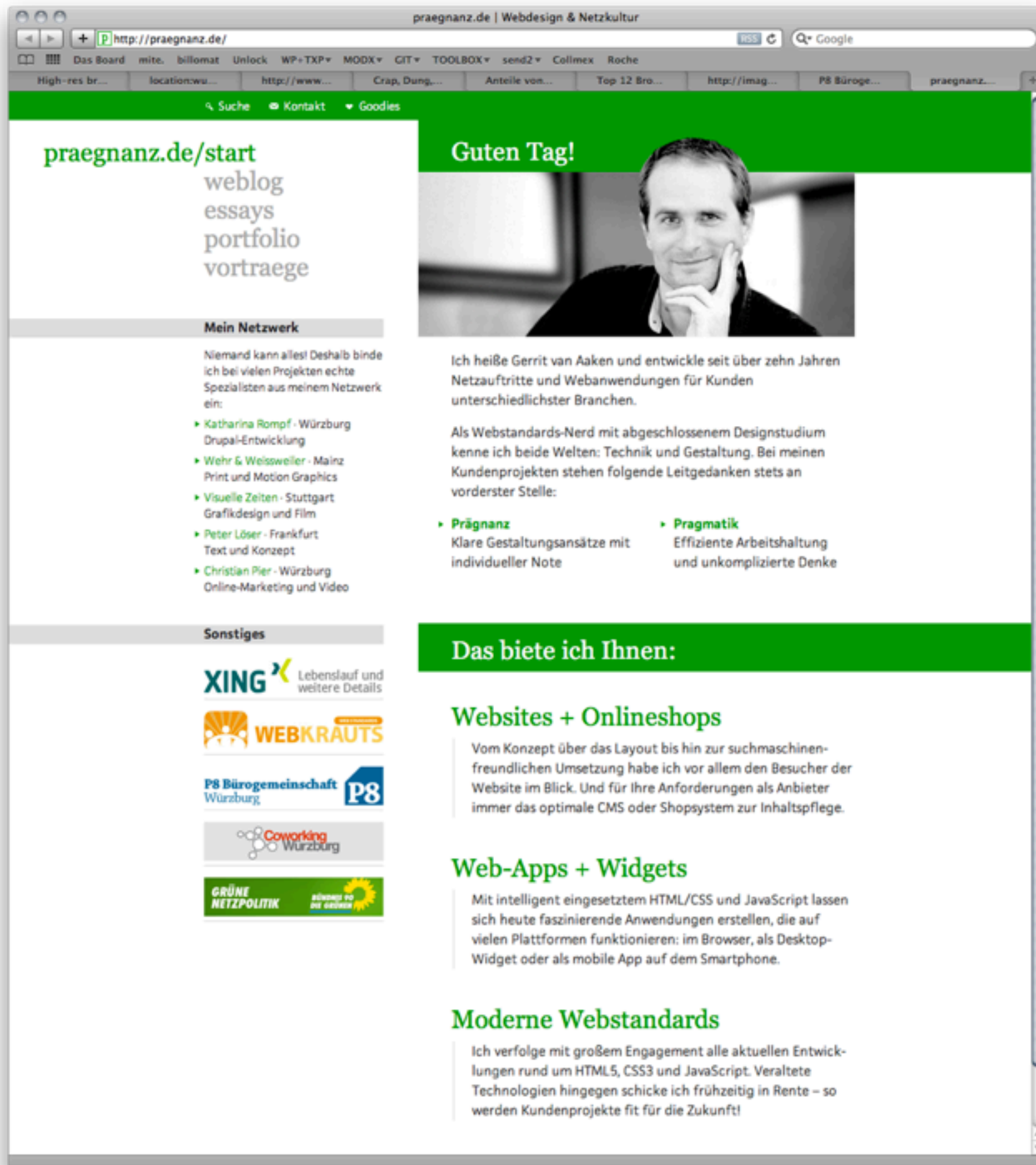


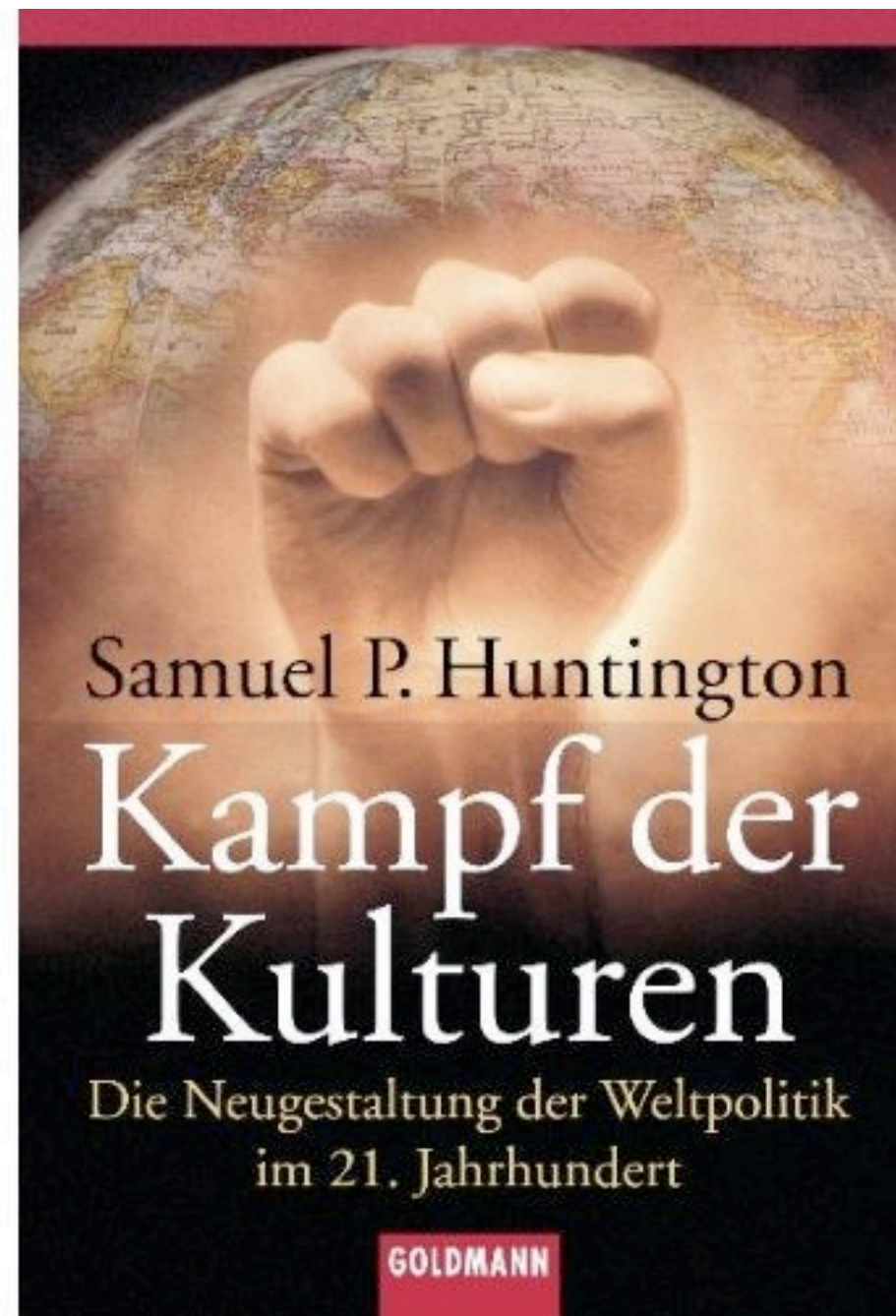
Web-Branding in der Usability-Diktatur

Wie Designer und Werber im modernen Web umdenken müssen

Gerrit van Aaken, praegnanz.de
16.09.2011 / Mediale Hamburg



Kampf der Kulturen



Mr. Corporate sagt:
„Die Marke ist heilig.“



=





Mercedes-Benz

3

Daimler AG - 70546 Stuttgart
32.0

2

Werk Untertürkheim

33.0

151.0

Telefon/Phone
+ 49 7 11 17-

Telefax/Fax
+ 49 7 11 17-

Hauspost-Code
Internal Code 68.0

4

Ihre Zeichen, Ihre Nachricht vom
Your reference

Unser Zeichen, unsere Nachricht vom
Our reference

Name,
E-Mail

Datum/Date

87.0

87.0

24.0

74.8

125.7

151.0

176.4

5

148.5

All measurements in millimetres (mm)
Alle Vermaßungen in Millimeter (mm)



Mercedes-Benz

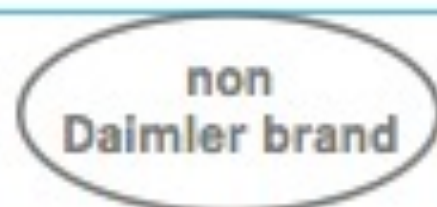
5.0



5.0

Mercedes-Benz and smart are
registered trademarks of Daimler AG,
Stuttgart, Germany

10.0



5.0

bm International Brand

5.0

non Daimler brand



Example slide: text and image with 2-line heading

Blind text which is used repeatedly in order to give an impression of the font and therefore covers an area of several lines.

Blind text which is used repeatedly in order to give an impression of the font and therefore covers an area of several lines. Blind text which is used repeatedly in order to give an impression of the font and therefore covers an area of several lines.



Ziel: Wiedererkennung



Don't play with the logo



Stauchen



Dehnen



Farbumkehrung



„Ähnliche“ Farben



„Kreativ“ sein



„Lustig“ sein



Auf Farbfläche platzieren
(Nur in Ausnahmefällen)



