

hausschrift 03.15

Universelles Design & Barrierefreiheit für Web, PDF und Print

Green-Printing

Zum UNO-Gipfel S. 06



Gründe für Ihren Relaunch

Es gibt wirklich verdammt gute Gründe für einen Relaunch. Wir haben Ihnen 5 Gründe zusammengestellt. Mobilfähigkeit zum Beispiel: Laut Untersuchungen werden in Deutschland im Jahr 2016 fast 50 Millionen Menschen das Internet mit einem mobilen Endgerät nutzen. Und wenn das als Argument noch nicht reicht, Google rankt mobil optimierte Seiten auf mobilen Endgeräten seit Ende April 2015 höher als nicht optimierte Seiten. Steigen Sie um auf moderne Webstandards: HTML5-Features bieten mehr Semantik, erweiterte Formular-Optionen sowie Frontend-Validierung für ein verbessertes Benutzererlebnis.

Mehr dazu auf Seite 02



Unser Own-Device-Lab

Qualitätssicherung für mobile Webseiten ist eine Herausforderung. Die Erfahrung der letzten Jahre hat gezeigt, dass für ausgiebige Tests kein Weg an einem eigenen „Geräte-Labor“ vorbeiführt. Zwar gibt es auch Online-Tools, um Verhalten und Aussehen von mobilen Anwendungen zu simulieren, aber zumeist reicht das nicht aus. Für mehr Kontrolle hat anatom5 ein „Own Device Lab“ entwickelt.

Bericht auf Seite 03



Texte in Leichter Sprache

Wir stehen seit vielen Jahren für alle Aspekte der Barrierefreiheit. Dazu gehören beispielsweise auch barrierefreie PDF-Dokumente. In den letzten zwei Jahren hat ein weiteres Thema verstärkte Aufmerksamkeit erhalten. Die Rede ist von „Leichter Sprache“.

Case-Studies auf Seite 08



Politik bei uns ... wir können auch anders Bericht S. 12



5 Gründe für einen Relaunch

2 Mobilfähigkeit

Laut Untersuchungen der Statista GmbH werden in Deutschland im Jahr 2016 fast 50 Millionen Menschen das Internet mit einem mobilen Endgerät nutzen. Dabei wird das mobile Endgerät nicht den Desktop, beispielsweise am Arbeitsplatz, ersetzen, sondern ergänzen. Benutzer erwarten heute einfach mobil optimierte Internetseiten. Das betrifft sowohl die Benutzerführung, als auch die Performance von Internetseiten. Sorgen Sie für Mobilfähigkeit.

3 Mehr Dynamik

Internetauftritte der ersten BITV-Generation waren noch Restriktionen unterworfen, die seit BITV 2.0 obsolet sind. Ganz vorne zu nennen ist der Einsatz von JavaScript (für Slider, Akkordeon-Menüs etc.). Was nach BITV 1 noch verboten war, führt heute zu deutlich mehr Dynamik in modernen Internetauftritten. Natürlich barrierefrei dank Progressive Enhancement. Schauen Sie sich doch einfach mal den neuen Internetauftritt der Stadt Krefeld, oder auch der Stadt Willich an. Sie werden überrascht sein, wie dynamisch diese Auftritte heute sind. Testen Sie doch auch mal die Tastatursteuerung dieser Auftritte (mit Tab-, Pfeil-, Space-, Esc- und Entertaste). Ein wichtiges Zeichen von Barrierefreiheit.

1 HTML5

Profitieren Sie von modernen HTML5-Standards, die mittlerweile von Browsern auf breiter Ebene unterstützt werden. HTML5-Elemente (wie article, header, footer, aside etc.) verleihen modernen Webseiten mehr Semantik, was zu einer verbesserten Maschinenlesbarkeit führt (Stichwort: Google & Co.). HTML5-Elemente vereinfachen zudem die Einbindung von Video- und Audio-Dateien – ohne Plugin und weitestgehend barrierefrei. Und das sind nur einige Features von HTML5. Auch erweiterte Formular-Optionen und Frontend-Validierung bieten große Vorteile.

5 Google Mobile Ranking

Seit Ende April 2015 rankt Google mobil optimierte Seiten auf mobilen Endgeräten höher. Das ist kein Gerücht aus der SEO-Küche, sondern eine von Google selbst in seinem Webmaster-Central-Blog (<http://goo.gl/WketQf>) veröffentlichte Strategie, die Sie berücksichtigen sollten.

Konkret steht dort zu lesen: "Consequently, users will find it easier to get relevant, high quality search results that are optimized for their devices." Google bevorzugt seither Webseiten, die für die Darstellung auf Smartphones optimiert (mobile-friendly) sind. Zusätzlich werden derartige mobil-freundliche Internetseiten mit einem prominenten Texthinweis in den Suchergebnissen auf mobilen Endgeräten hervorgehoben. Wenn Sie Ihre eigene Seite mal testen möchten, können Sie das mit dem Google-Mobile-Friendly-Test unter der URL <https://www.google.com/webmasters/tools/mobile-friendly/> ganz einfach machen. Sie sehen, die Mobilfähigkeit Ihrer Internetseite wird immer wichtiger!

4 Mehr Design

Auch im Designbereich ist die Zeit nicht stehen geblieben. CSS3 bietet heute deutlich mehr Gestaltungsmöglichkeiten, die von modernen Browsern bereits vielfältig unterstützt werden. Seien es nun Webfonts, Farbverläufe, Schlagschatten, abgerundete Ecken, Transparenzen, Animationen, Überblendeffekte oder die Kontrolle über Wort- und Zeichenumbrüche sowie die Laufweite von Schriften (was früher nur Printmedien vorbehalten war). Und auch Media Queries für Auflösung abhängiges Mobildesign sind hier zu nennen. HTML5 bietet zudem Features, um die User Experience zu verbessern. Beispielsweise das Placeholder-Attribut, mit dem Formularfelder vorbelegt werden können.

Kontakt / Impressum

anatom5 perception marketing GmbH
Münsterstraße 121, 40476 Düsseldorf

Tel.: 49 | 211 | 420 944 1

Fax: 49 | 211 | 420 944 3

E-Mail: info@anatom5.de

Web: www.anatom5.de

Verantwortlich (i. S. d. P.):
Jörg Morsbach

Bildquellen Titel:

littlestocker – <https://goo.gl/PkUQ3J>

flaticon – <http://goo.gl/bBvQ6a>

Auch ungewöhnliche Geräte, wie das Sony Ericsson Xperia X10 Mini Pro, gehören in ein ODL.



Unser Device-Lab

Qualitätssicherung für mobile Webseiten ist eine Herausforderung. Die Erfahrung der letzten Jahre hat gezeigt, dass für ausgiebige Tests kein Weg an einem „Mobil-Geräte-Labor“ vorbeiführt. Zwar gibt es Online-Tools, um Verhalten und Aussehen von Mobile Interfaces zu simulieren, aber für mehr Kontrolle hat anatom5 ein „Own Device Lab“ entwickelt.

