



# PROJEKTBERICHT

## GRUPPE

Sabrina Eckerstorfer  
Markus Huber  
Barbara Müller  
Nina Nedorost  
Cornelia Schmidt

## THEMA

**Obstveredelungsbetriebe Lichtenberg**

[www.holzbauerngut.at](http://www.holzbauerngut.at)  
[www.schurms.at](http://www.schurms.at)

Telekommunikationstechnologie und Multimedia Design

5 CIT 2005/2006



## ***Vorwort***

---

Im Rahmen unseres Diplomprüfungsprojektes des Ausbildungsschwerpunktes Telekommunikationstechnologie und Multimediadesign konzipierten und erstellten wir browseroptimierte, nach farb- und softwareergonomischen Kriterien erstellte Homepages, unter Berücksichtigung farbpsychologischer Aspekte und Verwendung von Stylesheets mittels \*.css und Animationen bzw. Sounds mittels Macromedia Flash MX, sowie professioneller Bildbearbeitung in Adobe Photoshop 7.0 für zwei Schnapsbrennereien in Lichtenberg. (Fam. Schneider und Fam. Schurm)

Das Ziel unseres Projektes ist, eine nach Angaben des Auftraggebers ansprechende, informative, lebendige und benutzerfreundliche Homepage zu erstellen.

Wir bedanken uns bei unseren Auftraggebern, Herrn Georg Schneider und Herrn Martin Schurm, für das uns entgegengebrachte Vertrauen und ebenso bei unseren Professoren, Frau Mag. Hannelore Mascher und Herrn Mag. Gerhard Hofer, die uns immer kompetent und engagiert zur Seite gestanden sind.

Das Team

## ***EIGENSTÄNDIGKEITSERKLÄRUNG***

---

Wir erklären an Eides statt, dass wir die vorliegende Projektarbeit selbstständig und ohne fremde Hilfe verfasst, andere als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel nicht benutzt und die wörtlich oder sinngemäß entnommenen Stellen als solche kenntlich gemacht haben.

Linz, am \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
Sabrina Eckerstorfer

\_\_\_\_\_  
Markus Huber

\_\_\_\_\_  
Barbara Müller

\_\_\_\_\_  
Nina Nedorost

\_\_\_\_\_  
Cornelia Schmidt

## ***Inhaltsverzeichnis***

---

Projektplanung.....	Seite	6
Projektauftrag.....	Seite	7
Projektteam.....	Seite	11
Kontextanalysen .....	Seite	14
Objektstrukturplan .....	Seite	18
Projektstrukturplan.....	Seite	19
Beschreibung der Arbeitspakete .....	Seite	21
Arbeitsaufwand .....	Seite	29
Ressourcenplan.....	Seite	31
Storyboard Schurm .....	Seite	33
Storyboard Schneider .....	Seite	76
Besonderheiten .....	Seite	112
Betriebswirtschaftlicher Hintergrund .....	Seite	117
Wirtschaftskammer und rechtliche Belangen.....	Seite	118
Schriftverkehr.....	Seite	127

# **10** PROJEKTPLANUNG

## ***Projektauftrag***

---

**Thema:** Gestaltung einer Homepage für

- die Schnapsbrennerei Margareta und Georg Schneider und
- die Schnapsbrennerei Silvia und Martin Schurm  
in Lichtenberg.

**Auftraggeber:** Georg Schneider  
Wipflerbergstraße 43  
4040 Lichtenberg

**Projektteam:** Sabrina Eckerstorfer  
Markus Huber  
Barbara Müller  
Nina Nedorost

**Auftraggeber:** Martin Schurm  
Wipflerbergstraße 40  
4040 Lichtenberg

**Starttermin:** 09. September 2005

**Projektleitung:** Cornelia Schmidt  
Mobil: +43 650 790 14 91

**Endtermin:** 17. Februar 2006

## **Ziel**

Unser Ziel ist die Gestaltung einer repräsentativen, benutzerfreundlichen Homepage im Sinne unserer Auftraggeber, welche die wesentlichen Informationen über den Betrieb, sowie die Produkte enthalten soll. Die Homepage soll dem Kunden die Möglichkeit einräumen, sich über Produkte und deren Produktion zu informieren, sowie diese Güter online zu bestellen.

