

# YAMARKA

Webportal  
Entwicklung

Patrick Tobler MD 2a

Projektarbeit 2015/16  
Akademie für Kommunikation  
Dozent: David Sickinger

## Inhaltsverzeichnis

• Aufgabenstellung	4
• _step1	5
• Konzeption	6-9
- Die Probleme des Internets	
- Die Lösung	
- Inhalte	
- Struktur	
- Lokalisierung	
- Bezahlsystem	
- Werbeplanung	
• Zielgruppe	10-11
- Inhalt-Erststeller	
- Konsumenten	
• Beispieldinhalte	12-14
- 1. Beispieldinhalt	
- 2. Beispieldinhalt	
• Marktanalyse	15
- Flattr	
- Kickstarter	
- Patreon	
• Namenskreation	16
- Yamarka	
- Izinga	
- grinc	
- Domain	
• _step2	17
• Vorüberlegungen	18
• Scribbles	19-21
• Finaler Logo Entwurf	22-24
- Apparat	
- Apparat vermaßt	
- Apparat mit unterschiedlichen Skalierungen	
- Apparat mit unterschiedlichen Skalierungen (Schwarz/Weiß)	
- Design Überlegungen	
• _step3	25
• Sitemap	26
• Projektlaufplan	27
• Layout Regeln	28
- Schrift	
- Farbe	
• Technische Details	29
- Aufbau	
- Schriftarten	
- Raster	
• Beschreibung der About-Seite (Landingpage)	30
• Gestaltung der About-Seite (Landingpage)	31-34
- About-Seite (Landingpage) - Mockup	
• Gestaltung des Menüs	35-36
- Eingeloggter Zustand	
- Ausgeloggter Zustand	
- Responsive	
- Menü ausgeklappt	
• Beschreibung der Startseite	37
- Darstellung	
• Gestaltung der Startseite	38-39

# Inhaltsverzeichnis

- Trending-Articles Hover	
- Startseite - Mockup	
• <a href="#">_step4</a>	40
• <a href="#">Anmeldeprozess</a>	41-47
- Login Popup	
- Registrierungs Popup	
- Einrichtungsprozess - Nutzerinformationen	
- Einrichtungsprozess - Profilbild	
- Einrichtungsprozess - Informationen	
- Einrichtungsprozess - Ende	
- Login Popup - Mockup	
• <a href="#">Uploadprozess</a>	48
- Upload Zwischenseite	
• <a href="#">_step5</a>	49
• <a href="#">Inhaltsseiten</a>	50-51
-1. Inhaltsseite	
- 2. Inhaltsseite	
• <a href="#">Gestaltung des Impressums</a>	52
• <a href="#">Gestaltete Icons</a>	53
• <a href="#">Quellen</a>	54
• <a href="#">Selbstständigkeitserklärung</a>	55

## Aufgabe

Für die vorliegende Projektarbeit wurde uns als Aufgabe gestellt

- ein Magazin

oder

- eine Contentplattform

zu entwickeln, gestalten und dokumentieren.

Das Projekt wurde durch fünf Zwischenabgaben, genannt „Steps“, vorangetrieben, die genaue Abgaben in regelmäßigen Abständen erforderten.

In dieser Dokumentation des Projekts dienen die Steps als grundlegende Struktur, die den Leser durch das Projekt führt und die Thematik verständlich darstellt.

## step1

Ein Verlagshaus hat Sie eingeladen, Ihr Konzept zur Neueinführung einer Content Plattform zu präsentieren.

Bei dieser Erstpräsentation Ihrer Ideen erwartet ihr Auftraggeber folgendes:

- Erläuterung zur Konzeption Ihres Magazins:

Inhaltlicher Rahmen (um was geht es in diesem magazin), es kann auch ein Spartenmagazin (Special Interest) sein.

Beachten Sie die Möglichkeit an einem Magazintrend teilzunehmen: das monothematische Magazin, mit einem Themenschwerpunkt pro Ausgabe.

- Ausführliche Zielgruppendefinition

Personamethode

Erläuterung zu Ihrer Definition der Zielgruppe: Wer sind die Leute, in welcher Lebenssituation stecken sie, was interessiert sie, wo wollen sie hin, mit was und wie kann man sie erreichen.

- Was kann das neue Magazin für diese Zielgruppe leisten, welche Rolle kann es für diese Zielgruppe spielen.

- Marktanalyse:

Mitbewerber: Auflage, Preis, Design, Positionierung, Inhalte.

Was unterscheidet Ihr Magazin von den bestehenden, wieso wird ihres Erfolg haben?

- Erscheinungsweise (wöchentlich, monatlich, quartalsweise), Preis, Auflage

- Werbeplanung

Ausführliche Angaben zu möglichen Werbekunden, Mediadaten

- Struktur

Benennung der Rubriken

- Inhalte

Recherche zweier Artikel: nur Text

- Namenskreation

Drei Varianten zum Namen und drei Varianten zum Untertitel(Claim/Subline)

Nennung der Vorzugsvariante mit Argumentation. (Nicht gestaltet)

## Konzeption

### Die Probleme des Internets

Um zu verstehen, um was es sich bei der, von mir entwickelten, Contentplattform handelt muss zunächst ein Schritt zurück getan werden.

Nachdem 1993 der erste Grafikfähige Browser veröffentlicht wurde, hat sich das Internet innerhalb kürzester Zeit von einer Nischen-Erscheinung zum allgegenwärtigen Kommunikations-Mittel Nummer Eins entwickelt.

Diese unglaublich schnelle Skalierung des Internets kam vor allem durch die fast vollständige Unkontrollierbarkeit des Mediums auf.

Jene Unkontrollierbarkeit gilt als der größte Vorteil, gleichermaßen wie der größte Nachteil, des Internets, denn sie erlaubt es jedem, mit einem Zugang zum Netz, absolut alles zu veröffentlichen.

Dies führt dazu, dass im Internet mittlerweile eine solche Content-Flut vorherrscht, dass es mehrere Menschenleben braucht um auch nur einen Bruchteil aller Inhalte zu konsumieren. Natürlich führt dies unweigerlich dazu, dass die Qualität der Inhalte, die wir täglich betrachten stetig sinkt, da es für eine einzelne Person unmöglich ist, alle Inhalte zu filtern und den individuell als „gut“ betrachteten Inhalt aufzuspüren.

Diese Entwicklung bringt uns die Konsumenten dazu, immer mehr auf Vertrautes zu bauen, sich nicht mehr die Mühe machen, Content nach der Qualität des Inhalts zu filtern, sondern lediglich Klickzahlen und Gewohnheiten vertrauen.

Dabei ziehen große Plattformen, wie Youtube, Reddit oder Facebook, gigantische Scharen von Nutzern an, die größtenteils Inhalte, welche nach dem gleichen Muster gestaltet werden, konsumieren und so die Klickzahlen der Plattformen horrend nach oben drücken.

Das Problem hierbei liegt in der Natur dieser Plattformen, da dort Kreatoren lediglich durch Werbeaufrufe belohnt werden. Durch die Koppelung von Einnahmen an die Aufrufe der Werbeanzeigen führen mehr Klicks automatisch zu einem höheren Gewinn für die Kreatoren.

Da sich mittlerweile der Großteil aller Internetnutzer auf nur einer geringer Anzahl von Plattformen versammelt hat, bietet dies den Betreibern der Plattformen eine unglaubliche Macht, um die Verdienste der Kreatoren zu minimieren, um die eigenen Verdienste so weit nach oben wie möglich zu drücken.

So ist die Anzahl der Werbeschaltung stetig nach oben gesetzt wurden, während die Verdienste, der Content-Ersteller, bei einer Werbeschaltung weiter nach unten gedrückt wurden, um der Plattform den größtmöglichen Verdienst zu ermöglichen.

Da viele Nutzer eine erhöhte Werbeschaltung nicht tolerieren wollten, hat sich zusätzlich dazu noch eine Unterdrückung von Werbung durch Drittprogramme, wie beispielsweise Adblock, etabliert, welches die Spirale weiter in Fahrt bringt.

Das alles hat schließlich dazu geführt, dass heute Quantität in der Content-Entwicklung einen höheren Stellenwert als Qualität besitzt, da es sich Kreatoren schlicht und ergreifend nicht mehr Leisten können, ihr Dasein an wenige, qualitativ hochwertige und zeitintensive, Inhalte zu koppeln, sondern sich durch viele, qualitativ eher minderwertige, dafür jedoch weniger zeitintensive, Inhalte ihren Lebensunterhalt sichern.

## Die Lösung

Um dieses Problem zu lösen und den Erstellern von Inhalten wieder die Wahl zwischen Quantität und Qualität zu geben, ist es essentiel die Monetarisierung der Inhalte von den Werbeaufrufen zu entkoppeln und eine alternative Plattform für Konsumenten, sowie Inhalts-Ersteller zu schaffen.

Exakt diesen Ansatz verfolge ich mit meiner Contentplattform.

### Inhalte

Auf der Contentplattform werden drei verschiedene Inhaltstypen vorhanden sein.

- Text (Beispiele: Artikel, Blogs, Wissenschaftliche Texte)
- Audio (Beispiele: Podcasts, Hörbücher, Musik)
- Video (Beispiele: Kurzfilme, Meinungsbildende Formate)

Jeder registrierte Nutzer hat die Möglichkeit beliebig viele Inhalte hochzuladen.

### Struktur

Auf der Contentplattform wird es keine vorgegebenen Rubriken, abgesehen von der Unterteilung der verschiedenen Medien (Text, Audio, Video), geben.

Uhrheber weisen jeden hochgeladenen Inhalt einem oder mehreren Hashtag /-s zu, um den Inhalt bestmöglich zu kategorisieren.

Die Hashtags dienen als Struktur der Website. Zu jeder Zeit werden die derzeit populärsten Hashtags als Kategorie im Menü präsentiert. Durch das anklicken eines Hashtags oder eines der Hashtag-Menüpunkte kann sich der Nutzer auf der Website zurecht finden und Inhalte zu einem bestimmten Thema finden.

Der Vorteil an diesem System liegt darin, dass es eine liquide Struktur der Seite erlaubt und sich so die Plattform stets verändert.

Auf der Timeline des Users (der Startseite), findet er eine personalisierte Auswahl von Artikeln, basierend auf seinen Interessen und bereits besuchten Artikeln.

### Lokalisierung

Die Website wird zunächst nur auf Englisch verfügbar sein. Sollte der Punkt kommen, an dem man Sie einem weiteren Publikum zugänglich machen möchte, wird ein Sprach-Hashtag jedem Inhalt hinzugefügt.

Die Nutzer können dadurch nach bestimmten Sprachen filtern und der Algorithmus, welcher für die Auswahl der Inhalte auf der Timeline, eines jeden Nutzers zuständig ist, kann den Sprachtag mit berücksichtigen und somit „lernen“, welche Sprachen der Nutzer spricht.

## BezahlSystem

Die von mir konzeptionierte Contentplattform sieht ein zweigeteiltes alternatives Monetarisierungs-System vor, das vollkommen ohne die Schaltung von Werbeanzeigen funktioniert und stattdessen auf ein traditionelles BezahlSystem setzt.

- Micropayment:

Mithilfe von Micropayment bezahlen Konsumenten die Uhrheber der Inhalte direkt. Dabei wird pro Ansicht eines Inhalt ein Betrag von genau einem Cent vom Account des Konsumenten auf den Account des Uhrhebers übertragen. Die erneute Ansicht des selben Inhalts ist selbstverständlich kostenfrei.

Dabei gehen 75% des Betrags an den Uhrheber und 25% an die Plattform.

- Freiwillige Unterstützung:

Es gibt viele Menschen, die gerne Uhrheber unterstützen würden, es aber nicht können, weil sie keinerlei Möglichkeit dazu haben, außer teueres Merchandise oder größere Spenden zu tätigen.

Aus diesem Grund bietet diese Contentplattform die Möglichkeit beliebig viele Spenden von fünf Cent an den Uhrheber zu übertragen.

Dies stellt eine direkte Möglichkeit dar, den Uhrheber mit einem minimalen Betrag zu unterstützen, ohne das die Plattform etwas davon hat. Aus diesem Grund kommt jede Spende zu 100% dem Uhrheber zu.

Durch die gering wirkenden Beträge von 1, bzw. 5 Cent ergeben sich folgende Vorteile:

- Die Nutzer haben die Möglichkeit durch den Einsatz von nur 10,00 Euro bereits 1.000 Inhalte zu konsumieren. Ein durchaus als Fair zu betrachtender Wechsel.
- Uhrheber bekommen mehr als 10 Mal mehr Geld pro Klick, als sie mit einem durch Werbeanzeigen finanzierten System bekommen würden.

z.B. bei einer Finanzierung durch AdSense, bekommt der Uhrheber zwischen 80 Cent und einem Euro pro 1.000 Klicks.

$$1000 / 100 = 10$$

Fazit: Alle 10 Klicks ein Cent

Im Vergleich auf Yamarka:

$$1000 / 1000 = 1$$

Fazit: Mit jedem Klick ein Cent

(Diese Rechnung wurde komplett ohne die Berücksichtigung von 25% aller Nutzer in Deutschland, die mittlerweile ein Adblock-Programm verwenden, getätigt.)

- Durch die direkte Kommunikation bildet sich eine direkte Bindung zwischen Konsument und Uhrheber, da der Konsument genau nachvollziehen kann, an wen und wofür er sein Guthaben abgibt.
- Die Konsum-Erfahrung wird deutlich verbessert, da in keinster Weise Sponsoren oder Werbeanzeigen die Nutzung behindern.

## Werdeplanung

Zunächst wird durch gezielte Anwerbung von bekannten Content-Erstellern deren „Fanbase“, bzw. Leserbasis angeworben.

Geschieht dies mit ausreichend Inhalt-Erstellern lässt sich leicht eine große Masse an Nutzern erreichen, was sehr schnell weitere kleine Inhalts-Ersteller anlockt.

Wird dieser Punkt erreicht wächst die Nutzer-Zahl und Popularität der Seite exponentiell. Was dazu führt, dass Werbung im klassischen Sinne kaum nötig ist.

Um direkt zur Veröffentlichung einige große Inhalt-Ersteller auf die Seite zu führen, wird vor der Veröffentlichung direkter Kontakt hergestellt.

Zusätzlich findet jeder Nutzer direkt nach Registrierung einen Betrag von 10,00 Euro auf seinem Guthaben Konto vor. Dadurch ist er in der Lage, ohne einen zeitaufwendigen Bankkonto-Einrichtungsprozess Inhalte zu konsumieren.

Dies führt zu anfänglichen Kosten für den Betreiber der Seite.

Der Nutzer wird erst sobald sich sein Guthaben dem Nullpunkt zuneigt dazu aufgefordert, sein Konto aufzuladen.

Der Grund dafür ist lediglich, dass viele Leute noch immer Hemmungen davor haben ihre Konto-Informationen im Internet zu verwenden.

