

Abschlussprüfung Winter 2007 / 08

**Mediengestalter für
Digital- und Printmedien**

Fachrichtung

Mediendesign: Nonprint

KONZEPTION UND GESTALTUNG
EINER CD-ROM PRÄSENTATION

Roman Pfeifer

Prüfnummer: 90
Fon: 0173-82 95 761



HOTEL
Sahara
SYLT

INHALTSVERZEICHNIS

Dokumentation

Seite

BRIEFING	1
AUFGABENSTELLUNG	1
ANALYSE- IDEE- UND ZIELBESCHREIBUNG	2
FORMAT, GESTALTUNGSELEMENTE	3
GESTALTUNGSRASTER	4
FARBEN	5
SCHRIFTZUG / SIGNET	6
ICONLEISTE	7
MICROTYPOGRAFIE	8
GESTALTUNG BENUTZERFÜHRUNG	9
BILD-ANALYSE /-AUSWAHL /-BEARBEITUNG	10 – 15
NAVIGATION	15
SEITENBESCHREIBUNGSSPRACHE	16
SOFTWARE	16

Anlagen

CD-ROM Präsentation	Innenseite Cover
Navigationsplan	Einleger Rückseite Cover
Farbausdruck der Screens zu Präsentationszwecken	Einleger Rückseite Cover

Projekt: Hotel Sahara auf Sylt

Im Norden der Insel Sylt wurde am Rande des Naturschutzgebietes **Sahara** das gleichnamige Hotel gebaut. Der Hotelbetreiber benötigt dazu einen passenden Unternehmens- und Werbeauftritt:

Das Haus mit 80 Zimmern und Suiten in den Dünen mit Blick auf das Meer vermittelt Exklusivität, Ruhe und Naturgenuss. Es lädt mit besonderen Arrangements sowohl zum Kurzurlaub als auch zum längeren Insel-Aufenthalt ein.

Urlaubs- und Tagungsgäste mit gehobenem Anspruch sollen sich gleichermaßen angesprochen fühlen.

AUFGABENSTELLUNG

Konzeption und Gestaltung eines Medienproduktes

Das Hotel **Sahara** will eine Präsentations CD-ROM für Führungskräfte, Unternehmer und Selbständige entwerfen lassen. Diese soll im Rahmen einer Mailingaktion an die potentiellen Zielgruppen versendet werden. Dabei sollen die besonderen Attraktivitäten und exklusive Ausstattung des Hotels sowie spezielle Arrangements hervorgehoben werden.

Für das Hotel **Sahara** ist diese Präsentations CD-ROM und zusätzlich ein Schriftzug zu gestalten, der die Exklusivität des Hauses unterstreicht. Die Präsentation soll für eine Monitorgröße von max. 1024 x 768 Pixel und einer Farbtiefe von 24 Bit erarbeitet werden.

Die Anzahl und Auswahl der Bilder ist freigestellt, es können auch Ausschnitte und Modifikationen verwendet werden.

Es müssen alle im Manuskript vorgegebenen Texte verwendet werden. Er muss vollständig verwendet werden und darf redaktionell nicht verändert werden. Der gesamte Text ist logisch und typografisch dem Thema entsprechend aufzubereiten.

Die Anzahl der zu entwerfenden Screens ist frei wählbar. Mindestens 2 Screens sind lauffähig aufzubereiten.

Bilder zur Verwendung



Analyse

Hotel [ôtel, fr.], in Frankreich palastartiges Stadtgebäude als Wohnsitz des Adels (bes. im 17. und 18.Jh.).

Das Hotel **Sahara** auf Sylt, mit seiner klassizistischen Fassadenarchitektur, nimmt diese Definition auf und steht für Exklusivität, Luxus, gehobenes Ambiente und Komfort in allen Bereichen.

Eine Kampagne (CD-ROM Präsentation) soll eine bestimmte Zielgruppe (Führungskräfte, Unternehmer und Selbständige), welche hohen Wert auf diese Attribute legt, ansprechen. Gemäß den hohen Erwartungen dieser Gruppe ist die Präsentation mit der notwendigen Detailliebe zu gestalten.

Dabei sollen nicht nur die „inneren Werte“ des Hotels dargestellt werden, sondern sein Erscheinungsbild als Ganzes, in Verbindung mit seiner besonderen Lage (zw. Kampen und List) auf Sylt.

