

Grobkonzept: Relaunch der Website www.abs-initiative.info

Stand: 11.07.2013

In dem folgenden Dokument werden die inhaltlichen Bausteine der Startseite und der Unterseiten in einer Informationsarchitektur präsentiert. Mit der ausführlichen Darstellung und Erklärung ihrer Themen und Ziele präsentiert sich die ABS Initiative überwiegend einem englisch- und französischsprachigen Publikum.

1. Hintergrund und Aufgabenstellung

Die ABS Initiative befasst sich mit dem angemessenen Zugang zu genetischen Ressourcen und der ausgewogenen und gerechten Aufteilung der Vorteile zwischen denjenigen, die sie nutzen, und denjenigen, die sie bereitstellen (Access and Benefit Sharing, ABS). Die Initiative nutzt die Website www.abs-initiative.info als Informations- und Wissensplattform in englischer und französischer Sprache. Die ABS Initiative hat insbesondere fünf Gründe identifiziert, die einen Relaunch notwendig machen:

- unterschiedliche Informations- und Wissensinteressen von verschiedenen Zielgruppen
- eine hohe Anzahl an eingebundenen Dokumenten
- komplexe, sich ständig weiterentwickelnde Inhalte und ein sich ständig erweiternder Aktionsradius
- unvorteilhafte Außenwirkung durch veraltetes Design der bisherigen Website
- eine grundlegende Veränderung des Userverhaltens (z.B. durch Smartphones, Gewöhnung an das Internet, partiell schnellere Internetverbindungen)

Die ABS Initiative hat die MediaCompany nun beauftragt, die Website einem Relaunch zu unterziehen, der Ende 2013 abgeschlossen sein soll. Ein besonderer Fokus soll, neben der Neugestaltung der grafischen Elemente und der Bildsprache, auf der Überarbeitung der Präsentation bestehender und zukünftiger Inhalte inklusive der Erstellung einer mit einer elaborierten Suchfunktion ausgestatteten Datenbank für die zahlreichen Dokumente liegen. Die Inhalte



werden von der ABS Initiative selbst erstellt (in Englisch und Französisch) und der MediaCompany zur Verfügung gestellt.

Die ABS Initiative sieht in der neuen Website eine Plattform, mit der die ABS Initiative selbst und das Thema ABS neben den Experten auch einer breiten interessierten Öffentlichkeit bekannt gemacht werden soll. Die ABS Initiative will sich als Info-Broker zum Thema ABS etablieren – ein Anspruch, der zum großen Teil durch die Website erfüllt werden soll.

Als Zielgruppen wurden Laien/interessierte Öffentlichkeit, Presse, Policy-Makers, Law-Makers, Regierungsvertreter, Vertreter der Privatwirtschaft, Researchers, Donors, Development Experts und ABS Focal Points benannt. Diese lassen sich in drei Hauptzielgruppen zusammenfassen:

- ABS-Experten
- Experten im grünen Bereich
- Laien

Die neue Website soll für die Zielgruppen

- zur zentralen Informations- und Wissensplattform ausgebaut werden,
- bestehende Zielgruppen binden, neue hinzugewinnen,
- den Nutzenaspekt stärken,
- die Archivierungsfunktion verbessern und so ein "Gedächtnis" der ABS-Aktivitäten und damit der Erkenntnisse und Erfahrungen aus vergangenen ABS-Prozessen schaffen.

2. Kurzanalyse des bisherigen Internetauftritts

Der bisherige Auftritt besteht in dieser Form seit mehreren Jahren. Es werden zwar regelmäßig neue Informationen eingestellt, diese stehen jedoch – durch die unzureichende Systematisierung und fehlende zielgenaue Suchfunktion – quasi gleichgewichtig nebeneinander.



Struktur und Nutzerführung: Bei der bisherigen Website ist keine klare Nutzerführung nach Wissensstand zu erkennen. So besteht aktuell die Gefahr, dass Nutzer nicht schnell und unkompliziert genug die Informationen erhalten, die sie benötigen, und die Website verlassen.

Texte: Die Texte sind teilweise unübersichtlich und zu lang, sie sind nicht den einzelnen Zielgruppen gemäß formuliert und sortiert. Es sind über die Zeit auch sehr viele Materialien hinzugekommen, die in einer Datenbank geordnet werden sollten.

