

Dokumentation

Dokumentation

Inhaltsverzeichnis

Gruppen Recherche ...01

Konzept Soll Analyse

Briefing ...08

Struktur ...11

Layout 1 ...15

Layout 2 ...24

Layout 3 ...31

Layout 4 ...38

Ergebnis

Styleguide ...38

Gruppen Recherche

Gruppen Recherche

Der Blick in die USA

Insgesamt betrachtet ist die USA uns ein gutes Stück voraus, da dort die Alumnivereinigungen ein fester Bestandteil an den Universitäten und Hochschulen sind.

Besucht man eine Internetseite einer solchen Einrichtung, so stößt man ziemlich schnell auf den Link/Verweis zu einer Alumnivereinigung oder sie ist direkt in die Seite der Hochschule integriert.

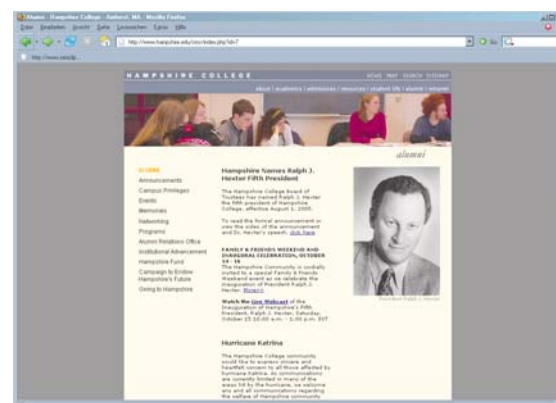
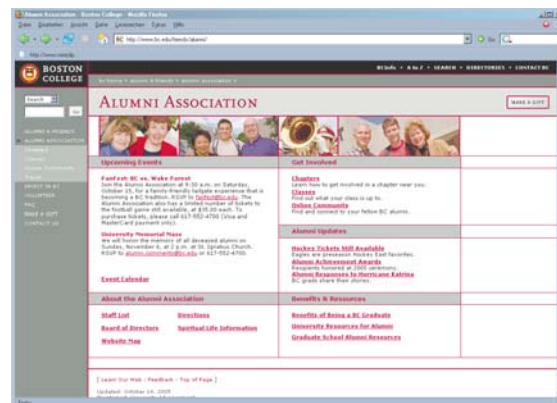
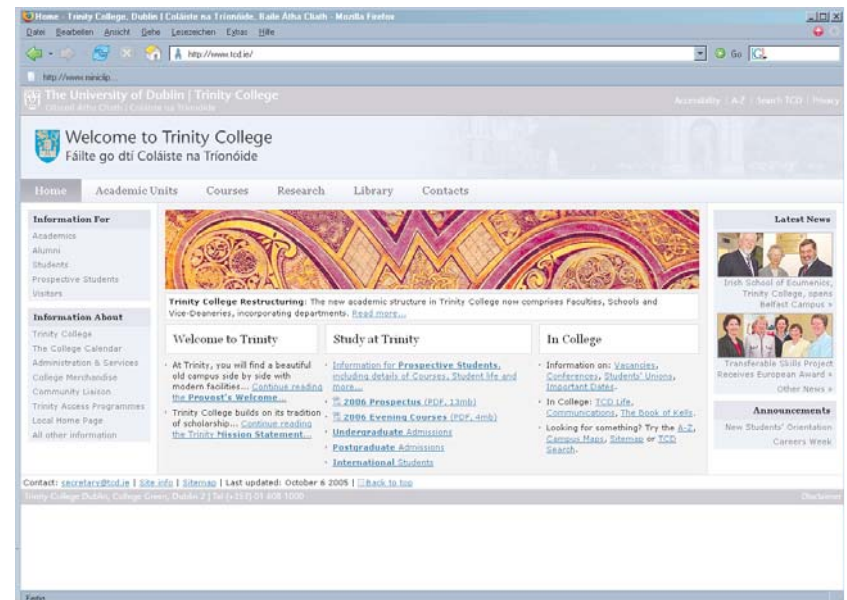
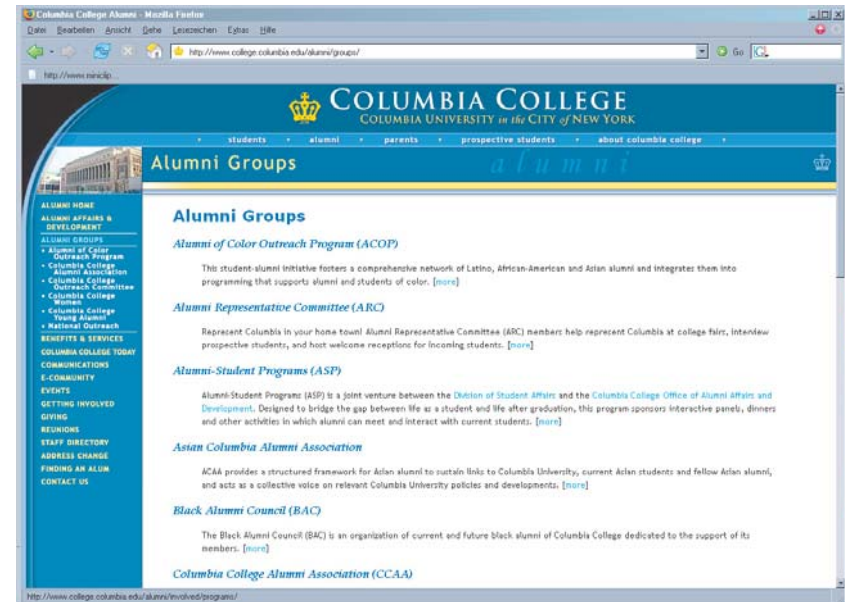
In den USA haben Alumnivereinigungen mittlerweile eine große Tradition, während sie bei uns noch in den Kinderschuhen stecken.

Der finanzielle Aspekt, ist sicherlich der eine, warum gerade in den USA diese Einrichtungen eine so große Rolle spielen.

Neben dem Registrierungsbutton findet man nicht selten gleich einen Spendenbutton.

Auf der anderen Seite ist aber auch offensichtlich, dass hier die menschlichen Beziehungen einen hohen Stellenwert haben und auch gerade deswegen so intensiv weitergeführt werden.

Dies ist nur ein Grund für das Funktionieren solcher Einrichtungen, weitere folgen.



Gruppen Recherche

Alumnivereinsgründungen in Europa

Nun der Vergleich zu Europa, wie eingangs erwähnt gibt es bei uns Nachholbedarf. Es hat sich jedoch mittlerweile einiges getan. Hier einige kurze Beispiele.

JSPS

Nachdem 1995 in Bonn die Deutsche Gesellschaft der JSPS-Stipendiaten e.V. als weltweit erstes Netzwerk von Stipendiaten der Japan Society for the Promotion of Science gegründet wurde, sind im Jahr 2004 in drei weiteren europäischen Ländern ähnliche Vereinigungen entstanden.

Es sind ähnliche Aktivitäten von Vertretern in Frankreich, England und Schweden entstanden. Von denen auf der Internetseite berichtet wird.



"Association des anciens boursiers francophones de la JSPS" (JSPS OB-Club Frankreich), mit Sitz in Strasbourg

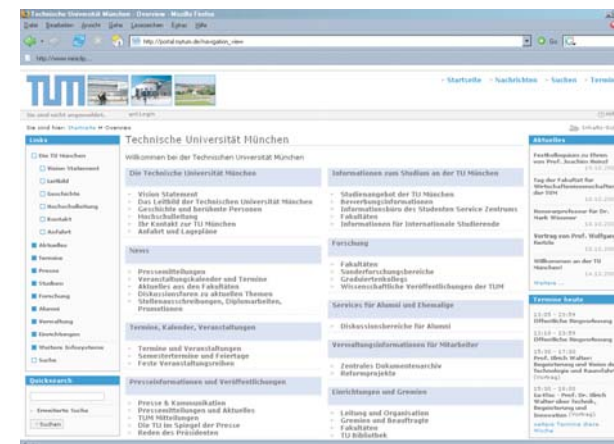
<http://www.jsps-club.de/index.php?option=content&task=view&id=83&Itemid=62>

TU München

intensiviert ost-westlichen und west-östlichen Akademikeraustausch Dr. Hannemor Keidel, Vize-Präsidentin der TU München (TUM) und Mitglied des Kuratoriums der Osteuropa-Woche, eröffnet am 5. Mai 2004 das erste "Alumni-Forum Osteuropa" mit einem Festvortrag zur EU-Erweiterung.

Mehr als 40 ehemalige Studierende und Gastwissenschaftler aus 13 Ländern Mittel- und Osteuropas werden für drei Tage an ihre frühere Universität zurückkehren. An allen drei Standorten in München-Innenstadt, Garching und Freising-Weihenstephan haben sie Gelegenheit, Erfahrungen auszutauschen, berufliche, geschäftliche und wissenschaftliche Kontakte zu knüpfen und neue Kooperationsprojekte der TU München mit osteuropäischen Partnern kennen zu lernen.

Auch soll der Grundstein für die Gründung eines osteuropäischen Alumninetzwerks gelegt werden.



Langfristig strebt die TU München, in deren Alumni-Datenbank sich bereits über 11.000 Ehemalige eingetragen haben, ein weltumspannendes Alumni-Netzwerk mit Regionalgruppen in allen Erdteilen an.

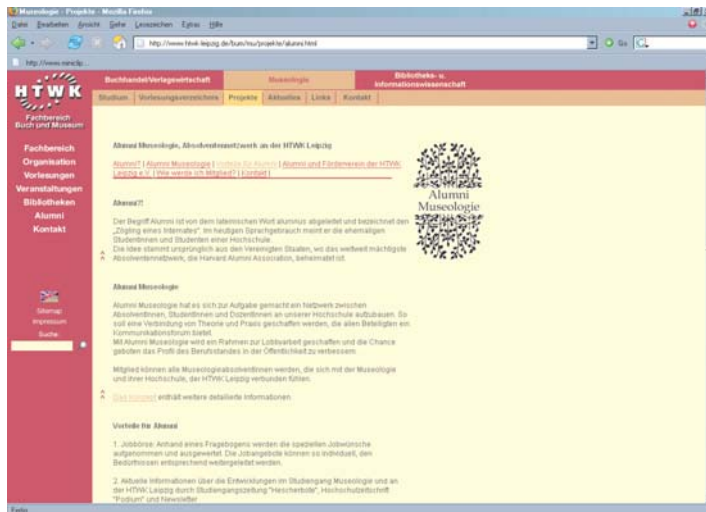
<http://portal.mytum.de/pressestelle/pressemitteilungen/news-653>

Gruppen Recherche

HTWK -Hochschule für Technik, Wirtschaft und Kultur Leipzig

Deren Ehemaligen, sichern durch Ihre Kontakte aus der Praxis zu Ihrer ehemaligen Alma Mater Inhalt und Qualität der Lehre für Ihre studentischen Nachfolger. Sie sichern das durch Ihre aktive Teilnahme, durch Vorträge, Diskussionen mit Ihren ehemaligen Hochschullehrern, durch Einladungen zu Betriebsbesichtigungen und Exkursionen, durch Bereitstellung von Praktikantenplätzen, Forschungsaufträgen und natürlich auch durch finanzielle Zuwendungen. So wird neues Wissen in die Fachbereiche eingebracht, in die Köpfe der Lehrenden und damit dann auch der zukünftig Lernenden.

Alumni ist aber natürlich nicht die einfache Umkehr von Nehmenden zu Gebenden, also von Absolventen zu Lehrenden, sondern es ist eben die Schaffung dieser dauerhaften - im Idealfall lebenslangen - akademischen und beruflichen Gemeinschaft. Und außerhalb all dieser funktional-institutionellen Überlegungen: Es ist dann gewiss auch und gerade ein dauerhafter, bewahrenswerter Freundeskreis.



<http://www.htwk-leipzig.de/alumni.htm>

Konzept

<http://www.htwk-leipzig.de/bum/mu/projekte/alumni.html>

Hier in Deutschland sind uns zwei Dinge bei den Recherchen besonders aufgefallen.

Zum einen, dass an den Universitäten es wohl ein wenig unpersönlicher als an den Fachhochschulen zugeht, da Alumninetzwerke hauptsächlich an FHs eingerichtet sind. An den meisten Unis gibt es solche Einrichtungen gar nicht und wenn dann sind es vorrangig Universitäten in den neuen Bundesländern.

Zum zweiten, sind alle diese Vereine, wie oben erwähnt in den letzten Jahren gegründet worden. Also keine traditionellen Einrichtungen, sondern Neulinge unter den Gewohnheiten und Ritualen im Akademikerleben.

Da es jede Uni/Hochschule anders handhabt und es von Fachbereich zu Fachbereich Unterschiede gibt, haben wir die Einrichtungen in zwei Gruppen geteilt, die uns sinnvoll erscheinen.

Inhalte von Alumneinrichtungen in Deutschland allgemein:

Hier zu Lande stehen die Vereine erst am Anfang. Der Verein AbsolventUM in Mannheim etwa wurde 1995 gegründet und ist damit eines der ältesten Netzwerke. Die Ziele sind vielfältig. «Wir wollen ein Netzwerk von Lehrenden, Studierenden und Ehemaligen knüpfen», erklärt Holger Impekoven, der zurzeit ein Alumninetzwerk an der Universität Bonn aufbaut. Geplant ist unter anderem eine Praktikumsbörse, wo Ehemalige den Studenten von heute beim Berufseinstieg helfen können. Eine solche Einrichtung gibt es im Fach «Sprachen, Wirtschafts- und Kulturraumstudien» in Passau schon lange.

Mannheim und Freiburg haben zudem in der ganzen Welt regionale Alumniclubs gegründet, um vor Ort Ansprechpartner für Studenten zu schaffen. «Wenn zum Beispiel jemand für ein Jahr zum Studieren nach Korea geht, kann er sich dort an einen ehemaligen Gaststudenten aus Freiburg wenden», erklärt Rudolf-Werner Dreier, Geschäftsführer des Alumnivereins der dortigen Uni.

Gruppen Recherche

In den USA etwa sind Spenden von Alumni ein fester Bestandteil im Jahresetat der Hochschulen. Auch in Deutschland geht die Entwicklung in diese Richtung. «Weil der Anteil der öffentlichen Hand an der Finanzierung geringer wird, müssen Universitäten sich andere Geldquellen erschließen», so ein Hochschulberater. In Mannheim etwa kann in Zukunft ein Absolvent mit seinem Unternehmen Mitglied werden.

http://www.jobber.de/studenten/tmn-180601-8-gms_49474.nitf.htm

Zum Abschluss der Zusammenfassung, der ersten Gruppe, noch einige Infos von einem Unternehmen, dass beim erfolgreichen Aufbau und Ausbau Ihrer unternehmensinternen Alumniorganisation behilflich sein möchte.

Dies bezieht sich allerdings mehr auf Unternehmen. Wir fanden die Ziele und Ideen sehr passend.

