



DESIGN
EVENTS
.DE

JAN HAGGE

KATHARINA KOWAL



DIE IDEE

WAS IST DESIGNEVENTS.DE?

WIE KAMEN WIR AUF DIE IDEE?

WAS WOLLEN WIR ERREICHEN?

DESIGNPROJEKT

PROJEKTSPEZIALISIERUNG

STOLPERSTEINE

TECHNISCHE UMSETZUNG

SOCIAL ACTIVITIES

DESIGNEVENTS AUF DESIGNMESSEN

KUNDENAQUISE

PRESSETEXTE

STATISTIKEN

FAZIT

WAS IST DESIGNEVENTS.DE?

Designevents ist ein Index für Events in der Kunst und Designwelt.

Wir sind ein Studienprojekt und daher für jeden kostenlos.

Das minimale und einfache Design soll Veranstalter und Besucher schnell an das Ziel führen, eigene Events zu veröffentlichen und interessante Events zu finden.

WIE KAMEN WIR AUF DIE IDEE?

Uns kam die Idee bei der Vorbereitung auf einen Berlinbesuch. Wir überlegten uns, welche interessanten Ausstellungen wir ansehen könnten und verbrachten Stunden mit der Recherche auf diversen Seiten, um passende Events zu finden. Trotzdem hatten wir am Ende das Gefühl etwas zu verpassen.

Da kam uns die Idee für Designevents. Die Seite soll Kunstbegeisterten ihr Leben einfach leichter machen.

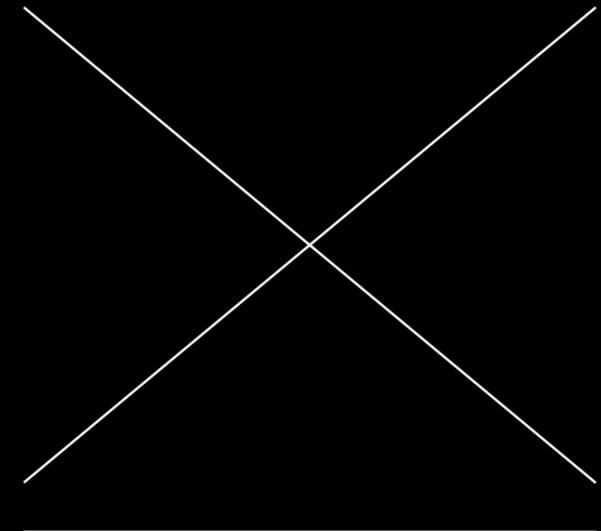
WAS WOLLEN WIR ERREICHEN?

Wir möchten den Menschen ihr Leben schöner und leichter machen, mehr nicht.

Um unser Angebot zu erweitern, brauchen wir Events. Aus diesem Grund benötigen wir in erster Linie Veranstalter, die sich Designevents anschließen und Ihre Veranstaltungen eintragen.

Sobald wir ein attraktives Angebot an sehenswerten Kunst- und Designveranstaltungen im deutschsprachigen Raum präsentieren können, ist unser nächstes Bestreben viele Besucher auf die Seite aufmerksam zu machen. Aus diesem Grund ist die Verbreitung von Links zu designevents.de und unseren Ablegerseiten in den sozialen Netzwerken von enormem Wert.

Das vermutlich wichtigste soziale Netzwerk ist und bleibt aber vermutlich die Mund-zu-Mund-Propaganda!





DIE IDEE

DESIGNPROJEKT

ZIELGRUPPENANALYSE

MAIN IDEA

ANFORDERUNGEN

DUMMY-BUILDING

ERGEBNISSE

PROJEKTSPEZIALISIERUNG

STOLPERSTEINE

TECHNISCHE UMSETZUNG

SOCIAL ACTIVITIES

DESIGNEVENTS AUF DESIGNMESSEN

KUNDENAQUISE

PRESSETEXTE

STATISTIKEN

FAZIT

Als Designprojekt haben wir dieses Konzept für die Website entwickelt. Dazu gehören Recherchen über die Zielgruppe, welche Anforderungen die Seite erfüllen muss und erste Layoutentwürfe bis zum fertigen Design.

ZIELGRUPPENANALYSE

In unserem Projekt haben wir zwei Zielgruppen. Zum einen die Anbieter, die das Angebot stellen und die Besucher, die sich dafür interessieren. Wir stellen dabei lediglich eine Plattform zur Verfügung, auf der sich beide treffen.

Zunächst versuchten wir alle möglichen Interessenten zusammenzufassen. In erster Linie soll die Website Design- und Kunstbegeisterte ansprechen. Jedoch lässt sich im Bereich Design keine klare Linie ziehen. Im Bereich ‚visuell‘ gibt es die Malerei, Grafiken, Fotos und Filme (audiovisuell). Der andere ‚gegenständliche‘ Bereich umfasst alles was man anfassen kann mit Bildhauerei, Produktdesign oder auch Architektur. Aus dieser Vielzahl von Ausstellungsarten lassen sich die zugehörigen Gruppen ableiten: z.B. Fotografen, Regisseure, Medien-Studenten, Designer im ursprünglichen Sinne, Künstler, Industriedesigner und Grafiker.

MAIN IDEA

Unser größter Vorteil (USP) ist die Einzigartigkeit der Website, die wir erstellen wollen. In der Art und Weise wie wir uns diese Plattform vorstellen, gibt es noch keine. Da wir zuerst die Website auf Englisch machen wollten um die Internationalität zu erhalten, suchten wir nach verschiedenen Slogans.

1. This is where design meets.
2. Here you'll find design. Share yours!
3. Meet, share and love — design. Yours and others
4. Design takes place right here. Are you in on it?

Nach der Einpflege der ersten Events wurde uns schnell klar, dass wir nicht alle Presstexte von den Veranstaltungen übersetzen können, somit stellten wir die Website auf Deutsch um.

1. Designevents.de – Kunst in Deutschland.
2. Finde Schönes.
3. Kunst wo Du bist.

Nach vielen Überlegungen sind wir zu dem Schluss gekommen, dass es wichtiger in der Kommunikation nach außen ist, wenn Leute diese Seite besuchen und Events finden, als dass wir Veranstalter akquirieren, die Events posten. Damit ist der Share-Gedanke erstmal

nach hinten gestellt. Im zweiten Schritt haben wir uns Gedanken darüber gemacht, wie ein solcher Slogan aussehen könnte und haben beschlossen, dass designevents schon aussagekräftig genug ist und es keinem Slogan mehr bedarf. Zudem fällt es in das Konzept, die Seite so minimalistisch wie möglich zu gestalten.



DIE IDEE

DESIGNPROJEKT

ZIELGRUPPENANALYSE

MAIN IDEA

ANFORDERUNGEN

DUMMY-BUILDING

ERGEBNISSE

PROJEKTSPEZIALISIERUNG

STOLPERSTEINE

TECHNISCHE UMSETZUNG

SOCIAL ACTIVITIES

DESIGNEVENTS AUF DESIGNMESSEN

KUNDENAQUISE

PRESSETEXTE

STATISTIKEN

FAZIT

ANFORDERUNGEN

Die Seite soll verschiedene Events beinhalten, welche für Fotografen und Jungregisseure, als auch für Grafiker, Designer oder andere Künstler interessant sind. Man soll nach bestimmten Veranstaltungen suchen und filtern können. Wir wollen ein Gesamtpaket zusammenstellen.

Viele verschiedene Gruppen bedeuten viele Geschmäcker. Die Website muss nicht nur im Bereich der Farben auf alle Gruppen angepasst werden, sondern auch in der Struktur, modern, frisch, neu und möglichst uniform sein. Aussehen und Struktur müssen auf die Zielgruppe abgestimmt werden.

Hingegen sollen Veranstalter und Agenturen, Ihre Events mit geringem Aufwand vorstellen. Das heißt für uns, ein einfaches Formular erstellen, womit eine Veranstaltung in den Kalender eingetragen werden kann. Die wichtigste Voraussetzung dafür ist die intuitive Bedienung und der einfache Umgang mit den Bedienelementen. Die Struktur muss dementsprechend übersichtlich, klar definiert und einfach sein, damit der User sich schnell zurecht findet und nicht lange suchen muss.

Für die Events muss jeweils eine kurze Kontrolle, durch uns erfolgen: existiert das Event,

ist die angegebene Website korrekt, sind die Bilder und Daten von der Seite nicht anstößig, etc.

Zum Einstellen eines Events, muss man ein angemeldeter Benutzer von Designevents sein, um später Events zu editieren oder zu löschen.

Zusätzlich gibt es die Möglichkeit sich als bereits registrierter Benutzer durch uns verifizieren zu lassen. In diesem Fall findet eine genaue Überprüfung des Benutzers durch Designevents statt. Nach der Verifizierung ist der Benutzer immer in der Lage, Events direkt zu veröffentlichen. Die Kontrolle des Events durch uns, ist somit nicht mehr notwendig.

