

green **solutions** *Erneuerbare Energien*

Mediengestalter für Digital- und Printmedien
Fachrichtung Mediendesign, Nonprint

Abschlussprüfung Sommer 2009

Sven Bader

Prüfungs-Nr.: 1364

Inhalt

■ Briefing.....	3
■ Zielgruppenanalyse	4
■ Logo	6
■ Farbe	8
■ Typografie.....	10
■ Screenlayout	12
■ Navigationsdesign	14
■ Navigationsplan	18
■ Bildgestaltung.....	20
■ Formulardesign.....	28
■ Verwendete Hard- und Software	29

Briefing

Green Solutions – Erneuerbare Energien

Die Green Solutions AG aus Nürnberg ist ein Anbieter von Ökostrom und Erneuerbaren Energiekonzepten. Die Firma wirbt um Neukunden für ihre Wind-, Wasser- und Sonnenenergie und berät beispielsweise beim Bau von Solaranlagen.

Green Solutions bezieht Ökostrom aus Wasser- und Windkraftwerken sowie aus Photovoltaik-Anlagen und -Parks in Deutschland und Österreich. Mögliche Kunden der Green Solutions AG sind alle Strombezieher in Deutschland – Privathaushalte wie auch Firmenkunden. Im Vordergrund der Werbebotschaft sollen die Begriffe Klimaschutz, Ökologie, Ressourcen schonen, Energie sparen und Nachhaltigkeit durch Energie aus sauberen Quellen stehen.

Aufgabe

Es soll eine Internetpräsenz für die Green Solutions AG erstellt werden. Das Layout wird für eine maximale Monitorauflösung von 1024 x 768 Pixel und eine Farbtiefe von 24 Bit optimiert.

Die Anzahl der zu erstellenden Seiten ist freigestellt. Es soll ein Gestaltungskonzept für die Menüführung/Navigation erarbeitet werden. Die Wortmarke ist vorgegeben und darf ggf. mit einer Bildmarke ergänzt werden. Der gegebene Text ist logisch und typografisch aufzuarbeiten und vollständig zu verwenden, redaktionelle Änderungen sind nicht erlaubt. Die Auswahl und Anzahl der verwendeten Bilder ist freigestellt, es können Ausschnitte und Modifikationen verwendet werden.

Insbesondere sind folgende Punkte zu beachten:

- Navigationsplan mit korrekter Beschriftung
- Screenlayout
- Farbanwendung und Farbkonzept
- Grafische Überlegungen zur Gestaltung
- Gestalterisches Konzept der Benutzerführung
- Überlegungen zur Bildgestaltung

Zielgruppenanalyse

Geografisch

- Ganz Deutschland

Biologisch

- Alle Altersgruppen mit eigenem Haushalt

Soziologisch

- Umweltbewusste Menschen
- Firmen mit Umweltbewusstsein

Finanziell

- Mittelstand, Wohlhabende

Geschäftsfeld Ökostrom

Da prinzipiell jeder deutsche Haushalt ein potenzieller Abnehmer des Ökostroms der Green Solutions AG ist, lassen sich nur Schwerpunkte bestimmen.

Geschäftsfeld Beratung

Der Bau einer Solaranlage kommt nicht nur für umweltbewusste Haushalte und Firmen infrage sondern auch für zukunftsorientierte Bauherren und Hausbesitzer. Das Vorhandensein gewisser finanzieller Mittel ist hier jedoch Voraussetzung.

Zielgruppenanalyse

Firmenkunden

Da neben Privathaushalten auch Firmenkunden angesprochen werden sollen, muss die Präsenz eine gewisse Seriosität bewahren sowie Fakten und Kernaussagen möglichst direkt transportieren. Auf Flashintros und blinkende Elemente etc. sollte daher verzichtet werden.

Barrierefreiheit

Durch die Breite der Zielgruppe von jung bis alt, muss damit gerechnet werden, dass auch unerfahrene Internetnutzer und sehschwache Menschen die Seite besuchen. Die Bedienung muss daher intuitiv sein, alle Texte müssen ausreichend groß und gut lesbar sein. Auf Barrierefreiheit sollte in allen Punkten geachtet werden. Die Navigation muss über Tastenkürzel zu bedienen sein, Bildbeschreibungen müssen aussagekräftig sein und der Lesefluss eines Screenreaders darf nicht durch Tabellen oder Frames gestört werden. Eine Möglichkeit zur Anpassung der Schriftgröße wird jeder Zielgruppe gerecht.

Umsetzung

Da die Zielgruppe größtenteils aus umweltbewussten, am Klimaschutz interessierte Menschen besteht, muss dies auch mit der Farbwahl, dem Layout und der Bildwahl unterstrichen werden.