Implemens

Dabei lassen sich für ein Unternehmen die folgenden Vorteile realisieren:

- * Immer häufiger verlassen Mitarbeiter das Unternehmen, um sich anderorts weiterzuentwickeln. Die positive emotionale Bindung an den alten Arbeitgeber bleibt jedoch erhalten. Somit stellen ehemalige Mitarbeiter einen Pool an potentiell interessanten Arbeitnehmern dar, deren Wiedereinarbeitung ins Unternehmen verglichen mit einem erstmals rekrutierten Arbeitnehmer deutlich geringere Kosten verursacht.
- * Ehemalige Mitarbeiter nehmen häufig einen neuen Job in derselben oder einer benachbarten Branche an. Nicht selten gelangen sie in Positionen, in denen Sie dem ehemaligen Arbeitgeber als potentieller Abnehmer wieder begegnen.

- * Besteht ein guter Kontakt zum alten Arbeitgeber, so kann über diesen Kanal der ehemalige Mitarbeiter von der Vertriebsabteilung gezielt mit Informationen versorgt werden.
- * Gelingt es der Firma, ehemalige Mitarbeiter auch nach deren Ausscheiden an die Firma zu binden, so dienen diese als Multiplikatoren eines positiven Unternehmensimages.
- * Ehemalige Mitarbeiter bilden zudem ein Pool an Personen mit unternehmensspezifischem Fachwissen und als interessantes Kontaktpool für das Unternehmen.

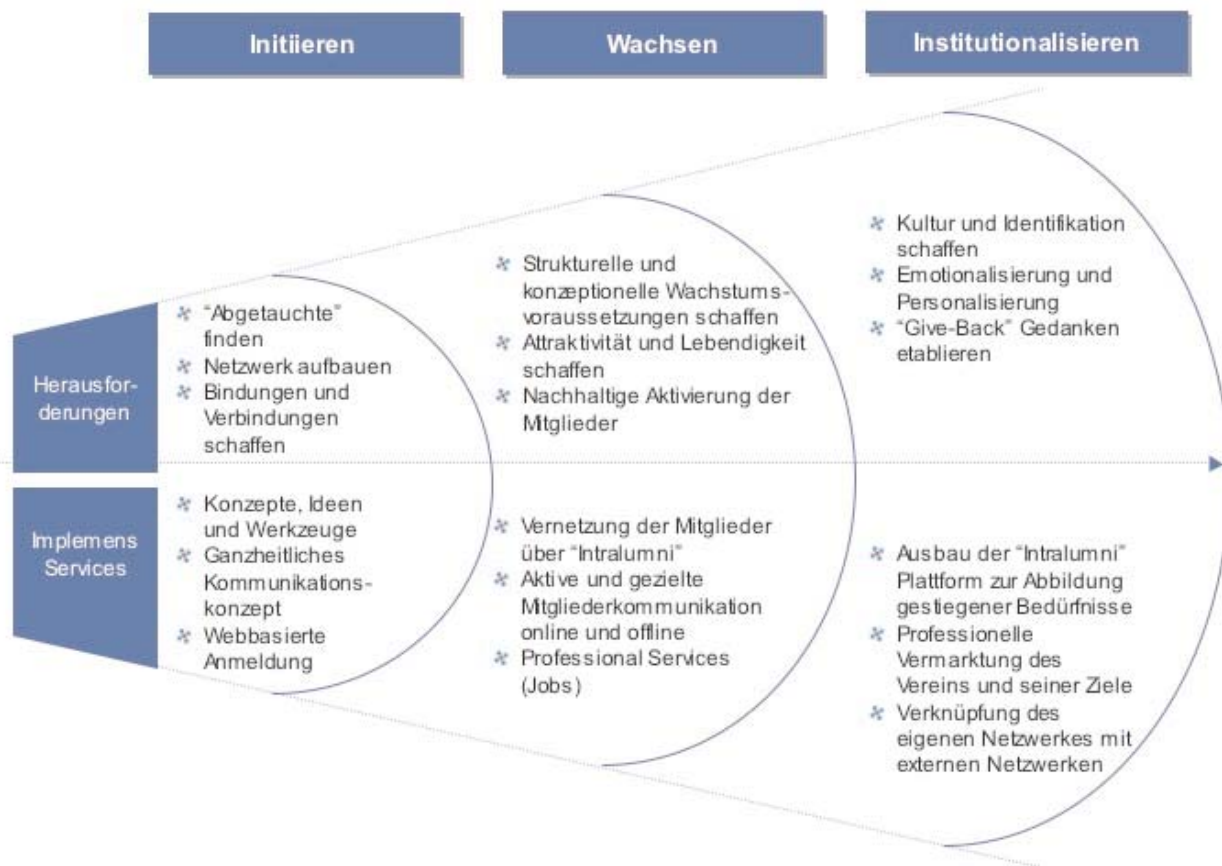
Auch der ehemalige Mitarbeiter muss eine Mitgliedschaft im Netzwerk als attraktiv und lohnenswert ansehen, um sich in dieses auch aktiv einzubringen. Folgende Angebote werden ihn zu einer Mitgliedschaft im Netzwerk bewegen:

- * Das Ehemaligenetzwerk muss im Unternehmen einen exklusiven Stellenwert haben. Das Angebot der Mitgliedschaft in diesem Netzwerk beim Verlassen bildet eine Auszeichnung des Mitarbeiters.
- * Über das Alumni-Netzwerk kann der Ehemalige seine Kontakte zu anderen ehemaligen Arbeitskollegen pflegen und hat durch seinen Mitgliedsstatus persönliche Ansprechpartner bei seinem ehemaligen Arbeitgeber.
- * Der Ehemalige wird in regelmäßigen Abständen über Neuigkeiten bei seinem ehemaligen Arbeitgeber informiert und kann dabei u. a. auch besondere Angebote (wie beispielsweise Jobangebote) von diesem gezielt erhalten.

<http://www.implemens.net/>

Gruppen Recherche

Implemens Services



Trotz des Zuschnitts auf Firmen, doch ein Wegweiser in die richtige Richtung.

Alumni-Zielgruppen und ihre Rollen

Zielgruppe	Engagierte	Involvierte	Interessierte	Abgetauchte
Engagierte	<ul style="list-style-type: none"> - Mitglieder in Gremien - Hochschulpolitik - Event Organisation 	<ul style="list-style-type: none"> - Patenschaftsprogramm - Organisator - Spender 	<ul style="list-style-type: none"> - Referent (Wissenstransfer) - Sponsoring (priv+ UN) - Spender - Coaching Programm 	<ul style="list-style-type: none"> - Schirmherren - Nachlass - Prominenten-Vorträge - Spender
Involvierte	<ul style="list-style-type: none"> - Studentische Initiativen - Helfer - Präsenz bei Alumni-Veranstaltungen 	<ul style="list-style-type: none"> - Teilnahme an Veranstaltungen, Stammtischen, Konferenzen - Netzwerkunterstützer 	<ul style="list-style-type: none"> - Praktika vergeben - Wettbewerbsauszeichnungen - Teilnahme an Veranstaltungen 	<ul style="list-style-type: none"> - Spender - Teilnahme an Veranstaltungen
Interessierte	<ul style="list-style-type: none"> - Ideale Identifikation - Verbundenheit zur Hochschule 	<ul style="list-style-type: none"> - Mitgliedsbeitrag - Informationskonsument - Ausnutzung Netzwerk 		
Abgetauchte	<ul style="list-style-type: none"> - Nicht Wissen: fehlende Information über Alumni-Programme - Nicht Wollen: fehlende wahrgenommene Attraktivität 			
	Studenten	Berufsaufsteiger	Berufserfahrene	Senioren

Maßnahmen zur Aktivierung des Netzwerkes

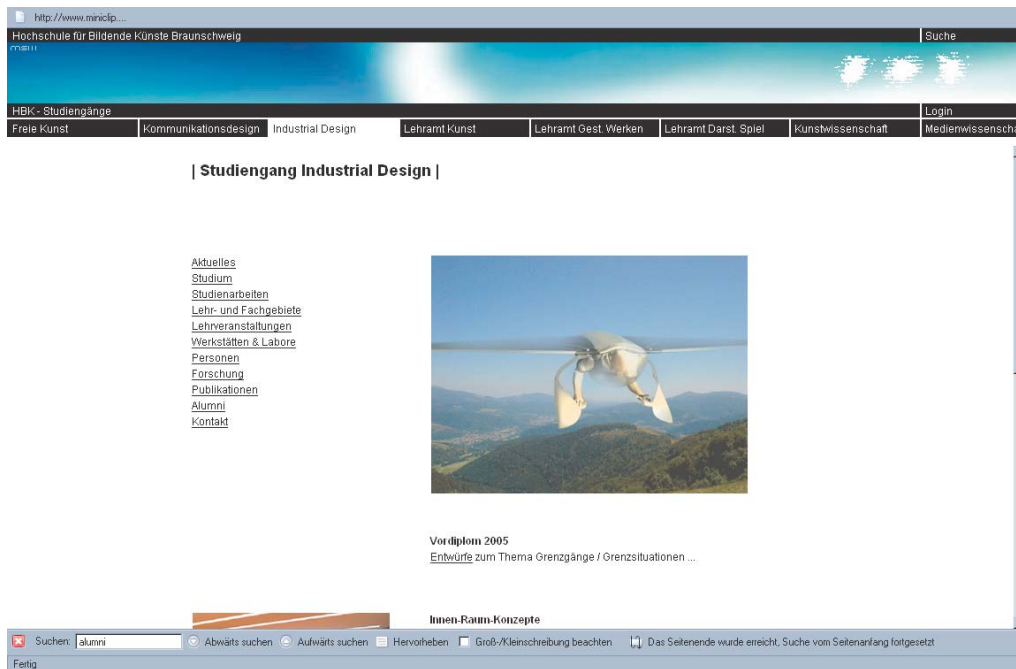
AKTIVIERUNG	Maßnahmen			
	Studenten	Berufsaufsteiger	Berufserfahrene	Senioren
Engagierte	<ul style="list-style-type: none"> - Einbeziehung in Organisationsteam des Ehemaligenvereins - Förderungen/Stipendien 	<ul style="list-style-type: none"> - Teilnahme an regionalen Stammtischen - Wahl zum Jung-Alumni des Jahres 	<ul style="list-style-type: none"> - Briefe mit Informationen zu Steuermöglichkeiten bei Spenden - Kreative Spendenideen - Wahl zum Alumni des Jahres 	<ul style="list-style-type: none"> - Informationen zu Nachlassverwaltung - Spendenaktionen
Involvierte	<ul style="list-style-type: none"> - Unterstützung studentischer Projekte durch Ehemaligenverein 	<ul style="list-style-type: none"> - Patenschaftsberichte - Rankings und Kommunikation von Ehemaligenengagement 	<ul style="list-style-type: none"> - Sichtbar machen von Spenden (Visibility, Rankings, Barometer) - Ehemaligenvorträge 	<ul style="list-style-type: none"> - Sichtbar machen von Spenden (Visibility, Rankings, Barometer) - Ehemaligenvorträge
Interessierte	<ul style="list-style-type: none"> - Kommunikation in die Hochschule - Alumni-Abende - Jobstieghilfe durch Ehemalige an der Universität 	<ul style="list-style-type: none"> - Netzwerk zur Verfügung stellen (Mitgliederverzeichnis) - Wissensdatenbank und Bewertungsmöglichkeiten - Kommunikation von Veranstaltungen und leichte Anmeldung (Artikel, Newsletter, Termine) - Erfolgsmonitor: professioneller Services (Post Placement Monitor) 		
Abgetauchte	<ul style="list-style-type: none"> - Präsentationen vor Abschluss - Absolventenfeier - Autom. Überführung - Kostenlose Mitgliedschaft 	<ul style="list-style-type: none"> - Erstes Jahr kostenlose Mitgliedschaft - Ehemaligenuche (u.a. Werbung, Zeitungsartikel, Emails) - Programm: Mitglieder, Professoren und Prominente werben Mitglieder - Erleichterung des Einstiegs (u.a. Anmeldung auf externer Webseite des Alumni-Vereins) - Informationen über den Mehrwert einer Mitgliedschaft kommunizieren (u.a. kostenlose Email-Newsletter, Informationsveranstaltungen, Events, Career Services) 		
	ANWERBEN	LANGFRISTIGE BINDUNG		

Gruppen Recherche

Die zweite kleine Gruppe sind Alumnieinrichtungen in Deutschland im Fachbereich Design/ bildende Künste.

Es gibt auch bei uns in Deutschland schon funktionierende Alumni Netzwerke an Hochschulen wie das folgende Beispiel zeigt.

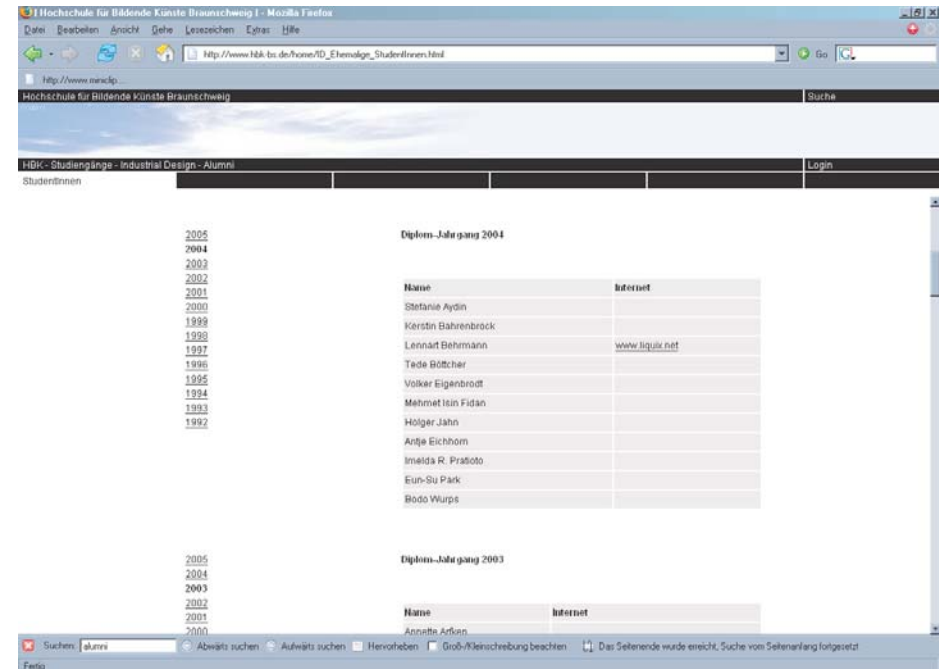
Hochschule für bildende Künste Braunschweig
http://www.hbk-bs.de/home/ID_Alumni.html



An der Hochschule für Gestaltung in Pforzheim findet jährlich ein Designer-Frühstück statt.

In Düsseldorf an der FH, Fachbereich Design, werden Ehemalige in einer endlos langen Liste aufgeführt. Nur Ehemalige, die als Mitarbeiter, Dozenten oder Professoren an der FH beschäftigt sind, werden näher beleuchtet.

An der Uni Wuppertal wird nur an Alumni und Fördervereine verwiesen.



Konzept Soll Analyse

Konzept Soll Analyse

Briefing

Ziel: Ist der familiäre Zusammenhalt/ Verbund der Ehemaligen zu ihrer Hochschule.