Viele Dinge haben sich durch Responsive Webdesign verändert, vor allem die Workflows der Qualitätssicherung. Früher reichten zum Testen (auch für unsere Kunden) verschiedene Browser aus. Aber das war einmal. Natürlich gibt es Testwerkzeuge, die einen ersten Eindruck von responsiven Webseiten verschaffen können.

- » responsivedesignsimulator.com
- » responsivepx.com
- » www.responsinator.com
- » mattkersley.com/responsive
- » browserstack.com/responsive

Aber Simulationen ersetzen keine realen Geräte. Die Vielfalt der mobilen Endgeräte, deren unterschiedliche Handhabung und Hardware-Komponenten werden in Simulationen nicht berücksichtigt. Auch die Landschaft der Betriebssystem-Versionen und deren Relevanz nach Verbreitungsgrad ist vielfältig – von Android, iOS, Windows, Symbian, BlackBerry OS, Firefox OS bis Ubuntu etc. Gleiches gilt für mobile Browser.

Wer ernsthaft testen will, braucht verschiedene mobile Endgeräte. Aber welche Geräte nimmt man zum Testen? Welche Anforderungen sind an mobile Browser zu stellen? Das sind wichtige Fragen, die sowohl für die Agentur (für das Testen und die Qualitätssicherung) als auch für Auftraggeber eine Rolle spielen. Denn Fakt ist, Erscheinungsbild und Bedienung einer Webseite auf mobilen Endgeräten sind extrem von den Eigenschaften des genutzten Gerätes abhängig. Für den Aufbau eines Own Device Labs ist aber eine bewusste Abweichung von Standards ebenfalls interessant. Wir wollen ja auch wissen, wie mobile Seiten auf älteren Smartphones ohne Retina Displays aussehen.

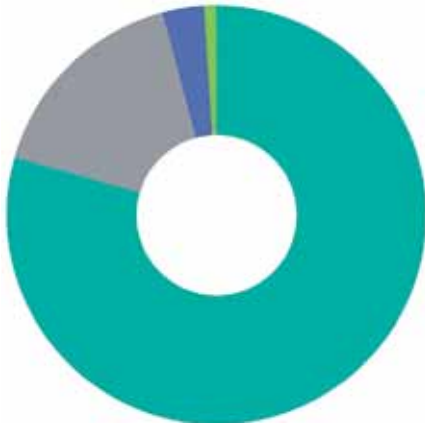
ODL – Own Device Labs

Im Zuge der Überlegungen, ein Own Device Lab zu errichten, haben wir natürlich auch alternative Möglichkeiten in Betracht gezogen. Neben Simulatoren stand auch die Frage im Raum, ob die Infrastruktur eines bestehenden Open Device Labs in einen

Agentur-Workflow integrierbar wäre. Laut opendevicelab.com existieren aktuell weltweit immerhin 112 Open Device Labs. Auch Düsseldorf verfügt mit dem Coworking-Space GarageBilk über ein Open Device Lab. Für eine regelmäßige Nutzung ist das aber keine Lösung. Ebenso wenig, wie ein Besuch im nahe gelegenen Elektronikfachmarkt, um auf den dort ausliegenden High-End-Geräten einen schnellen Blick auf die eigene Webseite zu werfen. Mehr Geräte als dort finden Sie zwar nirgends, aber für eine standardisierte Qualitätssicherung taugt das natürlich nicht.

Ein eigenes Device-Lab

Nachdem wir die Entscheidung für einen eigenen kleinen Gerätepark getroffen hatte, blieb noch ein Problem: ein eigener Gerätepark ist teuer und kostet schnell mal bis zu 5.000 Euro (und muss zudem ständig mit neuen Geräten aktualisiert werden). Darüber hinaus gestalten sich auch die Wartung und Pflege aufwendig. Die Geräte müssen sauber und jederzeit betriebsbereit



Marktanteile der Smartphone-Betriebssysteme 2015

Betriebssysteme in Prozent

Android	79,4%
Apple iOS	16,4%
Windows	3,2%
Sonstige	1%



Verbreitung der Android-Versionen 2015

Android-Versionen in Prozent

(2.2.x Froyo)	0,3%
(2.3.x Gingerbread)	5,7%
(4.0.x Ice Cream Sandwich).....	5,3%
(4.1.x / 4.2.x / 4.3.x Jelly Bean).....	39,2%
(KitKat)	39,8%
(Lollipop).....	9,7%

installiert werden. Zudem darf der Zugriff auf die Geräte nicht nur über einen Arbeitsplatz möglich sein. Die Qualitätssicherung muss von verschiedenen Personen durchgeführt werden können. Und nicht immer ist das ein Webentwickler. Projektleiter und Designer sollen die Geräte ebenso nutzen können. Auch Demonstrationszwecke für Kunden sollten möglich sein. Nach sorgfältiger Planung haben wir eine ODL-Strategie entwickelt, mit der wir einen guten Start hatten, die uns aber auch heute bei der ständigen Erweiterung unseres Own Device Labs hilft.

Planung und Durchführung

Nach sorgfältiger Planung und dank kreativer Vorarbeit haben wir bei uns in der Agentur die Basis für ein kleines, aber feines Testlabor aufgebaut.

Bereits vorhandene Geräte: Klingt vielleicht banal, aber bereits vorhandene Geräte sind für das Own Device Lab ein wichtiger Faktor. Denn fast jeder Webentwickler und jede Agentur besitzt ein paar Endgeräte, die als Basis genutzt werden können. Auf diesem Grundstock aufbauend, haben wir weitere Überlegungen angestellt.

Verteilung von Betriebssystemen: Um bei den vielen Faktoren, die es zu berücksichtigen galt, nicht das Ziel aus den Augen zu verlieren, haben wir uns auf die Betriebssysteme Android, iOS und Windows konzentriert – also die wichtigsten Gerätehersteller (siehe auch: Marktanteile der Smartphone-Betriebssysteme 2015). Zum einen bilden Geräte dieser Hersteller die Realität ab. Zum anderen sind die Geräte aufgrund ihrer Verbreitung auf dem Gebrauchtmrkt gut zu bekommen. Der Gebrauchtmrkt bietet für uns dann auch tatsächlich die größte Quelle für den Aufbau und die Erweiterung unseres ODLs.

