



# Handbuch Internet

**Vom Konzept zur Website –  
Planungshilfen für Gemeinden, Kirchenkreise  
und kirchliche Einrichtungen**

Herausgegeben vom  
Amt für Öffentlichkeitsdienst (AfÖ) und  
Rechenzentrum Nordelbien-Berlin (RNB)

© Amt für Öffentlichkeitsdienst (AfÖ)

**Herausgeber:**

Amt für Öffentlichkeitsdienst (AfÖ),  
Rechenzentrum Nordelbien-Berlin (RNB)

**Redaktion:**

Dr. Winfried C. J.Eberstein, Jörg Fenske (ViSdP), Sönke Funck,  
Doreen Gliemann (Lektorat), Dennis Helm, Susanne Schumacher, Michael G. Schmidt

**Satz und Layout:**

Elke Harten (NMZ)

**Druck:**

nn

**Internet:**

[www.reader.nordelbien.de](http://www.reader.nordelbien.de)

**Wir danken den beteiligten Werken und Kirchenkreisen  
für die Mitarbeit:**

Kirchenkreis Eckernförde, [www.kirchenkreis-eckernfoerde.de](http://www.kirchenkreis-eckernfoerde.de)

Kirchenkreis Neumünster, [www.kirchenkreis-neumuenster.de](http://www.kirchenkreis-neumuenster.de)

Kirchenkreisverband Hamburg, [www.kirche-hamburg.de](http://www.kirche-hamburg.de)

Nordelbisches Kirchenamt, [www.kirchenamt.nordelbien.de](http://www.kirchenamt.nordelbien.de)

Nordelbisches Missionszentrum (NMZ), [www.nmz-mission.de](http://www.nmz-mission.de)

# Inhalt

**Geleitwort**

**Vorwort**

**Planungsphase**

**Inhaltlicher Aufbau**

**Aufgabenverteilung**

**Qualitätssicherung**

**Kosten**

**Technik**

**Werbung und Sponsoring**

**Datenschutz und Recht**

**Anhang**

**Barrierefreiheit – 10 Tipps für Profis**

**Header von [www.nordelbien.de](http://www.nordelbien.de)**

**Checkliste: Kostenplanung**

**Musterseite: Impressum und Haftungsausschluss**

**Mustererklärung:**

**Einwilligung zur Veröffentlichung von  
personenbezogenen Daten und Bildnissen im Internet  
(Merkblatt und Erklärung)**

**Nutzungsvertrag für Bildrechte**

**Nutzungsvertrag für Texte**

**Literatur**

**Glossar**

**Adressen**



## **Liebe Leserin, lieber Leser!**

Was für Martin Luther der Buchdruck war, ist für unsere Kirche heute das Internet: Ein modernes und zeitgemäßes Instrument zur Verkündigung des Evangeliums und zur Information über die christliche Kirche. Das Internet ersetzt nicht das Buch und auch nicht das gesprochene Wort, es eröffnet neue zusätzliche Räume der Kommunikation.

Auf den kirchlichen Internetseiten besuchen uns Menschen aus unserer und aus anderen Kirchen, Ländern und Kontinenten. Fast unbemerkt schauen sie uns über die Schulter, wollen von uns wissen, wer wir sind und was wir glauben und tun. Das Internet hat eine ökumenische, eine weltweite Dimension, die uns verpflichtet, bei seiner Gestaltung immer auch an den fremden Gast aus der Ferne zu denken. Die kirchlichen Internetseiten sind für viele Menschen in Deutschland ein erster Zugang zum Glauben und zur Kirche. Im Schutz seiner Anonymität informieren sie sich über eine Gemeinde, über die Taufe oder den Glauben.

Das Evangelium will auf verschiedenen Wegen zu den Menschen gelangen, und wir sind dafür verantwortlich, dass diese Wege gestaltet sind, dass sie einladend in der Form und klar in der Sache sind. Hinter allem steht der eine Missionsauftrag Jesu Christi, der uns bis an die Enden der Erde aussendet. In diesem Dienst beziehen wir auch die Benutzung des Internets mit ein.

Die Nordelbische Evangelisch-Lutherische Kirche hat im Jahr 2000 die Stelle eines Internetbeauftragten eingerichtet. Mit Freude konnten wir das Wachstum und das Engagement vieler Gemeinden, Einrichtungen und Werke der Kirche verfolgen, die sich mit ihrer Arbeit und ihren Angeboten im Netz zeigen.

Da sich die Zahl der kirchlichen Internetseiten in den letzten Jahren vervielfacht hat, ist es nun notwendig, zu Absprachen über deren Form und Inhalt zu kommen. Darum begrüßen wir die Initiative der Arbeitsgruppe „Internet-Standards“, die das vorliegende Handbuch zusammen gestellt hat, ihnen gilt unser Dank.

Mehr denn je sind wir als Kirche gefordert, uns öffentlich und sichtbar zu zeigen. In der Konkurrenz und Vielfalt der Internetangebote versuchen wir, die Erkennbarkeit unserer Kirche in der ganzen Vielfalt ihrer Aktivitäten zu fördern durch Gemeinsamkeit im Erscheinungsbild.

Wir wünschen uns, dass die nordelbischen Kirchenkreise, Kirchengemeinden und Einrichtungen sich auf diesen Prozess einlassen und zu verbindlichen Absprachen über ihren Auftritt im nordelbischen Rahmen gelangen.

Maria Jepsen  
Bischöfin von Hamburg

Dr. Hans-Christian Knuth  
Bischof von Schleswig

Bärbel Wartenberg-Potter  
Bischöfin von Holstein-Lübeck

## Vorwort

Eine Website gestalten heißt vor allem: Entscheidungen treffen. Wie Ihre neue Website aussieht, welche Themen einfließen, welche Informationen Sie anbieten und welche Sie weglassen, all dieses muss entschieden werden - genauso wie Provider, Screen-Design, Redaktionssystem, externe Links und vieles mehr.

Sie stellen Ihre Gemeinde / Einrichtung der „weltweiten“ Öffentlichkeit vor. Das ist eine Herausforderung, die Ihnen Spaß und Freude machen soll und wird. Aber es ist auch eine Aufgabe, die langen Atem und Vermittlungsgeschick braucht. Unrealistische Wünsche strömen von verschiedenen Seiten auf Sie ein und konkurrieren mit sachlichen Bedingungen wie z. B. einem knappen Budget. All das fällt umso mehr ins Gewicht, wenn Sie über ein letztlich begrenztes Fachwissen verfügen.

Mit diesem Reader bieten wir allen, die eine kirchliche Website konzipieren, einen Leitfaden durch das Dickicht der Möglichkeiten im Internet. Fachleute mögen dieses Handbuch nutzen, um einen Überblick über die Angebote und Datenbanken zu gewinnen, die wir in Nordelbien zur Verfügung stellen. Besonders unterstützen wollen wir alle „QuereinsteigerInnen“: mit Informationen, Tipps und Checklisten.

Oft reichen die Ressourcen nicht aus, den eigenen Auftritt ständig zu optimieren und auf Dauer weiterzuentwickeln. Ein Redaktionssystem ist die Voraussetzung für einen kostensparenden Austausch der Inhalte. Die Nordelbische Arbeitsstelle Internet hat deshalb ein einheitliches, lizenzfreies Redaktionssystem in Nordelbien eingeführt, das von zahlreichen Kirchenkreisen und nordelbischen Diensten und Werken verwendet wird. Größtmögliche Synergieeffekte werden erreicht, wenn so viel Informationen wie möglich gemeinsam genutzt werden. Dadurch kann sich der einzelne Auftritt einer Gemeinde oder Einrichtung entlasten und bleibt dennoch vielfältig und attraktiv. Die unterschiedlichen kirchlichen Auftritte verbinden sollte auch eine gemeinsame Haupt-Navigation, die inzwischen erarbeitet wurde. Unser Ziel ist nun, eine zunehmende Verbindlichkeit in Nordelbien herzustellen, die den Austausch von Inhalten leichter macht und die gemeinsame Nutzung der großen Datenbanken Adressen, Bildung, Kirchenmusik und Tourismus ermöglicht. Durch Synergien wird nicht nur Geld gespart. Es wird auch deutlich, dass unsere Kirche ein Ganzes in vielen Teilen ist.

Mit dem Internet verändert sich die innere und äußere Kommunikation. Viele Informationen werden vollständig nur noch im Netz zu finden sein. Die regelmäßige Datenpflege und Eingabe von Veranstaltungen wird daher zur Pflicht jedes kirchlichen Veranstalters. Voraussetzung zum Erfolg ist jedoch, dass unsere kirchlichen Internetauftritte nach innen wie nach außen attraktiv genug sind und bleiben. Dazu soll Ihnen dieses Handbuch eine Hilfe sein. Kleine Dopplungen im Text ermöglichen das (Nach-)lesen einzelner Kapitel, ohne dass wichtige Angaben unter den Tisch fallen.

Die Redaktionsgruppe hat viel Mühe aufgewandt, wir danken ihren Mitgliedern im Namen unserer Kirche. Wir hoffen, dass diese Zusammenarbeit zum Vorbild für die ganze nordelbische Internetlandschaft wird.

Bei der Konzeption Ihrer Website wünschen wir Ihnen Freude und Erfolg. Das Internet ist ein wesentliches Kommunikationsmedium der Zukunft. Schon heute besitzen fast 60% aller BundesbürgerInnen über 14 Jahren einen eigenen Internetanschluss. Nutzen Sie diese Möglichkeit, um unsere Kirche in die Öffentlichkeit zu bringen!

Dr. Rüdiger Sachau

Amt für Öffentlichkeitsdienst

Pastor Jörg Fenske

Nordelbische Arbeitsstelle Internet

# Planungsphase

**Kennen Sie Ihr Ziel?**

**Öffentlichkeitsarbeit ist Leitungsaufgabe!**

**Was darf Ihr Projekt kosten?**

**Wer arbeitet mit?**

**Domainregistrierung**

**Beratung und Begleitung**

**Nordelbischer Webring**

**Zusammenfassung**

## Kennen Sie Ihr Ziel?

Bevor Sie eine eigene Website konzipieren, sollten Sie sowohl Ihre Ziele als auch Ihre Zielgruppen – so konkret wie möglich - schriftlich festhalten.

Hilfestellung bei der Planung gibt die Beantwortung folgender Fragen:

Wen wollen Sie vor allem ansprechen?

Was möchten Sie Ihrer wichtigsten „Zielgruppe“ vor allem mitteilen?

Wollen Sie zusätzliche Zielgruppen gewinnen? Wenn ja – welche?

Was möchten Sie Ihrer neuen „Zielgruppe“ vor allem mitteilen?

**Zielgruppe  
beachten**

## Öffentlichkeitsarbeit ist Leitungsaufgabe!

Die Internetpräsentation ist Bestandteil der Öffentlichkeitsarbeit und die Öffentlichkeitsarbeit ist per definitionem eine Leitungsaufgabe.

In der Praxis gibt es zwei unterschiedliche Entstehungsgeschichten einer Website: Entweder gehen die Überlegungen für eine Website von der Leitung aus, oder eine beliebige Personengruppe innerhalb der Einrichtung plant die Internetseiten. Im zweiten Fall ist die Leitung der Einrichtung im Verlauf der Planungsphase nicht nur über die Überlegungen zu informieren, sondern sie muss im geeigneten Moment auf jeden Fall in die Planungen integriert werden.

Auf jeden Fall ist – schon zu Beginn der Planung - ein Beschluss der Leitung herbeizuführen, der folgendes beinhaltet:

- Grundlegender Auftrag für eine Website
- Beauftragung einer klar umschriebenen Planungsgruppe
- Beauftragung eines Projektleiters mit einem klaren Handlungsrahmen und festem Budget
- Absprache des Zeitplanes

Am Ende der Planungsphase muss die erarbeitete Konzeption der Leitung vorgestellt und von dieser beschlossen werden.

## Wer arbeitet mit?

Legen Sie von Anfang an fest, wer für welche Aufgaben zuständig ist. Nebenher und ohne Klärung der Zuständigkeiten lässt sich eine Website meist weder realisieren noch unterhalten. Wir haben dieser Frage deshalb ein eigenes Kapitel gewidmet: Aufgabenverteilung! Die darin aufgeführten Punkte sollen bei der realistischen Einschätzung der anfallenden Arbeit helfen. Nur so kann der Umsetzungszeitraum für die Erstellung der Website richtig eingeschätzt werden: Vom Beginn der Planung bis zu dem Onlinegang vergehen in der Regel neun Monate – selbst bei einem straffem Zeitplan!

**Aufgaben  
verteilen!**

## Was darf Ihr Projekt kosten?

Stecken Sie sich zunächst einen festen finanziellen Rahmen. Ihr Budget muss zumindest zwei Bereiche abdecken: zum einen die reinen Erstellungskosten der Website und zum anderen die Folgekosten für die regelmäßige „Pflege“. Zu letzterem zählen auch die Personalkosten für die Redaktion!

Hilfestellung für die Abschätzung des Kostenrahmens gibt das Kapitel „Kosten“. Im Anhang befindet sich außerdem eine Checkliste.

**Kostenrahmen  
festlegen**



## Domainregistrierung

Domain ist der Name Ihrer Website im Internet. Der muss bei einer dafür vorgesehenen Einrichtung registriert sein, damit er weltweit einmalig ist. In der Regel wird Ihr Domainname auf die Endung „*wir.de*“ lauten.

Domainnamen, die auf *.de* enden, müssen bei der DENIC registriert werden. DENIC steht für *Deutsches Network Information Center*. Der Sitz der Domain Verwaltungs- und Betriebsgesellschaft eG ist in Frankfurt a./M. (s. Adressen). Sie können Ihre Domain direkt bei der DENIC registrieren lassen - was allerdings recht teuer ist. Besser beraten sind Sie meist mit einem so genannten Provider - einem Zwischenhändler, der Ihnen Speicherplatz im Internet vermietet, auf dem Sie Daten ablegen. Der Provider lässt Ihre Domain zu einem günstigeren Preis bei der DENIC registrieren.

Lassen Sie unbedingt eine/n Mitarbeitende/n Ihrer Einrichtung als *Admin-C* registrieren. Das ist die (natürliche oder juristische) Person, der die Domain, also der Name, dann gehört. So haben Sie die Verfügungsgewalt über Ihre Domain und können sie bei Bedarf auch jederzeit wieder löschen lassen.

**Rechtzeitig  
Namen  
festlegen**

## Beratung durch den Internetbeauftragten der NEK

Der Internetbeauftragte der NEK (Pastor Jörg Fenske, s. Adressen) berät – im Rahmen der personalen Möglichkeiten - bei der Konzeption der Website und koordiniert die nordelbischen Internetaktivitäten. Auch wenn Sie nicht auf seine Unterstützung angewiesen sind: Bei allen Planungen für Websites, die über die Größenordnung einer einzelnen Gemeinde oder Einrichtung hinaus gehen, informieren Sie bitte den Internetbeauftragten auf jeden Fall schon in der Planungsphase, denn das nordelbische Netzwerk lebt von gegenseitiger Information und von der gemeinsamen Nutzung der vorhandenen Ressourcen. Manche überflüssige Dopplung kann so vermieden, vorhandenen Daten und Informationen können sinnvoll eingebunden werden.

## Die Kompetenz der nordelbischen Webmaster/innen

Nicht jeder muss das Rad neu erfinden! Nehmen sie sich zu Beginn der eigenen Planungen Zeit, durch kirchliche Websites zu surfen. Welche Seiten gefallen ihnen besonders gut? Was gefällt ihnen an diesen Seiten: das Layout, der schnelle Seitenaufbau, die Aktualität oder die Informationen? Halten sie diese Internetadressen mit einigen Stichworten fest, genauso wie Beispiele, die Ihnen überhaupt nicht zusagen.

Eine Hilfe kann der nordelbische Webring sein. Das Logo des Nordelbischen Webringens finden sie auf vielen nordelbischen Seiten. Es lädt sie zu einem virtuellen Spaziergang durch nordelbische Internetseiten ein. Nähere Informationen – und um Mitglied des Webringens zu werden – finden sie unter [www.webring.nordelbien.de](http://www.webring.nordelbien.de). Übrigens: Die Webmaster/innnen des Nordelbischen Webringens werden vom Internetbeauftragten der Nordelbischen Kirche zweimal im Jahr zum Austausch eingeladen.

**Nachmachen  
erwünscht!**

## Ein bisschen Spaß muss sein

Bitte beantworten sie folgende Frage für sich selber offen und ehrlich: Ist die Planung der Website für Sie eine Aufgabe, die erledigt werden muss, weil „man“ eine Website haben muss, um dazuzugehören? Dann beginnen Sie bitte erst gar nicht. Es muss nicht jede kirchliche Einrichtung eine Website besitzen.

Das Internet ist nur eine Möglichkeit, um Menschen zu informieren und mit ihnen in den Dialog zutreten. Nutzen Sie die vielen anderen Möglichkeiten!

Wenn Sie aber Lust haben, eine Website zu planen und umzusetzen, werden Sie merken, dass sich der Weg lohnt: Das Internet ist das Kommunikationsmedium der Zukunft. Schon heute besitzen über 56% aller BundesbürgerInnen über 14 Jahren einen eigenen Internetanschluss. Nutzen Sie diese Möglichkeit, um unsere Kirche in die Öffentlichkeit zu bringen!



## Zusammenfassung

- Überlegen Sie vor der Erstellung der Website genau, wie und für wen sie gestaltet sein soll.
- Machen Sie sich bewusst: Öffentlichkeitsarbeit ist Leitungsaufgabe.
- Legen Sie fest, wer für welche Aufgaben verantwortlich sein wird.
- Denken Sie an die Beratung durch den nordelbischen Internetbeauftragten.
- Die Konzeption und Umsetzung einer Website wird etwa neun Monate in Anspruch nehmen.
- Lassen Sie den Namen Ihrer Website eintragen und achten Sie darauf, sich als Admin-C registrieren zu lassen.
- Nicht jeder muss das Rad neu erfinden, alle leben vom Austausch und der gegenseitigen Anregung.
- Und: Ein bisschen Spass muss sein ... auf dem langen Weg.

# Inhaltlicher Aufbau

**Die Startseite: einladend, übersichtlich und aktuell**

**Die Navigation**

**Aktuelle Nachrichten**

**Der Veranstaltungskalender**

**„Wir über uns“**

**Kontaktmöglichkeiten**

**II      Autoresponder**

**II      E-Mail-Formulare**

**III     Moderiertes Gästebuch**

**Portalfunktion mit Adressdatenbanken**

**Link nach Innen und nach Außen**

**Geteiltes Wissen: Glaubens Info und Kirchen ABC**

**Die Tageslosung**

**Webring Logo**

**Zusammenfassung**

## Die Startseite: einladend, übersichtlich und aktuell

Die Startseite Ihrer Website soll einladend, übersichtlich und aktuell sein. Bieten Sie hier nicht zu viele Informationen an – das geht zu Lasten der Übersichtlichkeit. Entscheidend ist die Aktualität der Informationen. Niemand interessiert sich für ein Krippenspiel, wenn es bereits Ostern ist - eine Binsenweisheit, die jedoch keineswegs immer beachtet wird. Als „eyecatcher“ dient besonders auf der Startseite ein gutes Foto - ohne lange Ladezeiten!

**Weniger ist mehr!**

## Navigation

Wenn die Startseite Neugierde geweckt hat und auf tiefere Ebenen lockt, brauchen die UserInnen Menüpunkte und eine Navigationsleiste, die einer nachvollziehbaren Logik folgen. Die Navigation soll klar und übersichtlich sein, die verwendeten Begriffe sollen sich selber erklären und unmissverständlich zum Inhalt führen. Leider lässt sich dieser Anspruch in der Praxis nur eingeschränkt umsetzen, da das Empfinden der einzelnen User unterschiedlich ist: was der eine unter „Aktuell“ sucht, sucht die andere unter „News“ oder „Termine“.

Die Hauptnavigation, d.h. die Navigation der ersten Ebene, soll auf keinen Fall mehr als sieben Menüpunkte aufweisen, besser sogar nur fünf – außer den Nebenpunkten: Kontakt, Suche, Sitemap (s.a. Technik) oder Hilfe sowie Impressum und der Home-Button.

Wir empfehlen, die Benennung der Menüpunkte – wenn möglich und sinnvoll – an die acht Hauptpunkte der Navigation von [www.nordelbien.de](http://www.nordelbien.de) anzugleichen. Diese Punkte sind:

- **Glaube**
- **Arbeitsfelder**
- **Kirchen & Gemeinden**
- **Veranstaltungen**
- **Nachrichten**
- **Nordelbische Kirche**
- **Stiften & Spenden**
- **Dialog**

Und last, not least: Eine Suchfunktion und eine Sitemap (= ein verlinktes Inhaltsverzeichnis) gehören für alle, die schnelle Informationen suchen, dazu.

**Klar, übersichtlich, nachvollziehbar:  
Die Navigation sollte gründlich durchdacht sein.**

## Aktuelle Nachrichten

Aktuelle Nachrichten aus der Gemeinde, dem Kirchenkreis oder der Einrichtung (auch Pressemitteilungen) zählen zu den elementaren Bestandteilen einer Website.

## Veranstaltungskalender

Alle Veranstaltungstermine Ihrer Gemeinde oder Einrichtung gehören auf die Website! Gemeinden, Kirchenkreise und kirchliche Einrichtungen haben in der Regel so viele Veranstaltungstermine, dass ein eigener Veranstaltungskalender eingerichtet werden sollte.