DUMMY BUILDING

LOGO & SCHRIFT

Am Anfang stand für uns die Aufgabe der Logoentwicklung. Früh legten wir die Rahmenbedingungen fest: wenig Farben, serifenlose Schrift, klar und nicht verspielt. Als Schrift für das Logo legten wir die DIN - Mittelschrift fest: einfach, klar lesbar, stark einheitlich und modern. Der Kreis ist die einfachste geometrische Form. Er symbolisiert Einheit und Vollkommenheit.

Bei den Farben entschieden wir uns für schwarz (und Abstufungen in grau), weiß und eine Kontrastfarbe, welche Aufmerksamkeit auf sich zieht. Zusammengesetzt ergibt es ein Logo, was durch die Farben, als auch durch Schrift und Form, auffällt. Einfach, aber wirkungsvoll.

WEBSEITE

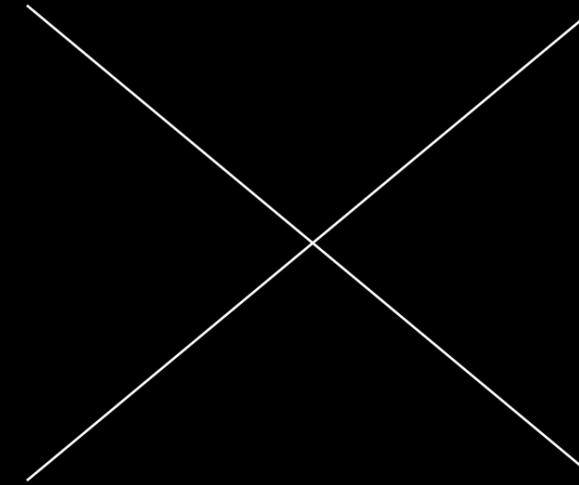
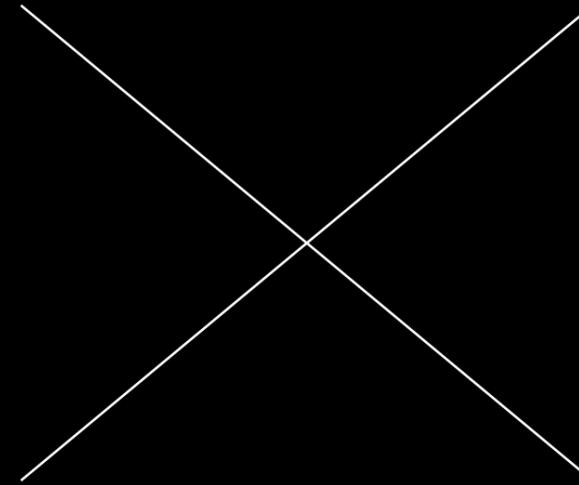
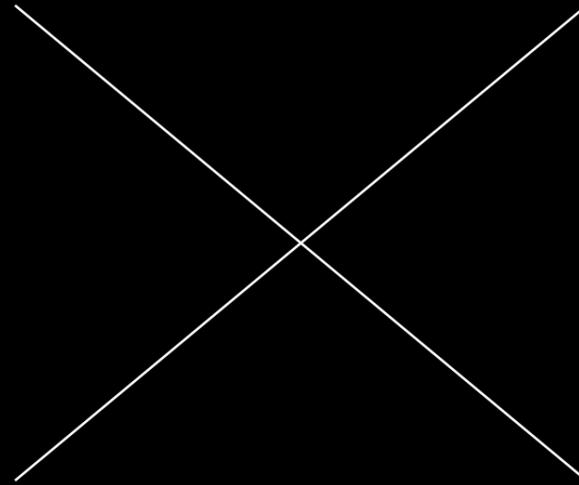
Nach dem wir uns für ein Tagesleuchtgrün für Druck- und Werbemedien entschieden hatten, experimentierten wir mit verschiedenen Darstellungen der Farbe am Bildschirm. Es stellte sich heraus, dass ein reines Grün am Bildschirm, die höchste Leuchtkraft hat.