Halterung, Präsentation und Betrieb:

Für den Betrieb des Own Device Labs ist eine Multi-Device-Halterung ein Muss. Da von vornherein klar war, dass bei uns in der Agentur die Geräte auch sehr oft nicht in Gebrauch sein würden (zur Qualitätssicherung aber trotzdem jederzeit einsatzbereit sein müssen), entstand die Idee einer Vitrine respektive eines Vitrinentisches. Eine kurze Recherche im Internet brachte uns auf den IKEA-Couchtisch Liatorp, mit Glasplatte und flacher, aber großer und vor allem viergeteilter Schublade. Mit etwas handwerklichem Geschick war das die perfekte Grundlage für unser ODL. Ein Problem

unserer Multi-Device-Halterung musste aber noch gelöst werden. Die ganzen Geräte sollten ja nicht sieben Tage die Woche an Dauerstrom angeschlossen sein. Neben dem unnötigen Stromverbrauch machten uns vor allem überhitzte Akkus Sorgen. Die Lösung war am Ende einfach: programmierbare Mehrfachsteckdosen.

Geräte bei uns im Haus

Über 25 verschiedene mobile Endgeräte finden sich mittlerweile in unserem Own Device Lab. Nicht alle Geräte nutzen wir noch zum Testen. Veralterte Geräte oder Geräte und Betriebssysteme ohne Relevanz (Bada, Symbian, Android 1.6 (Donut), iOS 6, etc.) nehmen wir aus unserem Test-Workflow raus. Dafür kommen wieder „neue“ Geräte und Betriebssystem-Versionen hinzu. Nachfolgende ODL-Liste ist also nur eine Momentaufnahme:

Apple iOS:

- » iPhone 4 (iOS 7.1.2)
- » iPhone 5 (iOS 8)
- » iPhone 6 (iOS 9)
- » iPad 2 (iOS 8)

Android:

- » Tablet Wonder Media (Android 2.2)
- » Samsung Galaxy Y S5360 (Android 2.3)
- » ZTE Blade (Android 2.3.7)
- » Samsung Galaxy Tab (Android 4.0.4)
- » Huawei Y330-U01 (Android 4.2.2)
- » Samsung Galaxy S3 (Android 4.3)

Windows:

- » LG Optimus 7 E900 (Windows 7)
- » HTC Windows Phone 8S (Windows 8)

Sonstige:

- » Alcatel One Touch Fire E (Firefox OS)
- » Kindle Fire HD (Fire OS 3.0)

Fazit

Als Agentur hat uns das Own Device Lab weitergebracht und die Korrekturrunden mit Kunden deutlich reduziert. Kunden haben dadurch selbst weniger Testaufwand und sind insgesamt noch zufriedener. Und der Testaufwand lässt sich bei jedem Projekt ziemlich genau einschätzen, wodurch Abläufe für alle Beteiligten noch kalkulierbarer geworden sind. Wir haben aber auch gelernt: Ein Own Device Lab muss gepflegt und aktuell gehalten werden, auch in Zukunft. Aber als schöner Nebeneffekt steht halt jetzt bei uns im Büro ein interessanter Couchtisch mit Geräteeinlage, an dem sich hervorragend Kaffee trinken lässt. Kommen Sie doch mal vorbei und schauen Sie sich Ihre Internetseite auf unseren Geräten an.

Tipps & Tricks



Quelle: © <http://qrcobble.com>

QR-Cobble aus Berlin

Man sieht sie an jeder Ecke und jeder kennt sie. Die Rede ist von QR-Codes. Manch einer sagt, die Technik habe sich verbraucht. Es gibt aber auch sinnvolle Einsatzzwecke. Beispielsweise bei unserem Kunden Naturpark Lüneburger Heide: Besuchern wird mithilfe von QR-Codes an ausgewiesenen Spots im riesigen Park eine interaktive Entdeckungsreise geboten. **QR-Cobble** setzt ebenfalls auf QR-Codes. Der interaktive Cobble (deutsch: Pflasterstein) macht Straßen und Gehwege internetfähig und bietet als „Smart-City-Lösung“ interessante Ansätze für Standortmarketing, Tourismus und Einzelhandel. Berlins ältester Steinmetzbetrieb produziert die QR-Cobbles und schlägt so eine Brücke zwischen moderner Technik und traditionellem Handwerk. <http://qrcobble.com>

OpenDyslexic

Es gibt viele Zielgruppen für Barrierefreiheit im Internet: Menschen, die mit Leseschwäche (Dyslexie) zu kämpfen haben, gehören auch dazu. Seit 2012 gibt es erste Ansätze für spezielle Schriftarten für Menschen mit Dyslexie. Zum Beispiel die freie Schrift OpenDyslexic. Diese Schrift fällt durch eine kräftigere Strichstärke im unteren Bereich der Buchstaben auf, um „Buchstabendreher“ zu verhindern (opendyslexic.org/about). Wissenschaftlich bewiesen ist das nicht. Einig ist man sich, dass es eine serifenlose Schrift (fett) in sehr gut lesbarer Schriftgröße mit erhöhtem Zeilenabstand sein soll. Mehr Infos dazu finden Sie auch bei der British Dyslexia Association: <http://bdatech.org/what-technology/typefaces-for-dyslexia/>



Quelle: © Peterchen - de.fotolia.com/id/26444101

Mobile Accessibility Guidelines – so testet man Apps

Wie man die Forderungen der BITV für Browser-basierte Anwendungen sicherstellen kann, ist mittlerweile hinreichend dokumentiert. Aber was ist eigentlich mit nativen Apps? Wie kann man hier die Vorgaben der BITV überprüfen und sicherstellen? Die BBC hat sich dazu ausgiebig Gedanken gemacht. Unter <http://www.bbc.co.uk/guidelines/futuremedia/accessibility/mobile> hat sie ein ganzes Framework an Standards und Leitlinien für die Barrierefreiheit (nach WCAG) mobiler Anwendungen zusammengestellt. Es handelt sich um eine riesige Sammlung von Technologien und Best-Practices-Lösungen für mobile Web-Inhalte und insbesondere hybride und native Applikationen. Das englischsprachige Framework ist eigentlich für BBC-Mitarbeiter und -Lieferanten gedacht, die in die Entwicklung von mobilen und nativen Anwendungen involviert sind. Schrittweise leiten die BBC Mobile Accessibility Guidelines durch Muss-, Kann-, Sollte- und Sollte-nicht-Kriterien. Jedes Kriterium, wie beispielsweise die logische Reihenfolge der Inhalte, wird kurz erläutert. Zu jedem Kriterium gibt es konkrete Anweisungen, wie auf iOS- und Android-Geräten – mit den jeweiligen zur Verfügung stehenden Accessibility-Features – getestet werden kann.