Auf Bild platzieren

Einheitsdesign in allen Medien ...



© 2011 Parents Of Autistic Children of Northern Virginia

... führt zu Überbrandung im Web!

Mercedes-Benz Deutschland – Personenwagen

http://www.mercedes-benz.de/content/germany/mpc/mpc_germany_website/de/home_mpc/passenger

Google

Das Board mite. billomat Unlock WP+TXP MODX GIT TOOLBOX send2 Collmex Roche Schlegel

Mercedes-Benz Deutschland – Pe...

Personenwagen

Mercedes-Benz Deutschland

Anmelden | Kontakt | Einstieg & Karriere

Suche

Mercedes-Benz

Neufahrzeuge Gebrauchtfahrzeuge Service und Zubehör Finanzdienste Großkunden Mercedes Welt Mein Mercedes

Effizienz zahlt sich aus! Am 24.9.

Am 24.9. umsteigen, 3.000 Euro Eintauschprämie* sichern und von Privat-Leasing plus profitieren.

[Zu den Angeboten](#)



* Eintauschprämie gemäß den Richtlinien der Mercedes-Benz Gebrauchtwagen-Inzahlungnahme. Weiterführende Informationen bei allen teilnehmenden Mercedes-Benz Partnern. Angebot gültig vom 01.09. bis 31.12.2011 für Neufahrzeuge der A-, C-, E-, SLK-Klasse sowie für den Viano.

TOP THEMEN

- [Effizienz zahlt sich aus](#)
- [Die neue B-Klasse](#)
- [Concept A-CLASS](#)
- [Das neue C-Klasse Coupé](#)
- [IAA 2011](#)

SCHNELLEINSTIEG

- [Konfigurator](#)
- [Händlersuche](#)
- [Broschürenbestellung](#)
- [Gebrauchtfahrzeugsuche](#)
- [Neufahrzeugsuche](#)
- [Service & Zubehör Shop](#)

MODELLÜBERSICHT

Die Mercedes-Benz Personenwagen im Überblick.



[Modellübersicht](#)

AKTUELLES

- [Gelber Engel 2011](#)

Der ADAC sucht das Lieblingsauto der Deutschen.
- [Das Berlin Festival 2011](#)

Das Festival legt seinen Besuchern Berlin zu Füßen.