ERSTE LOGOENTWÜRFE





ERGEBNISSE



DIE IDEE

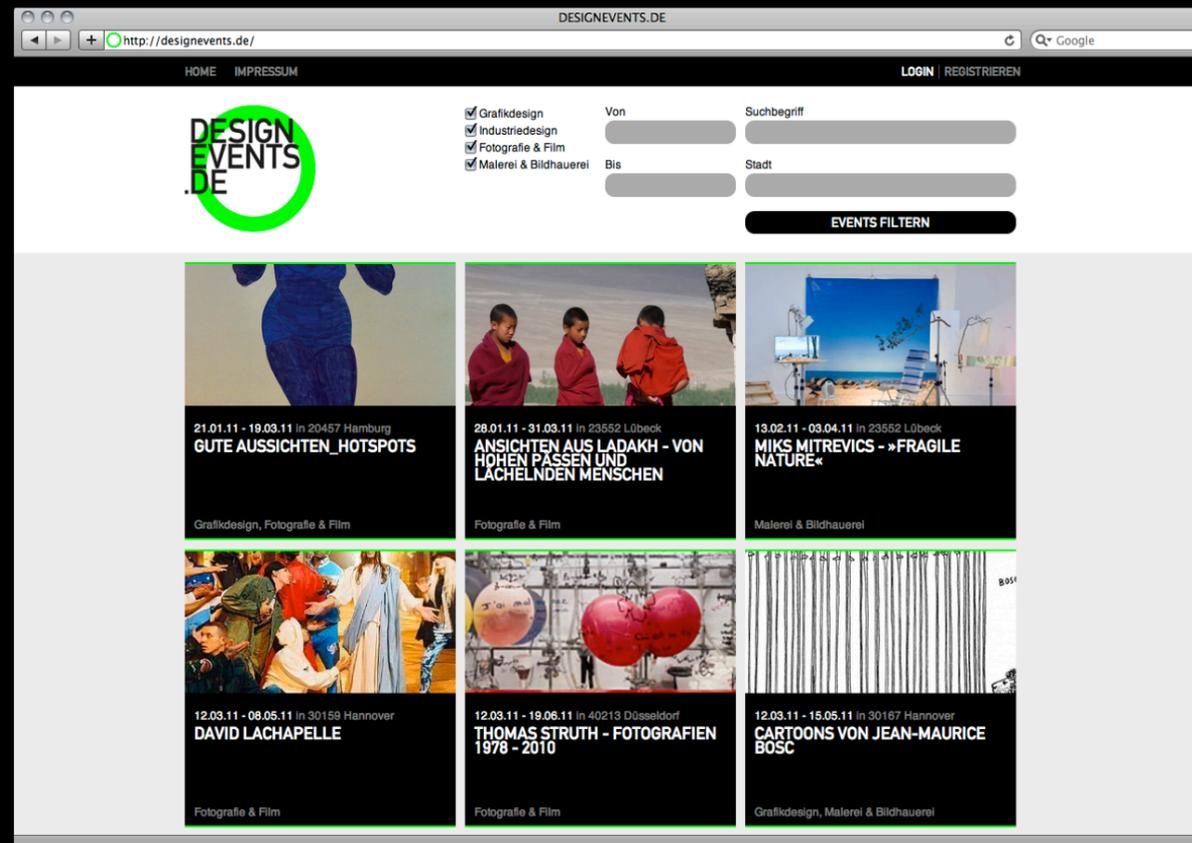
DESIGNPROJEKT

- ZIELGRUPPENANALYSE
- MAIN IDEA
- ANFORDERUNGEN
- DUMMY-BUILDING

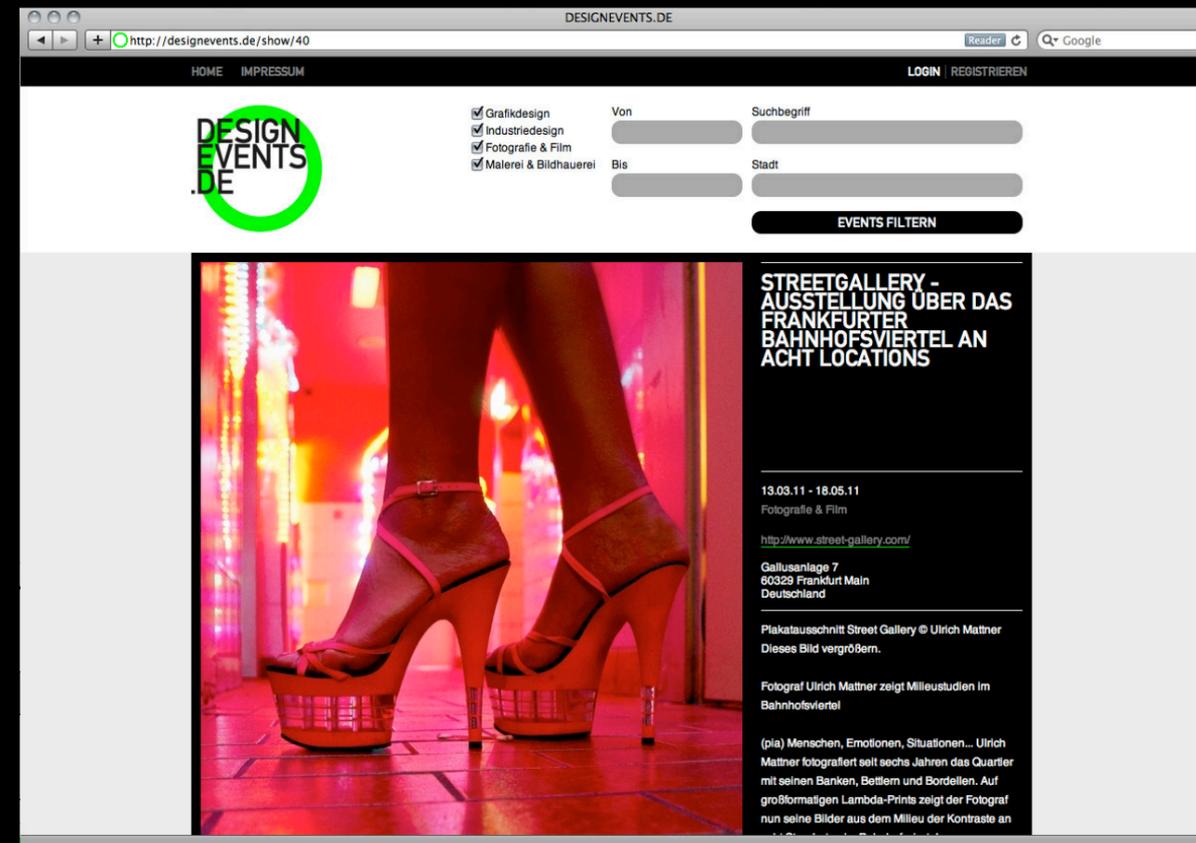
ERGEBNISSE

- PROJEKTSPEZIALISIERUNG
- STOLPERSTEINE
- TECHNISCHE UMSETZUNG
- SOCIAL ACTIVITIES
- DESIGNEVENTS AUF DESIGNMESSEN
- KUNDENAQUISE
- PRESSETEXTE
- STATISTIKEN
- FAZIT

DIE STARTSEITE MIT DEN EVENTTEASERN



DIE DETAILSEITE EINES DESINGEVENTS





ERGEBNISSE

DIE IDEE

DESIGNPROJEKT

- ZIELGRUPPENANALYSE
- MAIN IDEA
- ANFORDERUNGEN
- DUMMY-BUILDING

ERGEBNISSE

- PROJEKTSPEZIALISIERUNG
- STOLPERSTEINE
- TECHNISCHE UMSETZUNG
- SOCIAL ACTIVITIES
- DESIGNEVENTS AUF DESIGNMESSEN
- KUNDENAQUISE
- PRESSETEXTE
- STATISTIKEN
- FAZIT



Katharina Kowal

M +49 173 2037082

kk@designevents.de
www.designevents.de



Jan Hagge

T +49 451 77788
M +49 151 27029234

jh@designevents.de
www.designevents.de





DIE IDEE

DESIGNPROJEKT

PROJEKTSPEZIALISIERUNG

STOLPERSTEINE

ERSTE KUNDENAQUISE

USABILITYTESTS

TECHNISCHE UMSETZUNG

SOCIAL ACTIVITIES

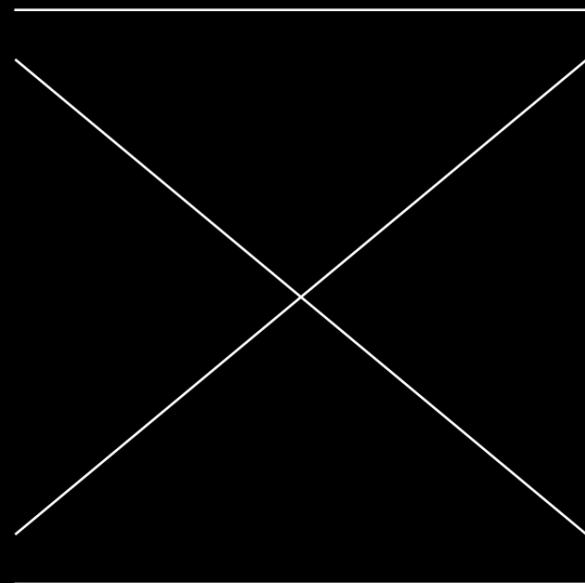
DESIGNEVENTS AUF DESIGNMESSEN

KUNDENAQUISE

PRESSETEXTE

STATISTIKEN

FAZIT



Hier geht es hauptsächlich um die Umsetzung des Konzepts. Es kommt der technische Aspekt deutlicher zum Vorschein und darüber hinaus: Wie erreichen wir die Zielgruppe?

Dabei setzen wir den Schwerpunkt auf die Akquise. Social Networks sind hierbei ein wichtiger Stichpunkt. Facebook und Twitter sind die beiden meist genutzten Portale, auf die wir unser Hauptaugenmerk legen wollen. Veröffentlichungen in Online-Blogs und Foren sind ein bedeutender Punkt auf der Liste um ein breites Publikum an Interessenten zu bekommen.

Weiterhin steht die Akquise auf dem Plan: Sie beschreibt alle Maßnahmen zur Kundengewinnung.

Einfacher gesagt als getan. Durch persönliche Beziehung zu Designern und Veranstaltern, haben wir einen Pluspunkt, was aber noch nicht unsere Liste an möglichen Kunden, abhakt. Ein persönliches Gespräch mit dem Argument der Einzigartigkeit, bietet eine Grundlage, auf der man anfangen kann...

ERSTE KUNDENAQUISE

Um die erste Version der Seite nicht leer zu launchen, haben wir bereits am Anfang einige Veranstalter angeschrieben. Sie fungierten nicht nur als Vorreiter, sondern auch als Testkandidaten für die Website.

Auch auf der DMY-Messe stellten wir verschiedenen Designern unsere Projektidee und den Prototypen vor. Von der Idee waren alle begeistert und freuten sich darauf so eine Plattform nutzen zu können.

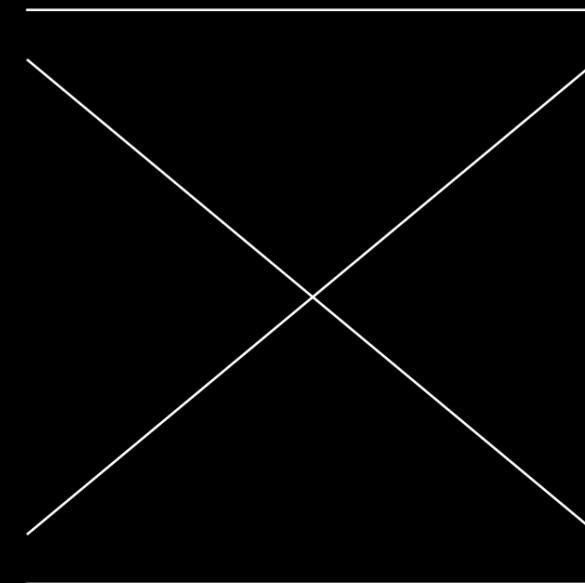
USABILITYTESTS

Zuerst haben wir einen LOGIN via Facebook-Account erstellt, da wir dem Benutzer viel Zeit und Mühe ersparen wollten, sich extra einen neuen Account zuzulegen.

Da unsere Zielgruppe online sehr aktiv ist, ist nahezu jeder auch bei Facebook zu finden, was uns ausserdem eine Verlinkung zu Diskussionen über die Events erleichtern würde. Die Anbindung an Facebook-Connect als Benutzerverwaltung beanspruchte viel Zeit, stellte sich jedoch leider bald als ungewünscht heraus.

Derzeit herrscht ein allgemeines Misstrauen gegenüber Anwendungen auf Facebook, da es im Moment viele Fake-Links gibt, die ohne Einverständnis auf die Seite der Benutzer posten und auf Freunde zugreifen. Diese allgemeine Skepsis stellte eine Barriere für uns dar, weil einige Anwender dachten, wir würden auf private Informationen oder Freunde zugreifen und auf ihre Facebookseite spamen.

Aus diesem Grund planten und erstellten wir ein eigenes User-Management. Wir erhalten dadurch ausserdem mehr Freiheit aus Entwicklersicht. So können wir zum Beispiel jetzt bestimmte Personen so freischalten, dass die eingestellten Events ohne weitere Überprü-



fung der eingegebenen Daten veröffentlicht werden können. Dazu werden die Personen auf Vertrauenswürdigkeit geprüft. Events, die direkt von diesem Kunden erstellt werden, müssen also nicht von uns verifiziert werden.



- DIE IDEE
- DESIGNPROJEKT
- PROJEKTSPEZIALISIERUNG
- STOLPERSTEINE
- TECHNISCHE UMSETZUNG**
- CONTENT-HANDLING**
- VERSIONIERUNG**
- ANWENDUNG VON GIT
- PROGRAMMIERUNG
- DATENBANKEN
- BENUTZERVERWALTUNG
- EINBAU KLEINER FEATURES
- SOCIAL ACTIVITIES
- DESIGNEVENTS AUF DESIGNMESSEN
- KUNDENAQUISE
- PRESSETEXTE
- STATISTIKEN
- FAZIT

CONTENT - HANDLING

Der größte Anteil der Seiteninhalte von Designevents wird durch Fremde generiert. Daher ist eine rechtliche Absicherung notwendig. Das Impressum dient uns in dem Fall als rechtlicher Schutz.