Gemeinden sollten hier mindestens die aktuellen Gottesdiensttermine vorhalten. In der Praxis hat sich eine Aufteilung der Termine in regelmäßige Angebote (Gruppentreffen aller Art) und einmalige Veranstaltungen (z.B. Konzerte) bewährt. Außerdem ist es sinnvoll, die sonntäglichen Gottesdienste – evtl. auch die Andachten – in einem Extrapunkt zusammen zu fassen.

**Richten Sie nach Möglichkeit einen Veranstaltungskalender ein.**

Die genaue Angabe von Ort, Zeit und Titel der Veranstaltung ist unerlässlich. Wenn Sie zusätzlich Ansprechpartner nennen und eine Wegbeschreibung anbieten – umso besser!

Überlegen Sie, unter welchen Portalen die Ausgabe ihrer Veranstaltungen außerdem sinnvoll wäre: auf der Website des Kirchenkreises, der übergeordneten Dachorganisation oder dem landeskirchlichen Portal, aber auch in Quer-Portalen, wie z.B.: Nordelbisches Kirchenmusik-Portal ([www.kirchenmusik-nordelbien.de](http://www.kirchenmusik-nordelbien.de)) oder dem Fortbildungs-Portal ([www.kirche-bildet.de](http://www.kirche-bildet.de)).

Ebenso ist die Ausgabe der Veranstaltungen unter Umständen auf den Internetseiten der Kommune oder der Touristik-Zentrale sinnvoll.

Wenn sie einen Austausch der Termine erwägen, ist dies in die Planung einzubinden, um später unnötige Doppeleingaben zu vermeiden.

## „Wir über uns“

Stellen Sie sich den Besucherinnen und Besuchern Ihrer Website so vor, wie Sie gesehen werden möchten und machen Sie kein Geheimnis aus dem, was Ihr Mitarbeiterstab tut. Vermitteln Sie in knappen Texten das Wesentliche - hier ist Historisches genauso von Belang wie die laufende Arbeit.

Auf jeden Fall sollte für jede Abteilung und Gruppe eine eigene Visitenkarte angelegt werden, die neben der vollständigen Adresse alle Kontaktmöglichkeiten (Telefon, Fax, Mobiltelefon, E-Mail) aufzählt. Hilfreich sind auch nähere Erklärungen, wie z.B. die Büroöffnungszeiten. Da unsere Kirche durch Menschen lebt und wirkt, sollten alle MitarbeiterInnen mit einem Foto vorgestellt werden, wobei auch Gruppenaufnahmen z.B. vom „Kirchenbüro-Team“ möglich sind.

**Sorgen Sie für Kontaktmöglichkeiten**

## Portalfunktion mit Adressdatenbanken

Eine gute Website sollte nicht nur eigene Belange vermitteln. Auch Informationen aus dem weiteren Umfeld interessieren, soweit ein Zusammenhang zu Ihrer Arbeit besteht. Eine Portalfunktion mit Adressdatenbanken sorgt für Vernetzung, zeugt von Service und verstärkt letztlich das Interesse an Ihrer Website.

Eine wichtige interne Portalfunktion bieten Visitenkarten (s.o.) mit Fotos für alle Kirchengemeinden, alle übergemeindlichen Einrichtungen im Kirchenkreis und alle Teilbereiche Ihrer Einrichtung. Die Einbindung in die Nordelbische Adressdatenbank vereinfacht hier die Arbeit erheblich.

**„Interaktive“ Visitenkarten**

## Geteiltes Wissen: Glaubens Info und Kirchen-ABC

Das Kirchen-ABC auf der Datenbank von [www.nordelbien.de](http://www.nordelbien.de) gibt - ähnlich wie ein Lexikon Auskunft über Fragen des christlichen Glaubens und über unsere Kirche. Lassen Sie die Besucher Ihrer Website von diesem Lexikon profitieren, indem Sie entweder eine entsprechende Verknüpfung einrichten oder aber – wenn möglich – im Rahmen des Contentaustausches das Kirchen-ABC in Ihre Website komplett einbinden. Sie haben dann automatisch an allen Änderungen und Erweiterungen des Lexikons Anteil. Außerdem verweisen Sie die User/innen gerade bei den Grundfragen unseres Glaubens nicht auf fremde Seiten, sondern geben auf Ihren eigenen Internetseiten und in Ihrem eigenen Layout Antworten.

Gleiches gilt für die Glaubens-Texte und andere Bereiche der Nordelbien-Seiten, die für Sie von Bedeutung sind. Die Devise ist hier: Geteiltes Wissen ist doppeltes Wissen. Um das gemeinsame Wissen zu teilen, brauchen Sie einen regelmäßigen Content-Austausch. Content ist das englische Wort für Inhalt. Beim Contentaustausch geht es um den regelmäßigen, automatisierten Austausch von Texten (Inhalten) zwischen assoziierten Partnern. Das sind beispielsweise die Landeskirchen und Kirchenkreise sowie die Kirchenkreise und Kirchengemeinden. Der Content-

**Contentaustausch**

austausch dient der Information der Partner und des Publikums und hilft bei der Kosteneinsparung im Redaktionsbereich.

Vergleichen Sie zu diesem Thema bitte auch den Abschnitt „Das genossenschaftliche Kaufhaus“ im Kapitel Qualitätssicherung.

Ansprechpartner ist der Internetbeauftragte der NEK (Pastor Jörg Fenske, s. Adressen).

## Tageslosung

Die Tageslosung sollte Bestandteil einer kirchlichen Homepage sein. Auch sie kann per Verknüpfung – direkt von *www.losung.de* - in Ihre Website eingebaut werden.

## Link nach Innen und nach Außen

Verweisen Sie auf Ihrer Website auf die gemeinsame nordelbische Internetbasis *www.nordelbien.de*, aber auch auf Ihre eigenen Strukturebenen:

- Kirchengemeinden auf den Kirchenkreis (und umgekehrt)
- Einrichtungen auf übergeordnete Einrichtungen (und umgekehrt)

Außerdem ist eine Linkliste Ihrer Kooperationspartner zu empfehlen, die Sie wiederum um einen Gegenlink bitten sollten:

- Kirchengemeinden auf Kommunen (und umgekehrt)
- Ökumenische Wechsellinks
- Kirchengemeinde auf Touristik-Angebote (und umgekehrt)

**Linklisten  
nicht  
vergessen**

## Kontaktmöglichkeiten

Lassen Sie die BesucherInnen Ihrer Website nicht lange nach Adressen und Kontaktmöglichkeiten suchen. Nennen Sie beispielsweise unter dem Button „Kontakt“ die vollständige Adresse Ihres Gemeindebüros, des Pastors oder der Pastorin. Kirchliche Einrichtungen sollten neben den Geschäftsstellen auch die Pressestelle, die Geschäftsführung sowie die Direktorin bzw. den Direktor nennen. Halten Sie hier die E-Mail-Adressen der Kontaktpartner bereit und denken Sie an die Einrichtung eines Autoreponders und/oder eines E-Mail-Formulars.

## I Autoresponder

Der Auto-Responder ist eine E-Mail-Einstellung mit automatisierter Antwortfunktion. Er gibt umgehend Standardantworten, informiert beispielsweise in aller Kürze über Ferienzeiten und Antwortfristen oder benennt weitere Kontaktpartner.

## II E-Mail-Formulare

E-Mail-Formulare vereinfachen besonders bei regelmäßigen Anfragen, Anträgen oder Bestellungen das Vorgehen für beide Seiten – und vermindern durch die vorgegebenen Rubriken meist aufwendige Rückfragen.

Achten Sie auch hier auf die Datenschutzbestimmungen. Sie müssen bei der Einrichtung von Autorespondern und von E-Mail-Formularen eingehalten werden und gelten natürlich erst Recht für das dauerhafte Speichern von Adressen (S. Kapitel Datenschutz und Recht).

**Formulare  
helfen Zeit zu  
sparen**

### III. Moderiertes Gästebuch

Ein Gästebuch im Internet funktioniert ähnlich wie ein Gästebuch aus Papier. Die BesucherInnen können darin Lob und Kritik äußern. Anders als sein papierenes Vorbild lädt es jedoch zur Interaktion ein und beansprucht daher viel Aufmerksamkeit.

Wenn Sie ein Gästebuch einrichten, sollten Sie es auf jeden Fall moderieren. Achten auf das, was Ihre Gäste eintragen. Nicht alle Beiträge sind legal. Manche sind sittenwidrig oder in anderer Weise nicht akzeptabel. Solche Beiträge sollen umgehend, mindestens täglich, gelöscht werden. Hilfreich ist die Einrichtung einer automatischen E-Mail-Benachrichtigung an den Moderator für jeden Forums-Eintrag.

Weisen Sie unbedingt darauf hin, dass Ihr Gästebuch moderiert wird und dass die Einträge nicht immer die Meinung Ihrer Einrichtung wiedergeben (s. Kapitel Datenschutz und Recht).

**Gästebücher  
sollten  
unbedingt  
regelmäßig  
moderiert  
werden**

### Webring Logo

Der Nordelbische Webring ist der Zusammenschluss von nordelbischen Einrichtungen im Internet. Per Link können die Nutzer sich in einem virtuellen Spaziergang von einer nordelbischen Einrichtung zur nächsten durchklicken. Nutzen Sie diese Möglichkeit, die ihnen zusätzliche Besucher auf Ihre Website bringt! Näheres unter [www.webring.nordelbien.de](http://www.webring.nordelbien.de)

**Webring-Logo**



### Zusammenfassung

- Die Startseite Ihrer Homepage soll einladend, übersichtlich und aktuell sein. Stellen Sie Ihre Gemeinde, Ihren Kreis oder Ihre Einrichtung gut dar und vermitteln Sie alle nötigen und interessanten Informationen. Dazu zählen aktuelle Nachrichten, Termine, Kontaktpersonen, Adressen, Öffnungszeiten und dergleichen mehr.
- Ein Gästebuch zum Meinungsaustausch bereichert Ihre Homepage, es muss jedoch moderiert werden.
- Verknüpfungen mit den einzelnen Datenbanken der nordelbischen Internetbasis [www.nordelbien.de](http://www.nordelbien.de) verhelfen allen zu einem großen Netzwerk.

#### **Achtung:**

Bei allem beachten Sie bitte die Vorschriften des Datenschutzes und die Urheberrechtsbestimmung! Auch bei der Auswahl der Fotos gelten Urheberrechts-Bestimmungen. Bei der Veröffentlichung personenbezogener Daten gelten die entsprechenden Datenschutzbestimmungen. Siehe dazu: Kapitel Datenschutz und Recht.

# Aufgabenverteilung

**Projektverantwortliche**

**Planungsgruppe**

**Webmaster/in (für Technik verantwortlich)**

**Redakteur/in (für Inhalte verantwortlich)**

**Schulungsverantwortliche**

**Zusammenfassung**



Die Konzeption, konkrete Planung und Erstellung einer Website ist ein großes Projekt. Damit das Projekt gelingen kann, sind neben allen inhaltlichen Vorüberlegungen auch die klare Benennung von Verantwortlichen und eine gute Aufgabenverteilung unbedingt und zwingend notwendig. Ein Mensch allein kann die Aufgaben nicht bewältigen! Je mehr Aufgaben hausintern erledigt werden müssen, desto wichtiger wird deren Verteilung. Schon aus finanziellen Gründen kann in den seltensten Fällen eine Agentur mit dem Gesamt-Projekt Website betraut werden. Und in der Regel wird auch keine hauptamtliche Vollzeit-Stelle geschaffen.

Im ersten Schritt müssen die verschiedenen Aufgaben sehr genau erfasst werden. Danach sind die verantwortlichen Personen zu benennen – und zwar sowohl für die erste Phase der Planung und Erstellung einer Website, als auch später für die zweite Phase, den laufenden Betrieb.

Wir stellen hier die verschiedenen Aufgabenbereiche für das Projekt Website vor und skizzieren die nötige Qualifikation.

## Projektverantwortliche

Das Projekt Website benötigt immer eine/n Gesamtverantwortliche/n! Hier sollen alle Fäden zusammenlaufen, strukturell sollten die Verantwortlichen möglichst nah bei der Leitung der Gemeinde, des Kirchenkreises oder der Einrichtung angesiedelt sein. Im Laufe des Projektes müssen viele Entscheidungen getroffen werden - nicht nur finanzielle, sondern auch inhaltliche. Es geht dabei z.B. um die Festlegung von Inhalten, Kommunikationswegen, Zuständigkeiten, (Öffnungs-) Zeiten und dergleichen mehr. Manchmal fällt erst während der Projektplanung auf, dass Wesentliches im Stadium des „Noch-gar-nicht-entschieden“ stecken blieb. Spätestens dann zeigt sich: Internetarbeit ist Öffentlichkeitsarbeit und damit Chefsache. Ein guter, kurzer Draht zur Leitungsebene ist wichtig und hilfreich.

Die Gesamtverantwortlichen sind Dreh- und Angelpunkte für alle am Projekt Beteiligten. Sie sorgen für den Informationsfluss im Projekt. Sie sind der Leitung gegenüber im Rahmen des Projekt-Auftrages verantwortlich. Die Position der Gesamtverantwortlichen für das Projekt Website erfordert eine Person, die in der Gemeinde, im Kirchenkreis oder in der Einrichtung gut integriert ist. Sie braucht detaillierte Kenntnisse der internen Strukturen und Entscheidungswege und zugleich die nötige Distanz, um das Projekt mit dem Blick der „typischen“ Internet-NutzerInnen kritisch begleiten zu können.

Idealerweise verfügen Gesamtverantwortliche neben den inhaltlichen auch über technische Kenntnisse aus dem Bereich Internet, um Mögliches, Machbares und Wünschenswertes miteinander verbinden zu können.

Selbst wer das Projekt Website komplett in die Hände einer entsprechenden Agentur legt, benötigt eine/n Gesamtverantwortliche/n. Keine Agentur kann mit der Vielzahl von Gremien und Ebenen in einem Kirchenkreis oder in einer Einrichtung zusammenarbeiten. Sie ist immer auf kompetente und entscheidungsbefugte Ansprechpartner angewiesen.

## Planungsgruppe

Die Planungsgruppe ist zwischen den Prinzipien „Vier Augen sehen mehr als zwei“ und „Viele Köche verderben den Brei“ angesiedelt. Aus Gründen der Arbeitseffizienz und -ökonomie besteht die Gruppe möglichst aus vier bis acht Personen und spiegelt im Querschnitt die verschiedenen Ebenen eines Kirchenkreises bzw. einer Einrichtung wieder.

Erfahrung mit dem Internet und publizistisches Können sind nützlich. Der bzw. die Verantwortliche für den Bereich Öffentlichkeitsarbeit des Kirchenkreises oder der Einrichtung sollte von Beginn an in das Projekt eingebunden sein.

**Kompetente  
und  
entscheidungs-  
befugte  
Ansprech-  
partner**

Die Planungsgruppe stöbert in vorhandenen Internetseiten, sammelt eigene Ideen, erfragt Wünsche und Anforderungen aus Gemeinde, Kirchenkreis oder Einrichtung, und erstellt aus diesem Material das inhaltliche Konzept der Website.

**Planungs-  
gruppe  
einrichten**

Sie prüft die technischen Bedingungen dieses Konzeptes, kalkuliert die Kosten, vergibt Fremdarbeiten (z.B. Grafik- oder Programmieraufgaben) – kurz: Sie arbeitet als klassische Projektgruppe. Arbeitsgrundlage ist ein klarer Arbeitsauftrag seitens der Leitungsebene.

## **Webmaster/in**

Schon während der Entwicklungsphase sollte die Position des Webmasters/der Webmasterin besetzt werden. Webmaster sind im laufenden Betrieb für die Technik verantwortlich. Sie sorgen für das reibungslose Funktionieren aller Elemente einer Website, administrieren das Redaktionssystem und verwalten Benutzer- und Zugriffsrechte.

Webmaster sorgen für den Kontakt mit dem Web-Hoster und gegebenenfalls mit der Programmier-Firma. Da sie für alle nicht-inhaltlichen Anfragen die ersten Ansprechpartner sind und auf Störungen im Betrieb reagieren, sollten sie per E-Mail gut erreichbar sein. Eine kurze Reaktionszeit muss gewährleistet sein.

**Zuständig für  
die Technik:  
Webmaster-  
Innen**

Technische Weiterentwicklungen, Änderungen und alle anfallende Programmierarbeit können bei entsprechender Kompetenz vom Webmaster selbst geleistet werden. Auf jeden Fall ist eine ausreichende Qualifikation in Internet-Technik für diese Aufgabe nötig. Weitergehende Arbeiten an der Website werden in der Regel von eigenen oder extern beauftragten Techniker/innen oder Programmierer/innen erledigt.

## **Redakteur/in**

Anders als die Webmaster sind die RedakteurInnen für den Inhalt der Website verantwortlich. Auch diese Position bedarf einer konkreten personellen Benennung und Verantwortung.

Innerhalb eines Redaktionssystems lassen sich Zugriffsrechte unterschiedlichster Art auf verschiedene Personen bzw. Gemeinden oder Einrichtungen verteilen. Sie übernehmen damit auch die Verantwortung für die Aktualisierung und Datenpflege des eigenen Portal-Bereichs der Website.

In jedem Fall aber sollte es eine übergeordnete Ebene, eine Chefredaktion geben! Alle Informationen, Nachrichten oder Daten, die das Gesamt des Hauses und der Website betreffen, sollten in ihrer Hand redaktionell betreut und gepflegt werden. Der/die Redakteur/in sollte:

- die allgemeine E-Mail-Adresse verwalten (info@anbieter.de)
- eine kurze Reaktionszeit gewährleisten
- einen Newsletter herausgeben
- das Gästebuch und/oder Forum moderieren und
- alle übergeordneten, nicht dezentral gepflegten Seiten der Website redigieren.

**Texte  
redigieren,  
Gästebücher  
moderieren,  
Newsletter  
herausgeben**

Journalistische Kompetenz ist wünschenswert, idealer Weise auch im sogenannten „cross-media-publishing“. Auf jeden Fall aber muss die Redaktion in den Bereich Öffentlichkeitsarbeit des Kirchenkreises bzw. der Einrichtung integriert sein.

## Schulungsverantwortliche

Besonders in der Entwicklungs- und Startphase der neuen Website gibt es darüber hinaus noch den Bedarf nach einem/einer Schulungsverantwortlichen. Diese/r sorgt, wie der Name schon sagt, für die Organisation und Durchführung von Schulungsmaßnahmen im Redaktionssystem der Website. Dazu gehört neben der Erstellung von Schulungs- und Lehrmaterial besonders die Anmietung von geeigneten Schulungsräumen, d.h. EDV-Räumen mit mehreren Internet-Arbeitsplätzen. Nur so lässt sich in der Regel bei vertretbarem Aufwand eine breite Unterrichtung im Redaktionssystem gewährleisten – und damit die Befähigung zur dezentralen Pflege der Website erreichen.

Bei der Schulung ist pädagogisches Gefühl nötig, gerade auch im Hinblick auf die unterschiedlichen Voraussetzungen der Schulungs-TeilnehmerInnen.

Sicher lassen sich bei den oben aufgeführten Aufgaben rund um die Entwicklung und den Betrieb einer Website auch mehrere Arbeitsbereiche von einzelnen Personen abdecken. Wichtig ist aber, sich der verschiedenen Arbeitsbereiche bewusst zu sein und diese schon in der Konzeption zu bedenken. Nur dann sind die notwendigen Aufgaben auch wirklich im Betrieb einer Website zu bewältigen, ohne dass Einzelne überfordert werden.

**Schulen Sie  
alle Mitarbei-  
tenden, die  
Redaktions-  
status haben**



## Zusammenfassung

- Richten Sie eine Planungsgruppe ein, deren Mitglieder wesentliche Bereiche Ihrer Einrichtung oder Gemeinde repräsentieren. Sie soll die technischen Bedingungen des Konzeptes prüfen, die Kosten kalkulieren und gegebenenfalls Arbeitsaufträge an externe Dienstleister vergeben.
- Alle Fäden sollten bei einer/einem Projektverantwortlichen zusammenlaufen, die koordiniert und Entscheidungskompetenz hat.
- Denken Sie bei der Planung daran, dass Sie die Website nicht nur erstellen, sondern später auch „pflegen“ müssen! Dafür braucht es in der Regel Webmaster, die für die Technik zuständig sind. Und es braucht RedakteurInnen, die die Inhalte der Website regelmäßig aktualisieren.
- Die Akzeptanz der Website als Instrument der Veröffentlichung steht und fällt mit einer guten Schulung aller MitarbeiterInnen, die die Seiten redaktionell betreuen werden. Planen Sie diese bitte unbedingt mit ein!

# Qualitätssicherung

**Einbindung in die Öffentlichkeitsarbeit**

**Das „genossenschaftliche Kaufhaus“:**

**Einkauf und Einstellung in die Nordelbischen Datenbanken**

**Vereinheitlichung der nordelbischen Web-Adressen (URL)**

**Schnee von gestern?**

**Aktualitätsfristen von Informationen und Daten**

**Barrierefreie Präsentation**

**Dreistufige Testphase vor dem Onlinegang**

**Pflege & Webmaster**

**Controlling & Relaunch**

**E-Mail**

**Immer empfangsbereit?**

**Post abfragen und beantworten: Angemessene**

**Reaktionszeiten**

**Zusammenfassung**

## Einbindung in die Öffentlichkeitsarbeit

Grundsätzlich ist das Konzept der Website integrativer Bestandteil des Konzeptes der Öffentlichkeitsarbeit. Daher setzt die Website Ihrer Einrichtung – im Idealfall – das bereits vorhandene Konzept der Öffentlichkeitsarbeit um bzw. erweitert dieses um ein Medium.