Mehr über Mercedes-Benz

- [Vans und Freizeitmobile](#)
- [Transporter](#)
- [Lkw](#)
- [Sonderfahrzeuge](#)
- [Busse](#)
- [Unimog](#)

Sitemap | © 2011, Daimler AG. Alle Rechte vorbehalten (Anbieter) | Cookies | Datenschutz | Rechtliche Hinweise

HARIBO

HOME

CITY

INFO

SHOP



LAND



Ihr Suchbegriff



ZAUBER DER
GOLDBÄREN-PRODUKTION

Entdecke den ZAUBER DER
GOLDBÄREN-PRODUKTION
**UND GEWINNE EINEN
FORD FIESTA** in der Farbe
Deiner Lieblings-GOLDBÄREN!



+++ Willkommen auf der neuen Website von HARIBO +++

+++ [Unsere Produktneuheiten 2011](#) +++

**HARIBOs Große
Kastanienaktion!**

Tauscht Eure Kastanien
und Eicheln gegen
HARIBO-Artikel!



Sommerlicher Badespaß

Gewinne mit HARIBO
eines von 3
Schlauchbooten!



**Mach mit bei der
MAOAM Quiz-Show**



**HARIBO
Stop Motion Contest**



Aktuelles

Unternehmen

Produkte

Verbraucherinfo

Presse & Handel

Karriere

Shops

Kontakt & Service



Die leckeren
Zutaten



Für dich gedreht —
die hanuta **Filme**



Die
aufbauenden
Worte



Warum hanuta so
lecker schmeckt



hanuta
Für Dich gebacken.



Kernig, knusprig, nussig —
das hanuta **Sortiment**





Produkte

Expertenrat

Wäsche und
die Familie

Über Ariel

for me:
mit
das Online-Magazin mit Tipps und Tricks,
Produktbewertungen und Spar-Coupons.

Was suchen Sie?

Suche

Top-Suchbegriffe Wäsche

Duftende
Innovation

Flecken Tipps

Weißes waschen

Sparsam waschen

Mehr

Ariel mit einem Hauch Febreze Frische

Das brandneue Vollwaschmittel von Ariel verbindet die strahlende Reinheit von Ariel mit der Frische von Febreze. Spüren Sie den ganzen Tag die Frische von strahlend sauberer Wäsche!



Was denken Sie?

Eva: "Wie erhalte ich leuchtende Farben - aber fleckenfrei?"
Ariel: "Wir empfehlen Ariel mit Actilift™ Color & Style."

Rund um Ariel

News

Mehr

Erneuter Testsieger Ariel Compact Color!

[Hier geht's zum Artikel](#)



Zweifel los, Flecken los! Die Ariel Fleckentferner-Serie - jetzt auch speziell für weiße Wäsche!



Erneuter Testsieger
Ariel Compact Color!



Produkte

Mein Burger

McCafé

Familie & Kids

Ernährung

Unternehmen

McFinder Newsletter Kontakt Jobs & Karriere Presse Impressum Datenschutz

HEINE  GUTSCHEINE  GUTSCHEINE  GUTSCHEINE  G



SPAREN
BIS ZU **50%***



AUCH FÜR DEIN
FRÜHSTÜCK & *McCafé*

JETZT
HERUNTERLADEN

© 2011 McDonald's. In allen teilnehmenden McDonald's Restaurants in Deutschland. Gültig vom 05.-23.09.2011. *z.B. bei zwei Big Mac® zum Preis von einem.