## **Kurzbeschreibung des Projekts**

- ☞ Homepagegestaltung
  - Programmierung mittels Microsoft Front Page, HTML-Code
  - Fotobearbeitung mittels Photoshop 7.0
  - Erstellen von Flashanimationen mittels Macromedia Flash MX 7.2
  - Einbindung von Cascading Style Sheets mittels Top Style 3
- ☞ Daten und Information von Fam. Schneider und Fam. Schurm.

## **Budget**

Die Auftraggeber teilen sich gegen Belegvorlage die Kosten für Papier, Drucksachen (z.B. Projektbericht) und Kilometergeld von 0,20 €/km lt. Aufzeichnungen.

**Ansprechpartner:** Georg Schneider  
Wipflerbergstraße 43  
4040 Lichtenberg

Martin Schurm  
Wipflerbergstraße 40  
4040 Lichtenberg

**Projektbegleitung:** Frau Prof. Mag. Hannelore Mascher  
Herr Prof. Mag. Gerhard Hofer

.....  
Ort, Datum

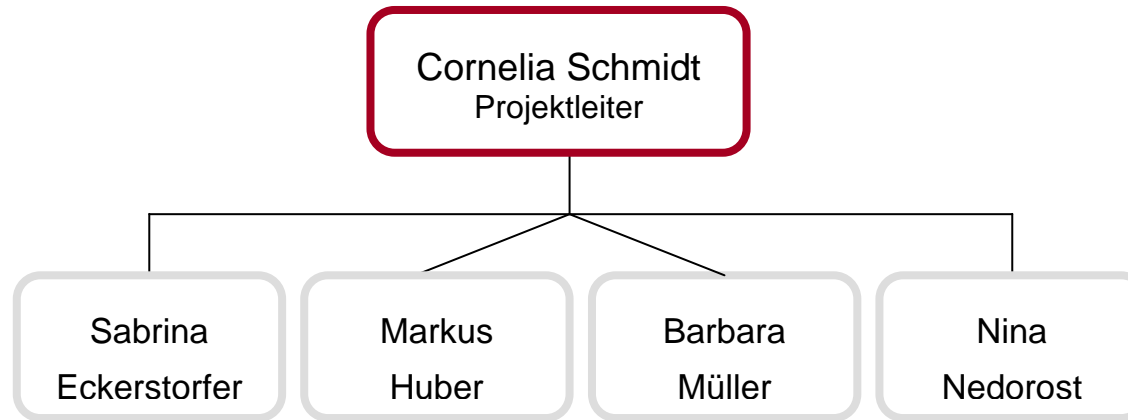
.....  
Georg Schneider

.....  
Martin Schurm

.....  
Cornelia Schmidt

## Projektteam

---



## Cornelia Schmidt (Projektleiter)



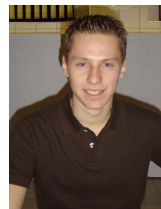
Adresse: Ganhörstraße 12  
4061 Pasching  
Geburtsdatum: 09.04.1987  
E-Mail: cornelia.schmidt1@gmx.at

## Sabrina Eckerstorfer



Adresse: Schulstraße 27  
4113 St. Martin/Mkr.  
Geburtsdatum: 26.08.1987  
E-Mail: s.eckerstorfer@gmx.at

## Markus Huber



Adresse: Wiener Straße 5  
4481 Asten  
Geburtsdatum: 15.03.1987  
E-Mail: markus.huber1@gmx.net

## Barbara Müller



Adresse: Falkenberg 3  
4113 St. Martin/Mkr.  
Geburtsdatum: 25.10.1986  
E-Mail: barbara.mueller@silge.at

## Nina Nedorost



Adresse: Hanuschstraße 12  
4061 Pasching  
Geburtsdatum: 01.07.1986  
E-Mail: nina.nedorost7@gmx.at

# KONTEXTANALYSEN

## *Sachliche Kontextanalyse*

---

### IST-SITUATION

Es gibt noch keine Homepages der Schnapsbrennereien und Obstveredelungsbetriebe Schneider und Schurm.