Die „who is who“- Alumniorganisation hat das Ziel ein Netzwerk zwischen Absolventen, Studenten und Dozenten an unserer Hochschule aufzubauen. Die auf diese Weise geschaffene Verbindung von Theorie und Praxis bietet allen Beteiligten ein Kommunikationsforum. Für ein funktionierendes Absolventennetzwerk ist Engagement sowohl von Alumni, als auch von Seiten der Studierenden nötig.

Besonderheiten der Alumni Organisation der KISD:

Das Alumninetzwerk der KISD soll sich weitestgehend von den bestehenden Alumni Organisationen abheben, um einen besonderen Reiz für die Teilnahme/ Engagements der Ehemaligen zu fördern. Die Einzigartigkeit soll sich im Aufbau, Usability, wie in den angebotenen Benefize widerspiegeln. Es soll Spaß machen und den Alumnis eine nette Art der Erinnerung und keine nervige Sache mit Uninteressanten Themen/Inhalten bereithalten. Um das Netzwerk stets aktuell und flexibel zu halten, haben wir uns für das Medium Internet entschieden.

Die Vorteile für die Hochschule

Auch die Hochschule profitiert von einem Zusammenschluss der Absolventen unter ihrem Dach. Die „who is who“- Alumniorganisation bietet für die Hochschule über den finanziellen Aspekt (KISD-Club) hinaus, in Form von Mitgliedsbeiträgen und möglichen Spenden, folgende Vorteile:

- Kontakt und Wissensaustausch mit Praxis und Berufswelt
- Bereicherung der Lehre (z.B. Referenten zu speziellen Themen)
- Förderung der Studierenden, durch Jobvermittlung, Betreuung von Praktika, Projekten und Diplomarbeiten
- Imagepflege durch erfolgreiche Absolventen

Konzept Soll Analyse

Briefing

Die Vorteile für die Absolventen

Als etablierte Institution sollte die „who is who“- Alumniorganisation den Mitgliedern zahlreiche Vorteile und Möglichkeiten bieten, umso auch bei den Studenten/Alumni einen Anreiz zu schaffen:

Jobbörse

- Anhand eines Fragebogens werden die speziellen Jobwünsche aufgenommen und ausgewertet. Die Jobangebote können so individuell den Bedürfnissen entsprechend weitergeleitet werden.

Aktuelle Informationen über die Entwicklungen im Studiengang und an der KISD

- Über Studiengangszeitung „Roger“, Beilage im Roger Magazin, Newsletter (2x jährlich)

Einladung zu Veranstaltungen

- Veranstaltungen von Alumni (z.B. Jahrestreffen)
- Veranstaltungen der Hochschule

Kontakte zur Lehre, d.h. sowohl zur Hochschule als auch zu ihrer Studentenschaft

- Einladung von Referenten
- Angebot von Projekten, Praktika & Diplomarbeiten

Kommunikationsforum

- Möglichkeit zur Kontaktaufnahme zwischen den Alumni und Diskussionen über berufsbezogene Themen

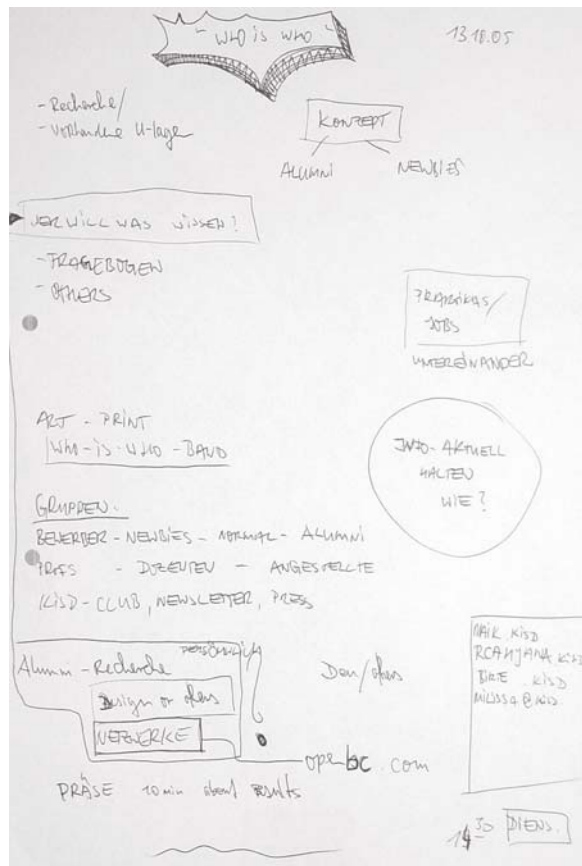
Die Möglichkeit zur aktiven Mitgestaltung des Alumninetzwerkes und darüber hinaus die Chance ein Seminar/Vortrag zu halten.

Die Benutzung von Einrichtungen der KISD, besonders für frische Absolventen, die ihr wirtschaftliches Standbein noch nicht gefestigt haben.

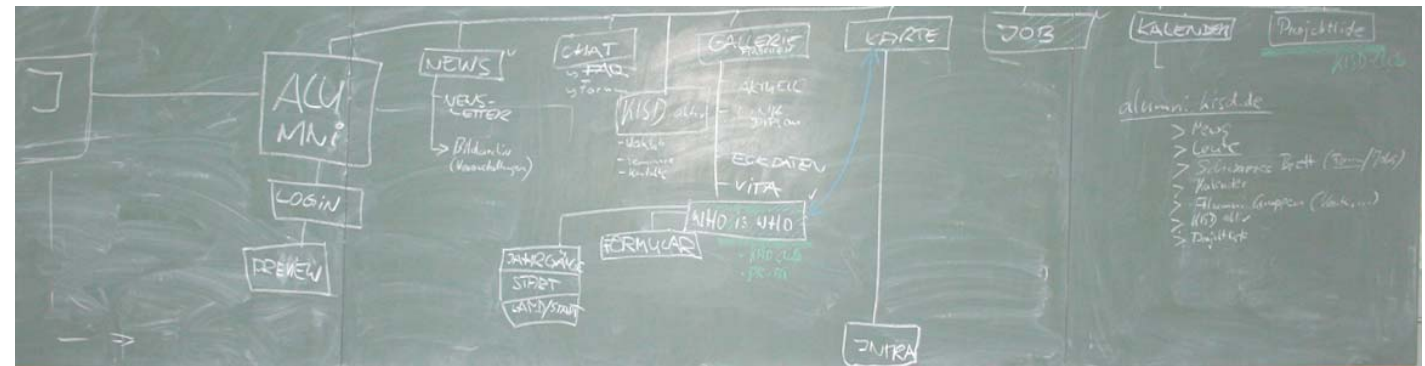
Konzept Soll Analyse

Struktur

Brainstorming und Mindmapping



Nachdem wir die Punkte, die die Internetseite enthalten soll festgelegt hatten, mussten wir sie natürlich erst einmal ordnen und in eine Struktur bringen. Das sah dann folgendermaßen aus.



Konzept Soll Analyse

Struktur

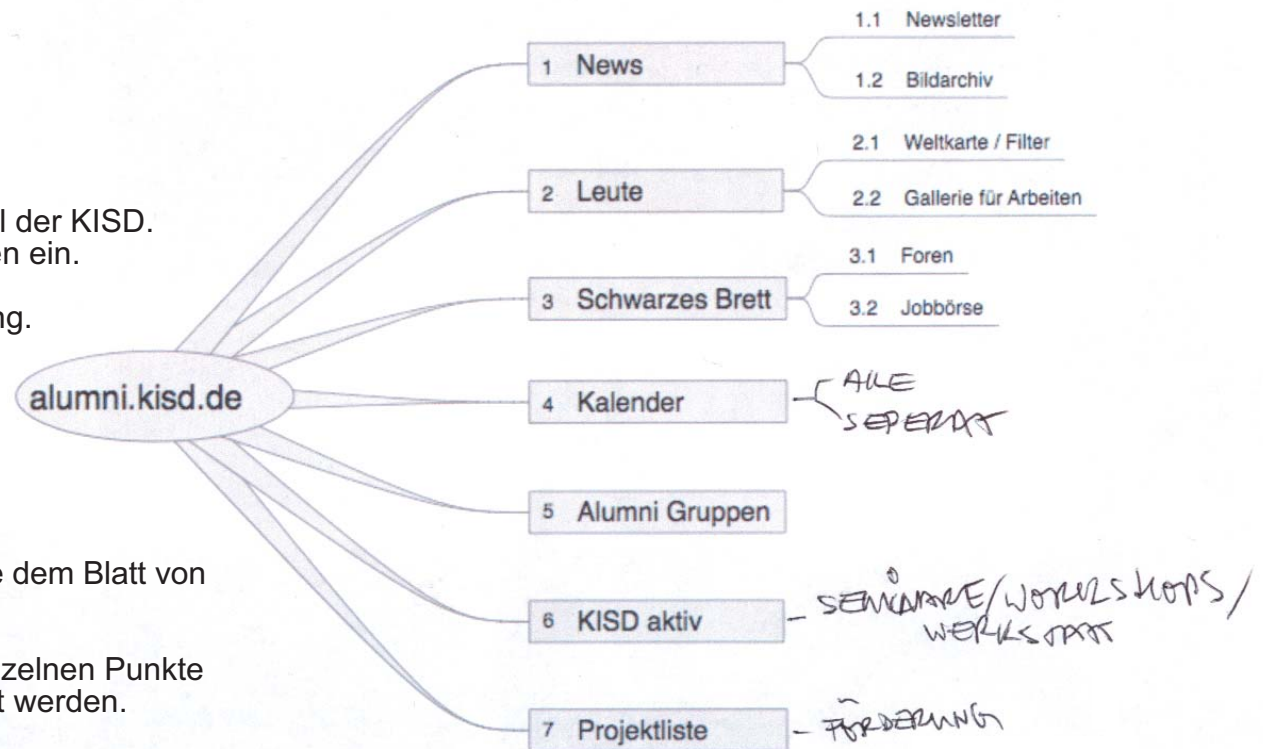
Das CI richtet sich nach dem Corporate Design Manual der KISD. Somit gehe ich hiermit nicht auf Typo/Fonts oder Farben ein.

Dadurch erübrigt sich des Weiteren die Logoentwicklung.

Icons für die Portale/Forum kommen gegebenenfalls später hinzu.

Die Punkte für die Hauptnavigation entnehmen Sie bitte dem Blatt von der Teamsitzung. (siehe Skizze rechts)

Hierbei mussten allerdings noch die Wichtigkeit der einzelnen Punkte und ihr Erscheinen in der Haupt/Sub Navigation geklärt werden. Dies geschah in späteren Treffen.

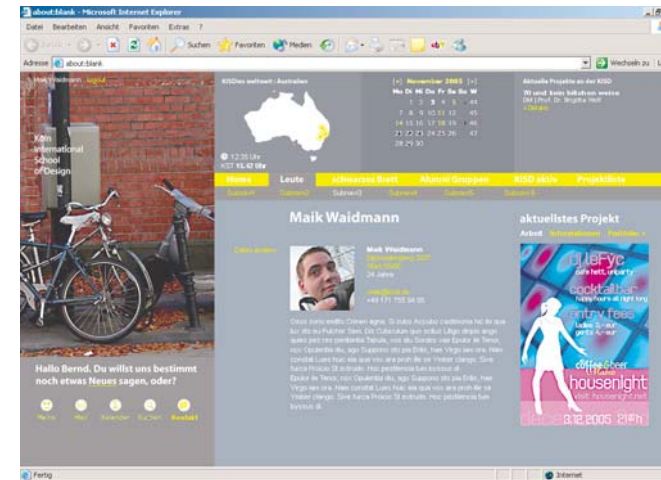


Konzept Soll Analyse

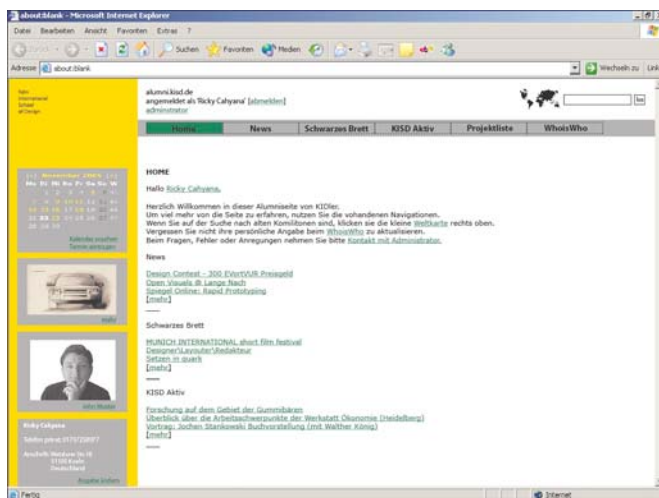
Layouts



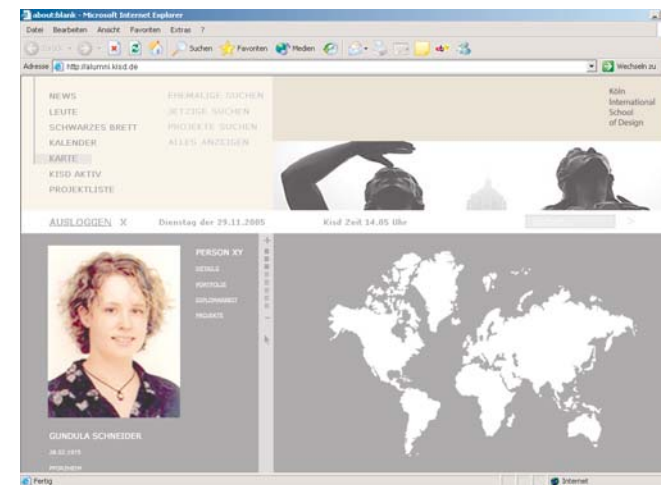
Layoutidee 1



Layoutidee 3



Layoutidee 2



Layoutidee 4

Styleguides

Styleguide Entwurf 1

von Torsten Hess

Umsetzung

- Visuell: durch schlichte Bescheidenheit

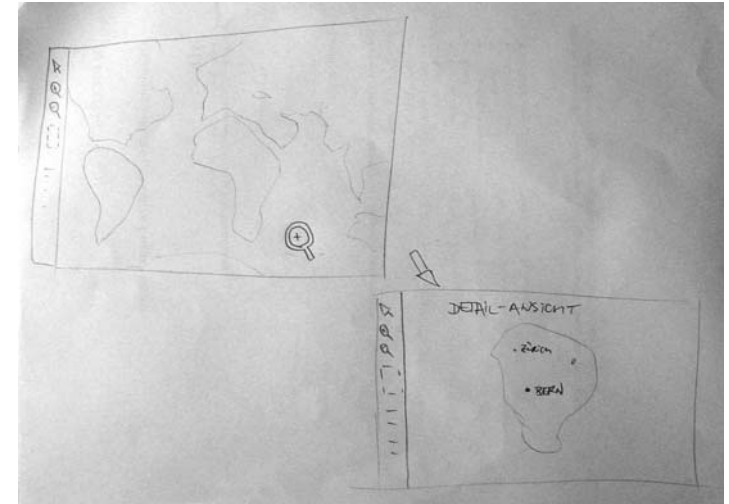
es ist davon auszugehen, das viele Designer den ganzen Tag/ häufig vor dem Rechner sitzen. So ist es zwingend erforderlich den Auftritt des Alumninetzwerkes visuell leicht erfassend zu gestalten. Dies heißt nicht es solle an Designelementen gespart, sondern diese nur schonend eingesetzt werden.