Layout: Das Layout ist nicht mehr zeitgemäß. Die heutigen technischen und gestalterischen Möglichkeiten, auch einer mobilen Version, sind nicht ausgeschöpft.

Grafische Elemente: Es sind kaum Bilder oder Infografiken auf der Website zu finden, die Inhalte veranschaulichen oder – beispielsweise projektspezifisch – positive Erfahrungen mit ABS regionalisieren und widerspiegeln.

Auch das Logo bedarf einer Überarbeitung hin zu einer modernen Wort-Bild-Marke.

3. Neukonzeption

3.1 Grundsätzliche Empfehlungen aus der Analyse

MediaCompany empfiehlt grundsätzlich eine lebendige Präsentation durch wechselnde Bilder, neue Gestaltungselemente (z.B. Infografiken, interaktive Elemente: Zeitstrahl, Weltkarte, neues Logo), Aktualitätsbezüge (aktuelle Texte, News). Es ist davon auszugehen, dass die Mehrzahl der Nutzer einen DSL-Zugang hat, sodass eine deutlich höhere Anzahl und Qualität von Grafiken verwendet werden kann als noch vor einigen Jahren. Das Design wird jedoch grundsätzlich so gestaltet und programmiert, dass alle aufwändigen Bilder/Grafiken per CSS geladen werden. Diese werden bei schlechter Internetleitung nach und nach gezeigt, Basisinformationen sind aber sofort sichtbar.

Wir empfehlen regelmäßige einfache Aktualisierungen. Die Rubrik "News" lässt sich beispielsweise mit geringem Aufwand mit vorhandenen Informationen und Terminen füllen. Zudem wird die Datenbank laufend mit neuen Inhalten "gefüttert".



Da die verschiedenen Zielgruppen unterschiedliche Vorkenntnisse und Informationsbedürfnisse mitbringen, empfehlen wir Bereiche unterschiedlicher Informationstiefe und -aufbereitung. Eine entsprechende Nutzerführung leitet die Zielgruppen in die Bereiche. Siehe hierzu Punkt 4.

Die Barrierefreiheit muss gewährleistet sein.

Eine lesefreundliche Darstellung für Smartphones/iPhones soll zusätzlich konzipiert, gestaltet und programmiert werden.

Der Quellcode und die Inhalte der Website müssen hinsichtlich einer guten Platzierung bei Google optimiert werden (Suchmaschinenoptimierung).

3.2 Grundelemente der Struktur und inhaltliche Komponenten

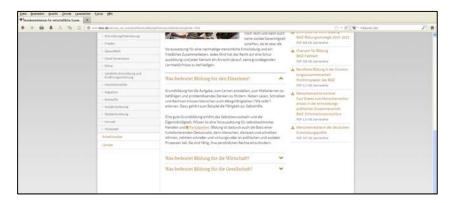
Struktur und Nutzerführung: Eine intuitive, anhand eines Leitsystems bereits auf der Startseite etablierte Nutzerführung garantiert, dass die Besucher der Seite die Informationen bekommen, die sie suchen. Teaserkästen auf der Startseite werden nach Zielgruppen konzipiert und entsprechend gestaltet (siehe hierzu Punkt 4).

Texte: Texte in Englisch und Französisch werden von der ABS Initiative erstellt. Stärkere Zielgruppenorientierung, weniger Absenderorientierung: Die Zielgruppen bestimmen Tonalität und Umfang der Texte. Die Leitfrage für die Texterstellung sollte lauten "Welche Inhalte in welcher Form interessieren die verschiedenen Zielgruppen?", damit diese gemäß ihrem jeweiligen Vorwissen und Interesse dort abgeholt werden, wo sie stehen.