### SOLL-SITUATION

Eine Website, die Aufmerksamkeit auf sich lenkt und freundlich wirkt.  
Sie ist informativ und einladend.

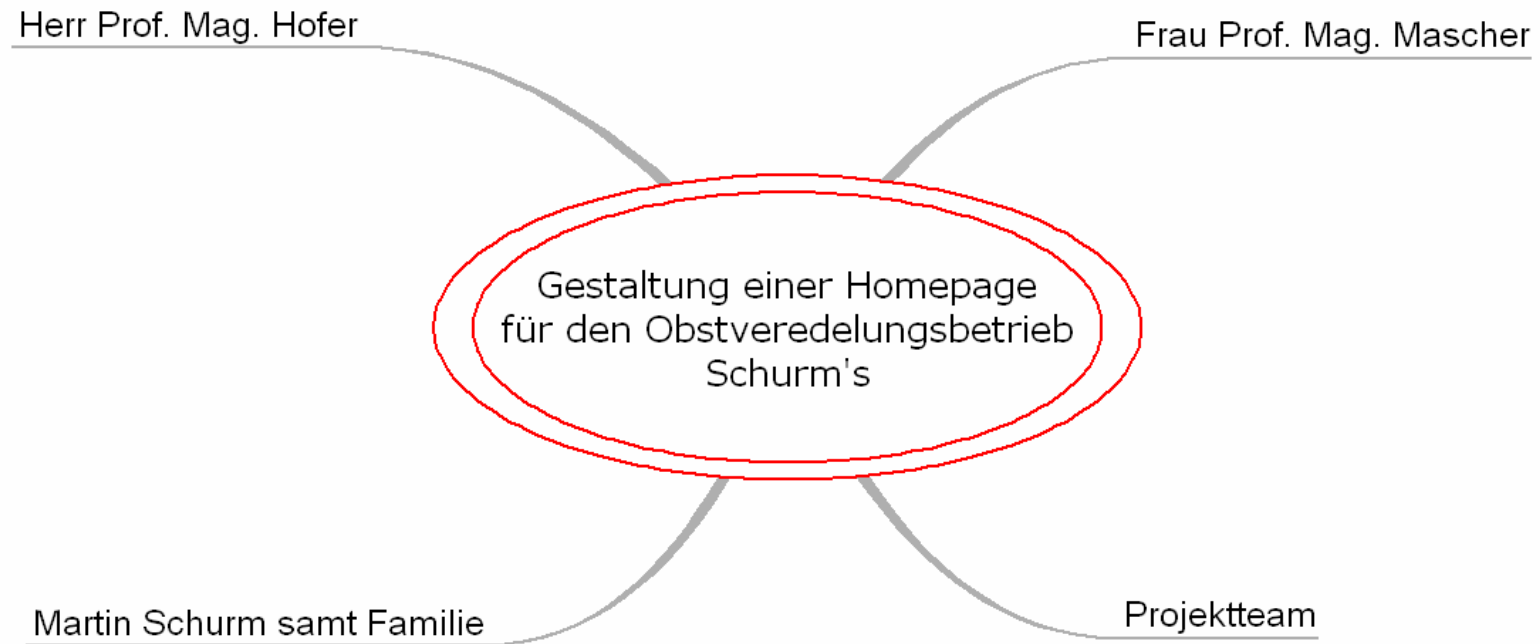
## ***Zeitliche Kontextanalyse***

---

<b>Datum/Zeitraum</b>	<b>Tätigkeit</b>
09.09.2005	Vorbesprechung und Suche nach einem geeigneten Projektauftraggeber; Offizieller Projektbeginn
30.09.2005	1. Sitzung, Organisatorisches innerhalb der Projektgruppe
24.09.2005	Ideensammlung
09.09.2005 – 31.01.2005	Schrittführung
24.09.2005 – 23.01.2006	Informationsbeschaffung
09.09.2005 – 31.12.2005	Frameset, Layout und Design
15.11.2005 – 23.01.2006	Storyboard
15.10.2005 – 28.01.2006	Fotos und Grafiken
03.11.2005 – 31.01.2006	Programmierung
15.11.2005 – 31.01.2006	Projekthandbuch
22.01.2005 – 06.02.2006	Vorbereiten der Präsentation
17.02.2006	<b>Projektpräsentation</b>

