



# Homepage

## Gemeinde Witterswil (SO)

### **Sarah Dutler**

**Betriebswirtschaft (1994 BBA Marketing, Oekral GSBA, Graduate School of Business Administration, Zürich)**

**Molekular Biologie (MSc. (1989), BSc. (1986), University of Calgary, Kanada)**

## Inhalt

1. Management Summary.....	4
2. Projekt Auftrag.....	5
2.1. Ausgangslage .....	5
2.2. Zielsetzung .....	6
2.3. Der Projektauftrag.....	6
2.4. Kosten.....	6
2.5. Projektorganisation.....	7
2.6. Projektplan/Meilensteine.....	7
2.7. Risikomanagement .....	8
3. Marketing Konzept.....	9
3.1. Ist Analyse .....	10
3.1.1. Technisches .....	10
3.1.2. Kosten.....	11
3.1.3. Design.....	11
3.1.4. Inhalt.....	12
3.1.5. Benutzerverwaltung.....	12
3.1.6. Kommunikation.....	12
3.1.7. Verschiedenes .....	13
3.2. Konkurrenz Analyse.....	13
3.2.1. Dorfzeitung.....	13
3.2.2. Homepage Bättwil und Hofstetten-Flüh.....	14
3.3. SWOT-Analyse .....	14
3.4. Marketingziele.....	15
3.5. Marketingstrategie.....	15
3.6. Marktunterteilung, Zielgruppe .....	16
3.6.1. Einwohner (Marktsegment 1).....	16
3.6.2. Ort- und Landschaft (Marktsegment 2).....	16
3.7. Massnahmen: Marketing Mix (4Ps).....	17
3.7.1. Produkt .....	17
3.7.2. Preis .....	17
3.7.3. Promotion (Absatzförderung).....	17
3.7.4. Place/Distribution (Verteilung) .....	18
3.7.5. Zusatzleistung.....	18
4. WEB-Site.....	18
4.1. Inhalt & Struktur .....	18
4.1.1. Portrait .....	19
4.1.2. Aktuelles .....	19
4.1.3. Wissenswertes .....	19
4.1.4. Gemeinde.....	20
4.1.5. Kontaktliste.....	20
4.2. Gestaltungskonzept .....	20
4.2.1. Design Idee.....	20
4.2.2. Farbkonzept .....	20
4.2.3. Bildkonzept.....	21
4.2.4. Schrift .....	21
4.2.5. Animation.....	22
4.2.6. Elemente und Techniken.....	22

**Konzept: Homepage Gemeinde Witterswil (SO)**

4.2.7. Externe Links.....	23
4.3. Benutzer- und Navigationskonzept .....	23
4.4. Technologien und Realisierungsplattform .....	24
4.5. Organisatorische Auswirkungen.....	24
4.6. Rechtliche Auswirkungen.....	24
5. Anhang .....	25
5.1. Literaturverzeichnis.....	25
5.2. Versionskontrolle .....	25
5.3. Verteilerliste.....	25
5.4. Kommunikationsmassnahmen .....	26
5.5. Fragenkatalog.....	27
5.5.1. Inhalt.....	27
5.5.2. Marketing .....	27
5.5.3. Technisches .....	28
5.5.4. Projektorganisation.....	28
5.5.5. Anderes .....	29

## **1. Management Summary**

Der Webauftritt der Gemeinde Witterswil bezweckt dessen Präsentation in elektronischer und daher einfach zugänglicher Form. Dabei sollen hauptsächlich Informationen aus der Gemeinde für die Einwohner des Dorfes zur Verfügung gestellt werden (80%). Als Nebenziel soll die Gemeinde aber auch als idyllisches Wohndorf mit effizienten, öffentlichen Verkehrsmitteln (BLT-Tram) nach Basel dargestellt werden.

Die Gemeinde Witterswil liegt am Fusse des Kleinen Blauen, grenzt im Osten und Norden an den Kanton Baselland mit den Dörfern Ettingen, Therwil und Biel-Benken, im Westen und im Süden an die solothurnischen Gemeine Bättwil, Hofstetten und Flüh. Witterswil hat ca. 1270 Einwohner (2001). Der Gemeinderat, der sich aus 7 Mitgliedern zusammensetzt und die Kommissionen sind verantwortlich für Verwaltung des Dorfes.

Bis heute hat das Dorf Witterswil nur einen minimalen elektronische Auftritt im Netz. Neben dem klassischen Telefon und FAX, besteht nur eine e-Mail Anbindung und ein Eintrag auf der gemeinsamen Homepage der Dörfer im Schwarzbubenland. Folgende Gründe haben Witterswil bis heute von einer elektronischen Präsenz abgehalten:

- Viele alteingesessene Dorfbewohner halten es für unnötig, weil die alten Methoden wie Mund-zu-Mund Propaganda oder die monatliche Dorfzeitung gut funktionieren und/oder das technische Know-how in vielen Haushalten noch nicht so weit fortgeschritten ist.
- Die Gemeinde Witterswil ist relativ hoch verschuldet und hat daher kein Budget für einen WEB-Auftritt.

Da ich die Notwendigkeit gesehen habe, dass unser Dorf eine eigene Homepage bekommt, habe ich den Gemeinderat gebeten, meine Dienste kostenlos zur Verfügung stellen zu dürfen. Daraus resultierte der Auftrag zum Erstellen einer

### **Homepage der Gemeinde Witterswil**

**[www.witterswil.ch](http://www.witterswil.ch)**

welche ich mit der Hilfe meines Arbeitgebers, ASSiST Applied Software Solutions in Science and Technology AG, im Rahmen des SIZ WEB-Publisher Diploms umzusetzen versuche.

Sogar für eine kleine Gemeinde wie Witterswil ist ein solches Informationsweb recht umfangreich und erfordert mehr als die vom SIZ vorgegebenen maximal 20 Seiten. Für den WEB- Auftritt der Gemeinde Witterswil sind ca. 40 Seiten notwendig. Im Rahmen der SIZ Diplomarbeit, habe ich meine Bemühungen daher auf ca. 20 Seiten beschränkt, obwohl der ganze restliche Umfang bereits vorhanden, aber teilweise noch leer ist.

Nach 2 Sitzungen mit dem Projektausschuss, bestehend aus 3 Mitgliedern der Gemeinde, einem Fragebogen mit ca. 40 Fragen (Anhang 5.1, Seite 25) und eine Sitzung mit dem Gesamtgemeinderat habe ich ein Konzept für die Entwicklung des WEB's für die Gemeinde Witterswil erarbeitet. Hauptrubriken sind:

- **Portrait:** Die Hauptseite beschreibt das Dorf gestern, heute und morgen. Auf den Unterseiten werden die Bürger-, Einwohner- und Kirchengemeinden dargestellt.
- **Aktuelles:** Dient als Update für Dorfbewohner (z.B. Veranstaltungskalender)

## Konzept: Homepage Gemeinde Witterswil (SO)

- **Wissenswertes:** Dient für Einwohner und Auswärtige als allgemeine Informationen über das Dorf sowie als Überlebenshilfe bei alltäglichen Situation (z.B. was ist bei einem Todesfall zu tun).
- **Gemeinde:** Beinhaltet Politik- und Verwaltungsinformationen für die Einwohner des Dorfes. Formulare zum herunterladen und bearbeiten werden hier zur Verfügung gestellt. Dies soll zu einer Entlastung vom Gemeindegemeinschafter und zur Verminderung der Zustellungskosten führen
- **Kontaktliste:** Stellt die zuständigen Kontaktinformationen für die verschiedenen Dienste zur Verfügung
- **e-Mail:** Hier kann direkt mit der Verwaltung des Dorfes via e-Mail kommuniziert werden

Das WEB, [www.witterswil.ch](http://www.witterswil.ch), wird nach der Diplomprüfung und den notwendigen Ergänzungen live geschaltet. Die WEB-Seite der Gemeinde ist im Moment durchgehend in Deutsch gehalten, die Gemeinde behält sich aber das Recht vor, eine Französische, Italienische und/oder Englische Version der Site ebenfalls aufzuschalten. Deutsch ist nicht meine Muttersprache. Ich benötige daher Hilfe bei der Erstellung des Konzepts und des Textes auf der WEB-Site. Dieser Aufgabe haben Herr Remo Dutler (Konzept) und die Gemeinde Witterswil, Herr Bruno Thommen, für die Texte netterweise zugestimmt.

## 2. Projekt Auftrag

### 2.1. Ausgangslage

Der Kunde, die Gemeindeverwaltung Witterswil, verfügt über grundlegendes Computer Know-how. Es besteht aber kein, oder nur ein rudimentäres Internet Know-how. Kunst Expertise ist vorhanden. Die Demographie der Zielgruppe, d.h. WEB-Besucher, wurde in einer Ausschusssitzung grob wie folgt definiert:

- Alter 15-80 Jahre
- moderates technisches Know-how
- interessiert an schnellen und ausführlichen Informationen

Folgende Randbedingungen sollen/müssen ebenfalls erfüllt werden:

- Auf Videos, Flash Animationen und anderer 'Schnick-Schnack' ist zu verzichten. Die WEB-Seite soll aber für Bannerwerbung des Gewerbes offen bleiben.
- Ein Provider, Digicom AG, eine Firma in Bättwil, ist bereits vorhanden und soll auch den WEB-Auftritt der Gemeinde hosten.
- Die bestehende Infrastruktur der Gemeindeverwaltung (PC-Anlage mit Microsoft 2000 Produkten) ist zu berücksichtigen. Das WEB soll aber streng von den Verwaltungsprogrammen mit 2 eigenen PC-Stationen getrennt sein. Es darf keinen direkten Datenaustausch zwischen den Systemen möglich sein.
- Die Homepage soll optisch ansprechend, interessant aber einfach zu bedienen sein. Der Gemeinderat behält sich das Recht vor, das WEB nicht aufzuschalten, wenn die Gestaltung nicht zufriedenstellend ausgeführt wird.