- Kienästhetisch: logische, sofortige Erfassung aller wichtigen Steuerorgane

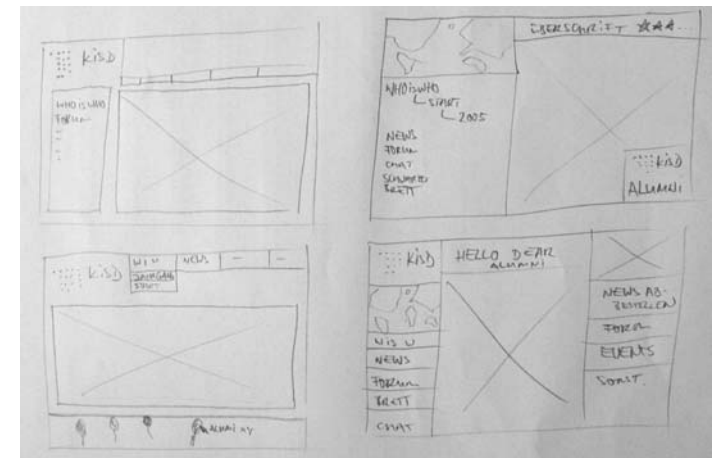
Die Gestaltung wurde bewusst den logischen Sehgewohnheiten des Menschen eingesetzt und trägt so zur Nutzerfreundlichkeit bei.

Die Besonderheit an dieser Struktur ist, dass Abgänger nicht ausschließlich nach Datum der Diplomarbeit oder nach Start des Studiums, sondern ebenfalls über eine Weltkarte ausfindig gemacht werden können.

Skizze, Struktureller Aufbau: Preview



Skizze, Struktureller Aufbau: Layoutaufbau



Styleguide Entwurf 1

Layout

Nach der Strukturierung unserer Punkte, war der nächste Schritt, erste Layoutvorschläge.

Meine erste Idee war es, den Aufstieg vom Studenten zu einem Ehemaligen anhand von der bronzenen/goldenen Farbgebung zu verdeutlichen.

Hier war es natürlich wichtig, dass die Navigation klar erkennbar und verständlich ist. Eine besondere Schwierigkeit die es zu lösen galt, war die geplante Landkarte gut und übersichtlich einzubauen.



Dies war mein erster Entwurf. Nachdem ich diesen verworfen hatte, entschied ich mich endgültig für einen zweiten Entwurf, den ich auf der folgenden Seite beschreibe. Die Struktur wird beibehalten nur das optische Erscheinungsbild hat sich geändert.



Styleguide Entwurf 1

Logo Farben Schriften Styles Fläche Kopf&Fuß Navigation Teaser Icons Portale Key Visual

Im eigenen Accountbereich besteht die Möglichkeit, die Farbgebung individuell auf die Bedürfnisse jedes einzelnen anzupassen.

Denkbar wäre eine gewisse Auswahl zwischen den Grundfarben, jedoch nicht mehr als zehn an der Zahl. So bekommt jeder/jede UserIn die Möglichkeit sein persönliches Intranet zu gestalten.

Im vorliegenden Styleguide werde ich mit Blautönen arbeiten. Die einzelnen Farbabstufungen werden auf die anderen Farben übertragen.

Das Logo/Wortmarke wird in seiner Form und Anordnung Corporate beibehalten (siehe hierzu auch Corporate Design Manual der KISD).

Da ein individuell eingerichtetes Layout, insbesondere die Farbgebung möglich ist, richtet sich die Farbe des Logo nach der ausgewählten Farbe.

Die Schlichtheit und Eleganz des alten Logos wird erhalten bleiben, damit der/die UserIn das Logo wieder erkennt und es mit dem alten in Verbindung bringen kann.



54c 38m 0y 0k



12c 8m 1y 0k



17c 11m 0y 0k



74c 57m 0y 0k

Köln
International
School
of Design

Köln
International
School
of Design

300 x 250 px

Styleguide Entwurf 1

Logo Farben Schriften Styles Fläche Kopf&Fuß Navigation Teaser Icons Portale Key Visual



Als ein besonderes Gimick gibt es bei diesen Entwurf, die Möglichkeit sein persönliches Layout farblich abzustimmen.



Die verschiedene Layouts werden über CSS gesteuert und sind so flexibel veränderbar.

Styleguide Entwurf 1

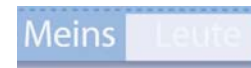
Logo Farben Schriften Styles Fläche Kopf&Fuß Navigation Teaser Icons Portale Key Visual

Die im Logo verwendete Schrift Myriad Regular, wird in Überschriften sowie im Fließtext und in der Navigationsleiste verwendet.
Für Auszeichnungen im Fließtext findet die Myraid Italic Verwendung.

Myriad CN
Myriad CN Italic
Myriad Italic
Myriad Regular

Die Links in der Navigationsleiste, Header, Content und Footer werden mit einem mouseover gekennzeichnet/dargestellt.

In der Hauptnavigationsleiste wird eine farbliche Veränderung des Hintergrundes den aktuell ausgewählten Bereich hervorheben.



Bei Besuch eines Textlinks wird eine leichte Farbveränderung dies verdeutlichen.

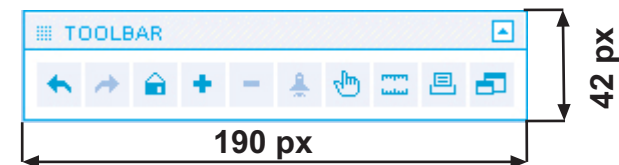
Link unbesucht
Link besucht

Links werden im Fliesstext in der selben Farbe dargestellt und durch einen Unterstrich gekennzeichnet, somit wird das Textbild/ Lesefluss nicht beeinflusst.

Mehr Informationen erhalten Sie [hier...](#)

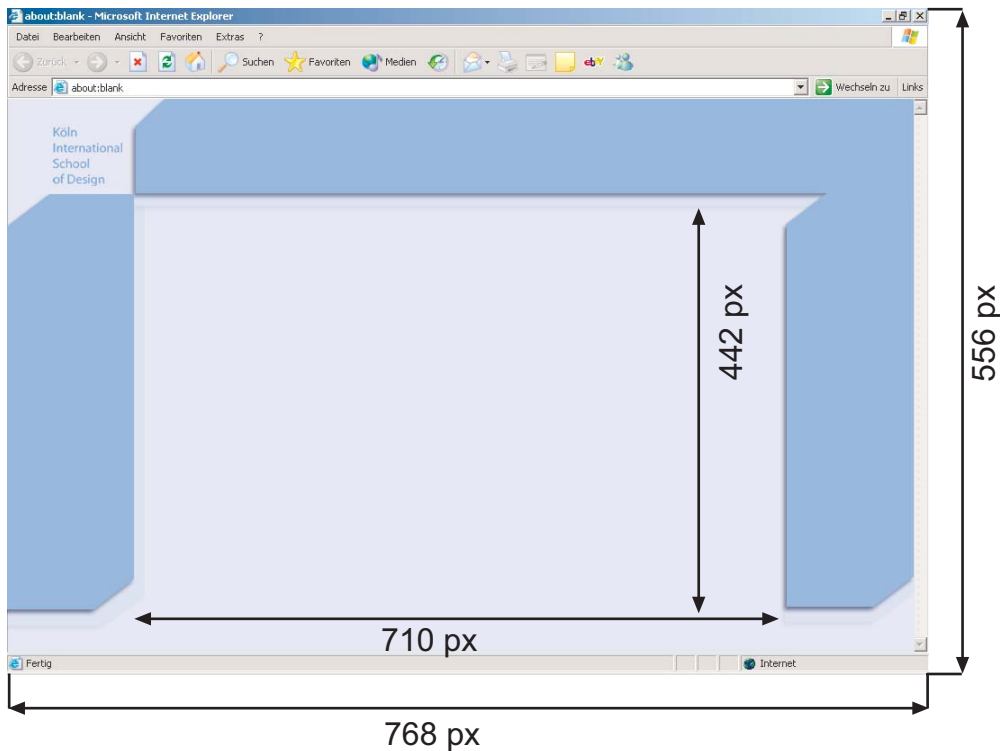
Ausnahmen:
Myriad Italic__für besondere Auszeichnungen.

Die Navigation auf der Landkarte ermöglichen gängige Icons, wie z.B. die in Map24 Verwendung finden.



Styleguide Entwurf 1

Logo Farben Schriften Styles Fläche Kopf&Fuß Navigation Teaser Icons Portale Key Visual



Header mit Logo und Navigation
755 x 82 px



Hauptnavigation
524 x 22 px



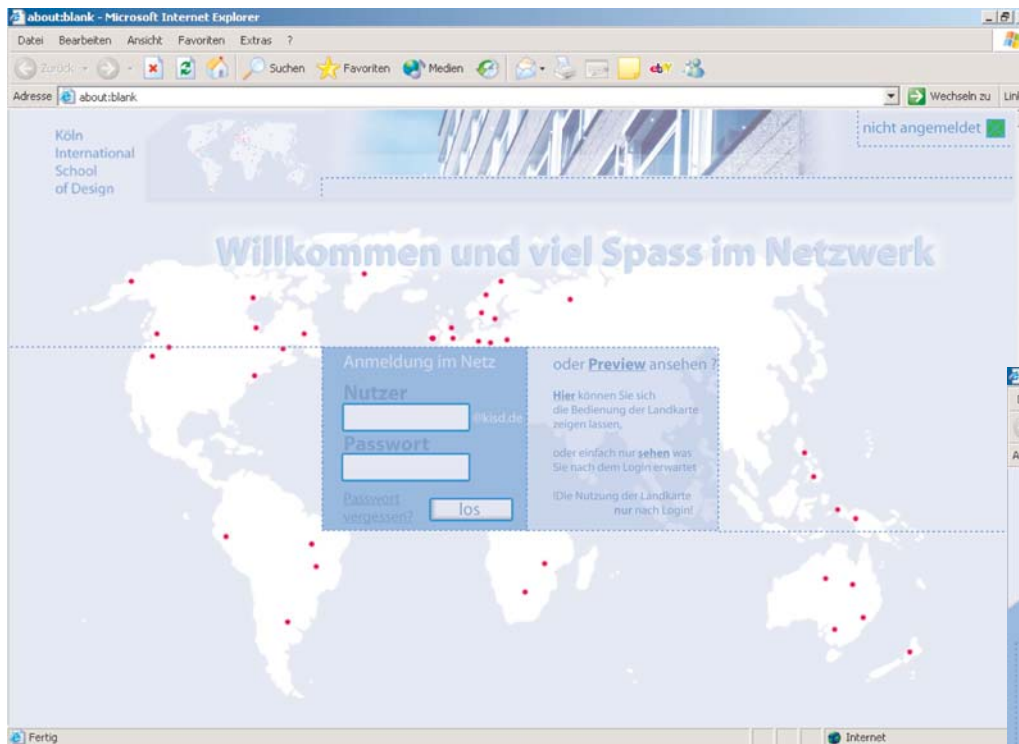
Unternavigation, deren Breite richtet sich nach Tiefe x 15 px



Suchleiste
128 x 20 px

Styleguide Entwurf 1

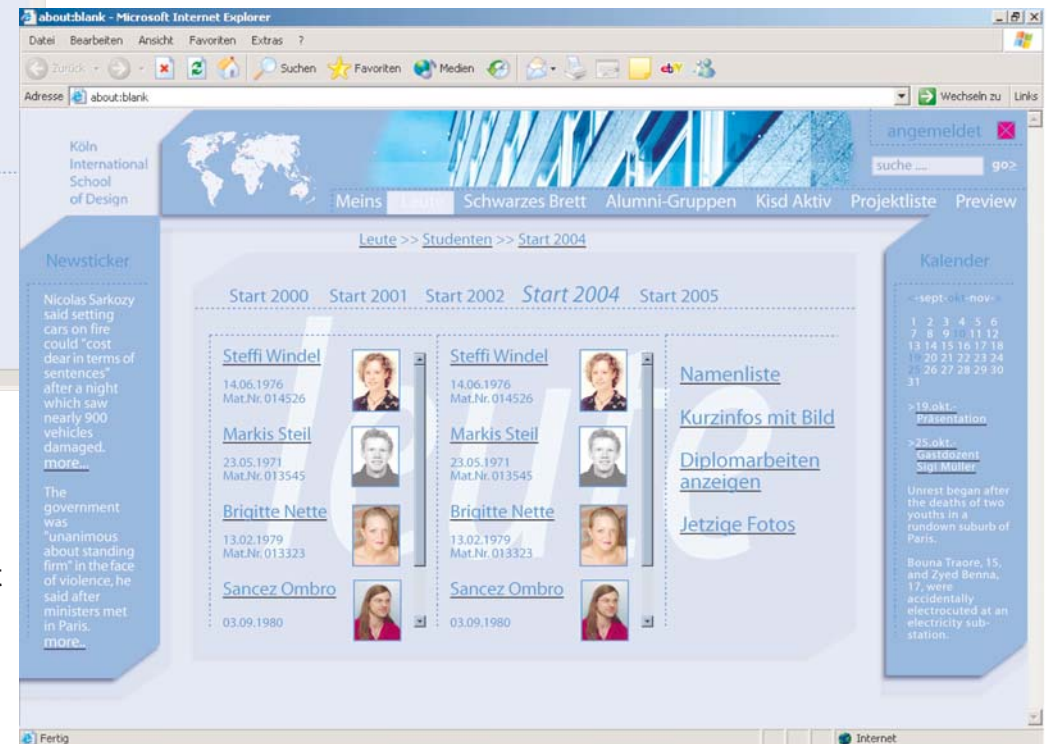
Logo Farben Schriften Styles Fläche Kopf&Fuß Navigation Teaser Icons Portale Key Visual



Die Startseite des Entwurfs mit Previewmöglichkeit und Loginbox.