Eiskalt genießen –
mit dem neuen
Milchshake Mars®

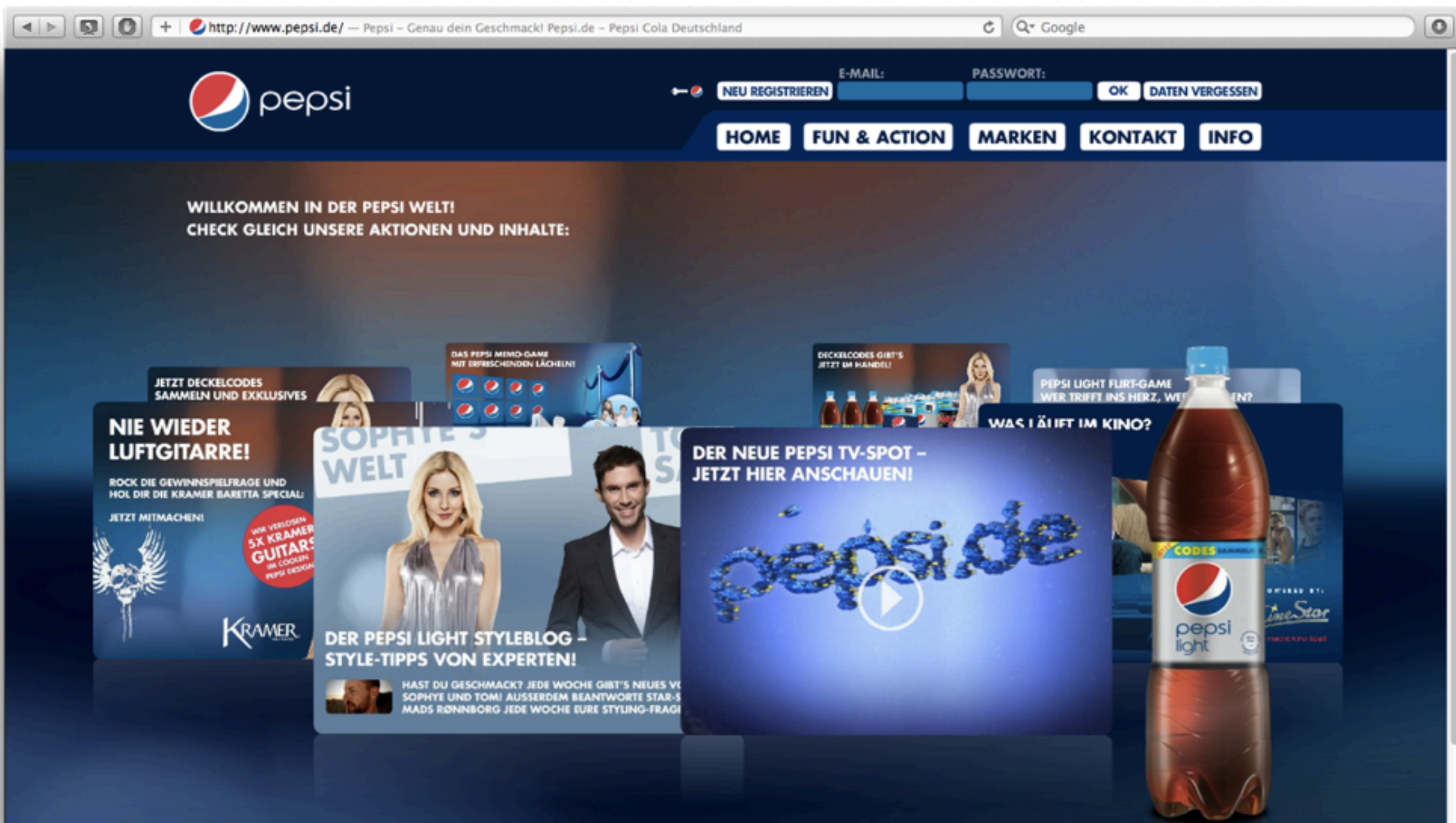


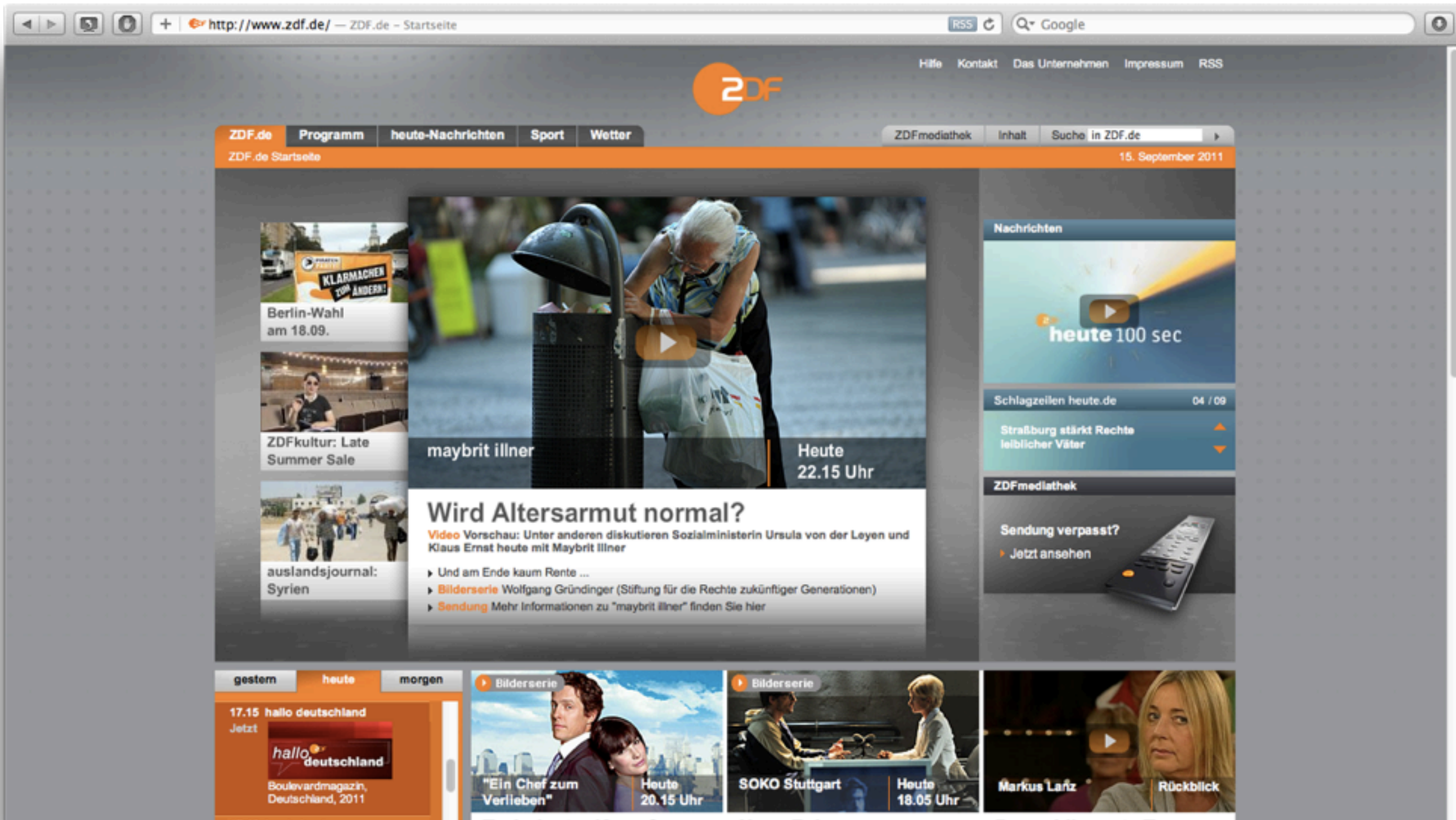
Happy experimentiert!
Jetzt im Happy Meal



McDonald's Corporate Responsibility
Nachhaltigkeitsreport 2010







Mr. Usability will „Volksgestaltung“



=



Jakob Nielsen's Alertbox, September 12, 2011

How Long Do Users Stay on Web Pages?

Summary:

Users often leave Web pages in 10–20 seconds, but pages with a clear value proposition can hold people's attention for much longer because visit-durations follow a negative Weibull distribution.

How long will users stay on a Web page before leaving? It's a perennial question, yet the answer has always been the same:

- *Not very long.*

The average page visit lasts a little less than a minute.

As users rush through Web pages, they have [time to read only a quarter of the text](#) on the pages they actually visit (let alone all those they don't). So, unless your writing is extraordinarily clear and focused, little of what you say on your website will get through to customers.

However, while users are always in a hurry on the Web, the time they spend on individual page visits varies widely: sometimes people [bounce away](#) immediately, other times they linger for far longer than a minute. Given this, **the average is not the most fruitful way of analyzing** user behaviors. Users are human beings — their [behaviors are highly variable](#) and are [not captured fully by a single number](#).