## **Konzept: Homepage Gemeinde Witterswil (SO)**

- Der Unterhalt und Pflege der Site wird von der Gemeinde aus finanziellen Gründen selber durchgeführt.

Gegenwärtig existiert auch ein e-Government Projekt des Bundes, bei dem, wie jede andere Gemeinde in der Schweiz, auch Witterswil Einfluss nehmen kann. Die Kantone und Gemeinden werden mit einem Link eingebunden und arbeiten mit der e-Government Projektgruppe mit.

### **2.2. Zielsetzung**

Der WEB-Auftritt soll hauptsächlich:

- Informationen für die Einwohner des Dorfes Witterswil schnell und effizient zur Verfügung stellen
- eine Plattform der neusten Informationen innerhalb des Dorfes bieten und ein Medium für kurze Kommunikationswege sein
- als administrative Erleichterung für die Gemeindeverwaltung dienen, indem Informationen und Formulare online besorgt werden können

Als sekundäres Ziel soll:

- die Gemeinde Witterswil in elektronischer Form als kinderfreundlicher Wohnort dargestellt werden
- der Bekanntheitsgrad des Dorfes erhöht werden

### **2.3. Der Projektauftrag**

Für den WEB-Auftritt der Gemeinde Witterswil müssen/sollen folgende Rahmenbedingungen eingehalten werden:

- Die WEB-Seite muss vom Besucher schnell und einfach zu bedienen sein. Informationen müssen mit wenigen Mausklicks zur Verfügung stehen.
- Flash und andere Animationen sind ausdrücklich nicht erwünscht oder auf einem Minimum zu halten. Die von der SIZ vorgeschriebenen Elemente werden aber toleriert.
- Die WEB-Seite muss vom Gemeindepersonal mit eingeschränkten Computer Kenntnissen mit möglichst wenig Aufwand aktualisiert und gepflegt werden können. Aus diesem Grund dürfen nur bereits vorhandene Microsoft Produkte (Winword 2000 und Frontpage 2000) verwendet werden. Zusätzliche Tools (z.B. Acrobat Writer, werden nur beschafft, falls notwendig. Die notwendigen Arbeiten vom Gemeindepersonal müssen auf die einfachsten Funktionen eingeschränkt werden.
- Der Termin zum *go-live* ist spätestens das 2. Quartal 2002.

### **2.4. Kosten**

Die Dienstleistungen von Sarah Dutler, der Projektleiterin, zur Erstellung des WEB-Auftritts von Witterswil sind gratis. Finanziert werden die Arbeiten über das Werbebudget der Firma ASSiST *Applied Software Solutions in Science and Technology* AG<sup>1</sup> als Referenzprojekt.

---

<sup>1</sup> ASSiST, Arbeitgeber von Sarah Dutler

## Konzept: Homepage Gemeinde Witterswil (SO)

	Witterswil	Kalkulatorisch <sup>2</sup>
<b>Fixe Kosten</b>		
Domainname (CHF 80 initial + CHF 48 jährlich)	CHF 128	CHF 128
Internethosting (ca.)	CHF 472	CHF 472
<b>Dienstleistungen</b>		
Sitzungen, Projektplanung (24h à CHF 80)	gratis	CHF 1'920
Erstellung Konzept (40h à CHF 80)	gratis	CHF 3'200
Produktion/Umsetzung (120h à CHF 80)	gratis	CHF 9'600
Testing/Evaluation <sup>3</sup> (4h à CHF 80)	gratis	CHF 320
Schulung (4h à CHF 80)	gratis	CHF 320
Bekanntmachung Presse (4h à CHF 80)	gratis	CHF 320
Nutzung der Infrastruktur (pauschal)	gratis	CHF 500
<b>Total</b>	<b>CHF 600</b>	<b>CHF 16'780</b>

### 2.5. Projektorganisation

Projektleiterin (PL):	Sarah Dutler
Projektausschuss (Auss):	Bruno Thommen (Gemeindeschreiber), Thomas Woodtli (Gemeinderat), Hanspeter Ehrensperger (Gemeinderat)
Entscheider:	Sarah Dutler mit Absprachen des Projektausschusses
Beinflusser:	Projektausschuss, Gemeinderat, ASSiST
Technischer Berater (TB):	Remo Dutler (ASSiST)
Projektname:	<a href="http://www.witterswil.ch">www.witterswil.ch</a>

### 2.6. Projektplan/Meilensteine

Aufgabe	Termin/Datum
Grobentwurf Konzept	8. September 2001
Struktur und Design von WEB-Seite (auf Papier)	15. September 2001
Detail Konzept Version 1	30. September 2001
Detail Konzept Version 2	30. Oktober 2001
Grob Entwurf WEB-Site mit klickbaren Links	30. November 2001
Alle Informationen für Inhalt und Linkadressen	31. Dezember 2001
Alle Bilder und Fotos vorhanden	31. Januar 2001

<sup>2</sup> Normalerweise wird für NPO oder Verwaltungsorganisationen eine Pauschale berechnet.

<sup>3</sup> Tests und Evaluationen werden laufend von der Gemeinde durchgeführt. Die Präsenz von S. Dutler ist nur zeitweise notwendig.

## Konzept: Homepage Gemeinde Witterswil (SO)

Präsentation der WEB-Site vor Ausschuss	1. Februar 2002
Genehmigung des WEB von Ausschuss	1. Februar 2002
Inhalte vollständig integriert (mit Links und Photos)	15. Februar 2002
Funktionstests	1. März 2002
Benutzertests	1. März 2002
Korrektur von Texts	4. März 2002
WEB-Auftritt steht vollständig	8. März 2002
Eingabeschluss SIZ	10. März 2002
Präsentation der Website an SIZ	9. April 2002
WEB geht live	2. Quartal 2002

### 2.7. Risikomanagement

Risikoelement	Risikomanagement	Indikatoren
Notwendige Ressourcen und Manpower nicht verfügbar	Das Aktualisieren der WEB-Site darf nicht länger dauern als das Unterhalten der gedruckten Informationen. Das WEB wird auf einer einfach zu gebrauchenden Plattform, MS-Frontpage 2000, erstellt und gepflegt. Das WEBs ist ein einfaches top-down Design mit keinen komplexen Elementen und ist vom Administrator einfach zu handhaben ist <sup>4</sup> .	Das WEB ist nicht jederzeit up-to-date
Ungenügende Ausbildung des Personals zur Pflege der Site	Gratis, oder billige Ausbildung, Hotline	Regelmässige Anrufe und/oder e-Mail der Gemeindeverwaltung für Unterstützung an den WEB-Designer
Ungenügender Gebrauch der WEB-Site infolge keiner/schlechter Infrastruktur (Hardware, Internetzugang)	Informationen über Kosten für gebrauchte Hardware und Internetzugang. Bereits in der Schule ein Projekt 'Internet' aufziehen	Keine e-Mails und/oder negative Feedback, kein Herumsagen in der Gemeinde (Mund-zu-Mund Propaganda)
Ungenügender Gebrauch der Site infolge traditioneller Denkweisen	Bessere Promotion, ev. ein Tag der offenen Tür im Gemeindehaus zum Zeigen wie es geht.	Negative Stimmung in der Gemeinde

<sup>4</sup> Muss in einem Testlauf (von Testpersonen) überprüft werden, bevor das WEB live geschaltet wird.

## Konzept: Homepage Gemeinde Witterswil (SO)

Informationen im WEB sind ungenau und/oder unvollständig durch unautorisierte Modifikationen	Autorisierung überprüfen und richtig einstellen, ev. Sicherheitsmassnahmen ergreifen	Reklamationen oder Feedback von Benutzern
Ungenügende Finanzen für den Unterhalt	Sponsoren suchen, ev. Projektende	Keine neuen Versionen, Informationen nicht aktuell

### 3. Marketing Konzept

*Social Marketing*, das sogenannte Marketing für Nicht-Profit-Organisationen (NPO) und/oder Verwaltungs-Organisationen (VO), z.B. Bund, Kanton und Gemeinden, unterscheidet sich von einer herkömmlichen, kommerziellen Marketingstrategie in dem nicht das finanzielle Ziel im Vordergrund steht, sondern die gedanklichen Einstellungen und Verhalten der Marktteilnehmer. *Social Marketing* ist ein Teil der Öffentlichkeitsarbeit (*Public Relation*), welche versucht das Verhalten der Teilnehmer mit gängigen Marketingtools zu verändern. Dieser Vorgang ist ähnlich der Art, wie Standard-Marketingwerkzeuge z.B. für Schuhe, Autos usw. eingesetzt werden. Eine typische Definition ist:

*Social Marketing* ist: "... the design, implementation and control of programs calculated to influence the acceptability of social ideas and involving considerations of product planning, pricing, communication and marketing research" [Kotler and Zaltman, Journal of Marketing, July 1971].