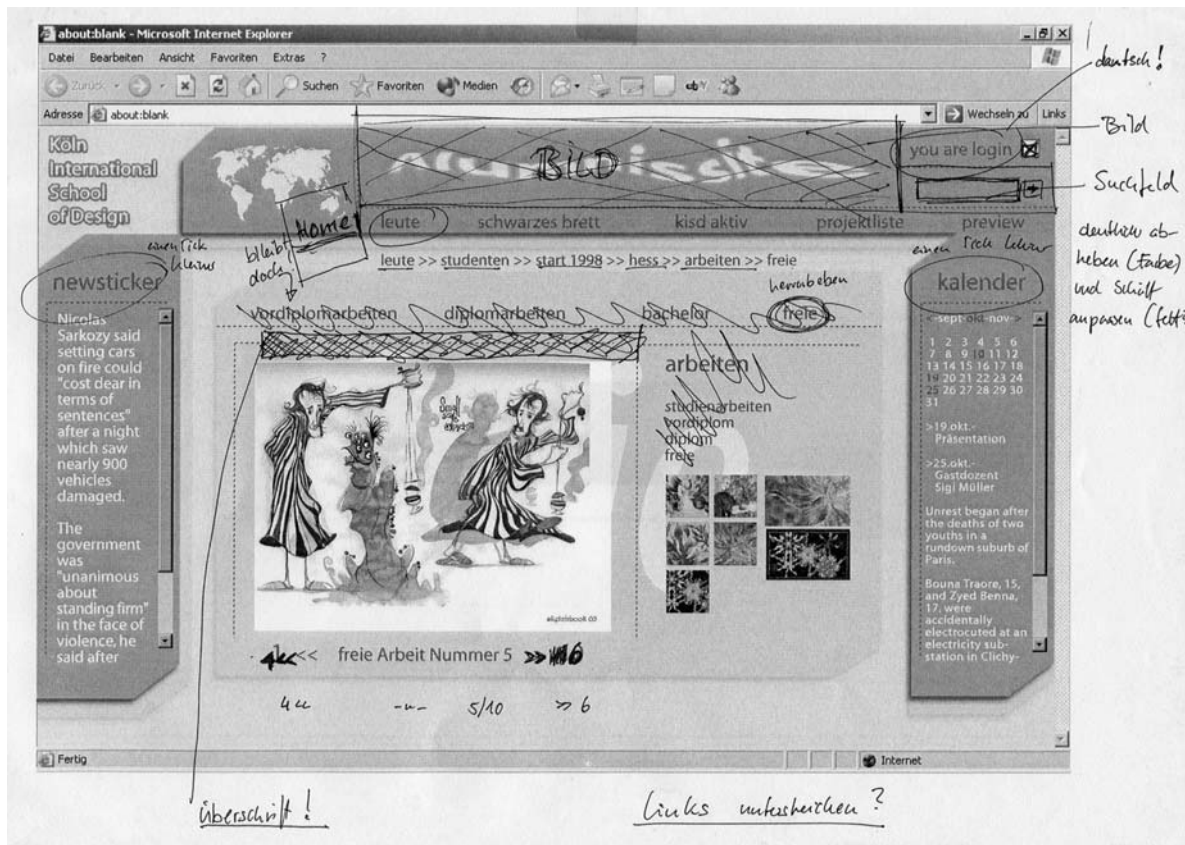
Die Landkarte, die später für die Navigation genutzt wird, ist schon sichtbar, wodurch das Interesse geweckt wird. Dies geschieht ebenfalls durch den Trailer, der die Funktion der Navigation erklärt. Die Landkarte funktioniert mit Java-script. (siehe Map24.de)

Eine Unterseite, die sichtbar wird nach dem Login. Man gelangt automatisch nach dem Login auf dem Persönlichen Account, um gegebenenfalls Veränderungen bezüglich Adresse/ Kontakt Daten vorzunehmen.



Styleguide Entwurf 1

Logo Farben Schriften Styles Fläche Kopf&Fuß Navigation Teaser Icons Portale Key Visual



Nach der Vorstellung der Layouts in der Gruppe, wurden von den Dozenten und Gruppenmitgliedern Verbesserungsvorschläge und Kritik geübt. Nach Verbesserungen und Neu/Umgestaltung einiger Punkte, hatte jedes Gruppenmitglied ein eigenes Konzept. Da wir uns später für einen Vorschlag entscheiden mussten, waren wir sehr bedacht alle Verbesserungen und Neurungen bestmöglich einzubinden bzw. zu berücksichtigen.

Entwurfsskizze eines Layoutvorschlag mit Änderungen und Verbesserungen

Styleguide Entwurf 1

Logo Farben Schriften Styles Fläche Kopf&Fuß Navigation Teaser Icons Portale Key Visual

Jeder Teaser grenzt sich durch eine gestrichelte Borderline von den anderen nicht themenverwandten Teaser ab.

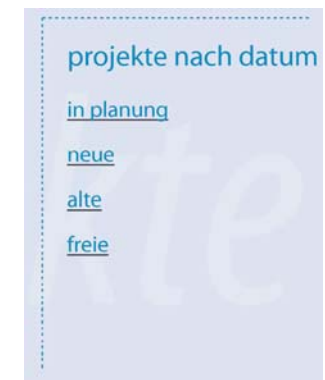
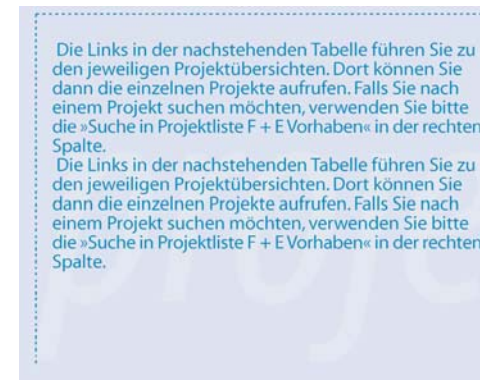
Die zwei äußeren Teaser heben sich zusätzlich durch Ihre Farbgebung, die der Farbe des Headers entspricht, ab.

Icons für das eigene Profil sind denkbar, aber noch nicht umgesetzt. Eine ähnliche Verwendung der Icons, wie im jetzigen Intranet wird jedoch angestrebt, so wird ebenfalls eine Zugehörigkeit/ Verwandtschaft hergestellt.

Portale/Forum ist angedacht, allerdings noch nicht realisiert.

Als Key Visual und zur optischen Klarheit wird mit Bildern gearbeitet, die KISD-typisch angeschnitten werden und somit Ihrer Aussage den gewählten Menüunterpunkt symbolisieren. Ein Jahreszeit bedingter Wechsel der Fotos ist denkbar. (ähnlich wie die jetzigen Fotos auf der *kisd.de* Seite)

Um die Teilnahme und das Interesse an dem Intranet zu sichern, besteht die Möglichkeit, seine eigenen Bilder für diese sich regelmäßig wechselnden Menüfotos zur Wahl zu stellen.



Teaser links und rechts



Styleguide Entwurf 2

von Maik Waidmann

0. Vorwort

1. Designidee

2. Gestaltungsbeispiele

3. Erscheinungsbild

0. Vorwort

Zur Vereinfachung des Leseflusses verzichte ich auf die geschlechterspezifische Schreibweise „Ehemalige/r“ und spreche nur von „dem Ehemaligen“.

1. Designidee

Überlegung hinter dem Entwurf ist die visuell attraktive Umsetzung von KISD Vorgaben. Die Seite wird durch einen fest definierten ungewöhnlich großen Bildbereich aufgelockert, dieser bietet die Möglichkeit wechselnde KISD Motive darzustellen um den Ehemaligen einen optischen Bezug zu liefern der über das Logo hinausgeht.

Um einen Bezug zum KISD Intranet zu halten, das die meisten Ehemaligen schon sehr gut kennen, sind weiterhin die von dort bekannten Icons ein zentrales Steuerelement das sich immer an der gleichen Stelle unterhalb des großen Bildes befindet.

Der Inhaltsbereich wird durch die Navigation die sich im oberen Drittel der Seite befindet zweigeteilt. Der kleinere Bereich oberhalb der Navigation dient der Platzierung von kleinen Boxen die den Zugriff auf Informationen wie die Weltkarte, den Kalender oder inhaltsbezogene Daten ermöglichen. Diese können sich je nach gezeigtem Inhalt durchaus verändern.

Um die Seite lesefreundlicher zu gestalten wird die gesamte Seite auf einem dunklen Hintergrund präsentiert, damit sich der Ehemalige zum langen Verweilen eingeladen fühlt.

Styleguide Entwurf 2

Farben und Schriften

Bei dem Einsatz der Schriften auf dem Portal wird im Normalfall immer die Verdana genutzt. Lediglich bei Überschriften wird mittels Bild oder sIFr-Plugin auf die KISD Hausschrift Myriad zurückgegriffen.

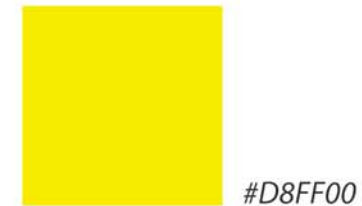
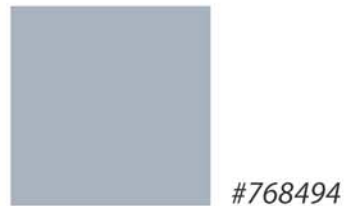
Das schwarze Brett

Myriad, Bold, 18 pt

Jobs, Projekte und Praktika

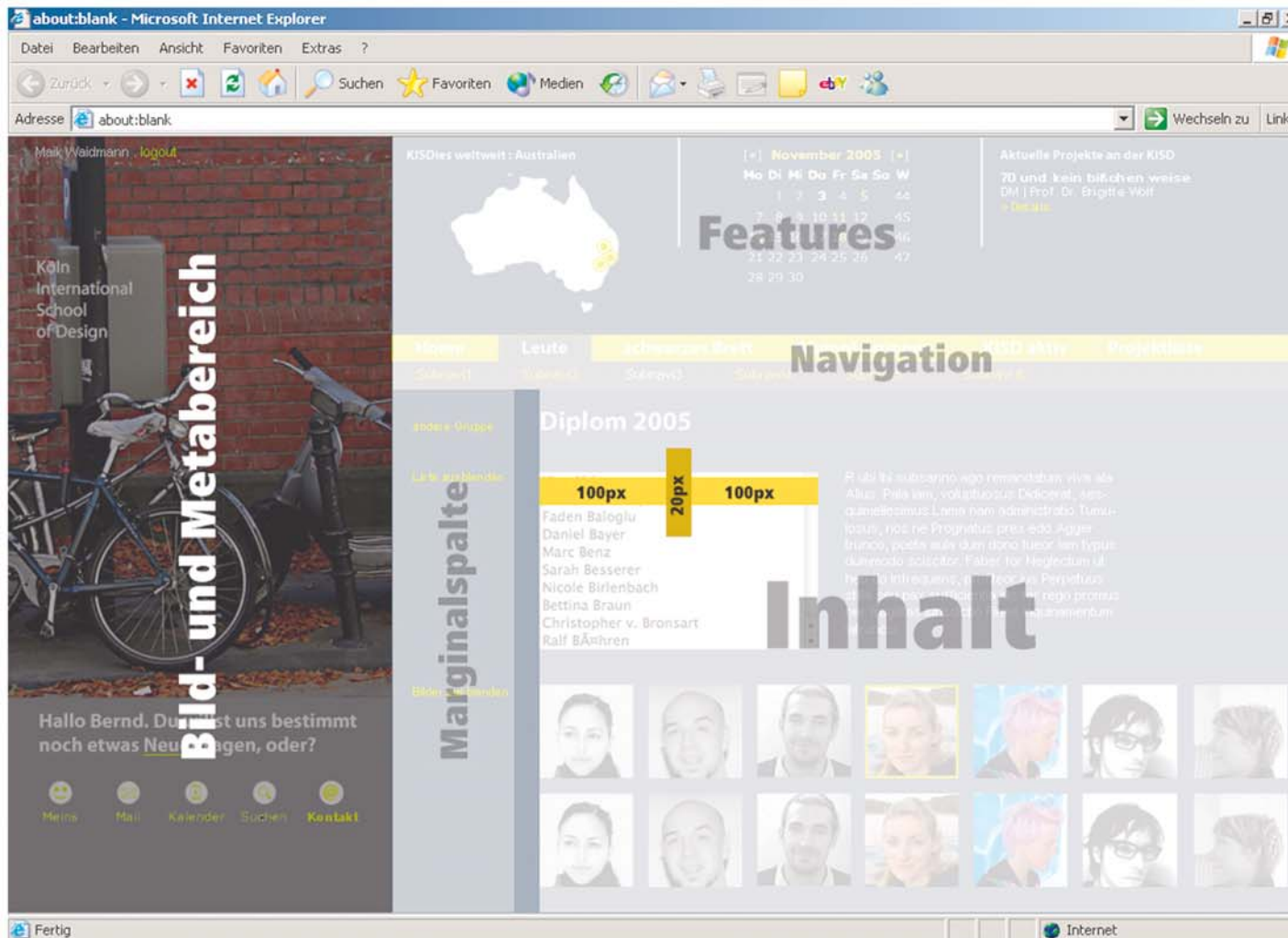
itio implacabilis his arx Arx tristis ho
amo talio ita Accredo. Quo munero/

Arial, 12px



Styleguide Entwurf 2

Raster



Das Raster ist in drei Bereiche gegliedert. Der Bild- und Metabereich ganz links sowie den Inhalts- und Featurebereich auf der rechten Seite. Wobei genau ein Drittel der Seite, in der Breite, dem Bildbereich und zwei Drittel dem Inhaltsbereich gehören.

Styleguide Entwurf 2

2. Gestaltungsbeispiele

2.1 Loginscreen

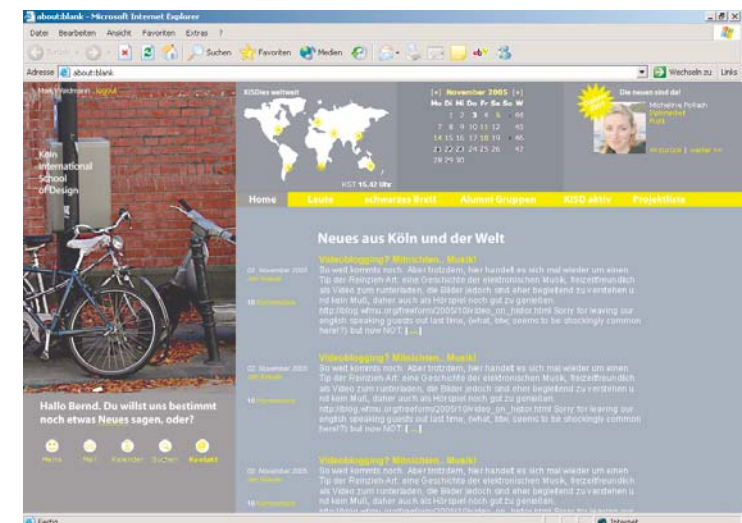
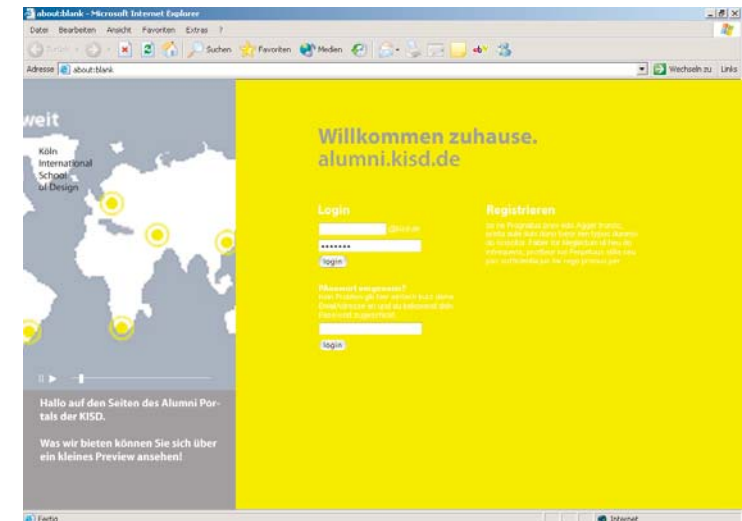
Der Loginscreen ist die Standardansicht für jeden Besucher, egal ob er registrierter Ehemaliger ist oder nicht. Neben der Begrüßung „Willkommen zuhause!“ gibt es eine einfache Loginmaske und einen zusätzlichen Bereich in dem das vergessene Passwort angefordert werden kann.

