht so einfach, weil eine Besonderheit des Mediums in der Verknüpfung von Dateien, Texten und Bildern liegt. Bei gedruckten Texten folgt die Seite 126 der Seite 125, am Fuß sind Anmerkungen zu finden und im Anhang eine Lite-

raturliste und ein Register. Informationen im Internet (Texte, Bilder und Töne) sind nicht-linear und können über Links beliebig miteinander verknüpft werden. Der Vorteil: Man kann flexibel und zielsicher auf jede Information zugreifen und sich besser orientieren – vorausgesetzt, die Struktur ist übersichtlich und die Navigation nachvollziehbar.

Bei der Struktur und der Gestaltung sollte man Raum für spätere Erweiterungen lassen. Deswegen sollte man bei der Planung nicht nur die bereits vorliegenden Inhalte berücksichtigen, sondern auch zukünftige. Diese sollten später so aufgenommen werden, dass Struktur und Navigation nicht vollständig geändert werden müssen. Verwenden Sie deswegen z.B. Oberbegriffe und Navigationsbezeichnungen, in die sich auch zukünftige Inhalte einordnen lassen.

Die Homepage (Auftaktseite) ist die Eintrittsseite der Website. In der Regel ist sie eine Übersichtsseite mit einer kurzen Darstellung des Projektes und/oder mit kurzen aktuellen Texten und Links zu den wichtigen Inhalts- oder Übersichtsseiten.

Die Nutzer sollten auf jeder Seite eine Orientierung haben, an welcher Stelle der Website sie sich befinden und wie sie von dort zu den Übersichtsseiten zurückkommen. Entscheidend für die Orientierung ist, dass wichtige Informationen immer an der gleichen Stelle zu finden sind. Dazu gehört in erster Linie die Navigation.

Entwickeln Sie eine klare und konsistente Navigation, unabhängig davon, ob die Seiten über Grafiken, Text oder Schaltflächen verknüpft werden. Kaum jemand ist bereit, die komplette Website nach einer Information zu durchsuchen. Viele Websites verfügen deswegen über eine Volltextsuchfunktion, mit der Texte, pdf-Dateien und Bilder gefunden werden können. Inhaltsstruktur und Navigation müssen transparent sein. Falls es mehrere Seiten zu einem Themenkomplex gibt, sollten Sie dafür eigene Übersichtsseiten erstellen. Bei einer umfangreichen Website können Navigationsmenüs hilfreich sein, die beim Rüberfahren mit der Maus Untermenüs öffnen. Alternativ bzw. zusätzlich können bestimmte Navigationselemente auch in die Kopf- oder Fußzeile der Seite platziert werden. Die Auftaktseite und die Übersichtsseiten der einzelnen Bereiche/Rubriken müssen von jeder Seite aus erreichbar sein. Auch wenn sich die Nutzer in der »Tiefe« der Website verlieren, müssen sie jederzeit wieder den Weg »zurück« finden. Das ist auch für »Quereinsteiger« wichtig, die über einen Link nicht auf die Auftaktseite, sondern auf eine andere Seite der Website gelangt sind.

Entwickeln Sie nicht ständig eine neue Gestaltung oder eine neue Navigation. Solange nicht schwerwiegende Gründe dagegen sprechen, sollte man bei der einmal gewählten Struktur, bei Gestaltung und Navigation bleiben. Untersuchungen belegen übrigens, dass die Gestaltung für die meisten Internet-Nutzer eine untergeordnete Rolle spielt. Sie suchen vorrangig nach umfassenden Informationen und wollen diese schnell finden.

Seitengestaltung

Neue Medien erfordern neue Wege der Gestaltung, denn grafische Regeln für gedruckte Informationen können nicht einfach auf das Internet übertragen werden. Neue Medien verführen Laien dazu, alles was möglich ist, auf der eigenen Website auch auszuprobieren. Dabei ist weniger häufig mehr und die

● Erweiterungen

● Auftaktseite

● Navigation

● Kontinuität

Kunst besteht darin, Inhalt und Gestaltung in Einklang zu bringen. Sachliche Informationen werden anders präsentiert als solche über ein »verrücktes« Kunstprojekt und eine Website für Jugendliche sieht anders aus, als eine für die wissenschaftliche Fachwelt.