Die wichtigsten Eigenschaften einer Marketingstrategie für NPO/VO sind wie folgt:

1. **Mehr als Informationsaustausch:** Der grundlegende Hauptbestandteil in VO, d.h. das Herz einer Verwaltung, sind Informationen und dessen Austausch. Genau so ist es im vorliegenden Fall: Die Gemeindeverwaltung Witterswil geht davon aus, dass Informationen die Lösungen zu reellen Problem sind. Die unausgesprochene Annahme, dass ungeeignetes Gemeinverhalten durch falsche Informationen und andererseits richtiges Verhalten durch genaue, richtige Informationen ausgelöst werden, ist nur zu einem gewissen Grad richtig. *Social Marketing* Ansätze zeigen auf, dass Informationen und dessen Transfer nur ein notwendiger Faktor sind, um das Verhalten zu ändern. Andere Faktoren sind Fähigkeiten, Selbstbewusstsein, Macht, Führungsposition, Infrastruktur und das Bereitstellen von Zusatzdiensten. In *Social Marketing* Modellen, die Kommunikationsstrategie beinhaltet die gesamte organisatorische Strategie und erfordert die ganzen organisatorischen Anstrengungen.
2. **Ziel, identifizieren und Erfüllen von (unausgesprochenen) Erwartungen:** Vereinfacht soll das Bedürfnis, die Wünsche und Erwartungen des Publikums<sup>5</sup>, welche die Dienste anfordern, ermittelt werden, d.h. es muss versucht werden, die Situationen und Umstände (Demografie) des Publikums, welche die Organisation (VO) erfordern, zu verstehen.
3. **Erzeugen von aufrichtigen Partnerschaften:** Dieses erfordert gegenseitiges Vertrauen und Grösse auf beiden Seiten, dem Publikum und der VO. Solche Partnerschaften sind oft schwierig für die Führung der VO, weil sie gefühlsmässig

---

<sup>5</sup> im vorliegenden Fall der Haushaltungen

## Konzept: Homepage Gemeinde Witterswil (SO)

durch den Verlust der Kontrolle, welche unumgänglich ist, gefährdet sein kann, z.B. das Vertrauen, dass die angebotenen Informationen richtig und vollständig sind.

4. **Einfangen und Gebrauch der Fantasie des Publikums:** Fantasie ist die Voraussetzung für Verhaltensänderungen. Das Publikum kann sich vorstellen, eine bessere und komfortablere Zukunft zu erreichen.
5. **Ändern der Idee von traditionellen Klienten und/oder Kunden zu einem Gemeinschaftsteil:** Ausdrücke wie *Kunden* und/oder *Klienten* werden zu einer Hemmschwelle, weil solche Ausdrücke implizieren, dass die Leute nur aus Selbstinteresse und Profitgier an der Gemeinschaft teilnehmen. Ein konkurrenzierendes Selbstinteresse kann selbstzerstörend in einer Gemeinschaft sein. Eine gemeinsame Identifikation<sup>6</sup> eines solchen Verhaltens ist ein strategisches Instrument für die Veränderung dieser Einstellung.

Neue Definition: "*Enabling a community or constituencies to realize its aspirations*" (Strategie zu SCM 7-Schritt Marketing Methode). [Link Referenz: [http://socialchange.net.au/people/les/social\\_marketing\\_approach.html](http://socialchange.net.au/people/les/social_marketing_approach.html)]. Mit dieser Einführung und Definitionen können wir die Gestaltung und Entwicklung einer neuen Identität und einer WEB-Seite, welche die gedanklichen Einstellungen der Besucher verändern können, angehen.

### 3.1. Ist Analyse

Abklärungen mit der Gemeinde (Fragekatalog 5.5, Seite 27) haben folgenden Ist-Zustand ergeben:

#### 3.1.1. Technisches

Kriterien	Ist, Vorgabe	Soll, Handlungsbedarf
Hosting	keine	Provider <sup>7</sup>
Server, WEB-Server, FTP-Server	keine	Provider
Server Support und Unterhalt	keine	Provider
Mail Server	bei Provider bereits vorhanden	Provider (bereits vorhanden)
Betriebssystem	Windows 2000	
Hardware für die Erstellung der Site	Pentium III, 733 MHz, 128 MB RAM	Die bestehende Hard- und Software muss beibehalten werden. Andere Möglichkeiten wurden diskutiert, aus Budgetgründen aber verworfen.
Software für die Erstellung der Site	nur Microsoft Office 2000 Standard, MFP 2000, keine anderen Design Tools vorhanden	
Software für Unterhalt der Site	MFP 2000	Adobe Acrobat Writer, Photoshop,

<sup>6</sup> Community Identity (wie Corporate Identity, aber im kommerziellen Bereich)

<sup>7</sup> Firma Digicom AG, Bättwil

### 3.1.2. Kosten

Kriterien	Ist, Vorgabe	Soll, Handlungsbedarf
Kosten	keine	Im Werbebudget der Firma ASSiST <i>Applied Software Solutions in Science and Technology</i> AG eingeschlossen

### 3.1.3. Design

Kriterien	Ist, Vorgabe	Soll, Handlungsbedarf
Programmierung	kein Know-how vorhanden	Projektleiterin Sarah Dutler, Technische Unterstützung Remo Dutler
Aufbau, Struktur von WEB	kein Know-how vorhanden	Projektleiterin Sarah Dutler, Technische Unterstützung Remo Dutler
Verzeichnisstruktur	kein Know-how vorhanden	Projektleiterin Sarah Dutler, Technische Unterstützung Remo Dutler
Datenbank Design	kein Know-how vorhanden	Projektleiterin Sarah Dutler, Technische Unterstützung Remo Dutler
Corporate Identity (Community Identity)	ausser Wappen und Broschüre keine schriftlichen Vorgaben vorhanden	Wappen sollte auf WEB-Site benutzt (mit Erlaubnis der Gemeinde) werden
Logo und andere Grafiken	keine, die Site muss einfach attraktiv sein, Farbschema wird von Herrn Th. Woodtli vorgegeben	Projektleiterin Sarah Dutler wird Logo und Grafiken erstellen und einbinden
Bilder	keine	Projektleiterin Sarah Dutler wird Bilder und Grafiken erstellen und einbinden
Pläne	nur Ortsplan von 1995	Ingenieur, Hr. M. Vorburger, wird Ortsplan erstellen und Projektleiterin Sarah Dutler wird in Site einbauen.

### 3.1.4. Inhalt

Kriterien	Ist, Vorgabe	Soll, Handlungsbedarf
Sprache	nur Deutsch	Deutsch, später eventuell Französisch Italienisch und/oder Englisch
Themen	sehr grob von Herrn Bruno Thommen vorgeschlagen	vorgeschlagen, ergänzt und eingebaut wurden: Portrait, Aktuelles, Wissenswertes, Gemeinde, Kontaktliste, Übersicht, e-mail
Text	nur Dorfzeitung und Broschüre, Protokolle von Gemeinderatssitzungen und verschiedene Berichte vorhanden	die neusten und aktuellsten Informationen werden von Herrn Bruno Thommen eingefügt
Struktur	einfach, übersichtlich, komplizierten Elemente werden auf einem Minimum gehalten	top-down Struktur, Drop-down Menüstruktur wie Windows, sehr intuitive Bauweise
Tram, SBB, BLT, BVB Fahrplan	nicht vorhanden	wird mit den aktuellen Informationen verlinkt, Projektleiterin besorgt die notwendigen Informationen
Anzahl Seiten	keine Vorgaben	ca. 40 Seiten, muss aber in naher Zukunft noch erweitert werden (ca. 20 (fast) leere Seiten sind bereits vorhanden)
Aktualisierung nach <i>go-live</i>	Herr Bruno Thommen (Ausschuss Mitglied)	

### 3.1.5. Benutzerverwaltung

Kriterien	Ist, Vorgabe	Soll, Handlungsbedarf
erwartete Besucher	keine Angaben	mindestens 25% der Bevölkerung von Witterswil
Zugänglichkeit	unbeschränkt	unbeschränkt
Benutzerlogin	keine	keine

### 3.1.6. Kommunikation

Kriterien	Ist, Vorgabe	Soll, Handlungsbedarf
e-Mail	nur eine offizielle Adresse	verschiedene e-Mail Adressen (Kontaktliste)

## Konzept: Homepage Gemeinde Witterswil (SO)

Bestellungen an Gemeinde	unkompliziert	via e-Mail (online)
Formulare	keine	nur zum Herunterladen, d.h. kein interaktives Ausfüllen, wird aber wahrscheinlich später eingebaut

### 3.1.7. Verschiedenes

Kriterien	Ist, Vorgabe	Soll, Handlungsbedarf
Bekanntmachung	Dorfzeitung, Mund-zu-Mund Propaganda	Presse (siehe 5.4, Seite 26), Flugblatt, Eröffnungsparty
Dokumentation	in Papierform	auf Papier und auch in elektronischer Form
Schulung & Pflege der Site	Herr B. Thommen, keine Kenntnisse von MFP	½ Tag durch Projektleiterin Sarah Dutler
WEB-Master		wird von Gemeinderat gewählt

### 3.2. Konkurrenz Analyse

Vorsicht vor der Konkurrenz! In unserem Fall ist das die Einstellung, dass Zuverlässigkeit direkt mit der traditionellen Methode der Informationsverteilung, d.h. Papier, verbunden ist. Die Papier- und elektronische Versionen können sich ergänzen, indem sie gegenseitige Schwächen überbrücken helfen. Eine zusätzliche Bedrohung der e-Info kommt in den Einflüssen der traditionellen Denkweisen vor. Der Mythos, dass man einem alten Hund keine neuen Kunststücke beibringen kann<sup>8</sup>, ist nur eine von vielen Ideen, welche so tief in den Köpfen vieler Dorfbewohner (alt & jung) verankert sind.

Die Konkurrenz für dieses neue Medium als Informationsquelle und administratives WEB hat zwei (gefährliche) Mitspieler:

#### 3.2.1. Dorfzeitung

Die Dorfzeitung ist ein integrierter Bestandteil des Dorfes und dient seit Jahrzehnten als gutes Kommunikationsmittel für die Bevölkerung. Die Einstellungen vieler Dorfbewohner sind so festgefahren, dass sie keine Notwendigkeit für eine Veränderung in der Richtung einer anderen, effektiveren Informationsquelle sehen. Die Dorfzeitung hat folgende Vor- und Nachteile:

- **Vorteil:** Lang Tradition und etablierte Methode der Kommunikation
- **Vorteil:** Effektiv und funktionierend für ein kleines Dorf, schnell zur Hand
- **Vorteil:** Grosser Lesekreis, da keine Abhängigkeit von Know-how, Technik, d.h. Hard- und Software
- **Nachteil:** Schnell veraltet und nach kurzer Zeit nicht mehr aktuell

---

<sup>8</sup> Engl: You can't teach an old dog to do new tricks.