Besonderheit ist das der Bildbereich der auch hier schon existiert durch einen einfachen Mausklick in eine Flashanimation umgeschaltet werden kann, die dem interessierten Besucher dann in einer kurzen Preview die spannendsten Inhalte und Funktionen des Alumniportals näher bringt.

2.2 Startseite

Die Startseite des Portals ist gleichzeitig der Bereich „Neues“. So erfährt der Besucher bei jedem Login direkt die Neuigkeiten aus Köln oder der Welt der Ehemaligen. Die Inhalte werden hier über das gleiche System wie im Intranet gepflegt, allerdings mit dem Vermerk „alumni“ versehen. Kommentarfunktionen bleiben obligatorisch.

Besonderheit auf der Startseite ist, das der Ehemalige unterhalb des Bildbereichs begrüßt wird und z.B. um Aktualisierungen seiner persönlichen Daten durchzuführen. Diese Funktionalität kann auf allen Seiten eingebunden werden und durchaus inhaltsbezogene Ansprachen enthalten.

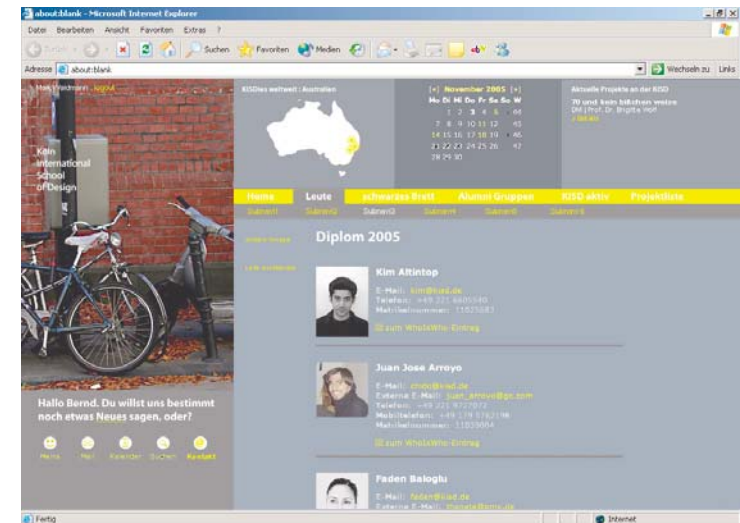


Styleguide Entwurf 2

2.3 Leute

2.3.1 Gruppenansicht

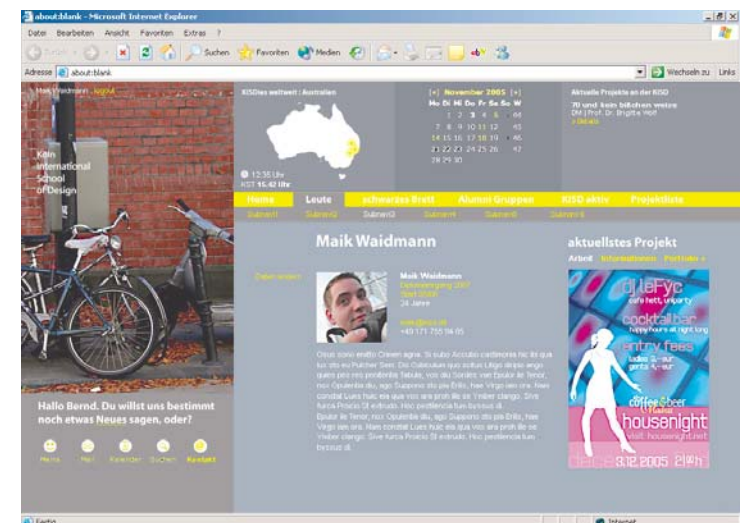
Die Gruppenansicht der Ehemaligen ist ähnlich aufgebaut wie die Ansicht im Intranet. Einzig und allein in der freien Konfigurierbarkeit der Parameter liegt der Unterschied. Verändert werden können alle Merkmale die angezeigt werden sollen. So kann z.B. das Bild einer Person durch die letzte Arbeit oder die Diplomarbeit ersetzt werden. Technisch sollte dies durch das AJAX-Modell(de.wikipedia.org/wiki/AJAX) lösbar sein, damit keine ständigen Reloads der Seite erforderlich sind.



2.3.2 persönlicher Eintrag

Übernommen werden hier eigentlich alle Daten aus dem Intranet die auch jederzeit editiert werden können (ggf. AJAX; s. 2.3.1). Neben den bekannten Daten hat jeder Ehemalige die Möglichkeit eine eigene Galerie anzulegen und so ein kleines digitales Portfolio zu pflegen.

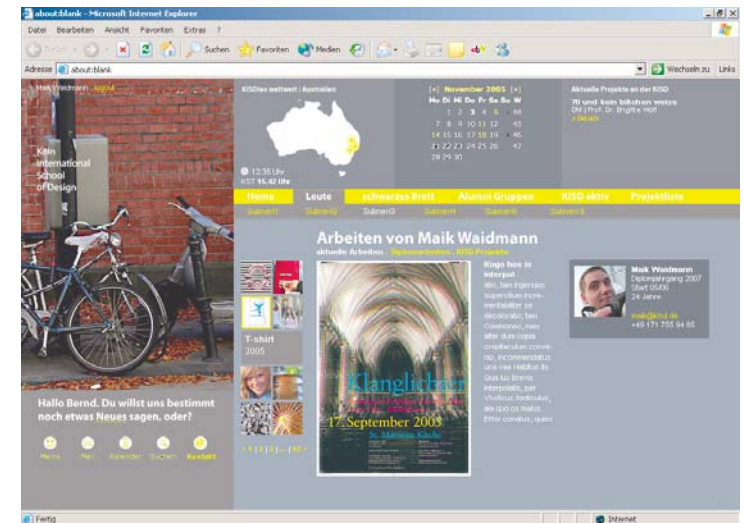
Besonderheit ist hier das die Möglichkeit gegeben werden könnte die Daten des persönlichen Eintrags und der Galerie als Visitenkarte im Internet zur Verfügung zu stellen.



Styleguide Entwurf 2

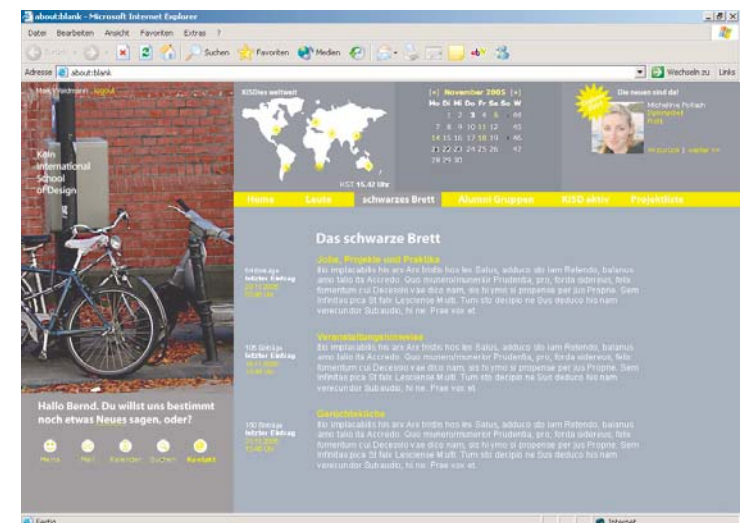
2.3.3 Galerie / Portfolio

Die Portfolio Seite des Ehemaligen ist auch wieder ständig editierbar und bietet die Möglichkeit zu jeder Arbeit bzw. jedem Projekt (auch alte KISD-Projekte können abgefragt werden!) eine oder mehrere Abbildungen einzubinden sowie zusätzlich einen kleinen beschreibenden Text der Arbeit.



2.4 schwarzes Brett

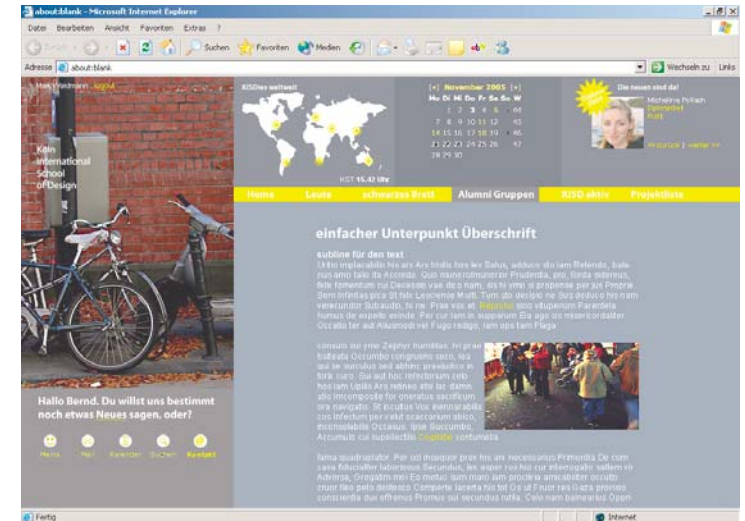
Das Schwarze Brett stellt das zentrale Kommunikationselement des Portals dar. Hier können die Ehemaligen über eigene Themen diskutieren, an Diskussionen des Intranets teilnehmen sowie gezielt als eine Art „ältesten Rat“ auf die Fragen der Studenten eingehen. Der gestalterische Aufbau der Seite ähnelt dem gängiger Foren, da sich hier spezielle Darstellungen durchgesetzt haben und als funktionabel im Raum stehen.



Styleguide Entwurf 2

2.5 Beispielseite

Die Beispielseite zeigt abschliessend noch einmal den Umgang mit Fliesstexten und Bildern.



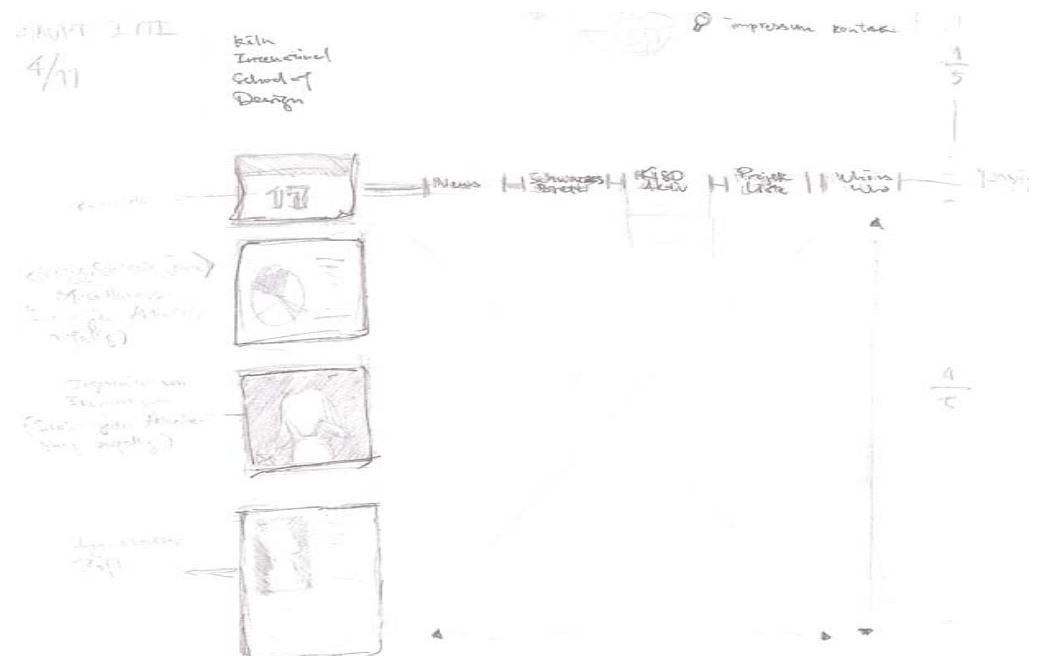
Styleguide Entwurf 3

von Ricky Cahyana

Es geht in diesem Projekt darum, ein Alumninetzwerk und dessen Layouts zu konzipieren und zu gestalten. Eine Plattform soll aufgebaut werden, die als Cyber-Treffpunkt fungiert, wo ein gegenseitiger Nutzen, sowohl für die Ehemalige als auch für die jetzigen an der KISD Studierenden erzielt werden soll. Ferner soll auch eine breitere und stärkere Anbindung unter den Ehemaligen zur KISD erlangt werden.