Idee- und Zielbeschreibung

Merkmal dieser Region ist die **Lister Sahara**, eine Wanderdüne (Länge 1km, Höhe 30m) in stetiger Bewegung in einem unberührten Naturschutzgebiet mit bizarrer Dünenlandschaft, welche dem Hotel seinen Namen verleiht.

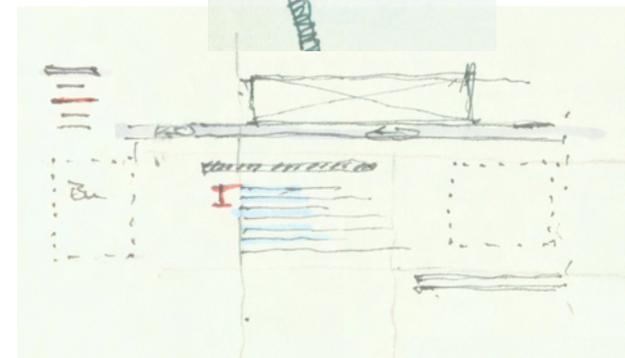
Eingebettet zwischen den Reizen der Natur und dem Meer mit seinem herben Charme, will das Hotel auch als Ort der Ruhe und Entspannung wahrgenommen werden.

Die CD-ROM visualisiert die Screens durchgehend entsprechend der vorgeschriebenen Analyse.

Der Inselcharakter, die Natur und das Hotel **Sahara** mit seinem gehobenen, exklusiven Anspruch werden durch entsprechende Gestaltungselemente beschrieben und strukturiert.

Das Erscheinungsbild wird geprägt durch seinen hohen Weißraum, der den Inhalt allseitig umfließt (Insel) und gliedert, und sowohl die Weite und Schlankheit der Insel betont, als auch die Exklusivität des Hotels.

Der Weißraum zwingt in kein Korsett und vermittelt den Eindruck von Großzügigkeit und Eleganz.



Format

„Weniger ist mehr“- (Ludwig. M. van der Rohe) oder Reduktion auf das Wesentliche.

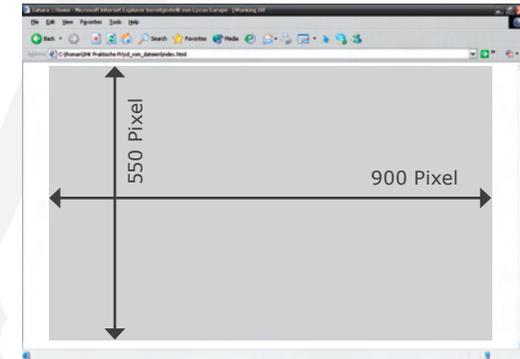
Die CD_ROM ist für die Ansicht auf einem 17" Zoll Monitor mit max. Auflösung von 1024 x 786 Pixel auf dem Browser IE6 von Microsoft und höher optimiert.

Daraus ergibt sich, nach Abzug der browser-spezifischen Funktionselemente, ein Format von ca. 1000 x 600 Pixeln, für die Screens ein Nettoformat von 900 x 550 Pixeln.

Gestaltungselemente

Dieses nimmt folgende Gestaltungselemente zur Screendarstellung auf:

- 1 • den Schriftzug des Hotels (**Signet**),
- die Menüpunkte:
 - 2 - Hauptmenü, über welche das Leistungsspektrum des Hotels abgerufen wird,
 - 3 - Submenü mit wechselnden, aktuellen Inhalten und Interaktion zwischen Unternehmen und Zielgruppe,
- 4 • der Iconleiste mit inhaltsbezogenem Titel,
- 5 • dem Mengentext,
- und 3 verschiedenen Bildelementen:
 - P - Bildelement 1 (**P**) beschreibt in einem panorama-artigen Ausschnitt (600 x 150 Pixel) einen exklusiven Einblick und stellt den inhaltlichen Bezug visuell dar.
 - D - Bildelement 2 (**D**) skizziert in einer Größe von 150 x 150 Pixel eine besondere Stimmung im Detail.
 - S - Bildelement 3 (**S**) Format von 210 x 140 Pixel ist als Schlusselement in Korrespondenz mit **P** + **D** zu sehen.



1 HOTEL
Sahara
SYLT

2 Home | Lage | Zimmer | Gastronomie | Wellness | Sport & Fitness | Confere

3

Specials
Buchen
Kontakt/Newsletter
Impressum

4

ICONLEISTE

Positionierung und Lage der Elemente im Screen

Fast alle Elemente sind allseitig von Weißraum umflossen.