Natürlich wird jedes neue Event erst von dem Administrator auf Richtigkeit (wann, wo, ist es ein Event, passen die Kategorien, existiert die angegebene Website, sind die Bilder dort wiederzufinden) überprüft.

Verifizierte Benutzer können Events ohne unsere Kontrolle veröffentlichen.

VERSIONIERUNG

Designevents wird in mehreren Stadien entwickelt. Hierzu benutzen wir eine freie Software zur verteilten Versionsverwaltung von Dateien namens GIT. GIT ist ein verteiltes Versionsverwaltungssystem, das sich in einigen Eigenschaften von traditionellen Versionskontrollsystemen unterscheidet:

- 1. Nicht-lineare Entwicklung**
Sowohl das Erstellen neuer Entwicklungszweige (branching) als auch das Verschmelzen zweier oder eines Projektes einfach visualisieren lässt, und mit deren Hilfe man in dieser Geschichte navigieren kann. Mehrere Zweige (merging) sind integraler Bestandteil der Arbeit mit GIT und sind fest in die GIT-Werkzeuge eingebaut.
- 2. Kein zentraler Server**
Jeder Benutzer besitzt eine lokale Kopie des gesamten Repositories, inklusive der Versionsgeschichte (history). So können die meisten Aktionen lokal und ohne Netzwerkzugriff ausgeführt werden. Es wird nicht zwischen lokalen Entwicklungszweigen und Entwicklungszweigen entfernter Repositories unterschieden. Obwohl es keinen technischen Unterschied zwischen verschiedenen Repositories gibt, gilt die Kopie, auf die von einer Projekt-Homepage aus verwiesen wird,

häufig als das „offizielle Repository“.

3. Datentransfer zwischen Repositories
Daten können mit einer Reihe verschiedener Protokolle zwischen Repositories übertragen werden. GIT besitzt ein eigenes Protokoll, das den TCP-Port 9418 nutzt. Ebenso kann der Transfer über SSH der (weniger effizient) über HTTP, HTTPS, FTP oder rsync erfolgen. [4] Die Übertragung in das „offizielle Repository“ eines Projekts erfolgt häufig in Form von Patches, die via E-Mail an den Entwickler oder eine Entwicklungs-Mailing-Liste geschickt werden.

4. Kryptographische Sicherheit der Projektgeschichte

Die Geschichte eines Projektes wird so gespeichert, dass der Name einer beliebigen Revision (commit) auf der vollständigen Geschichte basiert, die zu dieser Revision geführt hat. Dadurch ist es nicht möglich, die Versionsgeschichte nachträglich zu manipulieren, ohne dass sich der Name der Revision ändert. Einzelne Revisionen können zusätzlich markiert und mit GPG digital signiert werden (tagging), beispielsweise um den Zustand zum Zeitpunkt der Veröffentlichung einer neuen Version der Software zu kennzeichnen.

5. Säubern des Repositories

Die Daten gelöschter und zurückgenommener Aktionen und Entwicklungszweige bleiben vorhanden (und können wiederhergestellt werden), bis sie explizit gelöscht werden.



- DIE IDEE
- DESIGNPROJEKT
- PROJEKTSPEZIALISIERUNG
- STOLPERSTEINE
- TECHNISCHE UMSETZUNG**
- CONTENT-HANDLING
- VERSIONIERUNG
- ANWENDUNG VON GIT**
- PROGRAMMIERUNG**
- DATENBANKEN**
- BENUTZER-VERWALTUNG**
- EINBAU KLEINER FEATURES
- SOCIAL ACTIVITIES
- DESIGNEVENTS AUF DESIGNMESSEN
- KUNDENAQUISE
- PRESSETEXTE
- STATISTIKEN
- FAZIT

ANWENDUNG VON GIT

Wir arbeiten in 3 Entwicklungszweigen (Branches). Programmiert wird das Projekt auf dem Rechner der Entwickler. Hier läuft die Entwicklungsumgebung im sogenannten Productionmode. Dieser Modus ist sehr langsam beim Seitenaufruf, ermöglicht dem Programmierer aber Änderungen am Quelltext direkt zu sehen, ohne Zwischenspeicher leeren zu müssen oder den Server neu zu starten.

Sobald der Programmierer sehenswerte und funktionierende Änderungen vorgenommen hat, lädt er seine Revision auf den Server im Internet. Hier ist das Projekt dann unter der Domain `dev.designevents.de` aufrufbar und kann von dem Projektmanagementteam und dem Qualitätskontrollteam geprüft werden.

Sobald die Neuerungen abgenommen wurden und keine Fehler mehr vorhanden sind, wird die finale Revision von `dev.designevents.de` auf die Liveversion kopiert und ist dann direkt über die Domain `www.designevents.de` zu sehen.

PROGRAMMIERUNG

Das Projekt ist in der serverseitigen Programmiersprache Ruby programmiert. Zur Erleichterung benutzen wir das Rails Framework, mit dem man Internetseiten in Ruby einfacher umsetzen kann. Es ist die jüngste und modernste Programmiersprache für Internetprojekte und bringt viele neue und innovative Techniken mit. Das Ruby on Rails Framework basiert auf dem Model, View, Controller Prinzip (MVC) und lässt somit eine einfache und grenzenlos erweiterbare Projektplanung zu. Ein weiterer Vorteil dieser Programmierung ist, dass Ruby on Rails von Haus aus mehrere Datenbanktypen unterstützt.

Wir benutzen SQLite für die Entwicklung und MySQL für den Livebetrieb. Die clientseitige Programmiersprachen sind HTML, CSS und Javascript. Das sind die klassischen Sprachen um eine Webseite umzusetzen. HTML (Hypertext Markup Language) dient der semantischen Strukturierung der Inhalte. CSS (Cascading Style Sheets) dient der Umsetzung des Designs in Form, Farbe, Schriftart und Positionierung der Elemente. Javascript wird für die Animation von Elementen und nicht sicherheitsrelevante programmatische Interaktion mit dem Besucher der Webseite verwendet.

DATENBANKEN

Wir arbeiten mit zwei verschiedenen relationalen Datenbanksystemen auf SQL-Basis. In der Entwicklungsumgebung arbeiten wir mit SQLite und im Livebetrieb mit MySQL. SQLite bietet uns die Möglichkeit eine Datenbank mit Muster-Events in eine Datei zu speichern. Diese Datei können wir dann mit GIT versionieren. Dies bietet den Vorteil, dass alle Entwickler an der gleichen Datenbank mit den gleichen Musterdaten arbeiten können. MySQL ist jedoch das wesentlich schnellere Datenbanksystem und ist für viele Zugriffe und Datenbankabfragen optimiert.

BENUTZER-VERWALTUNG

Um den Benutzern der Seite zu ermöglichen Events nach dem posten zu editieren, brauchen wir eine Benutzerverwaltung. Der Benutzer muss sich also bevor er ein Event hinzufügen kann auf `designevents.de` anmelden.

Die Mindestanforderungen um ein Benutzerkonto auf `designevents.de` anlegen zu können sind:

- Name
- Emailadresse
- Passwort

Weitere optionale Benutzerinformationen:

- Benutzerbild
- Webseite
- Adresse
- Telefonnummer

Die Benutzerverwaltung bekommt in der ersten Version von `designevents.de` folgende Funktionalitäten:

- Registrierung mit Closed-Loop Opt-in Email
- Login mit Name oder Email und Passwort
- Passwort wiederherstellen - dabei muss die Emailadresse angegeben werden. In der Email erscheint dann ein Link der dem Benutzer erlaubt ein neues Passwort zu setzen.
- Email ändern mit Closed-Loop Opt-in Email



BENUTZER- VERWALTUNG

EINBAU KLEINER FEATURES

DIE IDEE

DESIGNPROJEKT
PROJEKTSPEZIALISIERUNG
STOLPERSTEINE

TECHNISCHE UMSETZUNG

CONTENT-HANDLING
VERSIONIERUNG
ANWENDUNG VON GIT
PROGRAMMIERUNG
DATENBANKEN

BENUTZERVERWALTUNG

EINBAU KLEINER FEATURES

SOCIAL ACTIVITIES
DESIGNEVENTS AUF DESIGNMESSEN
KUNDENAQUISE
PRESSETEXTE
STATISTIKEN
FAZIT

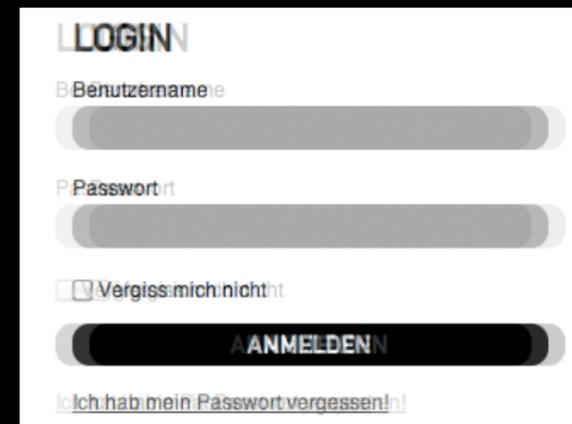
- Benutzer sollen sich bei designevents.de autorisieren können. Wir prüfen dann die Ernsthaftigkeit des Benutzers. Autorisierte Benutzer können Events anlegen, die direkt auf der Seite erscheinen und nicht erst durch einen Admin freigeschaltet werden müssen.