Leaving Web Pages: The Weibull Hazard Function

New [research by Chao Liu and colleagues](#) from Microsoft Research now provides a mathematical understanding of users' page-leaving behaviors. The scientists collected data from "a popular Web browser plug-in," analyzing page-visit durations for **205,873 different Web pages** for which they had captured upwards of **10,000 visits**. Suffice it to say: these guys crunched *a lot* of data (more than 2 billion dwell times).



ABOUT

Profile
Projects
Contact

KNOW HOW

Articles
Speaking
Google+

STORE

iA³ Template
Web Trend Map
iA Writer

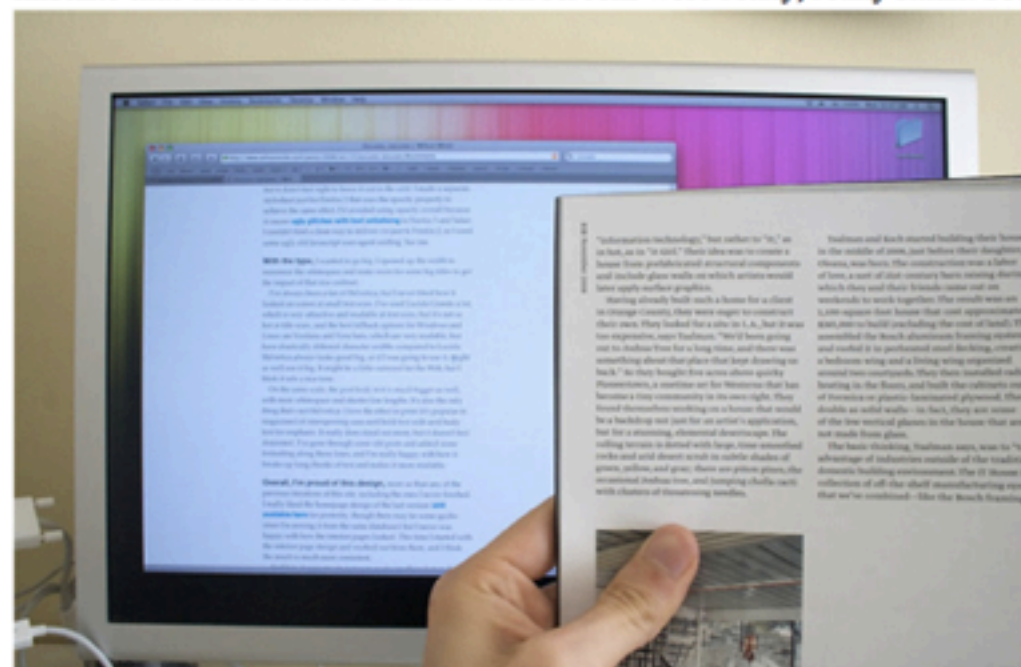
• English
Deutsch
日本語

The 100% Easy-2-Read Standard

« [Previous](#) | [Next](#) »

November 17, 2006 by Oliver Reichenstein. Average Reading Time: about 5 minutes.

Most websites are crammed with small text that's a pain to read. Why? There is no reason for squeezing so much information onto the screen. It's just a stupid collective mistake that dates back to a time when screens were really, really small. So...





WIKIPEDIA
Die freie Enzyklopädie

Hauptseite
Über Wikipedia
Themenportale
Von A bis Z
Zufälliger Artikel

▼ Mitmachen
Hilfe
Autorenportal
Letzte Änderungen
Kontakt
Spenden

► Drucken/exportieren

► Werkzeuge

▼ In anderen Sprachen

English
Italiano
日本語
Nederlands
Polski
Português

Anmelden / Benutzerkonto erstellen

Artikel Diskussion

Lesen

Bearbeiten

Versionsgeschichte

Suche

Mirin Dajo

Mirin Dajo, mit bürgerlichem Namen **Arnold Henske** (* 6. August 1912 in Rotterdam (Niederlande); † 26. Mai 1948 in Winterthur) war für seine Vorführungen bekannt, bei denen er spitze Gegenstände durch seinen Körper stoßen ließ.

Dajo selbst kommentierte seine Taten mit den Worten: *„Sehen Sie, ich bin unverwundbar, und dass ich unverwundbar bin, weiß ich seit zwei Jahren. Allerdings habe ich schon lange Zeit vorher auf dieses Ziel hin trainiert. Aber vor zwei Jahren bog sich eine allzu elastische Waffe bei einem Lungendurchstich ab und fuhr mir quer durch das Herz. Seither habe ich die absolute Gewissheit, dass ich unverwundbar bin.“*^[1]

Angeblich bewies er seine Unverwundbarkeit bei Vorführungen und Untersuchungen in Anwesenheit von Medizinern. Wiedergefundene Originalkameraaufnahmen vom September 1947, die auch im Internet veröffentlicht wurden, veranschaulichen, dass Mirin Dajo das Durchstoßen von Stellen seines Körpers mittels eines Floretts ohne erkennbare Schmerzregung hinnahm. Dajo starb im Alter von 35 Jahren, laut dem Schweizer Journalisten Luc Bürgin an den Folgen einer Infektionskrankheit, nach Ansicht des Leichenbeschauers hingegen an einer Aortenruptur^[2].

Weblinks [Bearbeiten]

- Das Wunder Mirin Dajo* TV-Beitrag in der Sendung Einstein vom 23. April 2009
- Netzdokumente über ein Buch des „Fall Henske“ von Luc Bürgin
- Ausführlicher Artikel von Rudolf Passian
- Ausführliches Video einer Vorführung vor Medizinern in Basel mit Originalkameraaufnahmen aus dem Jahre 1947

Einzelnachweise [Bearbeiten]

- ↑ Bericht über den Fall Henske
- ↑ http://www.philipcoppens.com/mirindajo.html

Normdaten: PND: 129076783 WP-Personeninfo

Kategorien: Pseudonym | Parapsychologie | Niederländer | Geboren 1912 | Gestorben 1948 | Mann

Diese Seite wurde zuletzt am 7. Juni 2011 um 22:53 Uhr geändert.