Welche Texte für wen? Zu beachten ist, dass keine zu langen Texte verfasst werden, um langes Scrollen für den Nutzer zu vermeiden und diese nicht "zu verlieren". Grundsätzlich sollten kürzere, prägnante Texte vorherrschen, die einen anschaulichen Überblick über die einzelnen Themen bieten ("keine Printtexte ins Web übertragen"). Webtexte sollte pro "Seite" maximal 2.000 Zeichen inkl. Leerzeichen haben. Weitere Textbausteine können auf weitere Ebenen gelegt oder mit einer Akkordeonfunktion (siehe Screenshot unten) handhabbarer gemacht werden. Weiterführende, detaillierte Informationen erhält der Nutzer auch über Links und Download-Dokumente. Die Texte für die Zielgruppe der interessierten Laien müssen einfach, verständlich und anschaulich formuliert werden, wohingegen Medienvertreter



kurze, prägnante Informationen mit Sachcharakter und die Fachzielgruppen auch ausführlichere, doch nicht ausufernde Texte benötigen. Beispiel für eine Akkordeonfunktion:



Layout: Erstellung eines neuen, zeitgemäßen Layouts. Dieses soll stärker visuell aufgebaut sein als bisher (komprimierter Text, zusätzliche ausdrucksstarke Bilder, evtl. Illustrationen/Infografiken). Das reduzierte Layout für die mobile Version wird von vorneherein mit konzipiert. Das Layout muss dem Umstand Rechnung tragen, dass sowohl Experten als auch Laien die Website als Informations- und Wissensplattform nutzen. Wir lösen dies durch eine moderne, klare und übersichtliche Designstruktur. Text und Bild sind dabei als sich ergänzende und getrennt voneinander wirkende Wahrnehmungskanäle zu sehen, um Informationen zu vermitteln und Emotionen hervorzurufen – beide sollen in einem ausgewogenen Verhältnis zueinander stehen. Beispiele hierfür sind Testimonialbeiträge und Best-Practice-Beispiele, bpsw. zu den Themen "Armutsbekämpfung" und "Schutz der Natur/Biodiversität".

Ein benutzerfreundliches Design und eine ausdrucksstarke Bildsprache sind elementar. Darüber hinaus sind sprechende URLs (z.B. www.abs-initiative.info/activities) oder "Pfade" für die Suchmaschinenoptimierung von zentraler Bedeutung und wichtig, um vom Link auf den Inhalt schließen zu können.

Grafische Elemente: Die Mitarbeiter der ABS Initiative haben MediaCompany Fotos zur Bebilderung der Website zur Verfügung gestellt. Bei der Auswahl ist folgendes zu beachten: Die Fotos sollten

- eine moderne Bildsprache besitzen (Bilder sollten möglichst nicht älter als fünf Jahre sein),
- auf das Wesentliche fokussieren,
- emotionalisieren,



- nicht überwiegend Shake-hands-Bilder oder für unbeteiligte Betrachter wenig aussagekräftige Konferenzbilder sein (diese werden in eigenen Ordnern auf Flickr positioniert, besondere Konferenzbilder, z.B. mit wichtigen und bekannten Persönlichkeiten, können jedoch auch auf der Website genutzt werden),
- eine ausreichende Qualität, d.h. mind. 72 dpi und möglichst 1.000 Pixel Breite, haben.

Für zu erstellende Illustrationen und Infografiken gilt: Sie sollten schnell erfassbar, grafisch ansprechend, jedoch nicht zu verspielt sein, da wir es hauptsächlich mit Fachzielgruppen zu tun haben. Hierzu erfolgt ein Vorschlag der MediaCompany in der Feinkonzeption.



Beispielbilder

So nicht!









So ja!











4. Zum Aufbau der Startseite

Im Header findet sich eine obere horizontale Navigationsleiste: Sie bietet unterschiedliche Funktionen für die Schriftgrößen-/Kontrasteinstellung, die Suchfunktion, die Spracheinstellung und weiteres (Impressum und Kontakt). In der rechten Spalte laufen die aktuellsten Termine bzw. News.

Die Hauptnavigation erfolgt über Teaser-Kästen. Diese sind mit einem aussagekräftigen Bild und einem einleitenden Text versehen. Diese Kombination dient einerseits der Nutzerführung, indem jeder Bereich kurz erklärt wird und ist andererseits gestalterisch ansprechend. Außerdem sorgt eine Text-Bild-Kombination für eine besseres Suchmaschinenranking als reine Bilderteaser. Bei der Aufteilung der Teaser muss bedacht werden, dass die unterschiedlichen Zielgruppen direkt erkennen können sollten, welche Bereiche für sie relevant sind. Folgende Teaser werden auf der Startseite platziert:

Allgemeine Teaser (erste Reihe)