WENN DER CURSOR IN EINES DER DATUMSFELDER KOMMT, WIRD AUTOMATISCH EIN KLEINER KALENDER AUSGEKLAFFT.



```
$(function(){
  var dates = $('#startdate, #enddate').datepicker({
    minDate: "+1d",
    showOtherMonths: false,
    selectOtherMonths: false,
    onSelect: function(selectedDate) {
      var option = this.id == "startdate" ? "minDate" : "maxDate";
      var instance = $(this).data("datepicker");
      var date = $.datepicker.parseDate(
        instance.settings.dateFormat || $.datepicker._defaults.dateFormat,
        selectedDate,
        instance.settings
      );
      dates.not(this).datepicker("option", option, date);
    }
  });
});
```

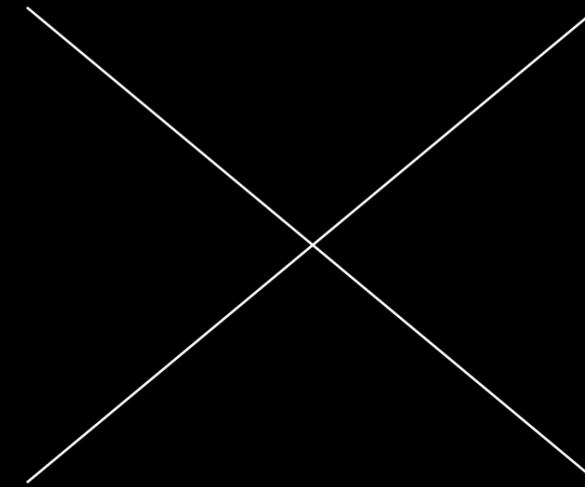
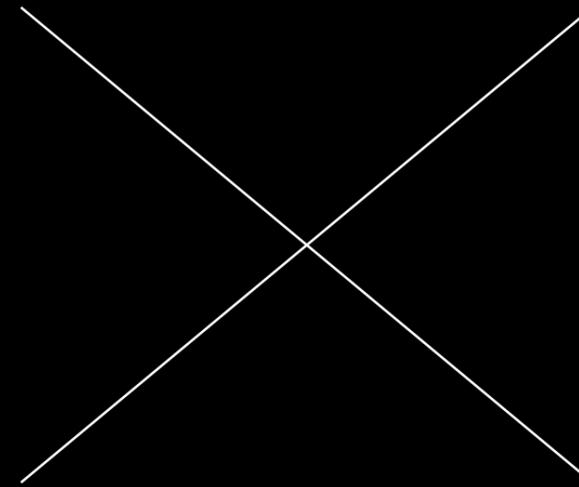
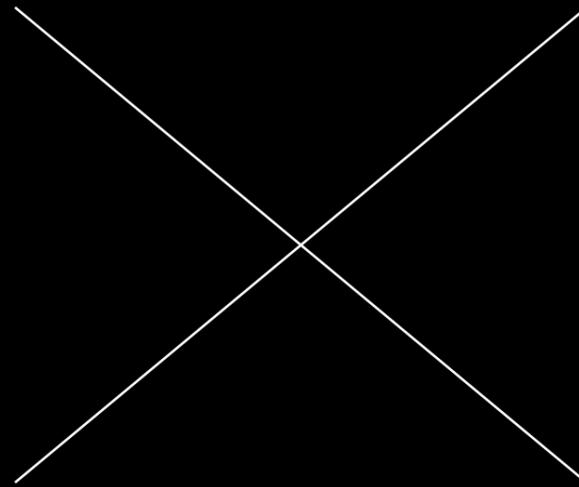
VERURSACHT MAN IN EINEM DER FORMULARE EINEN FEHLER, SO SCHÜTTEL SICH DAS FORMULAR 2 MAL WIE BEIM KOPFSCHÜTTELN



```
<% if @error %>
  <script type="text/javascript">
    $('#loginform').effect("shake", { distance:10, times:2 }, 50);
  </script>
<% end %>
```



EINBAU KLEINER FEATURES



- DIE IDEE
- DESIGNPROJEKT
- PROJEKTSPEZIALISIERUNG
- STOLPERSTEINE
- TECHNISCHE UMSETZUNG**
- CONTENT-HANDLING
- VERSIONIERUNG
- ANWENDUNG VON GIT
- PROGRAMMIERUNG
- DATENBANKEN
- BENUTZERVERWALTUNG
- EINBAU KLEINER FEATURES**
- SOCIAL ACTIVITIES
- DESIGNEVENTS AUF DESIGNMESSEN
- KUNDENAQUISE
- PRESSETEXTE
- STATISTIKEN
- FAZIT



13.03.11 - 27.03.11 in 80638 München
WILDLIFE FOTOGRAFIEN DES JAHRES

Fotografie & Film



WILDLIFE FOTOGRAFIEN DES JAHRES

MOUSEOVEREFFEKT DER EVENTTEASER FUNKTIONIERT IN CSS3 FÄHIGEN BROW-SERN MIT EINER ANIMATION.

```
#eventlist .event a:hover .teasertext{bottom:-141px;}
#eventlist .event a:hover .teaserimage{height:290px;}
#eventlist .event a:hover .teaserimage img{top:-1px; left:-1px; width:292px; height:292px;}
.teasertext, .teaserimage, .teaserimage img{
  -webkit-transition-duration: 0.3s;
  -moz-transition-duration: 0.3s;
  -o-transition-duration: 0.3s;
  transition-duration: 0.3s;

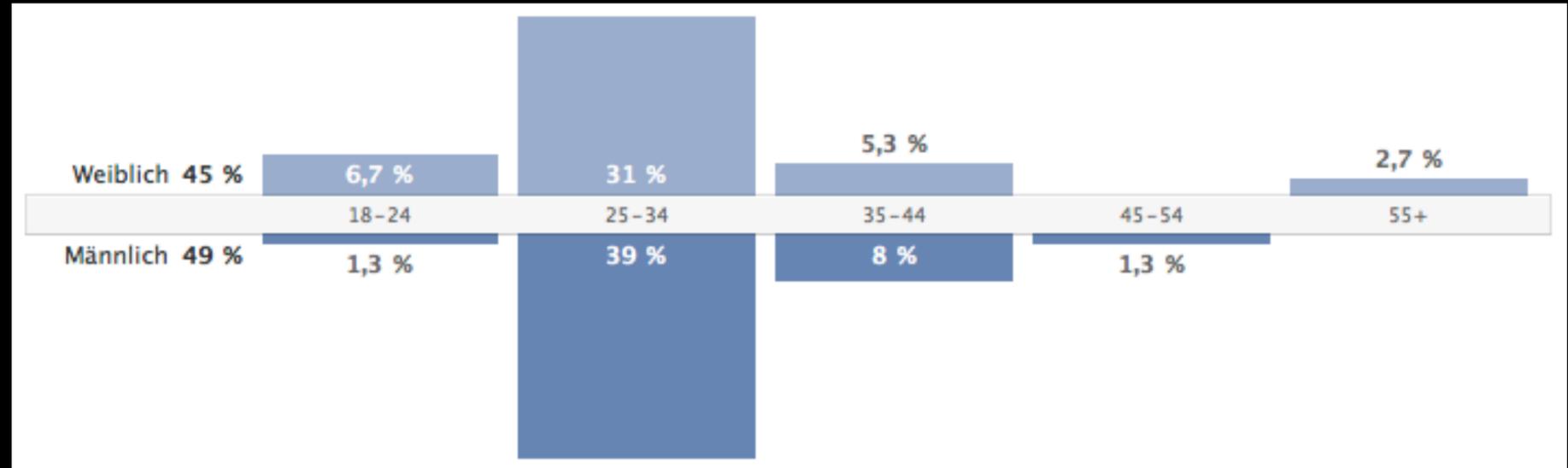
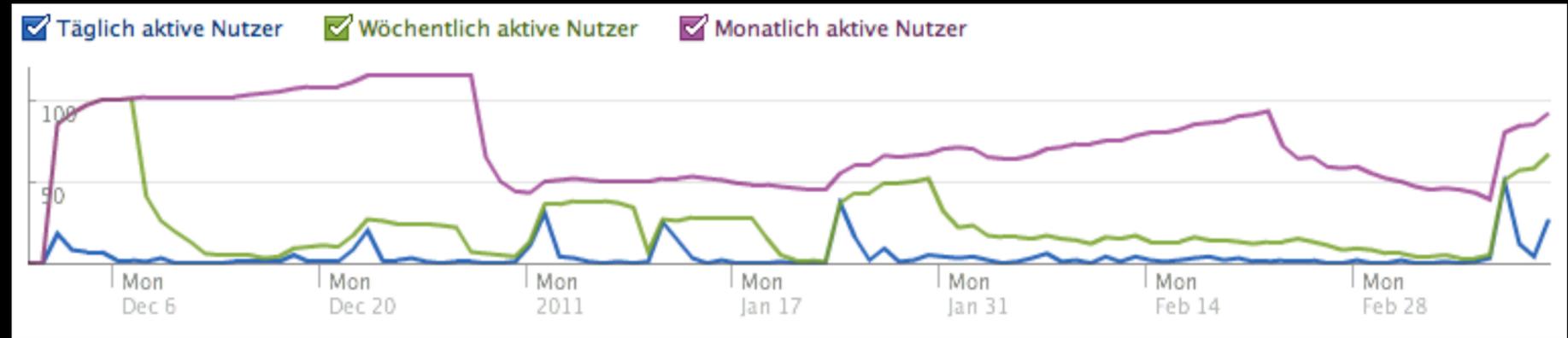
  -webkit-transition-property: height, width, bottom, top, left;
  -moz-transition-property: height, width, bottom, top, left;
  -o-transition-property: height, width, bottom, top, left;
  transition-property: height, width, bottom, top, left;
}
```