Der Text ist unter der Lizenz „Creative Commons Attribution/Share Alike“ verfügbar; zusätzliche Bedingungen können anwendbar sein. Einzelheiten sind in den Nutzungsbedingungen beschrieben. Wikipedia® ist eine eingetragene Marke der Wikimedia Foundation Inc.

Datenschutz Über Wikipedia Impressum Mobile Ansicht



W

http://de.wikipedia.org/wiki/Mirin_Dajo — Mirin Dajo - Wikipedia

RSS

100% Easy to read

Anmelden / Benutzerkonto erstellen

Artikel

Diskussion

Lesen

Bearbeiten

Suche



WIKIPEDIA

Die freie Enzyklopädie

Hauptseite

Über Wikipedia

Themenportale

Von A bis Z

Zufälliger Artikel

▼ Mitmachen

Hilfe

Autorenportal

Letzte Änderungen

Kontakt

Spenden

► Drucken/exportieren

Mirin Dajo

Mirin Dajo, mit bürgerlichem Namen Arnold Henske (* **6. August 1912** in **Rotterdam (Niederlande)**; † **26. Mai 1948** in **Winterthur**) war für seine Vorführungen bekannt, bei denen er spitze Gegenstände durch seinen Körper stoßen ließ.

Dajo selbst kommentierte seine Taten mit den Worten: *„Sehen Sie, ich bin unverwundbar, und dass ich unverwundbar bin, weiß ich seit zwei Jahren. Allerdings habe ich schon lange Zeit vorher auf dieses Ziel hin trainiert. Aber vor zwei Jahren bog sich eine allzu elastische Waffe bei einem Lungendurchstich ab und fuhr mir quer durch das Herz. Seither habe ich die absolute Gewissheit, dass ich unverwundbar bin.“*^[1]

Angeblich bewies er seine Unverwundbarkeit bei Vorführungen und Untersuchungen in Anwesenheit von Medizinern. Wiedergefundene Originalkameraaufnahmen vom September 1947, die auch im Internet veröffentlicht wurden, veranschaulichen, dass Mirin Dajo das Durchstoßen von Stellen seines Körpers mittels eines **Floretts** ohne erkennbare Schmerzregung hinnahm. Dajo starb im Alter von 35 Jahren, laut dem Schweizer Journalisten **Luc Bürgin** an den Folgen einer **Infektionskrankheit**, nach Ansicht des Leichenbeschauers hingegen an einer **Aortenruptur**^[2].

Magazin

[Aktuelle Ausgabe](#)[Archiv](#)[Gewinnspiel](#)

Online-Extras

[Hintergrund](#)[Dossiers](#)[Was wurde aus](#)[Veranstaltungen](#)

Kiosk

[Einzelverkauf](#)[Abonnement](#)[brand eins hören](#)[Extras und Bücher](#)[iPad und E-Books](#)

Anzeigen

[Mediainformationen](#)[Mediaberater](#)[Kleinanzeigen Print](#)[Kleinanzeigen Online](#)

Unternehmen

[Geschichte & Philosophie](#)[Medien AG](#)[Presse](#)[Partner](#)

Kontakt

[Briefe an brand eins](#)[Ansprechpartner](#)[Impressum](#)[AGB & Datenschutz](#)

brand eins 09/2011 - SCHWERPUNKT: Gut & Böse

[zurück zum Inhaltsverzeichnis →](#)

Das Gute und die Bösen

Kapitalismus böse? Markt schlecht? Welt sowieso? Und selber? Alles gut? Warum Wirtschaft und Ethik zusammengehören.

Ist das Hirn zu kurz gekommen, wird sehr gern Moral genommen.

Wiglaf Droste

1. Böser Schweinekapitalismus

Niemand kann hellsehen. Aber es gibt so etwas wie sichere Prognosen. Dazu gehört die Antwort, die die Bürger reicher westlicher Staaten heute auf die folgende Frage geben: Wie werden unsere Urenkel uns und die Welt, in der wir leben, sehen? Werden sie uns gut finden oder böse? Mensch, wie kann man so was nur fragen?! Das Urteil der Nachwelt über uns kann überhaupt nicht gut ausfallen! Spätestens seit wir vom Kapitalismus industrieller Prägung befallen sind, also seit ungefähr 200 Jahren, läuft alles falsch. Wir beuten die Erde aus, wir kämpfen gegen die Natur. Alles dreht sich überall nur ums Geld, der Mensch hingegen ist



langweilig!

