



Haben Sie  
was Wichtiges  
zu sagen?  
Möchten Sie  
gehört werden?



*Bieten Sie Wissen an?*

*Betreiben Sie ein Beratungsbüro, oder  
Öffentlichkeitsarbeit - oder möchten Sie  
die Aktivitäten und das Wissen Ihres  
Vereins, NGO oder KMU präsentieren?*

- **Angebot / Angebot II**
- [Das Brainworker-Konzept](#)
- [wirksame Texte und Links](#)
- [Kosten / Referenzen](#)

*Wenn Sie wichtige und interessante Informationen haben, von denen Sie denken, dass sie für die Öffentlichkeit interessant sein dürften, dann sind sie hier richtig.*

ANGEBOT:

- RECHERCHEN - ANALYSEN und Präsentation komplexer Zusammenhänge.
- INTERNET-PUBLIKATIONEN: Texte/Inhalte/Content/Reports werden webfähig erstellt - entweder auf der Basis Ihrer eigenen Dokumente (Word, Mails, Zeitungsausschnitte, Bücher ...) oder, gemäss Auftrag, aufgrund meiner Recherchen in Internet, Literatur, telefonische oder direkte Interviews. Diese Texte werden so verfasst, dass sie auf Grund der für Sie relevanten Stichworte von den Suchmaschinen möglichst gut plaziert werden.
- GASTPRÄSENTATIONEN: Viele kleine Büros scheuen entweder den Aufwand, der mit Erstellung und Betreuung einer Website verbunden ist, oder, wenn sie den Aufwand doch noch getätigt haben, verschwinden sie so nach und nach aus dem Blickfeld von Google & Co, da sie zu geringe Besucherzahlen generieren. Um "dabei zu sein" muss Ihre Website mindestens 1000 Besucher pro Monat aufweisen.
- UNTERSTÜTZUNG/SCHULUNG bei do-it-yourself Webdesign mit:  
Frontpage - Dreamweaver MX - Flash MX (3, 4) - Fireworks - Photoshop - Paint Shop Pro - Acrobat - 3d Canvas&Amapi - InDesign (pdf/xml) / QuarkXPress (pdf) - Excel - Powerpoint - JavaScript - asp ....
- Unterstützung bei Knowledge Management, spez. KNOWLEDGE MAPPING.



# Das Brainworker-Konzept

*form follows function*

$I^2FK^4$

INTERESSANTE INFORMATIONEN

FLEXIBILITÄT

KONTEXTUALISIERTE KOMPLEXITÄT

KOMPAKT UND KONSISTENT

**I1:** Wenn Ihre Website nicht **interessant** ist - warum sollte jemand sie sich ansehen?

**I2:** Wenn Ihre Website keine **Informationen** bietet, warum sollte irgend jemand sie sich ansehen?

**f:** Wenn Ihre Website wenig **flexibel** ist, also nur unter grossem Aufwand Ergänzungen und Aenderungen erlaubt, so werden diese meist unterbleiben, die Besucher ausbleiben und die Website unter "ferner liefern" verschwinden.

**K1:** Jeder Text erwächst einer bestimmten Situation, aus einem bestimmten Zusammenhang. Der Leser muss über diesen **Kontext** informiert sein, um ihn interpretieren zu können.

**K2:** Die Welt ist komplex. Wenn A dann B stimmt ausserhalb der Physik und Mathematik nur selten. Hier hat das Web einen riesigen Vorteil gegenüber dem Buch, da es keinerlei lineare Abhängigkeit voraussetzt und auch keine künstlich aufzwingt. **Komplexität** lässt sich in so vielen Dimensionen abbilden wie nötig sind.

**k3:** Webtexte werden eher überflogen als gelesen. Das Web ist nicht der rechte Ort, um Bücher zu publizieren. Die Besucher wollen so rasch als möglich an die relevante Information heran. Was bei einem Buch guter Stil, ist meist zu langfädig für das Web. Webtexte sollten **kompakt** wie Zeitungsartikel formuliert werden.