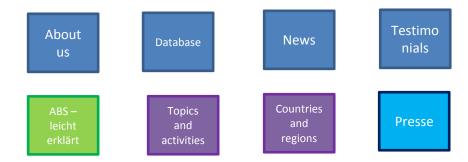
- o About us (allg., für alle)
- o Database (allg., für alle)
- News (allg., für alle)
- o Testimonials (allg., für alle)

Spezielle Teaser (zweite Reihe)

- o ABS leicht erklärt (für Laien, interessierte Öffentlichkeit)
- o Topics and activities (für Experten)
- o Countries and regions (für Experten)
- o Presse (für Medienvertreter)

Die Teaser sollten zur Benutzerführung entsprechend angeordnet, d.h. sinnvoll voneinander abgegrenzt sein und durch ein Farbleitsystem die verschiedenen Ebenen verdeutlichen:





Durch die zu den Teasern gehörigen Texte soll zusätzlich verdeutlicht werden, für welche Zielgruppe die einzelnen Bereiche konzipiert sind. So erreichen wir, dass keine Zielgruppe in Informationen "verloren geht", die nicht optimal für sie aufbereitet sind.

Eine Breadcrumb-Leiste für die Navigation (z.B. Start \rightarrow Topics and activities \rightarrow ILC) dient darüber hinaus der weiteren Nutzerorientierung.

Unten auf der Website läuft immer eine Grafik des Zeitstrahls mit. Wenn diese angeklickt wird, öffnet sich die Zeitstrahl-Anwendung als Flash-Datei. Siehe hierzu Punkt 6.

5. Hauptnavigationspunkte

Klickt man auf die Teaser, landet man auf einer Startseite für den jeweiligen Bereich. Horizontal über ein Flyout-Menü und links findet der Nutzer die Unternavigation des jeweiligen Bereichs mit weiteren Navigationspunkten vor (2. und ggf. 3. Ebene). Folgende Hauptnavigationspunkte mit Unternavigationspunkten werden definiert (die genaue Ausformulierung erfolgt in der Feinkonzeption):

About us



- History
- Objectives
- Outcomes
- Approach
- o **Donors**
- Partners
- The Secretariat
- Database
- News
 - Aktuelle News
 - **Newsarchiv**
- Testimonials
- ABS leicht erklärt
 - o tbd
 - o tbd
 - o tbd
- Topics and activities
 - Agriculture
 - o **CEPA**
 - Forests
 - o ILCs
 - o IPR
 - Private Sector
 - Protected Areas
 - User country measures
- Countries and regions
 - Africa
 - Caribbean
 - Pacific
- Presse
 - Pressemeldungen



- Pressefotos und Grafiken
- Filme
- Ansprechpartner

Zielsetzung für die einzelnen Bereiche:

About us: Hier erhält der Nutzer grundlegende Informationen über die ABS Initiative (z.B. Teamdarstellung), ihre Funktion und ihre Rolle. Sie sollten neutral-sachlich formuliert sein, um für alle Zielgruppen relevant zu sein.

Database: Einrichtung einer Datenbank in englischer und französischer Sprache mit elaborierter Suchfunktion als zentrales Element der Website. Sie wird notwendig, weil sich über die Jahre sehr viele Dokumente angesammelt haben, die geordnet werden und nicht alle auf den Contentseiten sichtbar sein sollen. Die Datenbank soll in englischer und in französischer Sprache nutzbar sein. Auch Dokumente in spanischer und portugiesischer Sprache sollen zukünftig eingeordnet werden können. Nutzer können in einem Drop-down-Menü (Einfach- und Mehrfach-Dropdown möglich) bzw. in Feldern mit freier Suche bestimmte Metadaten auswählen (z.B. Land, Sprache) bzw. eingeben und bekommen per Filterung die passenden Dokumente zu ihrer Suchanfrage und in der gewünschten Sprache. Automatisch werden so gekennzeichnete Dokumente auch direkt auf entsprechenden Contentseiten als Download-Dateien angeboten.

Für die Datenbank werden alle Dokumente von der ABS Initiative gesichtet, mit Metadaten versehen und in die Datenbank eingegeben. Später hinzukommende Dokumente werden nach dem gleichen Prinzip in die Datenbank eingespeist.

Zusätzlich zur gezielten Datenbanksuche gibt es eine Volltextsuche, die die TYPO3-Seiten und die Inhalte aller verlinkten Downloads (PDF, DOC etc.) indiziert.