LanguageTool für Firefox

Leichte Sprache ist ein aktuelles Thema. An dieser Stelle möchten wir Ihnen ein Testtool vorstellen. Mit dem LanguageTool für Leichte Sprache können Sie eigene Texte gegen einige (aber nicht alle) Regeln für Leichte Sprache prüfen. Unter anderem werden Satzlänge, Wortlänge, Passiv-Konstruktionen, Verneinungen, Abkürzungen, Verwendung von Sonderzeichen, Genitiv, Präteritum, hohe Zahlen und dergleichen mehr abgeprüft. Mögliche Fehler werden farbig hervorgehoben und auch erläutert. Neben der Online-Version für Leichte Sprache unter www.languagetool.org/de/leichte-sprache/ gibt es das LanguageTool für Firefox auch als Browser-Erweiterung. Damit die Erweiterung die Regeln Leichter Sprache testet, muss in den Einstellungen noch die Sprache auf **de-DE-x-simple-language** gestellt werden. Die Standardeinstellung ist lediglich eine Stil- und Grammatikprüfung. Probieren Sie es mal aus. Sie werden überrascht sein.

Google für Non-Profits

Datenschützer zucken vermutlich gerade wieder zusammen, wenn Sie den Namen Google hören. Aber es ist nicht alles böse, was aus dem Hause Google kommt. Unter dem Motto „Sie können die Welt verändern. Wir möchten Ihnen dabei helfen“ bekommen Non-Profit-Organisationen von Google besondere Hilfe. Ganz besonders interessant ist das Projekt **Google Ad Grants**. Dahinter verbirgt sich eine für gemeinnützige Organisationen konzipierte Version von AdWords, dem Online-Werbetool von Google. Als Teilnehmer am Google Ad Grants Programm (google.com/grants) erhalten gemeinnützige Organisationen monatlich 10.000 US-Dollar in Form von kostenloser AdWords-Werbung für eigene Online-Marketing-Maßnahmen. An dem Programm kann teilnehmen, wer einen aktuellen und gültigen Wohltätigkeitsstatus in Deutschland besitzt. Weitere Informationen zur Teilnahmeberechtigung finden Sie hier: google.de/grants/eligibility.html

Die Welt retten: Green-Printing

Mehr als 150 Staats- und Regierungschefs sind im September 2015 zum größten UNO-Gipfel der Geschichte zusammengekommen. 17 ehrgeizige Ziele wurden am Hauptsitz der Vereinten Nationen in New York formuliert. Eines davon lautet: effiziente und nachhaltige Nutzung von Ressourcen. Für eigene Konferenzen und deren Teilnehmer hat die UN den PaperSmart Service etabliert (papersmart.unmeetings.org/en/). Das beinhaltet die Bereitstellung von Dokumenten in verschiedenen digitalen Formaten, Print-on-Demand-Service sowie die Zugänglichkeit relevanter Informationen über ein barrierefreies Online-Portal. Auf diese Weise wurden bereits jetzt mehrere Millionen Blatt Papier gespart.



Ressourcen sparen – nicht nur bei der UNO

Was die UN kann, können wir doch vielleicht auch, oder? Print-Stylesheets führen auch im Jahr 2015 auf vielen Internetseiten noch immer ein Schattendasein. Das hat Gründe: Zum einen werden Nutzer, die sich nur selten im Netz bewegen, spöttisch und nicht ohne Grund als Internetausdrucker betitelt. Zum anderen wird das Ausdrucken von Internetseiten allgemein als unnötige Ressourcenverschwendung betrachtet. Dabei können gerade optimierte Print-Stylesheets helfen, Ressourcen zu sparen. Ein Thema, das nicht nur beim UNO-Gipfel Relevanz hat. Dieses Jahr ging eine Nachricht durch die internationalen Medien: Der 14-jährige Schulfuge Suvir Mirchandani aus dem US-amerikanischen Pittsburgh hat errechnet, dass die US-Bundes- und Landesregierungen über 400 Millionen Dollar im Jahr an Toner-Kosten sparen könnten, wenn sie für gedruckte Dokumente die Schriftart Garamond verwenden würden. Diese Nachricht gab für uns den Anstoß, mal über Optimierungsmöglichkeiten für Print-Stylesheets zu schreiben. Denn wenn die US-Bundes- und Landesregierungen so viel sparen können, dann muss das Potenzial für ausgedruckte Internetseiten noch um ein Vielfaches höher sein.

Teurer als Chanel No. 5

Mirchandani war von der Anzahl und vom Umfang an Handouts geschockt, die von den Lehrern an seiner neuen Schule verteilt wurden. Die Druckkosten mussten enorm sein. Ein guter Grund für den Teenager aus Pittsburgh, sich Gedanken darüber zu machen, wie man Druckkosten sparen könnte. Die Reduzierung des Papierverbrauchs war nicht wirklich ein Ansatzpunkt, denn durch den Einsatz von Recyclingpapier und doppelseitigem Druck wurden Sparmaßnahmen vielerorts schon praktiziert. Suvir Mirchandani konzentrierte sich in seiner Untersuchung, deren Ergebnisse weltweit Beachtung finden, auf den Tinteverbrauch.

Denn Druckertinte ist bei gleicher Menge doppelt so teuer wie das berühmte Parfüm Chanel No. 5. Und Druckertinte macht im Schnitt 60 % der Druckkosten pro gedruckte Seite aus. Insofern ein vielversprechender Ansatz. Mirchandani hat das Druckbild

vier verschiedener gängiger Schriftarten (Times New Roman, Garamond, Comic Sans und Century Gothic) hinsichtlich ihres Tonerverbrauchs verglichen. Seine Methode war denkbar einfach, Mirchandani hat verschiedene Buchstaben der Vergleichsschriften groß ausgedruckt, dann ausgeschnitten und gewogen. Die Gewichtsunterschiede ergaben den Verbrauchsunterschied. Ergebnis: Im Gegensatz zu den Vergleichsschriften, deren Linienstärke relativ dick ist, könnte die Garamond als Standardschrift für Ausdrücke den Tintenverbrauch um fast 25 % reduzieren. Auf den Jahresverbrauch der US-Bundes- und Landesregierungen hochgerechnet, ergab sich ein beachtliches Einsparpotenzial. Natürlich haben sich umgehend einige Designer und Typografen darangemacht, die von Mirchandani veröffentlichten Ergebnisse zu widerlegen. Das Hauptargument: die Lettern der Garamond seien bei gleicher Schriftgröße deutlich kleiner als die Lettern der zum Vergleich herangezogenen Schriftarten. Genau genommen seien sie ca. 15 % kleiner, was an sich schon zu 28 % Tonersparnis führen würde – unabhängig von ihrer Linienstärke. Würde man also die Garamond in Millimetern gemessen in exakt der gleichen Größe wie die Vergleichsschriften ausdrucken, so ergäbe sich, so die Kritik, überhaupt keine Ersparnis [goo.gl/UynfiQ]. Fakt ist aber, Schriften haben unterschiedliche Linienstärken, Laufweiten und Zeichenhöhen. Wenn Sie also in Ihrem Print-Stylesheet die Basis-Schriftgröße mit 12 Punkt festlegten, wäre die Ersparnis für die Garamond real. So fand die University of Wisconsin-Green Bay bereits in einer Studie aus dem Jahr 2010 heraus, dass sich der Tonerverbrauch um 30 % reduzieren ließe, wenn man von der Arial zur Century Gothic wechseln würde [goo.gl/qc5usX].