Grün steht hierbei für Umwelt und Natur und weckt die Assoziation mit der Hoffnung und unterstreicht somit die Begriffe Klimaschutz und Nachhaltigkeit.

In der Gestaltung drücken runde Formen und großzügige Gestaltung die Natürlichkeit und Harmonie aus.

Die Bilder sollen in erster Linie, Natur und Mensch zeigen sowie Motive, die mit Klimaschutz und Nachhaltigkeit in Verbindung gebracht werden.

Logo

Bemaßung



Das Verhältnis zwischen Wortmarke und Slogan beträgt 5:3 und befindet sich damit annähernd im Goldenen Schnitt.



Alternative Darstellung, Weiß auf grünem Grund

Wortmarke

Die Wortmarke wirkt durch die serifenlose Schrift modern, was durch das abgerundete „r“ zusätzlich unterstrichen wird. Durch die Verbindung der Buchstaben „r“ und „l“ aus beiden Wörtern wird eine Verschmelzung von Umwelt (Grün) und Technik (Grau) symbolisiert.

Bildmarke

Die Bildmarke gibt dem Logo Gleichgewicht und Stabilität, sie bringt Symmetrie in das Logo. Durch die geschwungene Form wirkt das Blatt elegant, durch die nach oben strebende Wuchsrichtung kraftvoll. Es steht für Natürlichkeit und Leben.

Firmenslogan

Der dynamische und natürliche Charakter der Schrift ist passend zur Bildmarke und steht im Goldenen Schnitt zum übrigen Logo. Als bewegte Schrift bildet sie einen guten Gegensatz in der Mischung mit der sachlich ruhigen Schrift der Wortmarke.

Logo

Bildmarke



Das Blatt wirkt kräftig, da es nach oben „wächst“.

Bildmarke (alt)



In den Scribbles zeigte das Blatt nach unten, wodurch es eine geschlossener Form im Logo erzeugte, allerdings verkörperte es als „fallendes“ Blatt nicht ausreichend die Begriffe „Energie“ und „Zukunft.“

Wortmarke

Die Wortmarke ohne die Bildmarke – es wirkt durch die Asymmetrie etwas unausgeglich.

green
solutions

Firmenslogan

Erneuerbare Energien
Erneuerbare Energien

Der Firmenslogan oben ohne und unten mit Schriftweitenausgleich.

Farbe

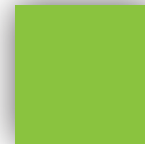
Green Solutions Grün

Der Grünton des Logos wird gleichzeitig für Schmuckelemente und Navigation eingesetzt sowie in verschiedenen Schattierungen auch für die nach unten abschließende Gras-Illustration. Für Überschriften wird zugunsten der Lesbarkeit ein dunkleres Grün verwendet.

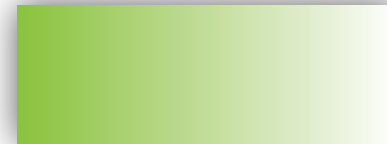
Die Farbe steht hier hauptsächlich für das Thema Umwelt und Natur, sie soll Modernität, Zufriedenheit und Harmonie ausdrücken. Die Assoziation „Hoffnung“ mit der Farbe Grün unterstreicht außerdem die Werbebotschaft in Bezug auf Klimaschutz und Nachhaltigkeit.

Green Solutions Grau

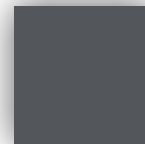
Als zweite Hausfarbe wird ein nahezu neutrales Grau für Logo, inaktive Navigationspunkte und Mengentexte verwendet und bietet dort einen optimalen Lesekontrast. Grau erhöht im Bunt-Unbunt-Kontrast mit Grün dessen Strahlkraft und Wirkung. Grau steht für Seriosität und Technik, welche neben dem Umweltaspekt ein Kernbereich des Unternehmens darstellt.