Konzept zur Mehrsprachigkeit in der Database

Abzudecken sind folgende drei Fälle:

- Ein Download soll für französisch- und englischsprachige Benutzer dargestellt werden
- Ein Download ist nur für französischsprachige Benutzer relevant
- Ein Download ist nur für englischsprachige Benutzer relevant

Zur Verdeutlichung konstruieren wir drei Beispieldokumente:



- 1a. Eine französische Präsentation zu einem Workshop, der auf Französisch stattgefunden hat. Diese Datei ist für englischsprachige Personen uninteressant.
- 1b. Eine englische Übersetzung der Präsentation aus 1.), für die englischsprachigen Personen. Diese ist für die Französischsprachigen irrelevant, da diese ihr eigenes Dokument haben.
- 2. Eine englischsprachige Präsentation zu einem Workshop, der auf Französisch stattgefunden hat. Daher ist er sowohl für englischsprachige als auch französischsprachige Personen interessant. Dieser Fall ist technisch abdeckbar, wird später auf der Seite aber möglicherweise nicht zum Einsatz kommen. Die technische Grundlage sollte aber dennoch vorgesehen werden.
 - → Das heißt, auf der englischsprachigen Seite würden die Besucher die Dokumente 1b und 2 sehen. Auf den französischsprachigen Seiten würden die Besucher 1a und 2 sehen.
 - → In TYPO3 würden die Datensätze nun so angelegt, dass man bei jedem Datensatz angeben kann, für welche Sprache er relevant ist. Das Dropdown enthält demzufolge die Werte "Beide Sprachen", "Nur Englisch", "Nur Französisch".

Das bedeutet:

Dokument 1a. würde man mit der Einstellung "Nur Französisch" eintragen. Die Metadaten würde man alle auf Französisch einpflegen (Titel, Schlagwörter). Schlagwörter wären z.B. "présentation, atelier…"

Dokument 1b würde als "Nur Englisch" eingetragen werden. Metadaten auf Englisch. Schlagwörter wären "presentation, workshop…".

Dokument 2 würde als "Beide Sprachen" angelegt werden. Man würde als Schlagwörter nun für BEIDE Sprachen eintragen, also "présentation, atelier, presentation, workshop…". Dies ist wichtig, damit dieses Dokument später sowohl für französisch- als auch englischsprachige Besucher anhand des jeweiligen Schlagworts gefunden werden kann.

Alle Metadaten, die per Dropdown festgelegt werden (Region, Land und ggf. weitere) werden in der Datenbank anhand einer eindeutigen ID referenziert, die später bei der Suche und Ausgabe in die jeweilige Landessprache übersetzt wird. Z.B. würde man als Region immer "4711" für Afrika auswählen (wird natürlich als "Africa" dargestellt), und erst bei der Ausgabe wird es dann ersetzt durch entweder "Afrique" (*) oder "Africa"; wenn ein Französischsprachiger nach Region



"Afrique" sucht, wird im Hintergrund automatisch nach "4711" gesucht. Zudem wird hierbei natürlich die aktuelle Sprache des Besuchers berücksichtigt, so dass keine "english-only"-Dokumente einem französischsprachigen Besucher dargestellt werden.

Meta-Daten

Die Dokumentdatenbank stellt für den Besucher in mehreren Teilen der Website Informationen bereit (redaktionell eingesetzt, hier können später in Downloadboxen/Infoboxen die Informationen auch automatisch ausgelesen werden, die vom Redakteur ausgewählt wurden). Sie dient zusätzlich als durchsuchbarer Informationspool.

Der Informationspool kann mit einer gezielten "Profi-Suche" nach speziellen Kriterien durchsucht werden. Im Unterschied zu der seitenweiten Volltextsuche, die alle redaktionell eingetragenen Informationen seitenweise indiziert und durchsuchbar macht, dient diese Profi-Suche der gezielten Recherche und durchsucht ausschließlich den Datensatzbereich. Jedes Projekt besitzt mehrere Meta-Felder, die von einem Redakteur im Backend von TYPO3 eingetragen werden und im Frontend später sowohl dargestellt als auch durchsuchbar gemacht werden.

Folgende Meta-Daten sind vorgesehen:

Country: Mehrfach-Dropdown mit redaktionell bestimmbaren Werten (Algeria, Benin, Brazil, etc.).