## Konzept: Homepage Gemeinde Witterswil (SO)

- **Nachteil:** Ausser Telefon und FAX keine direkte Kommunikation zwischen Benutzer und verantwortlicher Person
- **Nachteil:** Lange Kommunikationswege von der Informationsentstehung bis zur Publikation
- **Nachteil:** Kostenintensiv für die Produktion und Verteilung

### 3.2.2. Homepage Bättwil und Hofstetten-Flüh

Zwei Nachbargemeinden zeigen auf ihrer Homepages<sup>9</sup> bereits, wie schön und attraktiv die Umgebung ist und bieten schon einiges an Informationen, obwohl v.a. die Site von Bättwil schwach in administrativen Belangen auftritt. Die Sites hat folgende Vor- und Nachteile:

#### Bättwil

- **Vorteil:** Inhalt gut aber nicht umfangreich genug
- **Vorteil:** Eingangsseite schnell und klassisch
- **Vorteil:** Aktualität gut, wird täglich aktualisiert
- **Nachteil:** Promotion von Ort- und Landschaft so schön wie Witterswil
- **Nachteil:** Auf gewissen Seiten zu viele Navigationspunkte und zu tief
- **Nachteil:** Interaktion zu statisch

#### Hofstetten-Flüh

- **Vorteil:** Sehr schön und effizient organisiert
- **Vorteil:** Online administrativer Schalter
- **Vorteil:** Aktualität gut, wird täglich aktualisiert
- **Nachteil:** Site sehr langsam

### 3.3. SWOT-Analyse

Stärken (Strength)	Schwächen (Weakness)
<ul style="list-style-type: none"><li>• Teamarbeit, Zusammenarbeit</li><li>• Bereitschaft zum Lernen</li><li>• Effektive Kommunikation</li><li>• Prompte, zeitgemässe Informationen von/an die Gemeinde</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Internet und technisches Know-how ungenügend</li><li>• Ungenügende Infrastruktur</li><li>• Schlechte Finanzen, teuer</li><li>• Keine Corporate/Community Identity</li><li>• Zuwenig Personal für die Pflege der Homepage</li><li>• Lange Entscheidungswege</li><li>• Z.T. traditionelle Einstellungen</li></ul>

<sup>9</sup> [www.baettwil.ch](http://www.baettwil.ch); [www.hofstetten-flueh.ch](http://www.hofstetten-flueh.ch)

Möglichkeiten (Opportunities)	Gefahren (Threats)
<ul style="list-style-type: none"><li>• Neuer Kanal für Informationsverbreitung mit neuen Möglichkeiten</li><li>• Neues Publikum, z.B. Junge</li><li>• Neues, höheres Profil für öffentliche Ausschreibungen und Subventionen</li><li>• Einfachere Administration</li><li>• Tiefere Kosten</li><li>• Bessere Präsenz für Sponsoren</li><li>• Politisches Forum</li><li>• Bessere Erträge bei öffentlichen Ereignissen durch effektivere Werbung</li><li>• Neue Allianzen mit anderen NPO/VO und/oder dem Gewerbe</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Opposition gegen neues Medium</li><li>• Kein Interesse an neuem Medium</li><li>• Keine Finanzen verfügbar</li><li>• Veraltete administrative Wege und Systeme</li><li>• Konkurrenz mit existierenden WEB-Sites</li><li>• Negative Einflüsse anderer, professionell eingesetzten, administrativen Systemen</li><li>• Traditionelle Ideen und Gedankengänge</li><li>• Schwierigkeiten beim Umgang mit Computern</li></ul>

### 3.4. Marketingziele

#### Qualitative Ziele:

- Kurz- bis mittelfristig (2002-2003): Die Einstellungen und Gedankengänge der Leute ändern, so dass das neue Medium auf einer breiten Basis im Dorf akzeptiert wird (Umfrage)
- Ende 2002: Eine Sicherheit, Identifikation und Einheit mit der lokalen Gemeindeverwaltung durch Corporate/Community Identity via einer attraktiv gestalteten WEB-Präsenz erreichen (Umfrage)

#### Quantitative Ziele:

- Ende 2002: 50 Besuche (Hits) pro Woche, 10% der Besucher mit nachfolgender e-Mail oder Formularanfrage (Feedback und Log-File Checks)
- Ende 2003: Mindestens 30% der Einwohner von Witterswil<sup>10</sup> verwenden ausschliesslich das online Angebot zur Informationsbeschaffung (Umfrage)

### 3.5. Marketingstrategie

Wie bereits erwähnt, der WEB-Auftritt der Gemeinde Witterswil bezweckt die Ermunterung von Lesern papiergebundener Informationen zum Ändern ihrer Verhaltensmustern und Einstellungen zu elektronischen Medien. Dies kann durch die Bildung partnerschaftlicher Vertrauensverhältnisse der Einwohner mit der Gemeindeverwaltung durch effiziente und zuverlässige administrative Abläufe erreicht werden. Dadurch wird die Benutzung der Informationen maximiert und die Kosten reduziert. Die Verwaltung profitiert durch

---

<sup>10</sup> Anzahl Einwohner ca. 1200

## **Konzept: Homepage Gemeinde Witterswil (SO)**

schnelleren Informationsaustausch, schnellere Abläufe und eine bessere politische und soziale Einbindung. Diese Ziele werden mit folgender Strategie erreicht:

1. Marktunterteilungen basierend auf unterschiedlichen externen und internen Einflüssen mit den grundlegenden physischen, wirtschaftlichen und sozialen Demografie (siehe 3.6, Seite 16)
2. Promotion des Gebrauchs der WEB-Site als Herausforderung, so dass sogar 15- oder 80-jährige als Gewinner herauskommen.
3. Erstellen eines interessanten, verlockenden WEBS durch einfache aber effiziente Gestaltungs- und Interaktionselemente, so dass der/die Nutzen die anfänglichen Erstellungskosten bei Weitem überwiegen. Folgenden Instrumente sind z.B. möglich: Interessante Werbung, lesbare Buchstaben, Farben, ruhige WEB-Site mit interessanten Elemente, up-to-date Informationen.
4. Eine *Push-Pull*<sup>11</sup> Strategie mit Schwergewicht *Pull*, obwohl in der Anfangsphase ein minimales Ausmass an *Push* notwendig sein wird. In der *Pull* Strategie wird die Idee nicht erzwungen, sondern die Marktteilnehmer werden *gewonnen*. Z.B. kann das lokale Gewerbe in der Promotion der WEB-Site einbezogen werden, mit dem Vorteil, dass der Name der Firma ebenfalls im Zusammenhang mit dem Ruf der Verwaltung ebenfalls bekannt wird.
5. Nützliche Links auf andere NPO/VO WEB-Sites, so dass gemeinsame Ressourcen und Informationen den kommerziellen und öffentlichen Partnern zur Verfügung gestellt werden können, z.B. Informationen zur Steuererklärung, Ausschreibungen von Projekten, Reglemente usw.

### **3.6. Marktunterteilung, Zielgruppe**

Der Markt der Homepage für die Gemeinde Witterswil kann in zwei Segmente unterteilt werden, Einwohner und Leute, die an der Ort- und/oder Landschaft interessiert sind.

#### **3.6.1. Einwohner (Marktsegment 1)**

- Leute, die in Witterswil wohnen und zwischen 15 und 80 Jahren alt sind,
- lesen können,
- einen Computer zu Hause haben, mit dem Computer ins Internet einwählen können und den richtigen Setup zur Verfügung haben

#### **3.6.2. Ort- und Landschaft (Marktsegment 2)**

- Leute, die Interesse an der Ort- oder Landschaft haben oder
- einen Wohnort, der schön, kinderfreundlich, verkehrsgünstig ist
- einen Computer zu hause haben und mit dem Computer ins Internet einwählen können

---

<sup>11</sup> Push Strategie: Dem Marktteilnehmer werden die Informationen übergeben, d.h. der Teilnehmer ist der passive Teil; Pull Strategie: Der Marktteilnehmer ist der aktive Teil, d.h. er holt sich die Informationen mehr oder weniger selbständig

### **3.7. Massnahmen: Marketing Mix (4Ps)**

#### **3.7.1. Produkt**

Um den Marktteilnehmer zum Besuch des WEBS zu animieren, muss das Produkt (WEB-Site) ästhetisch, einfach zu gebrauchen, mit einem top-down design klar strukturiert, interessant und informativ sein. Die Informationen müssen schnell auffindbar, d.h. die Platzierung der Info muss intuitiv sein. Für die älteren und/oder nicht so WEB-gewandten Besucher müssen die Texte zudem mit passenden Schriftarten und Schriftgrössen geschrieben und die Seiten einfach zu navigieren sein.

Der Vorteil des Gebrauchs der WEB-Site liegt in der Aktualität der Informationen. Aus diesem Grund müssen diese täglich für beide Zielgruppen (siehe 3.6, Seite 16) auf den neusten Stand gebracht werden. Formulare und andere interaktive Anfragen, die online angefordert werden, müssen prompt bearbeitet und beantwortet werden. In der e-Welt erwartet man (fast) unmittelbare, d.h. schnelle Reaktionen. Es wird nicht nur eine WEB-Site an den Markt gebracht, sondern ebenfalls die administrativen und infrastrukturellen Möglichkeiten, z.B. Öffnungszeiten, Personalauslastung usw., der Gemeindeverwaltung, welche dadurch enorm erweitern werden und das Image der Gemeinde fördern. [[http://media.socialchange.net.au/people/les/social\\_marketing.html](http://media.socialchange.net.au/people/les/social_marketing.html)].