Das niederländische Unternehmen Ecofont geht sogar noch einen Schritt weiter. Eine spezielle Software soll beim Drucken bis zu 50 % Tinte einsparen – mit einem einfachen Trick: Die Ecofont-Software „schießt“ beim Ausdrucken kleine Löcher in die Buchstaben. Im Prinzip entspricht dieser Ansatz dem sogenannten Entwurfsmodus, mit dem Sie bei praktisch jedem Drucker Tinte sparen können. Der Entwurfsmodus nutzt aber ein festgelegtes Intervall, sodass ein Druckmuster entsteht, das die Lesbarkeit des Bildes teilweise

erheblich beeinflusst. Die Ecofont-Software stanzt die Löcher hingegen exakt in der Mitte der Buchstaben. Der Durchmesser der Löcher steht dabei in direktem Verhältnis zur Linienstärke des Buchstabens. Auf diese Weise bleibt der Umriss des Buchstabens erhalten und gut lesbar. Die Methode ist nicht an eine bestimmte Schriftart gebunden, wobei die Ecofont Home Edition und Small Business Edition nur eine „Standard Font Collection“ unterstützt, die aus den allgemein am häufigsten verwendeten Schriften besteht: Arial, Calibri, Times New Roman, Verdana und Trebuchet MS. In der Ecofont Enterprise Edition ist auf Wunsch aber jede Schriftart möglich [ecofont.com].

Green-Printing

Keine Frage, Internetseiten gar nicht auszudrucken, spart sowohl Tinte als auch Papier. Aber solange es Internetausdrucker gibt, helfen optimierte Print-Stylesheets deutlich mehr dabei, Ressourcen zu sparen, als kluge Ratschläge oder sogar Spott. Wenn die US-Bundes- und Landesregierungen über 400 Millionen US-Dollar im Jahr an Tonerkosten sparen könnten, wie viel ließe sich dann weltweit an Ressourcen sparen, wenn jeder Internetauftritt ein dahingehend optimiertes Stylesheet nutzte? Es gibt viele Optimierungsansätze:

1. Navigation & Co. ausblenden: Navigationselemente werden auf Ausdrucken nicht benötigt. Deshalb werden die Navigation und andere Elemente, die ganz offensichtlich auf Papier nutzlos sind, ausgeblendet.

2. Farben abschalten: Zwar ignorieren die meisten modernen Browser mittlerweile background-Eigenschaften, um Toner zu sparen, aber um ganz sicherzugehen, sollte man das body-Element mit einem weißen Hintergrund versehen. Nicht nur um Kontrastprobleme zu vermeiden, sollten sämtliche Schriften auf einen dunkleren Tonwert gesetzt sein. Es muss übrigens nicht unbedingt 100 % Schwarz sein. 80 % Schwarz führen immer noch zu einem hervorragenden Druckbild, sparen aber immerhin schon 20 % Toner. Falls Sie Bilder nicht per `display: none;` ausblenden wollen, könnte man sie aber zumindest mithilfe von CSS in Graustufen umwandeln [goo.gl/ip4LSY]. Natürlich könnten Nutzer den Druck eines Farbbildes selbst auf Graustufen umstellen, aber wer das Internet ausdruckt, achtet da vielleicht nicht drauf.

3. Fonts und typografische Angaben: Die Auswahl der Schrift hat einen großen Einfluss auf den Tonerverbrauch. Wenn Corporate-Design-Vorgaben nicht dagegensprechen, könnte man die beiden Schriftarten Century Gothic (SansSerif) oder Garamond (Serif) in Erwägung ziehen. Allgemein sind Serifen-Schriften auf Papier lesefreundlicher. Serifenlose Schriften eignen sich hingegen für Überschriften. Was die Schriftgröße angeht: 12 pt haben sich zwar als Standard für Fließtext in gedruckten Publikationen etabliert. Aber Vorsicht, während eine gute Druckversion auch der Barrierefreiheit als hilfreiche Alternativversion dienlich ist, sind fix definierte Schriftgrößen in diesem Bereich ein Nachteil, da sie Benutzereinstellungen überschreiben. Wenn es um die Textgröße geht, weiß der Benutzer am besten, welche Schriftgröße er braucht. Pixel als Einheit im Print-CSS sollte man vermeiden, es sei denn, man liefert eine Lupe mit aus. Bei einer Druckauflösung von 1.200 dpi würde eine 12 Pixel große Schrift nämlich nur 0,01 Zoll groß gedruckt werden. In der Praxis übersetzen Browser Pixel und beim Ausdruck zwar in Punkt-Werte (16 Pixel werden zumeist zu 12 Punkt) – allerdings gibt es keinen Standard, nach dem Browser die Schriftgröße umrechnen [goo.gl/FazvRF].

4. Druckoptionen und Formatausnutzung: Wenn Navigation und unnötige Seitenelemente entfernt sind, sieht Ihre Print-Version schon fast wie ein gewöhnliches Textdokument statt wie eine papiergewordene Version Ihrer Webseite aus. Um das Papier perfekt auszunutzen, werden in der Regel noch Layouteinstellungen und Abstände optimiert. Auch andere Einstellungen, wie der Zeilenabstand oder die Laufweite, tangieren sowohl die Lesbarkeit als auch die Ressourcen. Eine geringere Laufweite und ein geringerer Zeilenabstand reduzieren auf der einen Seite den Papierverbrauch, weil deutlich mehr Text auf eine Seite passt. Auf der anderen Seite verringert sich dadurch gegebenenfalls die Lesefreundlichkeit.

5. Links und interaktive Elemente: Ob interaktive Elemente auf Papier sinnvoll sind, darüber lässt sich trefflich streiten. Denn vor allem längere URLs tippt in der Realität niemand ab. Dafür stören sie den Lesefluss und erhöhen den Tinten- und Papierverbrauch. Insofern sehen wir beim Green-Printing davon ab. Es gibt aber eine spannende Lösung bei Alistapart [goo.gl/2A12ZQ]: Aaron Gustafson hat bereits vor vielen Jahren extra für dieses Problem ein Script entwickelt, das sämtliche Links (außer Navigations-Elemente) von Duplikaten bereinigt abgreift und am Seitenende als nummerierte Fußnotenliste ausgibt. Die Technik funktioniert auch mit alten Versionen des Internet Explorers, verlangt aber aktiviertes JavaScript.