Das Signet im linken oberen Bereich wird sofort erkannt und stellt das Hotel namentlich vor. In einem Abstand von 50 Pixel beginnt Element **P** mit bündiger Oberkante zum Signet.

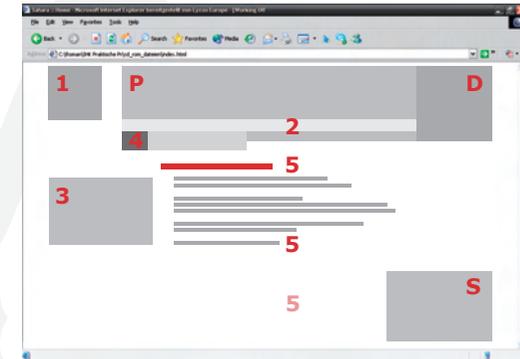
Element **D** schließt sich nahtlos an **P** an. Beide als Gesamtes betonen die horizontale Ausrichtung und sind in Verbindung mit dem Signet als Rückgrat der Screens zu sehen.

Im unteren Drittel und über die Breite von **P** setzt linear, mit einer Höhe von 25 Pixel das Hauptmenü an. Direkt darunter linksbündig zeigt das Icon (60 x 50 Pixel) mit Titel den Ort der Präsentation und hat somit orientierenden Charakter. Durch die Höhe überlappt es die Unterkante von **P** was die Erkennung erleichtert und eine angenehme Spannung erzeugt.

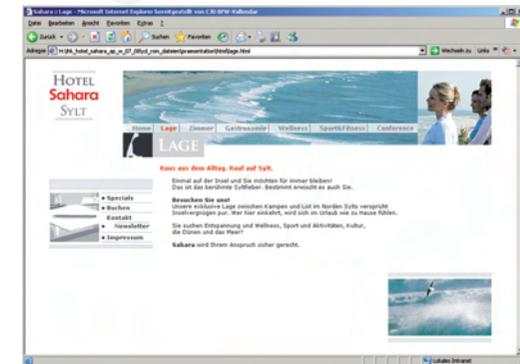
Von Weißraum umflossen, beginnen unterhalb des Titels die Subheadline und der Mengentext. An der oberen gedachten Schnittkante des Textbereiches mit der vertikalen Außenkante des Signets, liegt das Submenü mit einer Größe von 210 x 140 Pixel und nimmt sich in seiner Wahrnehmung bewusst zurück.

Bildelement **S** im unteren rechten Screenbereich beendet den Screen, lässt jedoch bei längerem Text noch Freiraum nach unten.

Die beschriebenen Platzierungen unterstützen die Entwurfsidee und betonen die inhaltliche Wahrnehmung, ohne den Eindruck eines statischen Blockes im 4:3 Format zu hinterlassen.



Signet	1	Mengentext	5
Hauptmenü	2	Bildelement	P
Submenü	3	Bildelement	D
Icon- Titelleiste	4	Bildelement	S



Farbzusammenstellung

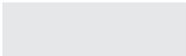
Die Präsentation verwendet Farben sparsam, Farbigkeit entsteht durch die ausgewählten Bilder, und unterstreicht die Bildwahrnehmung.

Neben dem dominierenden Weißraum kommt punktuell Rot, und Grau in verschiedenen Abstufungen (bis Schwarz) zum Einsatz.

Rot ist in verschiedenen Bildern (_12, _13, _15, _16, _22, _25,) dominierend in der Hotelausstattung, und wird deshalb als Hausfarbe verwendet. Werte aus o.g. Bildern abgenommen ergeben im Mittel C10% M95% Y90% K0%, bzw. #d52428.

Im Kontext zur Aufgabestellung steht Rot für: Nobles, Luxus, Genuss und Lebenslust.

Grau wird für die ausschmückenden grafischen Flächenelemente verwendet und tritt nicht in Konkurrenz zur Hausfarbe, nicht ohne dabei eigenständige Akzente zu setzen, sowie als Textfarbe (K90) in Anlehnung an das Wattenmeer.

	CMYK = 10 95 90 0 Web = # d52428	RGB = 231 36 40
	CMYK = 0 0 0 10 Web = # eceded	RGB = 236 237 237
	CMYK = 0 0 0 20 Web = # d9dadb	RGB = 217 218 219
	CMYK = 0 0 0 60 Web = # 87888a	RGB = 135 136 138
	CMYK = 0 0 0 80 Web = # 58585a	RGB = 88 88 90
	CMYK = 0 0 0 90 Web = # 3e3d40	RGB = 62 61 64

Bild_12



Bild_13



Bild_15



Bild_16



Bild_22



Bild_25



Signet

Das Signet setzt sich aus den Wörtern - Hotel - Sahara - Sylt - zusammen.