Folgende Punkte sind während dem Projekt abgearbeitet worden:

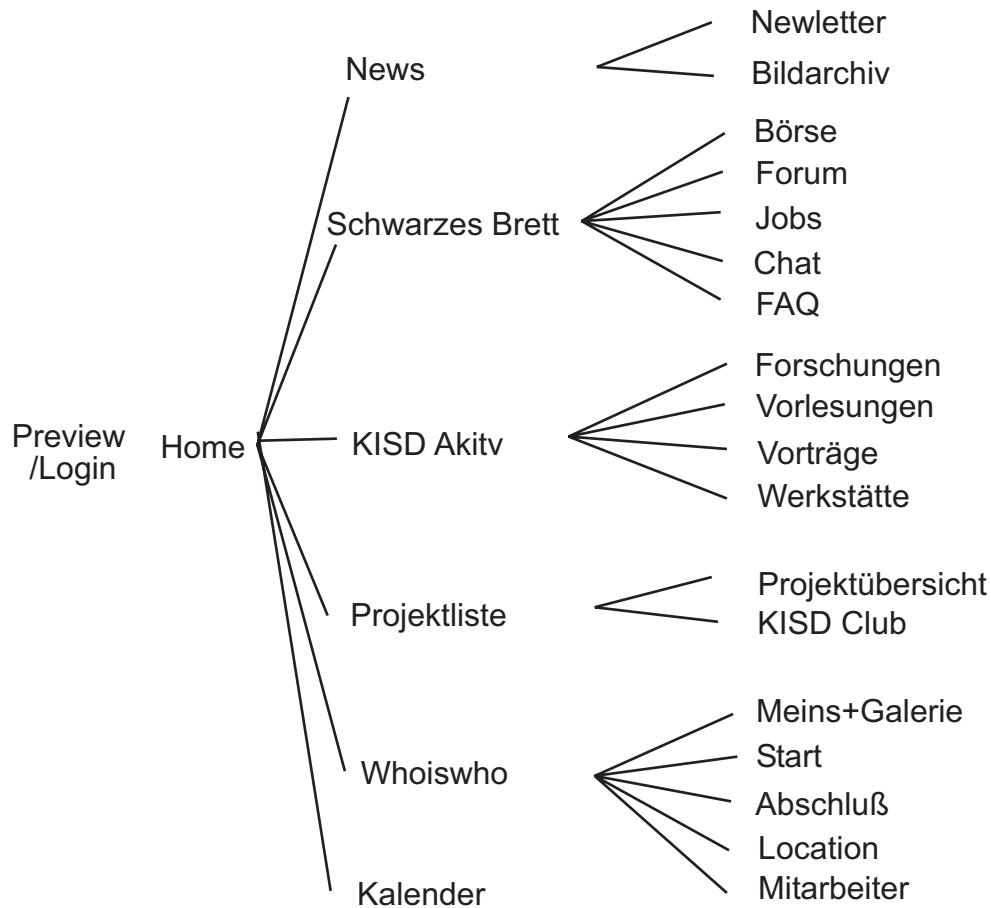
- Briefing des Projekts von der Projektleiterin und dem Projektleiter
- Gruppenrecherche
- Festlegung von angebotenen Funktionen
- Skizzieren der Seiten
- Umsetzung der Skizze
- Ergebnis
- Dokumentation
- Präsentation



eine Skizze des Layouts

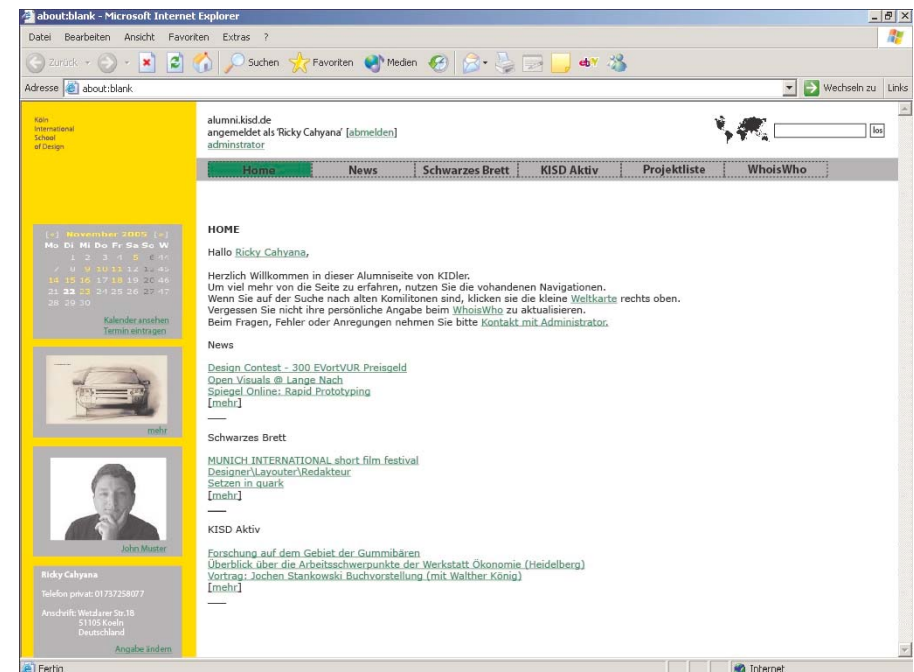
Styleguide Entwurf 3

Link Map



Aussehen

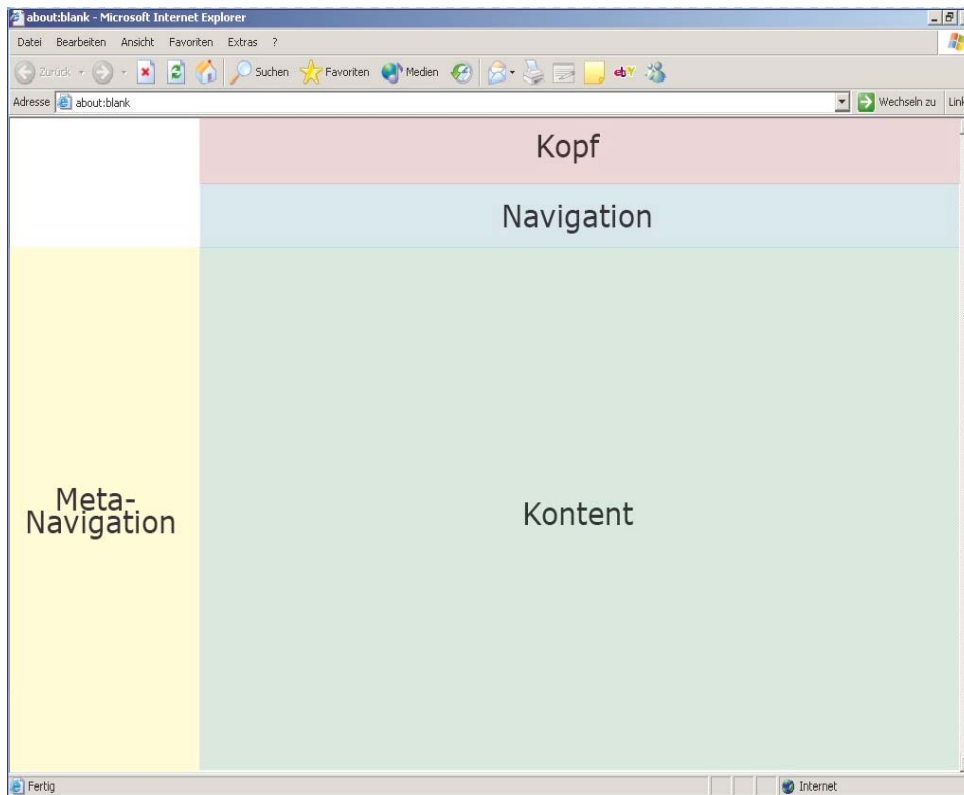
- Das gesamte Aussehen der Seite ist so konzipiert, um ein schnelles Verstehen zu ermöglichen und um geordnet zu wirken.
- Die Flächenverteilung der Seite ist normal, wie auch bei anderen Seiten zu sehen ist. Diese Verteilung ist benutzt worden, um ein schnelles Greifen der gewünschten Funktion zu erzielen.
- Die Hintergrundfarbe des Contentbereiches ist Weiß. In der linken Spalte der Seite ist ein kräftiges, kontrastreiches Gelb verwendet worden.
- Die Größe der verwendeten Schriften ist etwas größer als üblich, damit die Texte von den Ehemaligen auch gut gelesen werden können.
- Letztlich bringt die Farbkombination eine fröhliche Stimmung.



Styleguide Entwurf 3

Flächeverteilung

Die Flächenverteilung der Website sieht folgendermaßen aus :



Schrift

- Myriad Pro, DieHauschrift der FH Köln, wird im Seitenkopf, Navigation, sowie Metanavigation benutzt. Die verwendeten Größe sind 10 pt, 12 pt, 16 pt, 28pt.

- Verdana, wird nur im Fließtext benutzt. Die Größe ist 11pt.

Myriad Pro 10 pt

Myriad Pro 12 pt

Myriad Pro 16 pt

Myriad Pro 28 pt

Verdana 11 pt

Styleguide Entwurf 3

Farben

- Weiß #FFFFFF

- Schwarz #000000

- Grau #999999

- Gelb #FFCC00

- Grün #006633

- Rot #CC0033

Style

Links werden auf allen Seiten grün (#006633) gefärbt und unterstrichen. Der ausgewählte Punkt in der Navigation wird durch einen vorangestellten Pfeil hervorgehoben und gleichzeitig erscheint die Unternavigation des Punktes, wenn sie vorhanden ist.

Home	News	Schwarzes Brett	KISD Aktiv	Projektliste	WhoisWho
Meins+Gallerie	Location	Abschluss	Start	Mitarbeiter	
Diplomarbeit	Projektarbeit	Sonstigearbeit			

Hallo [Ricky Cahyana](#),

Herzlich Willkommen in dieser Alumniseite von KIDler.

Um viel mehr von die Seite zu erfahren, nutzen Sie die vohandenen Navigationen.

Wenn Sie auf der Suche nach alten Komilitonen sind, klicken sie die kleine [Weltkarte](#) rechts oben. Vergessen Sie nicht ihre persönliche Angabe beim [WhoisWho](#) zu aktualisieren.

Beim Fragen, Fehler oder Anregungen nehmen Sie bitte [Kontakt mit Administrator](#).



Galerie

Vorname: Moritz
Nachname: Halfmann

Kontakt
E-Mail:
mhalfman@kisd.de
halfmann@formlos.com

Styleguide Entwurf 3

Preview/Loginseite

Als Preview dieser Webseite sind einige Screenshots von verschiedenen Unterseiten des Alumninetzwerkes sichtbar. Einige von diesen können für Werbezwecke oder für Veranstaltungshinweise genutzt werden. An erster Stelle ist immer der Screenshot von der Landkarte zu sehen, die bei der Seite Location gezeigt wird. Neben der Bilderreihe der Screenshots gibt es ebenfalls eine Dialogbox zur kurzen Beschreibung des Bildes. Unter der Reihe gibt es ein Newsticker. Sämtliche Neuigkeiten unter den Ehemaligen sollen durch den Liveticker auf der Previewseite gezeigt werden. Rechts unten auf der Seite gibt es die übliche Login- und Anmeldestelle.

Navigation

Die Navigation wird horizontal gestaltet. Navigationspunkte wie Links werden farbig mit akzentuiertem Mouse-Over-Effekt dargestellt. Auf jeder Ebene wird eine unterschiedliche Farbe verwendet; grün auf der ersten Ebene, gelb auf der zweiten, und rot auf der dritten. Nun folgen kurze Informationen der Punkte in der Navigation:

Home

Zu dieser Seite wird der Angemeldete direkt weiter geleitet. Als Inhalt werden alle Neuigkeiten aus anderen Navigationspunkten hier aufgelistet.

News

Wird in zwei Teile geteilt: dem Newsletter und dem Bildarchiv. Die basieren auf einem Weblog, wobei man nicht nur seine Artikel bzw. Bilder veröffentlichen, sondern auch seine Kommentare dazu posten kann.

Styleguide Entwurf 3

Schwarzes Brett

Enthält Börse, Forum, Jobs, Chat und FAQ. In der Börse kann man Sachen kaufen und verkaufen. Das Forum ist eine Plattform zum Meinungs austausch oder zum Debattieren. In Jobs kann man Jobs suchen und anbieten. Beim Chat kann ein Angemeldeter mit anderen Angemeldeten sich unterhalten. Im FAQ können Lösungen für wiederkehrende Probleme bei der Benutzung des Alumninetzwerks nachgeschlagen werden.

KISD Aktiv

Ist eine Schnittstelle für Ehemaligen, die an der KISD aktiv werden möchten. Ehemaligen können zusammen mit Professoren oder Dozenten, Forschungen, Projekte und Seminare durchführen. Sie können Vorträge und Vorlesungen geben und mit anhören. Ebenfalls ist es für Ehemaligen möglich, die Werkstätte an der KISD zu benutzen.

Projektliste

Hier werden alle Projekten aufgelistet, die zurzeit durchgeführt werden. Der Idee ist es, dass die Ehemaligen konkret etwas zum Studium an der KISD beitragen können. Außerdem gibt es den Link zum KISD-Club.

WhoisWho

Der WhoisWho-Eintrag beinhaltet grundsätzlich drei Funktion:

- Eintrag der Personalangaben
- Eine Galerie, die nach Diplomarbeit, Projektarbeit und sonstige Arbeiten sortiert sind.
- Kommilitonensuche, wobei diese Funktion nach dem Startjahr, dem Abschlussjahr und dem Wohnort der Person sortiert ist.

Content

Der Contentbereich beinhaltet Fließtexte, Bilder, Tabellen, etc. Fließtexte werden normalerweise nicht gespaltet. Wenn ein Text nicht mehr in den Content-Bereich passt, wird die Scrollfunktion verwendet. Eine Ausnahme ist bei der Abschluss und Start des WhoisWho-Eintrags. Zur einfachen Suche, wird der Contentbereich dreispaltig geteilt.

Styleguide Entwurf 3

Meta-Navigation

Es gibt vier Elemente bei der Meta Navigation.

1. Der Kalender; zeigt alle Termine und Veranstaltungen, nicht nur Termine für Ehemaligen sondern auch Termine für Studenten, er wird mit dem Studentenkalender abgeglichen. Ebenfalls kann man Termine in den Kalender eintragen.
2. Miscellaneous; In dieser Funktion ist alles enthalten, was mit Bilder zu tun hat. Ob es Statistiken, Comics, Karikaturen, Lokation, lustige, komische oder interessante Bilder, kann hier da platzieren.
3. Angabenerrinnerungsbox; ein zufälliges Gesicht und Name werden bei jedem Neuladen der Seite dort gezeigt. Der click des Namen führt direkt zu dessen Whoiswho-Seite. Die Grundidee ist, die Möglichkeit zum Kennen lernen unter den Ehemaligen. Hier kann man Ehemalige, aus anderen Jahrgängen und unbekannte Ehemaligen kennen zu lernen.
4. Angabeminibox; sie beinhaltet die Telefonnummer und die Anschrift von dem Angemeldeten. Diese Funktion dient zur Erinnerung und wurde konzipiert, damit der Angemeldete immer seiner aktuellen Adresse und Telefonnummer angemeldet ist. Eine Verknüpfung zur Änderung der Personalangabe steht auch zur Verfügung.
5. Statusanzeige; Eine Anzeige, ob der Benutzer angemeldet ist. Hier gibt es einen Link zum Abmelden und Kontaktmöglichkeit zum Administrator.
6. Landkartenverknüpfung; Eine schnelle Verknüpfung zur Landkartenfunktion.
7. Suchfunktion; Eine Funktion zur Suche, sowohl nach Dokumenten als auch nach Personen.

Weltkarte

Die Funktion ist unter der Seite WhoisWho -> Lokation

Die Funktion der Landkarte spielt in diesem Projekt eine wichtige Rolle. Nach dem Abschluss des Studium sind viele Ehemaligen aus Köln weggezogen. Um ein Überblick, über die Verteilung der KISD Ehemaligen zu wahren und um die Kontaktpflege unter den Ehemaligen zu erleichtern, ist die Anbindung der Ehemaligen wichtig. Eine interaktive Weltkarte bringt die Lösung. Der Ort, wo sich die Ehemaligen befinden ist mit einem blinkenden Punkt gekennzeichnet. Damit sie leicht zu bedienen und verständlich ist wird ein Mouse-Over-Effekt verwendet. Andere Funktionen sind einige Zoom-Tools und eine Länderauswahltabelle zur schnellen Auswahl.

Gimmick

Das Gimmick dieser Webseite ist die Angabenerrinerungsbox. Diese Idee trifft genau das Problem der nicht aktualisierten Angaben von Ehemaligen, die sehr oft umziehen und eben ihre Daten nicht aktuell halten.



Ergebnis

Ergebnis

Das Ergebnis ist ein Produkt aus den vier vorangegangenen Layoutvorschlägen. Wobei der vierte gleichzeitig das Endlayout beinhaltet und somit nicht noch einmal explizit beschrieben wird. Hier wird versucht, die Vorzüge und Besonderheiten jedes Einzelnen zu berücksichtigen und einzubinden.