**K4:** Konsistenz, Komplexität und Dichte (Kompaktheit) sind leicht zu erreichen, wenn Sie fähig und willens sind, auszuwählen. Die Themenwahl ist das tägliche Brot jeder Zeitung. Da sie sich dort aber nach rasch wechselnden Interessen richtet, gehen diese Texte meist rasch vergessen und tauchen auch am Web kaum auf, da sie in keinen Zusammenhang gestellt (verlinkt) werden. Webpräsentationen sind hier etwas anspruchsvoller, aber auch ergiebiger: Ihre Informationen sollten nicht isoliert da stehen, sondern mit dem notwendigen **Kontext** angeboten werden.

Ihre Informationen sollten **Komplexität** nicht übermässig reduzieren, sondern sie darstellen: Je komplexer desto Links.

Ihre Informationen sollten kurz und klar sein, aber alle Teile müssen zusammen passen. In jedem komplexen System gibt es Widersprüche. In einer konsistenten Präsentation muss der Leser verstehen können, woher die Widersprüche kommen, und allenfalls, wie sie sich auflösen.

**Konsistenz ist das Kriterium, das Informationen zu Wissen macht.**

# Wirksame Texte und Links - Eine Sache der Rhetorik

Wollen Sie allerdings, dass Ihre Texte wirklich gelesen werden und Ihr Web besucht, dann müssen diese Interesse wecken, Sie brauchen also ein spannendes und/oder aktuelles Thema. Der zu erwartende Inhalt muss bereits in Titel und Link deutlich werden. Längere Texte sind unbedingt durch eine Zusammenfassung zu ergänzen und durch Zwischentitel klar zu strukturieren. Bilder und Tabellen, sowie die Auslagerung von Aufzählungen in Tabellen, ev. als Anhang, vermindern die Beanspruchung des Lesers.

## Die Besucherzahl steigt um:

58% - wenn Ihre **Texte kurz und klar**, auf den ersten Blick zu erfassen sind. Webnutzer lesen nicht, sie browsen, d.h. sie "grasen", picken wie leckermäulige Vierbeiner das Delikateste heraus und lassen Disteln stehen.

47% - für **leicht überschaubare Seiten**. Verschieben und Blättern wird bereits als beinahe unzumutbarer Aufwand betrachtet.

27% für **objektive Texte**, ohne ideologisches Geschwätz und Verkaufsgags. Ein **informeller und unterhaltsamer** Text bringt weitaus mehr als Formalitäten. Hier müssen insbesondere die deutschsprachigen Wissenschaftler noch viel von den Briten lernen.



Wie es aussieht, ist vor allem den jungen Lesern heute bereits der Text in den Sprechblasen von Comics zu viel. So weit wird sich allerdings kaum eine Website anpassen können, es sei denn, ihre Inhalte sei per Logos und Buttons zu vermitteln: Gratis, Sex, Datenbank ... Zur Kommunikation komplexerer Inhalte und zum Dialog eignet sich derartige nicht.

## Text wird als kommunikativ verstanden, wenn er folgende Kriterien erfüllt:

**Kohäsion:** Eine sinnvolle Verbindung von Worten und Sätzen zu einem Text, der auch kein Sammelsurium von Gedanken sein sollte, sondern einen verständlichen Ablauf aufweisen muss, die sogenannte Dramaturgie.

**Kohärenz:** Die Sätze müssen sich zu einer klaren Aussage verbinden. Da Sie vom Besucher Ihrer Website nicht erwarten können, über den selben Bestand an Hintergrundwissen zu verfügen, müssen die den Kontext, der Ihre Aussage erst verständlich macht, selbst liefern.

**Intentionalität:** Der Schreiber hat eine **klare Absicht**, die aus der Mitteilung eben so klar zu ersehen ist (also: kein leeres Geschwätz um Platz zu füllen).