Die einzelnen Seiten sollten eine einheitliche logische Struktur haben, die auch für alle Seiten konsequent durchgehalten wird. Denn einheitlich platzierte Navigations- und Seitenelemente, Überschriften und Gestaltungsraster sorgen für deutlich mehr Lesbarkeit und Orientierung. Deshalb sollten Sie einen groben Rahmen für das Seitenlayout vorgeben und sich für einige visuelle Gestaltungselemente entscheiden, die auf allen Seiten eingesetzt werden.

● **Einheitliche logische Struktur und Seitengestaltung**

Am übersichtlichsten kann man Seiten gestalten, wenn man sie in einen Navigations-, Kopf-, Fuß- und Inhaltsbereich aufteilt. Die Navigation ist entweder komplett in einer Menüleiste und/oder Bestandteil von Fuß- und/oder Kopfbereich. Die Kopfzeile enthält neben dem Logo zum Beispiel einen Hinweis darauf, an welchem Ort der Struktur man sich befindet. Die Fußzeile ist am Ende der Seite zu finden. Hier gehören grundlegende Informationen zur Seite hin, beispielsweise ein Copyright-Hinweis, das Aktualisierungsdatum oder ein Link zum Impressum. Nützlich ist es auch, wenn am Ende der Seite die gleichen Navigationshilfen zu finden sind wie am Anfang. Der Nutzer muss dann nicht wieder zum Kopf der Seite, um zu einem anderen Bereich der Website zu gelangen.

● **Mit Vorlagenseiten arbeiten**

Viel Zeit können Sie sparen, wenn sie mit Vorlagenseiten arbeiten. Das Prinzip von Vorlagen ist einfach: Sie erstellen eine Seite, die alle wiederkehrenden Elemente wie Seitenraster, Logo, Hintergrund und Navigation enthält und speichern diese als Vorlage ab. Sie können nun den neuen Text einfach eingeben und die Vorlagenseite mit einem neuen Namen abspeichern. Manche Editoren bieten auch die Möglichkeit, Vorlagen getrennt abzuspeichern und Inhaltsseiten damit zu verknüpfen. Sobald die Vorlage verändert, z.B. die Navigation erweitert wird, fragt der Editor, ob alle damit verknüpften Seiten auch geändert werden sollen. Wenn Sie zustimmen, werden die Seiten automatisch geändert und an die neue Navigation für alle verknüpften Seiten angepasst.

● **Der erste Blick**

Der Bildschirm ist klein und der Platz kostbar. Eine Bildschirmseite ist in der Breite beschränkt und in der Länge »endlos«. Entscheidend ist allerdings, was die Besucher auf den ersten Blick sehen, wenn sie die Seite aufrufen. Das ist der obere Bereich der Seite. Nur wenn auf den ersten Blick erkennbar ist, worum es auf der Seite geht und ob sie für die Besucher einen Nutzen hat, werden sie bleiben und weiter lesen.

Auf jede Seite gehören das Logo, die Navigation in Form eines Menüs und/oder Iconleiste und die Inhalte. Visuelle Hierarchien und Textblöcke sind gute Orientierungsmuster und sorgen für Übersichtlichkeit. Besonders wichtige Informationen können hervorgehoben werden.

● **Schriften**

Alle verwendete Schriften müssen auf den Computern der Nutzer verfügbar, also installiert sein. Das schränkt die Verwendung von Schriften ein. Schriften mit Serifen (z.B. Times News Roman) sind zwar in gedruckter Form gut zu lesen, am Bildschirm allerdings nicht. Serifenlose Schriften (zum Beispiel Arial oder Verdana) sind am Bildschirm besser lesbar und sollten deswegen bevorzugt werden. Textgestaltungen mit Großbuchstaben, kursive oder fette Schrift sollten sparsam verwendet werden. Farben werden an jedem Bild-

schirm ganz unterschiedlich dargestellt und sollten für Text- und Hintergrundgestaltung ebenfalls sparsam eingesetzt werden.

Die Nutzer können in ihrem Browser eine Reihe von Voreinstellungen vornehmen und z.B. mit der Unterdrückung von Abbildungen der Veränderung von Schriftgröße, Schriftart oder Farben die Darstellung (fast) jeder Website auf dem eigenen Rechner beeinflussen. Im Internet Explorer können diese Voreinstellungen im Menü Extras/Internetoptionen/Allgemein vorgenommen werden. Probieren Sie doch einmal aus, wie Sie die Darstellung einer beliebigen Website auf ihrem Computer beeinflussen können.

Grundsätzlich sollte man einen barrierefreien Zugang zur Website ermöglichen. Dazu gehört es z.B., dass keine besonderen Programme heruntergeladen werden müssen oder bestimmte Vorgaben für die Bildschirmauflösung gemacht werden. Dazu gehört auch, dass z.B. Sehbehinderte häufig die Bildanzeige im Browser anschalten oder besonders große Schriften benötigen.

Es ist sinnvoll, alle Elemente der Website (Texte, Logo, Bilder, Navigationselemente etc.) auch im Originalformat (z.B. als Word-Datei oder als hochaufgelöste Bilddatei) zu speichern. Denn es kommt immer wieder vor, dass man für Veränderungen der Website auf die Originaldateien zurückgreifen muss. Deswegen sollte man zu jeder Website einen Materialordner anlegen, in dem die Dateien systematisch und dauerhaft gespeichert werden.

Um nicht den Überblick zu verlieren, ist es sinnvoll, Ordnung zu halten. Sorgen Sie deswegen für eine logische und systematische Ordnerstruktur, in der sich auch jemand zurecht findet, der nicht Tag für Tag damit arbeitet und der vielleicht im Krankheitsfall den Redakteur oder Webmaster ersetzen muss. Hilfreich ist ebenfalls eine nachvollziehbare und logische Bezeichnung von Dateien und Ordnern. Die Inhaltsseiten werden sinnvollerweise in einer Ordnerstruktur verwaltet, die der Navigationsstruktur und den Navigationsbegriffen der Website entspricht. Pdf- und Bilddateien gehören entweder in Unterordner zu den jeweiligen Themen oder in zentrale Bild- oder pdf-Ordner.

Schreiben für das Internet

Lesen am Bildschirm ist mühsam und kostet bei einer Online-Verbindung Geld.

Fassen Sie sich deshalb kurz, verwenden Sie eine klare Sprache, formulieren Sie präzise, strukturieren Sie den Text, teilen Sie ihn sinnvoll auf mehrere Seiten auf, achten Sie darauf, dass einzelne Seiten in sich geschlossene thematische Einheiten sind und vergeben Sie eindeutige Titel bzw. Überschriften für die Seiten. Bei längeren Texten sind Sprungmarken, die zu bestimmten Stellen im Text oder zum Anfang der Seite zurückführen, hilfreich.

Bieten Sie längere Texte, wichtige Hintergrundinformationen, Materialien und Bilder als Download (Text- oder pdf-Datei) an. Denken Sie daran, bei Dateien für den Download die Größe der Dateien und einen Quellen- bzw. Copyrightinweis anzugeben.

Was nicht fehlen darf

Einige Bestandteile sind unabhängig von der Zielsetzung der Website unverzichtbar:

- Weil kaum ein anderes Medium so schnelllebig ist wie das Internet, sollte das Datum der letzten Aktualisierung auf jeder Seite zu finden sein. Neh-

• »Barrierefreien« Zugang ermöglichen

• Originaldateien

• Ordnung halten

• Aktualisierung

- men Sie sich deshalb also die Zeit, wichtige Informationen regelmäßig zu überprüfen und ggf. zu aktualisieren.
- ◉ **Kontaktmöglichkeit**

 - ◉ Wichtig ist eine Kontaktmöglichkeit, die neben der E-Mail-Adresse bzw. eines entsprechenden Kontaktformulars auch alle wichtigen postalischen Informationen enthält. Sorgen Sie aber auch dafür, dass Anfragen möglichst schnell beantwortet werden – zumal, wenn es sich um Fragen z.B. in persönlichen Krisen handelt.
 - ◉ **Copyright-Hinweis**

 - ◉ Wer eigene Inhalte oder Bilder zur Verfügung stellt, sollte diese mit einem Copyright-Hinweis versehen. Wer fremde Inhalte oder Bilder übernimmt und als eigene ausgibt, verstößt gegen das Urheberrechtsgesetz. Häufig werden Rechte für Texte oder Bilder insbesondere für gemeinnützige oder Selbsthilfzwecke selbst von großen kommerziellen Anbietern kostengünstig oder kostenlos zur Verfügung gestellt.
 - ◉ **Impressum**

 - ◉ Das Impressum macht deutlich, wer für die Inhalte verantwortlich ist, wie er erreichbar ist und gehört auf jede Website. Für alle eigenen Inhalte ist der Anbieter verantwortlich. Auch ein fehlendes Impressum schützt im Streitfall nicht vor juristischen Auseinandersetzungen.
 - ◉ **Links**

 - ◉ Ein großer Vorteil des Internets ist die Vernetzung. Sorgfältig ausgewählte und kommentierte Links, zu den Themen der Website gehören deswegen auf jede Website. Ob die Verlinkung zu anderen Websites erlaubt ist, ist gesetzlich nicht geregelt. Die Rechtsprechung folgt dem Prinzip: Wo kein Kläger, da kein Richter. Zum guten Ton sollte es allerdings gehören, über die Verlinkung zu informieren. Auch die Verantwortung für Seiten, auf die verlinkt wird, ist nicht eindeutig geregelt. Das liegt u.a. daran, dass sich Inhalte im Internet ständig ändern können und der »Verlinker« diese nicht ständig überprüfen kann. Ist der Verlinker ausdrücklich auf strafrechtlich relevante Inhalte des Links hingewiesen worden, sollte der Link schleunigst entfernt werden. Damit Sie nicht für Inhalte der verlinkten Websites haftbar gemacht werden können, sollten Sie sich von den Inhalten ausdrücklich distanzieren. Entsprechende Standardformulierungen findet man beispielsweise unter www.disclaimer.de.
 - ◉ **Inhaltsverzeichnis**

 - ◉ Eine Übersicht in Form eines Inhaltsverzeichnisses, einer Übersichts- oder Indexseite (neudeutsch: Sitemap) sorgt dafür, dass die Besucher einen Überblick über das komplette Angebot bekommen. Dabei kann man sich auf die wesentlichen Stichworte beschränken. Idealerweise sind die Stichworte mit den entsprechenden Seiten verlinkt.
 - ◉ **Suchfunktion**

 - ◉ Auch wenn die Website nur aus wenigen Seiten besteht, kann es mühsam sein, bestimmte Inhalte zu finden. Eine Suchfunktion erleichtert dies.
 - ◉ **persönliche Daten**

 - ◉ Wenn die Besucher Ihrer Website persönliche Daten hinterlassen, ist ein Hinweis sinnvoll, was mit den Daten passiert bzw. nicht passiert. Die Angst vor der Weitergabe und den Missbrauch zu Werbezwecken ist nach wie vor das größte Hindernis, im Internet persönliche Daten preiszugeben.

Zur Nachahmung empfohlen

Beispiele für informative, gut strukturierte und übersichtliche Websites lassen sich viele finden. Hier eine kleine Auswahl von Projekten, die jeweils ganz unterschiedliche Ziele verfolgen:

- ◉ Die privaten Websites von Rolf Schmidt: <http://home.arcor.de/rs1403> und Katrin Jäger: www.schwarze-rose.de
- ◉ Borderline-Community: www.borderline-community.de

- AHA-Initiative zur Ergotherapie: www.aha-netz.de

Dass man eine Website auch ganz anders machen kann, zeigen z.B. Marianne Kestler, die ihre »Flausen« (www.scheherza.de) im Internet verbreitet oder das kleine Universum kritischer Psychiatrieerfahrener von Kalle Pehe, Rosa und Wini (www.rosapillenknicke.de).



Die Realisierung einer Website

Eine Website mit statischen HTML-Seiten kann man mit einem Texteditor (z.B. Notepad) oder einer Textverarbeitung (z.B. Word) »schreiben«.

Das setzt allerdings Programmier- und HTML-Kenntnisse voraus. HTML = Hypertext Markup Language) ist eine Seitenbeschreibungssprache, die dem Browser angibt, wie er eine Seite darstellen soll. Man kann sich im Browser jede Seite auch im HTML-Code ansehen (je nach Browser: Ansicht/ Quelltext oder Ansicht/Seitenquelltext). Ursprünglich diente HTML ausschließlich dazu, die Struktur von Internet-Seiten zu beschreiben. Im Laufe der Zeit sind die Möglichkeiten erweitert worden und heutzutage ist es möglich, damit auch komplizierte und grafisch aufwendig gestaltete Seiten zu erstellen.

Um die eingeschränkten Möglichkeiten von HTML zu überwinden, wurden Style Sheets entwickelt. Damit können gestalterische Vorgaben (z.B. Schriftart oder Schriftgröße) für alle Seiten festgelegt und »erzungen« werden. Style Sheets werden in einer Datei gespeichert und dort vorgenommene Änderungen werden von allen Seiten übernommen. Scriptsprachen wie Java Script bedienen sich einer Reihe vordefinierter Befehle, mit denen bestimmte Aufgaben ausgeführt werden (z.B. Aufklappenmenüs oder Formulare).

Mit der Programmierung des HTML-Quellcodes muss sich heutzutage niemand mehr »plagen«, obwohl es von Vorteil ist, zumindest über einige grundlegende HTML-Kenntnisse zu verfügen (eine sehr gute Einführung »HTML-Dateien selbst erstellen« ist auf der CD zu finden). Erstens begreift man dann die begrenzten Gestaltungsmöglichkeiten von Websites und zweitens helfen solche Kenntnisse beim (manchmal notwendigen) Nacharbeiten bei der Arbeit mit HTML-Editoren.

Einfache und nicht allzu komplexe Websites werden häufig mit Editoren erstellt (auf der CD ist die kostenlose Vollversion des Editors »Phase 5« zu finden). Man schreibt oder kopiert die Inhalte wie in einer Textverarbeitung, fügt Bilder oder Töne ein und gestaltet die Seite fast wie mit einem Layout-Programm. Viele Editoren haben auch Werkzeuge integriert, mit denen man komplexe Websites verwalten, Seiten problemlos verschieben, interne und externe Links testen oder Formulare entwickeln kann.



Rolf Schmidt:
<http://home.arcor.de/rs1403>

Katrin Jäger:
www.schwarze-rose.de



Borderline-Community:
www.borderline-community.de

Umfangreiche und komplexe Projekte werden häufig mit Redaktions- oder Content-Management-Systemen (CMS) eingerichtet und gepflegt. Je nach Leistungsumfang schwanken die Preise zwischen 199 Euro und einigen zigtausend Euro. Wenn man sie selber einrichten und pflegen will, sind Datenbank- (z.B. MySQL) und Programmierkenntnisse (z.B. PHP) notwendig.

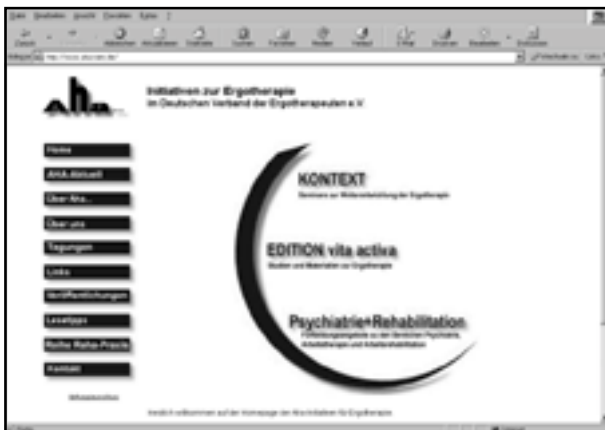
E-Mail und Newsletter

E-Mail ist eine kostengünstige und schnelle Kommunikationsform. Deshalb ist es verführerisch, möglichst häufig E-Mails an viele Adressaten zu verschicken. Der Ärger ist allerdings vorprogrammiert,

wenn eine nicht passende Information unaufgefordert den falschen Empfänger erreicht. Außerdem sollte man wissen, dass die unaufgeforderte Zusendung von Werbung per E-Mail nicht nur gegen den guten Stil verstößt, sondern in Deutschland auch juristisch unzulässig ist.

Newsletter haben Ähnlichkeit mit einer abonnierten Zeitung oder Zeitschrift und eignen sich sehr gut, um auf Neuigkeiten hinzuweisen. Sie werden mit einer entsprechenden Software verwaltet und geschrieben (auf der CD ist eine kostenlos Vollversion von Birdgee's Newslettermanager zu finden). In der Regel können Newsletter über ein Formular auf der Website abonniert und wieder abbestellt werden. Die E-Mail-Adresse wird automatisch von der entsprechenden Software übernommen. Der Text des Newsletters und bestimmte Gruppen von Adressaten können mit der Software kombiniert und verschickt werden.

Über die richtige Gestaltung von Newslettern streiten sich die Geister. Manche schwören auf reine Textinformationen, andere favorisieren die Gestaltungsmöglichkeiten von HTML-Newslettern. Manche plädieren für kurze Anreizertexte mit Links zu den eigentlichen Quellen auf der Website, andere finden den Zeitungscharakter mit kompletten Texten ideal (Beispiele sind auf der CD zu finden). Der *lichtblick Newsletter* des Landesverbandes der Angehörigen psychisch Kranker Mecklenburg-Vorpommern (www.lichtblick-newsletter.de) informiert zweimal im Monat über Neuigkeiten aus der Psychiatrie und kann in seiner einfachen Form als reiner Text-Newsletter mit ausführlichen Texten zur Nachahmung empfohlen werden. Er zeigt auch wichtige Dinge, auf die bei E-Mails und Newslettern zu achten ist:



AHA-Initiative zur Ergotherapie:
www.aha-netz.de

- Der Schreibstil sollte verständlich sein und sich an den Kriterien für das Schreiben für eine Website (siehe Seite 67) orientieren.
- Die Betreffzeile sollte zutreffend und aussagekräftig sein.
- Auch für die E-Mail gilt: Auf den ersten Blick muss erkennbar sein, worum es geht. Deshalb gehört an den Anfang ein Inhaltsverzeichnis.

- Selbstverständlich sollte ein Impressum mit Informationen zur Kontaktaufnahme sein.
- In den Newsletter gehört ein Hinweis darauf, wie er wieder abbestellt werden kann.
- Idealerweise werden ältere Ausgaben des Newsletters auf der Homepage archiviert.

Literaturtipps

Damaschke, Gisbert (2002): *Meine erste Website, Markt + Technik*, München

Kommer, Isolde/Mersin, Tilly (2001): *Typographie und Layout für digitale Medien*, Hanser Verlag, München und Wien

Lankau, Ralf (2000): *Webdesign und Webpublishing*. Hanser Verlag, 2. Auflage, München und Wien

Wirth, Thomas (2002): *Missing Links. Über gutes Webdesign*, Hanser Verlag, München und Wien

Internetquellen

Websitegestaltung: www.akademie.de/websiteaufbau,
www.kommdesign.de, www.4websites.de

Schreiben für das Internet: www.online-journalismus.org

HTML-Editoren: http://selfaktuell.teamone.de/links/html_editoren.htm

Redaktionssysteme: www.contentmanager.de

Juristische Informationen und Gesetzestexte: www.weinknecht.de/ojd,
www.123recht.de, www.domain-recht.de