



EXPLORE CHAD

explore-chad.org
Redaktionshandbuch

Ameseder Christian, Bacovic Biljana, Baumgartner-Kiradi Bernadette, Kulitz Iman

FH Burgenland, MIMK15-Gruppe, ERED-Veranstaltung, Wintersemester 2016/2017

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	4
2	Strategische Maßnahmen	6
2.1	Webseite	6
2.2	Blog	7
2.3	Newsletter	8
2.4	Pinterest-Fotowand	9
2.5	YouTube-Videokanal	11
2.6	GoogleAnalytics-Erfolgsmessung.....	13
2.7	Umstellung der Webseite auf https und http2 Format	13
3	Redaktionsplan	15
4	Richtlinien für die grafische Umsetzung.....	19
4.1	Allgemeine Designvorschriften	19
4.1.1	Logo.....	19
4.1.2	Farben	19
4.1.3	Typographie (Fonts)	21
4.2	Webseite und Blog	22
4.2.1	Schriftgrößen	22
4.2.2	Audio-visuelles Material.....	22
4.3	Newsletter	28
5	Richtlinien für die inhaltliche Umsetzung.....	30
5.1	Webseite	30
5.2	Blog	31
5.3	Videos.....	34
5.4	Newsletter	36
5.5	Suchmaschinenoptimierung (SEO).....	36
6	Technische Umsetzung	42
6.1	Webseitenhosting.....	42
6.2	WordPress-Zugang.....	43
6.3	Wordpress-Theme Kallya.....	44
6.3.1	Envato-Marketplace.....	44
6.3.2	Theme-Support: Hogash.....	46
6.4	Pinterest.....	46
6.5	YouTube	47
6.6	Liste der Zugangsdaten	49
7	Anhang	50
A.	Rechtliche Hinweise	50
B.	Potentielle Maßnahmen für die Zukunft.....	51
	Umfassende Präsentation von fachspezifischen Themen auf der Webseite.....	51
	Zusammenarbeit mit anderen Institutionen/Wissenschaftler	51
	Wissenschaft für Kinder.....	53
C.	Wordpress-Theme Kallya	55
	Kallya Lizenz	55
	Kallyas Theme	56
D.	Erstellen eines Blog-Beitrages	56
E.	Andere Lizenzen für das audiovisuelle Material	60
	Fotomaterial.....	60
	Videomaterial.....	61
	Audiomaterial	61

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Pinterest-Pinboard „Explore Chad“	10
Abbildung 2: YouTube-Videokanal.....	12
Abbildung 3: Google Analytics Konto	13
Abbildung 4: Wortbildmarke	19
Abbildung 5: Logo im Header und im Footer der Webseite.....	19
Abbildung 6: Beispiel für die Verwendung der Farbe Orange	20
Abbildung 7: Beispiel für die Verwendung der Farben Hellbraun und Dunkelbraun	21
Abbildung 8: Google Fonts Roboto Slab und Noto Sans.....	21
Abbildung 9: Ein Block bestehend aus Text und dazu passenden Foto.....	23
Abbildung 10: Anwendung einer kurzen Videosequenz.....	25
Abbildung 11: Anwendung eines kurzen Videofilmes.....	26
Abbildung 12: Originalbild, gezeichnetes Icon, Integration in die Timeline	28
Abbildung 13: Newsletterentwurf.....	29
Abbildung 14: Ausschnitt der Startseite.....	31
Abbildung 15: Beispiel eines Standardbeitrages (Text mit Beitragsfoto)	33
Abbildung 16: Beispiel eines Videobeitrages	34
Abbildung 17: Beispiel eines Videos	36
Abbildung 18: Snippet, Fokus-Keyword, Analyse mit YOAST.....	39
Abbildung 19: Lesbarkeitsanalyse mit YOAST	39
Abbildung 20: Text optimal lesbar. Anzeige in Yoast	40
Abbildung 21: Snippetanzeige in Yoast.....	40
Abbildung 22: Kategorien und Schlagwörter	41
Abbildung 23: Control-Center des Webhostingkontos	42
Abbildung 24: E-Mail-Zugang: 1&1 Webmailer	43
Abbildung 25: Wordpress-Zugang.....	43
Abbildung 26: Envato Account Center	45
Abbildung 27: Envato/Themeforest Konto	45
Abbildung 28: Themeforest Konto: Download-Bereich	45
Abbildung 29: Kallya Theme: Support	46
Abbildung 30: „Explore Chad“ auf Pinterest.	47
Abbildung 31: Angabe Webseite und Analyse der Besucher	47
Abbildung 32: YouTube Konto.....	48
Abbildung 33: YouTube: Status und Funktionen	48
Abbildung 34: YouTube: Kanalbeschreibung	49
Abbildung 35: Wordpress-Theme: Lizenz	55
Abbildung 36: Envato-Konto: Download-Bereich.....	55
Abbildung 37: Kallya Theme: Einstellungen	56
Abbildung 38: WP-Beitrag: Erstellung	57
Abbildung 39: WP-Beitrag: Yoast SEO Einstellungen	58
Abbildung 40: WP-Beitrag: Quick Edit	58
Abbildung 41: WP-Beitrag: Videobeitrag erstellen	59
Abbildung 42: WP-Beitrag: Videobeitrag einfügen.....	59
Abbildung 43: WP-Beitrag: Video einfügen	60
Abbildung 44: Common Creativ 3.0 licence by Jason Shaw, Audionautix.com (13. Jänner 2017)..	62
Abbildung 45: Common Creativ 3.0 licence by Nick Jaina, FreeMusicArchive.org (13. Jänner 2017)	62
Abbildung 46: Common Creativ 3.0 Lizenz	63

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Abzugebendes Material.....	4
Tabelle 2: Beispiel eines Redaktionsplans	18
Tabelle 3: Tabelle der gewählten Farbencodes und Anwendungen	20
Tabelle 4: Verwendete Schriftgrößen	22
Tabelle 5: Liste der Zugangsdaten (Passwords werden getrennt zur Verfügung gestellt)	49
Tabelle 6: Genehmigungen für das Videomaterial.....	61
Tabelle 7: Lizenzen für das Audiomaterial.....	61

1 EINLEITUNG

Als Grundlage für die Umsetzung des Projektes „Explore Chad“ diente das Redaktionskonzept, welches im Sommersemester 2016 verfasst wurde. Hier wurden der Auftraggeber, die Ausgangssituation, die Projektziele, die Themenfelder sowie diverse Analysen und Vorschläge für Kommunikations- und Marketingmaßnahmen detailliert beschrieben.

Das vorliegende Dokument wird als Fortsetzung konzipiert und beinhaltet die umzusetzenden, strategischen Maßnahmen und Richtlinien sowie Beschreibungen für die technische Umsetzung.

Der Auftraggeber erhält das digitale Projektmaterial per USB-Stick.

Verzeichnis	Beschreibung
Projektmaterial	Redaktionshandbuch, Redaktionskonzept, Präsentationen, Projektdokumentation, Zugangsdaten
Wordpress	Backup, Kallya-Lizenz inkl. aktuellem Update
Grafikmaterial	Archiviertes Grafikmaterial (Logo, Icons, Zeichnungen)
Fotomaterial	Archiviertes Fotomaterial (Original, Bearbeitungen, Finals)
Videomaterial	Archiviertes Audio- und Videomaterial (Originale, Bearbeitungen, Finals)
Textmaterial	Archiviertes Textmaterial

Tabelle 1: Abzugebendes Material

2 RECHTLICHE RAHMENBEDINGUNGEN

Im Zuge der Umsetzung des Online Projektes „Explore Chad“ wurden mehrere Werke im Sinne des § 1 Abs. 1 UrhG geschaffen:

- Miturheber für das Redaktionskonzept und Redaktionshandbuch: Christian Ameseder, Biljana Bacovic, Bernadette Baumgartner-Kiradi, Iman Kulitz

EXPLORE CHAD

- Miturheber für die technische und visuelle Umsetzung der Webseite: Christian Ameseder, Biljana Bacovic, Bernadette Baumgartner-Kiradi, Iman Kulitz
- Miturheber für Texte, die auf der Webseite veröffentlicht sind: Iman Kulitz und Bernadette Baumgartner-Kiradi
- Urheber für alle grafische Komponenten (Icons, Infografiken): Christian Ameseder
- Urheber für die Bearbeitung von Videos: Biljana Bacovic
- Urheber für die Bearbeitung von Fotos: Iman Kulitz

Im Rahmen der Entwicklungsredaktion wurde mit dem Wirtschaftspartner (Projektauftraggeber) eine Werknutzungsbewilligung vereinbart. Auch andere rechtliche Vereinbarungen wurden im Dokument „Projektauftrag Rahmenbedingungen Entwicklungsredaktion“ festgelegt.

Weitere für das audio-visuelle Material benötigte Lizenzen sind im Anhang E aufgelistet.

3 STRATEGISCHE MAßNAHMEN

Für das Online-Projekt „Explore Chad“ wird empfohlen, folgende Kommunikations- und Marketingmaßnahmen umzusetzen:

- Veröffentlichung und Erweiterung der Webseite und des Blogs
- Versenden eines Newsletters
- Veröffentlichung und Erweiterung eines Pinterest-Boards
- Veröffentlichung und Erweiterung eines YouTube-Kanals

Vorschläge für weitere potentielle Maßnahmen sind im Anhang B beschrieben.

3.1 Webseite

Die Webseite „Explore Chad“ – unter explore-chad.org aufrufbar – ist die Visitenkarte des Forschungsprojektes und dient als Ausgangsbasis für die digitale Präsenz. Die Gestaltung und der thematische Aufbau spiegeln die Motivation, die Ziele und die Botschaft des Forschungsprojektes wieder.

Die grundlegenden Informationen der Webseite werden ausgearbeitet und anhand der beschriebenen Definitionen Botschaft, Zielgruppen, Persona, Tonalität für Design und Text umgesetzt. Die „Explore Chad“-Webseite wird nicht sehr oft verändert, da tagesaktuelle Themen nicht vorhanden sind. Die vorhandene Struktur erlaubt jedoch jederzeit eine Erweiterung der Webseite. Die Erweiterungsvorschläge sind im Redaktionskonzept im Kapitel 12.3 bzw. in diesem Dokument im Kapitel 3 (Redaktionsplan) vorgeschlagen.

Die realisierte Navigationsstruktur beinhaltet folgende Punkte:

- Forschungsgebiete
 - Ounianga

- Ennedi
- Tibesti
- Expeditionen
 - Expeditionstagebuch
 - Historischer Überblick
- Über uns
- Blog

3.2 Blog

Ein Blog ist eine Art elektronisches Tagebuch im Internet, das regelmäßig aktualisiert wird. Mittels RSS-Technologie können Blogs abonniert werden.

Durch die Verwendung eines Blogs ergeben sich folgende Vorteile:

- Die Webseite wird relativ unaufwändig „am Leben“ gehalten. Interessante Blogbeiträge „locken“ Besucher auf die Webseite und schaffen eine interessierte Lese-Community.
- Die Kombination aus Webseite und Blog wird von Google Search besser eingestuft
- Aktuelle Ereignisse, Ankündigungen, Forschungsergebnisse, Expeditionsfotos etc. können sehr einfach im Blog veröffentlicht werden.
- Blogbeiträge bieten mehr Gestaltungsfreiheit. Je nach Thema können Texte kürzer oder länger bzw. mehr oder weniger wissenschaftlich sein. Des Weiteren besteht die Möglichkeit, reine Foto- oder Videobeiträge zu veröffentlichen.
- Beiträge können gezielt für unterschiedliche Zielgruppen geschrieben und gestaltet werden.
- Am Blog können mehrere Personen aus dem Umfeld des Teams oder aus den Partnerorganisationen mitarbeiten.

- Ein Blogbeitrag kann rein faktisch und informativ sein, aber auch eine persönliche Idee, Meinung oder Erfahrung des Autors bzw. des Gastautors widerspiegeln (Authentizität). Diese muss aber im Einklang mit der allgemeinen Botschaft der Webseite bleiben um die Glaubwürdigkeit zu gewährleisten.
- Ein Beitrag soll immer zu einem einzigen Thema veröffentlicht werden.

In einem Redaktionsplan wird festgehalten, wann und zu welchen Ereignissen ein Blogbeitrag veröffentlicht wird.

3.3 Newsletter

Für die Webseite „Explore Chad“ ist der Newsletter eine Unterstützungsmaßnahme mit dem Ziel, am Forschungsprojekt, an den Expeditionen oder am Tschad interessierte Leser über Neuigkeiten zu informieren. Der Newsletter soll in regelmäßigen Abständen, z.B. vier Mal jährlich, verschickt werden oder nach jeweils drei bis vier veröffentlichten Beiträgen.

Dabei soll Folgendes berücksichtigt werden.

- Newsletter werden gelesen, wenn die angebotenen Inhalte für die Abonnenten interessant und relevant sind.
- Newsletter müssen mit anziehenden Überschriften (um das Interesse zu wecken) und einem passenden Layout (erhöht die Erkennbarkeit) versehen werden.
- Ein Newsletter enthält mehr als einen Beitrag (z.B. drei bis vier). Es ist besser, seltener, aber dafür mehr Beiträge an die Abonnenten zu schicken.
- Wenn nichts Relevantes zu berichten ist, dann muss ein Newsletter nicht zwanghaft verschickt werden (Sommerpause, Urlaub, Verhinderung des Autors).

- In jedem Newsletter sind der Medieninhaber und der Hersteller anzugeben. Alternativ kann eine Verlinkung auf die entsprechende Impressum-Seite erfolgen.

Der erste Newsletter kann nach der Veröffentlichung der Webseite über den Verteiler der „Universität zu Köln“, der ca. 3.500 E-Mail-Adressen beinhaltet, versendet werden. Einerseits kann so über die „Explore Chad“ Webseite informiert werden, andererseits wird eine eigene E-Mail-Adressen-Liste für den Newsletter generiert. In weiterer Folge wird bei zukünftigen Newslettern auf das eigene Datenmaterial von „Explore Chad“ (z.B. Mailingliste von MailChimp) zurückgegriffen.

Um eine Überhäufung der AbonnentInnen zu vermeiden, soll der Newsletter erst dann versendet werden, wenn mindestens drei neue Beiträge vorhanden sind. Da sich die Newsletter hauptsächlich an Privatpersonen richten, ist die optimale Sendezeit am Freitag um 11:00 Uhr. Dies begründet sich damit, dass private Nachrichten hauptsächlich am Wochenende gelesen werden.

Wichtig: Vor dem Verschicken des ersten Newsletters, soll auf der Webseite ein sogenannter „Call-To-Action-Button“ (CTA) eingefügt sein, über den Interessierte eingeladen werden, einen Newsletter zu abonnieren.

Ein entsprechendes Newsletter-Template wurde US-basiert im Newsletter-Tool „MailChimp“ entwickelt (siehe Kapitel 4.3). Bei Bedarf kann ein MailChimp-Konto eingerichtet werden.

3.4 Pinterest-Fotowand

Laut Wikipedia ist Pinterest „ein soziales Netzwerk, in dem Nutzer Bildersammlungen mit Beschreibungen an virtuelle Pinnwände heften können. Andere Nutzer

EXPLORE CHAD

können dieses Bild ebenfalls teilen (repinnen), ihren Gefallen daran ausdrücken oder es kommentieren.“

Für das Projekt „Explore Chad“ wurde ein eigenes Pinterest Board angelegt um in diesem sozialen Netzwerk auf das Forschungsprojekt aufmerksam zu machen. Die Pinwand von „Explore Chad“ ist erreichbar unter: <https://de.pinterest.com/explorechad/explore-chad/>

Ein Teil der im Redaktionskonzept (Kapitel 6) definierten Zielgruppen (z.B. SchülerInnen, StudentInnen, BloggerInnen, FotografInnen, Reiseinteressierte) sind an hochwertigen Fotos interessiert und daher auf Pinterest aktiv.

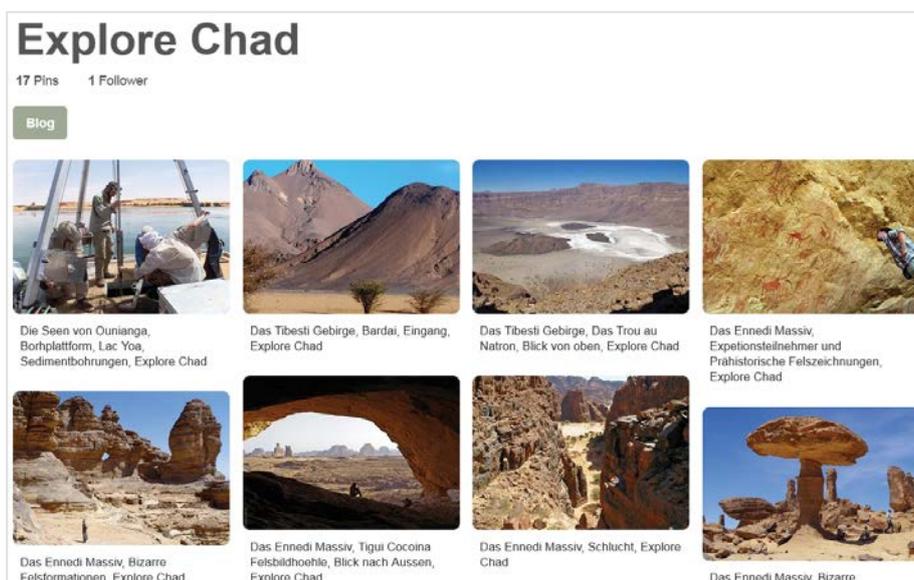


Abbildung 1: Pinterest-Pinboard „Explore Chad“

Durch eine Präsenz auf Pinterest werden mehr Abonnements für den Kanal und dadurch mehr Traffic auf die Webseite generiert. In weiterer Folge werden so mehr Interessenten für den Newsletter lukriert. Die eigene Pinwand kann z.B. nach jeder Expedition um geeignete Fotos erweitert werden. Fotos, die für die Veröffentlichung in Zeitschriften vorgesehen sind, sollen exklusiv behandelt werden und nicht auf Pinterest veröffentlicht werden.