In der Praxis wird jedoch häufig der umgekehrte Weg eingeschlagen: Vielerorts gibt erst der Wunsch, sich mit einer Website im Internet zu präsentieren, Anlass, ein schlüssiges Konzept der öffentlichen Präsentation der Einrichtung zu erarbeiten. Nicht selten fehlt ein Leitungsbeschluss über die so genannten Hausfarben, und es gibt (noch) kein Corporate Design. Dies wird z.B. bei der Farbgestaltung der Website oder bei der Suche nach einem Logo für die Homepage deutlich.

Wichtig ist gerade dann, auf die weitere Verwendung und Verwendbarkeit der Farben und des Logos im Printbereich und in allen Bereichen der Öffentlichkeitsarbeit zu achten.

## Das „genossenschaftliche Kaufhaus“: Einkauf und Einstellung in die Nordelbischen Datenbanken

Die Planung und Ausrichtung auf einen optimalen Datenaustausch – über die eigene Website hinaus - ist nicht nur in Zeiten der Sparmaßnahmen sehr wichtig.

In bestimmten Bereichen ist es notwendig und sinnvoll, Informationen an einer einzigen Stelle zu sammeln, zu sortieren und zu pflegen. Zurzeit stehen folgende nordelbische Datenbanken zum Content-Austausch zur Verfügung:

- Nordelbien-Nachrichten-Datenbank
- Nordelbien-Adress-Datenbank
- Nordelbien-Veranstaltungs-Datenbank
- Allgemeine Termin-Datenbank
- Kirchenmusik-Portal: [www.kirchenmusik-nordelbien.de](http://www.kirchenmusik-nordelbien.de)
- Fortbildungs-Portal: [www.kirche-bildet.de](http://www.kirche-bildet.de)
- Kirchen-ABC: [www.kirchen-abc.de](http://www.kirchen-abc.de)
- Kirche & Tourismus / Offene Kirchen: [www.kirche-tourismus.de](http://www.kirche-tourismus.de)
- Liturgischer Kalender: [www.liturgischer-kalender.de](http://www.liturgischer-kalender.de)
- Kollektenplaner: [www.kollekten.de](http://www.kollekten.de)
- Nordelbische Fotodatenbank
- Homepage für Gemeinden: [www.baukasten-kirche.de](http://www.baukasten-kirche.de)

Alle Datenbanken sind im *wdss-Redaktionssystem* vorhanden. Im Rahmen des Content-Austausches stehen diese als Bestandteile des Nordelbischen genossenschaftlichen Internet-Kaufhauses allen TeilnehmerInnen am Nordelbischen Redaktionssystem kostenfrei – d.h. allein gegen Anpassungskosten der eigenen Website – zur Verfügung und können daher in der eigenen Website im eigenen Layout ausgegeben werden. Natürlich ist auch der umgekehrte Weg möglich: Informationen, die auf der eigenen Website eingepflegt wurden, können – nach der Einrichtung entsprechender Filter – auch auf anderen nordelbischen Websites ausgegeben werden.

Darüber hinaus besteht ein nordelbisches Interesse, dass alle nordelbischen Websites auf diese umfangreichen Datenbanken hinweisen. Allen nordelbischen Einrichtungen ist es darüber hinaus grundsätzlich erlaubt, Inhalte aus der landeskirchen Websites – unter Angabe der Quelle und mit einer zeitgleichen Benachrichtigung an den nordelbischen Webmaster per E-mail – als Kopie auf die eigene Website einzubinden.

**Nordelbische  
Datenbanken  
auf einen  
Blick**

**News kopieren  
erlaubt**

## **Vereinheitlichung der nordelbischen Web-Adressen (URL)**

Internet-Adressen (Uniform Resource Locator, URL) sollten kurz, einprägsam und zur Einrichtung passend gewählt werden. Im kirchlichen Bereich hat sich folgende Struktur der Web-Adressen zunehmend durchgesetzt, die wir ausdrücklich zur weiteren Verwendung empfehlen:

### **Für Kirchengemeinden:**

*www.kirche-bespielsdorf.de*

### **oder, wenn es mehrere Kirchen in der Stadt gibt:**

*www.kirche-beispielsdorf-johannes.de*

Außerhalb dieser Reihe stehen folgende einprägsame Web-Adressen, die selbstverständlich den schematischen Adressen vorzuziehen sind:

*www.katharinenkirche.de* oder *www.petri.de*

### **Für Kirchenkreise:**

*www.kirchenkreis-beispiel.de*

### **Für Einrichtungen:**

*www.einrichtung-ort.de* (z.B.: *www.pti-nordelbien.de* / *www.dbh-preetz.de*)

Der Vorteil bei der Aufnahme dieser Struktur liegt in der Vergleichbarkeit der kirchlichen Web-Adresse. Kennen die User den Namen einer Einrichtung, können sie deren unbekannte Web-Adresse nach dem Schema ableiten.

Das systemimmanente Problem des Alleinanspruches der Nordelbischen Kirche und ihrer Einrichtungen auf das Wort „Kirche“ ist sorgfältig zu beobachten. Es sollte im Rahmen der ökumenischen Annäherung – wenn immer möglich – durch ein Konfessionsübergreifendes Gesamt-Portal beigelegt werden.

Beispiele:

*www.kirche-bremen.de* / *www.oeip.de* / *www.stadtkirche-osnabrueck.de*

## **Schnee von gestern? Aktualitätsfristen von Informationen und Daten**

Ein hohes Gütesiegel jeder Website ist deren Aktualität und die Richtigkeit der dargebotenen Informationen. Achten Sie darauf, dass Ihre Veröffentlichungen im Internet aktuell sind. Dies gilt nicht nur für Daten, sondern auch für Berichte.

Besucher/innen streichen Ihre Website schnell aus der Favoritenliste, wenn sie keine interessanten Inhalte bietet. Gleiches gilt für die Richtigkeit der Informationen. Was nützt die schnell gefundene Telefonnummer, wenn sie seit einem Jahr nicht mehr gültig ist?

## **Barrierefreie Präsentation**

Ihr Internetauftritt sollte sich auch behinderten Menschen erschließen – nach Möglichkeit mit allen angebotenen Informationen Ihrer Website! Achten Sie auf die barrierefreie Präsentation (s.a. Kapitel: Technik und Datenschutz, sowie Anhang: Checkliste für Programmierer.)

**Namen sollen  
kurz und  
möglichst  
einprägsam  
sein**

**Misten Sie  
regelmäßig  
aus!**

## Dreistufige Testphase vor dem Onlinegang

Nach der Fertigstellung des Prototyps der Website, d.h. der Struktur und des Layouts, kann mit der eigentlichen Dateneingabe der Informationen begonnen werden.

In ersten Testdurchläufen kann ab sofort die Datenausgabe online überprüft werden. Gegebenenfalls muss jetzt das Layout noch einmal angepasst werden, zum Beispiel durch Änderung der Schriftgrößen oder der Farben. In diesem Testdurchgang ist auch die Ausgabe auf unterschiedlichen Browsern – und unterschiedlichen Betriebssystemen – zu testen.

Schon bei der Konzeption ist festgelegt, für welche Browser (Internet Explorer, Netscape, Mozilla, Opera etc.) und welche Entwicklungsstufe (Version 4, 5, 6 oder 7 etc.) die Darstellung optimal sein muss und für welche Abstriche in der Darstellung in Kauf genommen werden können. Jetzt muss die Programmierung evtl. angepasst werden. Wenn möglich sollte man in diesem Stadium die Navigation noch einmal von „unbedarften“ Freiwilligen überprüfen lassen. Sie merken meist sehr schnell, ob die Struktur schlüssig ist. Andernfalls sollte diese noch einmal überarbeitet werden.

Wenn alle Daten eingegeben sind und die Website komplett fertig gestellt ist, beginnt die zweite Testphase. Hier soll der eigentliche Funktionstest erfolgen, der vor allem im Durchklicken durch aller Web-Seiten in allen möglichen Link-Kombinationen besteht. Stellen Sie bei allen Web-Seiten die korrekte Wiedergabe sicher. Gleichzeitig sollte Sie jetzt die Rechtschreibung abschließend überprüfen lassen – möglichst durch mindestens zwei unabhängige Personen.

Auch diese Testphase sollte möglichst in einem geschützten Raum, d.h. nicht öffentlich oder wenigstens in einem nicht öffentlich bekannt gegebenen Rahmen stattfinden. Wichtig ist jedoch, dass ansonsten alle Bedingungen des Internets gegeben sind.

Phase drei ist der dringend notwendige abschließende Online-Test unter realen Bedingungen: Die Website steht für alle sichtbar unter der richtigen Web-Adresse im Internet – vielleicht zwei Tage vor dem offiziellen Starttermin. Jetzt ist die letzte Chance, einzelne Fehler vor dem Start zu beheben. In dieser Phase sollte die Website von allen Mitgliedern der Projektgruppe intensiv getestet werden.

Fehler werden jetzt nur noch durch die eine Hand des zukünftigen Webmasters behoben! Er erhält alle Hinweise per E-Mail. Eine Ausnahme bildet nur die Korrektur von übersehenen Rechtschreibfehlern, die alle Tester direkt korrigieren sollten.

## Pflege & Webmaster

Endlich steht die Website online – alles ist fertig und wartet auf die User. Etliche schlaflose oder zumindest schlafgeringe Nächte liegen hinter der Projektgruppe: Zeit zum Ausspannen, zum Feiern und zur Freude. Das haben sich alle Beteiligten verdient, ein wichtiger Meilenstein ist geschafft.

ABER: Eine Website ist ein „lebendes“ Projekt. Sie benötigt unbedingt die weitere und ständige Begleitung durch drei Funktionsträger:

- RedakteurIn / Redaktion: Sie oder er pflegt und verantwortet die Website inhaltlich.
- WebmasterIn: Er oder sie betreut die Technik.
- ProjektleiterIn: Sie oder er verantwortet und kontrolliert die Konzeption.

**Testen Sie die Ausgabe auf unterschiedlichen Browsern!**

**Alles fertig? Dann können Sie anfangen!**

Diese Aufgabengebiete in geeignete Hände zu überantworten, gehört nach dem Projektstart zu den unmittelbaren Aufgaben der Konzeptionsgruppe. Erst mit der Übergabe dieser konkreten Aufgabenfelder ist die Arbeit der Projektgruppe beendet.

## **Controlling & Relaunch**

Während Redakteure und Redakteurinnen für die alltägliche Pflege der Website und die umgehende Beantwortung bzw. Verteilung der eingehenden E-Mails verantwortlich sind, muss der/die Projektleiter/in das erarbeitete Konzept kontrollieren.

Hierzu gehört unter anderem die rechtliche Vertretung des Trägers gegenüber dem Provider, vor allem aber das Controlling der Website anhand der Web-Statistiken, sowie die Überprüfung der Usability, d.h. des Gebrauchswertes der Website.

Außerdem verändern sich Technik und auch die Gestaltungsansprüche an Websites. Professionelle Websites haben mindestens alle zwei Jahre einen vollständigen Relaunch. Für kirchliche Websites ist der Zeitraum sicherlich auf drei bis fünf Jahre auszudehnen - dann aber sollte eine Anpassung erfolgen.

**Regelmäßige  
Kontrolle:  
Web-  
Statistiken  
sind  
„unbestech-  
lich“**

## **E-Mail**

Auf jeder Website wird nicht nur eine Kontaktmöglichkeit per Telefon oder Postanschrift vorausgesetzt, sondern auch die Erreichbarkeit per E-Mail, die im Impressum sogar gesetzlich vorgeschrieben ist.

Zumindest sollte daher eine zentrale Info-Adresse für inhaltliche Fragen und eine Webmaster-Adresse für alle technischen Fragen vorgehalten werden.

## **Immer empfangsbereit?**

Sorgen Sie dafür, dass Sie alle E-Mails, die an Sie geschickt wurden, empfangen können! So selbstverständlich dieser Satz auf den ersten Blick erscheint, die Praxis zeigt: Die Installation des E-Mail-Empfangs reicht nicht aus. Im Eigeninteresse muss die Erreichbarkeit in regelmäßigen Abständen überprüft werden.

**Kontrollieren  
Sie  
regelmäßig die  
Technik**

## **Post abfragen und beantworten: angemessene Reaktionszeiten**

Leeren Sie Ihren elektronischen Briefkasten mindestens einmal am Tag, wie einen „echten“ Briefkasten auch. Die Reaktionszeit auf eingegangene E-Mails sollte maximal 36 Stunden nach Eingang der E-Mail betragen. Gegebenenfalls kann sie unmittelbar nach dem Wochenende erfolgen.





## Zusammenfassung

- Achten Sie beim Entwurf einer neuen Website auf das Gesamt-Design. Entweder muss das Webdesign einem bereits vorhandenen Corporate Design folgen - oder es muss neu entwickelt und durchgängig auch in die Printmedien Ihrer Einrichtung aufgenommen werden.
- Nutzen Sie die nordelbischen Datenbanken für Ihre Website. Es stehen immerhin sieben Portale für den Content-Austausch zur Verfügung.
- Melden Sie Ihre Website unter einem Namen an, den die UserInnen nachvollziehen und möglichst leicht merken können.
- Aktualisieren Sie Ihre Adressen, Termine und dergleichen regelmäßig! Aktualität zählt zu den wichtigsten Qualitätsmerkmalen einer Website. Dazu gehört natürlich auch eine angemessen (schnelle) Reaktion auf eingehende Mails.
- Ganz sicher macht braucht jede gute Website nach einigen Jahren einen Relaunch. Web-Statistiken und ein gutes Controlling ver helfen Ihnen zu mehr Informationen. So können Sie den Relaunch wesentlich besser planen und die Bedürfnisse der UserInnen mit Ihrem Eigeninteresse abstimmen.

# Kosten

## **Einmalige Kosten**

**Erstellungskosten der Website**

**Logo-Entwicklung und Nutzungsrechte**

**Erwerb von Veröffentlichungsrechten für Texte und Fotos**

**Programmierungskosten**

**Technische Kosten:**

**Hardware, Software und Domainregistrierung**

**Kosten für Lehrmaterial und Schulungsräume**

## **Laufende Kosten**

**Hostinggebühren**

**Personalkosten für Webmaster**

**Personalkosten für den/die Redakteur/in**

**Erweiterungs- und Relaunchkosten**

**Controlling**

**I**m Folgenden versuchen wir, einen Überblick über die Kosten zu geben, die bei der Erstellung einer Website entstehen.

Um es gleich zu vorweg sagen: Eine gute Website, die professionell entwickelt und später kontinuierlich gepflegt wird, gibt es nicht umsonst! Gute Planung reduziert jedoch die Kosten auf ein realistisches Maß und verhindert manche Fehlinvestition.

Grundsätzlich unterscheiden wir einmalige und laufende Kosten, oder präziser: einmalige Entwicklungskosten und laufende Betriebskosten. Natürlich ist es schwierig, konkrete Zahlen zu nennen. Sie hängen von einer Vielzahl von Faktoren ab und variieren entsprechend. Es gibt jedoch manche Fixkosten, während andere Posten optional sind.

Letztlich muss jede Einrichtung selbst entscheiden und abwägen, was sie wirklich braucht und wünscht - und wie weit ihre finanziellen und personellen Ressourcen reichen. Wir listen in diesem Kapitel zunächst die Posten auf, die durch das Projekt „Website“ entstehen können. Eine Checkliste im Anhang soll bei der Einschätzung der Kosten helfen.

## **Einmalige Kosten**

### **Erstellungskosten der Website**

Zu den einmaligen Kosten gehören zunächst einmal die Erstellungskosten der Website. Sie setzen sich zusammen aus den Personalkosten für Konzeption, Planung und Erstellung der Website. Die Planungsgruppe wird in der Regel aus Ehrenamtlichen und/oder Hauptamtlichen bestehen. Wir veranschlagen hier nicht die Kosten für die Arbeit der Ehrenamtlichen oder derjenigen, die im Rahmen eines Dienstvertrages in der Planungsgruppe mitarbeiten. Ein/e Projektverantwortliche/r sollte mit Personalkosten jedoch eingeplant werden.

**Personal-  
kosten nicht  
vergessen**

Erfahrungsgemäß braucht ein solches Projekt etwa neun Monate Laufzeit. Bei Websites für größere Einrichtungen oder für Kirchenkreise empfehlen wir dringend, eine/n Projektverantwortliche/n mit einer festgelegten Stundenzahl für diesen Zeitraum freizustellen. Die Freistellung kann sich – je nach Aufgabenverteilung und Verantwortung - zwischen 8 und 25 Wochenstunden bewegen. Wird die Projektleitung schwerpunktmäßig einer Agentur übertragen, sinken hier die Kosten – und steigen dort!

### **Logo-Entwicklung und Nutzungsrechte**

Neben den Personalkosten entsteht der größte „Brocken“ durch die Kosten für grafische (Vor-) Arbeiten. Der Internetauftritt ist integraler Bestandteil der Öffentlichkeitsarbeit der Einrichtung. Daher sollte er auch im Erscheinungsbild an die übrigen Veröffentlichungen angepasst werden, neudeutsch also Teil des „Corporate Design“ sein.

Oft wird im Rahmen des Projektes Website erstmals ein Logo entwickelt oder neu entworfen, das dann auch in anderen Bereichen verwendet wird, z.B. auf Briefpapier, Visitenkarten, Beschilderungen u.ä. Hier fallen die Kosten für den/die Grafiker/in an. In jedem Fall sind zusätzlich noch Kosten für die grafische Bearbeitung eines Logos für den Gebrauch im Internet fällig. Diese Arbeiten können in der Regel nur Profis angemessen leisten.

**Logo- und  
Designkosten:  
der „größte  
Brocken“**

## Erwerb von Veröffentlichungsrechten für Texte und Fotos

Für den Gebrauch von Texten, Fotos oder Grafiken, die einem fremden Copyright unterliegen, müssen die Nutzungsrechte geklärt werden. Hier fallen unter Umständen Kosten für die Nutzung an.

**Achtung!**

## Programmierungskosten

Der nächste Ausgabenblock liegt bei den Programmierkosten der geplanten Website. Hier geht es um die technische Umsetzung und das sogenannte Screen-Design.

Kirchengemeinden können an dieser Stelle häufig auf kompetente und engagierte Programmierer/innen aus den eigenen Reihen zugreifen oder sich gemeinsam die Internetwelt erschließen. Für größere Einrichtungen oder Kirchenkreise ist die Auftragsvergabe an eine externe Agentur – oder sogar die Aufteilung von Logoentwicklung, Webdesign und Programmierung an mehrere Agenturen - die Regel.

## Technische Kosten: Hardware, Software und Domainregistrierung

Außerdem fallen Kosten für eine internetfähige EDV-Ausstattung an - sofern sie nicht bereits vorhanden ist: PC mit Internet-Anschluss, Provider-Gebühren, sowie Software (Windows, MS-Office, Browser, Web-Editor für Vorarbeiten, Grafik-Programme, Bildbearbeitung). Die Kosten hierfür unterliegen den eigenen Ausstattungswünschen, aber auch starken Markt-Schwankungen.

Ebenfalls einmalig fällig sind die Gebühren für die Registrierung der eigenen Domain (Website-Name und -Adresse, z.B. *www.kirchenkreis-xy.de*) bei der Domain Verwaltungs- und Betriebsgesellschaft eG in Frankfurt (DENIC), die diese Internet-Adressen bundesweit verwaltet.

## Kosten für Lehrmaterial und Schulung

Kalkulieren Sie Kosten für die Zusammenstellung von Lehrmaterial ein, zumindest für deren Produktion (Kopier-Kosten). Zusätzlich kommen Kosten für die Miete für EDV-Schulungsräume und evtl. Aufwandsentschädigungen bei Schulungen (Honorare, Verpflegung, Fahrtkosten) hinzu.

## Laufende Betriebskosten

### Hostinggebühren

Regelmäßig fallen im Betrieb der eigenen Website zunächst die sogenannten Hostinggebühren an. Dies sind die Kosten für die Miete von Speicherplatz auf einem Webserver, falls man keinen eigenen Server betreibt. Bei Kirchenkreisen und Gemeinden ist das die Regel. Hier schwanken die Marktpreise beträchtlich, der genaue Vergleich lohnt, vor allem in der gebotenen Leistung: Manche scheinbar günstigen Anbieter sind stark werbefinanziert und/oder in Leistung und Service für die eigenen Bedürfnisse nicht ausreichend.

Für alle kirchlichen Websites empfehlen wir einen werbefreien Auftritt, zumindest aber eine detaillierte, schriftliche Verabredung über den Inhalt der eingespielten Werbungen. Im eigenen Interesse sollte sie regelmäßig beobachtet und kontrolliert werden.

**Fremdwerbung**

In die Kalkulation gehören auch die Provider-Kosten, d.h. die Gebühren für den Internet-Zugang des Kirchenkreises bzw. der Einrichtung inkl. der Verbindungs-Entgelte (ISDN oder DSL).

### **Personalkosten für den/die Webmaster/in**

Eine regelmäßige Betreuung der Website durch den Webmaster erfordert nach Bedarf und nötigem Aufwand eine vertraglich vereinbarte Aufwandsentschädigung.

### **Personalkosten für den/die Redakteur/in**

Gleiches gilt für die Redakteur/Innen. In Kirchengemeinden wird diese Arbeit meist von einem oder von mehreren hauptamtlichen Mitarbeiter/innen zusätzlich und im Rahmen bestehender Arbeitsverträge übernommen.

Es ist aber auch denkbar, die Pflege der Website einem Kreis von Ehrenamtlichen, z.B. Kirchenvorsteher/innen oder Interessierten, zu übertragen. Die Rahmenbedingungen und Handlungskompetenzen müssen schriftlich geklärt mit dem Verantwortlichen (meist dem Kirchenvorstand) vereinbart werden.

