

## Kurzvortrag

### Gestaltung einer Webseite - Bericht aus der Praxis

von Elly Ott

Bis Ende 2015 hatte das Augustiner Chorherren Museum keinen eigenen Internetauftritt, sondern war auf der Webseite des Heimatvereins Markt Indersdorf e.V. mitpräsentiert. Diese Seite wendet sich an die Mitglieder des Heimatvereins, so finden sich dort z. B. Hinweise zu Vereinsveranstaltungen und zur Vereinshistorie.

Für die Zielgruppe Museumsbesucher gibt es auf der Webseite des Heimatvereins einige praktische Hinweise wie z.B. die Öffnungszeiten und Eintrittspreise, außerdem sind viele unkommentierte Bilder von der Museumseröffnung in einer Bildergalerie vorhanden. Die Seiten bieten aber keine Orientierung und wirken überladen. Das Ziel war daher, eine auf den Benutzer zugeschnittene Webseite zu erstellen. Das Design sollte den Charakter des Museums widerspiegeln und die Fragen der Zielgruppe sollten beantwortet werden.

Bevor ich mit dem Projekt gestartet bin, habe ich mir einige Webseiten von anderen Museen im Netz angeschaut. Dabei bin auch auf die Seite der Landesstelle für nichtstaatliche Museen gestoßen und den Hinweis auf einen Bausteinkasten zur Gestaltung von Museumswebseiten. Um dieses CMS kennenzulernen, habe ich mich für das Seminar „Die eigene Museumswebseite mit BYSEUM gestalten“ im Oktober 2015 in Wildbad Kreuth angemeldet

Ein wichtiger Schritt für eine Museums Webseite ist die Einrichtung einer eigenen Domain. Der Name sollte prägnant und leicht zu merken sein. Wir haben daraufhin die URL augustiner-chorherren-museum.de gewählt und Roberts Marken & Kommunikation GmbH in Kassel, die den BYSEUM-Server betreut und das CMS weiterentwickelt, hat geprüft, ob diese Adresse noch zur Verfügung steht. Im Oktober haben wir den Antrag auf Reservierung der Internet-Adresse auf dem BYseum Server gestellt und uns dann die Adresse gesichert.

Die Einrichtung einer neuen Domain ist mit Kosten verbunden. Die Kosten belaufen sich auf die einmalige Einrichtungsgebühr (50.-€). Das Hosting der Seite wird von der Firma Roberts Marken & Kommunikation GmbH für 30.-€ jährlich übernommen.

Auf dem Workshop vom 26. bis 27. Oktober 2015 in Wildbad Kreuth habe ich gelernt wie man das BYSEUM-CMS für die Erstellung einer Webseite einsetzt und wie man eine gute Webseite gestaltet. Dreh- und Angelpunkt ist, dass der Benutzer einer Webseite im Vordergrund steht und nicht der Betreiber. Ein weiterer wichtiger Punkt ist, dass Form und Inhalt dem Charakter des Museums entsprechen sollen.

Welche Gestaltungsmöglichkeiten habe ich nun mit dem Bausteinkasten?

Ich kann Seiten anlegen und benennen, diese Seiten mit Inhalten füllen und für die Navigation freischalten, so dass sie dann vom Besucher mit dem Navigator aufrufen werden können.

In der Navigationsleiste habe ich mich auf 6 Hauptmenüpunkte beschränkt und die Navigationspunkte kurz und präzise formuliert. Der aktuelle Navigationspunkt ist farblich hervorgehoben und die Navigationsstruktur hat 2 Ebenen. Die 2. Ebene springt auf, wenn man auf den Menüpunkt anklickt. Unterhalb ist dann auch noch das „Suche“-Feld in der Navigation angezeigt.

Die wichtigsten Themen sind leicht erreichbar: Kontaktmöglichkeit, Besucher-Info, Preise, Öffnungszeiten

Zu einer schnellen und benutzerorientierten Navigation sind vom Bausteinkasten auch sogenannte Teaser vorgesehen. Ein Teaser oder Anriss(text) ist ein kurzes Text- oder Bildelement, das zum Weiterlesen bzw. -klicken verleiten soll. Es steht häufig auf der Frontseite eines Mediums und weist dort auf den eigentlichen Beitrag hin.