EXPLORE CHAD

Zu beachten ist, dass durch das „Heften“ von Bildern Urheberrechte verletzt werden können (z.B. Urheberrechte für die Veröffentlichung und Vervielfältigung des Materials sowie das Recht auf das eigene Bild). Um keine Rechtsverletzung zu begehen sollten nur eigene Fotos „angeheftet“ werden. Eine weitere Möglichkeit ist, sich die Zustimmung des Urhebers, in schriftlicher Form, einzuholen.

Durch die Veröffentlichung der Fotos werden die Rechte sowie alle Verwertungsrechte an die Firma Pinterest übertragen. Bei der Veröffentlichung von Fotos sind die Allgemeinen Geschäftsbedingungen¹ (insbesondere Punkt 2) von Pinterest zu beachten.

3.5 YouTube-Videokanal

YouTube ist eine gute und kostenlose Möglichkeit, Videos zu speichern und zu veröffentlichen. Darüber hinaus ist YouTube ein gut besuchtes soziales Netzwerk und nach Google Search auch die zweitgrößte Suchmaschine der Welt. Werden Videos auf der eigenen Webseite eingebettet (mit Verlinkung auf den eigenen YouTube-Kanal) so verbessert sich das Ranking der Webseite bei der Google Suche. Dadurch wird eine bessere Auffindbarkeit der Webseite gewährleistet. Potentielle Besucher können auf das Forschungsprojekt aufmerksam gemacht und ggf. neue Newsletter-Abonnenten gewonnen werden.

Für das Projekt „Explore Chad“ wurde ein eigener YouTube-Kanal angelegt. Der Kanal ist erreichbar unter:

<https://www.youtube.com/channel/UCG4zIWXEL9gNL1V7xjNjirA>

¹ <https://about.pinterest.com/de/terms-service>

EXPLORE CHAD

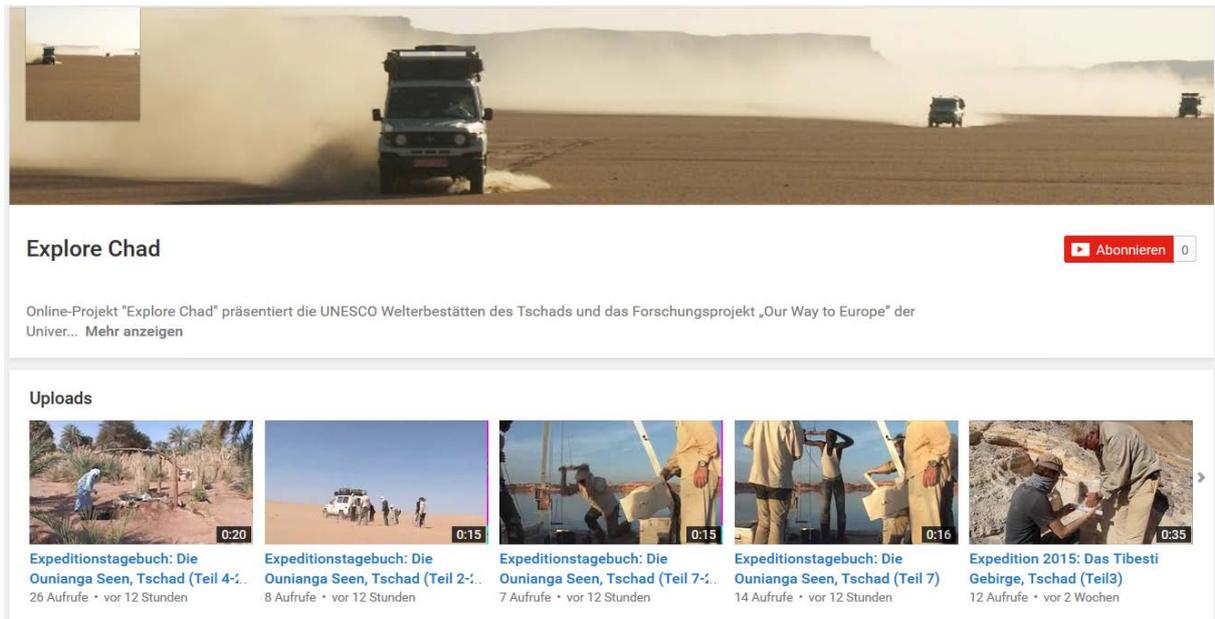


Abbildung 2: YouTube-Videokanal

Dieser beinhaltet alle Videoclips, die in der „Explore Chad“ Webseite eingebettet sind. Der Vorteil dieser Vorgehensweise ist, dass alle technischen Vorbereitungen für die Wiedergabe auf verschiedenen Betriebssystemen und Geräten von der YouTube-Software übernommen werden. Dadurch werden z.B. die Ladezeiten beim Abspielen der Videos auf der Webseite verringert.

Aus rechtlichen Gründen (Urheberrechte) dürfen nur eigene Videos bzw. fremde Videos nur mit der Erlaubnis des Urhebers veröffentlicht werden. Die Nutzungsrechte sehen vor, dass durch Veröffentlichung der Videos alle Verwertungsrechte sowohl an YouTube als auch an alle Nutzer abgegeben werden. Beim Hochladen von Videos auf YouTube sind die Nutzungsbedingungen (insbesondere Punkt 10) zu achten.²

² <https://www.youtube.com/static?gl=DE&template=terms&hl=de>

3.6 GoogleAnalytics-Erfolgsmessung

Google Analytics ist das am meisten verbreitete Werkzeug für Webanalysen. Es ist kostenlos verfügbar, hat einen breiten Funktionsumfang und ist sehr flexibel einsetzbar. Für mehr Info siehe:

https://www.google.at/intl/de_ALL/analytics/learn/index.html

Für das Projekt „Explore Chad“ wurde ein GoogleAnalytics Konto eingefügt, aber nicht angepasst. Falls Webanalysen erwünscht sind, wird eine entsprechende Anpassung der Parameter empfohlen. Google Analytics ist unter <https://analytics.google.com> aufzurufen.

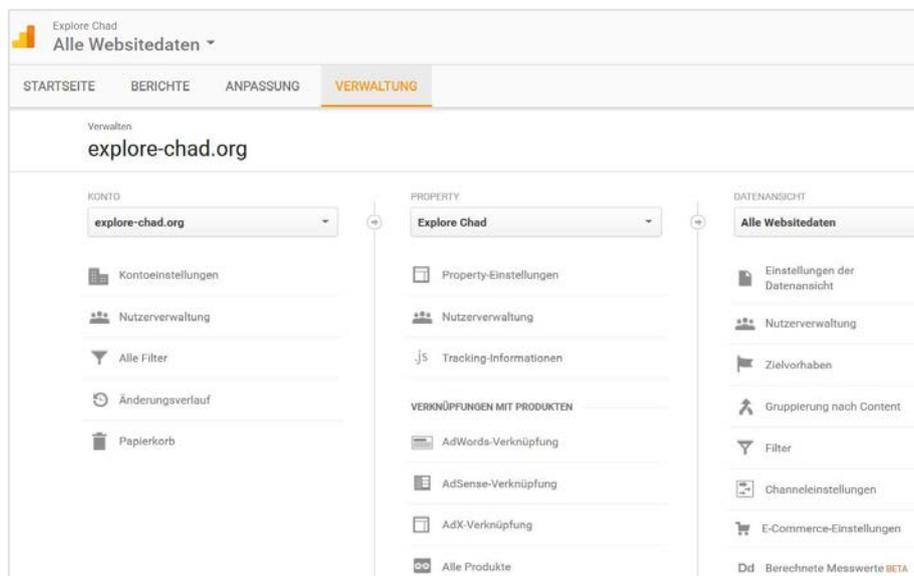


Abbildung 3: Google Analytics Konto

3.7 Umstellung der Webseite auf https und http2 Format

HyperText Transfer Protocol Secure (HTTPS, englisch für „sicheres Hypertext-Übertragungsprotokoll“) ist ein Kommunikationsprotokoll um Daten abhörsicher zu übertragen. Es stellt eine *Transportverschlüsselung* dar. Ab 2017 sollten alle Webseiten mit SSL-Zertifikat verschlüsselt werden. Dies muss beim Hosting-Provider durchgeführt werden.

EXPLORE CHAD

http/2 ist eine neue Fassung vom HyperText Transfer Protocol und soll durch Datenkompression die Datenübertragung beschleunigen. Das neue Protokoll wird im Frühling 2017 veröffentlicht. Die Umsetzung wird nur in Kombination mit HTTPS möglich sein.

4 REDAKTIONSPLAN

Ein Redaktionsplan hilft in erster Linie dabei, die Kontrolle und Übersicht über die geplanten Aktivitäten im Auge zu behalten. Er ist auch ein Leitfaden, der festhält was, von wem und bis wann veröffentlicht werden sollte. Der Redaktionsplan dient auch dazu, sich rechtzeitig auf bevorstehende Ereignisse vorzubereiten. Im Vorfeld einer Expedition können z.B. Überlegungen darüber angestellt werden, welche Fotos und Videos aufgenommen werden sollen um diese in weiterer Folge auf der Webseite, auf YouTube oder Pinterest zu veröffentlichen.

Ein Redaktionsplan beinhaltet alle Aktivitäten für alle verfügbaren Kanäle. Im Kapitel 12 des Redaktionskonzeptes wurden hierfür detaillierte Beispiele erarbeitet. Hier erfolgt eine Zusammenfassung:

1. Erweiterung der Webseite

Folgende Themen haben sich im Rahmen der Analyse als besonders interessant herauskristallisiert:

- Übersetzung der Seite auf Französisch und Arabisch (Amtssprachen im Tschad) sowie Englisch (international).
- Erweiterung der präsentierten Gebiete durch ein neues Gebiet wie z.B. des Erdi Ma oder mehr Hintergrundinformationen z.B. über die Bevölkerung, Ethnologie oder historische Hintergründe).
- Die Darstellung von Forschungsergebnissen zu den einzelnen Gebieten kann als eigenständige Seite im Menüpunkt „Expeditionen“ erfolgen. Sofern sich der Umfang vergrößert, weil z.B. detailliertere Forschungsergebnisse über jedes Gebiet vorhanden sind, sollten diese in einem eigenen Menüpunkt „Forschungen“ erklärt werden.

- Die historische Darstellung der Forscher, die im Tschad Expeditionen unternommen haben, kann um weitere Informationen und Verlinkungen erweitert werden.

2. Aktualisierung des Blogs

Für die Veröffentlichung im Blog bieten sich folgende Themenfelder an:

- Expeditionen und Forschung
- Veröffentlichungen und Vorträge
- UNESCO-relevante Themen
- Meinungen und Kommentare zu den aktuellen Ereignissen
- Informationen über den Tschad

3. Newsletter

Ein Newsletter soll regelmäßig verschickt werden, aber nicht zwanghaft, z.B. erst nach drei bis vier veröffentlichten Beiträgen auf der Webseite.

4. Pinterest und YouTube

Die schrittweise Erweiterung der Pinterest-Fotogalerie sowie des YouTube-Videokanals ist empfehlenswert. Die Veröffentlichung der Fotos und Videos kann in unregelmäßigen Abständen erfolgen. Nach einer Expedition können so aktuelle Eindrücke vermittelt werden.

Ein Redaktionsplan beinhaltet alle erwähnten Aktivitäten, damit eine effiziente Umsetzung rechtzeitig geplant und realisiert werden kann. Der Redaktionsplan kann entweder im Kalenderformat oder als Excel Liste erstellt werden.

Der Redaktionsplan kann beliebig erweitert werden, sollte aber mindestens die folgenden Punkte enthalten:

EXPLORE CHAD

- Distributionskanal (Webseite, Blog-Beitrag, Newsletter, Pinterest, YouTube)
- Kategorie oder Thema der Veröffentlichung (Vortrag, UNESCO, Expedition etc.)
- Verantwortliche Person (Autor, Gastautor, Übersetzer etc.)
- Geplanter Termin der Veröffentlichung
- Inhalt und Kernaussage
- Format (Text, Foto, Video, Grafik)

Für Explore Chad wurden bereits 9 Blogbeiträge angelegt, die in regelmäßigen Abständen veröffentlicht werden und in den Plan integriert wurden. Im Hinblick auf spätere Veröffentlichungen der Seite auch in Ländern mit einer anderen Wochenendregelung, wird der Donnerstag Abend zur Veröffentlichung der Beiträge empfohlen.

Kanal	Beitrag	Termin	Format	Inhalte	Verantwortlich
Blog #1	Ernennung zur UNESCO Welterbestätte	4.2.2017	Text + Foto	Über UNESCO	Team
Blog #2	Expeditionsfahrt ins Ennedi Massiv 2015	23.2.2017	Videobeitrag	Expedition Ennedi	Team
Blog #3	Die Seen von Ounianga - UNESCO Weltnaturerbe seit 2012	16.3.2017	Text+ Foto	Ounianga - UNESCO	Team
Newsletter	Ersten Newsletter verschicken	30.03.2017		Neue Webseite präsentieren	XY
Blog #4	Paradies in der Wüste: Die Seen von Ounianga	06.04.2017	Videobeitrag	Ounianga - UNESCO	Team
Blog #5	Ankündigung Vortrag: Paradies in der Wüste: Seenlandschaften in entlegenen Regionen	13.4.2017	Text	Vortrag GeoCompass Salzburg	SK
Blog #6	Das Ennedi Massiv. Seit 2016 die zweite UNESCO Welterbestätte des Tschad	27.04.2017	Videobeitrag	Ennedi-UNESCO	Team
Blog #7	Expeditionsfahrt ins Tibesti Gebirge 2015	11.05.2017	Videobeitrag	Expedition Tibesti	Team

EXPLORE CHAD

Blog #8	Ankündigung eines Vortrages	18.05.2017	Text	Vortrag im Juni 2017	SK
Blog #9	Beprobungsarbeiten im Tibesti Gebirge	01.06.2017	Videobeitrag	Geländeforschung	Team
Blog #10	Ein Tag in der Wüste	22.06.2017	Tex + Foto	Expedition - Erlebnis	Team
Webseite	Erweiterung der bestehenden Webseite um den Punkt „Forschung“	30.06.2017		Alle bisherige Ergebnisse kurz präsentieren	XY
Blog #11	Ausschnitt aus dem Tagebuch präsentieren	13.07.2017	Text+ Foto	Ouinanga Tagebuch, Expedition 2009	SK
Blog #12	Forschungsarbeiten in dem höchsten Gebirge der Sahara	27.07.2017	Videobeitrag	Geländeforschung Tibesti	Team
Blog #13	Information über GEO-Erwähnung veröffentlichen	20.08.2017	Text+ Foto	Kurze Beschreibung und Link auf die GEO-Webseite (auf die Urheberrechte von GEO achten!)	SK
Newsletter	3 Blogbeiträge	25.08.2017	Text+ Foto	Kurze Beschreibung der 3 Blogbeiträge	SK
Blog #14	Gastbeitrag von Prof. ABC	07.09.2017	Text+ Foto	Klimaforschung in Afrika	ABC
Webseite	Übersetzung auf Englisch durchführen	31.12.2017	alles	Die komplette Webseite übersetzen	XY
...
...

Tabelle 2: Redaktionsplan

5 RICHTLINIEN FÜR DIE GRAFISCHE UMSETZUNG

Im Kapitel 8.3 des Redaktionskonzeptes wurde eine ausführliche Analyse bezüglich Design und Tonalität beschrieben. In diesem Kapitel erfolgt eine kurze Beschreibung der grafischen Gestaltung und ihrer Umsetzung auf der Webseite.

5.1 Allgemeine Designvorschriften

5.1.1 Logo

Für das Projekt „Explore Chad“ wurde eine Wortmarke/Wortbildmarke entwickelt:

EXPLORE CHAD EXPLORE
CHAD

Abbildung 4: Wortbildmarke (Varianten)

Das Logo befindet sich im Header und Footer der Webseite:

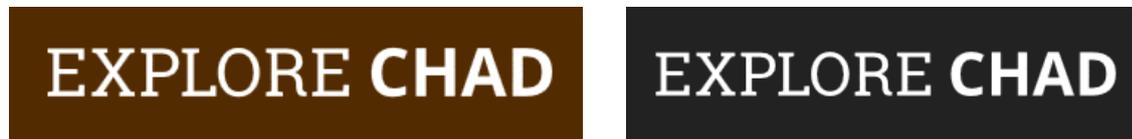


Abbildung 5: Logo im Header und im Footer der Webseite

5.1.2 Farben

Für das Projekt wurden warme Farben gewählt, die eine humane, bodenständige Ausstrahlung haben und einen Bezug zum Tschad aufweisen. Muster in tschadischen Gewändern enthalten häufig die Farben Rot und Orange, weshalb diese Farbtöne auf der Webseite ebenfalls zur Anwendung kommen. Auch die erdige und sandige Umgebung im Tschad findet sich in den Farbtönen Braun und Hellbraun wieder. Tabelle 2 zeigt die ausgewählten Farben.