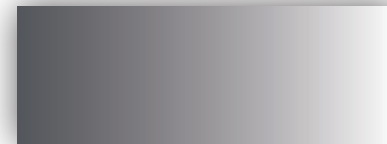
#95bcd
c51 m1 y100 ko



Weißabstufungen



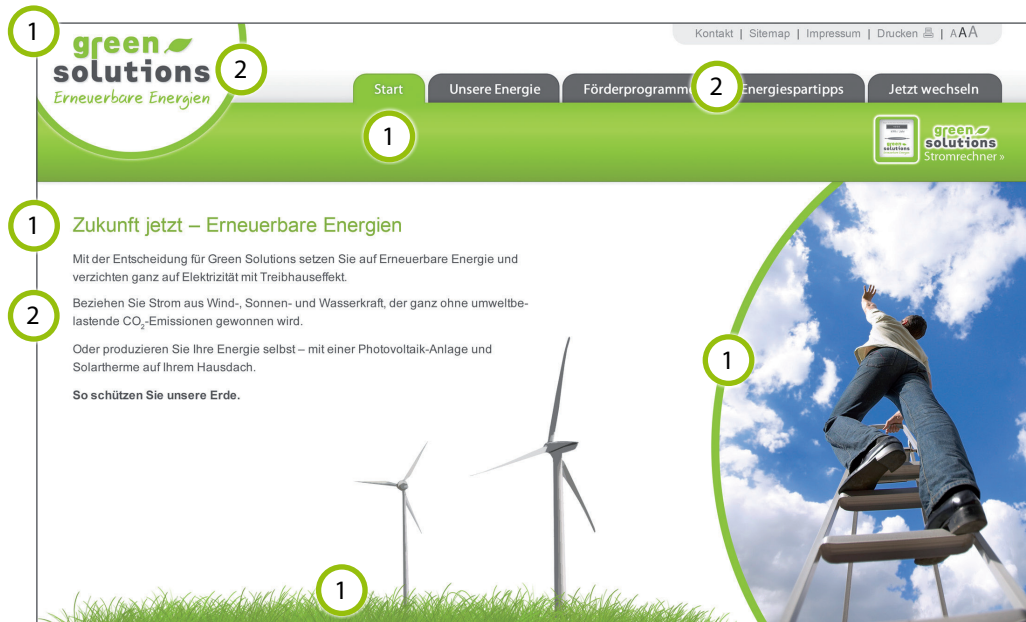
#575759
c66 m57 y51 k29



Weißabstufungen

Farbe

Farbeinsatz



- 1 Green Solutions Grün (als Text etwas dunkler: #87aa0f, im Gras schattiert, in der Navigation als Verlauf)
- 2 Green Solutions Grau (in verschiedenen Helligkeitsabstufungen)

Typografie

Arial

Die websichere Schriftart Arial wird für alle Mengentexte und Überschriften verwendet. Als serifenlose Schrift wirkt sie modern und sachlich und ist auf dem Bildschirm auch in geringen Schriftgrößen gut lesbar.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Myriad Pro

Die Myriad Pro ist der Arial ähnlich, wirkt jedoch eleganter und ausgeglichener durch einen variablen Duktus. Sie ist auf Windows Systemen nicht vorinstalliert und wird in der Navigation daher als Grafik eingesetzt. In Printprodukten sollte die Myriad Pro die Arial komplett ersetzen.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Jossschrift

Die Handschrift dient als Schriftart für den Firmenslogan „Erneuerbare Energien“. Sie hat einen sehr dynamischen und natürlichen Charakter und ist dabei gut lesbar. Es handelt sich um eine freie Schrift, ein Schriftweitenausgleich ist notwendig.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Typografie

Headlines

Headlines sind in Arial 20 px gesetzt und verwenden ein abgedunkeltes Green Solutions Grün (#87aa0f). Die Abdunklung ist einerseits für eine gleiche Farbwirkung und andererseits für eine optimale Lesbarkeit wichtig.

Sub-Headlines

Sub-Headlines sind in Arial 16 px gesetzt und unterscheiden sich damit ausreichend von Headline und Mengentext. Die verwendete Farbe ist das Green Solutions Grau (#575759).

Mengentexte

Mengentexte sind in Arial 12 px gesetzt und verwenden das Green Solutions Grau (#575759) und sind damit auch für Menschen mit leichten Sehschwächen noch gut lesbar. Der Zeilenabstand von 1,4 em wirkt großzügig und erhöht die Lesbarkeit. Das Green Solutions Grau bietet einen optimalen Lesekontrast. Durch eine Schaltfläche im Servicebereich ist Größenanpassung auf 11 px bzw. 14 px möglich. Die Zeilenlänge von max. 80 Zeichen liegt noch im empfohlenen Bereich fürs Web.

Unsere Energie – Wasser

Strom aus sauberer Quelle!

Strom aus Wasserkraft ist hundertprozentiger Ökostrom. Wir beziehen Strom aus der natürlichsten Quelle: der Kraft des Wassers und bieten Ihnen mit Strom aus Wasserkraft die Chance, einfach und günstig aktiv für die Umwelt zu werden.

Screenlayout

Format und Auflösung



Die Seite ist im Verhältnis des Goldenen Schnitts aufgebaut und wirkt dadurch sehr harmonisch.