Auch wenn ein Großteil der Website dezentral von den Gemeinden bzw. Abteilungen über das Redaktionssystem gepflegt werden soll und kann, entsteht doch für den/die „Chef-Redakteur/in“ der Website eine Menge an zusätzlicher Arbeit. Sie kann nicht selbstverständlich in der bisherigen Arbeitszeit erledigt werden und ist auch nicht „automatisch“ in einer Stellenbeschreibung inbegriffen. Hier ist zumindest eine Aufwandsentschädigung nötig. Eventuell kann die Arbeit über einen Dienstauftrag oder eine Erweiterung der Stelle im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit des Kirchenkreises bzw. der Einrichtung laufen.

**Unterstützung  
durch  
kompetente  
Ehrenamtliche**

### **Erweiterungs- und Relaunchkosten**

Eine Website ist bekanntlich nie fertig. Je besser sie läuft und angenommen wird, desto eher entsteht der Wunsch und Bedarf nach Erweiterung. Nach einem gewissen Zeitraum ist bei jeder professionellen Website eine Art Generalüberholung fällig, der sogenannte „Relaunch“. Dabei werden die Strukturen, Inhalte und das Layout der Website überarbeitet und der allgemeinen Entwicklung angepasst, es werden Fehler beseitigt und neue Ideen realisiert. Alle Kosten der Erst-Erstellung fallen hier in einer zweiten Runde vermindert noch einmal an.

### **Controlling**

Natürlich will man/frau bei all diesen Kosten wissen, ob sie sich „rechnen“ - d.h. ob die aufgewendeten Mittel in einem vernünftigen Verhältnis zum Nutzen und Ertrag der Website stehen. Dazu dient das Controlling, die aufbereitete Kosten-Nutzen-Analyse. Nach bestimmten Regeln erarbeitet das Controlling Zahlen und Grafiken, die die Kosten der Website im Verhältnis zu ihrem Ertrag darstellen, so dass die Leitungsebene Ihrer Einrichtung über die Entwicklung und Zukunft der Website qualifiziert entscheiden kann.

Mindestens aber muss der/die Gesamtverantwortliche der Website seiner Leitungsebene jährlich über die Entwicklung der Website Bericht erstatten (können). Dazu dient die Erfassung der Besucherzahlen der Website. Sie gibt Auskunft über den möglichen messbaren Nutzen der Internet-Präsenz, z.B. die Steigerung des eigenen Bekanntheitsgrads, die bessere Information über Veranstaltungen mit steigenden Besucherzahlen usw.



## Zusammenfassung

- Einmalige Kosten fallen für den Erwerb der technischen Ausstattung an – wobei Sie mit einkalkulieren sollten, dass die technische Ausstattung je nach Anspruch oder bei Defekten zu erneuern ist.
- Zu den (meist) einmaligen Kosten zählen: die Kosten für die Domainregistrierung, der Erwerb von Veröffentlichungsrechten, der Erwerb eines Logos, die Programmierungskosten inklusive Screendesign. Auch die Nutzung von Schulungsräumen und Lehrmaterial wird in der Regel berechnet.
- Regelmäßig fallen Personalkosten ins Gewicht – mindestens über die Freistellung der Projektverantwortlichen für die Zeit der Erstellung der Website. Allerdings ist es damit nicht getan – die Arbeit der RedakteurInnen beginnt, wenn die Website fertig ist!

**Die klassische HTML-Programmierung**

**Das Content Management System**

**I Trennung von Form und Inhalt**

**II Intelligente Redaktion**

**III Weitblick Dynamic Site System (wdss)**

**Schneller Seitenaufbau & Bildkomprimierung:**

**Zwei Freunde „fürs Leben“**

**Kleine große Helfer:**

**Suchmaschinen und Meta-Tags**

**Von der Suche zum Inhaltsverzeichnis**

**Statistiktool**

**Barrierefreier Zugang**

**Externe Links**

**Bildauflösung der Website**

**Homepage für Kirchengemeinden und Einrichtungen**

## Die klassische HTML-Programmierung

Die Internetseiten der 1. Generation waren sogenannte statische Interseiten, die mit Hilfe der Programmiersprache HTML geschrieben wurden. Diese Sprache ist auch heute noch die grundlegende Sprache jeder Internetseite.

Auf statisch programmierten Internetseiten sind Layout und Inhalt untrennbar miteinander verbunden. Um den Inhalt einer Seite zu ändern, musste der HTML-Code geändert werden. Eine Änderung des Layouts der Internet-Präsentation bedeutete, dass der Programmcode auf jeder einzelnen Seite verändert werden musste.

Heutige HTML-Editoren (wie Dreamweaver etc.) ermöglichen zwar eine weitgehende Programmierung ohne Kenntnis der zugrunde liegenden HTML-Codes (Tags). Form und Inhalt sind jedoch auch weiterhin miteinander verbunden.

## Das Content Management System

### I Trennung von Form und Inhalt

Dynamische Websites ermöglichen Interaktivität und einfache Wartung der Site ohne die oben genannten Nachteile. Ein Redaktions- oder Content-Management-System (CMS) zeichnet sich durch folgende Eigenschaften aus:

Layout, Site-Struktur und Inhalte werden separat in unterschiedlichen Datenbanken abgelegt. Die jeweiligen Seiten werden erst in dem Moment, wenn jemand sie ansehen will, dynamisch aus diesen Datenbanken generiert. Dadurch kann das Layout für alle Seiten jederzeit ohne allzu großen Aufwand geändert werden. Man muss nur eine einzige Vorlage, das sogenannte Template, bearbeiten. Außerdem werden alle Schriftattribute (Schriftart, Größe, Farben) mittels sogenannter Cascading Style Sheets (kurz CSS; Vorlagen für Schriftformatierungen) zentral für die Website festgelegt. Einzelne Seiten können per Mausklick in der Navigation verschoben werden. Alle verweisenden Links werden automatisch angepasst.

Mit einem CMS ist es wesentlich einfacher, eine No-Frame-Programmierung zu gewährleisten. Ein Frame ist der fixe äußere Rahmen der Startseite mit Logo und Menü-Punkten. Bleibt dieser Rahmen immer starr im Bild, dann liegt das an der so genannten Frame-Programmierung. Hier verschiebt sich der Rahmen auch dann nicht, wenn User/innen die Menü-Punkte wechseln, blättern oder scrollen.

Die Frame-Programmierung hat gewichtige Nachteile. So führen Suchbegriffe über Suchmaschinen (google etc.) in Sackgassen, auf sogenannte Body-Seiten. Die angewählten Seiten erscheinen zwar – aber dann geht's nicht weiter, sondern nur zurück in die Suchmaschine. Außerdem stehen frames den Screenreadern im Weg. Und einige Internetbrowser haben Probleme mit frames, was zu ungewollten Effekten in der Darstellung führt.

Die No-Frame-Programmierung lässt dagegen auch eine gekachelte Bildschirm-Leiste zu. Der Rahmen ist hier eine Art Stretchleiste und passt sich der variablen Bildschirmgröße - zumindest in gewissem Umfang - automatisch an. So wandern keine Zeilen, Bilder, Infos und Menü-Punkte aus dem Bild.

### II Intelligente Redaktion

Inhalte der Website können mit dem CMS auch ohne Fachkenntnisse aktualisiert und ergänzt werden, da sie separat und unabhängig von Seitenstruktur und Layout in einer Datenbank abgelegt sind.

**Höchste  
Effizienz  
durch  
„intelligente“  
Redaktions-  
systeme**



Mit Ihrem Webbrowser über das Internet und einer einfach zu bedienenden Oberfläche haben Sie leichten Zugriff auf bestimmte Bereiche Ihrer Site. So können Sie z.B. Kurzmeldungen, Presseerklärungen, Veranstaltungstermine etc. jederzeit und schnell selbst auf Ihre Site bringen. Die Formatierung und Präsentation Ihrer Texte übernimmt das Content-Management-System für Sie.

**Formatierung  
und  
Präsentation  
regelt das  
CMS**

Der Vorteil dieser Datenbanken zeigt sich am besten am Beispiel der Adressenänderung. Auf der Website wird die Adresse der Betreiber im Impressum, auf der Kontaktseite und in der Liste aller Adressen ausgegeben. Eine Änderung der Telefonnummer musste bei der statischen Internet-Präsentation an drei Stellen geändert werden. Im CM-System wird die Adresse lediglich ein einziges Mal in der Adressdatenbank angepasst.

Natürlich ermöglicht das CMS besonders gut die Betreuung der Site durch verschiedene Personen, die gleichzeitig an der Website arbeiten können. Die Redaktion kann auf verschiedene Personen aufgeteilt werden, die jeweils einen Bereich der Site verantworten. Nach einer zweistündigen Schulung können mehrere Redakteurinnen und Redakteure die Pflege der Gesamt-Präsenz untereinander aufteilen.

Ein weiterer Vorteil des CMS besteht darin, dass alle Änderungen der Datenbank-einträge - ebenso wie alle Neueinträge - in Datenmasken geschrieben werden. Die einzelnen Felder einer Adresse bzw. einer Nachricht werden - ganz ohne HTML-Programmierkenntnisse - in unterschiedliche Bildschirm-Formulare eingetragen. Die Bildschirm-Formulare können je nach Datenbank Bedarfsgerecht variieren.

Schließlich ermöglicht die Freischaltung des Standardmoduls Zeitsteuerung, Texte mit Sperrfristen zu versehen (Termin-Auftrag) und nach dem Verfallsdatum automatisch ins Archiv verschieben zu lassen. Auch Termine werden nach Ablauf der Veranstaltungen o. ä. automatisch ins Archiv verschoben. So kann jede/r freier arbeiten.

**Sperrfristen  
und „Verfalls-  
datum“**

Es kann auch ein öffentliches Interface geben, mit dem die BesucherInnen Ihrer Site selbständig Informationen ergänzen (z.B. Veranstaltungshinweise). Ein Interface ist eine einfach zu bedienende Benutzerschnittstelle, die es u.a. ermöglicht, Daten in eine Datenbank einzugeben, ohne die eigentliche Datensprache zu programmieren.

### **III Weitblick Dynamic Site System (wdss)**

Inzwischen sind sehr unterschiedliche Content-Management-Systeme am Markt. Für alle kirchlichen Einrichtungen in Nordelbien wird ausdrücklich der Einsatz des Content-Management-System wdss ([www.wdss.de](http://www.wdss.de)) der Hamburger Firma Weitblick Communication ([www.weitblick.net](http://www.weitblick.net)) empfohlen.

Zum einen handelt es sich um ein Open-Source-System, für welches keine Lizenzkosten anfallen. Zum anderen kann nur der gemeinsame Einsatz eines einzigen CMS den Austausch von Inhalten und Datenbanken von [www.nordelbien.de](http://www.nordelbien.de) zu den einzelnen kirchlichen Einrichtungen - und umgekehrt! - gewährleisten.

**wdss: ein  
Open-Source-  
System als  
Grundlage  
nordelbischer  
Datenbanken**

### **Schneller Seitenaufbau & Bildkomprimierung: Zwei Freunde „fürs Leben“**

Das Internet ist ein schnelllebiges Medium. Die NutzerInnen wollen schnell an die gesuchten Informationen kommen. Die durchschnittliche Verweildauer auf einer Web-Seite beträgt gerade einmal sieben Sekunden.

Das heißt: Die Ladezeit, die eine einzelne Seite braucht, um nach der Eingabe der Web-Adresse (= Anforderung der Website) auf dem Monitor zu erscheinen, muss so gering wie möglich gehalten werden!

**Achtung!**

Zwar surfen inzwischen einige Profis mit der schnellen ASLD bzw. T-DSL-Verbindung, aber die „Normal-Nutzer/innen“ gehen immer noch über eine ISDN-Verbindung ins Netz. Und das gute alte Modem hat auch noch nicht ausgedient.

Als Faustregel empfehlen wir:

Halten Sie die zu übertragende Datenmenge einer einzelnen Seite unter 90 KB!

Sie müssen vor allem alle Bilder optimal komprimieren. In der Regel ist eine Bildgröße von 200 bis 250 Pixeln für die längere der beiden Bildachsen - bei einer Auflösung von 72 dpi - ausreichend. Gegebenenfalls bieten Sie lieber ein zusätzliches Groß-Format an.

Die Bildgröße sollte in der Regel auf einen Wert zwischen 5 und 15 Kb reduziert werden. Zum Vergleich: Das Normalbild einer Digitalkamera erzeugt Bilddateien mit einer Bildgröße zwischen 1.600 x 1.200 und 2.560 x 1.920 Pixeln. Bei einer Datenmenge von ca. 1 MB sind das 1.000 KB.

Die Bild-Optimierung kann mit jedem gängigen Bildbearbeitungsprogramm vorgenommen werden, die das Speichern als jpg-Format - oder bei einfarbigen Grafiken als gif-Format - anbietet.

Ganz besonderes Augenmerk ist auf die Ladezeit der Homepage zu legen. Die Homepage, d.h. die eigentliche Startseite Ihrer Website, braucht eine besonders kurze Ladezeit! Ihre Dateigröße sollte nicht mehr als 50 KB betragen.

## **Kleine große Helfer: Suchmaschinen und Meta-Tags**

Wer seine Website neben die anderen Millionen Angebote ins Internet stellt, der möchte natürlich, dass sie im Dschungel der Angebote gefunden wird.

Dabei hilft die Anmeldung bei den gängigen Suchmaschinen, wie z.B. *www.google.de*, *www.yahoo.de* und anderen. Insbesondere sollte jede kirchliche Seite in die christliche Qualitäts-Suchmaschine *www.crossbot.de* eingetragen werden. Diese Eintragung ist meist eine einmalige Handarbeit.

Jede Suchmaschine bietet die Möglichkeit, die eigene URL in die Datenbank einzutragen und regelmäßig per Robot zu spiders. Das heißt: Die Datenbanken werden von Programmen automatisch auf Aktualisierung geprüft. Dafür besucht ein Such-Roboter alle 14 bis 20 Tage die Einzel-Seiten Ihrer Website und übernimmt sie in die Datenbank der Suchmaschine. Dies geschieht ohne weitere Veranlassung.

Damit die einzelnen Seiten später in der Suchmaschine gefunden werden, werden sie unter bestimmten Schlagworten abgelegt. Zur Anlage der Schlagworte liest der Such-Roboter insbesondere den Titel der Seite und die sogenannten Keywords.

Achten Sie auf die Programmierung jeder Web-Seite. Die Information jeder Internetseite ist auf der Ebene der HTML-Programmierung in zwei Bereiche unterteilt: Es gibt den Head-Teil und den Body-Teil.

Während im Body-Teil alle auf dem Monitor angezeigten Informationen (Texte und Bilder etc.) stehen, sind im Header alle Informationen für die User/innen verborgen. Diese werden erst sichtbar, wenn im Browser die Anzeige: „Quelltext anzeigen“ gewählt wurde.

Der Header bietet die Möglichkeit, nicht nur den Titel der Seite anzugeben, sondern auch weitere Informationen. Er kann Angaben über den Betreiber, die AutoInnen und die Nutzergruppen und eben über die Keywords der Seite beilegen.



Im Anhang finden Sie als Praxis-Beispiel den Header der landeskirchlichen Website *www.nordelbien.de*.

**Einzelseiten  
unter 90 kb  
Fotos: 72 dpi**

**Anmeldung  
bei gängigen  
Such-  
maschinen**

**Spidern**

**Keywords und  
Titel**

## Von der Suche zum Inhaltsverzeichnis

Mit dem Eintrag in die Suchmaschinen ist der erste Schritt getan. Die Nutzer landen auf ihrer Homepage. Und dann? Finden sie die einzelnen Seiten, die die konkreten Informationen vorhalten?

Neben einer übersichtlichen und selbsterklärenden Navigationsführung sind hier folgende drei Suchfunktionen hilfreich:

Eine Sitemap ist das eigentliche Inhaltsverzeichnis. Sie bietet den NutzerInnen eine Übersicht über alle Seiten und deren Sortierung an. Selbstverständlich sollte diese Sitemap aus aktiven Links bestehen, die sofort auf die gesuchte Web-Seite führen.

Eine Volltextsuche ermöglicht die Eingabe von beliebigen Buchstabenfolgen als Suchbegriff. Die Volltextsuche durchforstet entweder die gesamte Datenbank oder einen definierten Ausschnitt (Nachrichten, Adresse oder Termine) und gibt eine Liste aller gefundenen Einträge aus.

Neben diesen beiden automatisch generierten Suchhilfen empfehlen wir für größere Websites die manuelle Anlage eines Schlagwort-Indexes. In diesem können einzelne Web-Seiten bestimmten Schlagwörtern zugeordnet werden.

**Volltextsuche**

## Statistiktool

Ein Statistiktool ist das nützliche und notwendige Kontroll-Werkzeug der Website. Es liefert automatisiert generierte Übersichten über die Anzahl der täglichen BesucherInnen, der besuchten Seiten, des Datentransfers. Es gibt Auskunft über die Herkunftsländer der NutzerInnen, aber auch Ranklisten über die am häufigsten besuchten Web-Seiten, die beliebtesten Einstiegs- und Ausstiegsseiten sowie Hinweise auf die verwendeten Browser.

Es gibt unterschiedliche Tools am Markt, die sich zwar in der Handhabung, aber kaum in der Angebotspalette unterscheiden. Die meisten Provider stellen ein Tool standardmäßig zur Verfügung.

Auch hier gelten wieder die strengen Vorschriften des Datenschutzes: Die Statistiken dürfen keine Daten enthalten, die einer bestimmten oder bestimmaren Person zugeordnet werden können (siehe hierzu „Datenschutz und Recht“).

**Achtung!**

## Barrierefreier Zugang

Das Wort „barrierefrei“ hat die Begriffe „behindertengerecht“ und „behindertenfreundlich“ abgelöst. Im Internet ist damit der freie Zugang zu den Inhalten Ihrer Website für sehbehinderte, blinde, hörgeschädigte und in gewissem Umfang auch für geistig behinderte Menschen gemeint.

Die barrierefreie Programmierung ist für öffentliche Träger gesetzlich vorgeschrieben, aber nicht nur aus juristischen Gründen von Bedeutung. Wenn sie „vergessen“ wird, schließen Sie viele Interessierte auch zum eigenen Nachteil aus! Nach aktuellen Statistiken sind etwa 20% aller Nutzer in irgendeiner Weise „behindert“. Diese Gruppe soll nicht durch eine ungeeignete Programmierung ausgegrenzt werden. Für kirchliche Einrichtungen sollte die barrierefreie Programmierung ein Qualitätsmerkmal sein.

**Freier Zugang zu Inhalten für behinderte Menschen**

Sehbehinderte und blinde Menschen nutzen unter anderem „Screenreader“, um den PC benutzen zu können. Dies sind spezielle Programme, die den Inhalt von Monitorseiten – und damit auch von Web-Seiten - vorlesen. Bedenken Sie, dass Bilder und Fotos mit deskriptiven Alternativtexten hinterlegt werden müssen. Nur so kann der Sreenreader Blinden ein Foto „vorlesen“.

**Screenreader**

Ganz wichtig ist es, alle Java-Sript-Elemente nicht im Bereich der Navigation einzusetzen. Screenreader können keine aufklappenden Pop-Up-Fenster vorlesen.

Weitere Informationen unter:

<http://www.einfach-fuer-alle.de/artikel/bitvfueralle/>

<http://www.digitale-chancen.de/>

<http://www.webforall-heidelberg.de/>

**Infos!**

Im Anhang finden Sie einen Leitfaden der barrierefreien Programmierung.

## Externe Links

Links sind besonders gekennzeichnete Texte, Symbole oder Bildbereiche auf einer Site. Sie führen auf andere Bereiche der eigenen Website – oder leiten auf fremde Websites weiter.

Alle fremdverweisenden Links sollten in einem neuen Browserfenster öffnen, damit die Besucher/innen spätestens nach dem Schließen des neuen Fensters automatisch wieder auf der ursprünglichen Website sind.

## Bildauflösung der Website

Ihre Website wird in einer bestimmten Bildgröße programmiert. Lange war die Monitorgröße des klassischen 15-Zoll-Monitors der Maßstab der meisten Programmierungen. Dieser Monitor stellt eine Auflösung von 800 x 600 Pixeln dar.

Inzwischen ist der 17-Zoll-Monitor zum Standard-Monitor geworden. Konzipieren Sie die Programmierung der Website möglichst auf diese Monitorgröße. Es steht dann eine Auflösung von 1.024 x 768 Pixel steht für das Gesamt-Layout zur Verfügung.

Optimal ist die Programmierung einer Bildschirmauflösung, die sich automatisch an die tatsächliche Bildschirmgröße anpasst.

**15-Zoll:  
800 x 600  
Pixel**  
**17-Zoll:  
1.024 x 768  
Pixel**

## Homepage für Kirchengemeinden und Einrichtungen

Für kleinere und mittlere Einrichtungen und Kirchengemeinden steht inzwischen der „Baukasten-Kirche“ und damit eine Möglichkeit zur Verfügung, kostengünstig eine eigene umfangreiche Homepage mit dem nordelbischen Redaktionssystem „wds“ einzurichten. Schauen Sie selber unter [www.baukasten-kirche.de](http://www.baukasten-kirche.de)! Mit diesem Baukasten haben Sie Anteil an zahlreichen nordelbischen Datenbanken und Modulen.