**Akzeptanz:** Diese hängt weitgehend von den Erwartungen des Lesers ab. Sie kann dadurch erhöht werden, indem man seinen Stil an den Inhalt und die erwünschte Wirkung des Textes anpasst. Dies ist das schwierige Anliegen von Rhetorik und insbesondere der Topik, die dazu dient, herauszufinden, was für bestimmte Lesergruppen überhaupt als Wahr gelten kann.

**Informationswert/Neuheitswert:** Dies ist bei Zeitungen entscheidend, nicht aber für alle Internetpräsentationen. Vieles kann über Jahre stehen bleiben, und wird doch intensiv genutzt, wie Adresslisten, Bibliographien, Rezepte, Karten etc.

**Situationsbezogenheit:** Alle Faktoren die für die Interpretation des Textes von Bedeutung sind, deren Kenntnis aber nur für Personen aus Ort, Region, Firma etc. vermutet werden können, also wiederum Kontext.

**Intertextualität:** Jeder Text gehört zu einer Kategorie von Texten (Wissenschaft, Zeitung, politisches Statement, Bibliothekskatalog, ...) die **spezifische Erwartungen** wecken.

# Das Kernstück der Navigation:

## Der wirksame Link

Für eine gute Navigation gilt das Selbe wie für den Text. Der Leser will auf den ersten Blick wissen:

1. **Ist das Thema interessant?**
2. **Was wird mir für den Aufwand geboten?**
3. Handelt es sich um ein schnelles html, ein eher mühsames ftp, wo-möglich mit vielen Megabites?



Wo bereits Cartoon jugendlichen Lesern zu viel Text enthalten, müssen Sie den Besuchern die Qual der Wahl weitgehend abnehmen.



Die Einrichtung einer optimalen Navigationsstruktur ist also eine eher knifflige Angelegenheit, die noch schwieriger wird, da es unterschiedliche Nutzertypen gibt. Die einen suchen systematisch - die andern klicken einfach mal die Links durch, die ihnen interessant erscheinen. Die einen haben ein bestimmtes Ziel das sie rasch und möglichst direkt erreichen wollen, die andern, die Webwanderer

und Sonntagsbrowser lassen sich gerne Schritt für Schritt zum Ziele führen.

Viele Kollegen schwärmen vom totalen Ueberblick, den ein so genanntes **Portal** bietet: *Klarheit auf den ersten Blick*. Eine solche Klarheit wird aber eben zumeist eher von Studenten und Wissensarbeitern geschätzt, die es gewohnt sind, grosse Mengen an Informationen zu verarbeiten. Für eilige Nutzer sind Link-sammlungen mit mehr als 7 anklickbaren Texten bereits Ueberladen und eine Zumutung, während bei weniger als 3 schnell auf eine wenig ergiebige Site geschlossen wird. **Idealerweise zerlegen Sie ihre Wahlpakete also in Gruppen à 5 Titel.**



Die Portalideologie ist also nur die halbe Wahrheit, auch wenn Websites nach wie vor synonym auch *Homepages* genannt werden. Hier dominiert noch die Idee des Buches, wo man vorne beginnt, Kapitel um Kapitel durchliesst, und es am Ende schliesst. Die Webrealität ist eine andere. Wenn Sie heute etwas suchen auf dem Web, wie gehen Sie vor? Also ich benutze erst mal meinen Google-Suchbalken: Suchbegriff eingeben, klick, *and here they are, the results*. Diese Methode führt dazu, dass heute nur noch knapp 5% der Besucher grösserer Websites, wie etwa [www.brainworker.ch](http://www.brainworker.ch) "vorne" einsteigen, eben bei der Home-Page, und sich dann durchnavigieren. 95% kommen über Links die sie von sonstwo oder sonstwem haben oder über Suchmaschinen direkt zu dem Text, der sie interessiert.