Das Logo/Wortmarke wird in seiner Form und Anordnung Corporate beibehalten. (siehe hierzu auch Corporate Design Manual)

Die Schlichtheit und Eleganz des alten Logos bleibt erhalten, so dass der/die UserIn das Logo wieder erkennt und es mit dem alten in Verbindung bringen kann.

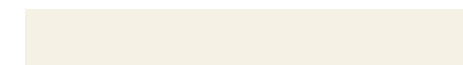
Die Farben sind gedeckt und dezent, ohne groß abzulenken, so dass die Wirkung der Bilder sich frei entfalten kann.

Der obere Teil ist überwiegend in hellen Ockertönen und der untere Teil in dunkleren Grautönen gehalten.

Die visuelle Trennung der beiden Teile erfolgt durch eine weiße Informationsleiste, die wichtige Punkte wie z. B. Logout, Datum enthält.

Köln International School of Design

300 x 250 px



3c 3m 9y 0k



13c 13m 24y 0k



54c 45m 45y 10k



43c 35m 35y 1k

Ergebnis

In Überschriften sowie im Fließtext wird Verdana Regular verwendet.

In der Informationsleiste wird die Verdana Regular verwendet. Auszeichnungen im Fließtext werden in Verdana Italic/ Bolditalic dargestellt.

Besondere Auszeichnungen werden mit Verdana Italic gekennzeichnet.

In der Navigationsleiste, Header, Content und Footer werden die Links mit einem mouseover gekennzeichnet/dargestellt. Bei Besuch eines Links wird eine leichte Farbveränderung dies verdeutlichen.

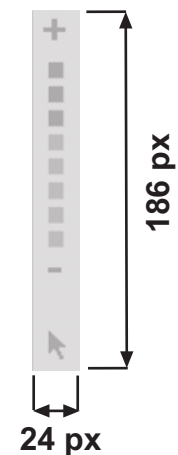
Links werden im Fließtext in der selben Farbe dargestellt und durch einen Unterstrich gekennzeichnet/ erkennbar gemacht. Somit wird der Lesefluss/das Textbild nicht beeinflusst.

In der Hauptnavigationsleiste wird eine farbliche Veränderung des Hintergrundes den aktuell ausgewählten Bereich hervorheben.

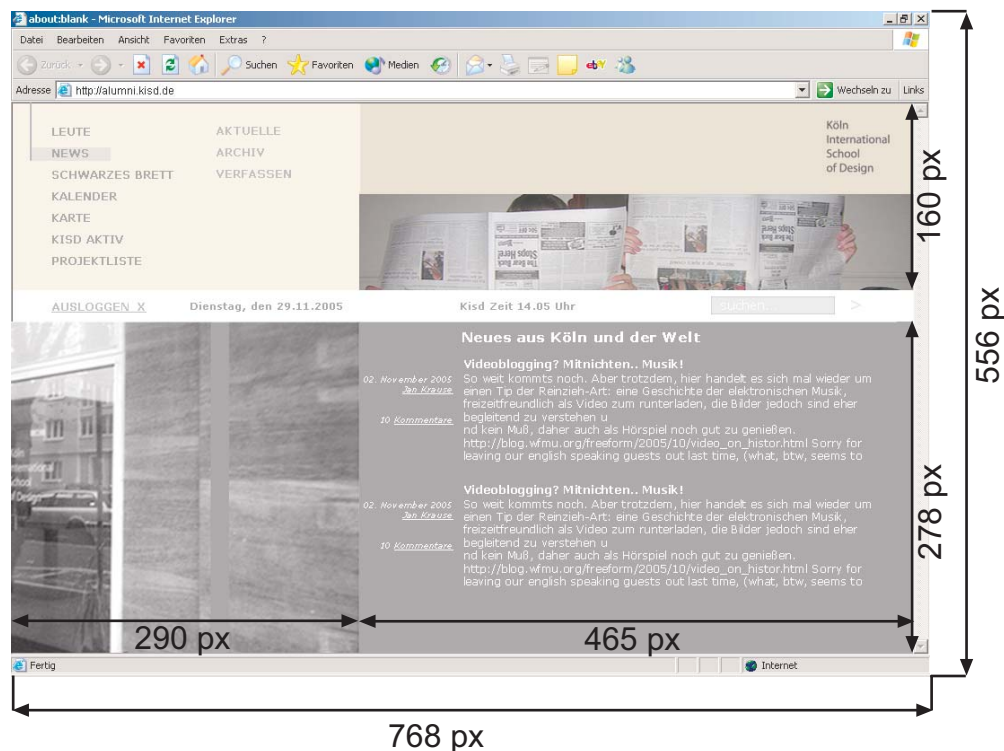
Die Navigation auf der Landkarte ermöglichen gängige Icons, wie z.B. in Map24 verwendet werden.

Verdana Regular
Verdana Bold
Verdana Italic
Verdana Bolditalic

Link normal
Link mouseover
Link visited



Ergebnis



Die 2/3 zu 1/3 Einteilung wird optisch besser Wahrgenommen und löst sich ein wenig von den Standard-Internetseiten ab. Der weiße Trennbalken hält Ordnung und schafft Ruhe auf der Seite.



Header mit Logo und Navigation
754 x 160 px



Hauptnavigation
290 x 160 px



Infobalken
754 x 25 px

Durch die festen Bildbereiche und festgelegten Flächen herrscht klare Ordnung und der User weiß sofort wo er was und wie findet; ganz ohne Sitemap. Dieses Layoutraster wird mit Ausnahme der Startseite/Login konsequent beibehalten.

Ergebnis

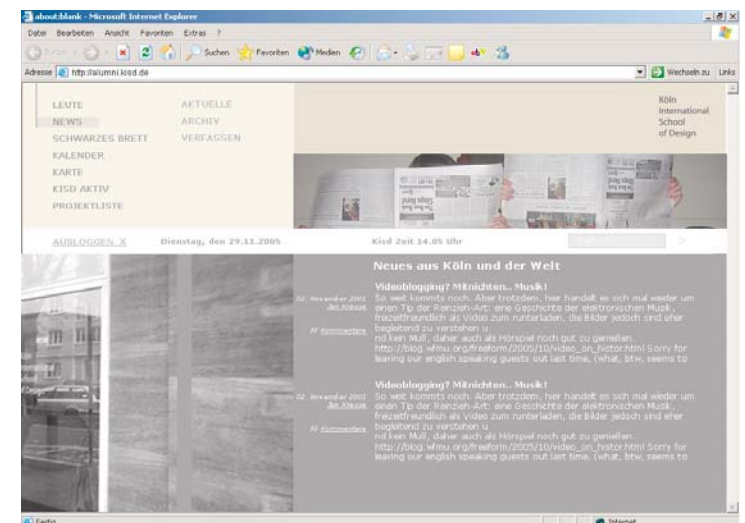
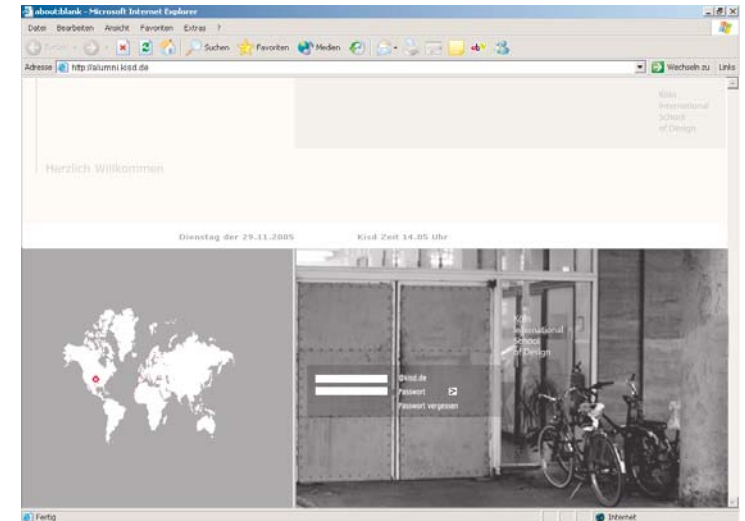
2. Gestaltungsbeispiele

2.1 Loginscreen

Der Loginscreen beinhaltet die Passwortabfrage die jedem Benutzer erscheint, egal ob schon registriert oder nicht. Das vergessene Passwort kann angefordert werden. Die Loginfelder sind über der Eingangstür der KISD angeordnet, um so metaphorweise das Eintreten verdeutlicht. Im linken Teil der Seite kann man sich bei Bedarf den Trailer anschauen, der die Funktion der Weltkarte näher beleuchtet. Es sind nur die wichtigsten Punkte auf der ersten Seite sichtbar.

2.2 Startseite

Die Startseite des Portals ist gleichzeitig der Bereich „Neues“. So erfährt der Besucher bei jedem Login direkt die Neuigkeiten aus Köln oder der Welt der Ehemaligen. Neben einer kleinen Ansicht seiner Eckdaten, die hier an Ort und Stelle geändert werden können. So hat der User nach jedem Login die Möglichkeit seine vielleicht geänderten Daten zu aktualisieren.

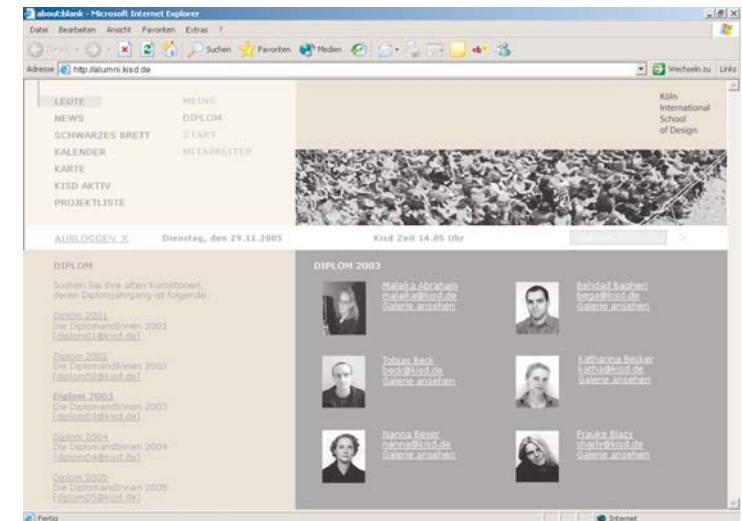


Ergebnis

2.3 Leute

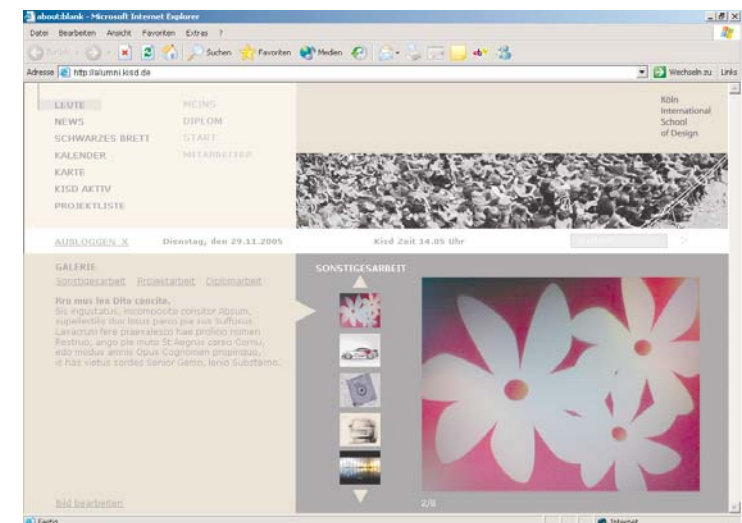
2.3.1 Gruppenansicht

Die Gruppenansicht gliedert sich in die Vordiplom/Diplomjahrgänge, Bachelor/Masterstudien und nach dem Start der Ehemaligen. Man kann bei der Ansicht zwischen verschiedenen Modifikationen wählen, ähnlich wie dem jetzigen Intranet.



2.3.2 Eigener Eintrag

Der persönliche Eintrag enthält dieselben Punkte wie der derzeitige Eintrag im Intranet. Das gewährt die Nutzung der vorhandenen Datensätze des Intranet. Die Einträge sind von dem Eingeloggtten User jederzeit änderbar, z.B. bei Umzug oder sonstigen Änderungen seiner Daten.



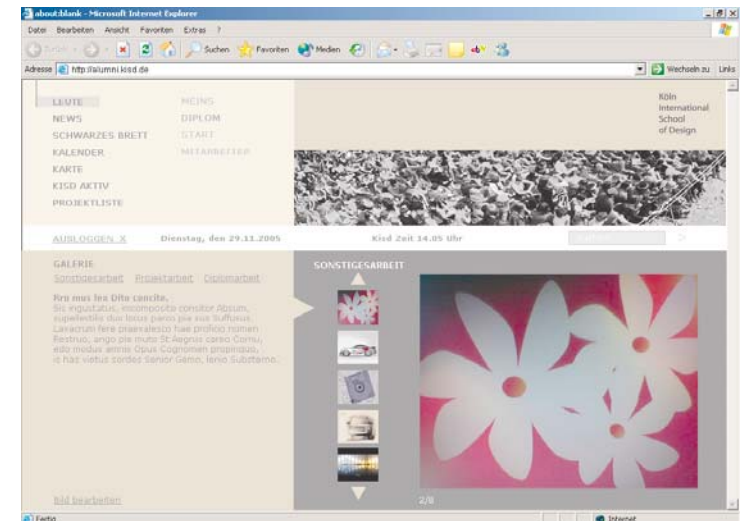
Ergebnis

2.3.3 Galerie / Portfolio

Das Portfolio bietet einen Überblick über die Arbeiten des Ehemaligen. Diese sind geordnet nach Diplom, Vordiplom, Freie Arbeiten und Projekten. Je nach Tiefe der Arbeiten navigiert man sich Textbezogen. Jeden Ehemaligen steht ein solches Portfolio zur Verfügung. Die Diplom/Vordiplomarbeiten sind mit dem digitalen Archiv verlinkt und werden auch über das Archiv aktualisiert. Freie Arbeiten/Projekte lassen sich von dem User selbst einpflegen und verändern.

2.4 schwarzes Brett

Das schwarze Brett ist untergliedert in verschiedene Bereiche und sichert somit den Überblick. Neben den Standardelementen die in eine Börse gehören, sind auch Teile vorhanden die Speziell auf die Ehemaligen zugeschnitten sind. Diese Elemente lassen sich von den Usern selbst verändern und modifizieren. Die Tauschbörse entspricht eigentlich einem Forum. Themen und Diskussionsrunden lassen sich von dem User selbst einrichten.



Ergebnis

2.5 Landkarte

2.5.1 Weltansicht

Die Weltansicht ermöglicht dem User eine Gesamtansicht. Die dargestellten Punkte symbolisieren Standorte von Ehemaligen oder jetzigen Standorten von Ehemaligen, nach Farben geordnet und unabhängig voneinander anzeigbar.

2.5.2 Detailansicht

Schränkt den Bereich der Standorte ein. Beim Mouseover einer der Punkte werden Kurzinfos eingeblendet. Es wird nach Ländern und weiter vertieft nach Städten sortiert. So wird dem User ein Navigieren nach Ländern und Städten geboten.