Region: Mehrfach-Dropdown mit redaktionell bestimmbaren Werten (Africa, Caribbean, Pacific).

Regional organisations: Mehrfach-Dropdown mit redaktionell bestimmbaren Werten (ACP, ASEAN, AUC, CARICOM, ...).

Topics: Mehrfach-Dropdown mit redaktionell bestimmbaren Werten ("Biocultural Community Protocols (BCP)", ...).

Type of document: Einfach-Dropdown mit redaktionell bestimmbaren Werten (KEIN, Assessment, Guide, ...).

Publisher: Einzeiliges Textfeld

Author: Einzeiliges Textfeld

External document: Checkbox mit Ja/Nein

Language: Checkboxen für "English", "French", "Portuguese", "Spanish" (relevant für den Inhalt des Datensatzes)



Visitor-Language: Einfach-Dropdown "English", "French", "English and French" (relevant für die Suche der Besucher, damit z.B. gewisse Datensätze nur in gewissen Sprachversionen auftauchen)

Type of event: Einfach-Dropdown mit redaktionell bestimmbaren Werten (KEIN, Workshop, Training, ...).

Date: (YYYY-MM-DD) → Datumsfeld

Ist sichtbar: Ja/Nein [nicht für Benutzer durchsuchbar]

Dokumentformat: Einfach-Dropdown mit den Werten JPG, MOV, MP4, PDF

Die Suchmaske für den Benutzer stellt jedes dieser Meta-Datenfelder dar; standardmäßig ist jedes Dropdown mit dem Wert "Kein Kriterium" ("egal") vorgefüllt, damit der Benutzer nur das ausfüllen muss, was für ihn relevant ist. Alle Felder, die auf "Kein Kriterium" stehen oder leer sind, werden in der Suche ignoriert. Jedes ausgewählte Feld wird "UND"-kombiniert, d.h. wenn ein Besucher sowohl Publisher als auch Country ausfüllt, müssen beide Auswahlen zutreffen. Wenn ein Benutzer mehrere Werte in einem Mehrfach-Dropdown auswählt, werden diese Werte untereinander ODER-kombiniert (d.h. wenn in Country jemand "Algeria" und "Brazil" wählt, werden ihm Projekte gezeigt, die in Algeria oder Brazil stattfinden).

Alle redaktionell bestimmbaren Werte werden mehrsprachig angelegt, d.h. der Redakteur pflegt die Wörter für Englisch und Französisch ein, so dass die Dropdown-Werte später in der Sprache des Benutzers dargestellt werden; im Backend erfolgt die redaktionelle Verschlagwortung anhand des englischen Begriffs.

Alle Felder, die im Backend als Textfelder vorgegeben werden, werden in der Suchmaske für den Besucher sowohl als Freitexteingabefeld angebunden (damit der Besucher z.B. "Gordon" eingibt, um alle Autoren namens Gordon zu finden) als auch danebenstehend mit einem Dropdown, das alle in der Datenbank vorhandenen Autoren ausliest und sofort als Mehrfach-Dropdown wählbar macht (alphabetisch sortiert). Bei der Suche nach dem Datum kann der Benutzer eine "von"- und "bis"-Einschränkung nutzen, wobei z.B. auch nur "von" oder nur "bis" ausgefüllt werden kann.

News: Hier erfolgt die Einstellung der aktuellsten News und ggf. eines News-Archivs. Hinweis: Es gibt keinen Newsletter. Stattdessen wird "mail chimp" verwendet, die Anmeldefunktionen werden mittels eines eingebundenen HTML/Code-Schnipsels in die Seite integriert (wird von ABS geliefert).



Testimonials: Wir empfehlen einen eigenen Bereich für Testimonials, die etwas über die ABS Initiative und ihre Aktivitäten und Erfolge sagen. Mit Bild und Text erhalten wir so die Möglichkeit, relevante Persönlichkeiten in die Website einzubauen und durch die persönliche Ansprache eine Emotionalierung zu erreichen. Der Testimonialbereich erfüllt damit zwei Funktionen: Er bindet Partner und Teilnehmer als Fürsprecher ein und erzeugt einen positiven Eindruck beim Nutzer, fungiert damit also als Imageträger.