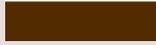
Name	RGB Code	Farbe	Anwendung
Orange	#ec7900 rgb(236,121,0)		<ul style="list-style-type: none"> • Hervorhebungen im Header • Linien als Details (unterhalb des Titels) • Call-to-Action Buttons, Links und grafische Elemente.
Hellbraun	#e8dab7 rgb(232,218,183)		<ul style="list-style-type: none"> • Hintergrundfarbe für hervorgehobene Textblöcke • Konturen
Dunkelbraun	#532b00 rgb(83,43,0)		<ul style="list-style-type: none"> • Hintergrundfarbe im Header • Titel und H1 Überschriften • Icons, Konturen • Flächen in Grafiken
Dunkelgrau1	#444444 rgb(68,68,68)		<ul style="list-style-type: none"> • Überschriften • Fließtext
Dunkelgrau2	#222222 rgb(34,34,34)		<ul style="list-style-type: none"> • Hintergrundfarbe im Footer
Schwarz	#000000		<ul style="list-style-type: none"> • Text auf beigem Hintergrund
Weiß	#ffffff		<ul style="list-style-type: none"> • Slider-Überschriften/Text auf farbigem (schwarzem) Hintergrund

Tabelle 3: Tabelle der gewählten Farbcodes und Anwendungen

Abbildungen 3 und 4 zeigen zwei Beispiele für die Anwendung der oben definierten Farben. Die Webseite soll in diesem Farbspektrum weitergeführt und keine weiteren Schriftfarben hinzugefügt werden. Die Farben sollen für die in Tabelle 3 beschriebenen Funktionen verwendet werden.



Abbildung 6: Beispiel für die Verwendung der Farbe Orange



Abbildung 7: Beispiel für die Verwendung der Farben Hellbraun und Dunkelbraun

5.1.3 Typographie (Fonts)

Eine ausführliche Beschreibung der Schriften wurde im Kapitel 8.1.2 des Redaktionskonzeptes beschrieben. Auf der Webseite kommen die Schriftarten Roboto Slab und Noto Sans zum Einsatz.

Die Schrift **Roboto Slab** wird für die Überschriften 1 bis 3 sowie für Hervorhebungen verwendet, die Schriftart **Noto Sans** für die Überschriften 4 bis 5 und für den Fließtext. Beide Fonts sind sogenannte OpenSource Fonts und im Google Fonts Katalog verfügbar und können daher für alle digitalen Anwendungen gratis eingesetzt werden.

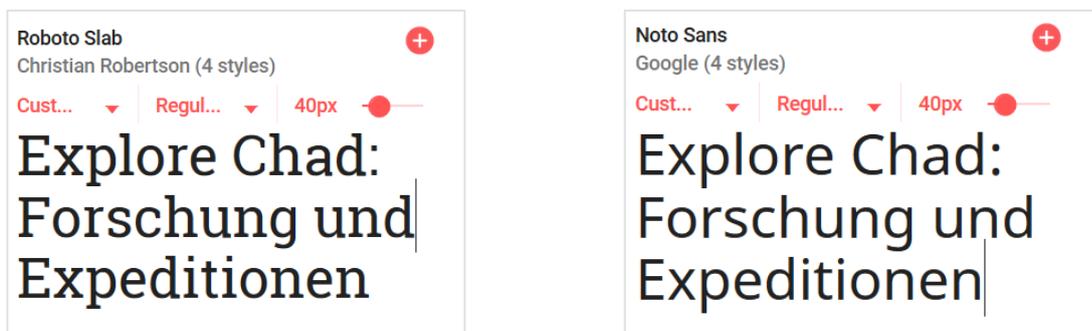


Abbildung 8: Google Fonts Roboto Slab und Noto Sans

5.2 Webseite und Blog

5.2.1 Schriftgrößen

Schriftgrößen (siehe Anhang C: Wordpress-Einstellungen, Fonts Options)

Funktion	Schriftgröße
Überschrift 1	36px (Roboto Slab) auf beigem Hintergrund
Überschrift 2	36px (Roboto Slab)
Überschrift 3	24px (Roboto Slab)
Überschrift 4	20px (Noto Sans)
Überschrift 5	16px (Noto Sans)
Fließtext	16px (Noto Sans)
Text im Footer	13px (Noto Sans)

Tabelle 4: Verwendete Schriftgrößen

Auf einer Seite bzw. in einem Blogbeitrag darf nur ein einziger Titel mit der „Überschrift 1“ vorhanden sein. Der restliche Text muss mit Hilfe anderer Überschriften strukturiert werden um die Lesbarkeit für den Besucher bzw. um die bessere Auffindbarkeit in Suchmaschinen (SEO) zu gewährleisten.

5.2.2 Audio-visuelles Material

Wir empfehlen bezüglich Archivierung des audiovisuellen Materials folgende Vorgehensweise:

- Das audiovisuelle Material soll in einem dafür vorgesehenen Verzeichnis auf einer Festplatte archiviert werden. Die Struktur kann an das Material angepasst werden, so können z.B. Unterverzeichnisse für Foto-, Video- und Infografikmaterial sowie Genehmigungen für Verwertungsrechte angelegt werden.
- Es soll mindestens noch eine Festplatte mit einem Backup erstellt und bei jeder Änderung aktualisiert werden. Wenn eine gute Verzeichnisstruktur vor-

liegt, muss daher nur das Unterverzeichnis mit dem neuen Material kopiert werden.

- Audiovisuelles Material wird in der Wordpress - Mediathek gespeichert. Gegebenenfalls kann dafür ein eigenes Verzeichnis angelegt werden. Dadurch muss nicht immer in die Wordpress Umgebung eingestiegen werden, um zu sehen, welches Material veröffentlicht wurde.

Fotos

Gute Fotos sind die Basis einer erfolgreichen Präsenz im Web. Deswegen sollen sie mit größter Sorgfalt ausgewählt werden. Dabei zählen nicht nur die Qualität und der ausgewählte Ausschnitt, sondern auch, inwieweit das Foto zum Text passt.

Auf der Webseite „Explore Chad“ wurden die Fotos und Videos so ausgewählt, dass sie die Informationen bzw. Texte visuell unterstützen. Dadurch entsteht ein optimales Gesamtbild zum jeweiligen Thema.

Unerforschter als die Rückseite des Monds

75 Prozent des Ennedi Massiv sind noch nicht erkundet. Mit ca. 40.000 Quadratkilometern ist das Sandsteinplateau so groß wie die Schweiz. Nur wenige Wissenschaftlicher haben bisher in dem schwer zugänglichen Gebiet im Nordosten des Tschad geforscht.

Stefan Kröpelin
Universität zu Köln

Für die Forschung ist das Ennedi Massiv von höchster Bedeutung. Das Sandsteinplateau gibt Aufschluss über den Klima-, Umwelt- und Kulturwandel in der größten Wüste unseres Planeten während der letzten 11.000 Jahre.



Abbildung 9: Ein Block bestehend aus Text und dazu passenden Foto

Alle Fotos werden in der Wordpress-Mediathek gespeichert. Wir empfehlen, dass die Dateien eindeutig benannt sind und die Beschreibungsfelder sowie das ALT-Textfeld ausgefüllt werden. Diese Felder unterstützen Suchmaschinen da-

bei, das Fotomaterial einem Suchbegriff zuzuordnen. Darüber hinaus ermöglicht der ALT-Text ein barrierefreies Lesen der Webseite.

Die Fotos der Webseite sind in folgenden Größenformaten aufbereitet:

Slider oben	1920 x 1305 px
Textblöcke mit Grafiken/Fotos, Blogbeiträge	737 x 528 px
Bildergalerie unten	737 x 528 px
Tagebuch (Fotos und Videos sind hier gleich groß)	737 x 416 px

Um die Harmonie des umgesetzten Designs zu gewährleisten müssen alle neu eingefügten Fotos in derselben Größe aufbereitet werden.

Folgende Dateien sollen in einem eigenen Verzeichnis für das Fotomaterial archiviert werden:

- Originalfotomaterial (Footage) und schriftliche Genehmigungen des Urhebers
- Originaldateien des Fotobearbeitungsprogramms (z.B. von Adobe Photoshop)
- Ausgabedateien im JPG Format in der vorgesehenen Größe und Auflösung
- Fotos für Pinterest

Videoclips

Auf der Webseite werden zwei Arten von Videoclips eingesetzt:

- Kurze Videosequenzen, die max. 10 Sekunden dauern und max. 2 Einstellungen enthalten
- Kurze Videofilme, die einen Aspekt des Textes darstellen und beliebig lang sind.

EXPLORE CHAD

Videosequenzen werden in der Wordpress-Mediathek gespeichert. Diese Dateien dürfen max. 64 MB groß sein. Die Videodateien sollen interessante Details zeigen und dienen zur Belebung und Bereicherung der Inhalte. Sie werden in der Regel als automatische Wiedergabe mit Wiederholung (Loop) eingestellt. In der Mediathek ist darauf zu achten, dass die Videos einheitliche benannt und beschrieben werden.



Abbildung 10: Anwendung einer kurzen Videosequenz

Videofilme, die zu einem Thema passend geschnitten und in der Regel größer als 64MB sind, werden auf dem YouTube-Kanal gespeichert. Diese Videos können beliebig lang bzw. groß sein. Jedes Video soll mit einem Nachspann, in dem alle Mitwirkenden aufgelistet sind, enden. Der Schwerpunkt dieser Videos liegt auf Erzählen einer Geschichte (Storytelling).



Abbildung 11: Anwendung eines kurzen Videofilmes

Alle Videos werden in mehreren Formaten (Auflösung, Video-Codec, Größe) archiviert. Für das Projekt „Explore Chad“ wurden die Videoclips mit der Software „Final Cut Pro“ von Apple geschnitten und bearbeitet.

Die Videos wurden in folgenden Formaten gespeichert:

- Web-Hosting Format (Web 1): H.264 Video-Codec, 1920x1080 Auflösung (.mov)
- Computer Format (Web 2): H.264 Video-Codec, 1920x1080 Auflösung (.mp4)
- Video und Audio Format (Backup): Video-Codec und Auflösung wie Quellmaterial (.mov)
- Fotoausschnitte (.jpg, .tiff)

Die Formate Web 1 und Web 2 eignen sich für das Hochladen auf Videoplattformen wie YouTube, da sie gut komprimierbar sind. Das Format Backup dient als die bestmögliche Speicherung des geschnittenen Materials und kann zu einem späteren Zeitpunkt neu bearbeitet werden (ist größer als die Ausgaben Web1 und Web2). Fotoausschnitte dienen zur Präsentation des Videomaterials und werden z.B. bei den Blogbeiträgen eingesetzt. Bei manchen WordPress

Elementen von Kallya kann dieses Foto als Hintergrund gespeichert werden. Das Bild erscheint, wenn das Video aus technischen Gründen nicht starten kann.

Folgende Dateien sollen in einem eigenen Verzeichnis für das Videomaterial archiviert werden (für Genehmigungen siehe Anhang E):

- Originalvideomaterial (Footage) und schriftliche Genehmigungen des Urhebers
- Originaldateien des Videobearbeitungsprogramms (z.B. von Final Cut Pro)
- Ausgabedateien in verschiedenen Formate (siehe oben)
- Audioclips für Hintergrundmusik und Screenshots von den Lizenzen

Inhaltlich sollen die Videos, die in die Webseite eingefügt werden, folgende Richtlinien berücksichtigen:

- Grundsätzlich ein Thema ansprechen, das zum Text visuell und inhaltlich passt
- Dramaturgie beachten: eine Geschichte erzählen, Szenen dynamisch aneinanderreihen (z.B. Reihung von ähnlichen Einstellungsgrößen vermeiden), Details zeigen, Unnötiges vermeiden
- Audio anpassen: Hintergrundgeräusche (Atmo) belassen, Hintergrundmusik zum Video schneiden, Pegel im gesamten Video ausgleichen

Infografiken

Infografiken stellen einen besonderen Mehrwert dar. Sie verdeutlichen abstrakte Zusammenhänge, sind gestalterische Elemente und prägen die Tonalität einer Darstellung (handgezeichnet vs. computergeneriert).

In die Webseite wurden, um das Warme/Bodenständige/Erdige der Webseite zu unterstreichen, Infografiken und Icons eingefügt, die per Hand gezeichnet und anschließend digitalisiert wurden.

EXPLORE CHAD

Für die Karte des Tschad mit seiner Umgebung und den Regionen sowie der Datierung der Felsbilder wurden die Originale (Vorlagen) auf Pergament (Kalkpapier, Folien ö.ä.) übertragen und anschließend digitalisiert. In der Farbgebung richteten sie sich die Infografiken nach den definierten Farben (s.o. Kapitel Farben).

Für „Explore Chad“ können z.B. für die Darstellung von Forschungsergebnissen weitere Infografiken integriert werden. Sie sollten sich in Stil und Tonalität an die bereits eingefügten anpassen.

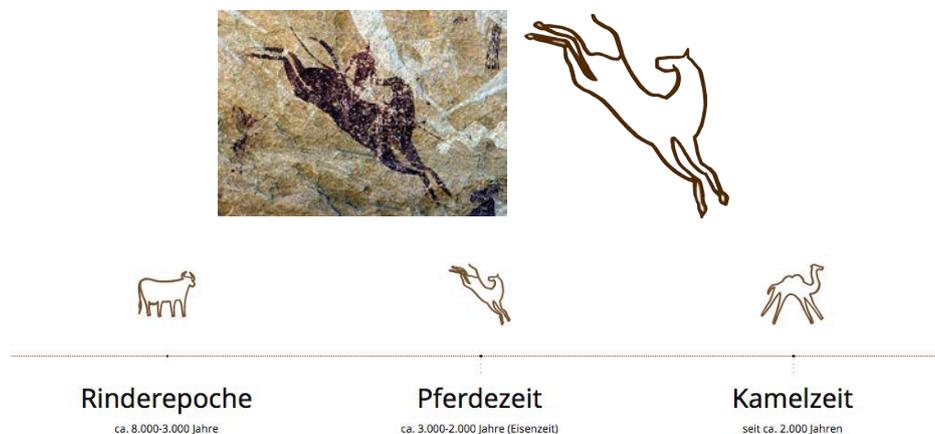


Abbildung 12: Originalbild, gezeichnetes Icon, Integration in die Timeline

5.3 Newsletter

Der Newsletter als Kommunikations- und Marketingmaßnahme wurde im Kapitel 10.2.3 des Redaktionskonzeptes im Sommersemester 2016 beschrieben. Newsletter-Vorlagen für „Explore Chad“ wurden im passenden Design im Mail-Chimp-Programm angelegt.

Um die Öffnungsrate der Newsletter zu steigern, sollen folgende Punkte bei der Gestaltung der Newsletter in Betracht gezogen werden:

- Persönliche Ansprache im Newsletter verwenden
- AbonnentInnen nicht mit Newslettern überhäufen
- Darstellung für mobile Geräte optimieren

EXPLORE CHAD

- „Universität zu Köln“ im ersten Newsletter als Absender nennen
- Die weiteren Newsletter werden im Namen „Explore Chad“ versendet
- Unterschiedliches Bildmaterial verwenden, um einer monotonen Erscheinung entgegenzuwirken
- Inhalt beginnt „above the fold“, animiert zum Scrollen und Weiterlesen des Artikels.
- Nur kurze Einleitungstexte und Call-to-Action Button zum Blogbeitrag

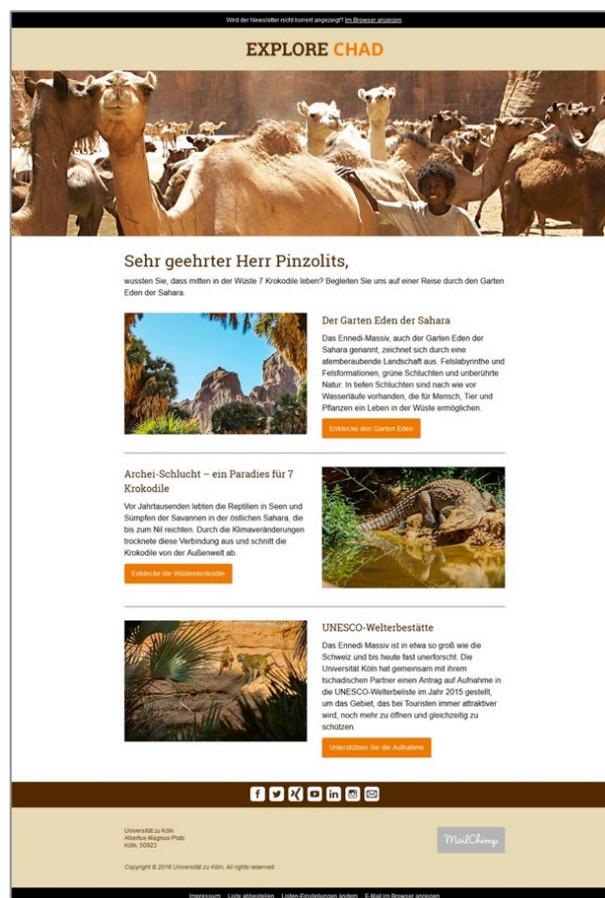


Abbildung 13: Newsletterentwurf

Ein Newsletter wurde im Rahmen unserer Arbeit nicht umgesetzt. Das Template kann jedoch auf Mailchimp heruntergeladen werden (hierzu muss man in Mailchimp eingeloggt sein):

Link:

https://us11.admin.mailchimp.com/templates/share?id=47894093_47d9532fd2a78d72a704_us11

6 RICHTLINIEN FÜR DIE INHALTLICHE UMSETZUNG

6.1 Webseite

Alle wichtigen Aspekte und Analysen, die für die Entstehung bzw. für die Erweiterung der Webseite notwendig sind, wurden ausführlich im Redaktionskonzept beschrieben. Besonders wichtig sind Kapitel 5.4 (Botschaft), Kapitel 6 (Zielgruppendefinition) und Kapitel 8.2 (Tonalität der Texte).