**Neu!**



## Zusammenfassung

- Wir empfehlen allen nordelbischen Kirchenkreisen und Einrichtungen die Gestaltung von dynamischen Websites mittels eines Content-Management-Systems (CMS), das die Pflege der Daten sehr vereinfacht.
- Als Redaktionssystem wird das wdss-System der Hamburger Firma *weitblick* empfohlen. Es ermöglicht und optimiert den internen Datenaustausch zwischen den nordelbischen Websites und hilft durch die Nutzung gemeinsamer Datenbanken und Tools bei der Einsparung von Kosten.
- Schnelligkeit ist beim Laden Ihrer Webseiten Trumpf! Die Datengröße der Homepage sollte nicht über 50 KB liegen. Andere Webseiten sollen den Wert von 90 KB nur in Ausnahmefällen übersteigen.
- Eine Sitemap und eine Volltextsuche gehören zum Standard von professionellen Websites. Für einzelnen Web-Seiten ist die Anlage eines Schlagwort-Indexes sinnvoll.
- Gerade kirchliche Websites sollten sich eindringlich um eine weitgehend barrierefreie Programmierung bemühen!
- Um BesucherInnen nicht von Ihrer Site wegzulenken, sollten „externe Links“ in einem neuen Fenster öffnen.
- Vor der Programmierung müssen Sie sich für eine Seitengröße entscheiden. Wir empfehlen 1.024 x 768 Pixel.

# Werbung und Sponsoring

## **Pflicht...**

**Änderung der Briefköpfe und Druckvorlagen**

**In eigener Sache: Printmedien nutzen**

**Einträge im Telefonverzeichnis**

**Veröffentlichung der Webadresse im Internet**

**Anmeldung bei Suchmaschinen**

**Übergeordnete Einrichtungen nutzen**

**Aufnahme in „Partner“-Seiten**

## **... und Kür**

**Start-Aktionen**

**Plakatwerbung**

**Pressearbeit**

**Mailing-Aktionen**

**E-Cards**

**Info-Screen**

**Chat-Aktionen**

**Sponsoring**

**Cross-Aktionen**

Im Folgenden wollen wir Sie mit Werbe-Strategien vertraut machen, die Ihre Website auf unterschiedlichsten Ebenen „an die Frau und an den Mann bringen“ können. Wir haben sie zwei Kategorien zugeordnet: Einige Werbemaßnahmen sind unverzichtbar und einfach „Pflicht“. Andere werden sich nach den finanziellen und personellen Möglichkeiten Ihrer Einrichtung richten und gehören zur „Kür“.

## **Pflicht...**

### **Änderung von Briefköpfen und Druckvorlagen**

Zum Zeitpunkt der Online-Schaltung Ihrer Website arbeiten Sie wahrscheinlich mit verschiedenen Druckerzeugnissen. Briefpapier, Kurzmitteilungskarten, Notizblöcke, Formulare, Visitenkarten, Kurzbroschüren – all dies ist mit Ihrer Anschrift, Telefon- und Faxnummer versehen. In alle Briefköpfe sollte Ihre Internet-Adresse und E-Mail-Adresse aufgenommen werden.

Bei aller Notwendigkeit zu sparen: Sie sollten die Materialien, die Sie in der Korrespondenz nach außen einsetzen, sofort um Ihre Internet-Adresse ergänzen lassen - auch wenn dadurch zusätzliche Druckkosten anfallen. Veraltete Druckmaterialien (nämlich die ohne Internetadresse) können durchaus hausintern aufgebraucht werden.

Einige Einrichtungen nutzen Blanko-Papier und erzeugen ihre Briefköpfe automatisch während der Brief-/Formularerstellung durch Vorlagen und Makros. In diese Vorlagen/Makros muss die Internetadresse aufgenommen werden.

**Die Internet-  
adresse über-  
all aufnehmen!**

### **In eigener Sache: Printmedien nutzen**

Viele Einrichtungen geben regelmäßig erscheinende Hefte, Journale, Infoblätter, Rundbriefe etc. heraus. In jeder Neuauflage sollte die Internetadresse ihren festen Platz z.B. in Verbindung mit der Anschrift der Einrichtung erhalten.

### **Eintrag im Telefonverzeichnis**

Wer Kontakt mit Ihnen aufnehmen möchte, sucht nicht zuletzt im örtlichen Telefonbuch nach genauen Angaben wie Name, Straße, Telefonnummer. Hier können Sie mit dem Herausgeber (DeTeMedien, Deutsche Telekom Medien GmbH) gegen Aufpreis die Aufnahme weiterer Information vereinbaren. Lassen Sie Ihre Internet-Adresse eintragen. Detaillierte Informationen erhalten Sie über die Service-Hotline der Deutschen Telekom (Tel.: 0800 / 33 01000).

Viele Einrichtungen führen interne Telefonverzeichnisse, die regen Umlauf finden. Auch hierüber kann Ihre Internetadresse Ihren Bekanntheitsgrad steigern.

### **Veröffentlichung der Webadresse im Internet**

#### **Anmeldung bei Suchmaschinen**

Was nützt Ihnen die beste Website, wenn Sie für Internet-SurferInnen nur schwer zu finden ist? Wer im Internet Informationen sucht, nutzt in der Regel sogenannte Suchmaschinen (Google, Yahoo, Lycos, Altavista etc.). Diese bündeln die vorhandenen Informationen in Sinnzusammenhänge und lassen auch die gezielte Suche nach einzelnen Suchbegriffen zu. Um von den Suchmaschinen gebührende Beachtung zu finden, ist eine Anmeldung notwendig.

Die Anmeldung ist über einen Eintrag auf der Website der jeweiligen Suchmaschinen möglich („Hier URL eintragen...“). Achten Sie bitte darauf, dass es auch Suchmaschinen gibt, die gebührenpflichtig arbeiten.

„Hier URL  
eintragen“

Die evangelische und katholische Kirche unterhalten eine eigene Suchmaschine für religiöse Inhalte: crossbot. Melden Sie Ihre Website unter [www.crossbot.de](http://www.crossbot.de) an. Außerdem können Sie crossbot als Volltextsuche auf Ihre eigene Website (z.T. gegen Gebühr – vorher bitte nachfragen!) einbinden.

crossbot

### Übergeordnete Einrichtungen nutzen

Nutzen Sie die Internetarbeit übergeordneter Einrichtungen und Institutionen. So betreibt beispielsweise die Nordelbische Kirche eine aufwendige Website ([www.nordelbien.de](http://www.nordelbien.de)). Hier können Sie einen Verweis (Link) auf Ihre Website aufnehmen lassen. Halten Sie dazu Rücksprache mit den verantwortlichen WebmasterInnen, deren E-Mail-Adresse Sie in der Regel im Impressum und/oder im Fußzeilenbereich der Website finden.

Darüber hinaus sollten Sie Ihre Website in den Nordelbischen Webring aufnehmen lassen. Der Nordelbische Webring ist der Zusammenschluss aller nordelbischen Kirchengemeinden, Kirchenkreise und Einrichtungen, die sich mit einer eigenen Internet-Präsentation darstellen. Das Nordelbische Schiff ist auch das Logo des Webrings. Es ermöglicht einen virtuellen Spaziergang durch die Websites der Mitglieder, wobei die Reise durch einen Zufallsgenerator geführt wird. Alle Informationen finden Sie unter [www.webring.de](http://www.webring.de).

### Aufnahme in „Partner“-Seiten

Auch lokal orientierte Websites, beispielsweise von Kommunen, Tourismuseinrichtungen etc. können um eine Link-Aufnahme gebeten werden. Die hat den Vorteil, eine über den kirchlich orientierten Bereich hinaus geöffnete Zielgruppe zu erreichen.

Kommunen,  
Tourismus-  
einrichtungen  
etc. nicht  
vergessen

### ... und Kür

### Start-Aktionen

Mit Start-Aktionen sind alle Aktivitäten gemeint, die in unmittelbarer zeitlicher Nähe zur Online-Schaltung Ihrer Website stehen und die Aufmerksamkeit der Öffentlichkeit wecken.

Die Festlegung des Starttermins für Ihre Website sollte nicht willkürlich erfolgen. Es hat sich gezeigt, dass Starttermine, die beispielsweise mit einem Feiertag des Kirchenjahrs oder dem Geburtstag einer Persönlichkeit zusammenfallen, ihre Öffentlichkeitswirkung potenzieren. Hier bieten sich Aktionen an, die mit Datum und Ereignis korrelieren. Als Beispiel sei der 1. Dezember als Starttermin genannt, den Sie mit dem Angebot eines elektronischen Adventskalenders auf Ihrer Website verbinden können.

Da Menschen sehr verschieden auf Werbemaßnahmen reagieren, ist es ratsam, verschiedene Ebenen zugunsten Ihrer Website zu berücksichtigen. Zu den geeigneten Werbemaßnahmen zählen:



- Plakatwerbung
- Pressemitteilungen
- Rundfunkmitteilungen
- (E-)Mail-Aktionen
- E-Cards
- Info-Screen (Hamburger U-Bahn-Netz)
- Aktion am Starttermin
- Feedback-Aktionen (Gewinnverlosung)
- Chat-Aktionen

**Achtung!**

## Plakatwerbung

Auch im Zeitalter des Internet hat das Plakat nichts an Wirkung eingebüßt. Die Kombination von Bild/Foto/Grafik und Text im Großformat eignet sich bestens, um beispielsweise im Rahmen von (Gemeinde-) Veranstaltungen auf Ihre Website und deren Service hinzuweisen. Im Einzelfall wäre zu überprüfen, in welchem Umfang und zu welchen Konditionen freie Flächen der Plakatwände der deutschen Städtewerbung für den Einsatz in Frage kommen.

**Freiflächen  
der Städtewer-  
bung nutzen!**

## Pressearbeit

Die meisten Menschen beziehen ihre Informationen aus der Presse. Deshalb raten wir, Ihre Website und Ihren (Informations-) Service in Zeitungen anzukündigen. Berücksichtigen Sie neben den kirchlichen Printmedien auch Regionalzeitungen und Wochenendanzeiger der kommunalen Presse.

### **Zu den kirchlichen Printmedien zählen u.a.:**

- NEK-Mitteilungen
- die Nordelbische Stimmen
- Die Nordelbische (ehemals: Nordelbische Kirchenzeitung)
- Evangelischer Pressedienst Nord (epd).

Als weitere Informationsquelle können **verschiedene Radiosender** dienen. Auch hier lohnt sich die Kontaktaufnahme mit den RedakteurInnen sowohl kirchlicher als auch überkonfessioneller Rundfunksender. Einige sollen hier genannt werden:

- Evangelische Radiokirche im NDR
- Evangelisches Rundfunkreferat der norddeutschen Kirchen e.V(err), Redaktion Hamburg und Redaktion Kiel
- Evangelischer Rundfunkdienst Nord (ern), Redaktion Hamburg und Redaktion Kiel
- Radio Schleswig-Holstein (RSH)

**Info!**

## Mailing-Aktionen

Auch Postwurfsendungen lassen sich für den Transfer Ihres Website-Angebots nutzen. Dabei eignet sich die konventionelle „Gelbe“ Post genauso wie die Elektronische Post (E-Mail). Der Vorteil der klassischen Postwurfsendung liegt in der fassbaren Papiergestalt Ihrer Nachricht.

Eine E-Mail vergleichbaren Inhalts erhält diese äußere Form erst nach ihrem Ausdruck. Allerdings überzeugt das elektronische Medium besonders unter dem Blickwinkel der Kostenentwicklung. Die Kosten für eine E-Mail liegen weit unter den Kosten für die zugestellte Wurfesendung. Bei der Frage des geeigneten Empfängerkreises muss die individuelle Situation Ihrer Einrichtung berücksichtigt werden. Wo im einen Fall eine flächendeckende Zustellung zu empfehlen ist, eignet sich im anderen Fall die Auswahl eines begrenzten Empfängerkreises, dessen Mitglieder ihrerseits als Informations-Multiplikatoren agieren können.

Unter dem Gesichtspunkt der Kostenbegrenzung ist auch eine Zustellung im Einsatz Ehrenamtlicher denkbar, die Ihre Informationsblätter persönlich in die Briefkästen Ihres Einzugsgebietes werfen.

## **E-Cards**

Im Bereich der elektronischen Kommunikation können sogenannte E-Cards eingesetzt werden. Eine E-Card ist eine virtuelle Postkarte mit Foto/Grafik-Motiv und einem für den individuellen Grusstext reservierten Bereich. Beides wird an den benannten E-Mail-Empfänger gesendet. Viele Einrichtungen, Vereine und Firmen bieten diesen Service bereits an, bei dem zwischen verschiedenen Kartenmotiven gewählt werden kann. Die Aufforderung an den Website-Besucher lautet dann etwa: „Schicken Sie eine E-Card als Grusskarte an Freundinnen, Freunde und Bekannte ... natürlich kostenlos!“ Das Kartenmotiv selbst transportiert Informationen der Einrichtung etc., von der aus der Versand stattfindet.

**Elektronische  
Postkarten  
verschicken**

## **Info-Screen**

Im U-Bahnnetz des Hamburger Citybereichs werden U-Bahnwagen eingesetzt, die über einen „Info-Screen“ verfügen. Es handelt sich dabei um einen Bildschirm, der eine Sequenz 6 Sekunden lang zeigt und während des täglichen U-Bahnbetriebs in regelmäßigen Zeitintervallen wiederholt. Das Amt für Öffentlichkeitsarbeit (Kontakt: AfÖ, Karin Ullrich, s. Adressen) verfügt nach Verhandlungen mit dem Betreiber dieser Info-Screens über ein Kontingent, das auf Wunsch an Kirchenkreise und Einrichtungen weiterverkauft wird. Dieses Angebot richtet sich besonders an Einrichtungen und Kirchenkreise, deren Zielpublikum sich auch im U-Bahnnetz der Hamburger Innenstadt bewegt.

**U-Bahn-  
Werbung**

## **Chat-Aktionen**

An vielen Stellen im Internet werden Chat-Räume angeboten. Wer chattet, „unterhält“ sich im Internet, wobei Frage und Antwort per Texteingabe über die Tastatur erfolgen. Die Identität der Chatpartner verbirgt sich hinter fiktiven Benutzernamen.

Dieser Internetservice ist besonders werbewirksam, wenn Sie eine interessante prominente Person finden, die sich zu einem relevanten Thema den Fragen Ihrer potentiellen InternetbesucherInnen stellt („Was Sie schon immer über Ihren Kirchenkreis wissen wollten...“).

Eine solche Aktion macht eine gründliche Vorbereitung notwendig und sollte im Umfang der Arbeitsschritte und der dafür notwendigen Personen auf keinen Fall unterschätzt werden. Eine erfolgreiche Durchführung wird jedoch auch ein hohes Maß an Öffentlichkeitswirksamkeit erzielen.

## **Sponsoring**

Nicht selten wird auf Internetseiten externe Werbung integriert, die mit dem Inhalt der Internetseiten wenig zu tun hat, aber ihre Pflegekosten durch Einnahme einer erhobenen Werbegebühr reduziert.

Wohl dem, der uneigennützig Sponsoren für seinen Internetauftritt findet! Bei allen berechtigten Überlegungen zur Refinanzierung vorhandener Ausgaben raten wir davon ab, Sponsoren „Platz“ auf Ihren Seiten „abzutreten“. Dagegen ist ihre namentliche Nennung an geeigneter Stelle, etwa im Impressum, durchaus denkbar.

## Cross action

Nutzen Sie Veranstaltungen (events), um auf Ihren Internetauftritt aufmerksam zu machen. Hierbei denken wir an Gemeindefeste, Tag der offenen Tür u. ä. Die BesucherInnen könnten beispielsweise durch ein Gewinnspiel (action) im Rahmen der Veranstaltung auf die Internetpräsenz stoßen. Wenn sie als Gewinn einen E-Mail-Account mit nach Hause nehmen können, wird das Ihre Einrichtung nicht viel kosten. Dies ist eine in unseren Augen durchaus zulässige Art der Kundenbindung.

**E-Mail-Account zu gewinnen**

Locken Sie potentielle Besucher mit der Teilnahme an einem Losverfahren und der Aussicht auf einen Gewinn auf Ihre Website. Hier ist beispielsweise ein vorgefertigtes Internet-Formular denkbar. In die Formular-Felder können die (potentiellen) BesucherInnen in wenigen Minuten einige Feedback-Angaben notieren und durch den Versand automatisch an der Verlosung eines lukrativen Gewinns teilnehmen.



## Zusammenfassung

- Ihre Website soll gesehen werden. Das kann nicht dem Zufall überlassen bleiben. Unverzichtbar ist die Aktualisierung Ihrer Druckerzeugnisse um die Aufnahme Ihrer Internetadresse und die Veröffentlichung Ihre Website im Internet.
- Dazu verhelfen die Anmeldung Ihrer Website in gängigen Suchmaschinen, die Verlinkung auf übergeordnete kirchliche und kommunale Seiten und die Aufnahme im Webring der Nordelbischen Kirche.
- Zu den weiteren Werbemaßnahmen gehören Plakate und die Einbeziehung der Medien (Presse und Rundfunk). Mailing-Aktionen auf dem Weg der konventionellen „gelben“ Post, in elektronischer Variante (E-Mail) sowie von E-Cards lenken die Aufmerksamkeit auf Ihre Website und ihre Angebote.
- Für Menschen im Einzugsbereich der Hamburger Innenstadt-U-Bahnlinien bietet sich darüber hinaus der so genannte Info-Screen an. Wählen Sie den Starttermin für Ihre Website nicht willkürlich, sondern nutzen Sie ein markantes Datum, an das sich eine medienwirksame Kampagne anschließen lässt. Belohnen Sie den Besuch auf Ihrer Website, indem Sie die NutzerInnen Ihrer Formulare an Gewinn-Verlosungen teilhaben lassen. Erwägen Sie die Möglichkeit eines Chatraums für Ihre Zwecke.

# Datenschutz und Recht

- A. Gesetzliche Grundlagen**
- B. Gesetzliche Bestimmungen  
mit Erläuterungen**
- B I. Das Impressum / Die Pflicht zur  
Anbieterkennzeichnung**
- B II. Haftungsausschluss**
- B III. Barrierefreiheit**
- B IV. Datenschutzbestimmungen**
- B V. Urheberrecht**
- B VI. Die Rechte von Fotografen und Autoren**
- B VII. Die Rechte abgebildeter Personen**
- B VIII. Logoentwicklung und Nutzungsrechte  
für das Logo**
- B IX. E-Mail-Formular**
- B X. Autoresponder**
- B XI. Moderiertes Gästebuch**
- B XII. Werbung**
- B XIII. Statistiktool**

## A. Gesetzliche Grundlagen

Bei Planung und Betreiben einer Website sind sowohl die staatlichen als auch die kirchlichen gesetzlichen Bestimmungen zu beachten. Textsammlungen mit den aktuellen Gesetzestexten finden sie online unter:

- <http://www.e-recht24.de/gesetzestexte/>
- <http://bundesrecht.juris.de/bundesrecht/index.html>
- <http://www.ekd.de/datenschutz/>

Info!

Bei den staatlichen Gesetzen und Verordnungen handelt es sich insbesondere um:

- Bundesdatenschutzgesetz (BDSG)
- Bürgerliches Gesetzbuch (BGB)
- Geschmacksmustergesetz (GeschmMG)
- Gesetz gegen unlauteren Wettbewerb (UWG)
- Gesetz über den Schutz von Marken und sonstigen Kennzeichen (MarkenG)
- Gesetz zur digitalen Signatur (SigG)
- Gesetz zur Gleichstellung behinderter Menschen (Behindertengleichstellungsgesetz - BGG)
- MediendiensteStaatsvertrag (MDStV)
- Patentgesetz (PatG)
- Teledienstedatenschutzgesetz (TDDSG)
- Teledienstegesetz (TDG)
- Telekommunikationsdatenschutzverordnung (TDSV)
- Telekommunikationsgesetz (TKG)
- Urheberrechtsgesetz (UrhG)
- Gesetz betreffend das Urheberrecht an Werken der bildenden Künste und der Photographie (KUG)
- Verordnung zur Schaffung barrierefreier Informationstechnik nach dem Behindertengleichstellungsgesetz (Barrierefreie Informationstechnik-Verordnung - BITV)

Folgende kirchliche Bestimmungen sind insbesondere zu beachten:

- Kirchengesetz über den Datenschutz der Evangelischen Kirche in Deutschland (DSG-EKD)
- Rechtsverordnung der Nordelbischen Evangelisch-Lutherischen Kirche zur Durchführung und Ergänzung des Kirchengesetzes über den Datenschutz der Evangelischen Kirche in Deutschland (NEK VO DSG-EKD)

## B. Gesetzliche Bestimmungen mit Erläuterungen

### I. Das Impressum / Die Pflicht zur Anbieterkennzeichnung

Nach den §§ 6 TDG, 10 MDStV haben Telediensteanbieter für die Nutzer/innen verschiedene „Informationen leicht erkennbar, unmittelbar erreichbar und ständig verfügbar zu halten“. Der Begriff „Teledienst“ ist dabei sehr weit gefasst, so dass im Prinzip jede nicht rein private Internetpräsenz ein Teledienst im Sinne des TDG ist. Daher sind alle kirchlichen Websites auf jeden Fall mit einer „Anbieterkennzeichnung“ im Impressum zu versehen.

Folgende Pflichtangaben müssen gemacht werden:

### **1. Name und Anschrift des Anbieters**

Anzugeben sind der komplette Name bzw. die vollständige Bezeichnung der kirchlichen Stelle einschließlich ihrer Rechtsform sowie ihre Anschrift (Straße, Hausnummer, Postleitzahl und Ort).