#### **3.7.2. Preis**

Der Preis ist in diesem Fall nicht nur finanzieller Art, sondern auch was der zukünftige WEB-Benutzer dafür aufgeben oder ändern muss: Einstellungen (traditionelle Gedanken, Gewohnheiten usw.) Finanziell sind Investitionen für eine Internet Setup (Computer, Modem, Telefonleitung, Provider usw.) und laufende Kosten für den Zugriff (Telefon- und Providerkosten usw.) notwendig. Dies beläuft sich auf mindestens ca. CHF 2000 für den Setup und ca. CHF 40 pro Monat für die laufenden Kosten. Diese Kosten werden aber durch Vorteile der immer aktuellen Informationen und kurze Zugreifzeiten auf die Dienste der Gemeindeverwaltung mehr als wettgemacht.

#### **3.7.3. Promotion (Absatzförderung)**

Die Idee ist, das WEB und die administrativen Dienste als hilfreich, effizient, freundlich und einfühlbar darzustellen. Die Kommunikation gegenüber den Leuten ist, dass die Informationen aktueller, der Informationsfluss besser, die Quelle zuverlässiger und die administrativen Funktionen dadurch effizienter, ohne die Öffnungszeiten der Gemeindeverwaltung als Hemmschwelle, werden. Zusätzlich kann via e-Mail die richtige Person schnell, zuverlässig und allenfalls auch vertraulich erreicht werden.

Die Promotion der WEB-Site wird durch Demonstrationen, Presseberichte (siehe 5.4 Seite 26), Plakate und Mund-zu-Mund Propaganda durchgeführt. Die gedankliche Umstellung auf e-Info wird erreicht, indem politisch und/oder sozial einflussreiche Bewohner des Dorfes (z.B. Gemeinderäte, Klubmitglieder usw.), Vereine und andere Dorfgorganisationen ermuntert werden, ein solches System mit Zugang auf das Gemeinde WEB einzurichten (falls nicht schon vorhanden) und bei jeder Gelegenheit vorzuführen. Diese Mund-zu-Mund Propaganda ist ein schneller und sicherer Weg, das WEB an den Markt zu bringen (Pull-Strategie siehe 3.5, Seite 15) und einen Sinn von Einheit zu entwickeln. Das Gewerbe und kommerzielle Unternehmungen werden aufgefordert, das WEB durch Werbung mit kleinen finanziellen Zuschüssen zu unterstützen.

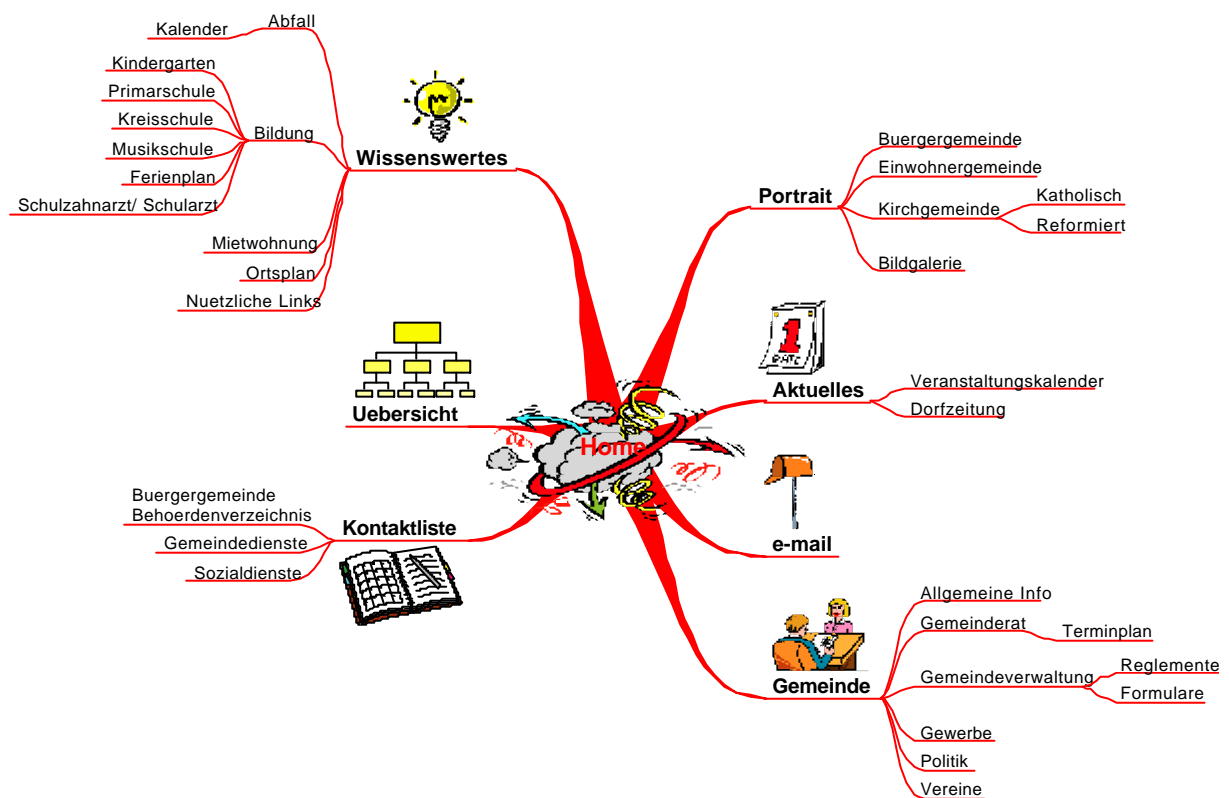
### 3.7.4. Place/Distribution (Verteilung)

Der Ort, das Publikum zu erreichen, sind die Leute selber, möglichst in der eigenen Umgebung. Dies geschieht vorwiegend durch einflussreiche Bewohner, Massenmedien, Mund-zu-Mund Propaganda, Vereine und kommerzielle Firmen (siehe 3.7.3, Seite 17).

### 3.7.5. Zusatzleistung

Zusatzleistungen, welche auf einfach zu gebrauchenden Seiten angeboten werden können, sind Fahrpläne für Tram, Bus, Bahn, eine Liste nützlicher Links, Öffnungszeiten der Post und Bank, Informationen kommerzieller Firmen u.v.a.

## 4. WEB-Site



### 4.1. Inhalt & Struktur

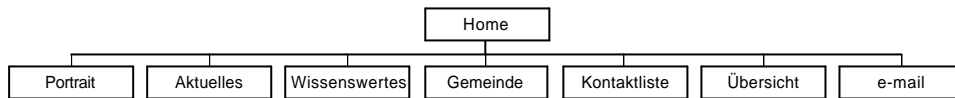
Der Inhalt des WEB-Auftritts der Gemeinde Witterswil besteht hauptsächlich aus Informationen, administrativen Angeboten und anderen Service.

- **Information:** Informationen über das Geschehen in der Gemeinde jetzt (aktuell) und in der Zukunft
- **Administration:** Gemeindeverwaltung als Symbol für effektive Dienstleistungen, 'How-To' Anleitungen für Baubewilligungen und Steuererklärungen, Herunterladen von Formularen und Reglementen, Kontakt via e-Mail usw.
- **Service:** Kontaktliste für Lösung von speziellen Problemen, Öffnungszeiten, e-Mail

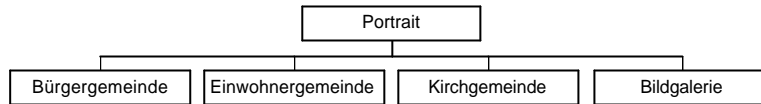
## Konzept: Homepage Gemeinde Witterswil (SO)

- **Anderes:** Allgemein nice-to-have Informationen über Zeitpläne des Trams, Bus, SBB, und nützliche Links

Die Hauptstruktur der WEB-Site besteht aus:

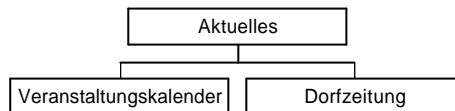


### 4.1.1. Portrait



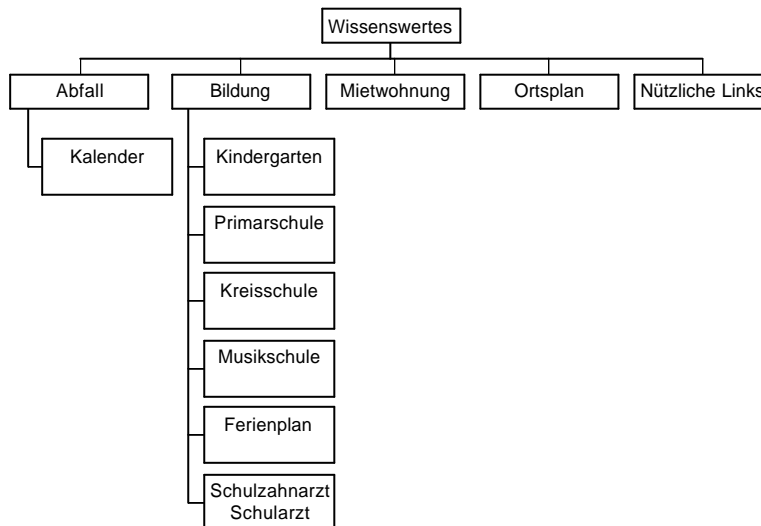
Hier ist eine kurze Beschreibung der Bürger-, Einwohner und Kirchgemeinden Witterswil zu finden. Auf der Hauptseite wird die Gemeinde als ein Ganzes mit einer zusätzlichen Bildgalerie portraitiert.