ABS – leicht erklärt: Hier werden Basisinformationen für interessierte Laien untergebracht. Wir setzen hierbei auf eine Reduzierung von Komplexität und auf Emotionalisierung, z.B. durch die zielgruppengerechte Kommunikation von "Leuchtturmprojekten" (inhaltliche Aufbereitung der Best-Practice-Beispiele, mehr Bilder/Illustrationen, kurze Texte). Dies vereinfacht den Einstieg in die Thematik und fördert das Interesse an weiteren Informationen. In einer systematischen Reihenfolge sollen interessierte Laien über die Themen der ABS Initiative informiert werden. Dazu gehören folgende Informationsebenen:

- Informieren: Wer ist das überhaupt, die ABS Initiative?
- Problematisieren: Was genau sind die Probleme, die gelöst werden müssen?
- Legitimieren: Was tut die ABS Initiative und warum tut sie das?
- Zusammenarbeiten: Mit wem arbeitet die ABS Initiative zusammen?
- Veranschaulichen: Welche Best-Practice-Beispiele gibt es?

Topics and activities: Hier erfolgt die Aufbereitung der Themen und konkreten Maßnahmen der ABS Initiative für die Fachleute/Experten. Wir empfehlen, Themen und Maßnahmen hier zusammenzuführen und nicht voneinander zu trennen. Dies dient der Nutzerfreundlichkeit: User, die sich über Themen informieren, bekommen direkt die zugehörigen Aktivitäten mitgeliefert und müssen diese nicht in einem anderen Teil der Website umständlich suchen.

Es kann hier durchaus mit mehr Text und Fachsprache gearbeitet werden. Trotzdem sollte darauf geachtet werden, dass die Texte auch hier nicht zu lang und umständlich formuliert werden. Sehr detaillierte Informationen können in weiterführenden Links oder Download-Dokumenten untergebracht werden.

Zudem verlinkt der Zeitstrahl in die "Topics".

Countries and regions: Hier gilt das gleiche Prinzip wie bei den "Topics and activities". Länder und Regionen, in denen die ABS Initiative aktiv ist, werden einem Fachpublikum präsentiert. Hier kommt eine Weltkarte zum Einsatz (siehe Punkt 7).



Presse: Für Journalisten ist es angeraten, einen eigenen Bereich einzurichten, der direkt auf der Startseite gut erkennbar platziert ist. Passgenau auf Journalisten zugeschnittene Informationen erleichtern ihnen die Recherche und die Verwendung der Informationen. Enthalten sollten sein: Pressemitteilungen, Infografiken, Fotos zur Bebilderung von Artikeln und ggf. von Ansprechpartnern, Ansprechpartner/Pressekontakt, ggf. Pressetermine, ggf. veröffentlichte Presseberichte/Presseschau, Filme.

6. Zeitstrahl

Als gestalterisches Highlight wird ein Zeitstrahl mit den Meilensteinen der ABS Initiative realisiert. Als Flashanwendung programmiert zeigt der Zeitstrahl grafisch ansprechend aufbereitet die wichtigsten Stationen der Initiative. Dazu ist es für den Nutzer möglich, in die einzelnen Jahreszahlen, die sich entlang des Strahls zeigen, zu klicken: Er erhält dann in einem Fenster weitere Informationen und Links zu relevanten Contentseiten. In diesen Fenstern sollte mit wenig Text und qualitativ hochwertigen Bildern bzw. Illustrationen gearbeitet werden.

Um den Nutzer auf allen Contentseiten der Website auf den Zeitstrahl aufmerksam zu machen, wird eine Grafik davon auf jeder Seite im unteren Bereich der Website zu sehen sein. Um die Website jedoch nicht unnötig zu verlangsamen, wird dies aber "nur" eine Grafik und noch nicht die gesamte Flash-Anwendung sein. Sobald der Nutzer auf die Grafik klickt, öffnet sich die Flash-Anwendung in einem eigenen Fenster.

7. Weltkarte

Realisiert wird eine Kartenfunktion mit der Google Visualization API. Eine Weltkarte in der Übersichtsseite "Countries and regions" und Einzelkarten jeweils für Afrika, Karibik und Pazifik werden eingebaut. Einzelne geografische Länder sind anklickbar und führen zu Detailseiten, weitere Gruppierungen (Ecowas, Comifac, SADC, Gesamtafrika → müssen zuvor erklärt werden) sind per Dropdown inklusive aller Länder zugänglich und auswählbar. Per Mouse-over über eine Länderkachel erscheint ein Pop-up, in dem neben einem kurzen Text Links zu Inhaltsseiten für das Land sowie die drei aktuellsten Downloads aufgeführt werden. Auf jeder Kartenunterseite erscheint eine Box mit den den Ländern zugeordneten Inhaltsseiten und Downloads.