## Soziale Kontextanalyse – Schurm's

---



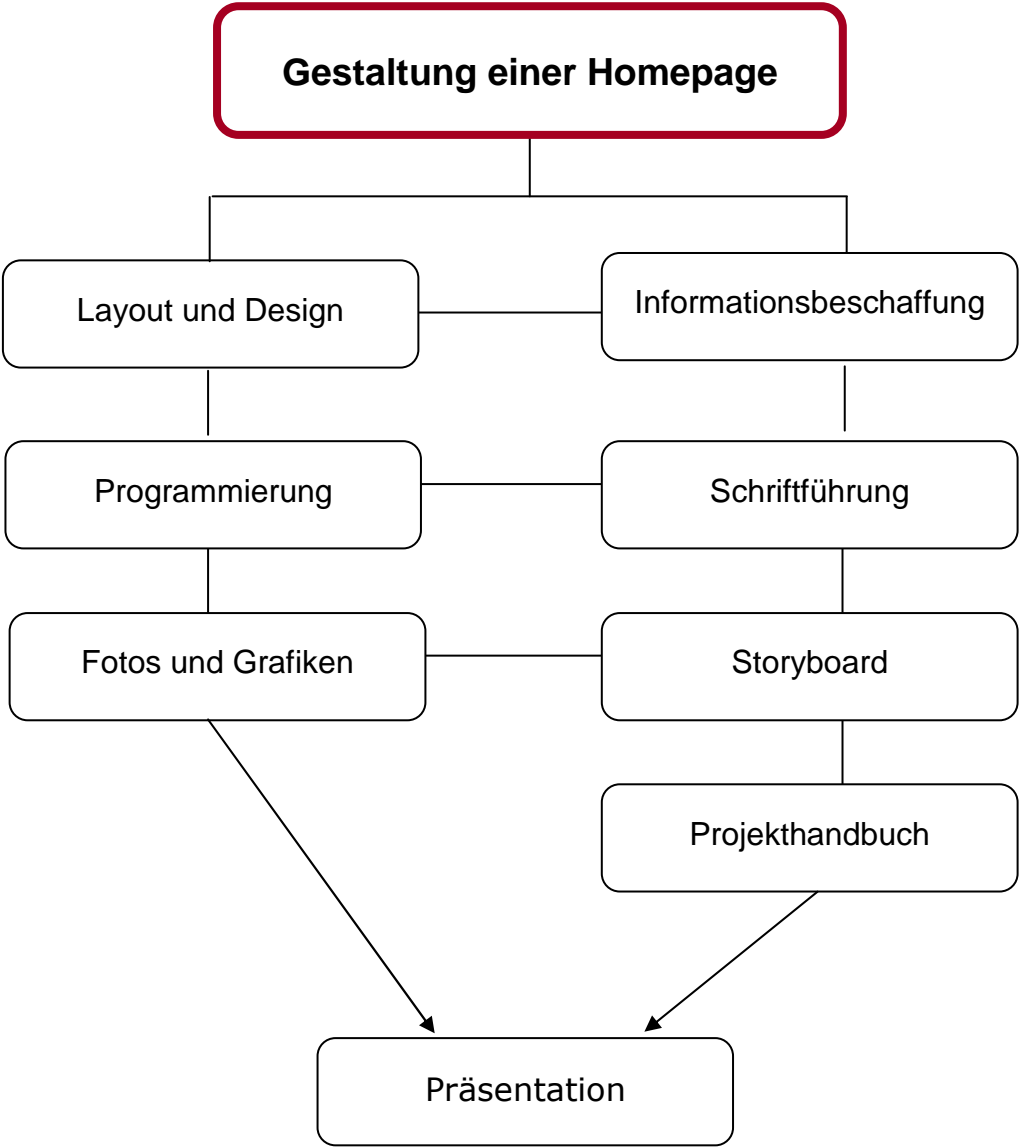