Hier erfolgt eine kurze Zusammenfassung der wichtigsten Richtlinien:

- Persona der Webseite, Zielgruppe, Tonalität sowie Designvorschriften sollen immer beachtet werden.
- Eine Seite muss immer so gestaltet sein, dass die Seite auf verschiedenen Endgeräten (Smartphones, Tablets, Desktop) gut lesbar ist.
- Pro Seite sollte nur ein Thema (z.B. Forschungsergebnisse) behandelt werden.
- Videomaterial und Bildmaterial müssen zum Inhalt passen und in guter Qualität verfügbar sein. Die verwendeten Text-Bild-Elemente auf der Webseite können als Ganzes kopiert und verschoben werden.
- Seiten sollen nicht mit Bildern, Videos und Texten überladen werden. Zusatzmaterial kann in Blogbeiträgen verwendet werden.
- Jede Seite hat genau einen Titel (Überschrift 1). Dieser erleichtert den Suchmaschinen die Seite als relevant zu betrachten und dementsprechend zu ranken. Die Strukturierung der Texte ergibt sich durch die Verwendung von definierten Überschriften (H1 bis H3). Dabei ist darauf zu achten, dass jede Seite nur einen Titel (=H1 Überschrift) aufweist. Auf einer Seite können mehrere H2 und H3 Überschriften verwendet werden.

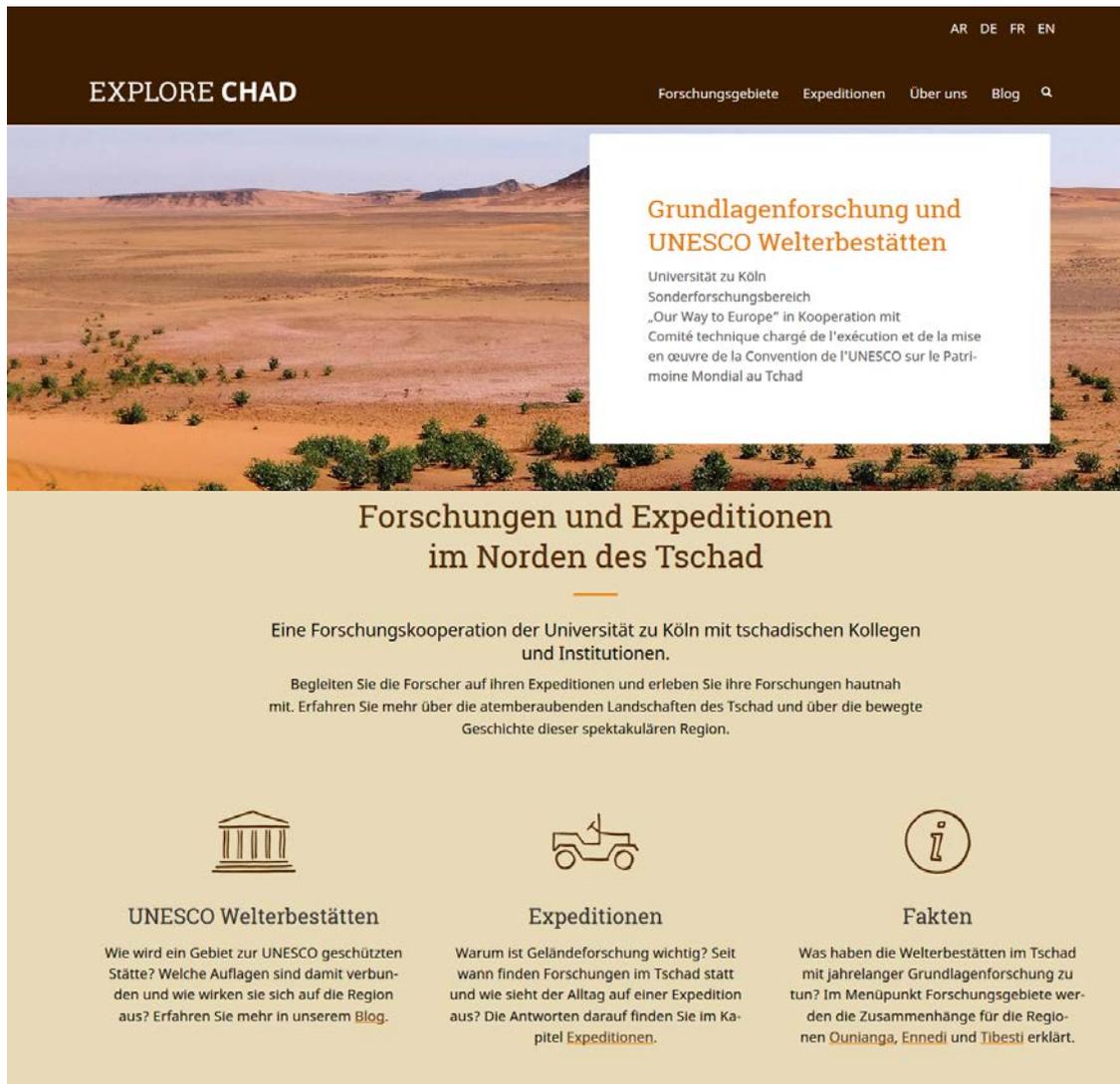


Abbildung 14: Ausschnitt der Startseite

6.2 Blog

Der Blog als Kommunikations- und Marketingmaßnahme wurde im Kapitel 10.2.1 des Redaktionskonzeptes ausführlich beschrieben. Die Gestaltung von

Blogbeiträgen ist im Vergleich zur Gestaltung von einzelnen Seiten der Webseite viel freier.

Im WordPress stehen fünf Kategorien zur Verfügung:

- **Expeditionen:** für Beiträge über Expeditionen
- **Forschung:** für Beiträge über Forschungsergebnisse
- **Tschad:** für Beiträge über allgemeine Informationen über den Tschad
- **UNESCO:** für Beiträge über die zwei UNESCO-Welterbstätte im Tschad
- **Veröffentlichungen:** für Beiträge über diverse Veröffentlichungen

Folgende Richtlinien sollen beachtet werden:

- In einem Beitrag soll nur ein Aspekt eines bestimmten Themas angesprochen werden. Dies am besten in Form einer interessanten Geschichte. Es ist sinnvoller, mehrere kurze Beiträge zu verschiedenen Aspekten zu veröffentlichen, als einen langen Beitrag.
- Der Titel des Beitrages soll kurz und aussagekräftig sein. Der erste Absatz des Textes soll den Leser in die Geschichte einführen und erklären, worum es im Beitrag geht. Die wichtigsten Informationen sollen am Anfang des Textes stehen. Details und Zusatzinfos folgen weiter unten.
- Die Länge der Texte ist vom Thema abhängig. Die Absätze werden durch visuelle Elemente logisch getrennt. Anzunehmen ist, dass die meisten User kein einschlägiges Fachwissen aufweisen, weshalb beim Texten auf eine verständliche Sprache geachtet werden muss. Ist ein Beitrag für ein Fachpublikum gedacht, so können Fach- und Fremdwörter verwendet werden.
- Dort wo es sinnvoll und möglich ist, sollen weiterführende Verlinkungen eingefügt werden (auch wenn diese auf eine externe Seite führen).
- Nur eigenes Text-, Bild- und Videomaterial einfügen (z.B. keine Screenshots von Veröffentlichungen in Zeitungen oder von anderen Webseiten).

Falls fremdes Material (z.B. mit Genehmigung oder durch andere Lizenzen) verwendet werden darf, ist unbedingt die Quelle anzugeben.

- Für das Beitragsbild sollte ebenfalls eigenes Bildmaterial verwendet werden. Die Beitragsbilder sind für die Darstellung der Beiträge sehr wichtig (insbesondere im View-Format bzw. als Snippets).

Auf der „Explore Chad“-Webseite sind beispielhaft neun Blogbeiträge angelegt.

Ernennung zur UNESCO Welterbestätte

VON EXPLORE CHAD / FREITAG, 21 OKTOBER 2016 / VERÖFFENTLICHT IN UNESCO



In diesem Beitrag erfahren Sie mehr darüber, wie eine Region bzw. eine Kulturstätte zur Welterbestätte anerkannt wird.

Weltkulturerbe und Weltnaturerbe

Die UNESCO (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization) ist eine internationale Organisation, die sich zum Ziel gesetzt hat, einzigartige Kultur- und Naturgüter zu schützen. Über 1.000 Kultur- und Naturerbestätten in über 165 Ländern der Welt, auf allen Kontinenten verteilt, wurden bisher in die UNESCO-Welterbeliste aufgenommen. Doch was ist eigentlich der Unterschied zwischen einem Weltkulturerbe und einem Weltnaturebe?

- **Weltkulturerbe:** Baudenkmäler, Stadtensembles und Kulturlandschaften, aber auch Industriedenkmäler und Kunstwerke wie z.B. Felszeichnungen.
- **Weltnaturerbe:** geologische Formationen, Fossilienfundstätten, Naturlandschaften und Schutzreservate von Tieren und Pflanzen, die vom Aussterben bedroht sind.

Aufnahme in die Welterbeliste

Es obliegt jedem Vertragsstaat selbst, einen Antrag auf Aufnahme in die Welterbeliste zu stellen. Die UNESCO sucht nicht aktiv nach Regionen bzw. Kulturstätten, die in die Liste aufgenommen werden sollen. Nachdem ein Antrag gestellt wurde, entscheidet das Welterbekomitee, das einmal jährlich tagt und aus Experten aus 21 Ländern besteht, ob eine Aufnahme erfolgt.

Das Komitee wird vom Internationalen Rat für Denkmalpflege (ICOMOS) und der Internationalen Naturschutzunion (IUCN) beraten. Zu den wesentlichen Kriterien um in die Welterbeliste aufgenommen zu werden, zählen die „Einzigartigkeit“ und „Authentizität“ (historische Echtheit) eines Kulturdenkmals bzw. die „Integrität“ einer Naturerbestätte.

Bis zur Anerkennung als Welterbestätte vergehen meistens mehrere Jahre. Im Vorfeld müssen Forschungsarbeiten getätigt, Studien und Maßnahmenpläne definiert und vorgelegt werden. Im Tschad sind die Seen von Ounianga sowie die Ennedi Region als Welterbestätten anerkannt.

♥ 0

KATEGORIEN

- Expeditionen
- Forschung
- Tschad
- UNESCO
- Veröffentlichungen

LETZTE BEITRÄGE

-  **Ein Tag in der Wüste – nicht die Orientierung verlieren!**
In drei Jahrzehnten Forschungstätigkeit verbrac...
-  **Paradies in der Wüste: die Seen von Ounianga**
Die Seen von Ounianga kann man zu Recht mit ein...
-  **Forschungsarbeiten in dem höchsten Gebirge der Sahara**
Das Tibesti-Gebirge spielt für die Geschichte d...

Abbildung 15: Beispiel eines Standardbeitrages (Text mit Beitragsfoto)

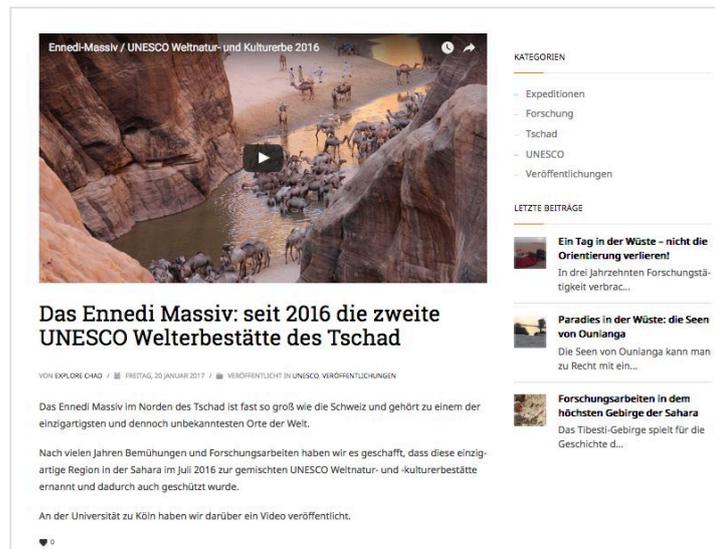


Abbildung 16: Beispiel eines Videobeitrages

6.3 Videos

Das Videomaterial soll mindestens in HD-Qualität (1920x1080px) aufgenommen und bearbeitet werden. Damit die in der Webseite eingebetteten Videos angezeigt werden, müssen die Videos im YouTube-Kanal auf öffentlich gestellt werden.

Folgende Aspekte der Videoproduktion sind zu beachten:

- Ein Video soll nur zu einem Aspekt bzw. einer Geschichte veröffentlicht werden: „Ein Aspekt. Eine Geschichte. Eine Zielgruppe. Ein Video.“
- Bei Videoaufnahmen ist auf die „Five Shot“-Technik zu achten (eine Szene wird mit fünf verschiedenen Einstellungen gedreht).
- Bei Videobearbeitungen ist auf die Dramaturgie zu achten. Die Geschichte muss ohne Ton oder zusätzlichen Erklärungen verstanden werden. Die verschiedenen Videoeinstellungen müssen richtig aneinandergereiht werden, eine Aneinanderreihung von ähnlichen Einstellungsgrößen sollte vermieden werden.

EXPLORE CHAD

- Bei den Aufnahmen ist darauf zu achten, dass in einer Szene möglichst viele verschiedene Einstellungsgrößen verwendet werden (z.B. Detail, Großaufnahme).
 - Vor der Videobearbeitung ist es wichtig zu wissen, für welche Distributionskanäle (Blog, YouTube, Facebook etc.) der Film gedacht ist. Je nach Kanal ist das Video anzupassen:
 - kurze Videosequenz für die Webseite
 - 45 Sekundenvideo für den YouTube-Kanal
 - 20 Sekundenvideo für den Facebook-Kanal
 - 4 Minutenvideo für die Präsentation an der Uni
- Zu einer Geschichte können mehrere Videos entstehen. Diese können an die jeweilige Zielgruppe wie z.B. interessierte Öffentlichkeit, Wissenschaftler etc. angepasst werden.
- Diese Videos müssen am Ende einen Nachspann mit allen Mitwirkenden beinhalten. Falls Hintergrundmusik verwendet wurde, müssen hierfür die Lizenzen (z.B. Creative Commons) eingehalten werden (siehe Anhang D: Audiomaterial).
 - Am Ende jedes Projektes wird das komplette Material (Roh- und bearbeitetes Material sowie alle schriftlichen Unterlagen bezüglich Verwertungs- und Vervielfältigungsrechte) gut sortiert, beschriftet und gesichert.

Zu Fuss durchs Tibesti

Begleiten Sie Dr. Stefan Kröpelin und sein Team auf ihrer Expedition



Abbildung 17: Beispiel eines Videos

6.4 Newsletter

Bei der Erfassung von Blogbeiträgen wird dem ersten Satz bzw. dem ersten Absatz besondere Aufmerksamkeit gewidmet. Diese Einleitung beschreibt den Inhalt des Beitrages kurz und treffend. Die gleiche Beschreibung kann im Newsletter verwendet werden.

Für die Betreff-Zeile wird empfohlen:

- Prägnante Zusammenfassung des Inhalts
- Auf den Inhalt ausgerichtete Keywords einbauen
- Zeichenanzahl optimieren (maximal 40 Zeichen)
- keine Versalien, keine „werblichen“ Begriffe und keine Ausrufezeichen verwenden

6.5 Suchmaschinenoptimierung (SEO)

Eine suchmaschinenoptimierte Seite ist in der Google-Suche schneller auffindbar und wird höher gereiht (gerankt). Für „Explore Chad“ bedeutet dies, dass auf das Thema SEO besonderes Augenmerk gerichtet werden sollte, um die Be-

kanntmachung der Forschungsarbeit und der Regionen zu unterstützen. Daher sollte im Vorfeld jeder Veröffentlichung (einer Seite, eines Blogbeitrags) ein Fokuskeyword festgelegt werden. Das Keyword (Schlüsselwort) sollte einem Begriff entsprechen den die meisten Personen für eine Suche in diesem Bereich verwenden (würden).

Faktoren für eine höheres Googleranking sind u.a.:

- passende Keywords
- geeigneter Vorschautext (Snippet oder Schnipsel)
- Titel der Seite und Vorschautext enthalten das Keyword
- passende Verlinkungen (interne: innerhalb der „Explore Chad“ Seite; externe: zu anderen Seiten aber auch sehr wichtig von anderen Seiten auf „Explore Chad“)
- gute Inhalte
- im Text sollte das Keyword mehrmals enthalten sein
- Integration von (eigenen) Grafiken und Videos (Beschriftung –Alt-Tag)
- Pro Beitrag/Seite nur eine Hauptüberschrift, die als H1 gekennzeichnet ist

Keywords

Besonders für Blogbeiträge wird im Allgemeinen dazu geraten, die Keywordrecherche vor dem Schreiben durchzuführen, um das passende Keyword einzubauen. Das Keyword sollte sowohl im Titel des Beitrags als auch im Snippet (Vorschautext) enthalten sein.

Recherchemöglichkeiten und hilfreiche Tools sind:

- Google Suggest (automatische Ergänzungen bei der Googlesuche)
- Nach Begriffen googeln
- Google Trends (man kann ähnliche Keywords vergleichen)
- Google Keywords Planer (unterstützt die Ermittlung des Suchvolumens, d.h. wie oft nach dem Wort gesucht wird. Allerdings ist dazu ein Google AdWords Konto erforderlich)
- Übersuggest

EXPLORE CHAD

Die Analyse des Keywords ergibt auch verwandte Suchbegriffe, die eingesetzt werden können/sollten. Für die Webseite „Explore Chad“ ist aufgrund der Thematik (Forschung, Tschad, Expeditionen, Regionen des Tschad) ein derzeit überschaubares Suchvolumen vorhanden.