Die Erweiterung um den Namen Sylt ordnet das Hotel topografisch eindeutig zu (es soll nicht die Wüste in Afrika assoziiert werden).

Das Signet beschreibt eine imaginäre Fläche von 100 x 100 Pixel.

Die Breite wird durch das Wort **Sahara** bestimmt - Schriftart „Berlin Sans FB“ - Schriftgrad 32px- und ist auf eine Breite von 100px spatiiert, in der Höhe durch filigrane grafische Linien- und Flächenelemente.

Sie nehmen in der Gestaltung die horizontalen Gebäudelinien des Hoteles auf.

Die Wörter -Hotel- und -Sylt- sind in der Schriftart „Trajan Pro“ gesetzt, Schriftschnitt Bold, Schriftgrad 22 Pixel, Initial 26 Pixel. Die Hervorhebung des Initials verleiht eine zusätzliche Eleganz.

Beide sind leicht spationiert und in unterschiedlichen Grauwerten gesetzt. Die Schrift „Trajan Pro“ ist von den römischen Versalschriften (Majuskelschriften) abgeleitet und steht für Stilsicherheit, Seriosität und Exklusivität.

Das Wort **Sahara** ist in der Schriftart „Berlins Sans“ in Groß- und Kleinbuchstaben geschrieben, im warmen Rotton der Hausfarbe.

Die leicht geschwungene Schrift mit ihrer Verjüngung lehnt sich an dem vom Wind geprägten Wurf der Sanddünen an, setzt eine eigene Sprache und kontrastiert angenehm zur „Trajan Pro“.

HOTEL

Trajan Pro 26Px und 22Px
CMYK 0 0 0 80 | # 58585a

Sahara

Berlin Sans FB 32Px
CMYK 0 0 0 80 | # d52428

SYLT

Trajan Pro 26Px und 22Px
CMYK 0 0 0 60 | 87888a



ICONLEISTE

Icon und Titel

Symbolhafte Darstellung der Inhalte, im Anschnitt, nach eigenen Entwürfen unterstreicht die Detailliebe und den exklusiven Charakter.

Icon in hellem grau auf dunkelgrauem (K90) Hintergrund.

Inhalte:

Home	= Teil des Signets
Lage	= Syltummriß
Zimmer	= räumlicher Bettanschnitt
Gastronomie	= Gedeck
Wellness	= Kopf auf Liege
Sport + Fitness	= Surfsegel
Conference	= Handy
Specials	= Ausrufezeichen
Buchen	= @-Zeichen
Kontakt	= Hände
Impressum	= Feder eines Füllers



Im Anschluss an das Icon folgt der Titel des Screens in 32 Pixel Schriftfont "Trajan Pro" Majuskelschrift mit Initial (Farbe Weiß).

Texte

Für den Mengentext wird die PC-Systemschrift Verdana (11 Pixel) verwendet, welche für die Darstellung und Lesbarkeit am Monitor entwickelt wurde.

Die einleitende Subheadline (12 Pixel -in Hausfarbe-) ist deutlich nach links ausgerückt und wirkt als freistehender Einzeiler mit Texteinleitung. **Sahara** im Text wird mit Fettschnitt hervorgehoben.

Zeilenlänge ausgedehnt, bei max. 3 zusammenhängenden Zeilen mit ausgeprägtem Flattersatz und von umfließendem Weißraum strukturiert. (Ausgenommen Screen Impressum)

Um Scrollen durchgehend zu vermeiden (z.B. Screen: Zimmer: Auswahl der 3 Zimmer) wird folgende Lösung angeboten: zum betreffenden Bereich führt ein ausgezeichnete Textlink, der die Information über Textanker (Auszeichnungssprache (X)HTML) im Einzelnen darstellt.

Preise werden tabellarisch gegliedert, Aufzählungen mit Aufzählungspunkten strukturiert.