### **2. Informationen zur schnellen Kontaktaufnahme**

Anzugeben sind die Telefon- und Faxnummer sowie eine E-Mail-Adresse. Wer verhindern möchte, dass die E-Mail-Adresse von Spam-Robots ausgelesen wird, sollte die Angaben in Form einer JPEG- oder GIF-Datei bereitstellen. Verfügt der/die Anbieter/in z. B. über keine Faxnummer, so muss diese natürlich nicht angegeben werden.

### **3. Angabe des Vertretungsberechtigten**

Bei juristischen Personen, Personengesellschaften und sonstigen Personenzusammenschlüssen – wie z. B. dem Kirchenvorstand oder dem Vorstand / Geschäftsführung der Einrichtung – ist die Angabe des Vertretungsberechtigten erforderlich.

### **4. Umsatzsteuer-Identifikationsnummer**

Soweit vorhanden, muss die Umsatzsteuer-Identifikationsnummer angegeben werden.

### **5. Name und Anschrift des Redakteurs / der Redakteurin**

Werden journalistisch-redaktionelle Beiträge veröffentlicht, so muss ein/e Verantwortliche/r im Sinne von § 10 Abs. 3 MDStV benannt werden. Dabei muss es sich um eine natürliche Person handeln, die voll geschäftsfähig ist und ihren ständigen Aufenthalt im Inland hat.

Eine ausdrückliche Bezeichnung der Pflichtangaben als „Anbieterkennzeichnung“ ist nicht erforderlich, aber zu empfehlen. Der vorsätzliche oder fahrlässige Verstoß gegen diese Pflicht stellt jedenfalls eine Ordnungswidrigkeit dar, die nach § 12 TDG mit einer Geldbuße von bis zu 50.000 € geahndet werden kann.

**Achtung!**

Ein Muster-Impressum findet sich im Anhang.

## **II. Haftungsausschluss**

Eine Musterseite zum Haftungsausschluss findet sich im Anhang.

**Disclaimer**

## **III. Barrierefreiheit**

Die Barrierefreiheit einer Website ermöglicht Menschen mit Behinderungen die uneingeschränkte Nutzung der Internetseiten. Sie ist gesetzlich vorgeschrieben. Gemäß Artikel 3 Abs. 3 Satz 2 des Grundgesetzes darf niemand „wegen seiner Behinderung benachteiligt werden“ und nach § 4 des Gesetzes zur Gleichstellung behinderter Menschen sind „Systeme der Informationsverarbeitung, akustische und visuelle Informationsquellen und Kommunikationseinrichtungen barrierefrei, wenn sie für behinderte Menschen in der allgemein üblichen Weise, ohne besondere Erschwernis und grundsätzlich ohne fremde Hilfe zugänglich und nutzbar sind“.

**„inclusion“**

Die Vorschrift der Barrierefreiheit stellt eine zentrale Bestimmung des Gesetzes dar. Schon die Definition zeigt, dass es nicht nur um physische Barrieren wie Treppen, schmale Gänge, Stolperstufen, ungesicherte Baugruben etc. geht, sondern dass auch kommunikative Schranken erfasst werden. Die Definition löst die Begriffe „behindertengerecht“ und „behindertenfreundlich“ ab, die in der Kombination von „behindert“ und „gerecht“ oder „freundlich“ falsche Assoziationen der besonderen Zuwendung zu behinderten Menschen wecken können.

Vielmehr geht es im Sinne eines „universal design“ um eine allgemeine Gestaltung des Lebensumfeldes für alle Menschen. Sie soll möglichst niemanden ausschließen und von allen gleichermaßen genutzt werden können.

Dieser Ansatz berücksichtigt auch die internationale behindertenpolitische Diskussion, die auf „Einbeziehung“ in die allgemeine soziale Umgebung („inclusion“) setzt.

#### **Quellen:**

<http://www.einfach-fuer-alle.de>

<http://www.digitale-chancen.de>

<http://www.fernuni-hagen.de/FTB/new/service/eaccess/doc/bundesgleichstellungsgesetz.htm#behinderung>

Eine Checkliste für Programmierer/innen zur barrierefreien Programmierung von Internetseiten findet sich im Anhang („Richtlinien für die barrierefreie Programmierung von Internetseiten“).

**Info!**

## **IV. Datenschutzbestimmungen**

Grundsätzlich - und nicht nur im Internet - ist die Veröffentlichung von personenbezogenen Daten nur mit der vorherigen schriftlichen Einwilligung der betroffenen Person zulässig. Die betreffenden Personen müssen zudem über den Zweck der Veröffentlichung aufgeklärt werden.

#### **Rechtsquellen:**

1. Kirchengesetz über den Datenschutz (DSG-EKD) der Evangelischen Kirche in Deutschland vom 12. November 1993, GVOBl. 1994, S. 35, geändert durch das erste Kirchengesetz zur Änderung des Kirchengesetzes über den Datenschutz der Evangelischen Kirche in Deutschland vom 7. November 2002 (Abl. EKD S. 381) (im Folgenden DSG-EKD genannt) mit den §§1-4
2. Rechtsverordnung der Nordelbischen Evangelisch-Lutherischen Kirche zur Durchführung und Ergänzung des Kirchengesetzes über den Datenschutz der Evangelischen Kirche in Deutschland (Datenschutzverordnung-NEK VO DSG-EKD, GVOBl. 1998 S. 2) vom 9. Dezember 1997
3. NEK-Mitteilungen November und Dezember 2003

#### **Das heißt:**

Bevor Sie Daten veröffentlichen, die in Verbindung mit bestimmten oder bestimmbar Personen gebracht werden können, müssen Sie diese schriftlich um Einverständnis bitten und vorher über den geplanten Verwendungszweck informieren. Darüber hinaus besteht Aufklärungspflicht darüber, dass die Einverständniserklärung mit Wirkung für die Zukunft jederzeit widerrufen werden kann. Die Einverständniserklärung muss schriftlich erfolgen.

Eine Mustererklärung zum Datenschutz findet sich im Anhang.

## **V. Urheberrecht**

Ohne ansprechende Gestaltung und Inhalte ist jede Website langweilig. Um aber fremde Bilder, Texte oder Musik auf der eigenen Website einstellen zu dürfen, müssen die Rechte hierzu von den jeweiligen Urheber/innen erworben werden. Die Verwendung von urheberrechtlich geschützten Inhalten ohne Lizenz kann zu zivilrechtlichen Unterlassungs- oder Schadensersatzansprüchen führen und gleichzeitig auch strafbar sein. Die Dekoration der eigenen Website mit fremden Bildern, Texten oder Musik bedarf demnach stets der Zustimmung der Rechteinhaber/innen – und im Allgemeinen auch der Personen, die auf Fotos abgebildet sind!

**Achtung:  
Unterlassungs- und  
Schadensersatz-  
ansprüche!**

## 1. Die Rechte von Fotograf/Innen und Autor/Innen

Das Urheberrecht wird geregelt durch das „Gesetz über Urheberrecht und verwandte Schutzrechte“ (Urheberrechtsgesetz – UrhG) und das „Gesetz betreffend das Urheberrecht an Werken der bildenden Künste und der Photographie“ (Kunsturhebergesetz - KUG). Diese Gesetze schützen alle Urheberrechte an Text und Bild.

Das Urheberrechtsgesetz unterscheidet zwischen Persönlichkeits- und Verwertungsrechten.

Zu den Persönlichkeitsrechten, die nur Urheber/innen zustehen und nicht übertragbar sind, zählen das Recht auf Bestimmung von Zeit und Ort der Veröffentlichung, das Recht auf Namensnennung und das Recht auf Erhaltung der Integrität des Werkes, das gleichbedeutend ist mit dem Verbot der Entstellung.

Die wichtigsten Verwertungsrechte, die übertragbar sind, sind insbesondere die Reproduktions-, Verbreitungs- und Senderechte. Neuerdings definiert das Gesetz ausdrücklich das Verwertungsrecht der „öffentlichen Zugänglichmachung“ (§ 19a UrhG), das dem Urheber das Recht gibt, über die Einstellung seines Werks in das Internet oder in Intranetze und die weitere Verbreitung dieser Werke über Netze zu entscheiden. Zu den Senderechten gehört auch das Recht auf eine Vergütung für die Weiterleitung von Fernsehsendungen durch Kabelnetze im In- und Ausland. Urheber/innen haben zudem das Recht, über die entgeltliche Vermietung ihrer Werke zu entscheiden. Das Urheberrechtsgesetz gibt darüber hinaus allein den Urheber/innen die Befugnis, darüber zu befinden, ob Bearbeitungen ihrer Werke (ausschnittweise Wiedergabe, Farbveränderungen etc.) gestattet werden.

Das Urheberrecht und die Verwertungsrechte für Fotos und Texte erlöschen erst 70 Jahre nach dem Tod des/r Urhebers/der Urheberin, gehen also auf die Erben über; kürzere Schutzfristen gelten im Bereich der einfachen Fotografie. Der Gesetzgeber unterscheidet „Lichtbildwerke“, die ebenso wie Kunstwerke 70 Jahre geschützt werden, und „Lichtbilder“, die lediglich 50 Jahre nach dem Erscheinen bzw. 50 Jahre nach der Herstellung geschützt sind.

### „Achtung!“

Vor der Veröffentlichung von Fotos und Texten müssen die Fotograf/Innen und die Autor/Innen um eine Abbildungs- bzw. Abdruckerlaubnis gebeten werden. Gegebenenfalls sind Honorare oder Tantiemen für Veröffentlichungsrechte zu zahlen, die sich entweder nach festen Sätzen richten (zumeist bei Agenturen) oder einzeln auszuhandeln sind.

Ebenso ist vor dem Einbinden von ganzen oder Teilen von Internetseiten aus fremden Websites, dem Einbinden von Fotos und „fremden“ Quelltext die ausdrückliche Einwilligung des Urhebers einzuholen. Dies gilt selbstständig auch für die Einbindung von Online-News-Tickern u.ä.

Wird ein Foto veröffentlicht, hat der Fotograf/die Fotografin einen Anspruch auf Namensnennung. Wird die Urhebernennung „vergessen“, besteht ein Schadensersatzanspruch, der sogar über dem eigentlich üblichen Honorar liegen kann.

Das Erfordernis der Abdruckgenehmigung gilt auch für gekürzte Texte. Kürzungen müssen als solche kenntlich gemacht werden. Dabei darf der Sinn des Textes nicht verändert werden.

Falls das Copyright nicht beim Autor/der Autorin liegt, sondern bei einem Verlag oder dergleichen, so ist die Abdruckgenehmigung – ggf. gegen eine Gebühr – dort einzuholen.

In Deutschland stehen Verwertungsgesellschaften zur Verfügung, denen treuhänderisch die Rechteverwertung vom Urheber übertragen werden kann. Folgende Gesellschaften sind dabei insbesondere zu nennen:

**Verwertungs-  
rechte**

**Vergessen gilt  
nicht!**



- **GEMA:** Gesellschaft für musikalische Aufführungsrechte und mechanische Vervielfältigungsrechte, Rechtevergabe von Kompositionen, Textdichtung und Musikwerken von Musikverlagen
- **GVL:** Gesellschaft zur Verwertung von Leistungsschutzrechten mbH, Rechtevergabe von CD- und Schallplattensendung, Sendung von Video-clips und der öffentlichen Wiedergabe von Tonträgern und Sendungen
- **VG WORT:** Verwertungsgesellschaft Wort für Schriftsteller, Journalisten u.ä.
- **VG BILD-KUNST:** Verwertungsgesellschaft Bild-Kunst, Rechtevergabe von Bildern und Kunst
- **VFF:** Verwertungsgesellschaft für Film und Fernsehgesellschaften mbH, Rechtevergabe von selbständigen Filmherstellern und Fernsehauftragsproduzenten
- **VGF:** Verwertungsgesellschaft für Nutzungsrechte an Filmwerken mbH, Rechtevergabe von Filmherstellern und Filmurhebern
- **GWFF:** Gesellschaft zur Wahrnehmung von Film- und Fernsehrechten mbH, Rechtevergabe im Bereich des erotischen und pornographischen Films
- **GÜFA:** Gesellschaft zur Übernahme und Wahrnehmung von Filmaufführungsrechten mbH, Rechtevergabe im Bereich der Filmaufführung

## 2. Die Rechte abgebildeter Personen

Das allgemeine Persönlichkeitsrecht, das eine positivrechtliche Grundlage in den Artikeln 1 und 2 GG hat, ist „Quellrecht“ für weitere Schutzrechte des Einzelnen. Eine besondere Erscheinungsform des Persönlichkeitsrechts ist das Recht am eigenen Bild, das in den §§ 22 und 23 KUG geschützt wird.

- a) Aus § 22 KUG folgt, dass grundsätzlich vor der Veröffentlichung eines Bildes die Zustimmung der darauf abgebildeten Personen eingeholt werden muss. Diese Einwilligung ist jedoch nicht an eine bestimmte verpflichtende Form gebunden. Sie kann mündlich oder schriftlich erteilt werden und auch durch konkludentes, schlüssiges Handeln, z. B. wenn sich jemand bei einem öffentlichen Akt bewusst in Position vor den Fotografen / die Fotografin stellt oder wenn der Abgebildete eine Entlohnung angenommen hat. Nach dem Tode des/der Abgebildeten bedarf es bis zum Ablauf von 10 Jahren der Einwilligung der/des Angehörigen. Als „Angehörige“ gelten der überlebende Ehegatte und die Kinder des/der Abgebildeten, und wenn weder ein Ehegatte noch Kinder vorhanden sind, die Eltern. Voraussetzung für diese Formen der Einwilligung ist die Geschäftsfähigkeit. Bei der Abbildung von Minderjährigen (z. B. KonfirmandInnen) ist in jedem Fall die Zustimmung des/der Erziehungsberechtigten einzuholen.
- b) Ausnahmen vom Erfordernis der Einwilligung nennt § 23 Abs. 1 KUG. Danach dürfen ohne die Einwilligung betroffener Personen „verbreitet und zur Schau gestellt werden:
1. Bildnisse aus dem Bereich der Zeitgeschichte;
  2. Bilder, auf denen die Personen nur als Beiwerk neben einer Landschaft oder sonstigen Örtlichkeit erscheinen;
  3. Bilder von Versammlungen, Aufzügen und ähnlichen Vorgängen, an denen die dargestellten Personen teilgenommen haben;
  4. Bildnisse, die nicht auf Bestellung angefertigt worden sind, sofern die Verbreitung oder Schaustellung einem höheren Interesse der Kunst dient.“
- aa) Personen der Zeitgeschichte, § 23 Abs. 1 Nr. 1 KUG  
Der Tatbestand des § 23 Abs.1 Nr.1 KUG schränkt die Entscheidungsfreiheit der Betroffenen hinsichtlich ihrer Abbildung ein. Sie dürfen im Rahmen des Zulässigen und des „guten Geschmacks“ auch ohne Einwilligung fotografiert oder gefilmt und abgebildet werden.

**Schutz des  
allgemeinen  
Persönlichkeitsrechts**

Die Vorschrift trägt dem Informationsbedürfnis der Allgemeinheit Rechnung, wobei der Begriff „Zeitgeschichte“ eine weite gesellschaftsbezogene Auslegung erfährt, da unter ihm sowohl das politische als auch das soziale, wirtschaftliche und kulturelle Leben subsumiert wird.

Gleichwohl wird zwischen absoluten (generellen) Personen der Zeitgeschichte und relativen (partiellen) Personen der Zeitgeschichte unterschieden.

Zu den absoluten Personen der Zeitgeschichte zählen diejenigen Personen, die durch ihr gesamtes Wirken im öffentlichen Interesse stehen, wobei unter Öffentlichkeit ein beachtlicher Teil des Publikums zu verstehen ist, und dies erwartungsgemäß für immer.

Hierzu zählen namentlich Angehörige regierender Königshäuser, Staatsoberhäupter (selbst nach Ablauf ihrer Amtsperiode), bekannte Personen aus dem Bereich Wirtschaft, insbesondere Angehörige großer Wirtschaftsdynastien und ihre Erben (Flick, Krupp, usw.), Sportler/innen, Künstler/innen, Wissenschaftler/innen, Journalisten/Journalistinnen und dergleichen. Sie können aufgrund des öffentlichen Informationsinteresses in der vollen Bandbreite ihres Wirkens abgebildet werden.

Im Unterschied zu den absoluten stehen relative Personen der Zeitgeschichte nur eine begrenzte Zeit im Blickpunkt der Öffentlichkeit. Dies kann aufgrund von relevanten Ereignissen, kraft ihrer Abstammung oder kraft ihres Amtes der Fall sein. Zu diesem Personenkreis zählen u. a. Schauspieler/innen, Sportler/innen, Showgrößen, aber auch Beteiligte von Gerichtsprozessen, denen öffentliches Interesse beigemessen wird. Im Einzelfall zählen dazu auch Personen, die an spektakulären Unfällen teil hatten (nicht schutzbedürftige Opfer).

Die Wiedergabe und Abbildung dieser Personen ist grundsätzlich nur insoweit zulässig, als sie mit den in Rede stehenden Ereignissen im öffentlichen Interesse stehen.

Die Grenze zwischen absoluter und relativer Person der Zeitgeschichte ist fließend. So kann es durchaus vorkommen, dass relative Personen der Zeitgeschichte durch anhaltendes öffentliches Interesse zu absoluten Personen der Zeitgeschichte werden. Zu denken ist hier an bedeutende Künstler/innen (z. B. Pablo Picasso, Frieda Kahlo), Schauspieler/innen usw.; heute zählen unter Umständen auch Personen mit „negativem Image“, etwa verurteilte Straftäter, zu diesem Personenkreis.

bb) Personen nur als Beiwerk, § 23 Abs. 1 Nr. 2 KUG

Wird eine Landschaft oder ein öffentlicher Platz fotografiert, so bedarf es nicht der Einwilligung einzelner Personen, die auf dem Bildnis gewissermaßen nur als Staffage zu sehen sind. Dies gilt aber nur, solange die Personen nicht das Thema (z.B. KonfirmandInnen am Tage der Konfirmation) der Abbildung sind.

cc) Aufzüge und Versammlungen, § 23 Abs. 1 Nr. 3 KUG

Versammlungen und Aufzüge sind dadurch gekennzeichnet, dass Personen zu einem gemeinsamen Zweck zusammenkommen. Teilnehmer/innen von Versammlungen nehmen in Kauf, dass sie fotografiert werden. Es muss also beispielsweise keine Einwilligung zur Veröffentlichung der Abbildung von Gästen eines Gemeindefestes eingeholt werden, wenn die Gäste als Gruppe gezeigt werden. Allerdings ist es unzulässig, in eine Menschenmenge hinein zu zoomen, einzelne Personen zu fotografieren und diese Bildnisse dann zu veröffentlichen.

Eine Mustererklärung zum Urheberrecht findet sich im Anhang.

## VI. Logoentwicklung und Nutzungsrechte für das Logo

Die Entwicklung eines Logos kostet Geld. Trotzdem sind Nutzungsrechte damit keineswegs automatisch und für alle Veröffentlichungsarten (Print / Internet) abgegolten. Achten Sie daher beim Erwerb eines Logos darauf, dass Ihnen die Nutzungsrechte für Ihr Logo umfassend und für alle Medien und Zeiten übertragen werden. Verhandeln Sie die Nutzungsrechte vor der Auftragsvergabe.

**Nutzungsrechte vor Auftragsvergabe regeln!**

## VII. E-Mail-Formular

Daten aus E-Mail Formularen dürfen nur nach ausdrücklicher Einwilligung der Nutzer/innen erhoben, verarbeitet und genutzt werden (§§ 3 +4 TDDSG). Bevor die Datenerhebung beginnt, müssen der/die Nutzer/innen über Art, Umfang, Zweck, Verarbeitung und Nutzung der Daten informiert werden.

Die entsprechende Erklärung muss den NutzerInnen immer zugänglich sein. Außerdem müssen sie auf die Möglichkeit hingewiesen werden, dass eine Einwilligung jederzeit mit Wirkung für die Zukunft widerrufen werden kann. Die Einwilligung kann elektronisch erfolgen.

Bevor Daten zu einem anderen Zweck erhoben oder verarbeitet werden, als ursprünglich angegeben, müssen die NutzerInnen ihre Einwilligung nach den oben erwähnten Grundlagen erneut erklären.

Die Erbringung eines Dienstes darf nicht von der Einwilligung in die Nutzung oder die Verarbeitung von Daten für andere Zwecke abhängig gemacht werden, wenn ein anderer Zugang zu diesen Telediensten nicht oder in nicht zumutbarer Weise möglich ist.

Ausdrücklich verweisen wir auf die Veröffentlichung des Nordelbischen Kirchenamtes in den NEK-Mitteilungen vom November 2003, S. 219/220.

## VIII. Autoresponder

Wer einen Autoresponder einsetzt – eine Einrichtung, die dem Absender einer Nachricht automatisch antwortet – muss darauf hinweisen, dass die Daten der Nutzer gespeichert werden. Eine entsprechende Erklärung ist für die Nutzer dauerhaft abrufbar vorzuhalten (vgl. § 4 Abs. 1 Satz 2 und 3 TDDSG).

## IX. Moderiertes Gästebuch

Illegale oder sittenwidrige Eintragungen in ein Gästebuch müssen umgehend gelöscht werden. § 11 Satz 1 Nr. 2 TDG und § 9 Satz 1 Nr. 2 MDStV schreiben die unverzügliche Löschung eines solchen Eintrages zwingend vor, sobald der Moderator von dem Eintrag Kenntnis erhalten hat. Eine Verpflichtung zur regelmäßigen Überprüfung des Gästebuches ist dagegen – in der neusten Gesetzesfassung – nicht mehr zwingend vorgeschrieben. Es empfiehlt sich aus Eigeninteresse dennoch, das Gästebuch mindestens einmal am Tag zu überprüfen oder sich eine automatische E-Mail-Benachrichtigung aller Einträge einzurichten.