Das Keyword und andere ähnlich relevante Suchbegriffe sollten mehrmals im Text erscheinen. In diesem Zusammenhang ist zu empfehlen eine Lizenz des SEO Tools SEOlyze zu erwerben. Es unterstützt die Analyse der Keywords im Text und die Optimierung der Inhalte.

Für „Explore Chad“ empfehlen wir auch Long Tail Keywords zu prüfen, die aus mehreren Wörtern bestehen.

Vorschautext (Snippet)

Zur Suchmaschinenoptimierung wurde das Plugin Yoast installiert.

Das Tool hilft beim Optimieren der Texte für die Suchmaschine. Für jeden Artikel muss ein sinnvolles Snippet verfasst werden und ein Fokus-Keyword definiert werden.

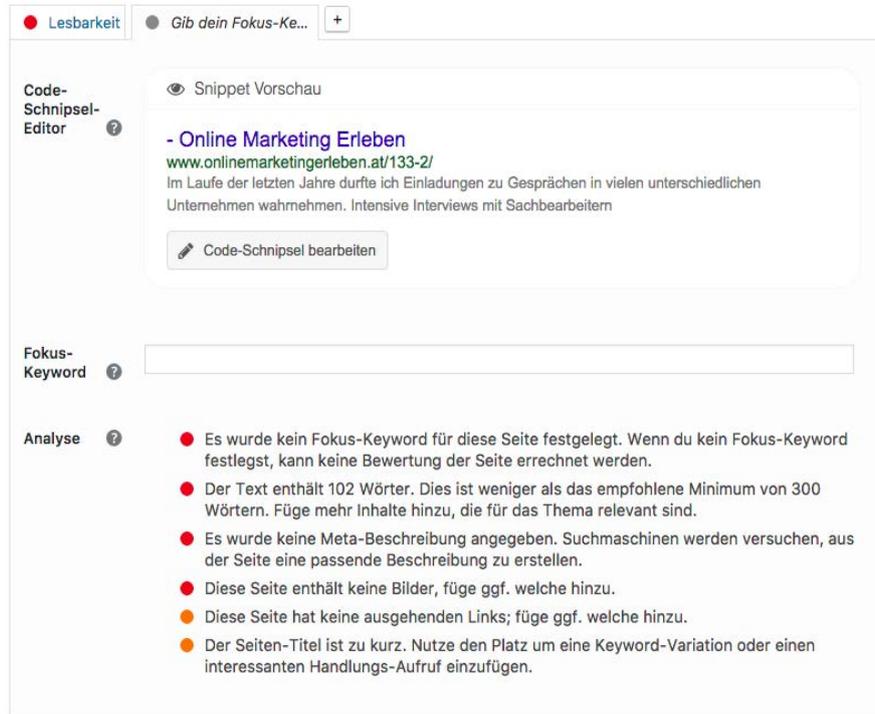


Abbildung 18: Snippet, Fokus-Keyword, Analyse mit YOAST

Yoast bewertet automatisch die Lesbarkeit der Texte und gibt automatisch

Feedback.

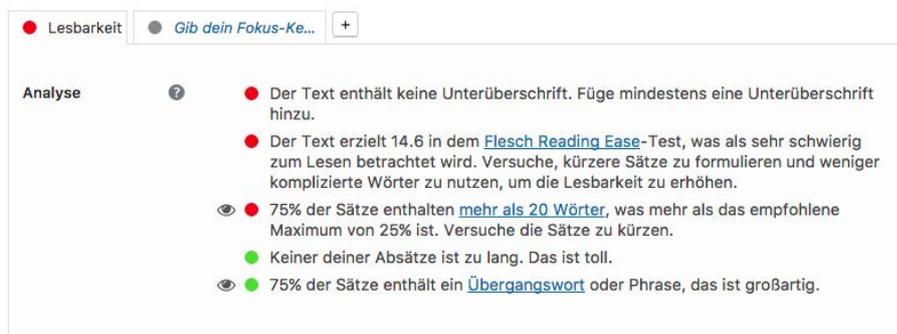


Abbildung 19: Lesbarkeitsanalyse mit YOAST

Beispiel wie gute Lesbarkeit angezeigt wird:

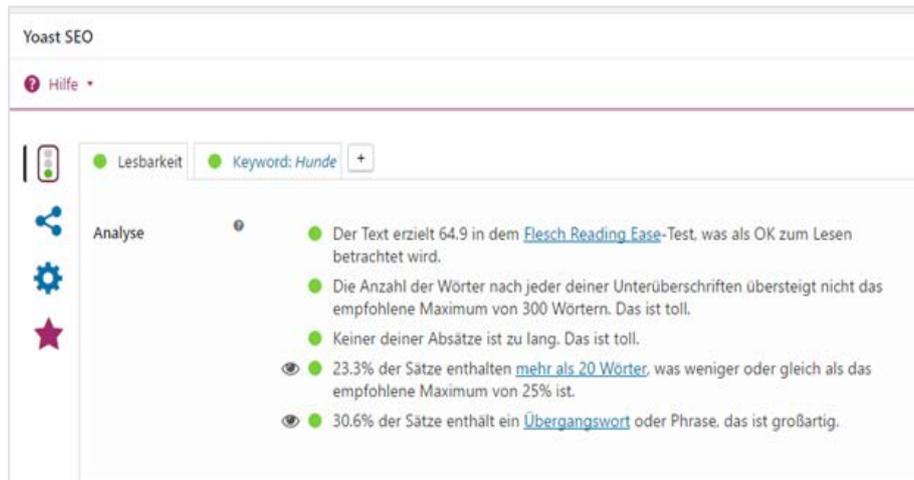


Abbildung 20: Text optimal lesbar. Anzeige in Yoast

Yoast zeigt an, wie ein Googletreffer aussehen würde (Name des Beitrags/der Seite + Snippet). Mit dem Button Code-Schnipsel bearbeiten kann man einen vernünftigen Text einfügen. Er sollte das Keyword enthalten. Auch hier zeigt Yoast an, wenn der Titel und die Beschreibung gut sind.

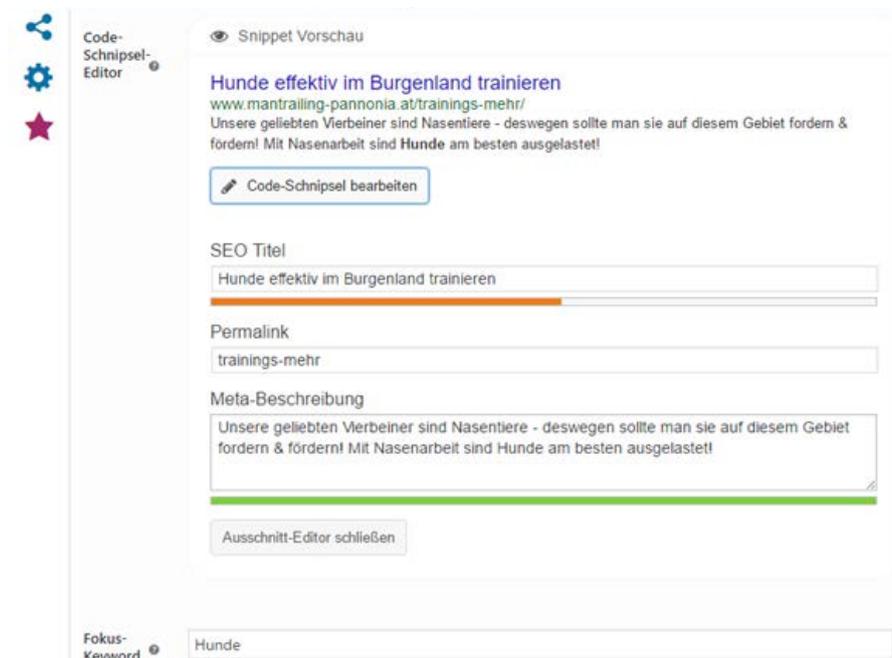


Abbildung 21: Snippetanzeige in Yoast

In Wordpress erhält man auf der rechten Seite einen Überblick, wie gut der Text im Bereich SEO ist. Außerdem kann hier das Datum für die Veröffentlichung eingestellt werden.

Mit Yoast können auch Texte zum Teilen auf Facebook und Twitter vorbereitet werden.

Kategorien

Für die Suchmaschinenoptimierung ist es wichtig Kategorien festzulegen. Daher sollten Kategorien definiert und jeder Beitrag einer passenden zugewiesen werden.

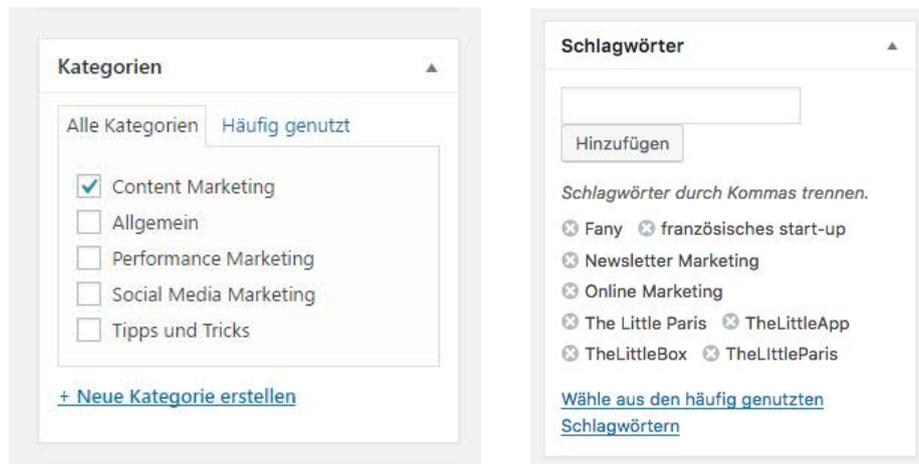


Abbildung 22: Kategorien und Schlagwörter

Schlagwörter sind für die Suche von Relevanz und sollten daher auch befüllt werden.

Texte

Gute Texte sind nicht nur angenehm zu lesen sondern werden auch in der Analyse von Suchmaschinen besser bewertet.

Folgende Punkte verbessern die Lesbarkeit

- Unterüberschriften
- Nicht zu lange Absätze, kurze Wörter, einfacher Satzbau
- Sätze sollten aus max. 14 Wörtern bestehen. Sonst wird es zu komplex für die LeserInnen
- Wenn möglich maximal 5 Wörter zwischen Subjekt und Verb
- Bilder verwenden
- Roter Faden im Text
- Fremdwörter in Maßen einsetzen
- korrekte Rechtschreibung!
- Zahlen bis zwölf ausschreiben

7 TECHNISCHE UMSETZUNG

7.1 Webseitenhosting

1&1 ist ein führender DSL- und Mobilfunkanbieter in Deutschland und bietet international in zehn Ländern Hosting-Produkte für Privatpersonen, Gewerbetreibende und Freiberufler an. Dabei reichen die Angebote von E-Mail-Lösungen und E-Shops bis zu Servern im High-End-Bereich. Für das Webhosting von „Explore Chad“ wurde das 1&1 Managed WP Basic Paket abgeschlossen. Das bedeutet, dass der Hosting-Provider die Aktualisierung der Wordpress-Umgebung automatisch durchführt.

Die Verwaltung des eigenen Kontos (Domain und E-Mail) erfolgt über das Control-Center: <https://www.1und1.de/login>

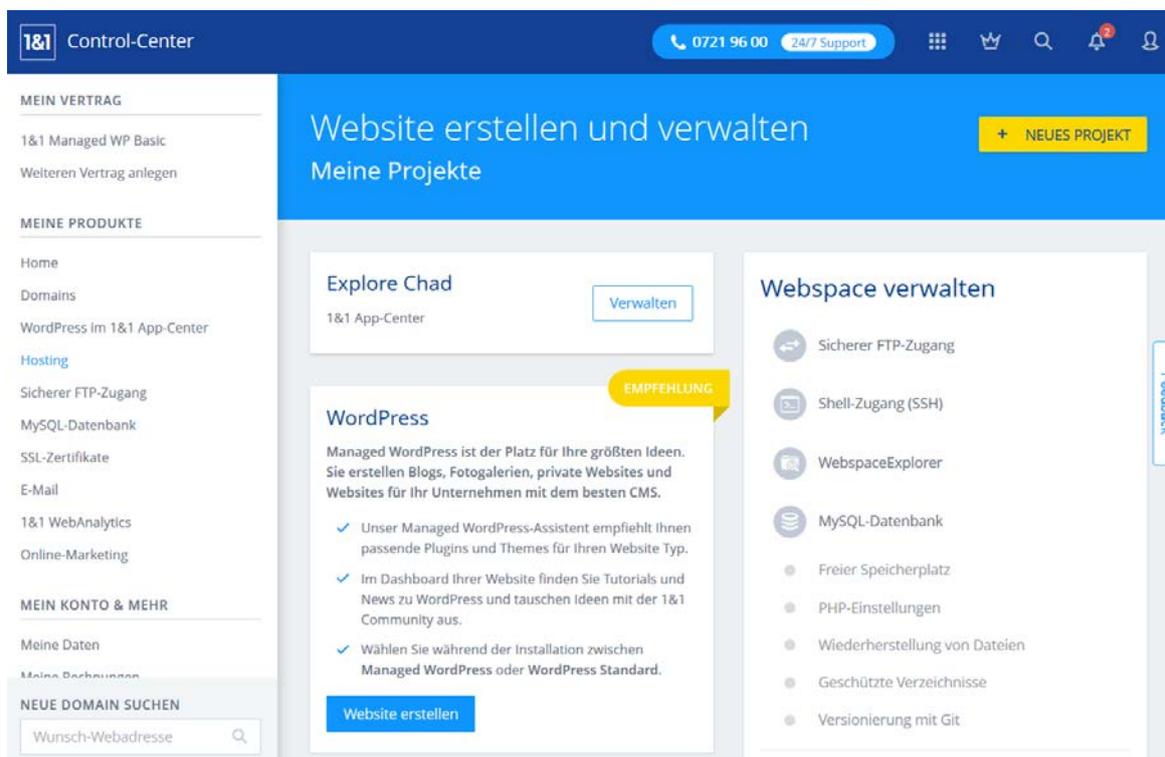


Abbildung 23: Control-Center des Webhostingkontos

Die offizielle E-Mail-Adresse lautet: info@explore-chad.org und kann über den 1&1 Webmailer erreicht werden:

<https://webmailcluster.1und1.de/?source=HostingControlPanel>

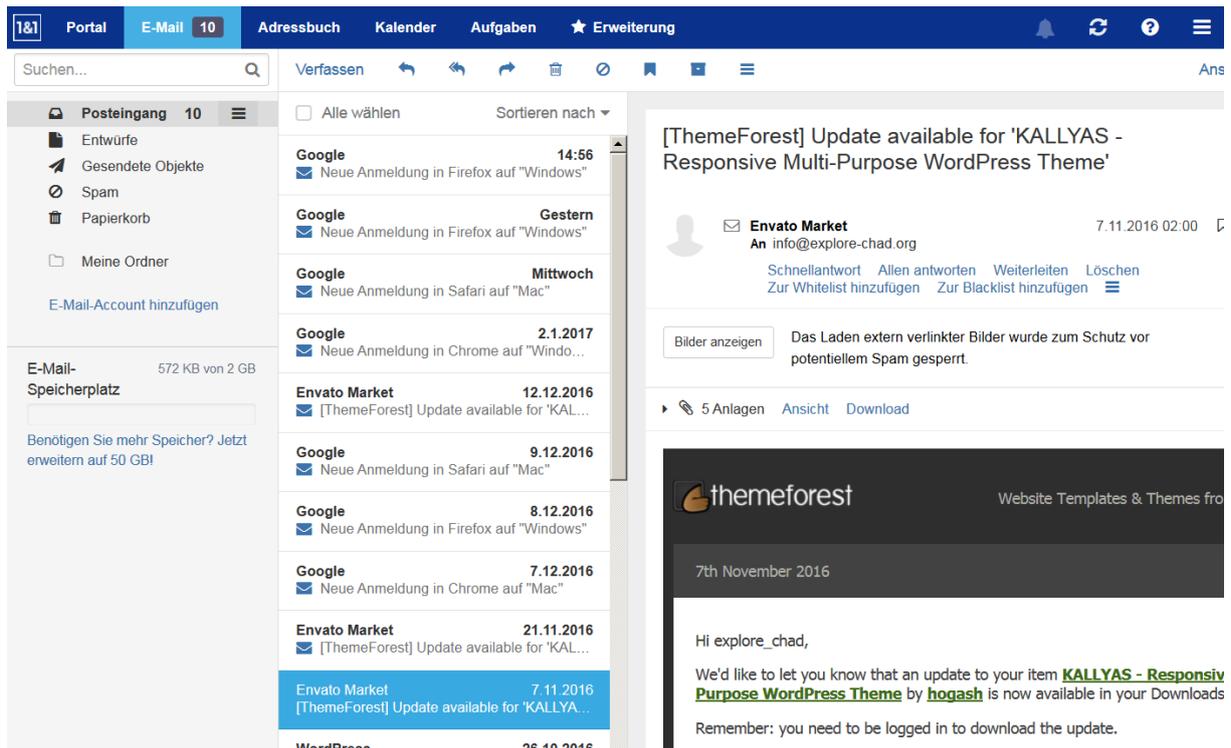


Abbildung 24: E-Mail-Zugang: 1&1 Webmail

7.2 WordPress-Zugang

Die Bearbeitung der Webseite sowie des Blogs erfolgt über den Wordpress-Zugang:

<http://www.explore-chad.org/wp-admin>

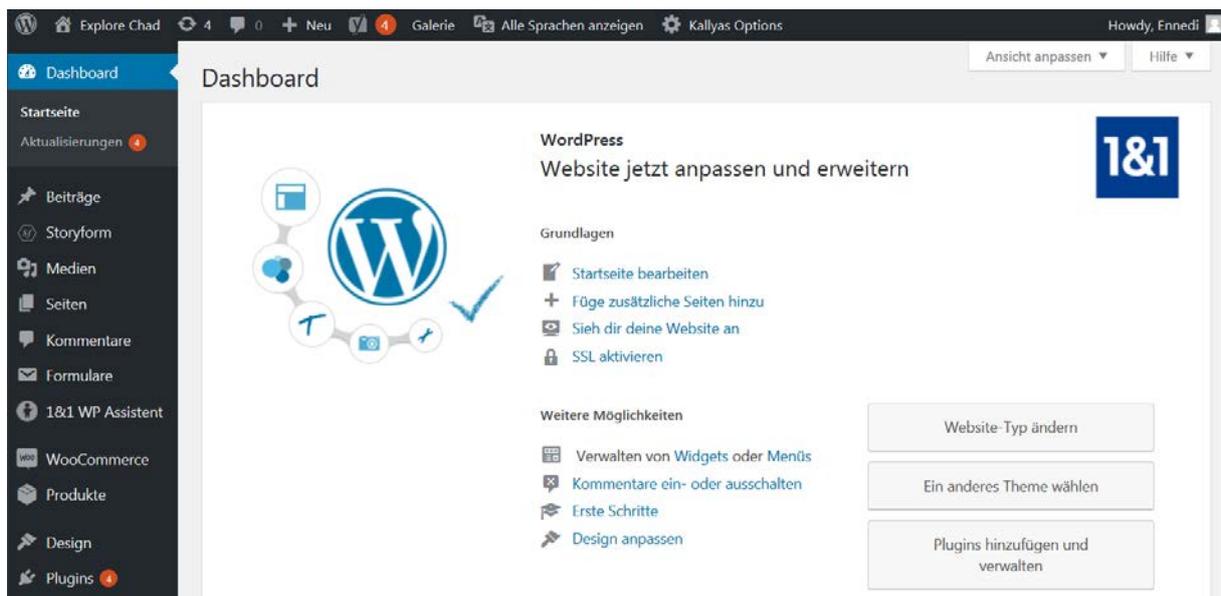


Abbildung 25: Wordpress-Zugang

Die Screenshots aller wichtigen Einstellungen von Wordpress befinden sich im Anhang.