Formular- Kontaktentwurf:

Gliederung der Beschreibungs- und Texteingabefelder nach den Regeln guter Usability

Logische Gliederung im Lesefluss, tabellarisch ausgerichtet

Auszeichnung zusammengehöriger Felder als kompakte Einheit (linear, nicht untereinander)

Linien- und Flächenelemente strukturieren die Zusammengehörigkeit

aktuelles Eingabefeld in Hausfarbe mit reduzierter Sättigung

Submitbutton (Buchen) deutlich gekennzeichnet

bei Auswahlmöglichkeiten werden entsprechende Radiobuttons und Checkboxes integriert.

Verdana

Verdana 12Px und 11Px
CMYK 0 0 0 90 | # 3e3d40

Subheadline

[Redacted subheadline]

Sahara im Text

[Redacted text]

Comfort-Class, First-Class oder eine Suite? Sie haben die freie Wahl:

[Comfort-Class](#) | [First-Class](#) | [Suite](#)

Moderne, helle Zimmer, große Betten, separate Sitzecke, Schreibtisch, mit Blick zum Park oder zur See.

Preise pro Tag, je nach Saison:

Einzelzimmer von 99 € bis 169 €
Doppelzimmer von 129 € bis 199 €

Alle Preise beinhalten ein reichhaltiges Frühstücksbüfett sowie die freie Nutzung unseres Wellness-, Spa- und Fitnessparks.

Hoteltarife und Verfügbarkeit prüfen:

Geben Sie bitte Ihre Reisedaten ein

Anreisedatum	<input type="text" value="TT.MM.JJJJ"/>	Abreisedatum	<input type="text" value="TT.MM.JJJJ"/>
Anreise	<input type="radio"/> Flug <input type="radio"/> Bahn <input type="radio"/> Auto		
Anzahl der Zimmer	<input type="text" value="2"/>	Gäste pro Zimmer	<input type="text" value="2"/>
Zimmer-Art	<input type="radio"/> Comfort-Class <input type="radio"/> First-Class <input type="radio"/> Suite		
*Pflichtfelder			
*Name	<input type="text" value="Hr. Pfeifer, Roman"/>		
Straße	<input type="text" value="Ruppanerstraße 07"/>		
Postleitzahl	<input type="text" value="12345"/>	Ort	<input type="text" value="im Süden"/>
Land	<input type="text" value="Deutschland"/>		
*E-Mail	<input type="text" value="rom.ar@t-online.de"/>		
*Telefon-Nummer	<input type="text" value="07531 - 123456"/>	Mobil-Nummer	<input type="text" value="0173-1234567"/>

Menübedienung

Die Menüführung ist in 2 logische Bereiche getrennt.

Hauptmenü:

Home ■ Lage ■ Zimmer ■ Gastronomie ■ Wellness ■ Sport&Freizeit ■ Conference

Submenü:

Speziels ■ Buchen ■ Kontakt/Newsletter ■ Impressum.

Die Menüs unterscheiden sich deshalb in ihrer Ausrichtung und Lage.

Hauptmenü:

Um die Lesbarkeit des Hauptmenüs über Bildbereich **P** zu gewährleisten ist ein 25 Pixel hohes weißes Band mit Transparenz zur Kontrasterhöhung hinterlegt.

Schrift = Verdana 12px.

Im aktuellen Screen entspricht die Schriftfarbe der Hausfarbe.

Beim Mouseover invertiert die Schriftfarbe zu weiß, mit hinterlegter Graufäche und rotem Quadrat an der linken Seite.

Beim Klick auf das Menü wird Text unterstrichen und in reduziertem Grauwert dargestellt.

Submenü:

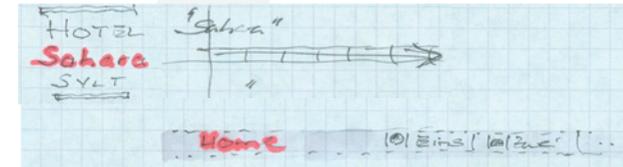
Die Menüpunkte des Submenüs werden vertikal untereinander gesetzt, abgegrenzt durch feine Haarlinien und Aufzählungspunkte.

In der linken Hälfte wird aus Bild_24 ein Ausschnitt (s/w) mit Papier und Stift platziert um den kommunikativen Charakter zu betonen.

Insgesamt wird die Optik dieses Bereiches unaufdringlich gehalten und dem potentiellen Kunden die Wahl gelassen, ob er diesen Raum betritt.

Schrift wie Hauptmenü, Schriftgrad jedoch 11 Pixel,

beim Mouseover invertiert die Schriftfarbe zu Grau mit Unterstrich.



unbesucht



Mouse darüber



Mouse Klick



besucht



Image Submenü



Allgemein

Für alle Screens wird eine Bildauswahl getroffen die eine größtmögliche Relevanz zum Inhalt herstellt.

Da dies in den meisten Fällen nicht eindeutig und konsequent umzusetzen ist, werden die vorliegenden Bilder beschnitten und unterschiedlich skaliert. Damit verändert sich auch teilweise ihrer Aussage.

Bilder mit Personen werden bevorzugt eingesetzt um die Zielgruppe persönlich anzusprechen.

Vor der Bildbearbeitung, werden die Bilddateien auf ihre technische Qualität (u.a. Gradation, Schärfe, etc.) überprüft und falls nötig korrigiert (u.a. Gradation, USM, etc.), sowie in ihrer Farbigkeit angepasst und verändert.

Bilder mit Personen werden teilweise gespiegelt um den Blick auf den Inhalt zu richten. Bilder mit Schriftzug „Steigenberger Strandhotel“ werden durch „Hotel **Sahara** Sylt“ ersetzt.

Inhalte der Gestaltungselemente P D und S

Home (Screen):

P=Bild-04 Das Signet mit stilisierten horizontalen Linien findet seine Fortsetzung in der Abwicklung der Hotelfassade und steht für das CI des Hotels.

D=Bild_04 Ausschnitt der Eingangsfassade wirkt einladend.

S=Bild_02 Komposing aus Bild_02 (siehe w. unten unter Lage **P**) mit Transparenz, der Sylt Silhouette (digitalisiert aus Übersichtskarte_Sylt.pdf), sowie dem aktuelle Icon des Screens. Die Sylt Silhouette wird skaliert und mit Beschnitt so platziert, daß die Hotellage (List – Kampen) klar definiert ist.

Im Inhaltsbereich des Screens sind Bilder platziert welche die Slogans unterstreichen und die „inneren“ Werte und das besondere Ambiente des Hotels hervorheben: Bild_10 / Bild_26 / Bild_13.

P = Bild_04



D = Bild_04



S = Bild_02



Inhalte der Gestaltungselemente P / D und S

Home (Animation):

(das Prüfstück ist als Intro nicht lauffähig)

In der lauffähigen Version soll eine Ansprache erfolgen. Dies wird durch eine kleine Animation visualisiert, welche die Attraktivität des Hotels hervorhebt und sich Zeit nimmt.

Start: Screen mit Anzeigestatus des Ladevorganges und Skip-button um Intro zu überspringen.

Szene 1: Aufbau des Kopfbereiches von 0-100% Transparenz als Einheit

zusätzlich linear von links nach rechts:
Signet, **P**, **D** und abschließend dem darunter platziertem Slogan.

Szene 2: gleiche Technik wie Szene 1

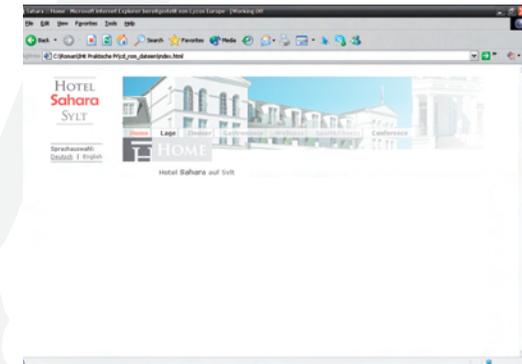
– in Screenmitte folgender Bildaufbau:
Bild_10 / Bild_26 / Bild_13 mit abschließendem Slogan.

Szene 3: Technik wie vor, verwendetes Bildmaterial wie **D**-Home:

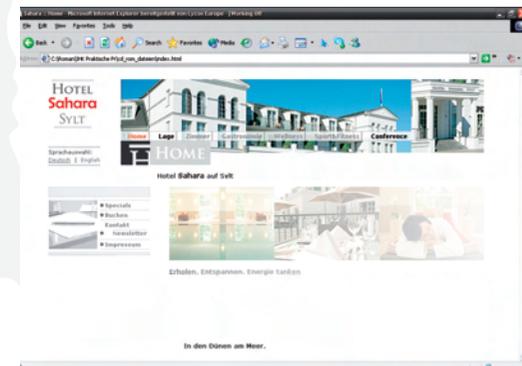
zuerst das Strandbild, dann die Silhouette Sylts mit transparentem Icon, und abschließendem Slogan.

Ende: Aufbau der Menüs / Sprachauswahl als Text (Flaggensymbole passen nicht in das Konzept der Präsentation).

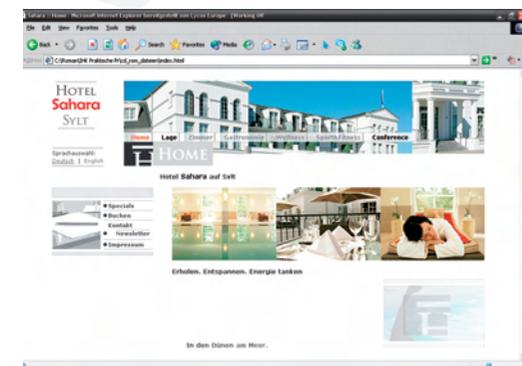
Szene 1



Szene 2



Szene 3



Inhalte der Gestaltungselemente P / D und S

Lage:

Bild_03 scheidet aus, da topografisch einer skandinavischen Fjordlandschaft zuzuordnen.

P = Bild_02 wird ausgewählt obwohl von der Topographie ebenfalls untypisch für die flache Dünenlandschaft der Region. Der abfallende Gebirgrücken im Hintergrund wird beschnitten, die Vorlage leicht gedreht, sodass nur der leichte Schwung des Sandstrandes und die Brandung wahrgenommen werden. Weiter wird das Azurblau des Meeres reduziert und leicht in der Sättigung reduziert.

D = Bild_29 mit Personengruppe (3'er Gruppe), Focus auf das entspannte Gesicht der Frau im Vordergrund.

S = Bild_01 Ausschnitt der Brandung und kreisender Möwe aus Bild_29, symbolhaft für den Charme des Meeres.

Zimmer:

P = Bild_16 obere Betthälfte, Kissen und bereitliegende Bademäntel unterstreichen den Komfort der Zimmer.

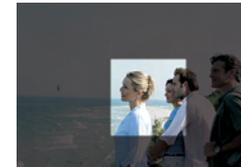
D = Bild_16 ebenso wie eine Flasche Champagner im Kühler.

S = Bild_16 Schale mit frischem Obst spricht die Gastlichkeit und den Service an.

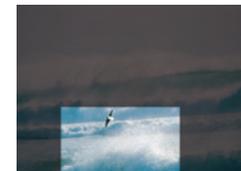
P = Bild_02



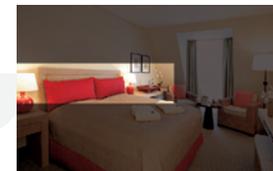
D = Bild_29



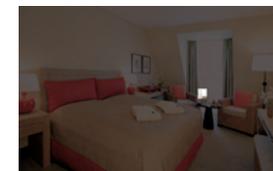
S = Bild_01



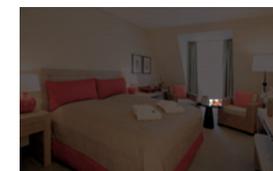
P = Bild_16



D = Bild_16



S = Bild_16



Inhalte der Gestaltungselemente P / D und S

Gastronomie:

P = Bild_26 Ausschnitt eines gedeckten Tisches unterstreicht den stilvollen Rahmen.

D = Bild_19 Schwerpunkt auf das Paar im Hintergrund als „kleiner“ Hinweis auf die zu erwartenden Gaumen- und Genussfreuden. (leider liegt kein Bild mit anspruchsvollen Speisen vor).

S = Bild_22 Ausschnitt der Bar und frischem Obst.

Wellness:

P = Bild_10) mittlere Bildfläche (ruhiger Wasserspiegel und Ruheliege),

D = Bild_14) hälftiger Anschnitt des Körpers (Betonung der positiveren Gesichtshälfte), gespiegelt, Werbelogo auf T-Shirt retuschiert.

S = Bild_12) unterer Bildteil (Hände Masseur – entspannter Kopf der Frau – Marmorwaschtisch).

P = Bild_26



D = Bild_19



S = Bild_22



P = Bild_10



D = Bild_14



S = Bild_12



Inhalte der Gestaltungselemente P / D und S

Sport & Fitness:

- P** = Bild_28 mittlerer Bildteil
Himmel so nachbearbeitet, dass er sich vom weißen Hintergrund des Screens abhebt.
- D** = Bild_35 geringer Anschnitt im umgebenden Randbereich =
Betonung des exklusiven Freizeitsportes Golf =
Zielgruppenansprache.
- S** = Bild_38 betont die sportliche Attraktivität des Meeres.

Conference:

- P** = Bild_24 mittlerer Bildbereich –
Wirkung eines freundlichen, lichtdurchfluteten Konferenz-
raumes, gespiegelt, um die Tafel in Richtung
des Betrachters zu öffnen.
- D** = Bild_06 spricht gezielt die Zielgruppe an und lenkt
die Aufmerksamkeit und Blickrichtung auf den
Hoteleingang.
- S** = Bild_27 Geschäftsleute im entspannten Dialog.
Aussage steht für das freundliche Erscheinungsbild
des Hotels als Tagungsort.

P = Bild_28



D = Bild_35



S = Bild_38



P = Bild_24



D = Bild_06



S = Bild_27



Inhalte der Gestaltungselemente P / D und S

Bildauswahl zu den Screens Submenü:

Dieser Bereich (Specials | Buchen | Kontakt - Newsletter | Impressum) ist als zusammengehörig, mit interaktivem Charakter (mit wechselnden Inhalten, z.B: Specials) zu verstehen.

Deshalb werden diese 4 Screens durchgängig gleich (Hotelrelevant) in unaufdringlicher Optik gestaltet.

P, D und **S** entspricht dem Homescreen (siehe weiter oben), und variiert nur durch die Darstellung der Icon-Title und Icon- Wiederholung in Bildbereich **D**.

P = Home



D = Home



S = Home und die Screen Icons



NAVIGATION

Navigationsstruktur

Alle Menüpunkte sind von jedem Screen erreichbar, klassisch bedeutet dies eine hierarchische Struktur mit nur einer Ebene (lässt man den Homescreen unberücksichtigt).

Navigationsplan siehe Anlage im Einleger weiter hinten

Technik (X)HTML / CSS

Die Präsentation wird in:

(X)HTML (Inhalt) und -
CSS (Formatierung und Layout) erstellt.

Dies hat folgende Vorteile:

- kleine Dateigröße zur Unterstützung der Performance
- Aktualisierung der Inhalte (Specials, etc.) einfach
- hohe Usability
- Option die CD-Präsentation ohne großen Aufwand internetfähig zu machen.

Speziell das Submenü mit seinen Funktionen macht erst hier einen wirklichen Sinn (Specials, Buchen, Kontakt sind serverseitige Technologien / z.B.: PHP).

Die Animation **Home** (in der lauffähigen Version) wird mit Flash erstellt und als .swf Datei in (X)HTML eingebunden.

SOFTWARE

Verwendete Software und Programme

Bildbearbeitung:

Adobe Photoshop CS3

Illustrationen:

Adobe Illustrator CS3

Layout Dokumentation:

Adobe InDesign CS3

Seitenbeschreibung:

HTML Editor Dreamweaver CS3 (nur im Quelltext Modus)

(X)HTML

```
<!DOCTYPE HTML PUBLIC "-//W3C//DTD HTML 4.01 Transitional//EN">
<html>
<head>
<meta http-equiv="Content-Type" content="text/html;
charset=iso-8859-1"/>
<title>Sahara :: Home</title>
<link rel="stylesheet" type="text/css"
href="praesentation/css/layout.css">
<link rel="stylesheet" type="text/css"
href="praesentation/css/navi.css">
</head>
<body id="home">
<div id="wrapper">
<div id="head">
<h1></h1>
<p id="imgpanorama">
</p>
<div id="trans_navi"></div>
<p id="sprache">Sprachauswahl:
<a href="#">Deutsch</a> |<a href="#"
class="english">English</a>
</p>
<!--Bereich mit transparentem Hintergrund Hauptmenü -->
<p id="imgdetail">
</p>
<div id="mainnavi">
<ul>
<li><a id="current">Home</a></li>
```

CSS

```
/* zentriert Lage des Bodys und umgebender Hülle (Wrapper) im
Browser
-----*/
body {
color:#3E3E40; /*=k90*/
background: #fff;
font-size:11px;
font-family:Verdana, Arial, Helvetica, sans-serif;
margin-top:25px; /*Abstand wrapper von oben*/
text-align: center; /*Zentrierung im Internet Explorer*/
}
#wrapper {
position:relative;
width:900px;
height:550px;
text-align:left;
margin: 0 auto;
}
/* Steuerung Lage / Position/Größe der Elemente und Div's
-----*/
#head {
position:absolute;
width:100%;
height:175px;
}
```