So geht Corporate Design

Marke A

Marke B

Marke C

Marke D

Visitenkarte

Visitenkarte

Visitenkarte

Visitenkarte

Website

Website

Website

Website

Broschüre

Broschüre

Broschüre

Broschüre

TV-Spot

TV-Spot

TV-Spot

TV-Spot

So geht Usability

Marke A

Marke B

Marke C

Marke D

Visitenkarte

Visitenkarte

Visitenkarte

Visitenkarte

Website

Website

Website

Website

Broschüre

Broschüre

Broschüre

Broschüre

TV-Spot

TV-Spot

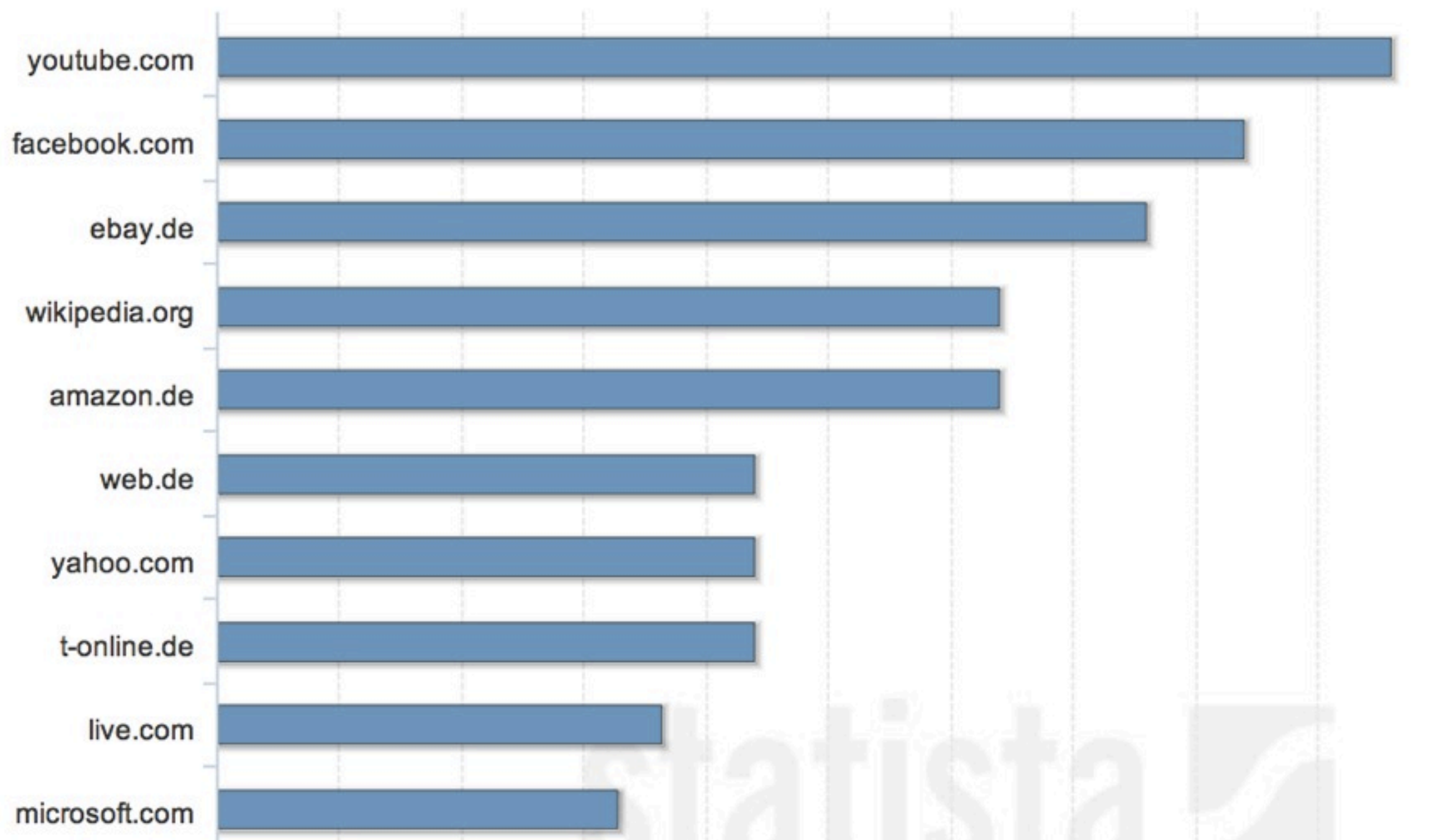
TV-Spot

TV-Spot

erfolgreich!



Die 20 beliebtesten Websites in Deutschland nach der Anzahl der Unique Visitors im November 2010 (in Millionen)



Eigenschaften erfolgreicher, brandingarmer Websites:

- Service-Websites
- User Generated Content
- Marken im Netz geboren
- Extremes „NzB“-Verhältnis
(*Nutzwert zu Branding*)

Alternative Brandingansätze im Web

The Facebook logo, consisting of the word "facebook" in white lowercase letters on a blue rectangular background.

facebook

The YouTube logo, featuring the word "You" in black and "Tube" in white inside a red rounded rectangle.

YouTube

Web-Layout als Marke



Web-Layout als Marke

Browser address bar: <http://www.youtube.com/watch?v=IWJJBwKhvp4> — Heroes--Zeroes Trailer1 DON'T MISS EPISODES 1 thru 4! — YouTube

YouTube logo | heroes | Suchen | Kategorien | Video hochladen | gerritvanaaken

Heroes--Zeroes Trailer1 DON'T MISS EPISODES 1 thru 4!

Digestor2365 6 Videos Abonnieren



0:06 / 1:48 360p

Mag ich | Hinzufügen zu | Weiterleiten

2.446.764

Hochgeladen von Digestor2365 am 08.02.2007

New Heroes have been discovered. DONT MISS EPISODES 1 thru 4 OF THE SERIES. JUST ADDED!

<http://www.youtube.com/watch?v=yX3TRcKNf5E>

Weiter anzeigen

Gefällt 4.447, gefällt 389 nicht

Auch zu sehen auf: Parka Blogs

Vorschläge

- Heroes Season 3, NEW TRAILER (HQ) : Villains.**
von MarkisLost
990.208 Aufrufe
- Heroes--Zeroes The Series! Episode 1**
von Digestor2365
503.973 Aufrufe
- MadTV - Heroes Parody**
von MADofficial
57.924 Aufrufe
- Heroes Season 2 (2007 new trailer)**
von vartroytr
301.692 Aufrufe
- Heroes Parody**
von 2PointOneProductions
42.086 Aufrufe
- Heroes season 4**
von yankirosheroesfan
178.697 Aufrufe
- Heroes Unmasked - Season 2 Episode 2 (Part 1 of 3)**
von MrNoahBennet
171.556 Aufrufe
- Heroes: Volume 3: Villains**

Widget als Marke



Widget als Marke

- Erhöht die Funktionalität der Website, macht Inhalte besser zugänglich
- Trägt die Marke nach draußen
- Alle Website-Betreiber werden zu potenziellen Markenverstärkern
- Kontrollverlust als Chance!

Inhalt als Marke

The collage consists of four overlapping browser windows:

- Wikipedia:** A page for "Mirin Dajo", a Dutch journalist. The article discusses his life and his famous quote: "Sehen Sie, ich bin unverwundbar, und dass ich unverwundbar bin ist mein Ziel." (See, I am invulnerable, and that I am invulnerable is my goal.)
- The Pirate Bay:** A search results page for "Heroes". It displays a list of torrents, including "Red Orchestra 2 Heroes of Stalingrad-SKIDROW" and "Red Orchestra 2 Heroes of Stalingrad-SKIDROW (CRACK ONLY)".
- Craigslist:** A screenshot of the "nuremberg" section, showing various categories like "Community", "Unterkünfte" (Housing), "Jobs", "Zum Verkauf" (For Sale), "Diskussionsforen" (Discussion Forums), and "Dienstleistungen" (Services).
- Another The Pirate Bay:** A second screenshot of the same search results page for "Heroes", showing a different set of torrents.