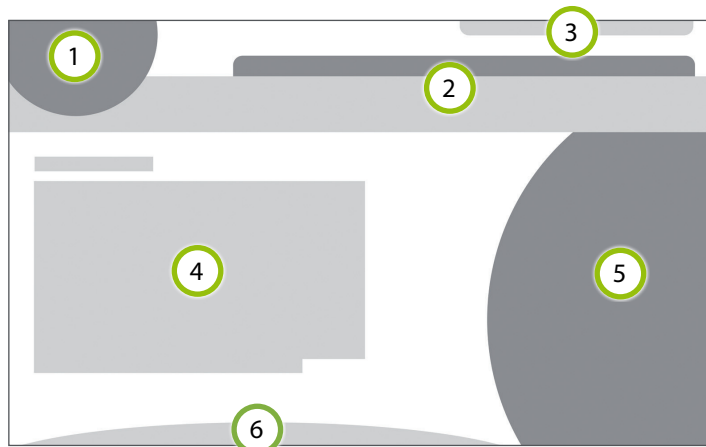
Das Seitenlayout passt mit 1003 x 606 px in den Nutzbereich eines üblichen Webbrowser bei einer Bildschirmauflösung von 1024 x 768 px. Dabei wird ein Browserfenster mit Standardschaltflächen sowie die Startleiste eines üblichen Windows oder Mac Systems berücksichtigt.

Das Seitenverhältnis beträgt 5:3 und entspricht damit annähernd dem Goldenen Schnitt. Bei höheren Bildschirmauflösungen wird das Layout zentriert auf hellgrauem Grund dargestellt. Selbst bei der Auflösung 1024 x 768 px muss nicht gescrollt werden, alle Informationen passen stets in den sichtbaren Bereich.

Das Layout ist variabel gestaltet, sodass das Bild, die Navigation und der Servicebereich sich bei Auflösungen unter 1024 px nach links verschieben. Somit ist die Darstellung der Seite bei einer Auflösung von 800 x 600 px ohne horizontales Scrollen möglich.

Screenlayout

Grundlayout



- 1 Logobereich
- 2 Navigationsbereich
- 3 Servicebereich
- 4 Contentbereich: Text
- 5 Contentbereich: Bild
- 6 Footer

Die Form des Kreises wird im Layout mehrfach aufgegriffen. Das Logo und der Bildbereich sind mit einem angeschnittenem, grünen Kreisrahmen versehen. Das Gras unterhalb des Contentbereichs bildet ebenfalls einen großen Kreis im Anschnitt. Die Kreisformen wirken emotional, durch die Anschnitte wird Spannung aufgebaut. Die Formen lassen Assoziationen mit der Sonne oder der Erde zu und stehen für Energie aber auch für Natürlichkeit.

In Verbindung mit dem großen Weißraum wirken die runden Formen elegant und großzügig. Durch den Platz, den das zweispaltige Layout schafft, können Bilder groß und damit wirkungsvoll eingesetzt werden.

Durch einen einheitlichen Grundaufbau eignet sich das Layout bestens zur Umsetzung eines Templates in einem CMS.

Der Grüne Balken grenzt die Navigation deutlich vom Content ab. Als Abschluss nach unten (6) dient die Illustration einer Grasfläche. Sie lockert die Gestaltung auf und schafft gleichzeitig eine Begrenzung des Contentbereichs.

Navigationsdesign

Navigationsaufbau



- 1 Aktiver Menüpunkt in Grün
- 2 Inaktiver Menüpunkt in Dunkelgrau
- 3 Inaktiver Menüpunkt als „mouse-over“ in Hellgrau

Erläuterungen

Durch den grünen Balken ist der Navigationsbereich optisch deutlich vom Contentbereich abgetrennt. So findet sich der Besucher auf der Seite schnell zurecht. Zusätzlich bietet der Balken Platz für die Sub-Navigation (*Unsere Energie*) und weitere Elemente wie den Link zum Stromrechner.

Aktive Menüpunkte sind optisch und farblich hervorgehoben. Inaktive Menüpunkte sind optisch nach hinten versetzt und in neutralem Grau gehalten. Wird ein inaktiver Menüpunkt mit der Maus überfahren, so wird er heller, um zu signalisieren, dass es sich um einen Link handelt.

Flächenwirkung

Der obere Teil einer Fläche wird als aktiver Bereich verstanden, weshalb sich die Navigation oberhalb des Contents befindet. Die linke Hälfte einer Seite steht, entsprechend der Leserichtung, für den *Start*. Außerdem wird auf dieser Hälfte Neues und Interessantes (*Unsere Energie*, *Förderprogramme*) erwartet. Die rechte Seite steht für das Ziel, das Ergebnis, weshalb ganz rechts der Button *Jetzt wechseln* untergebracht ist.