### 4.1.2. Aktuelles



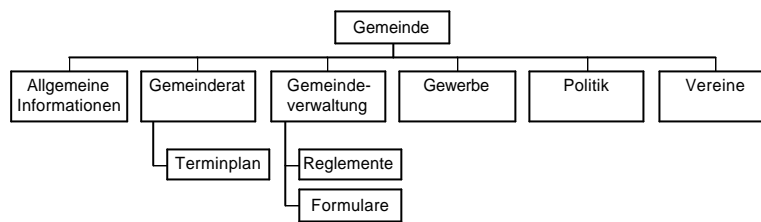
Auf dieser Seite werden die aktuellen Informationen über das Geschehen in der Gemeinde, Totenfälle, Geburtstage, soziale Aktivitäten (Parties), Erinnerungen und/oder Termine angeboten. Auf untergeordneten Seiten werden Veranstaltungskalender und ein Muster der Dorfzeitung angeboten.

### 4.1.3. Wissenswertes



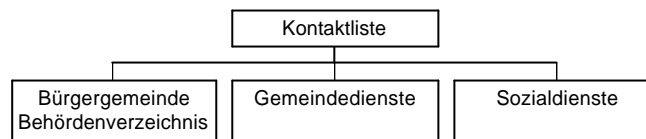
Hier werden auf der Hauptseite die wichtigsten Informationen, die ein Einwohner oder ein Zuzüger über Witterswil wissen muss/sollte, beschrieben. Die untergeordneten Seiten enthalten Informationen über 'effektives' Wohnen in Witterswil, z.B. Ortsplan, Tramfahrplan, Ferienplan, Abfallkalender und Informationen zum Schulbetrieb.

#### 4.1.4. Gemeinde



Die Hauptseite beinhaltet eine kurze Beschreibung der Einwohnergemeinde und dessen Leitbild. Auf den untergeordneten Seiten werden die Administration, Informationen zur Politik, die Organisation und Personal der Gemeinde dargestellt.

#### 4.1.5. Kontaktliste



Diese Liste enthält alle wichtige Kontaktinformationen der Gemeindeverwaltung, z.B. Gemeinderäte, Kommissionsmitglieder, Gemeinde- und Sozialdienste, Datenbanksuche von Behördenmitgliedern usw.

### 4.2. Gestaltungskonzept

#### 4.2.1. Design Idee

Das Design soll einen einheitliche Identifikation mit einem starken, aber unaufdringlichen patriotische Präsenz im WEB wiedergeben. Es soll eine ruhige Site mit Autorität, aber attraktiv, effizient und gutem Gefühl gezeigt werden. Ein Muss-Kriterium ist ein schnelles Laden der Seiten. Flash Animationen und andere grössenintensive Elemente sind vom Gremium als nicht (unbedingt) erwünscht klassiert worden.

Die WEB-Site wird als top-down Hierarchie realisiert, bei der auf der 2. Stufe verschiedene Kategorien nachträglich eingebaut werden können. Ein einfacher, klarer, effektiver Gebrauch<sup>12</sup> von geometrischen Figuren<sup>13</sup> zeigt die Effizienz, ohne die Attraktivität der Site zu stören. Die Idee einer Kartei erleichtert den Übergang vom traditionellen Karteikasten zum elektronischen System. Drop-down Menüs, analog Windows Menüs, auf allen Seiten erleichtern die Navigation auf der WEB-Site.

#### 4.2.2. Farbkonzept

Als Hauptfarben werden die Farben des Wappens von Witterswil, d.h. gelb, rot, schwarz und weiss, verwendet. Zusätzlich wird Grün, welches Wachstum und Frische symbolisieren soll, verwendet. Als Harmonie dazu werden Herbstfarben, welche z.T. schon im Wappen vorkommen und Orange, verwendet, um einen Eindruck der Wärme und Vertrauen zu vermitteln.


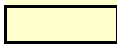

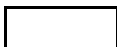









Um einen klaren, offiziellen, aber trotzdem warmen Eindruck zu vermitteln werden folgende Farbschemata verwendet:

---

<sup>12</sup> höchstens 3 Klicks.

<sup>13</sup> Kurven, welche sich in ein Rechteck übergehen; Linien, welche in das Wappen fliessen

## Konzept: Homepage Gemeinde Witterswil (SO)

-  **Hauptnavigationsleiste:** Schwarz RGB(0, 0, 0). Die Farbe stammt vom Schild des Wappen von Witterswil und suggeriert Seriosität.
-  Drop-down Menü: Links (siehe unten) auf gelbem Hintergrund RGB (255, 255, 204)
-  **Sub-Navigationsleiste links:** Grün-blauer Hintergrund RGB(0, 204, 102), welcher Frische und Sauberkeit zeigt.
-  **Hintergrund:** Weiss RGB(255, 255, 255). Weiss ergibt ein klares, transparentes und effizientes, offizielles Aussehen. Zusammen mit dem schwarzen Text (unten) ist die Seite einfach lesbar, auch von älteren Leuten.
-  **Text:** Schwarz RGB(0, 0, 0).
-  **Rollover Link:** Rot RGB(255, 0, 0) um der Site etwas Feuer (Power) zu vermitteln.
-  **CSS Text Link:** Besuchte (visited) Links orange RGB(255, 153, 51) strahlen Wärme aus, sind aber weicher als rot;  
 aktive Links und *hover* Links sind rot RGB(255, 0, 0).
-  **Default Text Links:** Textlinks sind schwarz RGB(0, 0, 0);  
 visited Links sind orange RGB(255, 153, 51) und  
 aktive Links sind rot RGB (255, 0, 0).  
 Navigation unten sind grau RGB (204, 204, 204)
-  **Form Felder:** Weiss RGB(255, 255, 255).

### 4.2.3. Bildkonzept

Der WEB-Auftritt der Gemeinde Witterswil als effizientes Verwaltungsorgan wird mit der Hilfe von klaren Linien und geometrischen Figuren entworfen. Die ganze *Splash Page* wird mit dem Hauptaugenmerk auf die administrative Funktion gestaltet, was die Idee der Registermappe hervorgerufen hat. Zudem wird versucht, durch den Einsatz des Wappens (Schild), welcher nicht nur die Gemeinde Witterswil, sondern den Kanton Solothurn repräsentiert, eine Zugehörigkeit zum Kanton zu symbolisieren. Andererseits wird aber durch Bilder wie das Gemeindehaus mit blühenden, gelben Blumen etwas der Strenge des rein administrativen Aspekts genommen. Solche Bilder bringen Wärme, Frische und Freundlichkeit in die Site. Die verschiedenen Bilder, z.B. die Wälder im Herbst, zeigen alle warmen Farben, welche auch im Farbkonzept erwähnt sind.

### 4.2.4. Schrift

Es werden hauptsächlich 2 Schriftarten verwendet:

1. **Times New Roman:** Es wird eine Serifen-Schriftart verwendet, um die harten Linien etwas aufzuweichen und die Strenge einer Verwaltung etwas aufzuweichen. Diese Schriftart wird nur einmal verwendet, auf der Startseite im Titel (Gemeinde Witterswil im Leimental inkl. Animation), um einen weicheren Eindruck zu vermitteln.
2. **Arial:** Wegen der besseren Lesbarkeit wird eine Sansserifen- Schriftart verwendet. Arial gibt der Navigation und dem Text eine klare Linie. Die Bevölkerung der Gemeinde ist *top heavy*, d.h. es gibt mehr ältere als

## Konzept: Homepage Gemeinde Witterswil (SO)

Junge Leute. Daher wird den älteren Leuten das Lesen mit einer Sansserifen-Schriftart wie Arial erleichtert.

### 4.2.5. Animation

Die animierten Punkte, '...', auf der Einstiegsseite zeigen, dass etwas erwartet werden sollte. Die Animation, 'im Leimental', wird langsam eingeblendet um zu zeigen in welcher Region Witterswil liegt.

### 4.2.6. Elemente und Techniken

Element (SIZ Anforderung)	Einbauseite auf Witterswiler WEB
Ergonomie	Sitemap grafisch und nur Text, Textnavigation auf jeder Seite für Benutzer ohne Skript, konventionelle Navigation auf der linken Seite und Drop-down Menü oben für schnelle, effiziente Navigation (Hauptnavigation)
Geschwindigkeit und Effizienz	OK bei 56 kBaud
Animated GIF	Startseite: '... im Leimental'. Die Animation wird nur einmal ausgeführt, um das Bild so ruhig wie möglich zu halten.
Download erforderlicher Zusatzsoftware	Acrobat Reader auf der Seite 'Aktuelles'
Formulare	Seite für Formularbestellungen. Beim Senden wird die Bestellung automatisch per e-Mail verschickt und in der MS-Access Datenbank (Witterswil.mdb) protokolliert.
Frame	Auf der Seite 'Gewerbe'. Diese Seite hat auch ein <i>No-Frame</i> Analog für ältere Browser.
Imagemap	Ortsplan mit Vergrösserungsmöglichkeit für 8 Quartiere (NE, NW, SE, SW), <i>Point-of-Interests</i> mit Hotspots
Multimedia	Java Applet auf Seite 'Abfallentsorgung'
Server Side Include	Seite 'Verein', 'Aktuelles' und allen Seiten, welche regelmässig aktualisiert werden müssen (Einfachheit für Gemeindeverwaltung Hr. B. Thommen). Zur Erstellung der Seiten wird Winword verwendet.
Suchfunktion	auf allen Seiten (Frontpage Component)
ASP, VB-Skript	Datenbankzugriff (Witterswil.mdb) auf der Seite des Behördenverzeichnisses; senden von e-Mails zum Anfordern von Formularen
DHTML	News Ticker auf Startseite, Drop-Down Menü
Java Script	Menüleiste mit Untermenüs; rotierende Bilder auf der Startseite,
ASP, VBScript	Datenbankzugriff auf 'Behördenverzeichnis'