6. Für Weltverbesserer: Geben Sie doch mithilfe Ihres Print-Stylesheets noch eine kleine Botschaft mit aus. Zum Beispiel: „Unsere Druckversion ist optimiert und verbraucht weniger Tinte und Papier. Recyclingpapier und doppelseitiger Druck helfen zusätzlich. Tipp: Mit der Ecofont Software (www.ecofont.com) können Sie darüber hinaus bis zu 50 % Tinte sparen.“ Wobei diese Botschaft auch wieder Tinte verbraucht und im schlechtesten Fall beim Ausdrucken eine nächste Seite erzeugt. Die Welt retten ist halt immer eine Gratwanderung.



Abb. 1: Suvir Mirchandani im Interview, rechts der Schriftvergleich



Abb. 2: Die Ecofont Software stanzt Löcher exakt auf der Schriftlinie



Leichte Sprache

anatom5 steht seit vielen Jahren für alle Aspekte der Barrierefreiheit nach den Vorgaben der BITV und der WCAG. Dazu gehört beispielsweise auch die Erstellung von barrierefreien PDF-Dokumenten. In den letzten zwei Jahren hat ein weiteres Thema verstärkt Aufmerksamkeit erhalten. Die Rede ist von Leichter Sprache. Unter [www. leichte-sprache-bitv.de](http://www.leichte-sprache-bitv.de) finden sich seit 2015 Informationen rund um dieses Thema.

Die sogenannte Leichte Sprache ist eine besondere Form der deutschen Schriftsprache. Sie zielt auf besonders leichte Verständlichkeit ab. Veröffentlichungen in Leichter Sprache sind Angebote für Menschen mit eingeschränkten Sprach- und Lesefähigkeiten. Sie ist nicht zu verwechseln mit dem, was die BITV gemeinhin als „Einfache Sprache“ bezeichnet. Natürlich gibt es auch Regeln für Leichte Sprache. Für die inhaltlichen Anforderungen an Leichte Sprache gibt es verbindliche Kriterien und Richtlinien für Übersetzer. Das Bundesministerium für Arbeit und Soziales hat dafür in Zusammenarbeit mit dem „Netzwerk Leichte Sprache“ (früher Netzwerk People First e. V.) ein gut nachvollziehbares Regelwerk veröffentlicht, welches bei der Überarbeitung von Texten in Leichte Sprache im Allgemeinen zugrunde gelegt wird.

Die Barrierefreiheit von Texten, insbesondere Texten in Leichter Sprache, ist aber nicht nur von der Qualität der Übersetzung abhängig. Auch der didaktische Aufbau und die „Gestaltung“ der Texte hilft dabei, die Verständlichkeit für spezielle Zielgruppen zu verbessern. Dafür ist unter anderem Wissen über optimale Schriftgestaltung für Menschen mit Schreib-Lese-Schwäche von Nöten. Hilfreich ist dabei zum Beispiel die Infobroschüre „Klartext!“, welche der Deutsche Blinden- und Sehbehindertenverband e. V. bereits im Jahr 2008 in Zusammenarbeit mit dem NatKo e. V. zur „barrierefreien Gestaltung von schriftlichen Informationen“ herausgebracht hat. Gestaltung von barrierefreien Medien funktioniert aber nicht ohne ein tiefgreifendes Verständnis unterschiedlicher Benutzergruppen und deren assistiver Technologien sowie deren

besonderer Vorgehensweisen und Präferenzen. Auch Leichte Sprache wird nicht von allen Menschen völlig problemlos verstanden. Zur Unterstützung, beziehungsweise zur besseren Verständlichkeit, können Illustrationen eingesetzt werden. Auch Piktogramme (wenn sie nicht zu abstrakt sind und an geeigneter Stelle erläutert werden) können helfen. Veröffentlichungen in Leichter Sprache sind immer ganzheitliche Aufträge, bei denen die Übersetzung nicht losgelöst von der Gestaltung und dem didaktischen Aufbau betrachtet werden kann. Hier arbeitet anatom5 nicht mit einer Standard-Bild-Bibliothek, sondern greift auf Wunsch auch vorhandene Corporate-Design-Vorgaben auf. Auf diese Weise können modern gestaltete Publikationen für Menschen mit Leseschwäche entstehen – individuell und ansprechend.

Broschüre für Naturpark Lüneburger Heide

Der Naturpark Lüneburger Heide in der Nähe von Hamburg ist mit seinen 1.070 km² einer der größten Naturparks in Deutschland. Unter dem Motto „Barrierefreies Naturerlebnis für Alle“ finden Menschen mit und ohne Behinderung viele ausgesuchte Naturerlebnisangebote in der Lüneburger Heide. In diesem Zusammenhang ist anatom5 vom Verein Naturparkregion Lüneburger Heide e. V. mit dem Relaunch eines mobilfähigen Internetauftritts des Naturparks Lüneburger Heide beauftragt worden (www.naturpark-lueneburger-heide.de). Neben dem Relaunch des Internetauftritts stand auch die Entwicklung einer Broschüre in Leichter Sprache auf dem Programm.

Der Naturpark Lüneburger Heide arbeitete bereits in vielen Bereichen mit einem umfassendes Corporate-Design-Handbuch. Dessen Vorgaben und formale Rahmenbedingungen wurden mit den Anforderungen an Barrierefreiheit, wie Schriftauswahl, Schriftgröße, Zeilenabstand und Kontrast, abgeglichen. Beides zusammen ergab für anatom5 den Gestaltungsrahmen. Parallel wurden mit dem Kunden Themenbereiche abgestimmt, die später in Leichte Sprache übersetzt werden sollten. Zur ersten Abstimmung wurde ein sogenanntes Blindmuster entwickelt, welches den „Ablauf“ der Broschüre bereits zu Beginn visualisierte. Denn für den didaktischen Aufbau mussten auch generelle Seiten, wie Umschlag, Grußwort, Inhaltsverzeichnis, Impressum und dergleichen mehr, berücksichtigt werden. Neben der Übersetzung in Leichte Sprache fertigte anatom5 auch zahlreiche an das Corporate Design angepasste Illustrationen zur Ergänzung der Texte an.

Kultur für Alle Stuttgart e. V.