Navigationsdesign

Sub-Navigation



Der Menüpunkt *Unsere Energie* hat eine Sub-Navigation, welche in den grünen Trennbalken hineinragt. Die Texte sind zur schnelleren Erfassung zusätzlich mit Piktogrammen versehen. Ein aktiver Menüpunkt in der Sub-Navigation wird mit einem kleinen Pfeil gekennzeichnet.

Anklickbares Logo



Um die Navigation intuitiver zu gestalten, gibt es zusätzlich zum Start-Button noch einen Link auf der Logo-Grafik, welcher ebenfalls zur Startseite führt. Diese Verlinkung hat sich als Standard im Web etabliert und wird von vielen Usern erwartet.

Navigationsdesign

Navigation Energiespartipps

Bewusst wurde für die einzelnen Energiespartipps keine Subnavigation wie bei *Unsere Energie* verwendet, da es sich nicht um grundverschiedene Hauptgebiete handelt. Es handelt sich um eine kleine Sammlung von vier Tipps, welche alle gleichermaßen für den Benutzer informativ sein können. Eine Gliederung wird daher am logischsten *innerhalb* des Contentbereichs vorgenommen.

Das kleine Menü oberhalb des aktuellen Tipps zeigt deutlich die Auswahl, sowie den gerade aktiven Tipp.

Seitenausschnitt „Energiespartipps“

Energiespartipps – Energie effizient nutzen

Sie möchten unsere Energie noch effizienter einsetzen? Wir beraten Sie gerne über Einsparpotenziale in Haushalt und Betrieb.

Abschalten statt Leerlauf

Kochen

Kühlen und Gefrieren

Neuanschaffungen

Abschalten statt Leerlauf



Viele Geräte verbrauchen auch dann Strom, wenn wir sie gar nicht nutzen

Viele Geräte verbrauchen auch dann Strom, wenn wir sie gar nicht nutzen: Elektronische Geräte wie Fernseher, Videorecorder, Stereoanlage, Fax und Computer warten im Stand-by-Modus auf Signale und Eingaben. Aktivieren Sie an Ihrem Monitor den „Schlafmodus“! Dann schaltet sich der Monitor bei längeren Pausen automatisch ab und spart so bis zu 60 Prozent Strom. Glühlampen verwandeln weniger als zehn Prozent der Energie in Licht um. Sie sollten deshalb nur dort verwendet werden, wo kurzzeitig Licht benötigt wird!

Quelle: Bundesumweltministerium

Navigationsdesign

Servicebereich

Der Servicebereich befindet sich rechts oben auf der Seite und ist so immer schnell und ohne Scrollen zugänglich. Optisch ist er an die runden Buttons der Hauptnavigation angelehnt, dennoch ist der Servicebereich in seiner Gestaltung der Navigation untergeordnet. Aus diesem Grund ist er in hellgrau mit kleinerer Schrift gehalten.

Neben den Menüpunkten *Kontakt*, *Sitemap* und *Impressum* findet der Besucher auch einen Link zum drucken der aktuellen Seite. Hierbei wird die Seite mit einer für die Druckansicht optimierten CSS Datei geladen, welche zudem automatisch einen Druckerdialog öffnet (sofern Javascript aktiviert ist).

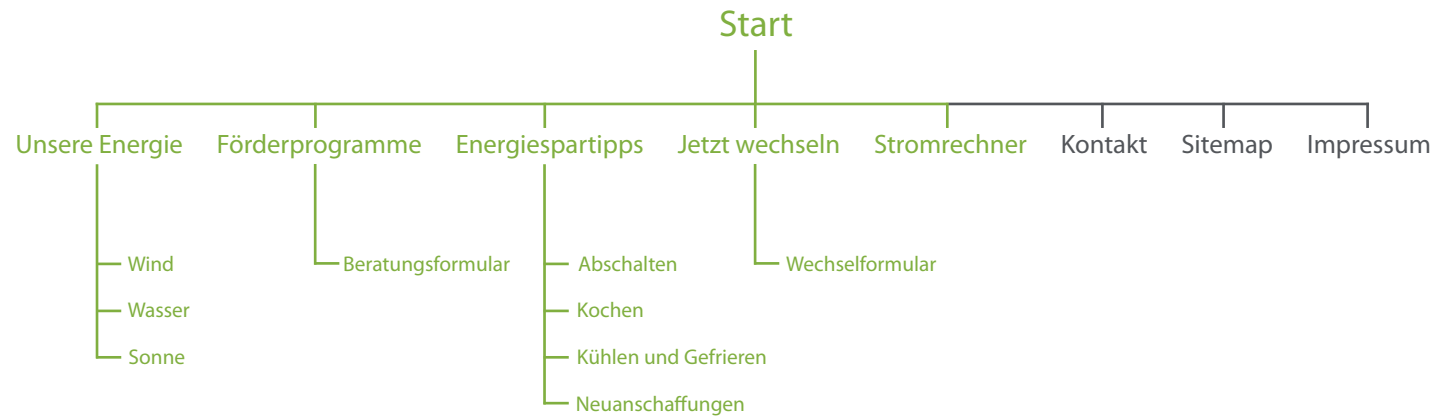
Um die Barrierefreiheit der Seite zu gewährleisten, befindet sich im Servicebereich eine Schaltfläche zum Einstellen der Schriftgröße. Die Standardgröße beträgt 12 px, die verkleinerte Größe 11 px. Die maximale Darstellung beträgt 14 px.