These 1/3:

Reine Internetmarken
haben es leicht.

These 2/3:

Traditionelle Marken
können traditionelle
Konzepte nicht aufs
Web übertragen.

These 3/3:

Mit medienungerechten
Konzepten* können
traditionelle Marken
im Web Erfolg haben.

* Inhalte, Funktionen,
Layout, *Haltung!*

Kopiert die Webmarken!



[Home](#)
[1](#)
[3](#)
[5](#)
[6](#)
[7](#)
[X](#)
[Z4](#)
[M](#)
[Hybrid](#)
[Gebrauchte Automobile](#)
[Service & Zubehör](#)
[Faszination BMW](#)

[Mein BMW](#)
[BMW TV](#)
[Kontakt](#)
[Konfigurator](#)
[Händler & Service Partner](#)
[Finanzieren & Versichern](#)
[Shop](#)
[Großkunden & Behörden](#)
[BMW Motorrad](#)

BMW Deutschland



Freude am Fahren

TV Programm

Text-News

Videowall

Archiv

Newsletter

Eine Probefahrt mit... ★★★★★

Klassikstars Anna Netrebko und Erwin Schrott

hoch / niedrig

00:04 / 06:51

Programm

Jetzt:

Eine Probefahrt mit...

13.09.11 / 3.466 Aufrufe

06:51 ★★★★★

BMW TV Kompakt

09.09.11 / 8.035 Aufrufe

07:55 ★★★★★

Vorfreude auf die IAA 2011

02.09.11 / 14.406 Aufrufe

02:59 ★★★★★

BESCHLEUNIGT AUCH DEN PULS DER STADT. DAS NEUE BMW 1er COUPÉ

Mehr erfahren

Konfigurator

Text-News

Mein BMW. Den will ich gewinnen.

Ähnliche Videos

Häufige Schlagworte

BMW 5er Reihe

BMW TV Serie Sport

Prominente Lifestyle Automobil

BMW TV Journal

BMW TV Aktuell

Innovation BMW TV

Spezial BMW EfficientDynamics

[Suche](#)
[Sitemap](#)
[Website Einstellungen](#)
[Weitere BMW Websites](#)
[Rechtlicher Hinweis / Impressum](#)
[Basis-/Multimedia-Inhalte](#)

[Login](#)
[Teilen](#)
[BMW auf Facebook](#)



Postbank Online-Banking Willkommen

Noch kein Online-Banking Kunde?

[Informationen ansehen](#), [Demokonto testen](#) oder [zum Online-Banking freischalten](#).

Das neue Postbank Online-Banking

So einfach, sicher und komfortabel wie noch nie. Und es sieht richtig gut aus.

[Alle Neuerungen](#)

Auf Wiedersehen!

Das alte Online-Banking verabschiedet sich und ist noch bis Mitte November 2011 erreichbar.

[Zum alten Banking](#)



Gesundheit

[Eigene Idee und Erwartung eintragen →](#)

REDAKTIONSSCHLUSS AM 01.11.

Noch 47 Tage

[Mehr Infos hier.](#)

Alle Beiträge

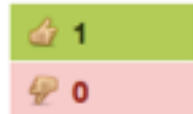


Steffen Capser vor 23 Tage

Teilen: [f](#) [t](#)

Die zwei Klassenmedizin sollte abgeschafft werden. Jeder sollte die medizinische Hilfe erhalten die er braucht.

Die Preisspirale im Gesundheitswesen sollte gestoppt werden.



[Melden?](#)



Günter Bohne vor 28 Tage

Teilen: [f](#) [t](#)

WAS BEDEUTET FÜR DICH SOZIALDEMOKRATIE?



[Noch mehr Dasistsozi-Videos hier](#)



STELLEN SIE IHRE FRAGE

Hier klicken und Frage eingeben

LIVE

STÖBERN

DER BRÜGER_ *_*_INNEN

Donnerstag, 18:19

Warum seid ihr nur drinnen und nicht draußen auf der Straße beim Bürger?

REDAKTION

Hallo und Danke für deine Frage. Was heißt denn NUR drinnen? Wenn du wüsstest wie viele Wahlkampfstände wir in den letzten Wochen und Tagen auf den Straßen in Berlin gemacht haben und wie viele interessante Gespräche wird dort geführt haben. Wir sind hier "drinnen" um in den letzten Stunden vor der Wahl allen Unentschlossenen auch noch auf diesem Kanal (online) die richtigen Antworten zukommen zu lassen. Schau dir mal die

COUNTDOWN BIS SONNTAG 18 UHR

69

Stunden

51

Minuten

46

Sekunden

WAS BALD PASSIERT

ZU GAST IM 3-TAGE-WACH-STUDIO

19:00 - 20:30:

Bundesgeschäftsführerin Steffi
Lemke

IM GESPRÄCH MIT...

20:00 - 20:30: Josefine Paul, grüne
Landtagsabgeordnete in NRW

ZU GAST IM 3-TAGE-WACH-STUDIO

21:00 - 21:30: Volker Ratzmann,
Fraktionsvorsitzender der Grünen
im Berliner Abgeordnetenhaus



VERSTEHEN

3-Punkte-Plan

1. Vom traditionellen CD-Handbuch lösen
2. Funktionen und Mechanik von erfolgreichen Web-Projekten klauen
3. Einige prägnante Branding-Elemente hinzufügen



Gerrit van Aaken
praegnanz.de
@gerritvanaaken

(Auch bei Facebook, Google+ und
dem ganzen Geraffel – Einfach
mal suchen!)

CC BY-SA 3.0

Diese Präsentation ist unter Creative Commons lizenziert:

<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/de/>