7.3 Wordpress-Theme Kallya

Auf der Themeforester-Plattform der Firma Envato Market Place wurde die Vorlage „KALLYAS - Creative eCommerce Multi-Purpose WordPress Theme“ ausgewählt:

<https://themeforest.net/item/kallyas-responsive-multipurpose-wordpress-theme/4091658>

Die Hauptmerkmale:

- Visual Builder (drag&drop Page Builder) auf Basis von VisualComposer
- Responsive
- 100+ prebuild-Elements
- SmartLoader, SEO-ready
- Translation ready, multilanguage-ready, rtl ready (für Arabische Sprache)
- Regelmäßige Aktualisierung

7.3.1 Envato-Marketplace

Envato Marketplace ist ein Online-Geschäft für verschiedene Wordpress-Themes. Über Envato können neue Themes und Wartungsverträge für Themes gekauft oder verlängert sowie Updates durchgeführt werden. Das Konto ist über die Envato Webseite erreichbar:

https://account.envato.com/sign_in?to=envatomarket und dann auf themeforest klicken oder direkt über die Themeforest-Webseite: <https://themeforest.net/>

EXPLORE CHAD

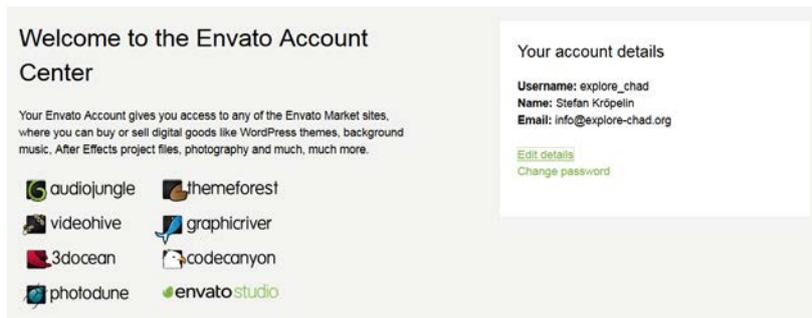


Abbildung 26: Envato Account Center

Das Konto ist unter dem Profilnamen „explore_chad“ (rechts oben) vorhanden.

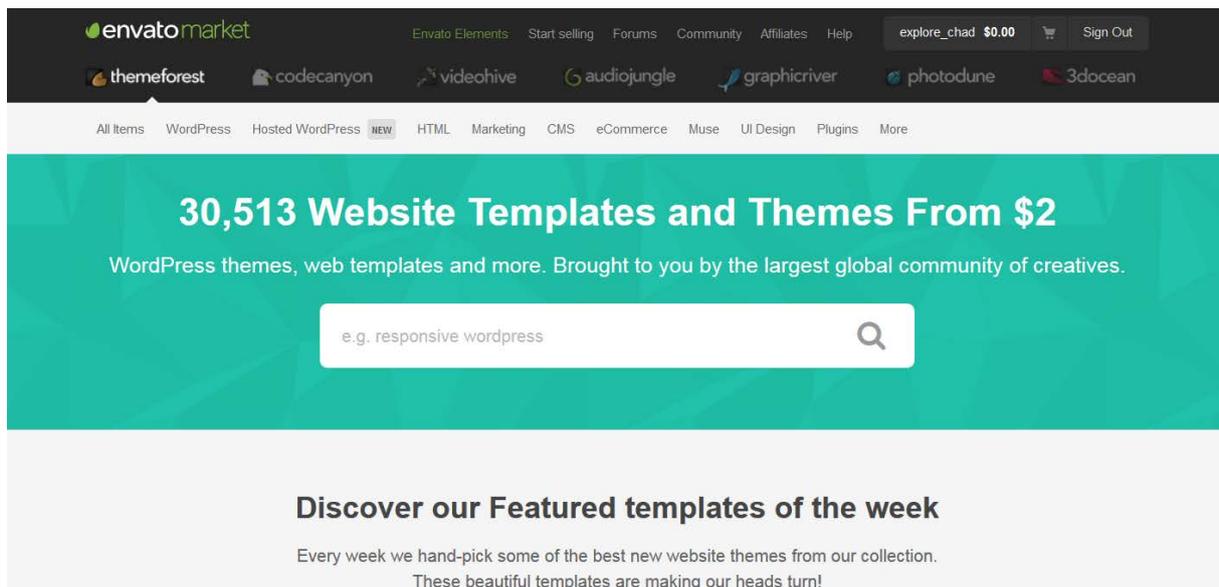


Abbildung 27: Envato/Themeforest Konto

Die verfügbaren Downloads befinden sich im Download-Bereich:

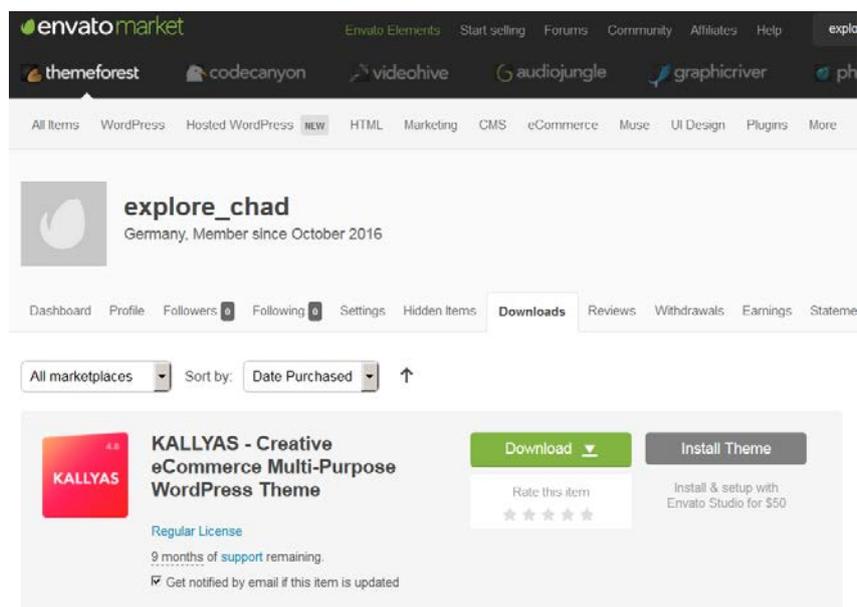


Abbildung 28: Themeforest Konto: Download-Bereich

7.3.2 Theme-Support: Hogash

Das Supportteam der Theme-Entwickler ist erreichbar unter:

<http://support.hogash.com/kallyas-help/>

Mit der Erwerbung der Lizenz wurde auch die Gebühr für das Supportservice für 12 Monate abgeschlossen (**gültig bis September 2017**). Falls regelmäßige Updates **und Support ab September 2017 erwünscht sind, müssen die Gebühren erneut eingezahlt werden**. Preis im September 2016 lag bei \$69 + USt.

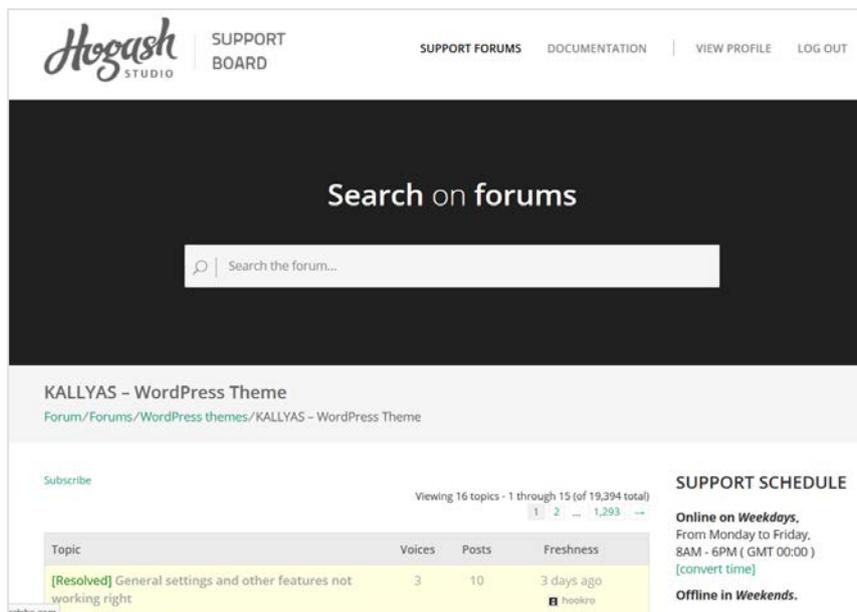


Abbildung 29: Kallya Theme: Support

7.4 Pinterest

Die Pinwand von „Explore Chad“ ist erreichbar unter:

<https://de.pinterest.com/explorechad/explore-chad/>

Neben der Möglichkeit hier eigenes Fotomaterial hochzuladen (mittels + Button) kann man über Pinterest die Zugriffe und Reichweite analysieren.

Idealerweise sollten die Fotos der Webseite mit dem Pinterest Board verlinkt sein, um so Besucher auch auf die Webseite zu führen, bzw. die Zählung der Webseitenbesucher von „Explore Chad“ positiv zu beeinflussen. Relevante Pinn-

wände können ebenfalls integriert werden, um so die Besucherzahlen zu erhöhen.

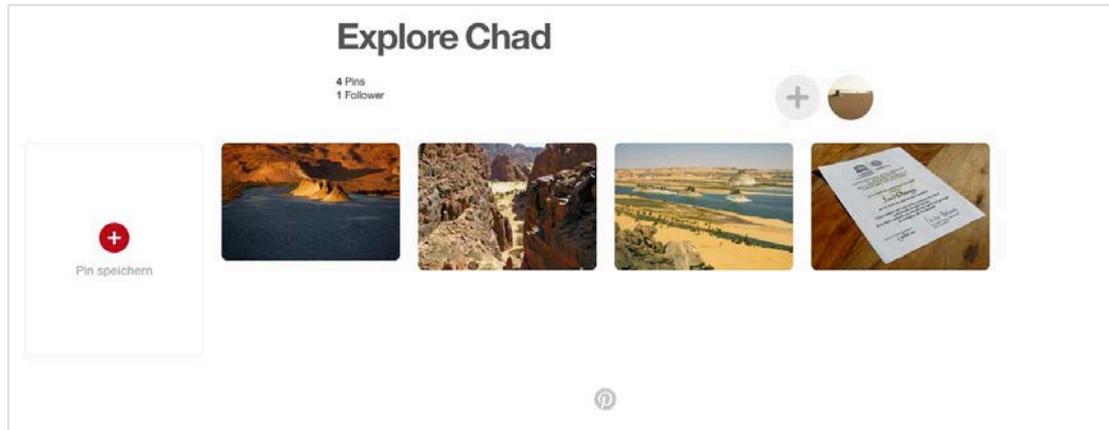


Abbildung 30: „Explore Chad“ auf Pinterest.

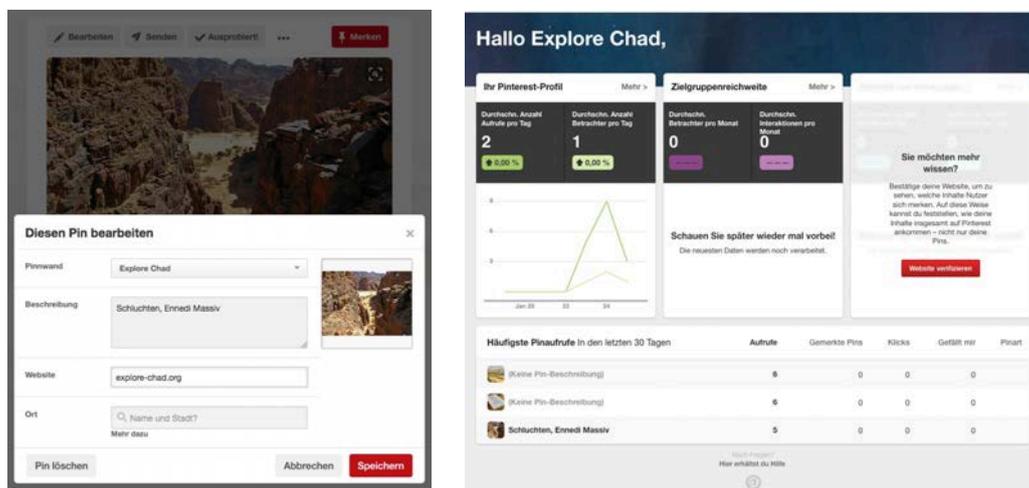
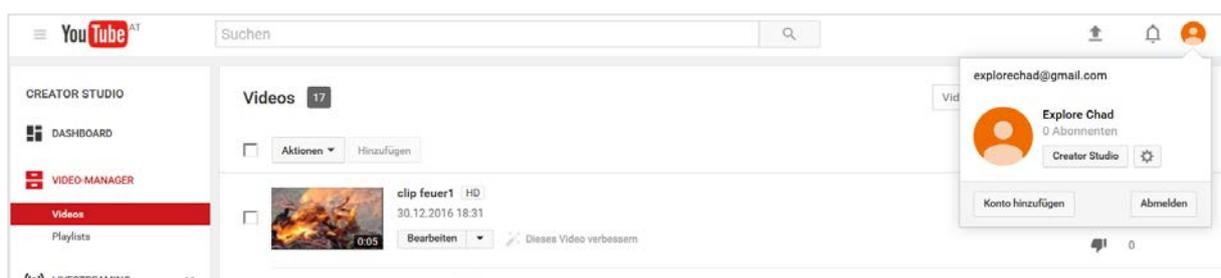


Abbildung 31: Angabe Webseite und Analyse der Besucher

7.5 YouTube

Der Name des YouTube-Kanals heißt „Explore Chad“. Die Anmeldung zum Konto erfolgt direkt über die YouTube-Webseite: <http://youtube.de>.

Das Creator Studio ist über den Knopf  erreichbar.



Im Menü Video Manager können alle hochgeladene Videos bearbeitet, gelöscht sowie neue Videos hochladen werden. Dabei ist immer auf den jeweiligen Status zu achten: „öffentlich“, „nicht gelistet“ oder „privat“. Die Standardeinstellung ist derzeit auf „privat“ gesetzt. Die Erklärung der Bedeutung:

<https://support.google.com/youtube/answer/157177?co=GENIE.Platform%3DDesktop&hl=de>

Im Menü „Kanal“ erscheinen der aktuelle Status sowie alle verfügbaren Funktionen.