Jeder Anbieter von Informationen per Web navigiert zwischen der Skylla der anzubietenden Informations-Menge und - Qualität, also dem **Message**, und der Charybdis der Maximierung der **Besucherzahlen**. Mit dem hochgradig präzisen Wissen in einer wissenschaftlichen Datenbank oder eines philosophischen Vortrags machen Sie qualitativ hochstehende Aussagen - erreichen Sie nahezu 0 Besucher. Mit einer Sexsite erreichen Sie das Maximum an Besuchern, bieten ab ein Nichts an Aussage - womit sie, bei noch so vielen Besuchern, also eigentlich gar nichts erreichen.

## WEITERE DIENSTLEISTUNGEN

**Gastpräsentationen:**

Viele kleine Büros scheuen entweder den Aufwand, der mit Erstellung und Betreuung einer Website verbunden ist, oder, wenn sie den Aufwand doch noch getätigt haben, verschwinden sie so nach und nach aus dem Blickfeld von Google, da sie zu geringe Besucherzahlen generieren. **Um "dabei zu sein" muss Ihre Website mindestens 1000 Besucher pro Monat aufweisen.** Die ideale Lösung hier ist eine kooperative Präsentation, wie sie z.B. von vielen Landwirtschaftlichen Organisationen den Bauern geboten wird. Vorbildliche ist insbesondere diejenige der Fachfrauen Umwelt ([www.ffu.ch](http://www.ffu.ch)). So entsteht gemeinsam ausreichend Attraktivität, und die Website bleibt bei den Suchmaschinen präsent - während kleine, technik- und designlastige sowie inhaltsschwache verschwinden. Den selben Zweck erreichen Sie, wenn Sie sich bei einer gut besuchten Website anhängen. Hier haben Sie zur Zeit 2 Möglichkeiten:

<a href="http://www.brainworker.ch">www.brainworker.ch</a> :	- unter den bestehenden Directories: /Arbeit, /Bauern, /Beratung, /Bildung, /Dialog, /Geldtheorie, /Globalisierung, /Irak, /Politik, /Wald, /Waldphilosophie, /Wirtschaft, /Wissen (webdesign s. u.) - oder noch nicht belegt.
<a href="http://www.diskussionsforen">www.diskussionsforen</a> .	/Forstingenieur, /Kulturtechnik, /waldforum, /Waldweide, /WAP, /zynismus. [Wenn Sie gross- und kleinschreibung ändern, lässt sich ebenfalls ein neues Directory einrichten).

**PREISE UND MUSTER**

100 Fr s. [Modell Ingenieurbüro](#). Für Einrichtung, incl. eigener Hintergrund, Layout und Bilder, die ersten 2 Jahre, dann 20.- pro Jahr. Speziell bestellter Aufwand nach Zeitbedarf, à 80.-/h

500 Fr. s. [Newsletter Wald](#), [Buttenmost](#), [gte-chine](#) (zugegeben, grässlich veralteter Design, wird aber im fleissig genutzt, hat zeitweise Spitzenplatz bei Google, also, was solls?)

**Kleinaufträge**

Die Bedingung bei solch kleinen Aufträgen ist, dass beim Kunden **klare Vorstellungen zum Design** vorhanden sind, sowie **das zu präsentierende Material muss vollständig vorhanden** sein und geliefert werden.

(Eines dieser Angebote, über 5 Seiten, für 500, lief vom August 2003 bis im Januar 2004, mit dutzenden von Mails, Besprechungen, Wünschen, wie Programmierung in JS - und ist heute noch nicht fertig - weil der KUNDE beleidigt ist ... So geht's natürlich nicht.)

1000 Fr. s. [www.diskussionsforen.ch/forstingenieur/](http://www.diskussionsforen.ch/forstingenieur/) (wenn alle Unterlagen zur Verfügung gestellt werden, also ohne zusätzliche eigene Recherchen)

2500 Fr. s. [www.forest.ch/tropenwald/](http://www.forest.ch/tropenwald/) incl. der eigenen Recherchen, auf denen die Site aufbaut.