Ebenso ist es wichtig einen Teil des Inhalts, beispielsweise die ersten Zeilen eines Artikels, komplett gratis und ohne Registrierung zur Verfügung zu stellen um potentielle Nutzer nicht durch eine zwanghafte Registrierung abzuschrecken.

So können Inhalte auch über Social-Media und andere Kanäle geteilt werden.

Da die Seite durch User-Generated-Content lebt, ist das Potential für einen viralen Effekt, durch einen besonders beliebten Inhalt, sehr hoch.

Dies kann sehr schnell in einem starken Zuwachs von Nutzern enden.

## Zielgruppe

Die grundlegende Zielgruppe lässt sich in Inhalts-Ersteller und - Konsumenten unterteilen.

### Inhalt-Ersteller

- 18-40 Jahre
- Männlich/Weiblich
- In der Lage qualitativen Content regelmäßig und professionell zu erstellen
- Auf der Suche nach einer sinnvollen Möglichkeit mit diesem Content Geld zu verdienen
- Meist Freelancer

Gerd (31): Studierte Journalismus und war 6 Jahre als Journalist für eine große Zeitung im Ausland unterwegs. Jetzt möchte er sich von allen Vorgaben lösen und seine Erfahrungen mit der Welt teilen.

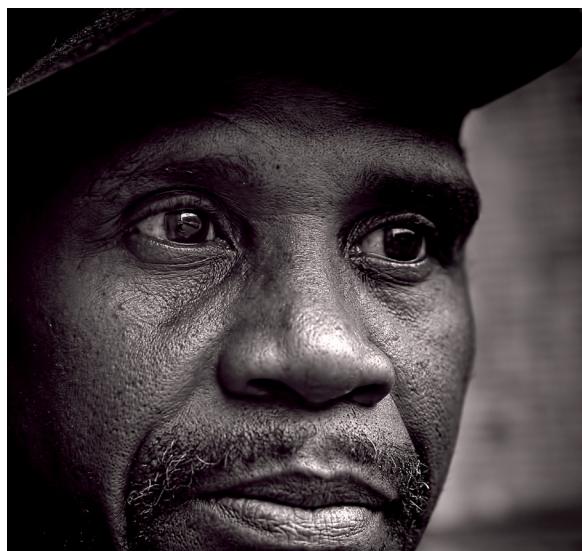


Ursula (22): Hat gerade ihr Medizin-Studium beendet und möchte nun einige Jahre in Afrika als freiwillige Helferin arbeiten. Sie nutzt die Plattform um ihre Erlebnisse und Erfahrungen aufzuschreiben und somit der ganzen Welt zur Verfügung stellen.

### Konsumenten

- 16-45 Jahre
- Männlich/Weiblich
- Bereit dazu Inhalts-Ersteller durch Bezahlsystem zu unterstützen, um so für die Qualität der Inhalte zu garantieren
- Auf der Suche nach einfacher Möglichkeit Qualitäts-Inhalte Werbefrei und ohne zeitintensives „Filtern“ zu konsumieren

Paula (24): Studiert Politikwissenschaften und Kunst. Möchte sich auf einfache Art und Weise die Meinung anderer Leute zum Weltgeschehen anschauen.



Herbert (44): Arbeit als Chemikant bei einer Chemie-Produktions-Firma. Hat zwei Kinder im Alter von 6 und 9, sowie eine Frau, mit denen er einmal im Jahr in die Türkei fliegt.

Er interessiert sich für die Geschehnisse auf der Welt und sucht auf der Seite neue Ansichten, um seinen eintönigen Arbeitsalltag aufzufrischen.

## Beispielinhalte

### Has Anyone Ever Said ‘No’ to Garry Marshall?

The few successes (and many failures) of Hollywood’s most beloved director Garry Marshall is addicted to work. His first feature as a director, *Young Doctors in Love*, was released in 1982, when he was 48. More than three decades later, he’s ready to release *Mother’s Day*—the third entry in a line of ensemble rom-coms about questionably significant holidays with titles that are as descriptive as they are vague. Like Valentine’s Day and New Year’s Eve before it, *Mother’s Day* features a large cast of A-listers and no-names and will probably be obliterated by critics for its clunky dialogue, obvious plot twists and terrible wigs. But even the most scathing review from the ghost of Pauline Kael would fail to chip away at Marshall’s long-hardened armor; he will keep making movies, and by God, America’s going to keep seeing them.

Marshall was already well-established in Hollywood when he entered the world of feature films. He was, after all, the same Garry Marshall who created *Happy Days*, which ran for 11 seasons, and the spinoff *Laverne & Shirley* (starring his sister Penny), which ran for eight. But all that success didn’t immediately translate to film. Roger Ebert called *Young Doctors In Love* “comedy [gone] very wrong.” In a more forgiving review, Janet Maslin added that Marshall never strays too far from “familiar material.” But no matter! He would keep going, Maslin’s backhanded compliment becoming a sort of mantra.

His second directorial effort, 1984’s *The Flamingo Kid*, was much better received, becoming the year’s 43rd-highest-grossing movie. (For context, *Sixteen Candles* was number 44.) Now that he had something of a hit on his hands, Marshall decided to fully abandon television for the movies. Over the next three years he directed the Tom Hanks/Jackie Gleason vehicle *Nothing In Common* as well as *Overboard* (my personal favorite), starring Goldie Hawn and Kurt Russell. In 1988, he made the world ugly-cry with *Beaches*, taking the disconnect between his critical and commercial success to the extreme: *Beaches* was the worst-reviewed movie he’d ever made, but it also made the most money. The man was onto something.

When his movies hit, they hit hard. And when they bombed, they could have leveled cities. Marshall’s biggest hits of the ’90s, *Pretty Woman* and *Runaway Bride*, had the same leads—Julia Roberts and Richard Gere—and the same massive success. But those ill-conceived losers in between—the ones without Julia Roberts? You probably can’t name one. And if you can, you’ll likely have trouble saying it aloud without adding, “Yikes.” There was *Exit to Eden*, a BDSM comedy starring Rosie O’Donnell and Dan Akroyd that’s as bad as it sounds; *The Other Sister*, the rom-com about mentally challenged individuals starring Juliette Lewis and Giovanni Ribisi that’s even worse than it sounds; and *Dear God*, the Greg Kinnear comedy about people mailing letters to God that is more or less as meh as it sounds. But the trick is this: You’re allowed to release garbage after directing what was, in 1990, the highest-grossing movie of all time. *Pretty Woman* isn’t just a one-time Get Out of Jail Free card; it’s the same one he’s been able to use again and again.

By the 2000s, Marshall was riding high. After 2001’s Anne Hathaway/Julie Andrews hit *The Princess Diaries*, he directed the film’s sequel, *The Princess Diaries 2: Royal Engagement*. *Raising Helen*, a wholly inoffensive dramedy about a young woman who suddenly becomes the guardian of her dead sister’s children, came that same year. No matter the reception—here was Marshall, at 70 years old, trying new things. But more family-oriented fare suited him, and he had the box office returns to prove it. By 2007’s failed-Lindsay Lohan-comeback-slash-unmitigated disaster *Georgia Rule*, Marshall’s Get Out of Jail Free card was plenty worn, and included several asterisks. Underneath *Pretty Woman* are listed the names of his other hits—in all caps—almost daring movie studios to tell him no. If you shun Garry for a misguided dramedy about sexual abuse and family secrets, well, you

might not get another *Princess Diaries*. Only, we haven't. Marshall's newest obsession is the ensemble comedy, beginning with 2010's Valentine's Day, a Love Actually wannabe that used its A-list cast to distract viewers from embarrassing dialogue and a series of interconnected plot lines that play as though they were written by an Amazon Echo.

For better or worse, Marshall was once again doing something new. He continued this format with 2011's New Year's Eve—a movie I saw at midnight and can hardly remember, apart from a subplot involving Lea Michele in an elevator. His latest entry in the unofficial series, Mother's Day, comes out this week and looks to be similarly forgettable. But these things aren't meant to be remembered, are they? They're meant to be cash grabs—easy money sucked out of audiences who just want to get out of the house for a couple hours. Perhaps it's more important that they allow Marshall himself to get out of the house. The man just wants to work! And, at 81, the grueling hours of moviemaking must take a toll. So he calls up his friends, sends over the scripts and asks for few minutes of their time. "Just swing by, Julia!" he screams into the phone. "Wear a wig. Any wig. I'll only need you a few days."

"Of course," they all say. Because it's Garry.

Autor: Bobby Finger  
Quelle: Medium.com

### I installed Windows 95 on my Apple Watch

With a 520 MHz processor, 512 MB of RAM, and 8GB of internal storage, the Apple Watch packs a lot of computing horsepower into a very small package. On paper, its processor alone is about twenty-five times faster than the average 386, and 512 MB was the size of a hard drive in the mid nineties, not memory. As a result, I was feeling confident that the Apple Watch had the ability to run one of the most revered desktop operating systems Redmond has ever produced.

What are you, nuts?

Pretty much. I was born in the nineties, and the first personal computer my family bought (a \$3000 screamer with a 300 MHz Pentium II, 256 MB of RAM, and the optional Boston Acoustics speaker system) ran Windows 95. Also, this isn't the first time I've installed an old operating system on a watch. Here's a video of my Apple Watch running Mac OS 7.5.5:

But How?

Unlike the above port of the Mini vMac emulator, the result here had to be interactive. That meant that Apple's WatchKit SDK wasn't good enough, since it doesn't allow you to access user touch locations directly—it only lets you use Apple's stock controls. Long story short, it's possible to patch certain files within a WatchKit app to load your own application code rather than Apple's. For more information, check out Steven Troughton-Smith's excellent blog post on the subject.

Here's an outline of the steps involved:

Copy symbols and headers from Xcode's iphoneOS and iphoneSimulator platforms to the watchOS and watchSimulator platforms, respectively.

Build your "normal" UIKit-based iOS app inside a framework, rather than in your WatchKit extension.

Use `install_name_tool` to point your WatchKit app's `_WatchKitStub/WK` binary to your framework instead of SockPuppetGizmo. SockPuppetGizmo is the framework that (to my knowledge) runs WatchKit and interacts with normal WatchKit extensions that developers write.

Jury-rig the iOS port of the Bochs x86 emulator into your framework. “Easy!” “How hard can it be?” read: Pretty hard. In my case, Xcode crashed whenever I tried to use lldb. Your mileage may vary.

Copy a Windows 95 disk image in to your app’s bundle, write the config file, and boot ‘er up.

\*Optional: hot glue a motor to the watch’s crown to keep it from falling asleep.

Will It Blend?

Yes! Due to the fact that it is emulated (not virtualized), it takes about an hour to boot.

Warranty: gone

Can I Try?

Yep! The code is on GitHub. You’ll need to source the files that show up in red yourself—they aren’t redistributable.

Autor: Nick Lee

Quelle: Medium.com

## Marktanalyse

### Flattr

Bei Flattr handelt es sich um ein Micro-Spenden BezahlSystem, das es registrierten Nutzern erlaubt durch einen einfachen Klick eine kleine bestimmte Menge Geld zu spenden.

Dieses kann von Betreibern einer Website durch die Einbindung eines Flattr Code Blocks verwendet werden.

Nachteile von Flattr:

- Freiwillig
- Nutzer muss registriert sein, um zu spenden. Kann jedoch Content auch als nicht-registrierter -Nutzer anschauen. Dieses System bietet keinen Anreiz sich auf FlattR anzumelden und bleibt deswegen unerfolgreich.

### Kickstarter

Auf Kickstarter bietet sich Nutzern die Möglichkeit große Projekte, die von jedem einge-reicht werden können, finanziell zu unterstützen und somit einen Beitrag zu ihrer Umsetzung zu leisten.

Nachteile von Kickstarter:

- Kein Micro-Payment
- Nur geeignet für große Projekte, die eine Vielzahl an Menschen ansprechen.
- Teilweise lange Wartezeiten
- Keine Garantie für die tatsächliche Fertigstellung des Contents

### Patreon

Patreon ermöglicht es Konsumenten direkt Inhalts-Erststeller, durch einen monatliches Abo-System, zu unterstützen. Dies ermöglicht es den Erstellern von den monatlichen Einnahmen zu leben und sich voll auf das Erstellen der Inhalte zu konzentrieren.

Nachteile von Patreon:

- Reine Unterstützung von Personen, nicht von Projekten.  
Dies sorgt dafür, dass die Ersteller keine genaue Übersicht über die Popularität eines ihrer Projekte haben.  
Zusätzlich können Ersteller leicht inaktiv werden, ohne dass die Nutzer es mitbekommen und werden somit fürs nichts tun belohnt, während die Nutzer keinerlei Nutzen davon tragen.

Die genannten Portale verbindet des Weiteren ein grundlegender Nachteil: Sie dienen nicht als Plattform für den Content, die Erstellung des Contents und die Unterstützung des Er-stellers.

## Namenskreation

### Yamarka

Synonym für „fair“ auf Uzbek. Steht für den fairen Austausch zwischen Inhalt-Ersteller und Konsumierer, der auf der Plattform im Vordergrund stehen soll. Außerdem lässt sich der Name gut aussprechen und bleibt leicht im Kopf, aufgrund der A's, als einzige Vokale.

### Izinga

Synonym für „Qualität“ auf Zulu. In diesem Fall wird erneut ein Merkmal der Seite als Name verwendet. Qualität ist neben dem fairen Austausch der wichtigste Vorteil die die Seite bietet.

Namen, die auf einem Synonym in einer exotischen Sprache basieren, besitzen folgende Vorteile:

- Die Unternehmenskultur wird direkt im Namen verankert. Jeder, der weiß was das Wort bedeutet, wird unwillkürlich immer daran denken und es tief in sich verankern.
- Für Kunden, die mit der Bedeutung nicht vertraut sind, ist der Name dennoch nicht zu anprangernd. So wird lediglich die Einstellung der Mitarbeiter verändert, was nach außen hin den gewünschten Effekt erzielt.
- Die Möglichkeit auf einen positiven viralen Effekt bleibt vorhanden, da die Bedeutung für Personen, die die Sprache als native Sprecher verwenden, sehr offensichtlich ist.

### grinc

Ein völlig unbeschriebenes Blatt, welches vollkommen von der Contentplattform eingenommen werden kann und das Potential besitzt, ein eigenständiges Wort im normalen Sprachgebrauch zu werden.

Außerdem ist es leicht erkennbar, dank der seltenen Schreibweise mit lediglich einem C am Schlussteil.

Zudem besteht es aus einer recht kurzen Buchstaben-Reihe und besitzt nur einen Vokal, was den Namen leicht zu merken und auszusprechen macht.

Vorzugsvariante: Yamarka

Subline: Better Content.

Die Subline „Better Content“ drückt, simpel und für jederman verständlich, genau das aus wofür die Seite steht. Für besseren Content.

Der Punkt, hinter dem „Content“, ist dabei ein elementarer Bestandteil der Subline. Er drückt die Kompromisslosigkeit aus, die mit dem Satz verbunden werden soll und zeigt direkt, dass Yamarka es absolut ernst meint.