Die Serviceleiste

Kontakt | Sitemap | Impressum | Drucken  | AAA

Hier befinden sich Standardmenüpunkte, sowie zusätzliche Features wie eine Druckfunktion und eine Schriftgrößenauswahl. Aktive Menüpunkte werden dunkelgrau dargestellt.

Navigationsplan



- Hauptnavigation
- Servicebereich

Navigationsplan

Struktur und Umsetzung

Die Navigation ist in einer typischen Baumstruktur mit zwei Ebenen aufgebaut und ist damit nicht zu tief für eine intuitive Auffindbarkeit der Inhalte. Die Startseite wird im Navigationsplan als Einstiegsseite behandelt, befindet sich aber auf gleicher Ebene wie die anderen Hauptmenüpunkte. Die Rückkehr zur Startseite ist von jeder Unterseite aus möglich, da die Hauptnavigation immer sichtbar ist. Die 5 Hauptmenüpunkte + *Stromrechner* erfüllen die Empfehlung von nicht mehr als 7 Menüpunkten in der Horizontalen.

Aktive Menüpunkte werden farblich und optisch deutlich hervorgehoben, so weiß der User auch ohne Breadcrumb Menü stets, wo er sich befindet

Die Menüpunkte *Start*, *Unsere Energie*, *Förderprogramme*, *Energiespartipps* und *Jetzt wechseln* gehören unmittelbar zur ersten Ebene der Hauptnavigation. Der *Stromrechner* befindet sich zwar in Balken der Navigation, verwendet jedoch statt eines Button eine kleine Grafik. Diese Unterscheidung wurde vorgenommen, da es sich bei dem Stromzähler mehr um eine Art „Werkzeug“ handelt als um eine klassische Seite mit Texten.

Während *Unsere Energie* ein klassisches Sub-Menü mit den Unterpunkten *Wind*, *Wasser* und *Sonne* hat, sind die vier einzelnen Energiespartipps in einem extra Menü *innerhalb* der betreffenden Seite verlinkt. Dies macht Sinn, da die Tipps thematisch eng zusammengehören und keine von Grund auf unterschiedlichen Teilbereiche darstellen.

Reihenfolge

Die Reihenfolge ist gemäß den intuitiven Erwartungen des Besuchers gewählt. *Siehe S. 14 „Flächenwirkung“*

Servicebereich

Die Menüpunkte *Kontakt*, *Sitemap* und *Impressum* sind in den Servicebereich ausgelagert, da diese Seiten zwar einen bestimmten Zweck erfüllen aber nichts über die Produkte, Angebote oder die Philosophie des Unternehmens aussagen.

Bildgestaltung

Bildeinsatz



Das zweispaltige Layout ermöglicht den Einsatz großer und wirkungsvoller Bilder. Das Hochformat wirkt im Verhältnis zum Querformat elegant und spannend, die räumliche Ausdehnung wird betont. Die Kreisform bringt zusätzlich Spannung in die Bildmotive und greift im Rahmen die Hausfarbe Grün auf.

Auswahl, Farbe

Die ausgewählten Bilder sind ausdrucksstark und greifen die Themen aus den jeweiligen Texten auf und machen sie visuell erfassbar. Die meisten Bilder weisen einen großen Blauanteil auf. Blau wirkt ruhig und Vertrauensvoll und steht für Klarheit Offenheit und Freiheit. Es passt thematisch und optisch zu den übrigen Farben der Seite.

Bildbearbeitung

Viele Bilder werden angeschnitten, um die Bildaussage zu konzentrieren und Spannungen zu erzeugen. Farbstiche werden falls vorhanden korrigiert, graue Himmel werden durch Blaue ersetzt.