4000 Fr. s. [www.sia.ch/fkgu](http://www.sia.ch/fkgu) Kooperation, z.T. zur Verfügung gestelltes Material z.T. eigene Recherchen.

7000 Fr. s. [www.litzibuch.ch](http://www.litzibuch.ch) Alles zur Verfügung gestellt, aber in sehr grossem Umfang (> 50 Seiten).

> 50'000 Fr. der Aufbau von [www.diskussionsforen.ch](http://www.diskussionsforen.ch)  
Unbezahlbar: [www.brainworker.ch](http://www.brainworker.ch), denn da steckt Forschungserfahrung von 20 Jahren und Webexperimente von 10 Jahren drin.

## KOSTEN FÜR DIE ENTWICKLUNG IM DETAIL:

*Guter Rat ist nicht teuer*

Kosten werden auf der Basis von 80.- Fr (ca. 50 Euro) pro Stunde berechnet (für "handwerkliches", Minimalauftrag 500 - 750.- (für eine "Web-Visitenkarte", wenn Grundlagen zur Verfügung gestellt), Reduktion bei grösseren oder längerfristigen Einsätzen möglich). Eine Vorlage für ein html-Webmail 225.-, das Verfassen eines Webmails nach unten aufgeführten Ansätzen. Für Arbeiten/Schulung in ihrem Betrieb (Software-Schulung & Beratung/Besprechungen) wird ein Halbtaxabo 2. Klasse berechnet + 20.- pro Stunde Wegzeit.)

Für eine erste Schätzung von Aufwand und Kosten können Sie folgende Ansätze verwenden:

**Pro Arbeitstag**, der aus 6 produktiven Stunden besteht und, inkl. der unproduktiven, für 500.- angeboten wird, schreibe ich ca. 5 Seiten A4 - wenn das Material zur Verfügung steht. Falls das Grundlagenmaterial auch zu beschaffen ist, verdoppelt sich der Ansatz, da für 5 Seiten gehaltvollen Text mindestens **1 zusätzlicher Tag für Recherchen** nötig ist. Werden Text und Bilder von Ihnen zur Verfügung gestellt, so halbiert sich der Ansatz in etwa:

1 Internet-Artikel von 5 Seiten A4 schreiben incl. 1 Tag Recherche	1000.-
1 Internet-Artikel von 5 Seiten A4 schreiben nach Ihren Rohmaterialien	500.-
1 Internet-Artikel von 5 Seiten A4, bereitgestellt von Ihnen als Word, pdf, QuarkXpress oder InDesign, fürs Internet aufbereiten	100.- bis 250.-

**Wenn Sie mir Ihre Unterlagen zustellen,  
erhalten Sie von mir  
einen verbindlichen Kostenvoranschlag.**

## WEITERE DIENSTLEISTUNGEN

**Unterstützung/Schulung bei do-it-yourself-Webdesign** mit: Frontpage - Dreamweaver MX - Flash MX - Fireworks - Photoshop - Paint Shop Pro - Acrobat - 3d Canvas&Amapi - InDesign / QuarkXPress (pdf) - Excel - Powerpoint - JavaScript - asp ....

**Einrichten, Motivieren, Moderieren von Foren:** s. [www.diskussionsforen.ch](http://www.diskussionsforen.ch) & kon-text-basierte Diskussion

**Rationale Organisation innerbetrieblicher Redaktionsabläufe**, so dass Sie effizient zu interessantem und aktuellem Material für Ihren Internetauftritt kommen.

**Unterstützung bei:** Knowledge Management, spez. **Knowledge Mapping**, Document Management, Content Management. 1. Schritt: Gerade wenn Sie Wissen anbieten, verpassen Sie es nicht, auf Ihrem Web die gelben Seiten einzurichten, ein Expertennetzwerk, das die besonderen Kenntnisse und Kompetenzen Ihrer Firma, Ihrer Mitarbeiter und Partner aufzeigt.

Martin Herzog, Rheinfelden, 27. Juni 2004