### Domain

Als Domain ist die Adresse www.Yamarka.com vorgesehen.

## \_step2

Entwerfen Sie das Logo für Ihr Format.

Möglich sind sowohl ein reines Typogramm, als auch ein gemeschistes Wort-/Bildzeichen.

Sammeln Sie alle Vorüberlegungen und Scribbles (ausschließlich auf weißem Papier).

Als Ergebnis dieses Entwicklungsprozesses drei Feinscribbles verschiedener Logovarianten mit jeweils verschiedenen Claims.

Realisieren Sie nur Ihre Vorzugsvariante digital.

### Abgabe:

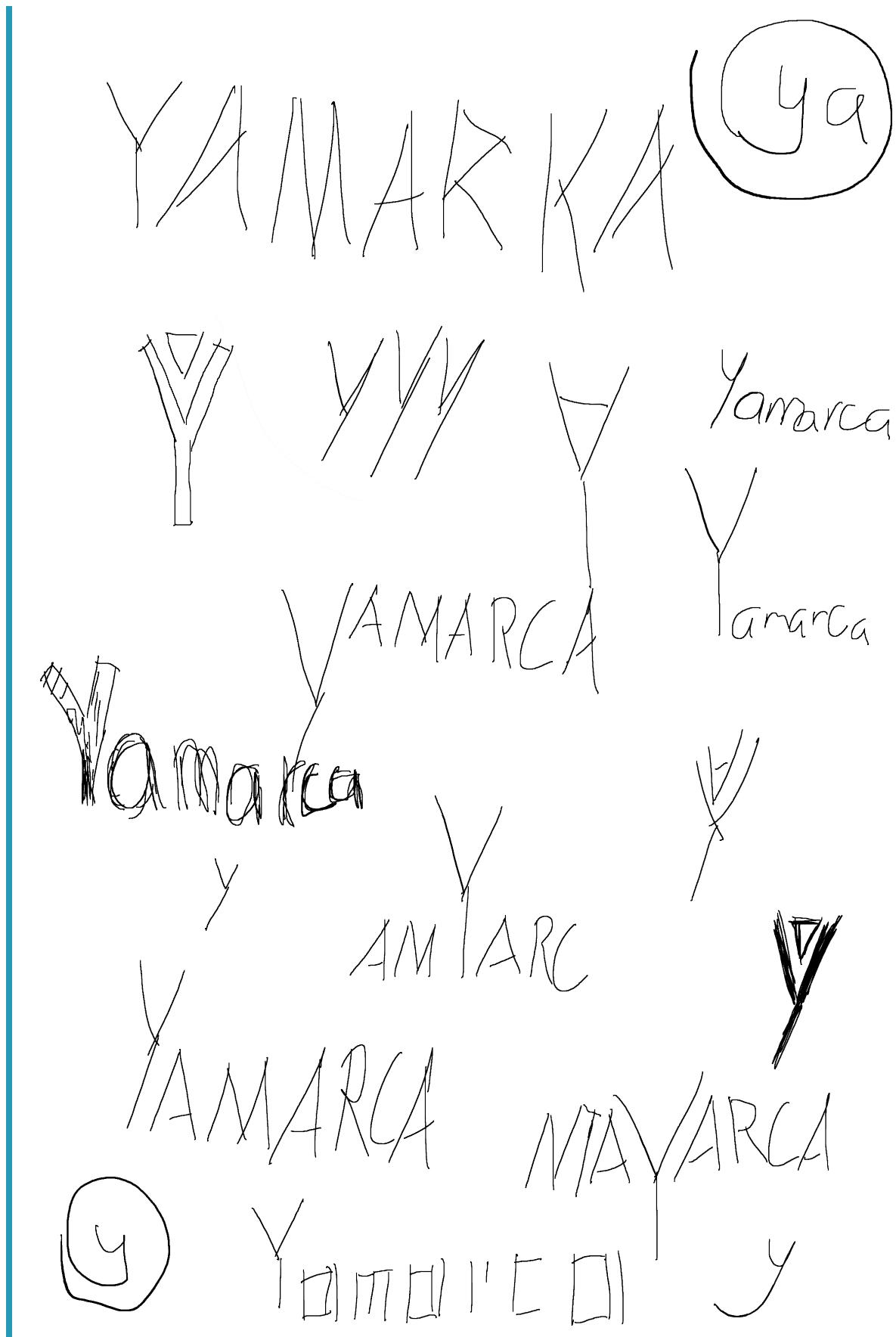
#### Visueller Teil

- Die Ergebnisse Ihrer Vorüberlegungen
- Die drei Feinscribbles
- Präsentation ihres Logos mit Vorzugsclaim als Apparat gesetzt (A4 quer, erst nur der Apparat, dann der Apparat vermaßt, dann der Apparat 3 mal: 2,5cm Breite, 8cm Breite, 15cm Breite, farbig, dann der Apparat 3 mal: 2,5cm Breite, 8 cm Breite, 15cm Breite, schwarz/weiß).

#### Schriftlicher Teil

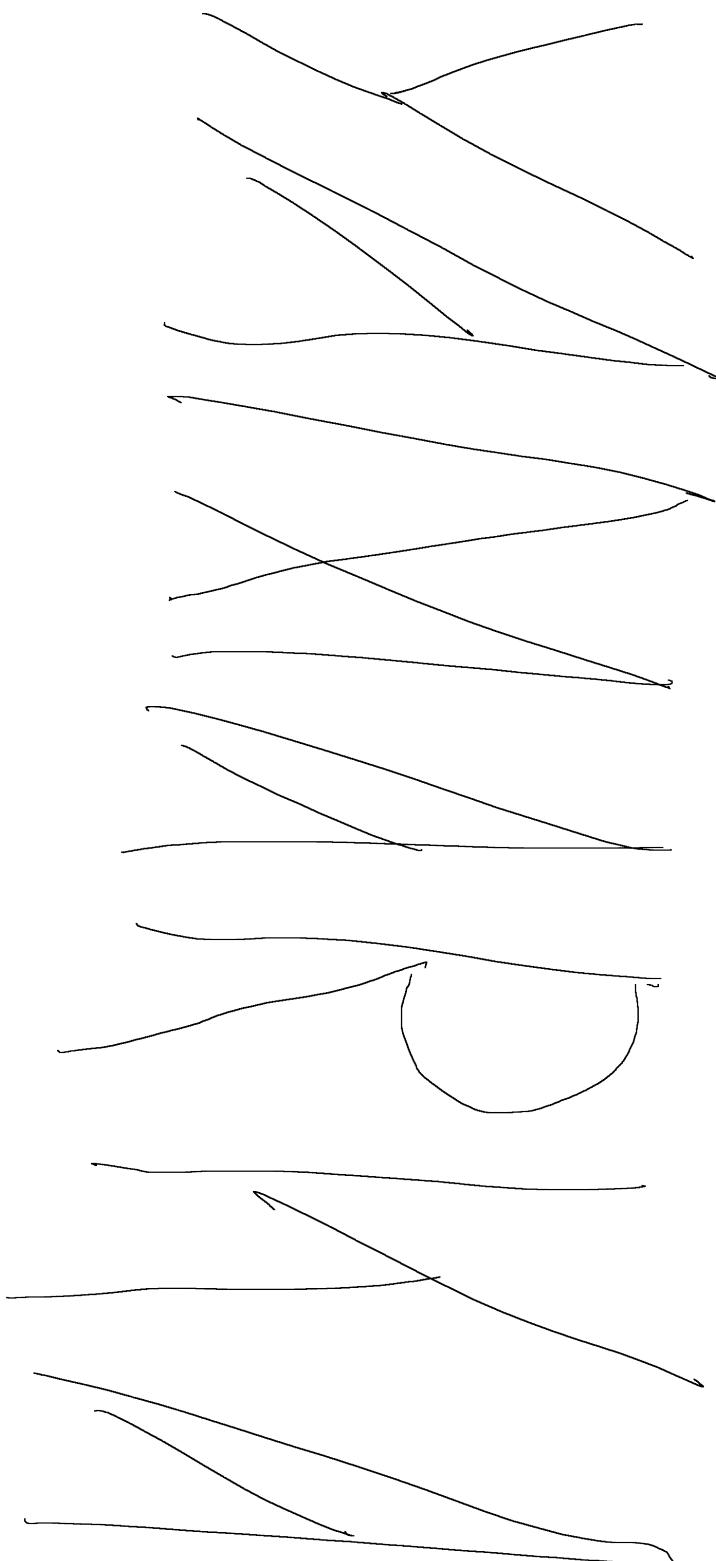
- Erläutern Sie ihre Vorüberlegungen.
- Begründen Sie ihre Entscheidungen.
- Erläutern und argumentieren Sie die ästhetische Form schriftlich und ausführlich.
- Machen Sie genaue Angaben über verwendete Schriften.
- Machen Sie genaue Angaben über verwendete Farben,

Vorüberlegungen

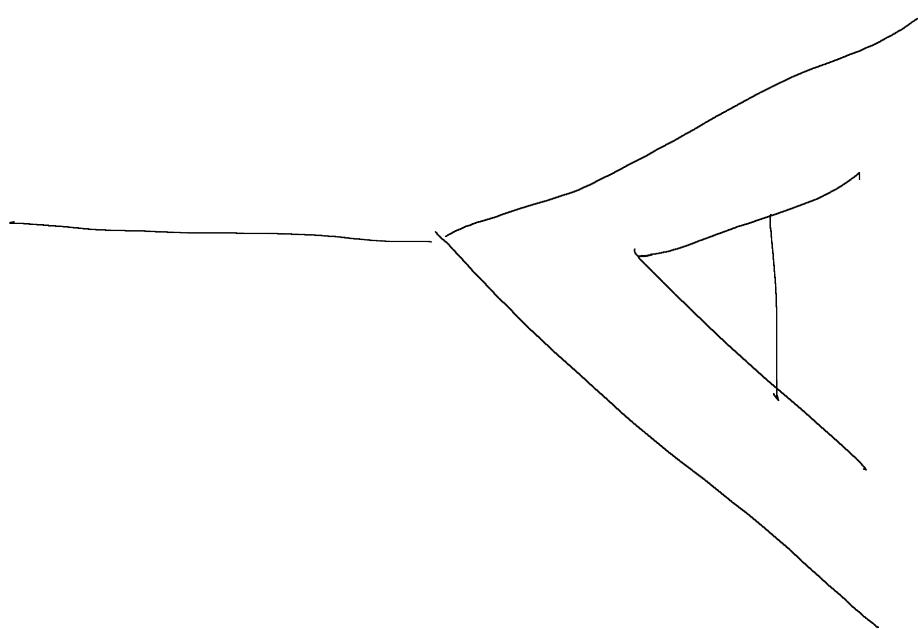


## Scribbles

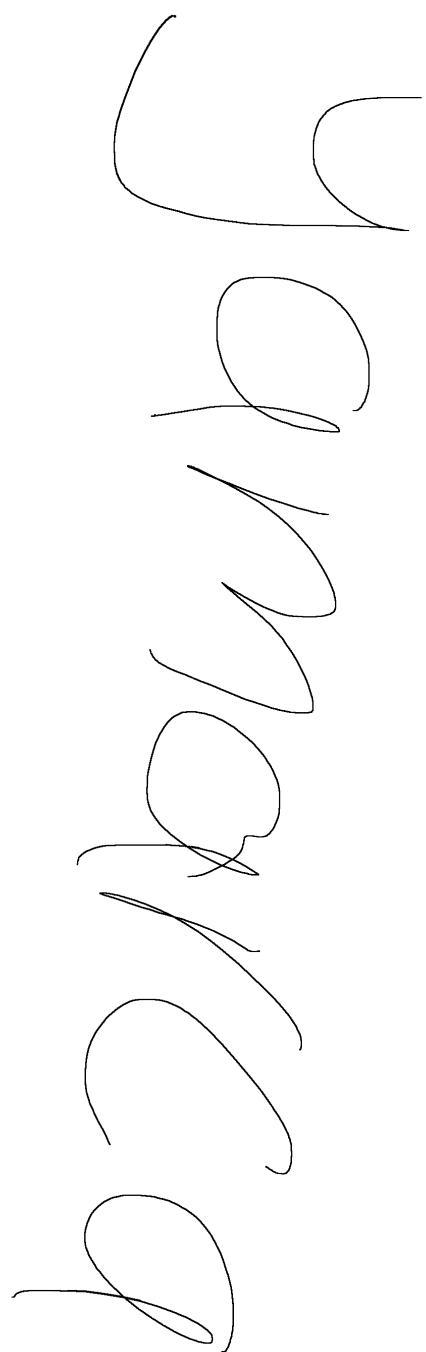
### 1. Scribble



2. Scribble



3. Scribble

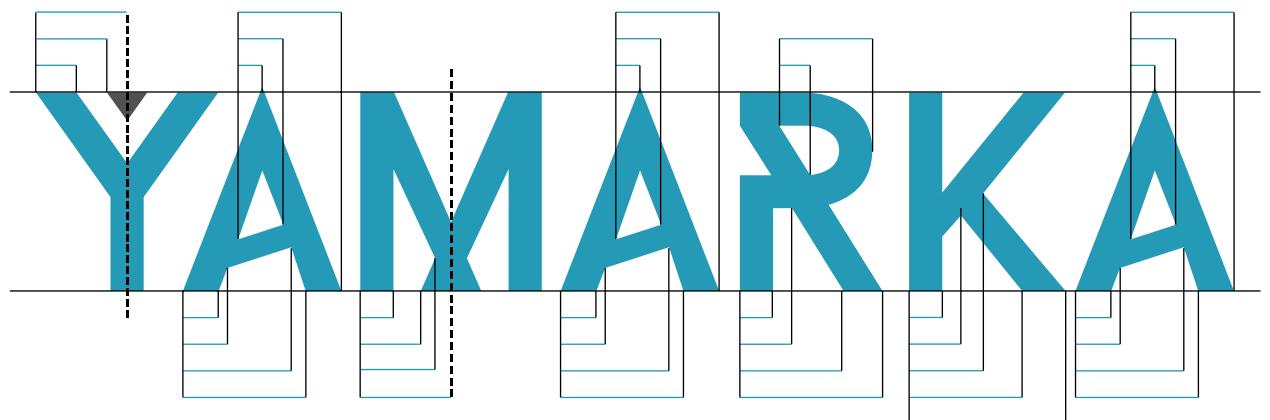


## Finaler Logo-Entwurf

Apparat



Apparat vermaßt



Apparat mit unterschiedlichen Skalierungen

**YAMARKA**  
Better Content.

**YAMARKA**  
Better Content.

**YAMARKA**  
Better Content.

Apparat mit unterschiedlichen Skalierungen (Schwarz/Weiß)

**YAMARKA**  
Better Content.

**YAMARKA**  
Better Content.

**YAMARKA**  
Better Content.

## Design Überlegungen

Durch die ausschließliche Verwendung einer Wortmarke, als Logo, kann besonders intensiv die Seriosität, welche das Produkt, bzw. die Marke, ausdrücken soll, dargestellt werden. Bei der Schrift handelt es sich dabei um eine modifizierte Version der Schriftart „Baron Neue“.