## Konzept: Homepage Gemeinde Witterswil (SO)

Kompatibilität	Abfrage mit JavaScript auf NS4 (aktiver Browsertest) auf Startseite, JavaScript Menüs
Rollover Effekt	Sitemap (grafisch) und Pfeil 'back-to-top' auf allen Seiten und Topmenü
CSS	Textlinks oben wechseln die Farbe, um verschiedene Links, z.B. visited, anzuzeigen
Handhabung von System- Plattformen	Abfrage mit JavaScript auf Einstiegsseite

### 4.2.7. Externe Links

Link	Link URL
SBB Fahrplan (Seite Nützliche Links)	<a href="http://www.sbb.ch/pv/index_d.htm">http://www.sbb.ch/pv/index_d.htm</a>
BLT (Seite Nützliche Links)	<a href="http://www.bl.ch/fahrplan/110wwi_dor.pdf">http://www.bl.ch/fahrplan/110wwi_dor.pdf</a> (nur Witterswil) <a href="http://www.bl.ch/pages/fahrplan.html">http://www.bl.ch/pages/fahrplan.html</a> (suchen alle Linien)
BVB (Seite Nützliche Links)	<a href="http://www.mybasel.ch/verkehr_bvbfahrplan.cfm">http://www.mybasel.ch/verkehr_bvbfahrplan.cfm</a> <a href="http://www.mybasel.ch/verkehr_bvbfahrplan_haltestellenfahrplan.cfm">http://www.mybasel.ch/verkehr_bvbfahrplan_haltestellenfahrplan.cfm</a>
Kanton Solothurn (Seite Nützliche Links)	<a href="http://www.so.ch">http://www.so.ch</a>
Bund (Seite Nützliche Links)	<a href="http://www.admin.ch">http://www.admin.ch</a>
Post (Seite Gewerbe)	<a href="http://www.post.ch">http://www.post.ch</a>
Raiffeisenbank (Seite Gewerbe)	<a href="http://www.raiffeisenbank.ch">http://www.raiffeisenbank.ch</a>

### 4.3. Benutzer- und Navigationskonzept

Die Navigation auf der WEB-Site wird durch folgende Elemente einfach gemacht:

- Die Hauptnavigation wird durch ein Drop-down Menü sichergestellt. Mit der Hilfe dieses Menüs kann mit einem einzigen Mausklick auf alle Seiten gesprungen werden
- Die Subnavigation auf der linken Seite zeigt auf Unter-, d.h. *Tochterseiten*. Ein CSS hover, welche aber nur in IE funktionieren, wechselt die Farbe der Links.
- Ein Duplikat der Links wird im *Drop-Down* Menü (JavaScript) auf den Registerkarten (oben) verwendet. Diese Menüleiste ist identisch auf allen Seiten des WEBS. Dieses erlaubt dem Benutzer, die Übersicht jederzeit zu bewahren und von jeder Seite direkt auf jede andere Seite zu springen. Dieses Menü funktioniert auf älteren Browsern (<IE4, NS4) nicht.
- Ein 'Back-to-top' Button hilft dem Leser jederzeit an den Anfang der Seite zurückzukehren.
- Es kann nur vertikal geblättert werden(scroll), und das auch nur falls notwendig.

## Konzept: Homepage Gemeinde Witterswil (SO)

- Eine Suchfunktion ist (nur) auf der Startseite eingebaut, da man mit dem Drop-Down Menü jederzeit einen Abschnitt schnell und sicher finden kann.

### 4.4. Technologien und Realisierungsplattform

Software	Begründung
Ms-Frontpage 2000 (inkl. Extensions)	Die Gemeinde setzt bereits MS-Office 2000 Produkte (Word, Powerpoint) ein und möchte dies beibehalten <sup>14</sup> .
Adobe Photoshop 6.0	Professionelles Werkzeug
Adobe Illustrator 9.0	Professionelles Werkzeug
MS-Access 2000	Professionelles Werkzeug
MS-Windows 2000, Standard	Die Gemeinde setzt bereits Windows 2000 ein

### 4.5. Organisatorische Auswirkungen

Herr Bruno Thommen, ein Mitarbeiter der Gemeindeverwaltung, wird zu ca. 20% seiner Zeit die Pflege der WEB-Site übernehmen. Die WEB-Master aufgaben übernimmt der Provider (Digicom AG, Bättwil). Falls notwendig stellt die Firma ASSiST, mein Arbeitgeber, zusätzliche Ressourcen zur Verfügung.

### 4.6. Rechtliche Auswirkungen

Die Domäne [www.wittersil.ch](http://www.wittersil.ch) kann nur von der Gemeinde selber registriert werden, d.h. ich als Projektleiterin habe keine entsprechende Berechtigung.<sup>15</sup> Der Internetserver steht beim Provider Digicom AG, Bättwil, welcher auch die entsprechenden Garantieleistungen zusagt.

Copyright: Alle auf der WEB-Seite verwendeten Fotos und Bilder wurden von S. Dutler erstellt. Der Ortsplan wurden vom Architekturbüro M. Vorburger zur Verfügung gestellt. Die Wappen auf allen Seiten wurden von der Homepage des Schwarzbubenlandes (URL: <http://www.schwarzbubenland.ch>) kopiert und mit der Einwilligung der Gemeinde verwendet. Die meisten Texte wurden von der Gemeindeverwaltung (Hr. B. Thommen) in elektronischer Form zur Verfügung gestellt, aber teilweise von Sarah Dutler (Autorin & Projektleiterin) editiert.

\*\*\*\*\*

---

<sup>14</sup> Ich bevorzuge GoLive als ein professionelleres Tool, aber der Kunde ist immer König.

<sup>15</sup> Policy von Switch. [www.wittersil.ch](http://www.wittersil.ch) wurde daher bereits von der Gemeindeverwaltung registriert.

## 5. Anhang

### 5.1. Literaturverzeichnis

- [1] Ann Navaro and Tabinda Khan, "Effective Web Design", Sybex 1996
- [2] Thomas A. Powel, "The Complete Reference in Web Design", Osborne and McGraw-Hill 2000
- [3] Ashley Friedlein, "Web Project Management", Morgan Kaufmann Publishers 2001
- [4] "Adobe Photoshop 6.0 User Guide", Adobe Systems Incorporated 2000
- [5] Danny Goodman, "Javascript Bible", 3<sup>rd</sup> Edition, IDG Books Worldwide Inc. 1998
- [6] Lynda Weinman, "Designing Web Graphics", 3<sup>rd</sup> Edition, New Riders Publishing 1999
- [7] Lynda Weinman, "Creative HTML Design", New Riders Publishing 1998
- [8] Lynda Weinman, Jon Warren Lentz, "Deconstructing Web Graphics", 2<sup>nd</sup> Edition, New Riders Publishing 1998
- [9] Philip Kotler, "Marketing Management - Analysis Planning, Implementation and Control", 8<sup>th</sup> Edition, Prentice-Hall Inc 1994

### 5.2. Versionskontrolle

Version	Datum	Autor	Beschreibung
1.00	28.09.01	S. Dutler	1. Entwurf
1.10	17.10.01	R. Dutler <sup>16</sup>	Revision an technischen Spezifikationen
1.20	30.10.01	B. Thommen	Funktionelle Spezifikationen beigefügt
1.30	06.11.01	S. Dutler	Letzte Anpassungen und Änderungen an Vertrag
1.40			

### 5.3. Verteilerliste

Name	Firma	Position	Anforderungen
S. Dutler	ASSiST	WEB-Designer	Genehmigung
R. Dutler	ASSiST	Geschäftsführer Tech. Leitung	Genehmigung
F. Hänsi	Gemeinderat	Präsident	Genehmigung
T. Woodtli	Gemeinderat	Proj. Ausschuss	Information
B. Thommen	Gemeinderat	Proj. Ausschuss	Information
H.P. Ehrensperger	Gemeinderat	Proj. Ausschuss	Information

---

<sup>16</sup>ASSiST Applied Software Solutions in Science and Technology AG, Oberwil/Basel

## 5.4. Kommunikationsmassnahmen

Der folgende Artikel erschien in der Basler Zeitung vom 26. Februar 2002.

### Unerlaubte Deponien in Witterswil

Freude bereitet der Gemeinde, dass die seit einem Jahr hängige Idee einer eigenen Homepage Konturen annimmt. Probleme schaffen dagegen unerlaubte Grüngut- und Materialdeponien.

**Witterswil.** wei. Quass als Bittsteller sei er auf Einladung des Gemeinderates an die Sitzung vom vergangenen Montag gekommen, um das Projekt Z «Kunst am Schloss Zwingen» vorzustellen und der Gemeinde Witterswil einen Sponsorenbeitrag zu beantragen, stellte sich Thomas Woodtli den Anwesenden an der Gemeinderatssitzung vom vergangenen Montag vor. Auf Initiative von kunstinteressierten Mäzenen des Laufentals sowie des Schwarzbubenlandes planen die 24 der Gruppe Fokus angehörenden Künstlerinnen und Künstler vom 25. Mai bis 7. Juli ein sämtliche Ausdrucksformen künstlerischen Schaffens umfassendes Projekt. Es soll sowohl das mittelalterliche Schloss an der Birs als auch den Garten, die Holzbrücke und sogar den Fluss mit einschliessen. Als Sponsoren hätten bereits die Kulturkommission des Kantons Solothurn, diverse Banken der Region und Private ihre finanzielle Unterstützung zugesagt. Wie der in Witterswil lebende Künstler Woodtli informierte, findet am 14. März eine weitere Sitzung des Forums statt, an welcher auch über die Finanzierung des Projektes berichtet werden soll. Er selbst wird unter dem Namen «Der immerblühende Schlossgarten» eine Glasinstallation zeigen, bei welcher farbige Glasplatten in den Boden eingelassen und von unten beleuchtet werden. Parallel zur Ausstellung wird unter anderem ein Theaterstück aufgeführt und finden historische Führungen im Schloss statt. Der Gemeinderat wird die detaillierte Dokumentation des Projektes im Zwingener Schloss studieren und über eine allfällige finanzielle Unterstützung beraten.