Broschüre in Leichter Sprache: Für die Initiative „Kultur für Alle“ in Stuttgart ist das Motto Programm. Auch Menschen mit wenig Geld sollen an kulturellen Angeboten der Region teilhaben können. Denn Kultur soll kein Luxusgut sein. Wo das Motto „Kultur für Alle“ lautet, sind auch die Themen Inklusion und Barrierefreiheit naheliegend, so auch beim Verein „Kultur für Alle Stuttgart“. Mithilfe eines „Kurzcheck auf Barrierefreiheit“ wurden durch den Kunden geeignete Stuttgarter Kultureinrichtungen recherchiert, die Anforderungen an Barrierefreiheit in unterschiedlichen Teilen gerecht werden können. Um sich nicht alleine auf die Ergebnisse der Erhebung zu verlassen,



Abb. 1: Broschüre in Leichter Sprache für den Verein „Kultur für Alle Stuttgart“



Abb. 2: Broschüre in Leichter Sprache für den Naturpark Lüneburger Heide

wurden die verschiedenen Kultureinrichtungen durch Menschen mit und ohne Behinderung vor Ort begangen und überprüft. Daraus ist die Grundlage für die Broschüre in Leichter Sprache entstanden. Innerhalb der Broschüre „Kultur für Alle“ in Stuttgart sollte die Piktogramm-Serie „Menschen & Behinderung“ verwendet werden, um die unterschiedlichen Zielgruppen der jeweiligen Angebote zu zeigen. Die Serie wurde bereits 2007 von anatom5 gemeinsam mit der NatKo „Tourismus für Alle Deutschland e. V.“ entwickelt. Bei der Gestaltung der Piktogramme wurden von vornherein unterschiedlichste Zielgruppen barrierefreier

Angebote berücksichtigt – auch Familien und ältere Menschen. Allerdings sind gerade Piktogramme (also extrem reduzierte ikonografische Darstellungen, wie in Leit-systemen üblich) im Sinne der Zugänglichkeit für Menschen mit Lernbehinderung nicht optimal. Piktogramme sollten für diese spezielle Zielgruppe lediglich Informationen ergänzen, nicht aber alleine für sich stehen. Vor diesem Hintergrund wurde speziell für die Broschüre „Kultur für Alle Stuttgart“ die Icon-Serie durch weniger abstrakte und dafür verständlichere Illustrationen ergänzt und zusätzlich in Leichter Sprache erläutert.

8 Relaunches

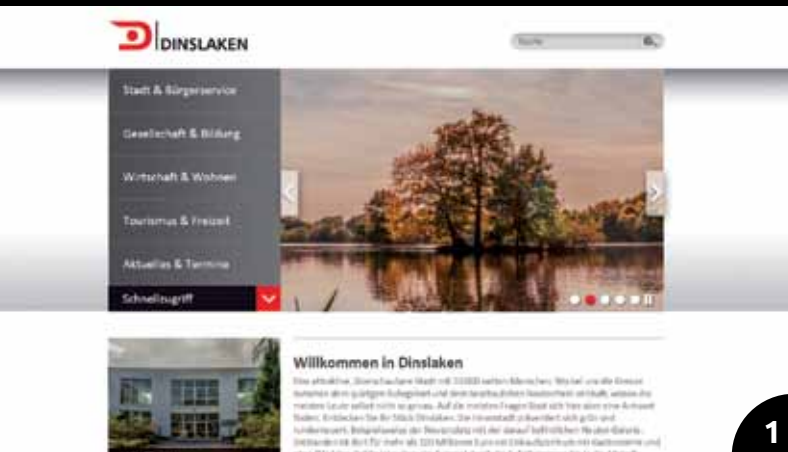
Seit unserer letzten Hausschrift sind wieder einige Relaunches an den Start gegangen. Von kleinen Auftritten bis zu großen Portalen mit mehreren Subportalen und Microsites war alles dabei. Allen neuen Auftritten ist gemein, dass sie die Möglichkeiten moderner Webtechnologien ausnutzen. Dynamisch und mobilfähig durch responsives Design.

1 Dinslaken
 Die 72.000-Einwohner-Stadt Dinslaken zwischen quirligem Ruhrgebiet und beschaulichem Niederrhein versteht sich als Ort der Vielfalt und Kultur für alle Menschen. Das kommuniziert Dinslaken auch im Internet. Der alte Internetauftritt stammte bereits aus dem Jahr 2007. Auch dieser wurde von der Agentur anatom5, zusammen mit dem KRZN (Kommunales Rechenzentrum Niederrhein), barrierefrei nach BITV umgesetzt. Der Relaunch hatte das Ziel – neben modernerem Look und Anpassung an die BITV2 –, mit Responsive Design für Mobilfähigkeit zu sorgen. Die auffälligsten Veränderungen gegenüber dem „alten“ Design sind der prägnante Header und die Neuausrichtung der Navigation. Neben Logo und Vertikal-Navigation befinden sich die Suchfunktion und der Schnellzugriff

im Fokus. Informationen wie Aktuelles und Veranstaltungstermine wurden strukturiert und nutzerfreundlich für die Startseite aufbereitet. Die Farbwelt des neuen Auftritts orientiert sich am Logodesign, sorgt für Wiedererkennung und findet sich im Gesamteindruck, aber auch im Detail wieder. » www.dinslaken.de

2 Stadt Krefeld
 Über zwei Jahre hat anatom5 gemeinsam mit dem Kommunalen Rechenzentrum Niederrhein (KRZN) die Stadt Krefeld auf dem Weg zum Relaunch begleitet. Angefangen bei ersten Wireframing-Workshops, in denen die neue Ausrichtung (auch hinsichtlich Funktionalität, Benutzerführung und Responsivität) vordefiniert wurde, über Designs für Desktop, Tablet und Smartphone bis hin zur barrierefreien

Umsetzung nach BITV2. Die zentrale Vorgabe der Stadt Krefeld lautete: nutzerfreundlich, mobil und barrierefrei. Krefeld hat aber nicht nur das Hauptportal in neuem barrierefreiem Design umgesetzt, sondern gleichzeitig auch mehrere Subportale entwickelt: Familienportal, Ratsportal (3) und Unternehmensportal (4) sind inhaltlich und gestalterisch auf unterschiedliche Zielgruppen und Services zugeschnitten. Um Synergie-Effekte zu erzielen, basieren die Subportale auf dem gleichen technischen Gerüst, unterscheiden sich aber gleichzeitig optisch deutlich voneinander. Eine Herangehensweise, die eine hohe Ersparnis von Technik, Ressourcen und Zeit bedeutet. Vor allem für große Städte wie Krefeld, die mit einer Vielzahl an Seiten, Inhalten, Informationen und Services aufwarten können. » www.krefeld.de



1 3
2 4

3 Ratsportal Krefeld
 Auch das Krefelder Ratsportal hat im Zuge des Relaunches ein neues Gesicht bekommen. Das Ratsinformationssystem der Stadt Krefeld macht die Arbeit der politischen Gremien transparent und nachvollziehbar, sodass sich alle politisch Interessierten über den Rat der Stadt, Fachausschüsse, Bezirksvertretungen und Beiräte informieren können. Die Designs von Ratsportal und Stadtportal wurden stark aneinander angelehnt, um Synergien zu erzielen – für einen einheitlichen Auftritt aus einem Guss (<http://goo.gl/UexUDV>).