Durch die Veränderung der Buchstaben lässt sich eine Abwechslung, die den Blick des Nutzers auf sich zieht, erschaffen und welche somit für den Ausgleich von Seriosität und Blickfang sorgt.

Durch die Wahl der Farbe #0097b7 (Hellblau) wirkt das Logo modern und gelassen. Zusätzlich strahlt blau eine Gelassenheit aus und sorgt so für einen zusätzlichen Eindruck der Seriosität beim Betrachter. Der graue Pfeil auf dem Y wirkt als weiterer Blickfänger und hilft dabei die Wiedererkennbarkeit des Logos zu steigern.



# 0097b7



# 515151

Baron Neue

**A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U  
▼ W X Y Z 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0**

## \_step3

1. Erstellen Sie eine Sitemap Ihrer Plattform

2. Volziehen Sie folgende Designschritte:

- Gestalten Sie die Vorstellungs-/Erläuterungsseite (Wer wir sind / Funktionsweise oder ähnliches)
- Gestalten Sie das Menü / die Benutzerführung
- Gestalten Sie einen Inhalt

3. Produzieren / definieren Sie dafür folgende Inhalte

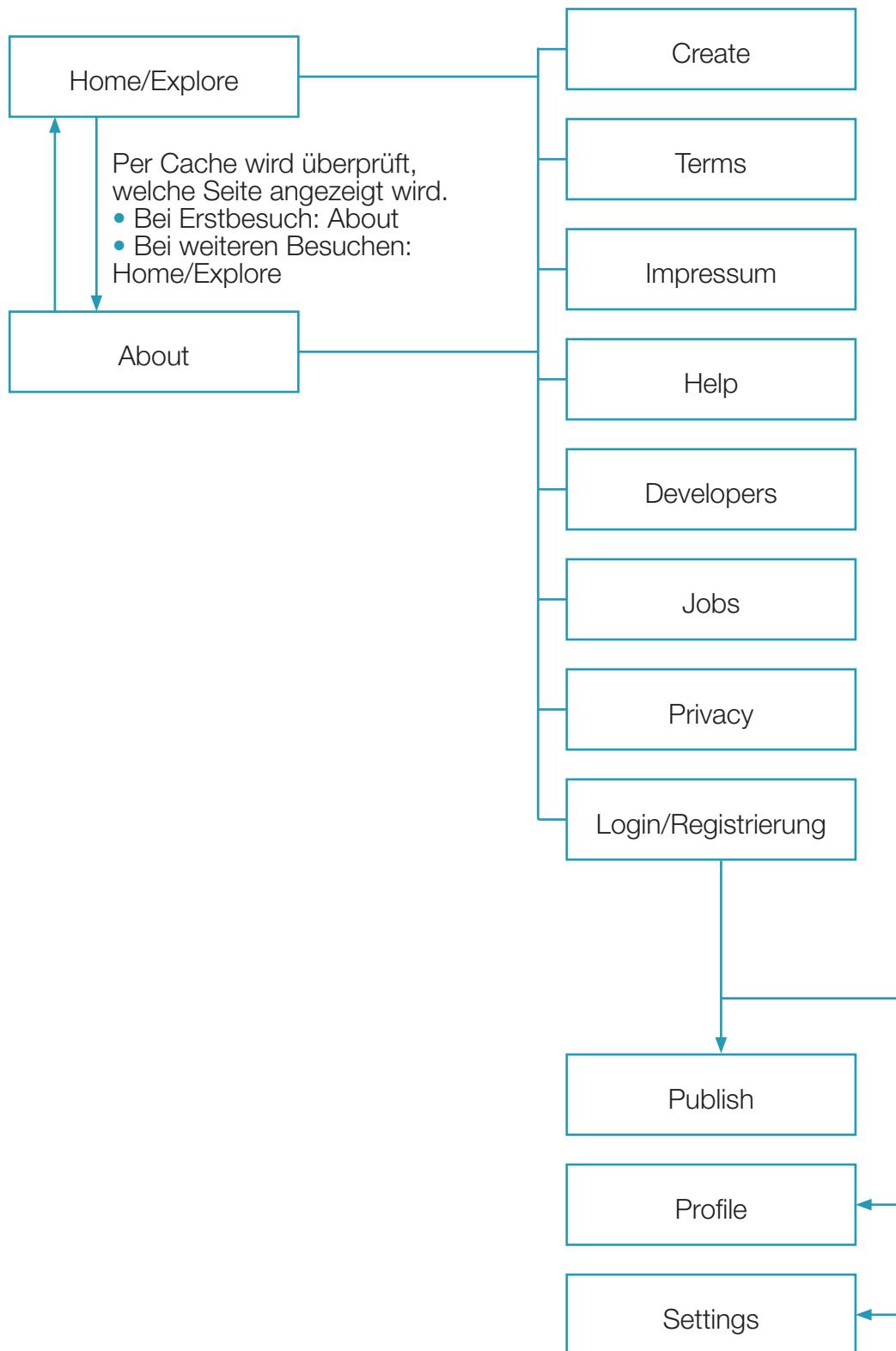
- Texten
- Entwickeln und definieren Sie die Inhalte zur Premieren Schaltung
- Bestimmen und/oder erstellen Sie den Text für den ersten Inhalt
- Produzieren sie die Abbildungen oder Illustrationen für diesen Inhalt

4. Dokumentieren, erläutern und argumentieren Sie folgende Festlegungen

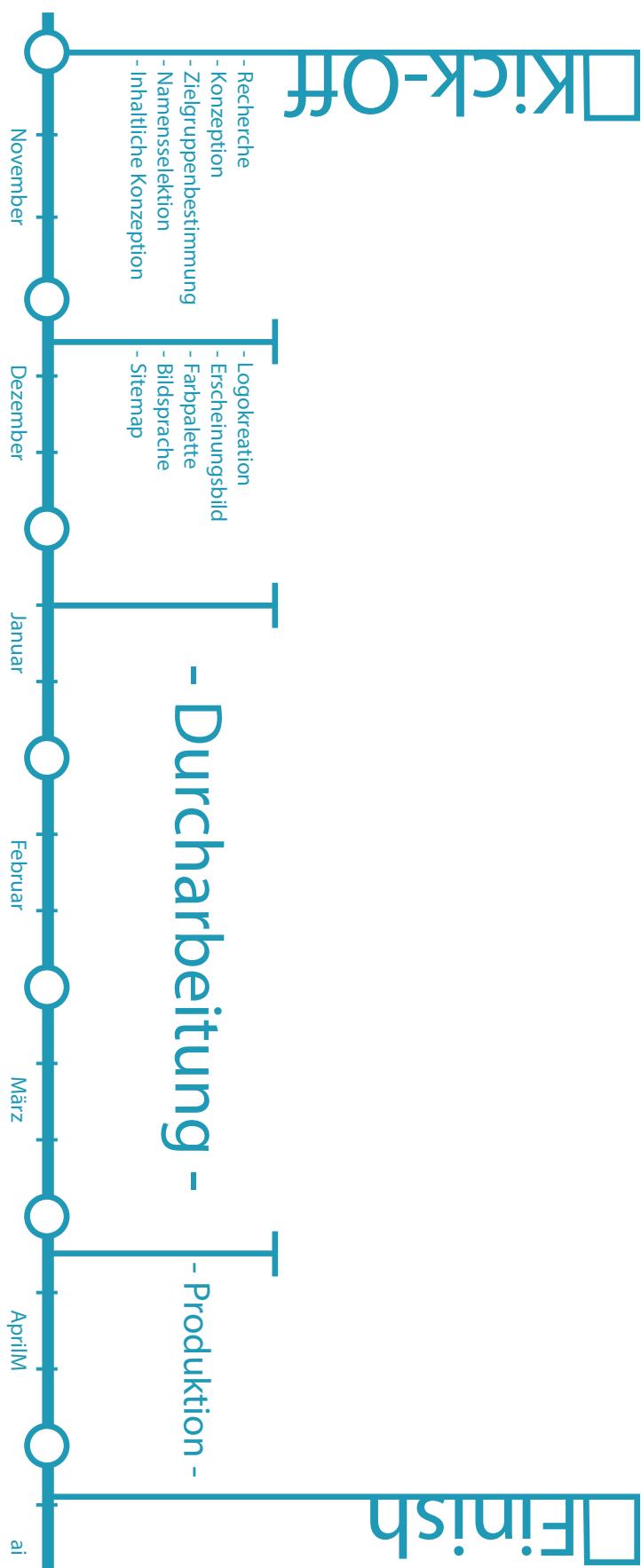
- Layout
- Typografie-Hierarchie
- Textsatz und Raster (Darstellung des Rasters)
- Benutzerführung
- Umgang mit Abbildungen: motivisch und gestalterisch

5. Erstellen Sie den ProjektStrukturPlan

## Sitemap



## Projekt-Ablauf-Plan



## Layout Regeln

Um einen einheitlichen und organisierten Stil zu gewährleisten folgt Yamarka einigen Layout Regeln. Diese lauten wie folgt:

### Schrift

- Schriftart für Mengentext: Open Sans - Light

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U  
V W X Y Z 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

- Schriftart für statische Bedienelemente: Open Sans - Semibold

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U  
V W X Y Z 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

- Schriftgröße für Mengentext: 14 pt
- Schriftgröße für Überschriften: 24-140 pt

### Farbe

- Mengentext



# 424242

- Mengentext direkt auf Hintergrund



# b0b0b0

- Überschriften & Icons



# 0097b7

- Hintergrund



# f5f5f5

## Technische Details

### Aufbau

Die Seite ist in PHP, HTML und CSS gestaltet.

Die Kommunikation mit der Datenbank findet über einen MySQL Server statt.

### Schriftarten

Die verwendeten Schriftarten werden über die Google Fonts API eingebunden.

Der offizielle Code zur Einbindung lautet:

```
<html>
  <head>
    <link rel="stylesheet" type="text/css"
      href="https://fonts.googleapis.com/css?family=Tangerine">
    <style>
      body {
        font-family: 'Tangerine', serif;
        font-size: 48px;
      }
    </style>
  </head>
  <body>
    <div>Making the Web Beautiful!</div>
  </body>
</html>
```

### Raster

Yamarka verzichtet auf ein Raster im grundlegenden Sinne. Als Ausgleich dazu, sind alle Elemente so angelegt, dass sie endlos skalierbar sind und sich jedem Bildschirmformat anpassen können.

Dies wird erreicht durch eine prozentuale Anpassung der Elemente.

Der Vorteil dabei liegt darin, dass sich die Seite fließend an unterschiedliche Formate anpassen kann und nicht an die üblichen Responsive Design Größen-Festlegungen gebunden ist.

Der Nachteil liegt darin, dass es weitaus mehr Arbeit in der Programmierung erfordert.

## Beschreibung der About-Seite (Landingpage)

Sobald der Nutzer zum ersten Mal die Domain www.Yamarka.com in seinen Browser eintippt oder durch irgend einen sonstigen Weg auf die Seite landet, wird er direkt auf www.Yamarka.com/About weitergeleitet (Abgesehen von dem Fall, dass er direkt auf einen Artikel verlinkt wurde).

Sobald er ein weiteres Mal die Domain besucht, wird er nicht mehr auf die About Seite geleitet, sondern direkt auf die Startseite Yamarkas. Technisch wird dies realisiert durch die Verwendung von Cookies.

Das Erste was er dort vorfinden wird, ist ein Startscreen, auf dem er in wenigen Worten das Motto und den Zweck von Yamarka erfährt.

Scrollt er weiter hinunter, wird ihm zunächst eine Auswahl aktueller Inhalte auf Yamarka präsentiert. Hier steht er nun vor der Wahl, ob er auf einen dieser Inhalte klickt und die Seite durch die direkte Verwendung kennenlernt oder ob er noch weiter hinunter scrollt und sich durch die folgenden Infografiken mit der Funktion der Seite vertraut macht.

Sobald er am unteren Ende der Seite angekommen ist und ihm die Funktion so wie die Art der Inhalte vertraut ist, wird er erneut darauf hingewiesen die eigentliche Seite auszuprobieren.

## Gestaltung der About-Seite (Landingpage)

The landing page for Yamarka features a dark wooden background with a vintage typewriter in the center. To the left is a dark mug, and to the right is a vinyl record. Scattered around the typewriter are several Scrabble tiles spelling out words like 'FAU' and 'ART'. The main headline reads 'Better Content.' in large, bold letters, followed by the subtext 'The best place to consume and publish Premium Content on the Internet.' Below this, a call-to-action button says 'Sign Up'. At the bottom right, there's a 'Learn More' button with a downward arrow icon.

Read some of this weeks highlights



The joy you find  
in old things  
-  
Read more



Experiencing true  
fear  
-  
Read more



How reading  
brings us ahead  
-  
Read more



The joy you find  
in old things  
-  
Read more

### Welcome to Yamarka

We strive for the **highest quality** standard in content distribution.

To achieve this ambitious goal it is necessary that creators are able to work **uncommitted** and independently in order to truthfully represent their own ambitions and opinions.

### So, how can we make this happen?



1. A unique and fair payment system.

The payment system of Yamarka is structured in two main parts and focuses

on creating the best possible transparency and individual management possibilites.

## Micropayment

One of the core problems modern creators face is the dependency on ad-impression-counts.  
It is often overlooked that creators receive for one average ad-impression only 0.001\$

This means that 1,000 ad-impressions are required to earn 1\$

It is not surprising that this affects the content-creation heavily and shifts the focus more on mass instead of class.

This is not what Yamarka stands for. Instead we establish and ad- and subscription-free platform to create the best possible publisher and consumer experience.

**Yamarka is the place where quality beats quantity**



## 1¢ for everything

For the exceptionally cheap price of 1¢ you'll be able to consume every piece published on Yamarka.

This allows you to visit thousands of pages and consume the highest quality creations, while also giving the creators enough money to work independently and follow their ideals.



## 75% to the Creator 25% to Yamarka

For every cent you spend 0.75¢ go directly to the content creator.

## Donations

We believe a lot of people enjoy showing gratitude



towards great work and want to support the creators. Because of this we added a second completely **voluntary** way to **support** great people.



## 100% to the Creator

We respect your decision to **support** the work of a creator and want to give you the chance to doing so without interfering.



## 2. An individualised way to discover great content.



Through our special algorithm we can provide you with exactly **the content you want**.

We learn what you usually read and provide you an individualised selection of articles, videos, blogs and more.

This obviously doesn't mean that we restrict your sense for exploration. You are still free to explore many other things out of your normal view.

**Excited?**  
Explore Yamarka now!

[Click here](#)

About-Seite (Landingpage) - Mockup



## Gestaltung des Menüs

Das Menü, welches grundsätzlich sehr klassisch aufgebaut ist, um dem Nutzer einen leichten Einstieg zu bieten, besteht aus zwei grundsätzlich verschiedenen Darstellungen. Die Eingeloggte und die Ausgeloggte Version.