8. Zeit- und Ablaufplan

Was?	Wann?	Wer?
Auftaktmeeting	28.05.2013	alle
Klärung offener Fragen	Bis 07.06.2013	alle
Lieferung der Fotos	Ende Juni	ABS
Fertigstellung des Grobkonzepts	05.07.2013	MC
inkl. erster Navigationsstruktur zur		
Vorstellung bei der ABS Initiative		
Abstimmung und Freigabe des	Bis 09.07.2013 (mit Andreas	ABS
Grobkonzepts, Festlegung der	Drews), weitere Abstimmungen	
Metadaten für die Datenbank	möglich bis 12.07.2013	
Fertigstellung des Feinkonzepts	Bis 31.07.2013	MC/ABS (Navigationsstruktur)
inkl. kompletter		
Navigationsstruktur		
Entwicklung des Webdesigns inkl.	Bis 31.07.2013	MC
mobiler Version und Logo sowie		
Zeitstrahl zur Vorstellung bei der		
ABS Initiative		
Abstimmung und Freigabe des	Bis 15.08.2013	ABS
Webdesigns inkl. mobiler Version		
und Logo sowie Zeitstrahl und des		
Feinkonzepts		
Programmierung und Befüllung	Vom 15.08. bis zum 15.11.2013	Faktor E/ABS
der Datenbank inkl. 1. Teil der		
Schulung		
(Datenbankmanagement)		
Programmierung und Befüllung	Vom 01.09. bis zum 15.11.2013	Faktor E
der Website		
Lieferung der Texte	Mitte September bis Ende Oktober	ABS
Testphase und 2. Teil der Schulung	15.11. bis 01.12.2013	alle
(TYPO 3)		
Launch der neuen Website	01.12.2013	



LOGO

English | Français | Kontakt | Impressum | Kontrast | Schrift

Suche



About us: Hier finden



ABS – leicht erklärt: Hier finden Sie...



Database: Hier finden Sie...



Topics and activities: Hier finden Sie...



News: Hier finden Sie...



Countries and regions: Hier finden Sie...



Testimonials: Hier finden Sie...



Presse: Hier finden Sie...

Termine News





Suche

LOGO

Objectives
Outcomes
Approaches
Partners

English | Français | Kontakt | Impressum | Kontrast | Schrift

Testimo-**Topics** and Countries About us **Database** News ABS – leicht Presse activities nials erklärt and regions History **Objectives** $\sqrt{|\mathbf{r}_{\mathbf{l}_1}|}$ nsectetuer adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget lis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, **Outcomes** quam felis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, **Approaches** lis enim. Donec pede justo, fringilla vel, aliquet nec, isto, rhoncus ut, imperdiet a, venenatis vitae, justo. **Partners** rvunam dictum rens eu peue mbllis pretium. Integer tincidunt. Cras dapibus. Vivamus elementum semper nisi. Aenean vulputate eleifend tellus. Aenean leo ligula, porttitor eu, conseguat vitae, eleifend ac, enim. Aliguam lorem ante, dapibus in, viverra quis, feugiat a, tellus. Phasellus viverra nulla ut metus varius laoreet. Quisque rutrum. Aenean imperdiet. Etiam ultricies nisi vel augue. Curabitur ullamcorper ultricies nisi. Nam eget dui. Etiam rhoncus. Maecenas tempus, tellus eget condimentum rhoncus, sem quam semper libero, sit amet adipiscing sem neque sed ipsum. Nam quam nunc, blandit vel, luctus pulvinar, hendrerit id, lorem. Maecenas nec odio et ante tincidunt tempus. Donec vitae sapien ut libero venenatis faucibus. Nullam quis ante. Etiam sit amet orci eget eros faucibus tincidunt. Duis leo. Sed fringilla mauris sit amet nibh. Donec sodales sagittis magna. Sed consequat, leo eget bibendum sodales, augue velit cursus nunc,