Für die Webseite des Augustiner Chorherren Museums habe ich aus Bildern und Dokumenten Elemente herausgeschnitten, und als Symbole für die Teaser eingesetzt. Drei symbolische Bilder stehen für die drei Themen der Dauerausstellung. Wenn man auf ein Bildelement klickt, wird man auf eine weiterführende Seite verlinkt.

1. Propststab: Geschichte des Stifts
2. Schwester mit markanter Flügelhaube: Bildungs- und Schulwesen
3. UNNRA Logo: „unbequeme“ Kriegs- und Nachkriegszeit.

### **Wie lässt sich nun der Charakter des Museums widerspiegeln?**

Mit den Gestaltungsvorlagen kann man das Design an die eigenen Wünsche anpassen. Da ich eine sehr gediegene und zurückhaltende Wirkung angestrebt habe, habe ich mich für die Vorlage weiß, leicht und offen entschieden. Die Navigation habe ich vertikal auf die linke Seite gesetzt. Im Seitenkopf habe ich ganz prominent das Logo platziert. Das Logo wurde vom Büro für Gestaltung Wangler & Abele München für das Augustiner Chorherren Museums entworfen. Es besteht aus einem dreifach versetzten Schriftband. Die Schrift selbst ist in weiß gehalten nur der Kasten in den sie gesetzt ist, ist goldfarben.

Das augenfälligste Merkmal für den Besucher sind zunächst einmal Bilder. Deshalb kommt der Auswahl und Qualität der Bilder eine große Bedeutung zu. Hier hatte ich das Glück, dass ich von zwei guten Fotografen brillante Bilder zur Verfügung gestellt bekam. Zum einen hatte anlässlich der Neueröffnung des Museums ein freiberuflicher Fotograf für die Süddeutsche Zeitung Bilder gemacht (Studio Jörgenson), die ich erwerben konnte, zum andern konnte ich auf Bilder zurückgreifen, die im Auftrag der Landesstelle für die nichtstaatlichen Museen in Bayern anlässlich der Auslobung des Bayerischen Museumspreises von Felix Löchner gemacht wurden. Ich hatte allerdings die Auflage, in den Bildern den Namen des Fotografen einzublenden. Für die Startseite habe ich einige Bilder zur einer Diaschau zusammengestellt, um die unterschiedlichen Facetten des Museums zu beleuchten.

Bei der Farbgestaltung habe ich mich an den Farben des Logos orientiert. Mit Gold verbindet man ja Schmuck, Macht, Reichtum und Luxus. Gold ist eine sehr exklusive Farbe. Man denkt bei Gold primär an Pracht, Prunk und Herrlichkeit also an Dinge, die das Auge blenden, z.B. hat auch die Sonne das Attribut die „goldene“ Sonne. Gold ist auch die Farbe des Göttlichen. Gold verbinden wir mit ewigen Werten, da es nicht rostet oder verrottet. Weiß dagegen ist die Farbe der Reinheit und des Friedens. Diese beiden Farben und ihre symbolische Bedeutung sollten also in die Gestaltung einfließen.

Trotzdem bin ich sehr sparsam bei der Verwendung des Goldtones vorgegangen und habe sie nur bei der Hauptüberschrift eingesetzt (H1). Der übrige Text und die kleinen Überschriften habe ich mit schwarzem Fließtext gestaltet und den Hintergrund weiß gehalten. Ich habe auch kein Hintergrundbild hinterlegt.

Die Lebendigkeit der Seiten resultiert aus den vielen farbigen Bildern. Aber nicht nur die Bilder sprechen den Besucher an, auch Texte erweitern den Blick auf das Museum. Ein ausgeglichenes Verhältnis von Bild und Text schien mir die ansprechendste Lösung zu sein. Ich habe eine Schrift gewählt, die keine Serifen aufweist und zur Ubuntu Schriftfamilie gehört. Als Basisschriftgröße habe ich 14pt gewählt und einen weiten Zeilenabstand für den Fließtext. Dieser Fließtext kommt als Flattersatz zum Einsatz. Insgesamt soll für den Nutzer eine gute Lesbarkeit und Übersichtlichkeit erreicht werden.