## X. Werbung

Wenn Sie auf Ihrer Website Werbung einsetzen, die sich auch an Kinder oder Jugendliche richtet, dann darf diese weder den Interessen der Kinder und Jugendlichen schaden noch deren Unerfahrenheit ausnutzen. Sie muss als solche klar erkennbar und vom übrigen Angebot der Inhalte eindeutig getrennt sein. Es dürfen keine unterschweligen Techniken verwendet werden (vgl. § 13 Abs. 1 und 2 MDStV).

**Werbung klar kennzeichnen**

## **XI. Statistiktool**

Der Einsatz von Statistiktools unterliegt ebenfalls den Regelungen des TDG und des TDDSG. Es ist also darauf zu achten, dass die hier gesammelten Daten anonymisiert sind.

## **Zusammenfassung**

- Bevor Sie Personendaten veröffentlichen, müssen Sie die betreffenden Personen schriftlich um ihr Einverständnis gebeten haben. Ebenso müssen Sie die Personen darauf hingewiesen haben, dass sie diese Zustimmung mit Wirkung für die Zukunft jederzeit widerrufen können.
- Bei der Veröffentlichung von Fotos müssen sowohl der/die Urheber/in als auch abgebildete Person(en) mit der Veröffentlichung einverstanden sein. Das gleiche gilt für Texte. Das Copyright muss immer beachtet werden, andernfalls können teure Strafgebühren fällig werden.
- Denken Sie daran, im Impressum den Namen Ihrer Einrichtung, deren Adresse und den Namen und die Adresse einer vertretungsberechtigten Person zu nennen.
- Bitte beachten Sie die Hinweise zum Datenschutz in den NEK-Mitteilungen (siehe Anhang / Literatur).

**Achtung!**

# Anhang

- **Barrierefreiheit – 10 Tipps für Profis**
- **Header von [www.nordelbien.de](http://www.nordelbien.de)**
- **Checkliste: Kostenplanung**
- **Musterseite: Impressum und Haftungsausschluss**
- **Mustererklärung: Einwilligung zur Veröffentlichung von personenbezogenen Daten und Bildnissen im Internet (Merkblatt und Erklärung)**
- **Nutzungsvertrag für Bildrechte**
- **Nutzungsvertrag für Texte**
- **Literatur**
- **Glossar**
- **Adressen**

# Barrierefreiheit - 10 Tipps für Profis

Modernes Design und barrierefreie Gestaltung sind keine Gegensätze. Denn auch die schönste Homepage verfehlt ihr Ziel, wenn sie nur für einen Teil der Besucher/innen benutzbar ist. Barrierefreiheit spiegelt sich an der Oberfläche – davor steht nur ein durchdachtes Abtauchen in die Programmierung. Dabei müssen nur wenige Punkte beachtet werden. Sie lassen sich schon in der ersten Entwurfsphase ohne großen Aufwand umsetzen und helfen sogar, Kosten zu sparen. Tipps für Profis zeigen, wie es geht:

## 1. Vielfalt statt Einfalt

Sie können nicht davon ausgehen, dass alle Besucher dieselbe Rechnerkonfiguration wie Sie benutzen. Deshalb sollte eine Website von möglichst vielen Geräten dargestellt werden können. Wenn Ihre Seiten für alternative Ausgabegeräte (assistive Technologien wie Sprachausgaben, Braillezeile oder Joystick) zugänglich sind, werden sie auch mit Kiosksystemen ohne Tastatur oder den Hilfsmitteln von Menschen mit motorischer Behinderung bedienbar sein.

Wenn Sie Ihre Seiten so strukturieren, dass Navigationsblöcke übersprungen werden können oder Formularelemente auch per Tastendruck bedient werden können, sind diese damit auch für Organizer-Displays ohne Maus bedienbar. Auch seh- oder sprachbehinderte Benutzer/innen, die sich Ihre Seiten vorlesen lassen, kommen so ohne Umwege zu Ihren Inhalten.

Beim Einsatz von Zusatzelementen wie Java, JavaScript oder Flash sollte darauf geachtet werden, dass die Inhalte und Funktionen auch dann noch transportiert werden können, wenn das Anzeigegerät diese Sprachen nicht beherrscht oder das entsprechende Plug-In nicht verfügbar ist.

## 2. Der Willkür ein Ende

Webseiten, die sich an den aktuellen W3C-Standards orientieren, sind automatisch auf- und abwärtskompatibel und können von allen alten und neuen Browsern und alternativen Ausgabegeräten dargestellt werden. Zur Qualitätssicherung Ihres Codes sollten Sie kostenlose online-Werkzeuge wie *validator.w3.org*, *CynthiaSays* oder *bobby.watchfire.com* einsetzen.

Bitte beachten Sie, dass diese Tools lediglich auf der technischen Ebene die Syntax einer Webseite überprüfen. Für eine Software ist es nicht feststellbar, wenn bestimmte Elemente einer Sprache missbräuchlich eingesetzt werden.

Das Bestehen einer Prüfung durch das Bobby-Programm lässt lediglich die Vermutung zu, dass Ihre Seiten technisch weitestgehend barrierefrei sind. Die Barrierefreiheit auf der Ebene der Wahrnehmung durch User/innen ist hinsichtlich der eingängigen Navigation und verständlicher Texte nur durch Tests mit echten Benutzern überprüfbar.

## 3. Trennen, was nicht zusammengehört

Die Verwendung von Style Sheets (CSS) und XHTML erlauben die flexible Trennung von Inhalt, Struktur und Aussehen. So kann auf starre Formatierungen mit `<font>`, `<table>` und `<frame>` verzichtet werden. Das verkürzt die Entwicklungszeit und hilft, Kosten zu senken. Außerdem verringert die Gestaltung mit CSS die Seitengröße und damit die Ladezeit beim Benutzer.

## 4. Beweglichkeit ist Trumpf

Sinnvoller als die Festlegung starrer Schriftgrößen ist die Benutzung von relativen Einheiten. Damit erhalten alle Benutzer die Möglichkeit, den Text an ihre Vorlieben oder Bedürfnisse (z.B. bei Sehbehinderung, Kurz- oder Weitsichtigkeit) anzupassen. Wenn sie auf Ihren Seiten alle Maßangaben relativ zueinander setzen, stellen Sie damit auch sicher, dass ihr Layout in der gewünschten Form erhalten bleibt, wenn der Besucher andere Größen eingestellt hat.

## 5. Logik ohne wenn und aber

Die inhaltliche Struktur einer Webseite sollte durch die Verwendung logischer Textauszeichnungen ausgedrückt werden. Wenn beispielsweise Überschriften bloß durch die Veränderung der Textgröße per `<font>` und `<b>`-Element gestaltet werden, geht die logische Struktur verloren, die eine per `<h1>`–`<h6>` formatierte Überschrift bereits als Information in sich trägt.

Wenn Sie Textpassagen hervorheben wollen, verwenden Sie statt `<i>` für kursiv besser `<em>` für Betonung und `<strong>` statt `<b>` für fett. Das Ergebnis ist in allen gängigen grafischen Browsern dasselbe. Alternative Ausgabemedien sind aber auf diese eingebettete Strukturierung angewiesen, um den Text seiner Funktion gemäß darstellen zu können. Auch Suchmaschinen bewerten Stichworte in `<h1>`–`<h6>` höher als normale Textabschnitte (`<p>`), so dass Sie durch eine geschickte Formulierung Ihr Ranking verbessern können.

Wenn Sie Zitate mit den dafür vorgesehenen Elementen wie `<q>`, `<cite>` und `<blockquote>` auszeichnen, können Sie sogar per CSS automatisch die korrekten typografischen Anführungszeichen hinzufügen lassen.

## 6. Beredte Bilder

HTML 4 stellt mehrere Hilfen zur Verfügung, um Bilder und Grafiken mit alternativen Texten (`alt=""`), Erläuterungen zur Funktion (`title=""`) oder Beschreibungen (`longdesc=""`) auszustatten. Der Alternativtext sollte jedoch die gleiche Funktion erfüllen wie das Objekt selbst ("Zurück zur Startseite") und nicht nur dessen Aussehen beschreiben ("Firmenlogo in Hellgrün"). Bilder, die lediglich dekorativen Charakter haben, sollten Sie nicht gesondert beschreiben, sondern mit einem leeren `alt`-Attribut vor Sprachsynthesizern "verstecken".

Wenn Sie zu Multimedia-Elementen eine Alternative in Textform anbieten, kommen auch Besucher ohne das passende Plug-In an die nötigen Informationen. Anstelle des häufig verwendeten `<embed>` erlaubt das funktional höherwertige `<object>` auch, Grafik- und Text-Alternativen einzubinden. Bei A List Apart finden Sie die Dokumentation, wie Sie Ihre Flash-Filme in älteren Browsern auch ohne `<embed>` zum Laufen bringen.

## 7. Direkt und ohne Missverständnisse

Eine eindeutige und konsequent durchgehaltene Navigation erleichtert den Besuchern, sich ohne Umwege zurecht zu finden. Selbsterklärende Navigationselemente und Informationen, die den Kontext der aktuellen Seite innerhalb der Gesamtstruktur verdeutlichen, erleichtern eine intuitive Orientierung auf Ihrer Website. Wie die meisten Sprachausgabegeräte können auch immer mehr Browser die Links und Überschriften einer Seite zusammenfassen und getrennt darstellen. Deshalb sollten Sie Links und Überschriften so formulieren, dass sie auch außerhalb des unmittelbaren Zusammenhangs noch eine Aussage über Sinn und Zweck machen.

Besondere Hürden bestehen für Menschen, die auf eine Sprachausgabe angewiesen sind, darin, dass Wechsel in der Sprache eines Dokumentes nicht ausgezeich-

net wird. Ohne einen Wechsel per lang="en" werden englische Worte wie "Site-map", "Homepage" und "Online" einfach nach deutschen Ausspracheregeln vorgelesen.

## 8. Vorsicht Farbe

Wenn Sie Farben zur Orientierung einsetzen, sollten Sie deutliche Farbkontraste wählen und zusätzlich andere grafische Symbole oder Gestaltungselemente zur Kennzeichnung verwenden, da sich sonst stark sehbehinderte oder farbenblinde User/innen auf den Seiten nicht zurechtfinden. Etwa zehn Prozent der männlichen Bevölkerung sind farbenblind und können mit Anweisungen wie "Klicken Sie auf den grünen Button" nichts anfangen!

## 9. Layout ohne Krücken

Schreiben Sie Ihre Briefe etwa mit Excel? Viele Designer benutzen für das Layout noch die Tabellenfunktion von HTML. Mittlerweile unterstützen die weitaus meisten Browser die Alternative CSS, die eine viel flexiblere Layout-Gestaltung erlaubt. Mit CSS und HTML 4 oder XHTML können Sie alle Elemente auf einer Webseite frei positionieren und zusätzlich noch eine wesentlich bessere Kontrolle über Ihre Gestaltung erreichen. Dadurch verringert sich die Entwicklungszeit, Updates werden einfacher und durch die geringere Dateigröße bekommt der Besucher Ihre Seiten schneller zu Gesicht.

Tabellen sind natürlich hervorragend zur Darstellung tabellarischer Daten geeignet. Denken Sie daran, bei tabellarischen Daten die korrekte Auszeichnung von Spalten- und Zeilenköpfen zu benutzen, ohne die in alternativen Medien die Zuordnung der Daten in Spalte 7, Zeile 39 nicht mehr nachvollziehbar ist.

## 10. Grenzenlose Übersicht

Die Verwendung von Frames macht Webseiten schnell unüberschaubar, verwirrt die Besucher und verursacht durch ihre komplizierte Programmierung hohe Kosten. Zudem können für Frames keine Lesezeichen angelegt werden und der Ausdruck ist in den meisten Browsern für den durchschnittlichen Benutzer fast unmöglich. Die meisten alternativen Zugangsmethoden sind von der Nutzung einer Frames-Seite dann ausgeschlossen, wenn, wie üblich die einzelnen Frames nicht sinnbildend benannt sind. Wer also nicht auf Frames verzichten will, sollte diese zumindest statt name="frame\_01\_links" und name="frame\_02\_rechts" besser name="navigation" und name="inhalt" nennen.

Quelle: *Tomas Caspers auf [www.einfach-fuer-alle.de](http://www.einfach-fuer-alle.de)*



## Header von www.nordelbien.de

```
<head>
<title>Nordelbische Kirche | Kirchen-ABC | www.kirchen-abc.de</title>
< meta name ="description" content ="Offizieller Webauftritt der Nordelbischen
Ev.-Luth. Kirche - This is the official server of the Lutheran Church in Nordelbien (
Germany)">
< meta name ="author" content ="Joerg Fenske, Internetbeauftragter der NEK
(info@nordelbien.de)">
< meta name ="organization" " content ="Nordelbische Evangelisch-Lutherische
Kirche ( NEK ) - Kiel">
< meta name ="keywords" lang="de" content="Kirche, Nordelbien, Hamburg,
Schleswig-Holstein, Schleswig, Holstein, Kiel, Lübeck, Kirchenshop, Kirchens-
hop-online, Postkarten, Klappkarten, Plakate, Ostsee, Nordsee, Pastor, Pastorin,
Bischof, Bischöfin, Nordelbische Kirche, evangelisch, Landeskirche, Internet-Seel-
sorge, Seelsorge, Beratung, NEK, nordelbisch, Internetseelsorge, Luther, Church,
NEK, AFÖ, Glaube, Gott, Jesus, Jesus Christus, Martin Luther, Luther, Kate-
chismus, Taufe, Konfirmation, Trauung, Beerdigung, Konzerte, Diakon, Diakonin,
Kirchenmusik, Konzert, Posaune, Posaunen, Mission, Glaube, Kirchen-ABC,
Bischof, News, Termine, Veranstaltungen, Medientipp, Glaubensinfo, Knuth, War-
tenberg-Potter, Wartenberg, Potter, Jepsen, Lingner, Blaschke, Ratgeber, Ratgeber-
Taufe, Ratgeber-Trauung, Ratgeber-Konfirmation, Ratgeber-Beerdigung, Seelsor-
ge-im-Netz, wdss, Kollekte, Online-Spende, Kirchenwahl, Kirchenvorstandswahl,
KV, KV-Wahl, Umweltpastor,Arbeitsstelle Internet, Frauenreferat, Steuerdezernat,
Bild Datenbank, Kollekten, Kollektenplaner">
<meta name="keywords" lang="en-us" content="church, Nordelbien, referend,
bishop, NEK, nordelbisch, luther, NEK, shop, church shop, AFÖ, God, Jesus, Jesus
Christus, Martin Luther, Luther, worship, mission, news, Knuth, Wartenberg-Pot-
ter, Wartenberg, Potter, Jepsen, Lingner, Blaschke, wdss">
<meta name="generator" content="Weitblick Dynamic Site System,
http://wdss.de">
<meta name="language" content ="german, deutsch">
<meta http-equiv="Content-Type" content="text/html; charset=iso-8859-1">
<meta name="robots" content="INDEX,FOLLOW">
<meta name="revisit-after" content="7 days">
<meta http-equiv="pragma" content="no-cache">
< meta name ="resource-type" " content ="document">
< meta name ="page-topic" " content ="Religion, Kirche, Gesellschaft">
< meta name ="page-type" " content ="Information, Service, Kommunikation">
< meta name ="audience" " content ="Alle, Kirchenmitglieder, Kirchenferne">
< meta name ="distribution" " content ="Global">
<meta name="DC.Creator" content="Joerg Fenske, Internetbeauftragter der
NEK">
<meta name="DC.Subject" content="Evangelische Kirche in Deutschland">
<meta name="DC.Description" content="Die offizielle Internet-Präsenz der
Nordelbischen Ev.-Luth Kirche">
<meta name="DC.Publisher" content="Amt für Öffentlichkeitsdienst">
<meta name="DC.Date" content="2001">
<meta name="DC.Identifier" content="http://www.nordelbien.de">
<meta name="DC.Language" content="de">
<meta name="DC.Coverage" content="Germany">
<meta name="DC.Rights" content="Alle Rechte liegen bei der Nordelbischen Ev.-
Luth. Kirche">
</head>
```



# Checkliste für die Konzeption: Kostenplanung

<b>I. Einmalige Entwicklungskosten</b>	<b>Betrag</b>
a) Erstellungskosten	
b) Personalkosten für Projektleiter/in	
c) Personalkosten für Planungsgruppe	
d) Kosten für Logo-Entwicklung, Nutzungsrechte, Grafikarbeiten Internet	
e) Programmierung der Website, Lizenzgebühren, Redaktionssystem	
<b>2. Erwerb von Veröffentlichungsrechten für Texte, Fotos und Grafiken</b>	
<b>3. Technische Kosten</b>	
a. Domain-Registrierung	
b. EDV-Ausstattung Hard- und Software	
<b>4. Schulung / Lehrmaterial</b>	
<b>II. Laufende Betriebskosten</b>	
1. Hosting-Gebühren und Provider-Kosten	
2. Personalkosten Webmaster	
3. Personalkosten Redakteur	
4. Erweiterungs- und Relaunchkosten	
5. Kosten für Controlling	
<b>Gesamtkosten</b>	

# Musterseite: Impressum und Haftungsausschluss

## 1. Impressum

Muster-Impressum für eine Kirchengemeinde:

Ev.-Luth. Kirchengemeinde St. Martin

An der Kirche 12

12345 Himmelspforten

Tel.: +49 (0)40 123456

Fax: +49 (0)40 123457

email: kirchenvorstand@kirche-martin.de

URL: www.kirche-martin.de

Die Ev.-Luth. Kirchengemeinde St. Martin ist eine Körperschaft des Öffentlichen Rechts und gehört zur Nordelbischen Ev.-Luth. Kirche.

Die Ev.-Luth. Kirchenmeinde St. Martin wird vertreten durch den Kirchenvorstand:

Sabine Musterfrau ( Vorstandsvorsitzende)

email: kirchenvorstand@kirche-martin.de

Inhaltlich Verantwortlicher gemäß § 6 TDG:

Klaus Schmidt

email: schmidt@kirche-martin.de

Haftungshinweis: Trotz sorgfältiger inhaltlicher Kontrolle übernehmen wir keine Haftung für die Inhalte externer Links. Für den Inhalt der verlinkten Seiten sind ausschließlich deren Betreiber verantwortlich.

Bei technischen Anfragen wenden Sie sich an:

Michaela Müller

webmaster@kirche-martin.de

## 2. Haftungsausschluss - komplett

### 1. Inhalt des Onlineangebotes

Der Autor übernimmt keinerlei Gewähr für die Aktualität, Korrektheit, Vollständigkeit oder Qualität der bereitgestellten Informationen. Haftungsansprüche gegen den Autor, welche sich auf Schäden materieller oder ideeller Art beziehen, die durch die Nutzung oder Nichtnutzung der dargebotenen Informationen bzw. durch die Nutzung fehlerhafter und unvollständiger Informationen verursacht wurden, sind grundsätzlich ausgeschlossen, sofern seitens des Autors kein nachweislich vorsätzliches oder grob fahrlässiges Verschulden vorliegt.

Alle Angebote sind freibleibend und unverbindlich. Der Autor behält es sich ausdrücklich vor, Teile der Seiten oder das gesamte Angebot ohne gesonderte Ankündigung zu verändern, zu ergänzen, zu löschen oder die Veröffentlichung zeitweise oder endgültig einzustellen.

### 2. Verweise und Links

Bei direkten oder indirekten Verweisen auf fremde Webseiten ("Hyperlinks"), die außerhalb des Verantwortungsbereiches des Autors liegen, würde eine Haftungsverpflichtung ausschließlich in dem Fall in Kraft treten, in dem der Autor von den Inhalten Kenntnis hat und es ihm technisch möglich und zumutbar wäre, die Nutzung im Falle rechtswidriger Inhalte zu verhindern.

Der Autor erklärt hiermit ausdrücklich, dass zum Zeitpunkt der Linksetzung keine illegalen Inhalte auf den zu verlinkenden Seiten erkennbar waren. Auf die aktuelle und zukünftige Gestaltung, die Inhalte oder die Urheberschaft der gelinkten/verknüpften Seiten hat der Autor keinerlei Einfluss. Deshalb distanziert er sich hiermit ausdrücklich von allen Inhalten aller gelinkten /verknüpften Seiten, die nach der

Linksetzung verändert wurden. Diese Feststellung gilt für alle innerhalb des eigenen Internetangebotes gesetzten Links und Verweise sowie für Fremdeinträge in vom Autor eingerichteten Gästebüchern, Diskussionsforen und Mailinglisten. Für illegale, fehlerhafte oder unvollständige Inhalte und insbesondere für Schäden, die aus der Nutzung oder Nichtnutzung solcherart dargebotener Informationen entstehen, haftet allein der Anbieter der Seite, auf welche verwiesen wurde, nicht derjenige, der über Links auf die jeweilige Veröffentlichung lediglich verweist.

### **3. Urheber- und Kennzeichenrecht**

Der Autor ist bestrebt, in allen Publikationen die Urheberrechte der verwendeten Grafiken, Tondokumente, Videosequenzen und Texte zu beachten, von ihm selbst erstellte Grafiken, Tondokumente, Videosequenzen und Texte zu nutzen oder auf lizenzfreie Grafiken, Tondokumente, Videosequenzen und Texte zurückzugreifen. Alle innerhalb des Internetangebotes genannten und ggf. durch Dritte geschützten Marken- und Warenzeichen unterliegen uneingeschränkt den Bestimmungen des jeweils gültigen Kennzeichenrechts und den Besitzrechten der jeweiligen eingetragenen Eigentümer. Allein aufgrund der bloßen Nennung ist nicht der Schluss zu ziehen, dass Markenzeichen nicht durch Rechte Dritter geschützt sind! Das Copyright für veröffentlichte, vom Autor selbst erstellte Objekte bleibt allein beim Autor der Seiten. Eine Vervielfältigung oder Verwendung solcher Grafiken, Tondokumente, Videosequenzen und Texte in anderen elektronischen oder gedruckten Publikationen ist ohne ausdrückliche Zustimmung des Autors nicht gestattet.