Der Unterschied besteht im Wesentlichen darin, dass in der Eingeloggten Version, statt dem Login Button der Name des Nutzers und sein Profilbild angezeigt werden.

Über diese Schaltflächen hat er Zugriff auf das Nutzer-Menü, in welchem er drei verschiedene Schaltflächen vorfindet.

- Profile: Direkter Zugang zum Profil des Nutzers
- Settings: Die Einstellungen des Nutzers
- Logout: Selbsterklärend.

Zusätzlich dazu wird der Create-Button durch den Publish-Button ausgetauscht, sobald der Nutzer eingeloggt ist.

- Create: Hinter dem Create-Button befindet sich eine Info-Seite für interessierte Inhalts-Erststeller, die mit dem Gedanken spielen ihre Inhalte auf Yamarka zu veröffentlichen und noch mehr Informationen diesbezüglich suchen.
- Publish: Der Publish-Button bietet direkten Zugriff auf den Veröffentlichungs-Bereich von Yamarka. Von dort aus gelangt man auf die Seite, die es ermöglicht Dinge auf Yamarka zu veröffentlichen.

Um das Menü vom Rest der Seite abzuheben, wird es mithilfe eines Schlagschattens hervorgehoben.

### Ausgeloggter Zustand



### Eingeloggter Zustand



### Responsive

Das Menü ist von Grund auf so angelegt, dass es responsive funktioniert. Dies wird erreicht, indem die Auflösung der Anzeige ausgewertet wird und das Menü daran angepasst wird. So gibt es keine festgelegten Pixel-bezogenen Abstände, sondern variierende Entfernung, je Darstellung.

- Die Header-Höhe beträgt immer genau 7,5% der gesamten Darstellungshöhe.
- Das Logo, sowie die Buttons auf dem Header nehmen genau 50% des Headers ein und sind mittig platziert.
- Die Login-Button-Breite beträgt 40% von einem Drittel der Gesamtbreite.

Menü aufgeklappt



Im Eingeloggten Modus lässt sich durch das Anklicken von entweder dem Profil-Namen oder dem Profilbild das Untermenü aufklappen.

Dieses legt sich über jeglichen, darunter liegenden, Inhalt.

## Beschreibung der Startseite

Wie bereits beschrieben gelangt der Nutzer erst beim zweiten Besuch der Yamarka.com Domain oder durch einen Klick auf einen der platzierten Explore-Buttons auf die Startseite. Dazu sei erwähnt, dass sich hinter dem Synonym „Explore“ immer die Startseite verbirgt.

Auf der Startseite findet präsentiert Yamarka dem Nutzer verschiedene Wege neue Inhalte zu entdecken.

Alle führen dabei über den links platzierten Inhalt-Bereich, auf dem eine chronologische Liste relevanter Inhalte angezeigt wird.

Diese Liste variiert je nach Auswahl des Anzeigeformats.

Standardmäßig ist hier die „Timeline“ ausgewählt, was bedeutet, dass dem Nutzer eine Auswahl von Inhalten, die basierend auf seinen vorherigen Lesegewohnheiten und seinen Informations-Angaben im Einrichtungsprozess zusammengestellt wird, präsentiert wird.

Der Nutzer hat dahingehend die Möglichkeit, über das Anklicken eines Hashtags alle relevanten Inhalte zu einem bestimmten Thema einzusehen.

Die zur jeweiligen Zeit populärsten Hashtags werden dem Nutzer als Auswahlmöglichkeiten im Menü über dem Inhalt-Bereich dargestellt.

Über die rechts platzierte Sidebar hat der Nutzer zusätzlich die Möglichkeit sich, über eine Profil-Box, einen schnellen Überblick bezüglich seines Account-Guthabens, seinem Followerstand, seiner Gesamt-Upload-Anzahl und der Anzahl seiner erhaltenen Donations zu schaffen.

Darunter findet er desweiteren ein Schnell-Menü zur Inhalts-Publizierung.

Durch diese penetrante Anzeigeart sollen Nutzer stetig dazu aufgefordert werden vom rei-nen Konsumenten zum Inhalts-Ersteller zu werden.

Der letzte Block der Sidebar ist einer Auswahl an derzeit besonders populären Artikeln.

## Darstellung

Eine Besonderheit bei der Darstellung der Seite liegt bei den Scrollverhältnissen der Sidebar und dem Inhaltsbereich. Der Inhaltsbereich ist generell unendlich scrollbar und wird immer dann nachgeladen, wenn der Nutzer den untersten von 10 vorgeladenen Inhalten erreicht. Dann werden erneut 10 Inhalte geladen und angezeigt, sobald der Prozess des Nachla-dens vollendet wurde.

Dieses System sorgt für einen Ausgleich zwischen Nutzerfreundlichkeit - Scrollen ist einfacher als klicken - und der Entlastung des Arbeitsspeichers und der Bandbreite des Nutzers - da nicht alle Inhalte auf einmal geladen werden.

Dabei gilt noch zu beachten, dass mit der Terminologie „Inhalte“ nicht eigenständige Inhalte gemeint sind, sondern Inhaltsblöcke. Dies bedeutet, dass z.B. ein Video-Inhalt zwei In-haltsblöcke ein nimmt und somit nur 9 statt 10 Inhalten pro Ladevorgang angezeigt wer-den.

Die Sidebar hingegen wird lediglich bis zu ihrem unteren Ende runtergescrollt und verharrt sobald Sie den unteren Sidebar-Bereich erreicht hat. So werden immer die Footer-Inhalte, welche unter der Sidebar stehen, angezeigt.

## Gestaltung der Startseite

**YAMARKA**

Timeline Trending News Technology Art & Culture Health

Explore Publish  Patrick Tobler 



Malte Kalt  
**The secret of the strawberries**  
This is Photoshop's version: of Lorem ipsum: Proin gravida nibh vel velit auctor aliquet. Aenean sollicitudin, lorem quis bibendum auctor, nisi elit consequat ipsum, nec sagittis sem nibh id elit.  
Duis sed odio sit amet nibh vulputate cursus a sit amet mauris. Morbi accumsan ipsum velit. Nam nec tellus a odio tincidunt auctor a ornare odio. Sed non: mauris vitae erat consequat auctor eu in elit. Class aptent taciti sociosqu ad litora torquent per conubia nostra, per inceptos himenaeos.

posted 54 minutes ago #Healthcare #News #Blog



Sergej Holo  
**#3 Unfiltered Podcast**  
This is Photoshop's version: of Lorem ipsum: Proin gravida nibh vel velit auctor aliquet. Aenean sollicitudin, lorem quis bibendum auctor, nisi elit consequat ipsum, nec sagittis sem nibh id elit.

posted 2 hours ago #Technology #News #Podcast



Peter Gustav  
**King of the jungle**  
This is Photoshop's version: of Lorem ipsum: Proin gravida nibh vel velit auctor aliquet. Aenean sollicitudin, lorem quis bibendum auctor, nisi elit consequat ipsum, nec sagittis sem nibh id elit.  
Duis sed odio sit amet nibh vulputate cursus a sit amet mauris. Morbi accumsan ipsum velit. Nam nec tellus a odio tincidunt auctor a ornare odio. Sed non: mauris vitae erat consequat auctor eu in elit. Class aptent taciti sociosqu ad litora torquent per conubia nostra, per inceptos himenaeos.

posted 5 hours ago #Nature #Article



Jurgen  
**North Korea Videoblog**  
This is Photoshop's version: of Lorem ipsum: Proin gravida nibh vel velit auctor aliquet. Aenean sollicitudin, lorem quis bibendum auctor, nisi elit consequat ipsum, nec sagittis sem nibh id elit.

posted 5 days ago #Politics #News #Video



Malte Kalt  
**Santa's here**  
This is Photoshop's version: of Lorem ipsum: Proin gravida nibh vel velit auctor aliquet. Aenean sollicitudin, lorem quis bibendum auctor, nisi elit consequat ipsum, nec sagittis sem nibh id elit.  
Duis sed odio sit amet nibh vulputate cursus a sit amet mauris. Morbi accumsan ipsum velit. Nam nec tellus a odio tincidunt auctor a ornare odio. Sed non: mauris vitae erat consequat auctor eu in elit. Class aptent taciti sociosqu ad litora torquent per conubia nostra, per inceptos himenaeos.

posted 10 days ago #Christmas #Blog



Holger Weithaus  
**#3 Train Podcast**  
This is Photoshop's version: of Lorem ipsum: Proin gravida nibh vel velit auctor aliquet. Aenean sollicitudin, lorem quis bibendum auctor, nisi elit consequat ipsum, nec sagittis sem nibh id elit.

posted 11 days ago #Podcast



Peter Gustav  
**Finding the way**  
This is Photoshop's version: of Lorem ipsum: Proin gravida nibh vel velit auctor aliquet. Aenean sollicitudin, lorem quis bibendum auctor, nisi elit consequat ipsum, nec sagittis sem nibh id elit.  
Duis sed odio sit amet nibh vulputate cursus a sit amet mauris. Morbi accumsan ipsum velit. Nam nec tellus a odio tincidunt auctor a ornare odio. Sed non: mauris vitae erat consequat auctor eu in elit. Class aptent taciti sociosqu ad litora torquent per conubia nostra, per inceptos himenaeos.

posted 14 days ago #Spirituality #Article



Juliane Hossen  
**Blind in the Mind**  
This is Photoshop's version: of Lorem ipsum: Proin gravida nibh vel velit auctor aliquet. Aenean sollicitudin, lorem quis bibendum auctor, nisi elit consequat ipsum, nec sagittis sem nibh id elit.  
Duis sed odio sit amet nibh vulputate cursus a sit amet mauris. Morbi accumsan ipsum velit. Nam nec tellus a odio tincidunt auctor a ornare odio. Sed non: mauris vitae erat consequat auctor eu in elit. Class aptent taciti sociosqu ad litora torquent per conubia nostra, per inceptos himenaeos.

posted 14 days ago #Nature #Article



Hans Webber  
**Doge**



200

Followers



10.00 \$

Uploads



Create Now

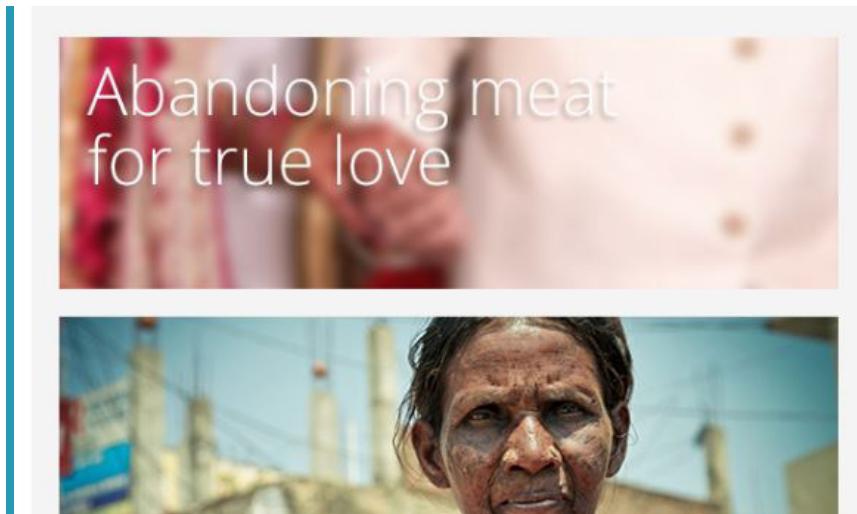
Patrick Tobler, MD2A

38

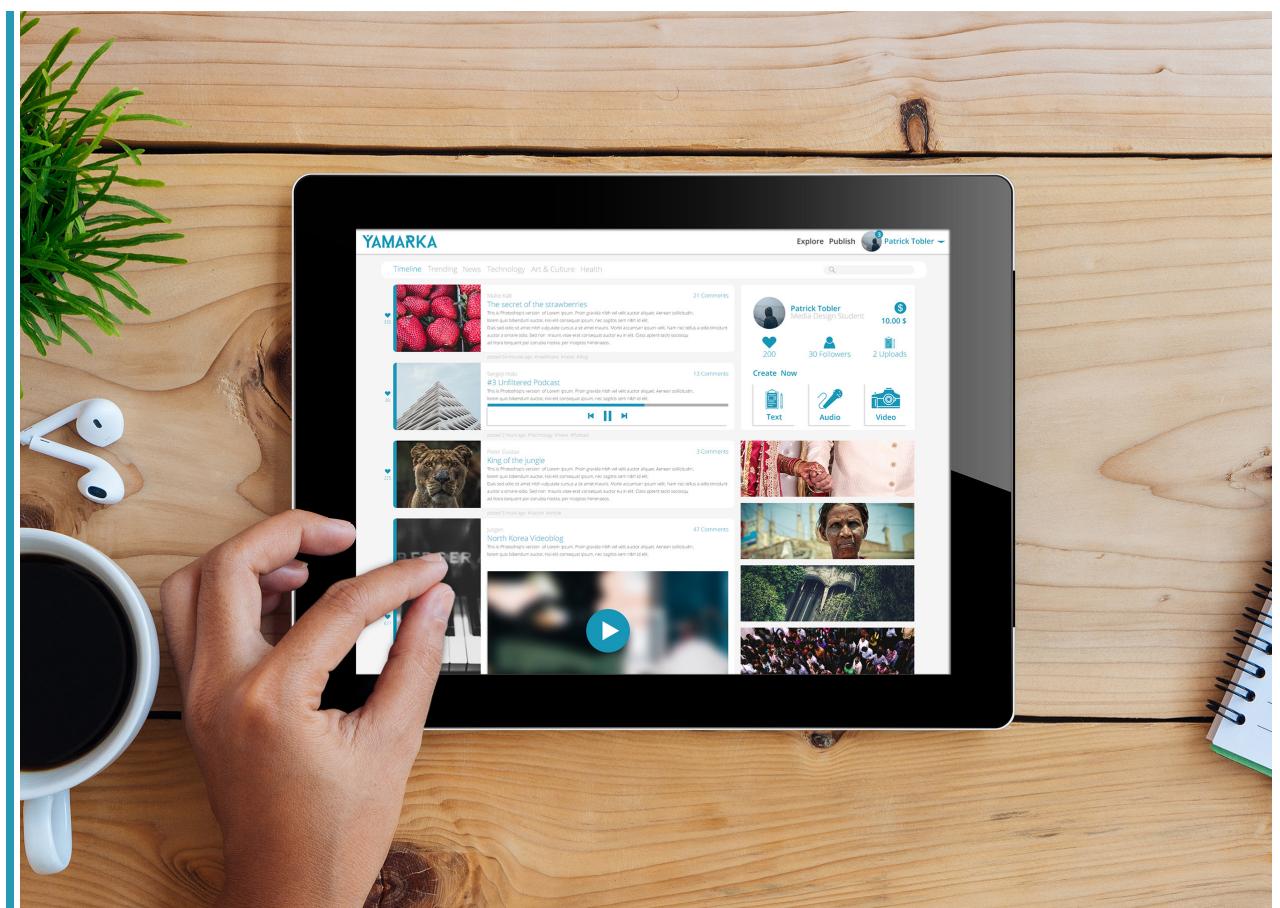
### Trending-Articles Hover Effect

Sobald der Nutzer mit der Maus über eins der Trending-Articles Vorschaubilder fährt, wird dieses Bild mit einem 4,4 Gaußschen Weichzeichner gefiltert und der Titel des Inhalts wird eingeblendet.