Auf Anfrage von Gemeindepräsident Fritz Hänzli informierte Thomas Woodtli die Gemeinderäte über den Stand der Dinge bei der Realisierung der Homepage der Gemeinde. Die Rohfassung der Website, welche durch Sarah Dudler kreiert wurde, liege inzwischen vor, sei jedoch noch nicht öffentlich abrufbar. Wie Woodtli orientierte, entsprechen die verwendeten Fotos noch nicht ganz den gestellten Erwartungen und die Farbgebung müsse seiner Meinung nach noch verändert respektive aufgehellt werden. Hingegen weise die Homepage schon heute eine gute Benutzerfreundlichkeit auf und sei technisch sauber verknüpft. Die Homepage wird demnächst noch von Hanspeter Ehrensperger überprüft und wird, wie Thomas Woodtli schätzt, nach vor Herbst 2002 aufgeschaltet werden können.

Gemeinderat Mark Seelig gab zu bedenken, dass bei der Gestaltung auch die Anliegen und Vorstellungen der einzelnen Kommissionen einflüssen sollten. Dies sei bereits in die Wege geleitet, so Woodtli. Die Freigabe der Homepage wird, wie Gemeindepräsident Fritz Hänzli versicherte, in jedem Fall durch die Gemeinde erfolgen. Ergänzt und à jour gehalten werden soll sie durch Gemeindevorwarter Bruno Thommen.

Über ein Schreiben des Amtes für Raumplanung des Kantons Basel-Landschaft vom 8. Februar 2002 orientierte Gemeinderat Mark Seelig. Darin wird beanstandet, dass am Binnbach im Bereich der Kantongrenze SO/BL eine Grüngut- und Materialdeponie betrieben und das gefagerte Material periodisch verbrannt werde. Wie der für Umweltschutzbelange zuständige Gemeinderat ausführte, ist dieses Gebiet bereits als Naturschutzgebiet definiert. Im Rahmen des laufenden Güterregulierungsverfahrens bestehe ein generelles Veränderungsverbot, das heisst, es dürfen keine Bäume gefällt und es darf kein frisches Grüngut verbrannt werden. Der Gemeinderat hat deshalb beschlossen, die Parzellenbesitzer im Bereich Binnbach anzuschreiben und sie auf die bestehenden Vorschriften hinzuweisen respektive zu ersuchen, das Deponieren von Grüngut und anderen Materialien sowie die anschliessende Verbrennung zu unterlassen. Die Arbeitsvergabe für die Baumschnittarbeiten in der Gemeinde Witterswil im Gesamtbetrag von zirka 4500 Franken wurde seitens des Gemeinderates an die Firma Wenger AG, Gartenbau, in Aesch vergeben.

Wie Gemeinderat Anton Wyss bekannt gab, sind gegen die Revision der Teilzonenvorschriften im TZW keine Einsprachen eingegangen. Das Baugesuch kann somit vom Kanton bestätigt werden. Im Beitragsverfahren Ausbau Strasse «Im Klezacker» werden die entsprechenden Pläne vom 1. bis 30. März öffentlich aufgelegt und im Wochenblatt publiziert. Da die Zustimmung sämtlicher Landbesitzer zur Ländpreisabgeltung vorliegt, wurde der Baubeginn auf den 11. März 2002 festgelegt.

Am 28. Februar findet eine gemeinsame Sitzung mit dem Gemeinderat Bättwil statt. Ferner trifft sich der Gemeinderat Witterswil am 13. Mai auf Einladung des Gemeinderates Ettingen zu einer gemeinsamen Sitzung. Als Ersatzgemeinderat war Marc Roux an der Sitzung vom Montag anwesend.

## **5.5. Fragenkatalog**

Der folgende Fragenkatalog wurde im Frühjahr 2001 zusammen mit der Gemeinde Witterswil besprochen. Das Resultat der Befragung, d.h. die Antworten, resultierten schliesslich in der Erstellung des vorliegenden Konzepts.

### **5.5.1. Inhalt**

1. Was ist die Idee hinter dem WEB-Auftritt der Gemeinde Witterswil?
2. Welche Philosophien sollen kommuniziert werden? Welche Eindrücke sollen dem Benutzer überbracht werden?
3. Welche Ziele sollen erreicht werden? Was sind die Schlüsselziele?
4. Welche Dienstleistungen sollen auf dem WEB angeboten werden?
5. Besteht ein Interesse, dass Verbindungen zu anderen Webseiten, Online-Datenbanken, Such-Funktionen usw. direkt aus der Homepage aufgebaut werden können.
6. Welche Informationen sind heute bereits online verfügbar? Welche Informationen sind in anderer, nicht-elektronischer Form zugänglich?
7. Welche Multimedia Elemente, z.B. Animationen, Videos, Audio, sollen (idealerweise) eingesetzt werden (ausser SIZ Vorgabe, siehe Anhang)?
8. Sollen gewisse Informationen, z.B. Gesuche, Kalender usw, vom Benutzer auch selber auf dem WEB eingegeben werden können?
9. Welche Informationsquellen werden später regelmässig verwendet, um das WEB auf dem aktuellen Stand zu halten?
10. Gibt es Minimal- und/oder Maximalanforderungen (Randbedingungen) an den WEB-Auftritt? Welche?
11. Soll zu einem späteren Zeitpunkt ein Editorenteam für den Inhalt des WEBs verantwortlich sein? Wer? Wird/soll es unterschiedliche Kontrollfunktionen geben?
12. Wie wichtig ist, Herr Thommen später selber Änderungen an den WEB-Seiten vornehmen kann? Was soll er allenfalls ändern können?
13. Welche anderen bekannten Gemeinden haben einen guten oder schlechten WEB-Auftritt (Beispiele)?

### **5.5.2. Marketing**

14. Wie soll die Webseite vermarktet (angepriesen) werden?
15. Welche Zielgruppe(n) sollen angesprochen werden (Alter, Geschlecht, Sprache, technischer Hintergrund, technische Ausrüstung usw.)?
16. Welche Erfolgsfaktoren können definiert werden, d.h. was ist notwendig, dass der WEB-Auftritt zum Erfolg wird?
17. Welcher (Langzeit)- Eindruck soll dem Besucher des WEBs vermittelt werden?
18. Welche Eindrücke sollen dem Besucher dazu animieren, zu einem späteren Zeitpunkt nochmals auf die Seite zurückzukehren?

## **Konzept: Homepage Gemeinde Witterswil (SO)**

19. Wie lange wird ein Benutzer sich durchschnittlich auf den WEB-Seite/ den WEB-Seiten der Gemeinde aufhalten?
20. Welche Schlüsseigenschaften (Demographie) sollen mit dem Webauftritt angesprochen werden?
21. Wird sich die Zielgruppe (Demographie) voraussichtlich in der Zukunft ändern? Falls ja, wann und wie?
22. Welche Interessen sind bei den zukünftigen Nutzern des WEBs bereits bekannt, d.h. bereits an die Gemeinde kommuniziert worden?
23. Soll der Einzugsbereich (das Interesse des WEBs) in der Zukunft verbreitert, d.h. auf andere Zielgruppen erweitert werden?
24. Gibt es Zielgruppen, welche noch nicht online sind, d.h. ev. später auch angesprochen werden sollen?

### **5.5.3. Technisches**

25. Wie und von wem wird der WEB-Auftritt nach der Beendigung des Projekts administriert? Wer wird verantwortlich für die technischen Belange des WEBs sein?
26. Welche Hard- und Software verwendet die Gemeinde? Soll dieses im WEB-Auftritt berücksichtigt werden oder soll das WEB völlig losgelöst sein?
27. Welchen Provider verwenden Sie und wie ist dessen technische Ausrüstung (Serverspezifikation, Zugangsgeschwindigkeit, Infrastruktur (z.B. Backup))?
28. Gibt es für die Gemeinde ein IS Team? Wer ist verantwortlich für die bestehende Infrastruktur der Gemeinde?
29. Gibt es in der Gemeinde bereits ein Intranet?
30. Gibt es spezifische Sicherheitsanforderungen an das WEB-Projekt?
31. Wie soll das WEB-Projekt dokumentiert werden, d.h. klassisch auf Papier und/oder als HTML-Seite)?
32. Ist für das WEB eine rigorose Versionskontrolle notwendig, damit Änderungen notfalls wieder rückgängig gemacht werden können?

### **5.5.4. Projektorganisation**

33. Was ist die genaue, interne Projektbezeichnung?
34. Was ist der definierte Auftrag an das Projektteam?
35. Wer sind die Entscheider innerhalb des Projekts?
36. Gibt es Fixtermine und/oder Wunschtermine für das Projekt (ausser SIZ Vorgaben)?
37. Gibt es Einschränkungen für die Ausführung des Projektes (ausser SIZ-Vorgaben)?
38. Wer übernimmt die laufenden Kosten, z.B. Verbrauchsmaterial, Registration, Telefon, ev. anderes?
39. Wer ist der direkte Ansprechpartner für die Umsetzung des Projekts?

**Konzept: Homepage Gemeinde Witterswil (SO)**

40. Wie viel Zeit kann der Projektausschuss in das Projekt für Sitzungen, Abklärungen usw investieren?

**5.5.5. Anderes**

41. Gibt es andere Kommentare, Anregungen und/oder Wünsche

\*\*\*\*\*