### **4. Datenschutz**

Sofern innerhalb des Internetangebotes die Möglichkeit zur Eingabe persönlicher oder geschäftlicher Daten (Emailadressen, Namen, Anschriften) besteht, so erfolgt die Preisgabe dieser Daten seitens des Nutzers auf ausdrücklich freiwilliger Basis. Die Inanspruchnahme und Bezahlung aller angebotenen Dienste ist - soweit technisch möglich und zumutbar - auch ohne Angabe solcher Daten bzw. unter Angabe anonymisierter Daten oder eines Pseudonyms gestattet. Die Nutzung der im Rahmen des Impressums oder vergleichbarer Angaben veröffentlichten Kontaktdaten wie Postanschriften, Telefon- und Faxnummern sowie Emailadressen durch Dritte zur Übersendung von nicht ausdrücklich angeforderten Informationen ist nicht gestattet. Rechtliche Schritte gegen die Versender von sogenannten Spam-Mails bei Verstößen gegen dieses Verbot sind ausdrücklich vorbehalten.

### **5. Rechtswirksamkeit dieses Haftungsausschlusses**

Dieser Haftungsausschluss ist als Teil des Internetangebotes zu betrachten, von dem aus auf diese Seite verwiesen wurde. Sofern Teile oder einzelne Formulierungen dieses Textes der geltenden Rechtslage nicht, nicht mehr oder nicht vollständig entsprechen sollten, bleiben die übrigen Teile des Dokumentes in ihrem Inhalt und ihrer Gültigkeit davon unberührt.

Quelle: *www.disclaimer.de*

# Musterblatt Einwilligungserklärung

[Name der Einrichtung]  
**Einwilligung zur Veröffentlichung  
von personenbezogenen Daten und Bildnissen im Internet**

## A.) Merkblatt

1. Im Rahmen der oben genannten Zwecke beabsichtigt die [Name der Einrichtung], personenbezogene Daten der Mitarbeitenden öffentlich zugänglich zu machen, insbesondere:
  - Vor- und Nachnamen der Mitarbeitenden
  - Dienstbezeichnung und Aufgabenbereich innerhalb der Einrichtung
  - Dienstliche Anschrift
  - Dienstliche Kontaktmöglichkeiten per Telefon / Fax / email
2. Solche Angaben beabsichtigt die Einrichtung auch in einem passwortgeschützten Bereich der Homepage zugänglich zu machen. Das Passwort für den passwortgeschützten Bereich wird lediglich Mitarbeitenden zur Verfügung gestellt. Der/die Unterzeichnende verpflichtet sich, das Passwort vertraulich zu behandeln und nur an den vorgenannten Personenkreis weiterzugeben.
3. Die kirchliche Einrichtung beabsichtigt, Bildnisse von kirchlichen Mitarbeitenden
  - im Internet öffentlich zugänglich zu machen und/oder
  - in einen passwortgeschützten Bereich der Homepage einem begrenzten Nutzerkreis zugänglich zu machen.
4. Im Internet sollen die Bildnisse wie folgt öffentlich zugänglich gemacht werden:
  - auf der – öffentlich zugänglichen - Website,
  - im passwortgeschützten Bereich der Website
  - über elektronische Newsletter
5. Bildnisse in diesem Sinne sind Fotos, Grafiken, Zeichnungen oder Videoaufzeichnungen, die die Mitarbeitenden individuell erkennbar abbilden. Veröffentlicht werden sollen Bildnisse, die im Rahmen der beruflichen Tätigkeit durch einen (seitens der Einrichtung) beauftragten Fotografen angefertigt wurden oder die von den Mitarbeitenden zur Verfügung gestellt wurden.
6. Durch die beabsichtigte Verwendung im Internet können die Bildnisse und/oder Namen der Mitarbeitenden weltweit abgerufen und gespeichert werden.
7. Bei der nachfolgenden Nennung der veröffentlichten Daten bedeutet:
  - „Interne Medien“ eine Verwendung im Intranet, im passwortgeschütztem Bereich der Website, aber auch in alle internen Printmedien der kirchlichen Einrichtung
  - „Öffentliche Medien“ bedeutet eine Verwendung im öffentlich zugänglichen Internet sowie in extern verbreiteten Printprodukten
  - Bitte kreuzen Sie die Felder entsprechen an.
8. Ausdrücklich weisen wir auf die Veröffentlichungen des Nordelbischen Kirchenamtes in den NEK-Mitteilungen von November und Dezember 2003 hin. Im Auszug: aus NEK-Mitteilungen 12/2003:  
Wir weisen, „noch einmal ausdrücklich darauf hin, dass natürlich auch die Veröffentlichung personenbezogener Daten von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern im Internet deren Einwilligung bedarf.  
Gleichwohl empfehlen wir weiterhin, die Einwilligung jedenfalls dann zu erteilen, wennes um die Veröffentlichung von Namen, Vornamen, Amts- oder

Dienstbezeichnung, der dienstlichen Telefon- und Faxnummer, der dienstlichen E-Mail-Adresse und eines Hinweises auf den Aufgabenbereich bei Mitarbeitenden geht, die auf Grund ihres dienstlichen Auftrags regelmäßig mit Gemeindegliedern oder anderen Dritten in Kontakt stehen und daher in ihrer Arbeit auch in besonderer Weise auf diesen Außenkontakt und eine problemlose Erreichbarkeit angewiesen sind.

Az.: 197-01 – R III Dr. Eberstein“

**[Name der Einrichtung]**

**Einwilligung zur Veröffentlichung  
von personenbezogenen Daten und Bildnisse auf nordelbischen Websites**

**B.) Erklärung**

Hiermit willige ich, dass folgende personenbezogene Daten und Bildnisse für die oben genannten Zwecke ohne weitere Genehmigung verwendet werden dürfen. Soweit im Rahmen des Textfeldes keine konkreten Angaben vorgenommen werden, gilt die Einwilligung für die jeweils gültigen Daten (z.B. „dienstliche E-Mail-Adresse“ oder „Adresse“), und zwar sowohl einzeln, als auch in Kombination miteinander.

Die Rechteeinräumung an den Bildnissen erfolgt ohne Vergütung und umfasst auch das Recht zur Bearbeitung, soweit die Bearbeitung nicht entstellend ist.

Außerdem willige ich in die Anfertigung der o.g. Bildnisse ein.

Die Einwilligung für personenbezogene Daten kann für die Zukunft jederzeit widerrufen werden. Die Einwilligung kann auch teilweise widerrufen werden.

Im Falle des Widerrufs dürfen entsprechende Daten und Einzelfotos zukünftig nicht mehr für die oben genannten Zwecke verwendet werden und sind unverzüglich aus den entsprechenden Internet- und Intranet-Angeboten zu löschen. Soweit die Einwilligung nicht widerrufen wird, gilt sie zeitlich unbeschränkt, d.h. auch über das Ende der Dienstzugehörigkeit hinaus.

Die Einwilligung für die Verwendung von Bildnissen ist grundsätzlich unwiderruflich; für das Zugänglichmachen von Einzelfotos erteilt der/die Unterzeichnende jedoch lediglich eine jederzeit widerrufliche Einwilligung.

Die Einwilligung ist freiwillig; aus der Verweigerung der Einwilligung oder ihrem Widerruf entstehen keine Nachteile.

		Öffentliche Medien	Interne Medien
Nachname			
Vorname			
Dienstbezeichnung			
Aufgabenbereich			
Dienstliche Adresse			
Dienstliche Telefon-Nr.			
Dienstliche Fax-Nr.			
Email-Adresse			
Verwendung von Bildnissen	durch beauftragten Fotografen		
Verwendung von Bildnissen	die bei dienstlichen Veranstaltungen angefertigt wurden		
Verwendung von Bildnissen	die von mir zur Verfügung gestellt wurden		

\_\_\_\_\_  
[Ort, Datum]

\_\_\_\_\_  
(Unterschrift)

# Nutzungsvertrag für Bildrechte

**Zwischen der kirchlichen Einrichtung:**

---

**und dem Fotografen:**

---

wird nachstehender Vertrag geschlossen.

## **I. Gegenstand/Rechtseinräumung**

Der Bildautor als alleiniger Inhaber aller uneingeschränkten Rechte an den überlassenen Fotos, Dias und bildlichen Darstellungen, räumt der kirchlichen Einrichtung unbeschränkt die ausschließlichen Nutzungsrechte ein.

Alternativ: beschränkt auf die Veröffentlichung auf der Website der kirchlichen Einrichtung

Der Bildautor versichert, daß er über die uneingeschränkten Nutzungsrechte an dem Bildmaterial frei verfügen darf, daß es frei von Rechten Dritter ist.

## **II. Verwendung des Bildmaterials / Abgebildete Personen**

Der Bildautor ist er damit einverstanden, daß seine Bilder auch anders als in der Originalfassung verwendet werden, z.B. in Ausschnitten, Montagen, fototechnisch oder elektronisch verfremdet, koloriert oder s/w von Farbe gedruckt.

Der Bildautor versichert, daß abgebildete Personen mit der Veröffentlichung einverstanden sind, es sei denn, daß ein solches Einverständnis nicht erforderlich ist (§23 KUG).

## **III. Vergütung**

Für die Überlassung der Nutzungsrechte des Bildmaterials vereinbaren die Parteien eine einmalige Zahlung in Höhe von €

## **IV. Schlußbestimmungen**

Änderungen und Ergänzungen dieses Vertrages bedürfen der Schriftform. Sind oder werden einzelne Bestimmungen dieses Vertrages ungültig, so wird die Gültigkeit dieses Vertrages im Übrigen nicht davon berührt. Die ungültigen Bestimmungen sind dann in der Weise neu zu formulieren, daß der beabsichtigte Zweck erreicht wird.

---

Ort und Datum

---

Unterschrift Bildautor

---

Unterschrift kirchliche Einrichtung

# Nutzungsvertrag für Texte

**Zwischen der kirchlichen Einrichtung:**

---

**und dem Autor:**

---

wird nachstehender Vertrag geschlossen.

## **I. Gegenstand/Rechtseinräumung**

Der Autor als alleiniger Inhaber aller uneingeschränkten Rechte an den überlassenen Texten, räumt der kirchlichen Einrichtung unbeschränkt die ausschließlichen Nutzungsrechte ein.

Alternativ: beschränkt auf die Veröffentlichung auf der Website der kirchlichen Einrichtung

Der Autor versichert, daß er über die uneingeschränkten Nutzungsrechte an den Texten frei verfügen darf, daß es frei von Rechten Dritter ist.

## **II. Verwendung der Texte**

Der Autor ist er damit einverstanden, daß seine Texte auch anders als in der Originalfassung verwendet werden, z.B gekürzt, in veränderter Zusammenstellung oder mit Überschriften versehen.

## **III. Vergütung**

Für die Überlassung der Nutzungsrechte der Texte vereinbaren die Parteien eine einmalige Zahlung in Höhe von €

## **IV. Schlußbestimmungen**

Änderungen und Ergänzungen dieses Vertrages bedürfen der Schriftform Sind oder werden einzelne Bestimmungen dieses Vertrages ungültig, so wird die Gültigkeit dieses Vertrages im Übrigen nicht davon berührt. Die ungültigen Bestimmungen sind dann in der Weise neu zu formieren, daß der beabsichtigte Zweck erreicht wird.

---

Ort und Datum

---

Unterschrift Autor

---

Unterschrift kirchliche Einrichtung



### **Internetprojekte von start bis ende. Das Profibuch für die Internet-Praxis.**

von Harald Taglinger, Martin Post, Matthias Jung, Wolfgang Wiese

Preis: EUR 44,95

Gebundene Ausgabe - 534 Seiten - Addison-Wesley

Erscheinungsdatum: 15. März 2002

ISBN: 3827319404

### **Webseiten programmieren und gestalten - HTML, CSS, JavaScript, PHP, Perl, MySQL, SVG, mit CD.**

von Mark Lubkowitz

Preis: EUR 39,90

Gebundene Ausgabe - 1128 Seiten - Galileo Press

Erscheinungsdatum: Februar 2003

ISBN: 3898423131

### **Jetzt lerne ich HTML . Der einfache Einstieg in die eigene Website**

von Harald Taglinger

Preis: EUR 19,95

Broschiert - 376 Seiten - Markt+Technik

Erscheinungsdatum: 15. Mai 2003

ISBN: 3827265533

### **Missing Links**

von Thomas Wirth

Preis: EUR 49,90

Gebundene Ausgabe - 300 Seiten - Hanser Fachbuch

Erscheinungsdatum: September 2002

ISBN: 3446220097

### **Web Usability - Das Prinzip des Vertrauens**

von Martina Manhartsberger, Sabine Musil

Preis: EUR 49,90

Gebundene Ausgabe - 368 Seiten - Galileo Press

Erscheinungsdatum: November 2001

Auflage: 1. Aufl.

### **NEK-Mitteilungen**

Hrsg. von der Nordelbischen Evangelisch-Lutherischen Kirche

- Heft September 2003: Merblatt für sichere E-Mail-Nutzung
- Heft November 2003: Internetauftritt kirchlicher Stellen, insbesondere Nutzer-Datenschutz
- Heft Dezember 2003: Internetauftritt kirchlicher Stellen, Veröffentlichung von Mitarbeiterdaten

**Account**

wörtlich übersetzt "Konto". Ein E-Mail-Account ist quasi Ihr Postfach bei Ihrem Provider.

**Alias**

Eine weitere Mailadresse, von der alle eingehenden Mails auf die Hauptadresse umgeleitet werden.

**Autoresponder**

Ein Autoresponder ist ein Programm, das E-Mails an bestimmte Mailadressen innerhalb Ihrer Domain automatisch mit einem von Ihnen gewählten Text beantwortet. Ein Autoresponder für E-Mail ist in etwa vergleichbar mit einem Anrufbeantworter für Ihr Telefon.

**Content Management System (CMS)**

Mit einem CMS ist es möglich, die Inhalte von Webseiten auf einfache Art und Weise zu erstellen, zu verwalten und zu administrieren. Weiblick benutzt hierfür das <wdss>, welches eine Administration über ein einfaches Browser-Fenster ermöglicht.

**Datentransfer**

Der Datenverkehr, der durch Besuche von Dritten auf Ihren Internet-Seiten und durch Übertragung von E-Mails entsteht. Jede Datei, die abgefragt wird, verursacht ein Datentransfervolumen in ihrer Größe, d.h. wenn Ihre Homepage aus einer Datei á 10 KB und zwei Bildern á 20 KB besteht, verursacht ihr einmaliger Abruf ein Datentransfervolumen von 50 KB.

**DENIC**

Die DENIC (Deutsches Network Information Center) ist die offizielle Vergabe- und Verwaltungsstelle für .de-Domains.

**DNS**

DNS ist die Abkürzung für Domain Name System.

**Domain, Domainname**

Name der Internet-Präsenz.

**head, header**

auf deutsch "Kopf". Der Begriff "head" bzw. bedeutungsgleich "header" taucht in der Regel im Zusammenhang mit HTML-Seiten und E-Mails auf. Diese bestehen aus einem "head" und einem "body" (= auf deutsch "Körper"). Im "head" werden allgemeine Dokumentinformationen untergebracht, so z.B. der Titel oder der Autor. Angaben im "head" sind für den Betrachter nicht innerhalb der Internet-Seite sichtbar, sondern nur, wenn sich dieser den Quelltext der Seite anzeigen lässt.

**HTML**

Abkürzung für "Hypertext Markup Language" = "Sprache", in der Internet-Seiten erstellt werden.

**HTML-Editor**

Programm zum Erstellen von Web-Seiten.

**HTTP**

Abk. für HyperText Transfer Protocol. Dabei handelt es sich um das Standard-Internet-Übertragungsprotokoll, das zur Übermittlung von WWW-Seiten benutzt wird.

**Image-Map****Grafiken, bei denen Sie einzelnen Bereichen verschiedene Links zuweisen.**

Eine typische Image-Map wäre zum Beispiel das Bild einer Landkarte, auf der Sie die verschiedenen Ortsnamen anklicken können und dann zu Informationsseiten über diese Orte gelangen.

**Link, auch Hyperlink**

Verweis zu einer anderen Seite (Datei) im Internet oder zu einem Ort innerhalb derselben Datei (lokaler Link).

**Pixel**

Ein Pixel ist ein Bildpunkt. Die Größe von elektronischen Bildern wird in der Regel in Pixel angegeben und nicht in Millimetern oder Zentimetern.

**Plug In**

Modul, das die Funktionalität eines schon bestehenden Programmes erweitert. Im Zusammenhang mit Browsern sind das zum Beispiel Programme zum Abspielen von Videos oder speziellen Bildformaten. Bekannte Plug Ins sind Real Audio, QuickTime und Shockwave.

**POP3-Server**

Zentrales E-Mail-Postamt, in dem die für Sie ankommenden E-Mails verwaltet werden. Die Abkürzung "POP" steht für "Post Office Protocol", die Ziffer "3" beschreibt die Versionsnummer. Siehe auch SMTP.

**Proxy, Proxy-Server**

eine Art "Zwischenspeicher". Online-Dienste verwenden Proxy-Server, auf denen sie alle angefragten Internet-Dokumente und Grafiken speichern, so daß die nächste Abfrage einer Seite nicht mehr neu aus dem Internet geholt werden muß, sondern direkt aus dem lokalen Depot (Proxy-Server). Dies geht wesentlich schneller.

**Screenshot**

Verkleinerte Abbildung des Bildschirms.

**Server**

Programm, das einen Dienst anbietet. Zum Beispiel verwaltet ein "Mailserver" alle eingehenden E-Mails und verteilt sie an anfragende "Clients" (=Programme, die einen Serverdienst nutzen). Oft wird der Begriff "Server" auch gleichbedeutend mit dem Computer, auf dem das Server-Programm läuft, benutzt.

**Style Sheets**

"Bauplan" für ein Textstück in HTML mit Angaben über die Formatierung, zum Beispiel die zu verwendende Schrift (Größe, Art). Vergleichbar mit den aus Microsoft Word bekannten Formatvorlagen.

**Suchmaschine**

Suchmaschinen stellen ihre Datenbankbestände mit Hilfe sogenannter Agentenprogramme (auch Bots oder Searchbots genannt) zusammen, die das WWW nach Schlagwörtern durchsuchen und diese zusammen mit dem URL in der Datenbank speichern: So entsteht ein Index.

**Tags, besonders HTML-Tags**

Elemente der HTML-Sprache, die Formatierungsanweisungen für den Text geben, zum Beispiel <B> für fett. Tags beginnen immer mit einem mathematischen Kleiner-Zeichen und enden mit einem Größer-Zeichen (<>).

**Upload**

wörtlich: "hochladen". Der Begriff wird in der Regel für das Übertragen von Dateien auf einen Server benutzt.

**URL**

Abkürzung für "Uniform Resource Locator". Internet-Adresse, zum Beispiel  
<http://www.Ihr-Internetname.de>.

**Weitblick Dynamic Site System (<wdss>)**

Das <wdss> ist ein von Weitblick entwickeltes Redaktionssystem (CMS) zur Verwaltung, Erstellung und Administration von Webseiten.

**WYSIWYG**

Abkürzung: "What you see, is what you get". Bezeichnung für Programme, die schon am Bildschirm das zeigen, was auch später ausgegeben (z.B. gedruckt) wird.



## Adressen

### **Amt für Öffentlichkeitsdienst (AfÖ)**

Feldbrunnenstraße 29  
20148 Hamburg  
Fon: 040 / 41 32 24-0  
Fax: 040 / 41 32 24-17  
afoe@nordelbien.de

### **Rechenzentrum Nordelbien-Berlin (RNB)**

Große Elbstraße 42  
22767 Hamburg  
Fon 040 / 31185-0  
Fax 040 / 31958-22  
RNB\_HH@rnb.de

### **Pastor Jörg Fenske**

#### **Internetbeauftragter der Nordelbischen Kirche**

Amt für Öffentlichkeitsdienst (AfÖ)  
Feldbrunnenstraße 29  
20148 Hamburg  
Fon: 040 / 41 32 24-25  
Fax: 040 / 41 32 24-17  
info@nordelbien.de

### **DENIC Domain Verwaltungs- und Betriebsgesellschaft eG**

Wiesenhüttenplatz 26  
60329 Frankfurt  
Service-Hotline für Informationen und rechtliche Anfragen  
(6 Cent pro Gespräch):  
01802 / 33 64 29 oder:  
Fon 069 / 27 235 270  
Fax 069 / 27 235 235  
info@denic.de

### **Deutsche Telekom**

Service-Hotline und Informationen über den Eintrag ins Telefonbuch:  
0800 / 33 01 000



**Amt für Öffentlichkeitsdienst (AfÖ)**

Feldbrunnenstraße 29, 20148 Hamburg

Fon: 040 / 41 32 24-0, Fax: 040 / 41 32 24-17

[afoe@nordelbien.de](mailto:afoe@nordelbien.de)



**Rechenzentrum Nordelbien-Berlin (RNB)**

Große Elbstraße 42, 22767 Hamburg

Fon 040 / 31185-0, Fax 040 / 31958-22, [RNB\\_HH@rnb.de](mailto:RNB_HH@rnb.de)