Sollte der Nutzer nun klicken, gelangt er direkt auf die Inhaltsseite des jeweiligen Trending-Article.



Startseite - Mockup



## \_step4

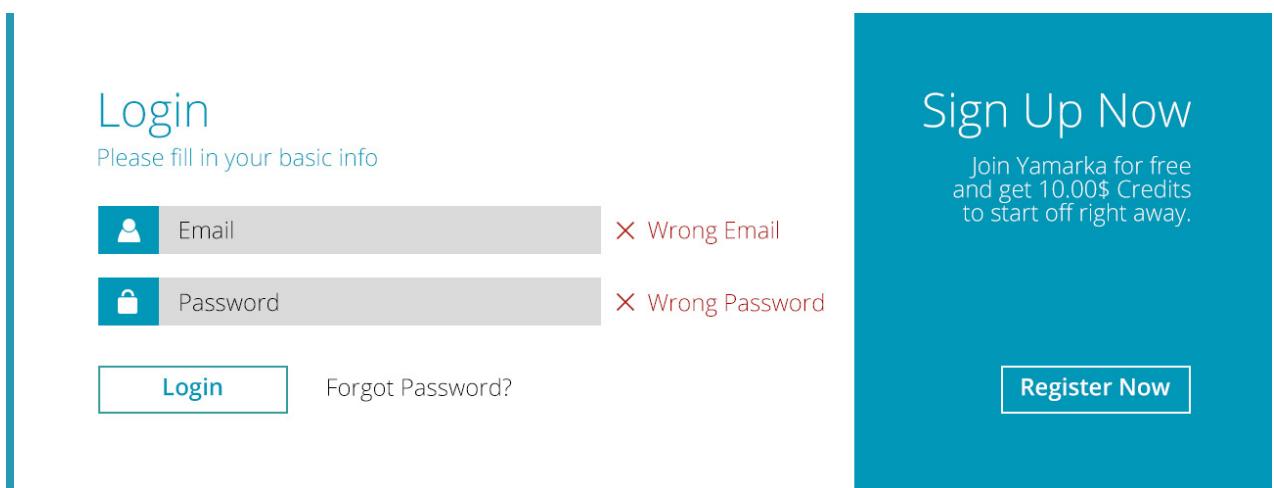
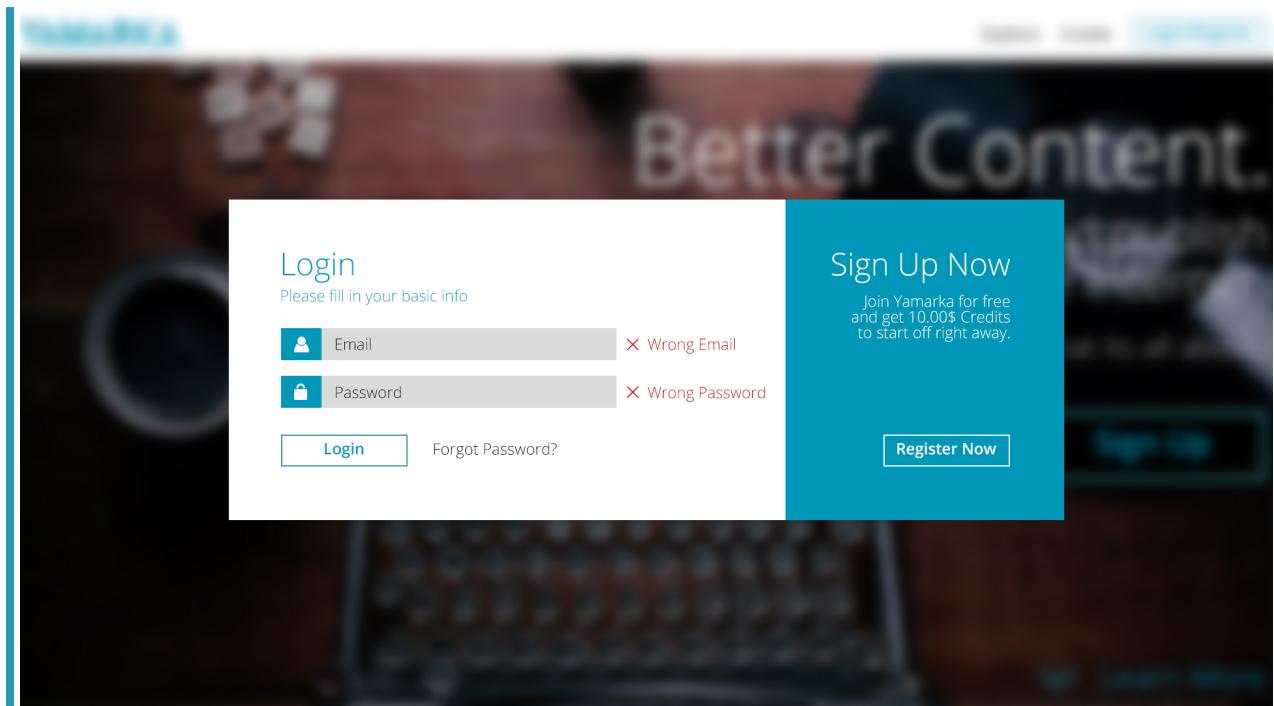
- Konzeptionieren und layouten Sie die Schritte und Screens eines Anmeldungsprozesses(Mit der Profilseite).
- Konzeptionieren und layouten Sie die Schritte eines Einstellungsprozesses (Upload). Wichtig dabei: Indexierungsmöglichkeiten (must und can).
- Konzeptionieren und layouten Sie die Schritte eines Such- und Findprozesses.
- Konzeptionieren und layouten Sie den Communitybereich.
- Dokumentieren, erläutern und argumentieren Sie ihre Entwicklungs- und Gestaltungsschritte.

## Anmeldeprozess

Sobald der Nutzer auf den Login/Register-Button klickt, öffnet sich ein mittig platziertes Popup und der Rest der Seite wird mit einem Gaußschen Weichzeichnungsfilter, mit der Stärke 9,6, überzogen.

Dadurch wird die Aufmerksamkeit des Nutzers unbehindert auf das Popup gerichtet. Möchte er aus dem Popup wieder zurück auf die ursprüngliche Seite kommen, muss er lediglich auf einen beliebigen Punkt der Seite, außerhalb des Popups, klicken.

### Login Popup



Im Popup steht der Nutzer vor der Entscheidung sich entweder einen neuen Account anzulegen oder sich mit einem bereits bestehenden Account einzuloggen.

Sollte er sich für das Zweite entscheiden, wird direkt nach dem Einloggen auf die Seite zurückgebracht, von der er das Popup ursprünglich aufrief.  
Als einzige Ausnahme hiervon dient die About-Seite. Sollte sich der Nutzer von der

About-Seite aus einloggen, wird er direkt auf die eigentliche Startseite Yamarkas weitergeleitet.

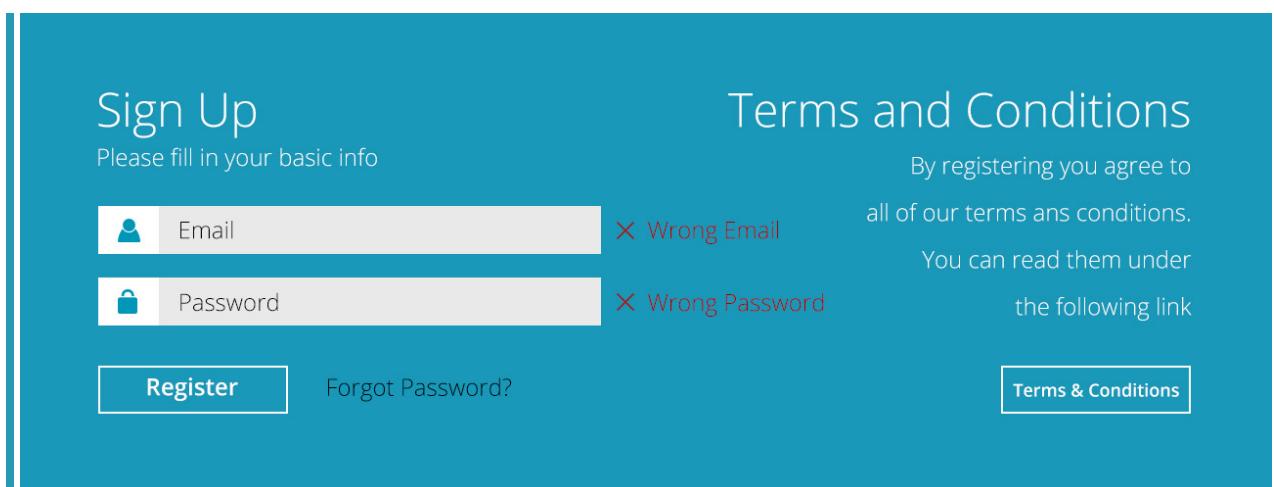
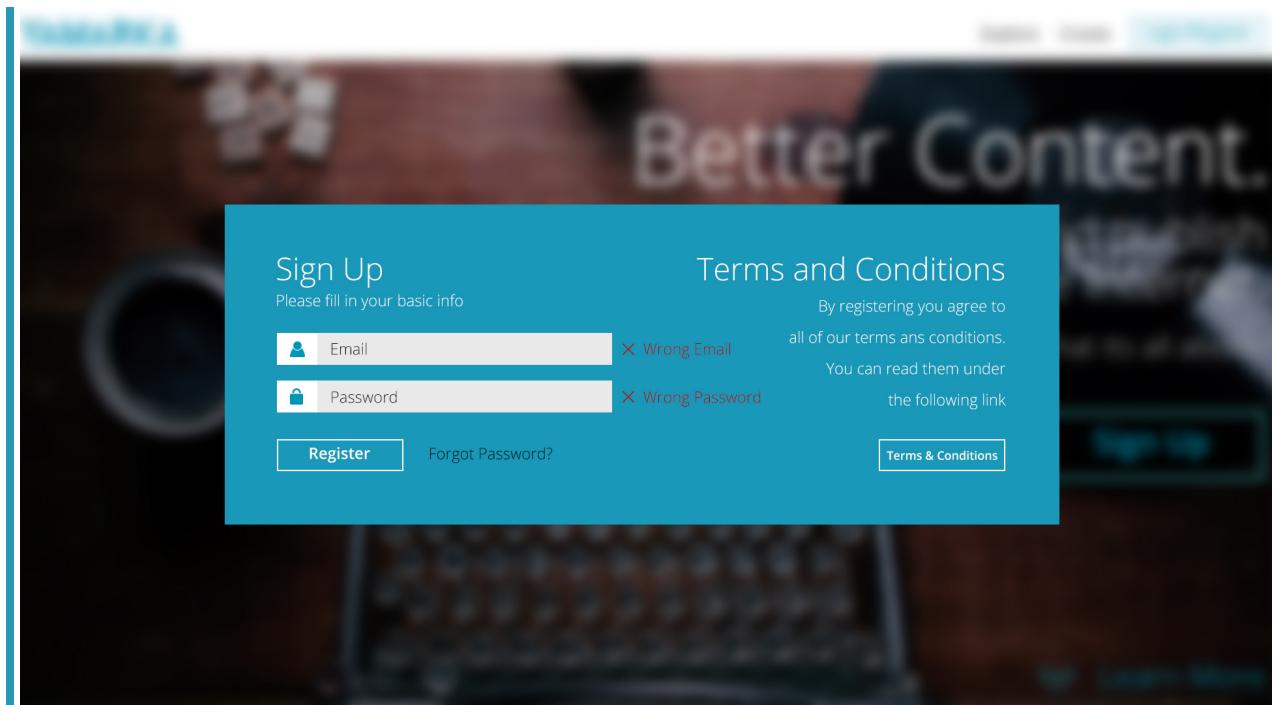
Der Grund dafür liegt darin, dass wohl kein bereits registrierter Nutzer die About-Seite ernsthaft betrachtet, sondern lediglich direkt auf Sie weitergeleitet wurde, nachdem er Yamarka aufrief.

Sollte der Nutzer beim Einlogg-Prozess sein Passwort oder seine E-Mail falsch eingegeben haben, wird ihm das anhand eines roten Hinweis mit einem großen X neben dem Eingabefeld angezeigt.

Die Größe des Login Popups beträgt genau 2 Drittel der gesamten Seite. Dadurch wird auch hier erneut ein responsives Erlebenis sichergestellt.

### Registrierungs Popup

Sollte der User auf den Registrierungs-Button klicken, ändert sich der Inhalt des Popups und es erscheint statt dem normalen Login Popup, das Registrierungs Popup.



Hier hat er die Möglichkeit über einen Button direkt auf die Terms & Conditions -Seite zu gelangen, um sich vor der Registrierung mit den Richtlinien vertraut zu machen.

Um sich in diesem Popup zu registrieren, werden vorest lediglich die E-Mail Adresse und das Passwort verlangt. Dies führt dazu, dass der Einstieg besonders leicht wirkt und niemand von einem zu großen Registrierungs-Bereich abgeschreckt wird.

Alle weiteren Informationen werden erst im weiteren Teil des Anmeldeprozesses abgefragt, aber bereits mit der Email und dem Passwort gilt ein Nutzer als registriert. Sollte er danach aufgrund des weiteren Anmeldeprozesses die Lust verlieren und die Seite verlassen, kann er in regelmäßigen Abständen per E-Mail kontaktiert und dazu aufgefordert werden, die Registrierung abzuschließen.

Auch im Registrierungs Popup erscheint, bei einem Eingabefehler, ein Warnhinweis rechts neben dem Eingabefeld.