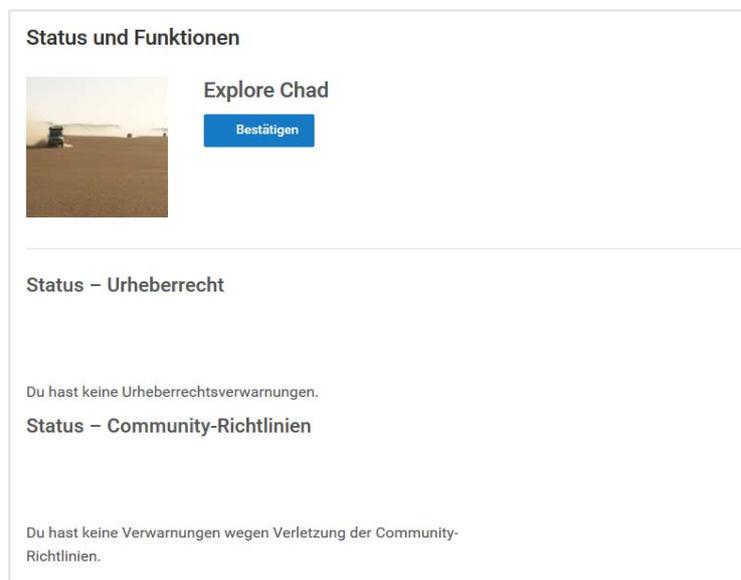


Abbildung 33: YouTube: Status und Funktionen

Beim Anklicken auf den Knopf „Bestätigen“ kann man den Videokanal von Google/YouTube bestätigen lassen. Beim Doppelklick auf das Bild kann die Kanalbeschreibung sowie das Kanalbild geändert werden. Die aktuelle Kanalbeschreibung lautet:

Online-Projekt "Explore Chad" präsentiert die UNESCO Welterbestätten des Tschads und das Forschungsprojekt „Our Way to Europe“ der Universität zu Köln. Mehr Info: <http://www.explore-chad.org>

EXPLORE CHAD



Abbildung 34: YouTube: Kanalbeschreibung

7.6 Liste der Zugangsdaten

Funktion	Firma	Webseite
WebHosting	1&1	https://www.1und1.de/login
Zugang zur E-Mail	1&1	https://webmailcluster.1und1.de/?source=HostingControlPanel
Wordpress-Theme Verwaltung	Envato	https://account.envato.com/sign_in
WordPress Account	1&1	http://www.explore-chad.org/wp-admin
Theme "Kallya"-Support Service	Hogash	http://support.hogash.com/
Konto für Google-Dienste	Google	http://accounts.google.com https://www.google.com/analytics/
YouTube-Kanal	YouTube	http://YouTube.com
Pinterest-Konto	Pinterest	http://www.pinterest.com/explorechad
Newsletter Service	ChimpMail	http://www.ChimpMail.com

Tabelle 5: Liste der Zugangsdaten (Passwords werden getrennt zur Verfügung gestellt)

8 ANHANG

A. Rechtliche Hinweise

Für den Webbereich gelten die Gesetze des Landes, in dem die Webseite gehostet wird: in diesem Fall ist es Deutschland. Für die Veröffentlichung der textuellen und audiovisuellen Inhalte auf der Webseite, im Blog und in den sozialen Netzwerken sind u.A. folgende Gesetze von Bedeutung:

- Telemediengesetz <https://www.gesetze-im-internet.de/tmg/>
- Urheber- und Leistungsschutzgesetz <http://www.gesetze-im-internet.de/urhg/>
- Datenschutzgesetz http://www.gesetze-im-internet.de/bdsg_1990/index.html

Bei der Veröffentlichung von Fremdmaterial ist auf folgende Punkte zu achten:

- Im Blog darf kein Screenshot/Foto/Abzug/Kopie eines in einer Zeitschrift/Zeitung veröffentlichten Artikels veröffentlicht werden. Der Artikel kann mit eigenen Worten beschrieben und anschließend auf diesen verlinkt werden.
- Vor einer Expedition ist zu klären, inwieweit Verwertungsrechte für Fotos, Videos und Texte bestehen. Verwertungsrechte sind am besten schriftlich zu vereinbaren.

Nutzungsbedingungen:

- Pinterest: <https://about.pinterest.com/de/terms-service>
- YouTube: <https://www.youtube.com/static?gl=DE&template=terms&hl=de>

Lizenzen:

- EnvatoMarket: <https://themeforest.net/licenses/terms/regular>

- Common Creators: <https://creativecommons.org/>
- Google Fonts: <https://fonts.google.com/about>

B. Potentielle Maßnahmen für die Zukunft

Die umgesetzte Version des Projektes „Explore Chad“ (Webseite, Blog, Newsletter, Pinterest, YouTube) präsentiert dem breiten Publikum die Forschungstätigkeit von Dr. Kröpelin und seinem Team im nördlichen Tschad.

Umfassende Präsentation von fachspezifischen Themen auf der Webseite

Die Forschungsergebnisse werden derzeit nicht gesondert präsentiert. Daher wurde im Redaktionsplan empfohlen eine eigene Seite anzulegen, um auf die Forschungen näher einzugehen. Falls es der Bedarf besteht die Forschungsarbeit umfangreicher zu präsentieren um z.B. das wissenschaftliche Publikum anzusprechen, dann soll eine eigene Sub-Domain angedacht werden (z.B. science.explore-chad.org). Durch die Entkoppelung von der Hauptwebseite ergeben sich folgende Vorteile:

- Ein eigener Schwerpunkt (z.B. Forschungsarbeit) kann definiert und beliebig umfassend präsentiert werden
- Eine eigene Struktur kann angelegt werden
- die Zielgruppen können neu definiert werden (z.B. Fachpublikum)
- Ein Online-Archiv kann geschaffen werden

Zusammenarbeit mit anderen Institutionen/Wissenschaftler

Das Internet als Medium bietet das Potential der Archivierung und Bereitstellung des Wissens (im Sinne von Wikipedia). Je umfassender, nützlicher und breiter die Präsenz im Internet angelegt ist, desto mehr Potential bietet sie für eine bessere Darstellung der Gegend/Forschungsfelder sowie bessere Auffindbarkeit in Suchmaschinen was zu einem höheren Bekanntheitsgrad und damit zu mehr Besuchern der Webseite führt.

Da die Ziele dieses Projektes über den Wunsch hinausgehen, nur die eigene Arbeit zu präsentieren, hat das Online-Projekt „Explore Chad“ das Potential, mit der Zeit ein umfassendes Online-Portal für die Präsentation der Gegend zu werden.

Dieses Potential kann und soll durch eine (virtuelle) Kollaboration zwischen mehreren Institutionen und Wissenschaftler stattfinden. Folgende zwei Themen bieten sich beispielweise gut an:

- **Geschichte der Expeditionen im nördlichen Tschad**

Auf der Webseite wurde im Menü „Expeditionen“ eine Timeline mit Forschern und ihren Expeditionen erstellt. Diese Präsentation kann um eine detaillierte Geschichte der Erforschung der Gegend erweitert werden. Darüber hinaus kann eine umfangreiche Archivierung des Materials aller Wissenschaftler (wie z.B. von Peter Fuchs oder Otto Bieber), die im Norden vom Tschad geforscht haben gesammelt werden und auf einer eigenen Sub-Domain angelegt werden.

- **Ethnologie und Geschichte**

Das Projekt bietet sich für die Präsentation von ethnologischen und geschichtlichen Erkenntnissen, die vor allem durch Zusammenarbeit mit anderen Forschern möglich ist, an. In der derzeitigen Fassung der Webseite sind diese Themen nicht enthalten. Eine Aufnahme jedoch ist sehr zu empfehlen.

Wissenschaft für Kinder

Ein nettes Projekt wäre die Themen kinder- und jugendfreundlich zu gestalten. Hier kann eine Zusammenarbeit mit einheimischen Schulen im Tschad angedacht werden.

In diesem Zusammenhang können verschiedene Ziele gesetzt werden:

- Kinder für den Schutz und Erhalt der Gebiete zu sensibilisieren.
- Kindern die Forschungsergebnisse und die Bedeutung der UNESCO-Anerkennung zu erklären.
- Kinder auf die Wissenschaft neugierig zu machen.

Formate, die für Kinder tauglich sind und an das Alter angepasst werden können:

- Vorschulkinder: Einfache Zeichnungen/Abbildungen, die bemalt, als Punkt-zu-Punkt-Grafik verbunden oder als einfache Geschichte erzählt werden.
- Schulkinder: einfache wissenschaftliche Artikel, Rätsel, komplexere Geschichten über Wissenschaftler und ihren Expeditionen, Infografiken
- Jugendliche: komplexere wissenschaftliche Artikel mit Fakten und Information

Auch eine Mitarbeit am Projekt „Frontiers for Young Minds“ kann berücksichtigt werden. Bei dieser online Plattform können Wissenschaftler ihre Ergebnisse in einem kinderfreundlichen Format veröffentlichen. Kinder werden in den Review-Prozess einbezogen. So wird gewährleistet, dass die veröffentlichten Beiträge von Kindern tatsächlich verstanden werden. Damit kann auch ein neues Zielpublikum (Kinder und Jugendliche) erreicht werden.

Infos über das Projekt: <http://kids.frontiersin.org/about>

EXPLORE CHAD

Richtlinien für altersgerechtes Schreiben für Kinder:

http://kids.frontiersin.org/Documents/How_To_Write_Frontiers_For_Young_Minds_Article.pdf

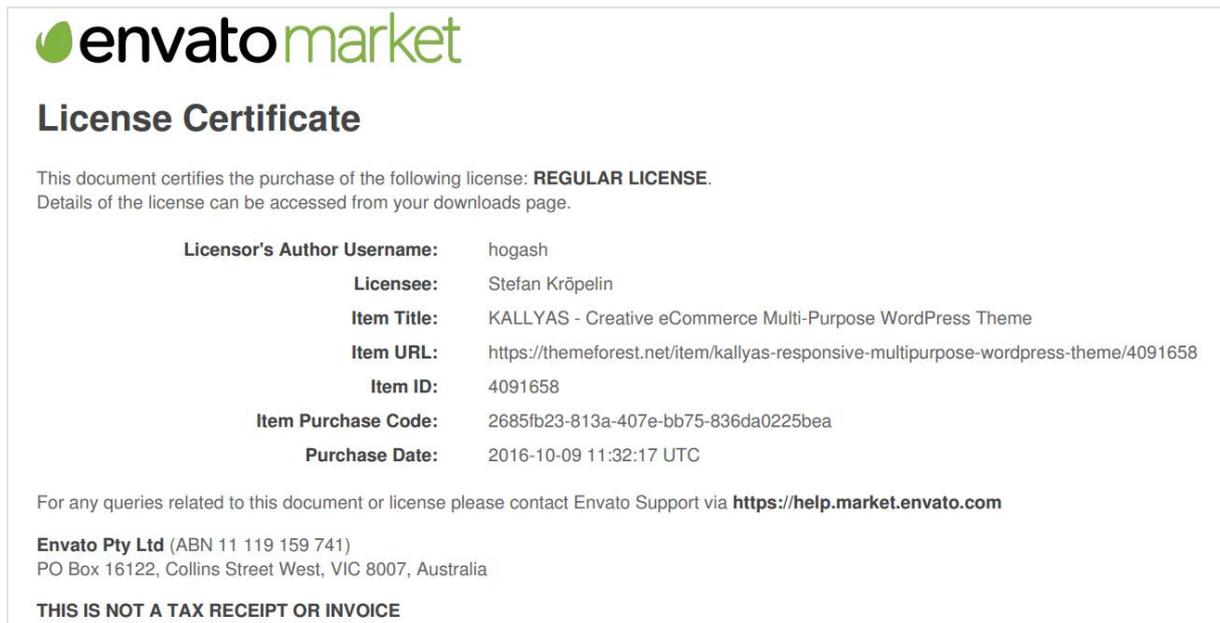
C. Wordpress-Theme Kallya

Kallya Lizenz

Allgemeine

Nutzungsbedingungen:

<https://themeforest.net/licenses/terms/regular>



envato market

License Certificate

This document certifies the purchase of the following license: **REGULAR LICENSE**.
Details of the license can be accessed from your downloads page.

Licensor's Author Username:	hogash
Licensee:	Stefan Kröpelin
Item Title:	KALLYAS - Creative eCommerce Multi-Purpose WordPress Theme
Item URL:	https://themeforest.net/item/kallyas-responsive-multipurpose-wordpress-theme/4091658
Item ID:	4091658
Item Purchase Code:	2685fb23-813a-407e-bb75-836da0225bea
Purchase Date:	2016-10-09 11:32:17 UTC

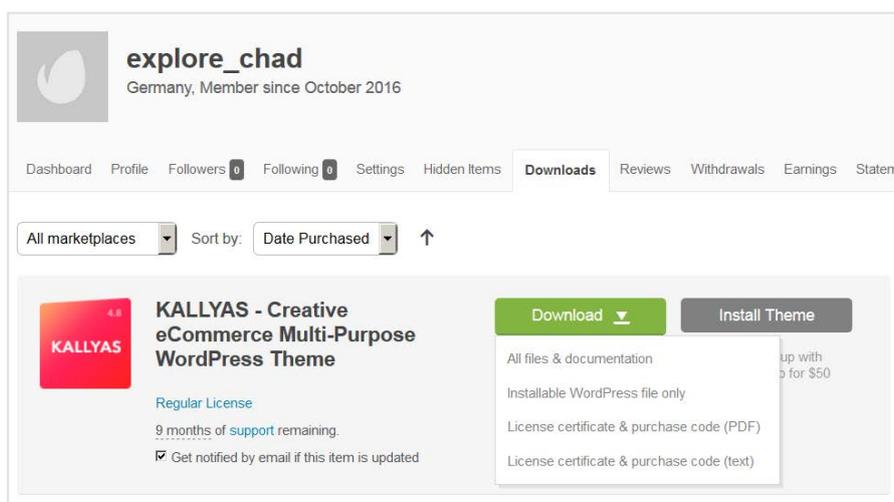
For any queries related to this document or license please contact Envato Support via <https://help.market.envato.com>

Envato Pty Ltd (ABN 11 119 159 741)
PO Box 16122, Collins Street West, VIC 8007, Australia

THIS IS NOT A TAX RECEIPT OR INVOICE

Abbildung 35: Wordpress-Theme: Lizenz

Erreichbar im Envato-Market-Konto, im Download-bereich:



explore_chad
Germany, Member since October 2016

Dashboard Profile Followers 0 Following 0 Settings Hidden Items **Downloads** Reviews Withdrawals Earnings Stateme

All marketplaces Sort by: Date Purchased ↑

KALLYAS - Creative eCommerce Multi-Purpose WordPress Theme
Regular License
9 months of support remaining.
 Get notified by email if this item is updated

Download **Install Theme**

- All files & documentation
- Installable WordPress file only
- License certificate & purchase code (PDF)
- License certificate & purchase code (text)

Abbildung 36: Envato-Konto: Download-Bereich

Kallyas Theme

Die Einstellungen des Wordpress-Themes „Kallya“ ist über das WordPress-Dashboard, im Menüpunkt „Kallyas Theme“ erreichbar:

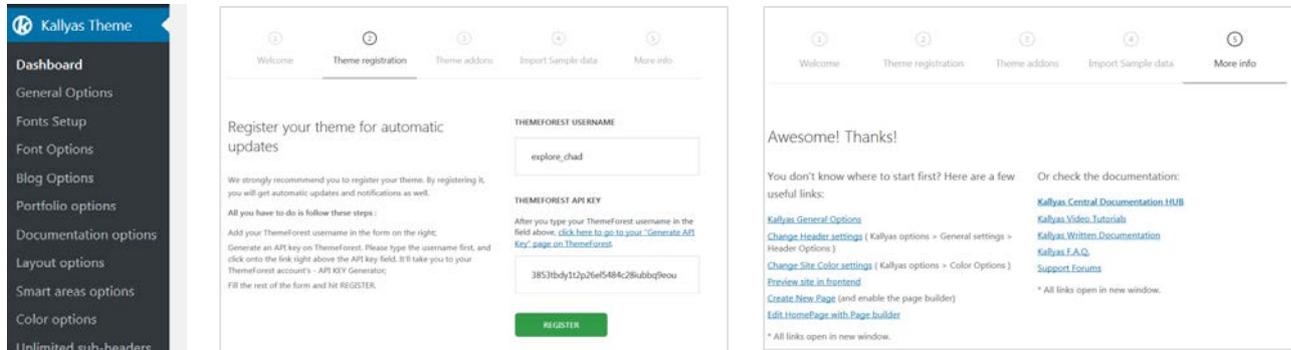


Abbildung 37: Kallya Theme: Einstellungen

Nicht verwendete/benötigte Einstellungsmöglichkeiten:

- Portfolio options
- Documentation options
- Smart area options
- Unlimited Sub-headers
- Sidebar options
- Coming soon option
- 404 page options
- Woocommerce options

D. Erstellen eines Blog-Beitrages

Schritt 1:

- Auf „Beiträge/Erstellen“ klicken
- Den Titel eintragen
- Den Text in das Textfeld eintragen, ggf. mit Hilfe von zur Verfügung gestellten Funktionen bearbeiten

- Die Rubrik „Veröffentlichen“ aktualisieren. Status eintragen. Datum eintragen: der Beitrag kann auch zu einem späteren Zeitpunkt erscheinen.