FACEBOOK

- DIE IDEE
- DESIGNPROJEKT
- PROJEKTSPEZIALISIERUNG
- STOLPERSTEINE
- TECHNISCHE UMSETZUNG
- SOCIAL ACTIVITIES**
- FACEBOOK**
- TWITTER
- DESIGNEVENTS AUF DESIGNMESSEN
- KUNDENAQUISE
- PRESSETEXTE
- STATISTIKEN
- FAZIT

Über Facebook halten wir unser Publikum über die neusten Aktivitäten auf dem Laufenden. Sowohl persönliche Anliegen, wie z.B. um ein spezielles Event vorzustellen oder ein Projekt zu unterstützen, als auch News über neue Funktionen auf designevents.de.



Beitragsaufrufe?
2.538 ↑117 %

Feedback zu Beiträgen?
15 ↑400 %



TWITTER

DIE IDEE

DESIGNPROJEKT

PROJEKTSPEZIALISIERUNG

STOLPERSTEINE

TECHNISCHE UMSETZUNG

SOCIAL ACTIVITIES

FACEBOOK

TWITTER

DESIGNEVENTS AUF DESIGNMESSEN

KUNDENAQUISE

PRESSETEXTE

STATISTIKEN

FAZIT

Twitter dient uns als reiner „Techtalk“. Hier werden vorrangig Informationen über Programmierentscheidungen, neue Versionen und Updates geschaltet.

designevents.de (designevents_de) on Twitter

http://twitter.com/#!/designevents_de

Suchen Startseite Profil Nachrichten Wem folgen

designevents_de

designevents.de
@designevents_de Deutschland
http://designevents.de

Profil bearbeiten →

Timeline Favoriten Following Follower Listen

designevents_de designevents.de
Wieder online. Live Branch ist am Start und die Filter sind repariert! Jippie.
14 März

designevents_de designevents.de
Wir sind kurz für ein paar technische Umstellungen offline. Sind in ca. 5 Minuten wieder da.
14 März

designevents_de designevents.de
@davidhellmann @ultraman17 Vielen Dank für die netten Tweets.
14 März

designevents_de designevents.de
Einige kleine Änderungen zur Benutzerfreundlichkeit wurden gemacht. Minibugs behoben. Weitere Interfaceverbesserungen sind in der Umsetzung.
14 März

designevents_de designevents.de
Einige kleine Änderungen zur Benutzerfreundlichkeit wurden gemacht. Minibugs behoben. Weitere Interfaceverbesserungen sind in der Umsetzung.
14 März

Über @designevents_de

21 Tweets 208 Following 23 Follower 0 Gelistet

Following 208 Follower 23

Ähneln dir · Alle sehen

ostsee_sh ostsee* SH ARTEFAKTBERLIN ARTEFAKT polaroidBerlin polaroidBerlin Ausstellungen Kunstaustellungen

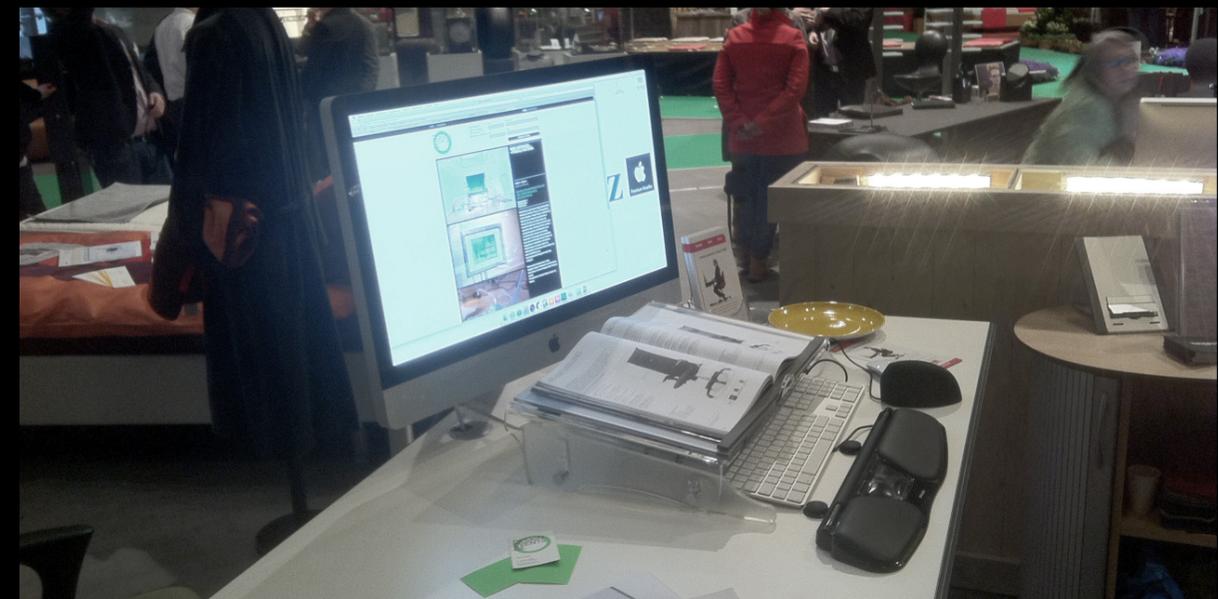
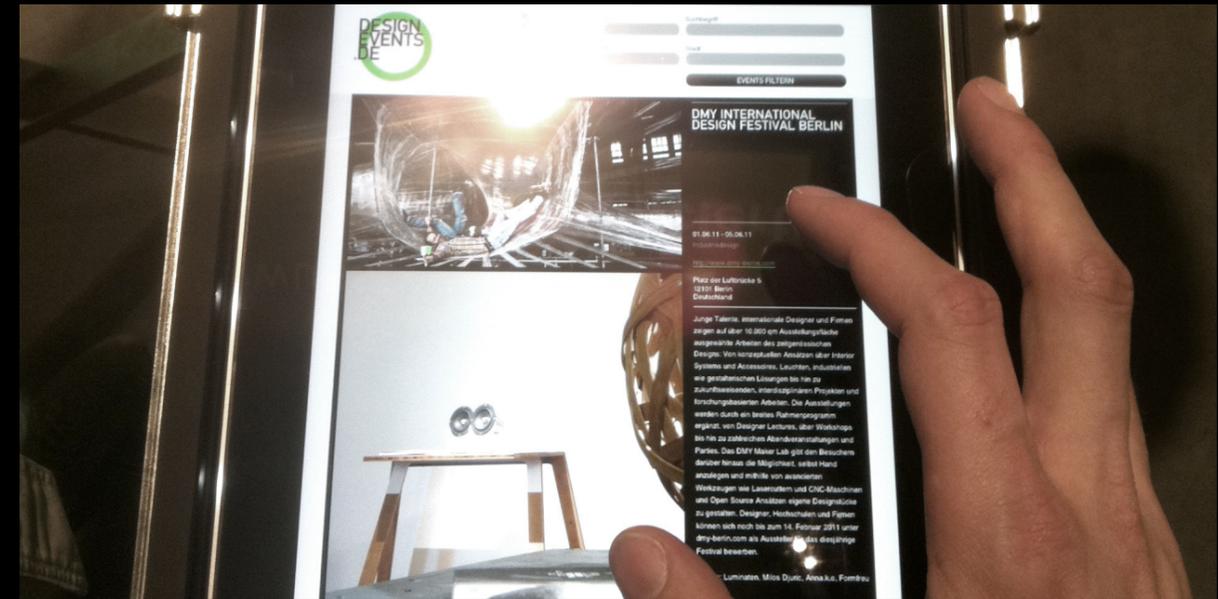
Über uns · Hilfe · Blog · Handy · Status · Jobs · AGB · Sicherheit · Schnellkasten
Inserenten · Unternehmen · Medien · Entwickler · Quellen · © 2011 Twitter



DMY
BERLIN

DESIGNTAGE
LÜBECK

- DIE IDEE
- DESIGNPROJEKT
- PROJEKTSPEZIALISIERUNG
- STOLPERSTEINE
- TECHNISCHE UMSETZUNG
- SOCIAL ACTIVITIES
- DESIGNEVENTS AUF DESIGNMESSEN
- DMY
- DESIGNTAGE LÜBECK
- KUNDENAQUISE
- PRESSETEXTE
- STATISTIKEN
- FAZIT





- DIE IDEE
- DESIGNPROJEKT
- PROJEKTSPEZIALISIERUNG
- STOLPERSTEINE
- TECHNISCHE UMSETZUNG
- SOCIAL ACTIVITIES
- DESIGNEVENTS AUF DESIGNMESSEN
- KUNDENAQUISE**
- PRESSETEXTE
- STATISTIKEN
- FAZIT

Um unseren Kundenstamm möglichst weit gefächert zu erreichen, haben wir vier Einteilungen vorgenommen. Zum einen haben wir 40 Hochschulen des Bereichs Kunst, Film und Design angeschrieben, desweiteren haben wir 30 bekannte Designblogs um Veröffentlichung gebeten und an 7 einschlägige Designmagazine unsere Presstexte geschickt. Zuletzt haben wir ca. 50 Veranstalter angefragt, ob diese ihre Events auf designevents.de veröffentlichen möchten.