#### Einrichtungsmenü - Nutzerinformationen

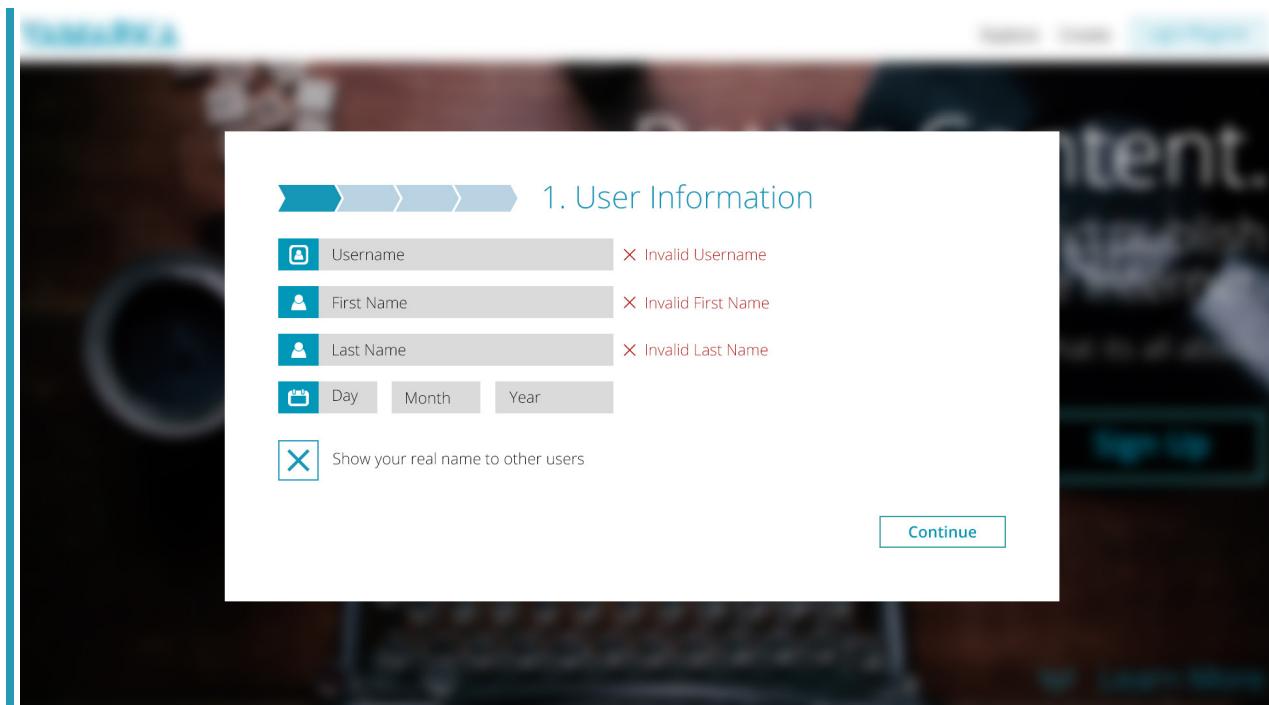
Sobald der Nutzer den ersten Schritt der Registrierung, die Eingabe der E-Mail und dem Passwort, abgeschlossen hat, öffnet sich ein weiteres Popup, in dem von ihm verlangt wird, weitere Daten einzugeben und zwar:

- Benutzername
- Vorname
- Nachname
- Geburtsdatum

Ebenfalls wird er aufgefordert anzugeben, ob der Benutzername oder der echte Name für andere sichtbar ist.

Dieses Popup erscheint bei jedem Seitenaufruf und kann nicht geschlossen werden, bis der 4-Schritte Einrichtungsprozess abgeschlossen wurde.

Auch in diesem Popup erscheint, bei einem Eingabefehler, ein Warnhinweis rechts neben dem Eingabefeld.





## 1. User Information

 Username	 Invalid Username	
 First Name	 Invalid First Name	
 Last Name	 Invalid Last Name	
 Day	Month	Year

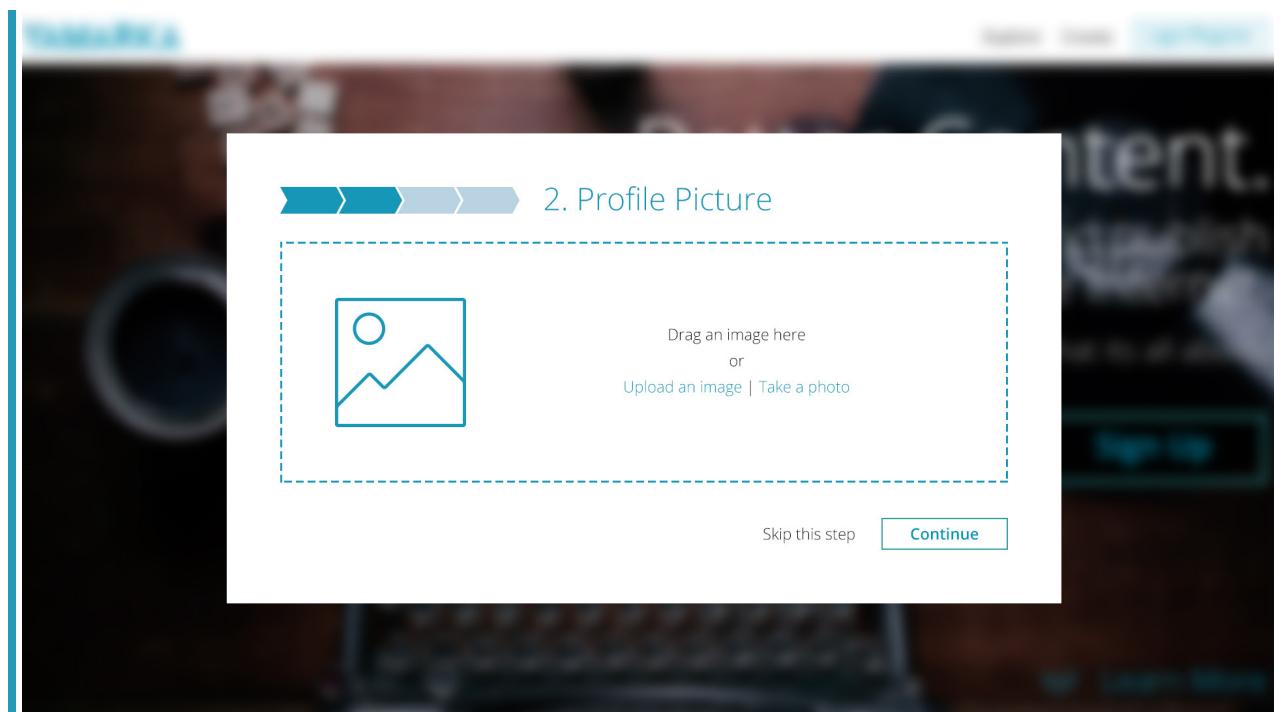
 Show your real name to other users

Continue

### Einrichtungsmenü - Profilbild

Der nächste Schritt des 4-Schritte Einrichtungsprozess ist vollkommen freiwillig und kann übersprungen werden.

Wie schon der Titel verrät, wird dem Nutzer die Chance gegeben, ein Profilbild hochzuladen, um den Account persönlicher zu gestalten und seiner Online-Identität ein Gesicht zu geben.



 2. Profile Picture

Drag an image here

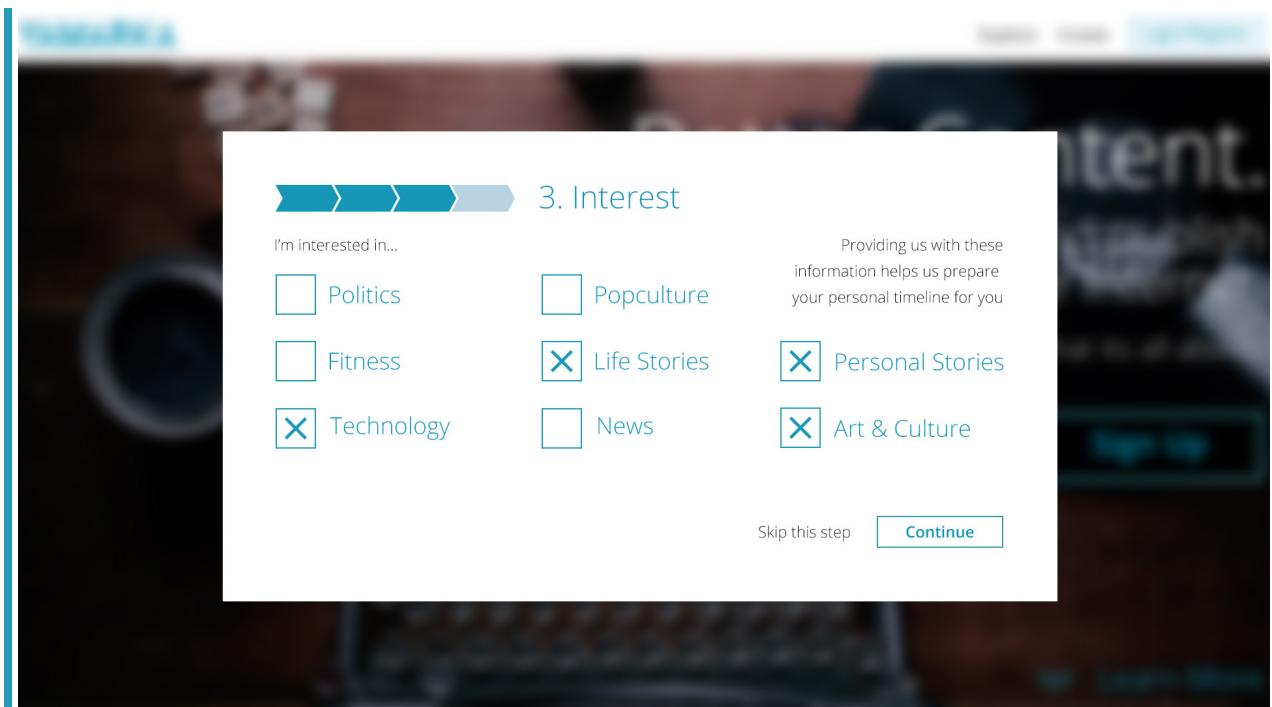
or

[Upload an image](#) | [Take a photo](#)[Skip this step](#)[Continue](#)

## Einrichtungsmenü - Interessen

Der dritte Einrichtungsschritt ist ebenfalls völlig freiwillig und kann übersprungen werden.

In diesem Popup wird der Nutzer gebeten Informationen über seine persönlichen Interessensgebiete preiszugeben, um dem Algorithmus, der die personalisierte Timeline steuert, erste Informationen über den Nutzer zu liefern und direkt zu Start eine leicht personalisierte Timeline präsentieren zu können.



 3. Interest

I'm interested in...

Politics

Popculture

Providing us with these information helps us prepare your personal timeline for you

Fitness

Life Stories

Personal Stories

Technology

News

Art & Culture

[Skip this step](#)

[Continue](#)

 3. Interest

I'm interested in...



Politics



Popculture



Fitness



Life Stories

Providing us with these information helps us prepare your personal timeline for you



Technology



News



Personal Stories



Art &amp; Culture

[Skip this step](#)[Continue](#)

## Einrichtungsmenü - Ende

Der letzte Schritt des Einrichtungsprozesses dient nicht mehr der Informationsabfrage, sondern lediglich der Begrüßung des Nutzers, um ihm die Ankunft auf Yamarka so erfreulich wie möglich zu gestalten.

Sobald er diesen Schritt beendet, gilt der Nutzer als vollwertiges Mitglied Yamarkas, wodurch er vollen Zugriff auf alle Funktionen der Seite bekommt und sein Profil für alle anderen Nutzer sichtbar wird.

 4. Begin your journey

Thank you for joining Yamarka.  
Please enjoy your stay!

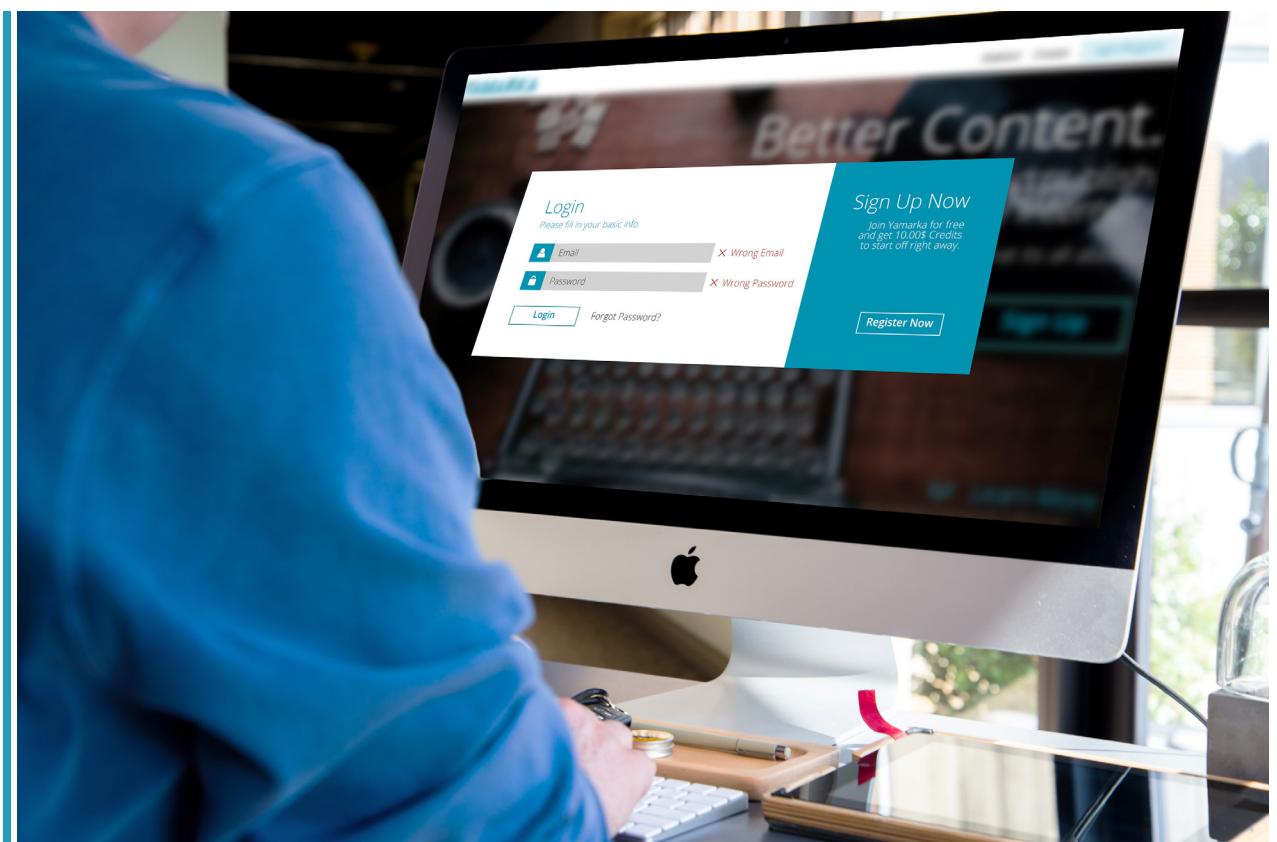
[Start](#)

► > > > 4. Begin your journey

Thank you for joining Yamarka.  
Please enjoy your stay!

Start

Login Popup - Mockup



## Uploadprozess

Es gibt zwei Wege um Inhalte hochzuladen

- Der erste Weg führt direkt über das Anklicken des Publish-Buttons. Sollte der Nutzer diese klicken, wird er auf eine Zwischenseite geführt, auf der er die Art des Uploads (Text, Video, Auswahl) auswählen muss.  
Hat er auch diesen Schritt vollzogen, wird er weitergeleitet auf die eigentliche Upload-Seite, von der aus er seine Inhalte veröffentlichen kann.
- Zusätzlich bietet sich dem Nutzer die Möglichkeit, die Art des Inhalt direkt von der Yamarika Startseite aus auszuwählen und so die Zwischenseite zu überspringen.  
Um dies zu tun, braucht er lediglich das dafür vorgesehene Icon in der rechten Sidebar klicken.