Weitere Bilder

Da die Hauptbilder sehr aussagekräftig sind, wird auf weitere Bilder im Text verzichtet mit Ausnahme der Energiespaartipps. Die Bilder sollen nicht miteinander konkurrieren.

Bildgestaltung

Startseite

Auf der Startseite wird *Bild_07.jpg* nahezu unverändert eingesetzt. Während die Illustrationen der Windräder für die erneuerbaren Energien stehen, steht dieses Bild für das Aufstreben und Zukunft. Im Zusammenspiel verkörpern das Foto und die Windräder den Titel „Zukunft jetzt – Erneuerbare Energien“.

Das Bild der Startseite ist als erster Eindruck besonders wichtig. Die Abbildung eines Menschen wirkt sympathisch und erleichtert eine Identifikation mit dem Unternehmen. Das Bild zeigt einen Menschen in engem Zusammenspiel mit seiner Umwelt, er greift nach den Wolken, was mit Freiheit aber auch Hoffnung in Verbindung gebracht werden kann. Das Motiv wirkt emotional und regt zum Nachdenken an.



Bildgestaltung

Unsere Energien

Das Bild für die Seite *Unsere Energien* ist eine Collage aus den Bildern *Bild_18.jpg*, *Bild_21.jpg* und *Bild_02.jpg*. Die Motive stehen unmissverständlich für Wind, Sonne und Wasser. Während für den Wind und die Sonnenenergie direkte Symbole der Stromerzeugung gezeigt werden, wird für die Energie aus Wasser ein Foto gewählt, welches Wasser als kraftvolles Element zeigt. Das Bild für die Windenergie lebt durch die Dynamik der Bewegungsunschärfe. Das Motiv zur Sonnenenergie erhält Spannung durch die aufstrebende, in die obere Kante verlaufende Linie.



Bildgestaltung

Förderprogramme

Das Motiv des Wohnhauses mit Solarzellen wird schnell mit dem Thema *Förderprogramme* in Verbindung gebracht.

Verwendet wird hierfür *Bild_25.jpg*. Es wird gespiegelt und stark angeschnitten, sodass die Rundung des Daches mit dem Bildrahmen harmonisiert. Die Linienführung ist aufstrebend von links unten nach rechts oben, was den Gewinn durch langzeitige Einsparung symbolisiert.

Der Himmel wird durch den freundlicheren blauen Himmel aus *Bild_05.jpg* ersetzt. Das starke Bildrauschen wird durch eine dezente Weichzeichnung des Bildes kompensiert.



Bildgestaltung

Energiespartipps

Das Motiv setzt sich zusammen aus *Bild_33.jpg* (Glühbirne) und *Bild_06.tif* (Himmel). Die Energiesparbirne ist ein allgemein bekanntes Symbol für Energiesparen und steht hier wie die Sonne leuchtend am Himmel.

Innerhalb der einzelnen Tipps werden kleine Fotos eingesetzt, die das Thema inhaltlich widerspiegeln. Die Bilder werden angeschnitten, um das Hauptmotiv in den Fokus zu rücken. Im Tipp zur Neuanschaffung von Elektrogeräten werden zusätzlich der im Text erwähnte *Blaue Engel* und das *GEEA-Zeichen* abgebildet.



Bildgestaltung

Jetzt wechseln

Das bekannte Motiv eines Eisbären soll an den Klimawandel und seine Folgen erinnern und zum Klimaschutz aufrufen. Damit wird die Aufforderung „Jetzt wechseln – je früher, desto besser“ eindrucksvoll unterstützt. Da der Eisbär nach links läuft, hat er genügend Raum in Blick- bzw. Laufrichtung. Die Bewegung in Richtung des Benutzer erzeugt hierbei zusätzliche Dramatik.

Hierfür kommt *Bild_09.jpg* zum Einsatz. Das Bild wurde beschnitten, um den Eisbären möglichst groß darzustellen. Um ins Hochformat zu passen, muss nach oben hin etwas zusätzlicher Hintergrund mit dem Stempelwerkzeug geschaffen werden.



Bildgestaltung

Kontakt

Hier fällt die Wahl auf *Bild_31.jpg*. Ein Motiv zum Thema Mensch und Kommunikation wäre wünschenswert gewesen, trotzdem repräsentiert dieses Bild nach einigen Anpassungen das Thema Kontakt sehr gut. Durch starken Anschnitt, Aufhellung und selektive Farbkorrektur kann ein taghelles, freundliches Bild geschaffen werden, welches den Benutzer motiviert, Kontakt aufzunehmen.