Im gesamten Verlauf des Projektes haben wir verschiedene Messen und Ausstellungen rund ums Thema Design besucht und dort einigen Designern unsere Seite präsentiert sowie Visitenkarten verteilt.

Und hier mal wieder ein kleines Fundstück aus meiner Social Media Timeline für euch: designevents.de
Das neue Portal sammelt demokratisch sämtliche Designveranstaltungen in Deutschland (und das sind inzwischen einige). Jeder kann sich selbst registrieren und neue Events eintragen. Ein Filter erleichtert die Suche nach Stadt und Themengebiet. Die Seite ist noch recht überschaubar, also füllt sie bitte. Sehr schöne Idee, um in Zukunft nicht mehr fluchend sagen zu müssen »Davon habe ich ja gar nichts gewusst.«

WebLink: <http://www.designevents.de>



- DIE IDEE
- DESIGNPROJEKT
- PROJEKTSPEZIALISIERUNG
- STOLPERSTEINE
- TECHNISCHE UMSETZUNG
- SOCIAL ACTIVITIES
- DESIGNEVENTS AUF DESIGNMESSEN
- KUNDENAQUISE
- PRESSETEXTE**
- PRESSETEXT LANG**
- PRESSETEXT KURZ
- STATISTIKEN
- FAZIT

PRESSETEXT LANG

NICHTS VERPASSEN: NEUER INDEX FÜR DESIGN- UND KUNSTEVENTS

Lübeck, XX.03.2011 – Was, wann, wo: Das neue Veranstaltungsportal [DESIGNEVENTS.de](http://www.designevents.de) informiert kostenlos und deutschlandweit über Ausstellungen und wichtige Termine in der Kunst- und Designwelt.

Hier spielt die Kunst: Der kostenlose Veranstaltungskalender [DESIGNEVENTS.de](http://www.designevents.de) hält ab sofort Design- und Kunstfreunde in ganz Deutschland auf dem Laufenden. Unter www.designevents.de sammelt die neue Internetplattform Eventangebote in den Bereichen Grafikdesign, Industriedesign, Fotografie & Film sowie Malerei & Bildhauerei. So können sich Interessierte in Zukunft ganz gezielt über Ausstellungen und Veranstaltungen in ihrer Umgebung informieren, ohne sich durch zahlreiche Webseiten einzelner Galerien, Museen und anderer Anbieter klicken zu müssen.

Das von Jan Hagge und Katharina Kowal entwickelte Studienprojekt besticht durch ein angenehm minimales, übersichtliches Design und eine intuitive, nutzerfreundliche Bedienung. Mit der praktischen Filterfunktion können alle veröffentlichten Events einfach und schnell nach Ort, Zeitraum und Kategorie durchsucht werden. Kunstbegeisterte erfahren somit nicht nur, was in der eigenen Stadt passiert, sondern haben auch unterwegs die Möglichkeit, auf die spannendsten Angebote in der Nähe zurückzugreifen. Das vielfältige Spektrum umfasst dabei nicht nur etablierte Galerien und Museen – hier finden sich auch Geheimtipps wie private Atelier-Begehungen, Ausstellungen in Cafés und Underground-Locations, die sich auf Design und Kunst spezialisiert haben. Kurzinformationen und Bildmaterial zu jeder Veranstaltung runden das Service-Angebot ab.

Damit Nutzer die größtmögliche Auswahl haben, richtet sich die Plattform auch an Galerien, Museen, Agenturen und andere Veranstalter: Diese können sich auf [DESIGNEVENTS.de](http://www.designevents.de) registrieren und eigene Veranstaltungen und Ausstellungen ganz unkompliziert veröffentlichen, bearbeiten und einem überregionalen Publikum vorstellen. Dank der Verknüpfung mit Facebook und Twitter werden Events auch in den erweiterten sozialen Netzwerken diskutiert und verbreitet. Diese Vielseitigkeit, Transparenz und Reichweite machen die Plattform zu einem wichtigen Medium in

der Design- und Kunstbranche.

ÜBER DESIGNEVENTS.DE

Das kostenlose Informationsportal [DESIGNEVENTS.de](http://www.designevents.de) (www.designevents.de) wurde 2010 von Jan Hagge (<http://ntry.de/>) und Katharina Kowal im Rahmen des Studiengangs Informations-technologie & Gestaltung (international) an der Fachhochschule Lübeck entwickelt und im Januar 2011 veröffentlicht.

Mehr Informationen erhalten Sie von Jan Hagge unter jh@designevents.de.



- DIE IDEE
- DESIGNPROJEKT
- PROJEKTSPEZIALISIERUNG
- STOLPERSTEINE
- TECHNISCHE UMSETZUNG
- SOCIAL ACTIVITIES
- DESIGNEVENTS AUF DESIGNMESSEN
- KUNDENAQUISE
- PRESSETEXTE**
- PRESSETEXT LANG
- PRESSETEXT KURZ**
- STATISTIKEN
- FAZIT

PRESSETEXT KURZ

WAS, WANN, WO? HIER SPIELT DIE KUNST.

Das neue Veranstaltungsportal DESIGNEVENTS.de informiert kostenlos und deutschlandweit über Ausstellungen und wichtige Termine in der Kunst- und Designwelt.

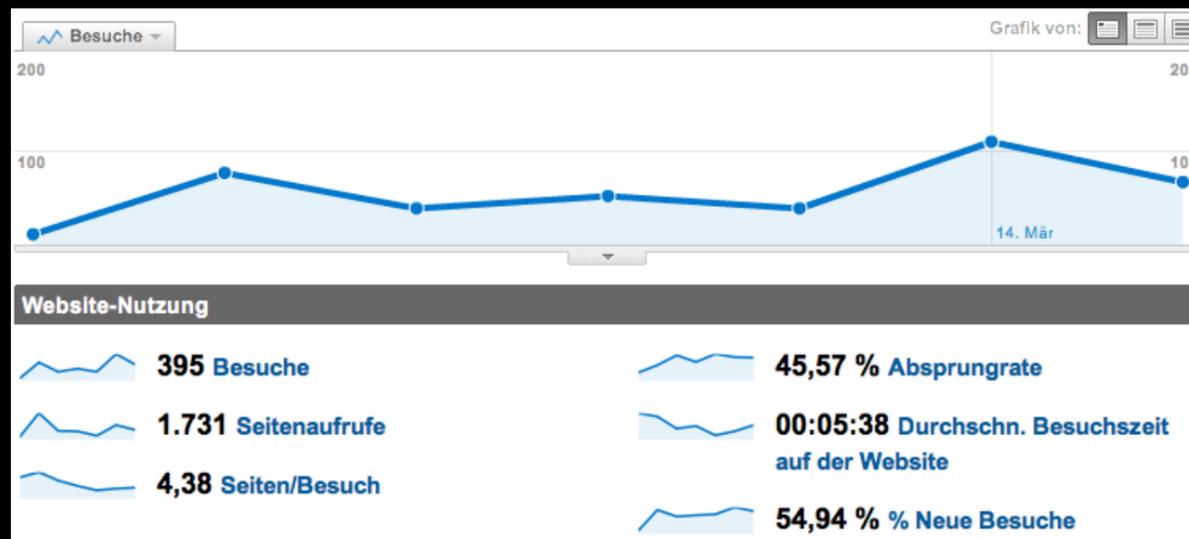
Unter www.designevents.de sammelt die neue Internetplattform DESIGNEVENTS.de Eventangebote in den Bereichen Grafikdesign, Industriedesign, Fotografie & Film sowie Malerei & Bildhauerei. So können sich Interessierte in Zukunft ganz gezielt über Ausstellungen und Veranstaltungen in ihrer Umgebung informieren, ohne sich durch zahlreiche Webseiten einzelner Anbieter klicken zu müssen. Das vielfältige Spektrum umfasst dabei nicht nur etablierte Galerien und Museen – hier finden sich auch Geheimtipps wie private Atelier-Begehungen, Ausstellungen in Cafés und Underground-Locations, die sich auf Design und Kunst spezialisiert haben.