### Upload Zwischenseite

Neben der Möglichkeit das Inhalt-Medium auszuwählen, erhält der Nutzer auf dieser Seite, in der rechten Sidebar, weitere Informationen bezüglich den Richtlinien, denen alle Nutzer-Generierten-Inhalte entsprechen und der Monetarisierung.

The screenshot shows the Yamarka upload intermediate page. At the top, there's a navigation bar with 'Explore', 'Publish', and a user profile for 'Patrick Tobler'. Below the navigation, the Yamarka logo is on the left. On the right, there's a sidebar with 'Guidelines' and 'Monetization' sections. The main area has a 'Publish now' button and a message: 'Make sure to get the most out of sharing your creations'. It features three categories: 'Text' (with a notepad icon), 'Audio' (with a microphone icon), and 'Video' (with a camera icon). At the bottom, there's a teal footer bar with links: Help, Jobs, Developers, Privacy, Terms, and About.

## \_step 5

- Gestalten Sie zwei weitere Inhaltsseiten Ihrer Premieren Freischaltung.
- Optimieren Sie alle ihre Inhalte für die Reinzeichnung und Produktion.
- Optimieren Sie Ihren ProjektStrukturPlan.
- Optimieren Sie Ihre Sitemap.
- Gestalten Sie eine responsive Landingpage.

# Inhaltsseiten

## 1. Inhaltsseite

**YAMARKA**



posted 2 hours ago #Technology #News #Podcast

**I installed Windows 95 on my Apple Watch**

With a 520 MHz processor, 512 MB of RAM, and 8GB of internal storage, the Apple Watch packs a lot of computing horsepower into a very small package. On paper, its processor alone is about twenty-five times faster than the average 386, and 512 MB was the size of a hard drive in the mid nineties, not memory. As a result, I was feeling confident that the Apple Watch had the ability to run one of the most revered desktop operating systems Redmond has ever produced.

What are you, nuts?

Pretty much. I was born in the nineties, and the first personal computer my family bought (a \$3000 screamer with a 300 MHz Pentium II, 256 MB of RAM, and the optional Boston Acoustics speaker system) ran Windows 95. Also, this isn't the first time I've installed an old operating system on a watch. Here's a video of my Apple Watch running Mac OS 7.5.5:

But How?

Unlike the above sort of the Mini vMac emulator, the result here had to be interactive.

That meant that Apple's WatchKit SDK wasn't good enough, since it doesn't allow you to access user touch locations directly—it only lets you use Apple's stock controls. Long story short, it's possible to patch certain files within a WatchKit app to load your own application code rather than Apple's. For more information, check out Steven Troughton-Smith's excellent blog post on the subject.

Here's an outline of the steps involved:

Copy symbols and headers from Xcode's iPhoneOS and iPhoneSimulator platforms to the watchOS and watchSimulator platforms, respectively. Build your "normal" UIKit-based iOS app inside a framework, rather than in your WatchKit extension.

Use `install_name_tool` to point your WatchKit app's `_WatchKitStub/WK` binary to your framework instead of `SockPuppetGizmo`. `SockPuppetGizmo` is the framework that (to my knowledge) runs WatchKit and interacts with normal WatchKit extensions that developers write. Jiving the iOS port of the Bochs x86 emulator into your framework. "Easy!" "How hard can it be?" read: Pretty hard. In my case, Xcode crashed whenever I tried to use `lldb`. Your mileage may vary.

Copy a Windows 95 disk image in to your app's bundle, write the config file, and boot'er up.

\*Optional: hot glue a motor to the watch's crown to keep it from falling asleep.

Will it blend?

Yes! Due to the fact that it is emulated (not virtualized), it takes about an hour to boot.

Warranty: gone

Can I Try?

Yep! The code is on GitHub. You'll need to source the files that show up in red yourself—they aren't redistributable.

[f](#) [t](#) [g+](#)

3 Comments

**Gustav Gans**  
Redakteur

I think this is stupid, because I've got no knowledge on my own and dislike the creator.  
I am not somebody who should be using this site.

**Julian Loehr**  
Esportler

I think this is stupid, because I've got no knowledge on my own and dislike the creator.  
I am not somebody who should be using this site.

**Peter Hansen**  
Baggerfahrer

I think this is stupid, because I've got no knowledge on my own and dislike the creator.  
I am not somebody who should be using this site.

**Patrick Tobler**  
Media Design Student

I think this is stupid, because I've got no knowledge on my own and dislike the creator.  
I am not somebody who should be using this site.

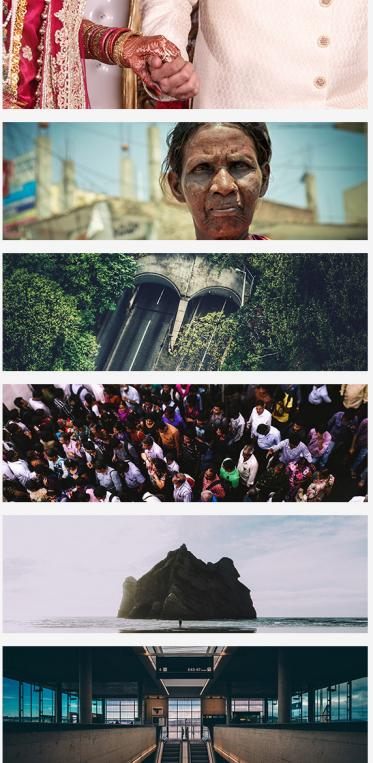
Explore Publish  3 Patrick Tobler

About the creator

**Patrick Tobler**  
Media Design Student

"I like to do things.  
And Bananas are  
great!"

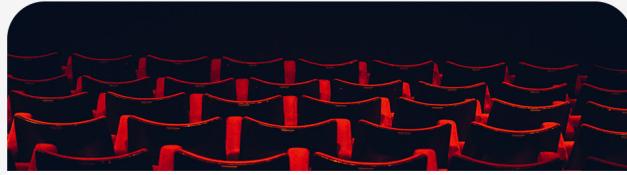
Support this creator  
by giving a heart  200



Help Jobs Developers Privacy Terms About

## 2. Inhaltsseite

## YAMARKA

Explore Publish  Patrick Tobler 

posted 6 hours ago #Blog #Cinematography

## Has Anyone Ever Said 'No' to Garry Marshall?

The few times he's been asked to do it.

Garry Marshall is addicted to work... his first feature as a director, *Young Doctors in Love*, was released in 1982, when he was 42. More than three decades later, he's ready to release *Mother's Day*—the third entry in a line of ensemble rom-coms about questionably significant holidays with titles that are as descriptive as they are vague. Like *Valentine's Day* and *New Year's Eve* before it, *Mother's Day* features a large cast of A-listers and no-names and will probably be obliterated by critics for its clunky dialogue, obvious plot twists and terrible wigs. But even the most scathing review from the ghost of Pauline Kael would fail to chip away at Marshall's long-hardened armor: he will keep making movies, and by God, America's going to keep seeing them.

Marshall was already well-established in Hollywood when he entered the world of feature films. He was, after all, the same Garry Marshall who created *Happy Days*, which ran for 11 seasons, and the spiffy *Laverne & Shirley* (starring his sister Penny), which ran for eight. But all that success didn't immediately translate to film. Roger Ebert called *Young Doctors in Love* "comedy [gone] very wrong," in a more forgiving review, Janet Maslin added that Marshall never strays too far from "familiar material." But no matter: He would keep going. Maslin's backhanded compliment becoming a sort of mantra.

His second directorial effort, 1984's *The Flamingo Kid*, was much better received, becoming the year's 43rd highest-grossing movie. (For context, *Sixteen Candles* was number 44.) Now that he had something of a hit on his hands, Marshall decided to fully abandon television for the movies. Over the next three years he directed the Tom Hanks/Jackie Gleason vehicle *Nothing in Common* as well as *Overboard* (my personal favorite), starring Goldie Hawn and Kurt Russell. In 1988, he made the world ugly-cry with *Beaches*, taking the disconnect between his critical and commercial success to the extreme. *Beaches* was the worst-reviewed movie he'd ever made, but it also made the most money. The man was onto something.

You probably can't name one. And if you can, you'll likely have trouble saying it aloud without adding: "Yikes." There was *Exit to Eden*, a BDSM comedy starring Rosie O'Donnell and Dan Akroyd that's as bad as it sounds. *The Other Sister*, the rom-com about mentally challenged individuals starring Juliette Lewis and Giovanni Ribisi; that's even worse than it sounds; and *Dear God*, the Greg Kinnear comedy about people mailing letters to God that is more or less as meh as it sounds. But the trick is this: You're allowed to release garbage after directing what was, in 1990, the highest-grossing movie of all time. Pretty Woman isn't just a one-time *Get Out of Jail Free Card*; it's the same one he's been able to use again and again.

By the 2000s, Marshall was riding high. After 2001's Anne Hathaway/Julianna Margulies hit *The Princess Diaries*, he directed the film's sequel, *The Princess Diaries 2: Royal Engagement*: a wholly inoffensive dramedy about a young woman who suddenly becomes the guardian of her dead sister's children, came that same year. No matter the reception—here was Marshall, at 70 years old, trying new things. But most of them were flops, like *Runaway Bride*, and the final box office returns to prove it. By 2007's failed-Lindsay Lohan-comeback slash-unintended-disaster *Georgia Rule*, Marshall had *Get Out of Jail Free Card* worn and used several austers. Underneath *Pretty Woman* are listed the names of his other hits—in all caps—almost daring movie studios to tell him no: if you shun Garry for a misguided dramedy about sexual abuse and family secrets, well, you might not get another *Princess Diaries*.

Only, we haven't. Marshall's newest obsession is the ensemble comedy, beginning with 2010's *Valentine's Day*, a Love Actually wannabe that used its A-list cast to distract viewers from embarrassing dialogue and a series of interconnected plot lines that play as though they were written by an Amazon Echo.

and can hardly remember, apart from a subplot involving Lea Michele in an elevator. His latest entry in the unofficial series, *Mother's Day*, comes out this week and looks to be similarly forgettable. But these things aren't meant to be remembered, are they? They're meant to be cash grabs—easy money sucked out of audiences who just want to get out of the house for a couple hours.

Perhaps it's more important that they allow Marshall himself to get out of the house. The man just wants to work. And, at 81, the grueling hours of moviemaking must take a toll. So he calls up his friends, sends over the scripts and asks for few minutes of their time.

"Just swing by," Julia! he screams into the phone. "Wear a wig. Any wig. I'll only need you a few days."

"Of course," they all say. Because it's Garry.

3 Comments


**Gustav Gans**  
Redakteur

I think this is stupid, because I've got no knowledge on my own and dislike the creator.  
I am not somebody who should be using this site.

posted 23 minutes ago


**Julian Loehr**  
Esportler

I think this is stupid, because I've got no knowledge on my own and dislike the creator.  
I am not somebody who should be using this site.

posted 23 minutes ago


**Peter Hansen**  
Baggerfahrer

I think this is stupid, because I've got no knowledge on my own and dislike the creator.  
I am not somebody who should be using this site.

posted 30 minutes ago


**Patrick Tobler**  
Media Design Student

I think this is stupid, because I've got no knowledge on my own and dislike the creator.  
I am not somebody who should be using this site.

posted 52 minutes ago

About the creator


**Patrick Tobler**  
Media Design Student

"I like to do things.  
And Bananas are  
great!"

Support this creator  
by giving a heart
 200


Help Jobs Developers Privacy Terms About

Help Jobs Developers Privacy Terms About

## Gestaltung des Impressums

Das Impressum ist im Stil der restlichen Seiten gestaltet und zeigt grundsätzlich einen standardisierten Rechtstext.

Bei dem hier dargestellten Text handelt es sich offensichtlich nur um einen Beispieltext, der die grundlegende Idee vermitteln soll.

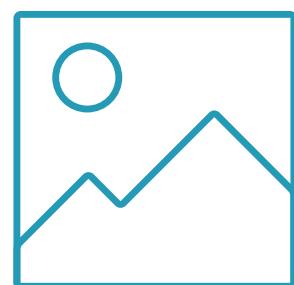
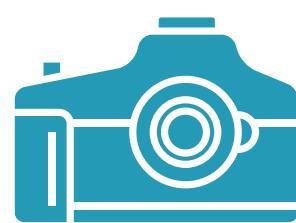
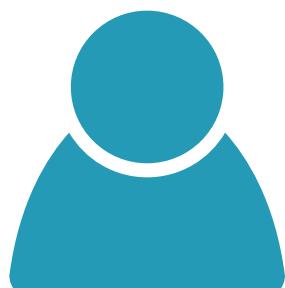
Als gestalterischer Unterschied zu den anderen Seiten fällt hier auf, dass der linke Inhaltsbereich, homogen zur Sidebar, ein Rechteck ohne abgerundete Ecken als Hintergrund hat. Dafür gibt es zwei Gründe:

- Im Unterschied zu allen anderen Seiten ist es nicht möglich mit dem Inhaltsbereich zu interagieren.
- Eine schlichtere Gestaltung der Gesamtseite vermittelt einen professionelleren Eindruck, im Gegensatz zu „Spielereien“ wie abgerundete Ecken.  
Genau dieser Eindruck möchte auf der Impressum-Seite vermittelt werden.

The screenshot shows the Yamarka website's Impressum page. At the top, there is a header with the logo "YAMARKA" and navigation links "Explore", "Publish", and a user profile for "Patrick Tobler". Below the header, the page content is organized into several sections: "1. Content", "2. Referrals and links", "3. Copyright", "4. Privacy policy", and "5. Legal validity of this disclaimer". Each section contains a detailed legal text. To the right of the main content area, there is a sidebar with contact information for "Yamarka UG": "Bananenstraße 13, 20251 Bechtelsbach GERMANY", "Jürgen Pommes (CEO)", "Contact", and "Telefon: +49.4018452112, Telefax: +49.33224430867, E-Mail: info@yamarka.com". At the bottom of the page, there is a footer bar with links to "Help", "Jobs", "Developers", "Privacy", "Terms", and "About".

## Gestaltete Icons

Um den einheitlichen Gesamteindruck der Seite zu garantieren, sah ich mich gezwungen eine Ansammlung von Icons zu gestalten:



## Quellen

### Stockimages

Alle Stockimages wurden von unsplash.com bezogen und unterliegen der Creative Common Zero Lizenz.

### Texte

Die Beispieltexte wurden von Medium.org bezogen. Alle Rechte liegen bei den jeweiligen Urhebern.

### Mockup

Alle verwendeten Mockups stammen von mockupworld.co und sind frei verfügbar.

## Selbstständigkeitserklärung

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und ohne fremde Hilfe verfasst und keine anderen Hilfsmittel als angegeben verwendet habe.

Ort:

Datum:

Unterschrift: