

**Denis Hellwich**

## Erstellung einer HTML-basierten Informationsanwendung auf DVD als internes Marketing-Instrument

Unter Beachtung der Internationalisierung, des Corporate  
Designs, der Plattformunabhängigkeit und der  
Barrierefreiheit

**Diplomarbeit**

# BEI GRIN MACHT SICH IHR WISSEN BEZAHLT



- Wir veröffentlichen Ihre Hausarbeit, Bachelor- und Masterarbeit
- Ihr eigenes eBook und Buch - weltweit in allen wichtigen Shops
- Verdienen Sie an jedem Verkauf

Jetzt bei [www.GRIN.com](http://www.GRIN.com) hochladen  
und kostenlos publizieren



### **Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:**

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlanges. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

### **Impressum:**

Copyright © 2007 GRIN Verlag  
ISBN: 9783640383856

### **Dieses Buch bei GRIN:**

<https://www.grin.com/document/126508>

**Denis Hellwich**

## **Erstellung einer HTML-basierten Informationsanwendung auf DVD als internes Marketing-Instrument**

**Unter Beachtung der Internationalisierung, des Corporate Designs, der Plattformunabhängigkeit und der Barrierefreiheit**

## **GRIN - Your knowledge has value**

Der GRIN Verlag publiziert seit 1998 wissenschaftliche Arbeiten von Studenten, Hochschullehrern und anderen Akademikern als eBook und gedrucktes Buch. Die Verlagswebsite [www.grin.com](http://www.grin.com) ist die ideale Plattform zur Veröffentlichung von Hausarbeiten, Abschlussarbeiten, wissenschaftlichen Aufsätzen, Dissertationen und Fachbüchern.

### **Besuchen Sie uns im Internet:**

<http://www.grin.com/>

<http://www.facebook.com/grincom>

[http://www.twitter.com/grin\\_com](http://www.twitter.com/grin_com)



# **Fachhochschule Ludwigshafen am Rhein**

Hochschule für Wirtschaft  
Fachbereich III – Internationale Dienstleistungen

## **Diplomarbeit**

**Erstellung einer HTML-basierten  
Informationsanwendung auf DVD als internes  
Marketing-Instrument unter Beachtung der  
Internationalisierung, des Corporate Designs, der  
Plattformunabhängigkeit und der Barrierefreiheit**

vorgelegt von:

Hellwich, Denis aus Leninsk

Bearbeitungszeit:

von 28.02.2007 bis 31.08.2007

## Vermerk zur Dokumentenfassung

Die vorliegende Diplomarbeit mit dem Titel

**„Erstellung einer HTML-basierten Informationsanwendung auf DVD  
als internes Marketing-Instrument unter Beachtung der  
Internationalisierung, des Corporate Designs, der Plattformunabhängigkeit  
und der Barrierefreiheit“**

ist eine nachträglich geänderte Fassung. Die Ursprungsarbeit wurde für ein real existierendes Unternehmen erstellt und enthält interne Daten, die nicht zur öffentlichen Einsichtnahme bestimmt sind. Das Unternehmen wird daher nachfolgend in der Arbeit neutral als fiktives „UnternehmenA1“, Standort „StandortA1“ bezeichnet.





# Inhaltsverzeichnis

<b>ABBILDUNGSVERZEICHNIS .....</b>	<b>I</b>
<b>TABELLENVERZEICHNIS .....</b>	<b>II</b>
<b>QUELLCODEVERZEICHNIS .....</b>	<b>III</b>
<b>1 ERSTELLUNG EINES MARKETINGINSTRUMENTS? .....</b>	<b>1</b>
1.1 Einführung ins Themengebiet.....	1
1.2 Strukturelle Gliederung.....	2
<b>2 AUFGABENSTELLUNG .....</b>	<b>3</b>
2.1 Umfeld .....	3
2.1.1 UnternehmenA1 KGaA .....	3
2.1.2 Direktionsbereich Technik .....	3
2.1.3 Abteilung AbteilungA1 .....	3
2.2 Problemstellung .....	4
2.3 Ziel und Aufgabe .....	5
<b>3 THEORETISCHE GRUNDLAGEN .....</b>	<b>6</b>
3.1 Marketingspezifische Aspekte .....	6
3.1.1 Image .....	6
3.1.2 Kommunikationspolitik .....	7
3.1.3 Kommunikationsplan .....	10
3.2 Corporate Design .....	19
3.3 Internationalisierung .....	22
3.3.1 Internationalization (I18N) .....	23
3.3.2 Localization (L10N) .....	23
3.4 Plattformunabhängigkeit.....	25
3.5 Barrierefreiheit.....	27
3.5.1 Accessibility .....	29
3.5.2 Usability .....	36
<b>4 UMSETZUNGSKONZEPT.....</b>	<b>43</b>
4.1 Sollzustand.....	43
4.2 Eingesetzte Technologie .....	44
4.3 Fundamentale Umsetzungsprinzipien .....	44
4.3.1 Realisierung im Sinne der Barrierefreiheit.....	44
4.3.2 Plattformunabhängige Implementierung .....	45

4.3.3	Mehrsprachigkeit (Internationalisierung) .....	45
4.3.4	Wartung und Weiterentwicklung .....	45
4.4	Informationsarchitektur .....	46
4.5	Navigationsarchitektur .....	46
4.5.1	Hauptnavigation .....	47
4.5.2	Subnavigation .....	47
4.5.3	Service-Navigation .....	47
4.5.4	Dynamischer Navigationspfad (Breadcrumb) .....	48
4.6	Layout-Konzept .....	48
4.6.1	Seitenlayout .....	48
4.6.2	Drucklayout .....	49
4.6.3	Datenträgerdesign .....	49
4.7	Zusatzfunktionen als Mehrwerte .....	50
4.7.1	Schriftskalierung .....	50
4.7.2	Suchfunktion .....	50
4.7.3	Grafische Effekte .....	50
4.8	Einschränkung der Inhalte .....	50
<b>5</b>	<b>PRAKTISCHE UMSETZUNG .....</b>	<b>51</b>
5.1	Erste Phase: Planung .....	52
5.2	Zweite Phase: Analyse .....	54
5.3	Dritte Phase: Entwurf .....	55
5.4	Vierte Phase: Implementierung .....	56
5.4.1	Struktur und Inhalt (XHTML) .....	62
5.4.2	Präsentation (CSS) .....	70
5.4.3	Dynamik (JavaScript) .....	76
5.5	Fünfte Phase: Kontrolle und Abschluss .....	81
5.5.1	Abschluss-Test .....	81
5.5.2	Validierung des Quellcodes .....	84
5.5.3	Evaluation der Zugänglichkeit .....	86
5.5.4	Datenträgererstellung .....	91
5.5.5	Übergabe .....	91
<b>6</b>	<b>RESUMEE .....</b>	<b>92</b>
	<b>LITERATURVERZEICHNIS .....</b>	<b>94</b>
	<b>ELEKTRONISCHE QUELLEN .....</b>	<b>97</b>

## Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Stellenwert des Image im Kundennutzen nach KAPLAN/NORTON .....	6
Abbildung 2: Teilbereiche des Marketing in Dienstleistungsunternehmen .....	9
Abbildung 3: Phasen der Erstellung eines Kommunikationsplanes.....	11
Abbildung 4: Corporate Identity Modell .....	21
Abbildung 5: Braillegerät .....	30
Abbildung 6: Mundbedienungsgerät .....	31
Abbildung 7: Sitemap .....	46
Abbildung 8: Layout - Seitenaufteilung .....	49
Abbildung 9: Fünf Phasen des Projektablaufs.....	52
Abbildung 10: Evolutionäres Prototyping-Modell .....	53
Abbildung 11: Vergleich: Traditioneller und moderner Ansatz (Codetrennung) .....	62
Abbildung 12: Bedienelemente der Schriftskalierung.....	80

## **Tabellenverzeichnis**

Tabelle 1: Zielgruppenbestimmung.....	15
Tabelle 2: Bewertung der Kommunikationsinstrumente.....	17
Tabelle 3: Gegenüberstellung: Mangel – Ziel – Maßnahme .....	19
Tabelle 4: Prioritäten und Konformitätsstufen der WCAG 1.0 und BITV .....	35
Tabelle 5: Verwendete Entwicklungs-Werkzeuge .....	56
Tabelle 6: Ausgabemedien in CSS 2.0 .....	72
Tabelle 7: Testprotokoll.....	83
Tabelle 8: Browserversionen in der Testumgebung .....	84
Tabelle 9: BITV-Anforderungen der Priorität I .....	89
Tabelle 10: BITV-Anforderungen der Priorität II .....	91