Auch Galerien, Museen, Agenturen und andere Veranstalter profitieren von der Plattform, indem sie sich auf DESIGNEVENTS.de registrieren und eigene Veranstaltungen und Ausstellungen veröffentlichen, bearbeiten und einem überregionalen Publikum vorstellen können.

Mehr Informationen zu DESIGNEVENTS.de erhalten Sie von Jan Hagge (jh@designevents.de).

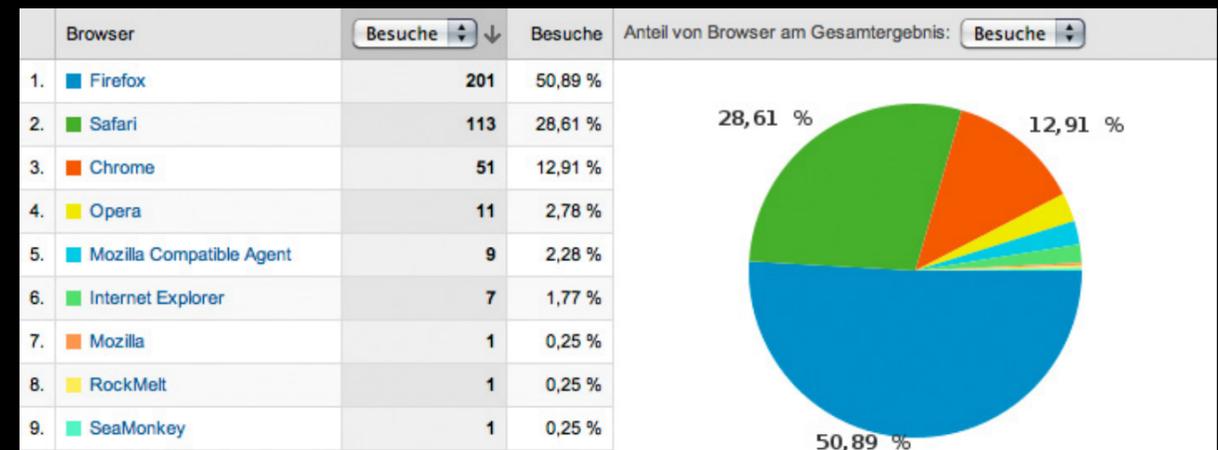


- DIE IDEE
- DESIGNPROJEKT
- PROJEKTSPEZIALISIERUNG
- STOLPERSTEINE
- TECHNISCHE UMSETZUNG
- SOCIAL ACTIVITIES
- DESIGNEVENTS AUF DESIGNMESSEN
- KUNDENAQUISE
- PRESSETEXTE
- STATISTIKEN**
- FAZIT

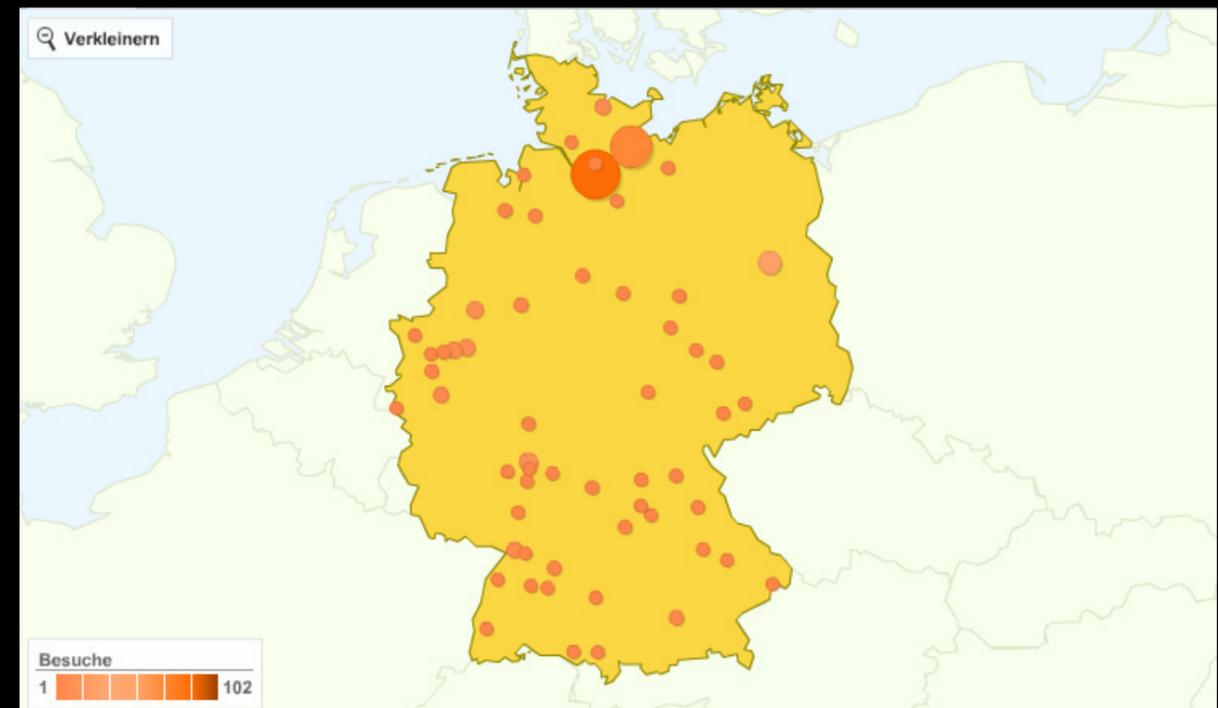


Besuche 395 % der Website insgesamt: 100,00 %	Seiten/Besuch 4,38 Website-Durchschnitt: 4,38 (0,00 %)	Durchschn. Besuchszeit auf der Website 00:05:38 Website-Durchschnitt: 00:05:38 (0,00 %)	% Neue Besuche 54,94 % Website-Durchschnitt: 54,94 % (0,00 %)	Absprungrate 45,57 % Website-Durchschnitt: 45,57 % (0,00 %)
--	---	--	--	--

Quelle/Medium	Besuche ↓	Seiten/Besuch	Durchschn. Besuchszeit auf der Website	% Neue Besuche	Absprungrate
1. (direct) / (none)	161	3,84	00:06:29	50,93 %	47,20 %
2. designmadeingermany.de / referral	87	3,01	00:01:10	70,11 %	45,98 %
3. facebook.com / referral	73	3,71	00:05:27	56,16 %	39,73 %
4. google / organic	42	12,17	00:15:29	9,52 %	38,10 %
5. pixelgangster.de / referral	17	1,47	00:00:16	100,00 %	76,47 %
6. twitter.com / referral	5	3,20	00:03:06	100,00 %	60,00 %
7. unloved.cc / referral	5	2,80	00:01:03	40,00 %	20,00 %
8. google.at / referral	1	1,00	00:00:00	100,00 %	100,00 %
9. google.com / referral	1	3,00	00:01:41	100,00 %	0,00 %
10. google.de / referral	1	4,00	00:00:42	100,00 %	0,00 %



BESUCHERZUGRIFFE AUS DEUTSCHLAND





DIE IDEE
DESIGNPROJEKT
PROJEKTSPEZIALISIERUNG
STOLPERSTEINE
TECHNISCHE UMSETZUNG
SOCIAL ACTIVITIES
DESIGNEVENTS AUF DESIGNMESSEN
KUNDENAQUISE
PRESSETEXTE
STATISTIKEN

FAZIT

AUFGABENTEILUNG

Das Resultat unserer Arbeit sehen wir als erfreulich und motivierend an. Die ersten Ergebnisse stimmen uns zufrieden und die Reaktionen der Veranstalter sind sehr positiv.

Auch der Zuspruch der Eventsuchenden lässt uns zuversichtlich auf das Projekt schauen. Denn wir wollen in Zukunft natürlich weiter daran arbeiten, und noch viele weitere Ideen verwirklichen.

Der technische Aufwand war um einiges anspruchsvoller als zuvor gedacht, selbst mit unserer Erfahrung im Bereich Web, gab es einige Zeitverzögerungen.

Wir haben ein einzigartiges Projekt erschaffen und freuen uns auf die Zukunft von

DESIGNEVENTS.de

AUFGABENTEILUNG

Im Wesentlichen ist zu sagen, dass sich Jan vorwiegend um die Programmierung und Gestaltung der Seite kümmert. Katharina hat dabei die Aufgabe der Akquise und Organisation übernommen.

Während des gesamten Projektzeitraums haben wir zusammen gearbeitet: Wie halten wir die Besucher auf der Seite? Wie erreichen wir gezielt die Zielgruppen? Wie können wir die bestehenden sozialen Netzwerke nutzen, um auf uns aufmerksam zu machen?

Die besten Gedanken rund um das Projekt kamen uns beim gemeinsamen Eiscafé. Viele gute Ideen entstanden dabei fast nebenbei.

Jede veröffentlichte Informationen wird vorher gemeinsam besprochen, damit Rechtschreib- und Anredefehler vermieden werden. Im Allgemeinen werden die Besucher geduzt, Veranstalter hingegen werden in direkten Anschreiben gesiezt.