Das Originalbild wirkt durch seine Weite verlassen. Die Farben wirken unnatürlich und unfreundlich.

Sitemap, Impressum

Für die Sitemap kommt *Bild_12.jpg* (Sommerwiese) und für das Impressum *Bild_05.jpg* (Himmel) zum Einsatz. Die Bilder haben passend zu den Seiten einen neutralen Charakter und sollen auf einfache Art Natur und Umwelt als Leitbegriffe des Unternehmens widerspiegeln. Aus dem Anschnitt der Wiese resultiert eine aufstrebende Linie, die Wolken wurden durch Rotation ins Hochformat eingepasst.



Bildgestaltung – Illustrationen

Windräder & Gras

Das Gras wurde mit einem Photoshop Brush gemalt und schließt jede Seite als Footer nach unten ab. Auf der Startseite und Stromrechner-Seite befinden sich zwei aus *Bild_15.jpg* freigestellte Windräder, welche durch den Photoshop Filter „Malmesser“ einen illustrativen Stil erhalten. Die Windräder sollen für Energie aus sauberen Quellen stehen, während das Gras allgemein für Natürlichkeit steht. Insbesondere auf der Startseite ist die symbolische Wirkung als erster Eindruck von besonderer Bedeutung.



Stromrechner

Der Stromrechner ist nicht nur Illustration sondern auch Teil des Formulars zur Berechnung des Strompreises. Er soll an einen üblichen Stromzähler erinnern und lässt sich wie jedes gewöhnliche Formular mit HTML/CSS umsetzen und intuitiv ausfüllen. Der Stromrechner befindet sich auf der einzigen Seite ohne Foto am rechten Bildrand. Als großes grafisches Element wird der Stromrechner wie ein Foto behandelt und zieht den Fokus des Benutzers auf sich. Im Gegensatz zu einem gewöhnlichen Formular soll das Ausfüllen Spaß machen.

A graphic representation of an electricity calculator interface. It features a green border and a white background. At the top, it says 'Stromverbrauch:' followed by a display showing '4 0 0 0' and 'kWh / Jahr'. Below this is a horizontal slider bar. Further down are input fields for 'PLZ' (containing '69214'), 'Laufzeit' (a dropdown menu showing '12 Monate'), and 'Kunden' (a dropdown menu showing 'Privatkunde'). At the bottom is a green button with the text 'Angebote zeigen »'.

Formulardesign

Aufbau

Aufgrund der großzügigen Gestaltung öffnet das Formular in einem neuen Fenster. Das Layout ist an das der Hauptseite angelehnt. Die Felder sind zweispaltig aufgebaut, da viele Informationen paarweise zusammengehören wie zum Beispiel Vor- und Nachname oder PLZ und Ort. Die Felder wurden an die zu erwartende maximale Länge der Eingabe angepasst (PLZ, Hausnummer).

Eine weitere Gliederung erfolgt blockweise nach Anschrift, wechselspezifischen Daten, Bankverbindung und optionalen Kontaktdaten. Die Anschrift ist allgemein üblich strukturiert, die Anordnung bei der Bankverbindung entspricht der eines Überweisungsträgers. Die optionalen Angaben stehen aufgrund ihrer geringen Bedeutung ganz unten.

Pflichtfelder sind entsprechend gekennzeichnet. Der Text „Allgemeinen Geschäftsbedingungen“ ist mit den Geschäftsbedingungen des Unternehmens verlinkt.

Die Buttons sind grafisch gestaltet, um das moderne Layout der Seite zu unterstützen.

Das Online Wechselformular

Verwendete Hard- und Software

Hardware

Die Prüfungsaufgaben wurden auf einem Intel Quad-Core PC mit 2 GB RAM und dem Betriebssystem Windows XP erstellt.

Gestaltung des Medienproduktes

Für das Layout der Webseite benutze ich Adobe Photoshop CS4. Alle Buttons und Illustrationen sowie Fotoretuschen werden in Photoshop erstellt.

Formulare werden in Adobe Dreamweaver CS4 geplant, da das Aufziehen von Tabellen und Einfügen von Formularfelder dort sehr schnell funktioniert. Die Fertigstellung geschieht auch hier wieder im Photoshop.

W3-Wahlqualifikation

Das Quiz wurde in Dreamweaver CS4 geplant, dieses bietet eine meist korrekte Darstellung von DIV-Designs und zeigt Fehler bei der Javascript-Programmierung sofort an.

Ausdruck der Browserscreenshots

Für den qualitativ hochwertigen Ausdruck der Webseite kommt der 6-Farb-Inkjet-Drucker Epson Stylus Photo R285 zum Einsatz.