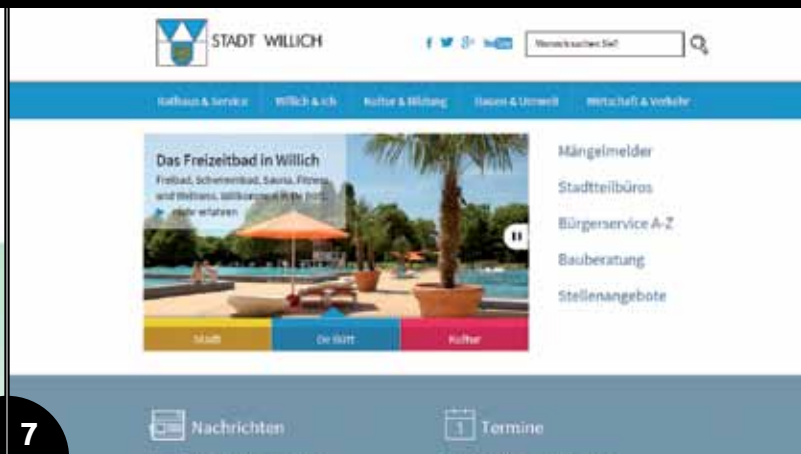
4 Unternehmensportal Krefeld
 Das Unternehmensportal wurde strukturell vollkommen neu konzipiert. Alle wichtigen Informationen und Zugänge zu den von der Stadt Krefeld angebotenen unternehmensbezogenen Dienstleistungen an einem Ort zu bündeln, das war das Ziel des Portals. Neben Ansprechpartnern, Dienstleistungen und Formularen bietet das kleine Portal alle wichtigen Wirtschaftsinformationen auf einen Blick. Das Konzept des Portals ist hinsichtlich der Informationsaufbereitung bewusst einfach organisiert. Deshalb haben wir uns auf der Startseite für eine Art Dashboard zum schnellen und übersichtlichen Auffinden der Themenbereiche und Services entschieden. Schauen Sie mal rein: www.krefeld.de/unternehmensportal

5 Kreis Wesel
 Ende 2014 trat die Kreisverwaltung Kreis Wesel mit einem neuen Internetauftritt an die Öffentlichkeit. „Die alte Internetpräsenz musste überarbeitet werden, weil sie nicht mehr den aktuellen Anforderungen entsprach. Die Kreisverwaltung muss hier mit der Zeit gehen und bürgerfreundlich bleiben“, so Landrat Dr. Ansgar Müller. Im Vordergrund der technischen Neuentwicklung stand eine deutliche Verbesserung der Geräteunabhängigkeit durch moderne Webstandards und Responsive Design. Das Design ist bewusst schlicht und übersichtlich strukturiert. Viel Weißraum und klare Formen unterstützen die schnelle Informationsübersicht. Insbesondere der Service-Center ist stark betont, um Entlastungseffekte zu erzielen. www.kreis-wesel.de

6 Kreistagsportal
 Auch die Kreisverwaltung Wesel hat parallel zum neuen Internetauftritt das Kreistagsinformationssystem überarbeitet. Im Kreistagsportal können sich Bürger und Bürgerinnen über aktuelle politische Themen, Sitzungen, Ausschüsse oder Fraktionen im Kreis Wesel informieren. Mitglieder der Gremien können in einem geschützten, nicht öffentlichen Bereich (von jedem Ort) auf ihre Sitzungsunterlagen zugreifen. Auch hier stand die mobile Nutzbarkeit im Fokus: www.kreis-wesel.de/kreistag/inhalt

7 Stadt Willich
 Mitte Juni 2015 ist die Stadt Willich mit einem Relaunch online gegangen. Von Anfang an wurde der neue Weg anhand von Wireframing-Workshops abgestimmt. Ziele der gemeinsamen Bemühungen waren ein deutlich plakativerer Auftritt sowie mehr redaktionelle Möglichkeiten, um dynamische Inhalte über unterschiedliche Technologien auszuspielen. Während der Umsetzungsphase und bis zum finalen Auftritt wurde das komplexe Design fortlaufend im „Own Device Lab“ von anatom5 getestet. Um Retina Displays noch besser zu bedienen, setzt Willich in weiten Teilen auf skalierbare SVG-Grafiken. www.stadt-willich.de

8 Naturpark Lüneburger Heide
 Für einen der größten Naturparks Deutschlands spielt das Thema barrierefreier Tourismus eine wichtige Rolle – barrierefreie Modellprojekte und Erlebnispfade sind nur einige Beispiele. Unter dem Motto „Barrierefreies Naturerlebnis“ stand auch der Relaunch Ende 2014. Neben der kompletten Neuentwicklung des Typo3-Auftritts standen Barrierefreiheit nach BITV2, Responsivität, Neuorganisation der Inhalte, Suchmaschinenoptimierung, Content Migration und auch die Entwicklung einer Broschüre in Leichter Sprache auf dem Programm. www.naturpark-lueneburger-heide.de



5 7
 6 8



Pro bono

Wir können auch anders: Für das Projekt „politik-bei-uns.de“ haben wir ein Logo entwickelt, nicht umsonst, aber pro bono. Mithilfe von politik-bei-uns.de – einer Geodaten-basierten Karten-Anwendung – können Bürgerinnen und Bürger schnell und einfach Informationen zu Ratsbeschlüssen recherchieren, die das eigene Lebensumfeld betreffen. Ob geplante Baustellen, anstehende Bauprojekte oder sonstige Ratsinformationen.

Die OpenData-Plattform „Politik bei uns“, ein Projekt der Open Knowledge Foundation Deutschland, hat sich für die Entwicklung ihres Plattform-Logos an die Agentur anatom5 gewendet. „Ein spannendes Projekt“, fanden wir und haben zugesagt. Und wir hatten den richtigen Riecher, denn „Politik bei uns“ ist 2015 tatsächlich auch im Wettbewerb „Ausgezeichnete Orte im Land der Ideen 2015“ in der Kategorie Gesellschaft ausgezeichnet worden. Gratulation von uns an Ernesto Ruge, einen der Köpfe hinter „Politik bei uns“ und Mitgründer der Initiative „OpenRuhr“, einer offenen Plattform, die sich für mehr OpenData und OpenGovernment im Ruhrgebiet einsetzt.

Und so ist das Logo entstanden: Für die neue Wortbildmarke haben wir inhaltliche Ideen, wie Politik, Bürgerbeteiligung, und Kartenbasierte Darstellung in eine sinnvolle Einheit gebracht: Die Form eines Tortendiagramms (in Anlehnung an die politische Sitzverteilung), der Kopf in der Mitte als wichtigster Teil des Menschen für Verständnis und Mitbestimmung sowie dessen Körper, der in einer POI-Markerspitzte mündet, wurden zusammen mit einer serifenlosen Schrift zu einer Wortbildmarke entwickelt. Als Schrift wurde die runde „Montserrat“ der argentinischen Designerin Julieta Ulanovsky verwendet.