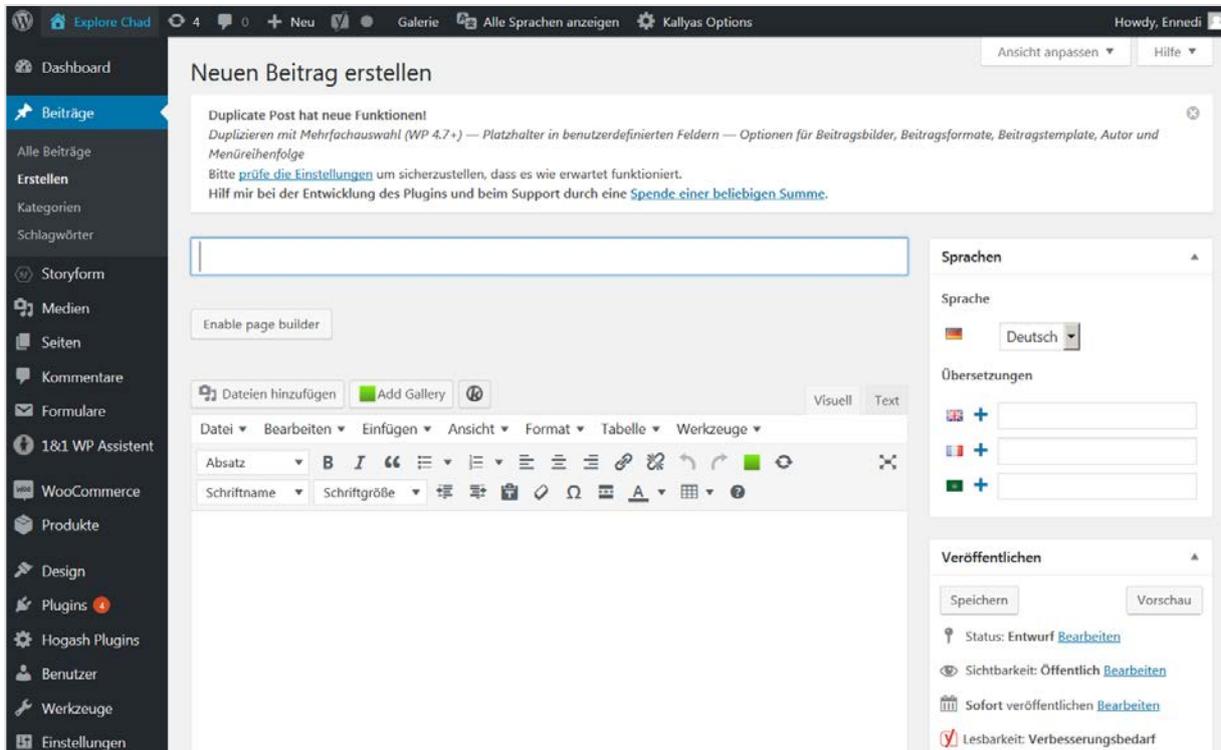


Abbildung 38: WP-Beitrag: Erstellung

- Yoast SEO-Eintragungen

Der Text ist in der Snippet-Vorschau zu beachten. Die Vorschau zeigt, wie der Beitrag in der Google Suche dargestellt wird. Wenn der Text anders erscheinen soll als im ersten Satz, dann kann im Snippet ein anderer Text eingefügt werden. Auch die gewünschten Suchbegriffe (Keywords) können eingetragen werden (z.B. Expedition ins Tibesti 2015).

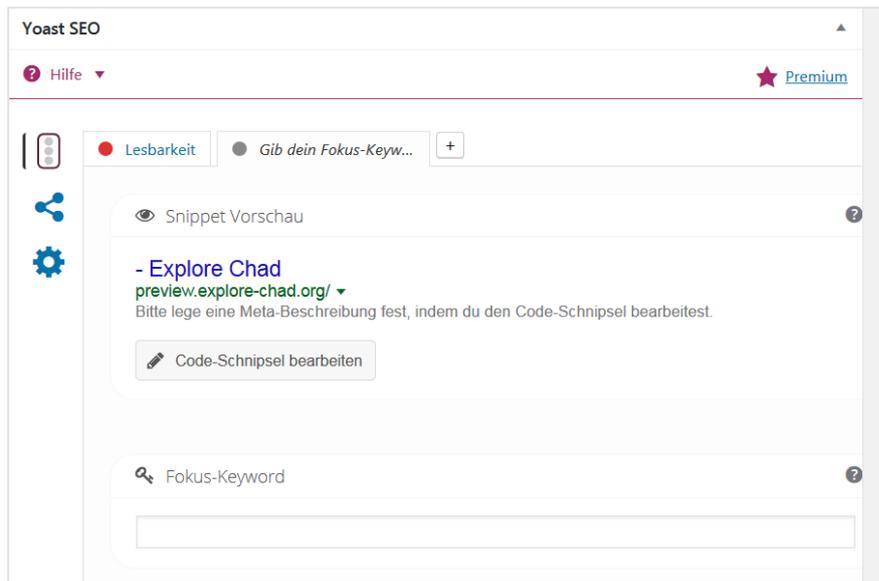


Abbildung 39: WP-Beitrag: Yoast SEO Einstellungen

- Beitragsformat festlegen (Standard, Video etc.)
- Kategorien anklicken und Schlagwörter definieren
- Beitragsbild einfügen (ganz am Ende des Beitrages).

Nur durch Betätigen des Buttons „Veröffentlichen“ oder „Aktualisieren“ wird der Beitrag endgültig gespeichert.

In der Vorschau, wo alle Beiträge zu sehen sind, können die Informationen zum Beitrag durch „Quickedit anpassen“ geändert werden.



Abbildung 40: WP-Beitrag: Quick Edit

Erstellung eines Videobeitrages

Die Schritte sind gleich wie bei der Erstellung eines Standardbeitrages. Das Video wird wie folgt eingefügt:

- Im Beitragsformat „Video“ anklicken
- Button Dateien hinzufügen oberhalb des Textfeldes anklicken
- Das Feld „Von URL einfügen“ und den Link einfügen

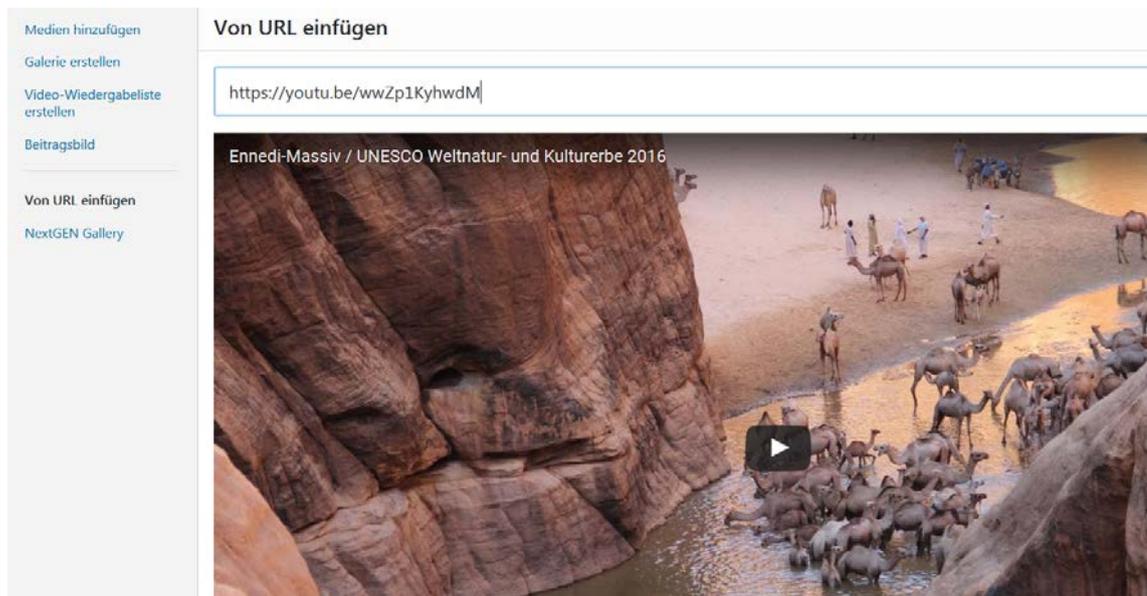


Abbildung 41: WP-Beitrag: Videobeitrag erstellen

- Anschließend Aktualisieren

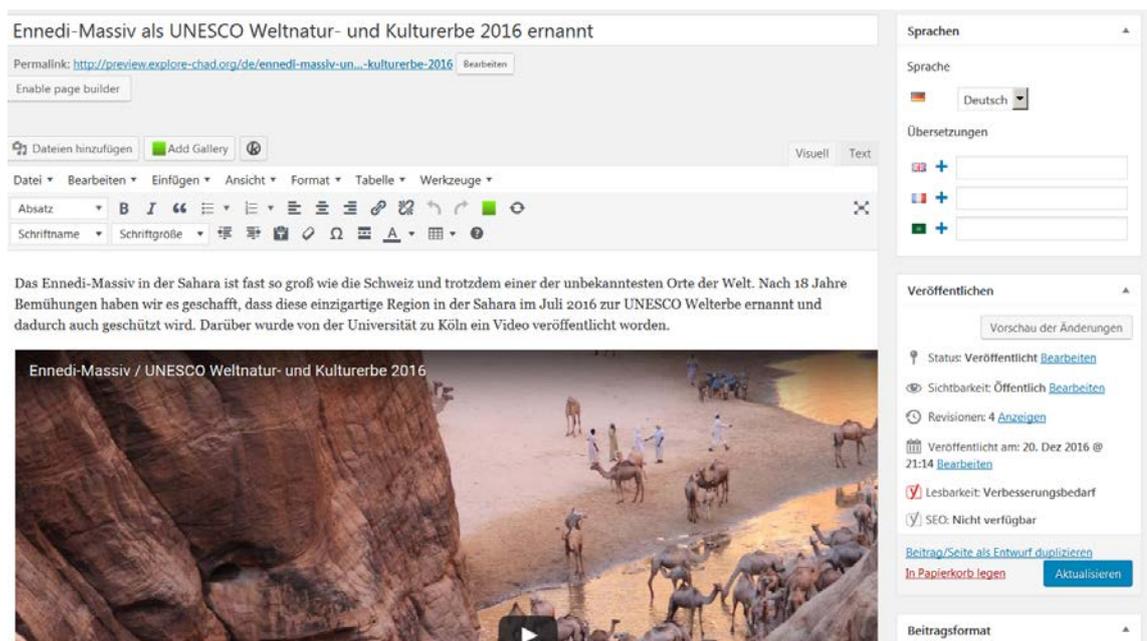


Abbildung 42: WP-Beitrag: Videobeitrag einfügen

- Ein Beitragsfoto ist auch bei einem Videobeitrag einzufügen. Dieses erscheint in der Blogübersicht.

Einfügen eines Videos in den Text

Einen Standard-Beitrag wie beschrieben anlegen und per Menü „Einfügen/Video einfügen/bearbeiten) das Video einfügen.

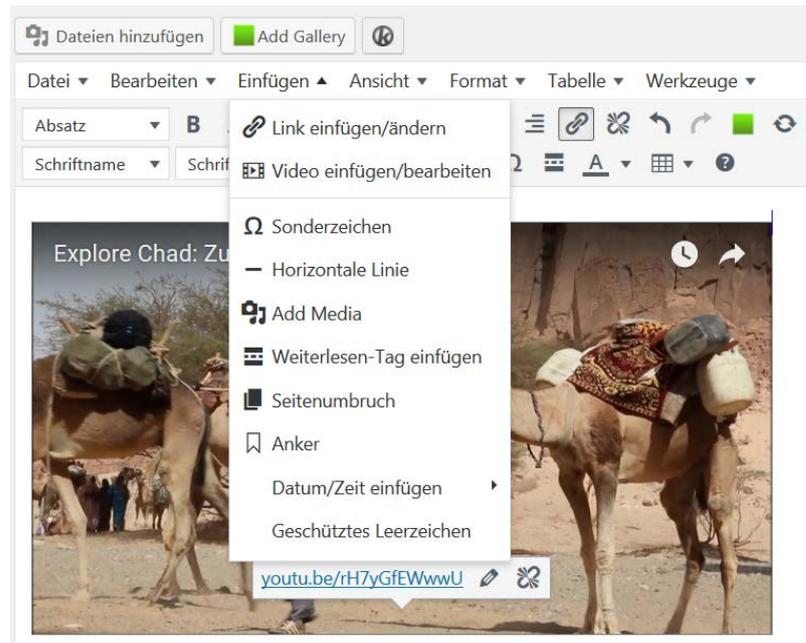


Abbildung 43: WP-Beitrag: Video einfügen

E. Andere Lizenzen für das audiovisuelle Material

Fotomaterial

- Stefan Kröpelin (sämtl. Bildmaterial zur Veröffentlichung zur Verfügung gestellt - per Mail)
- Adam Polczyk (sämtl. Bildmaterial zur Veröffentlichung zur Verfügung gestellt - per Mail)
- Helmut Kulitz (sämtl. Bildmaterial zur Veröffentlichung zur Verfügung gestellt - per Mail)
- Eric Goethals (Genehmigung an Dr. Baba Mallaye erteilt)
- Museum Stendal (zum Thema Gustav Nachtigal) (Genehmigung für weitere Nutzungen erteilt an Uni Köln und Deutsche Botschaft N'Djamena, 2014)

Videomaterial

Thema	Beschreibung	Urheberrechte	Genehmigt am:
Videofilme zum Ounianga Tagebuch (YouTube-Kanal)	Mitschnitte aus dem veröffentlichten Video „Patrimoine de l'Humanité au Tchad - Lacs d'Ounianga et Archei“	Stefan Kröpelin Universität zu Köln	September 2016 Genehmigung und Footage per E-Mail an das FH-Burgenland Team
Videofilme zu Ennedi und Tibesti (YouTube-Kanal) und Videoclips (Mediathek)	Originalmaterial, das direkt zur Verfügung gestellt wurde	Adam Polczyk Universität zu Köln	30. November 2016 Genehmigung und Footage per E-Mail an das FH-Burgenland Team

Tabelle 6: Genehmigungen für das Videomaterial

Audiomaterial

Für die Videos zum Expeditionstagebuch (gespeichert auf YouTube-Kanal) wurden mehrere Audioclips als Hintergrundmusik verwendet.

Lieder	Lizenz	Urheberrechte	Download-Datum
Autumn Sunset Happy Strummin' One Fine Day Travel Light Words	Attribution-NonCommercial 3.0 Unported (CC BY-NC 3.0)	Jason Shaw http://audionautix.com/	9. Dezember 2016
Co-Creators Instrumental	https://creativecommons.org/licenses/by-nc/3.0/	Nic Jaina FreeMusicArchive.org	8. Dezember 2016

Tabelle 7: Lizenzen für das Audiomaterial

EXPLORE CHAD

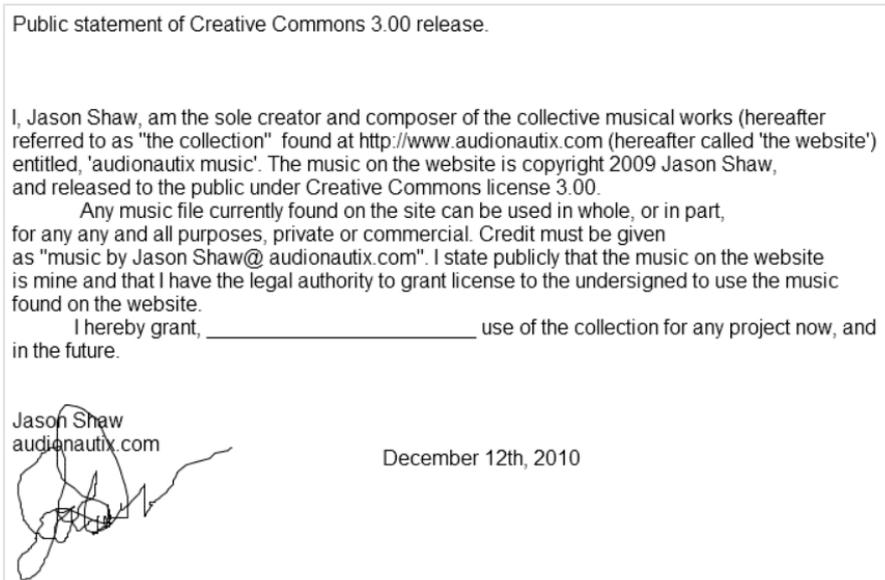


Abbildung 44: Common Creativ 3.0 licence by Jason Shaw, Audionautix.com (13. Jänner 2017)³

The screenshot shows the Free Music Archive (FMA) website interface. At the top, the FMA logo is on the left, and navigation links for Curators, Genres, Charts, About the FMA, and Donate are in the center. A search bar with a 'GO' button is on the right. Below the navigation, a breadcrumb trail reads: 'You came this way: Home > Needle Drop Co. > Nick Jaina > Brutal Lives (Instrumenta... > Co-Creators (Instrumental)'. The main content area features the track 'Co-Creators (Instrumental)' by Nick Jaina. On the left is a large circular logo for 'NEEDLE DROP CO.'. To the right of the logo is a track player showing the track name and duration (02:48). Below the player is a 'Track Info' section with details: Instrumental (Yes), Bit Rate (320000), and Genres (Singer-Songwriter). A 'Share' section is also visible. On the right side of the track, there are statistics: Uploaded (09/30/2016), Listens (1020), Starred (1), Comments (0), and Downloads (183). There are also links for 'VIEW ALBUM PAGE' and 'VIEW ARTIST PAGE'. At the bottom right, there is a Creative Commons Attribution-NonCommercial 3.0 International License logo and a detailed license description.

Abbildung 45: Common Creativ 3.0 licence by Nick Jaina, FreeMusicArchive.org (13. Jänner 2017)⁴

³ <http://audionautix.com/Saved/CCrelease.jpg>

⁴ http://freemusicarchive.org/music/Nick_Jaina/Brutal_Lives_Instrumentals/Co-Creators_Instrumental



Attribution-NonCommercial 3.0 Unported (CC BY-NC 3.0)

This is a human-readable summary of (and not a substitute for) the [license](#).

[Disclaimer](#)

You are free to:

Share — copy and redistribute the material in any medium or format

Adapt — remix, transform, and build upon the material

The licensor cannot revoke these freedoms as long as you follow the license terms.

Under the following terms:



Attribution — You must give **appropriate credit**, provide a link to the license, and **indicate if changes were made**. You may do so in any reasonable manner, but not in any way that suggests the licensor endorses you or your use.



NonCommercial — You may not use the material for **commercial purposes**.

No additional restrictions — You may not apply legal terms or **technological measures** that legally restrict others from doing anything the license permits.

Abbildung 46: Common Creativ 3.0 Lizenz⁵

⁵ <https://creativecommons.org/licenses/by-nc/3.0/>