## Soziale Kontextanalyse – Schneider

---

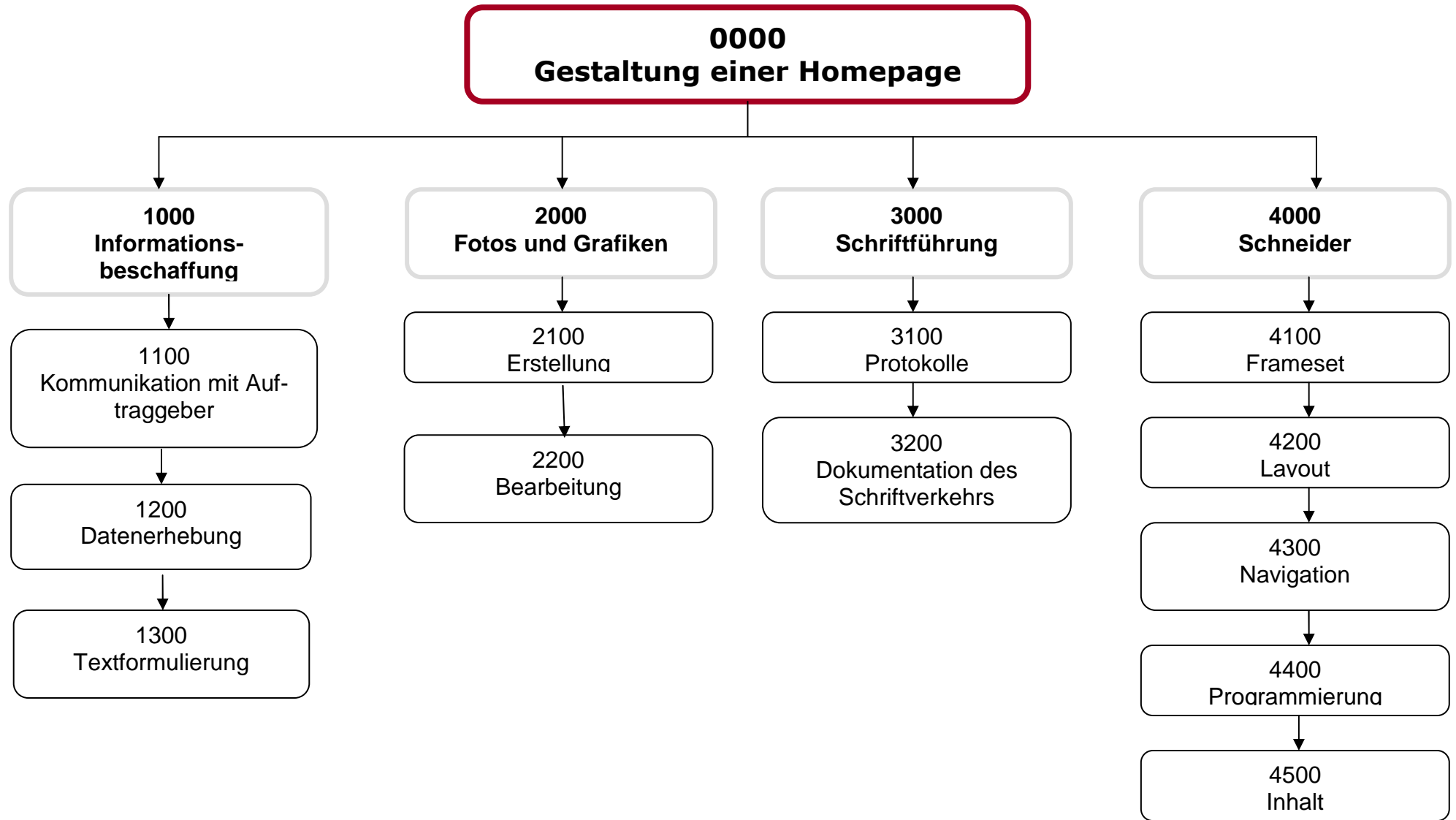


**Objektstrukturplan**

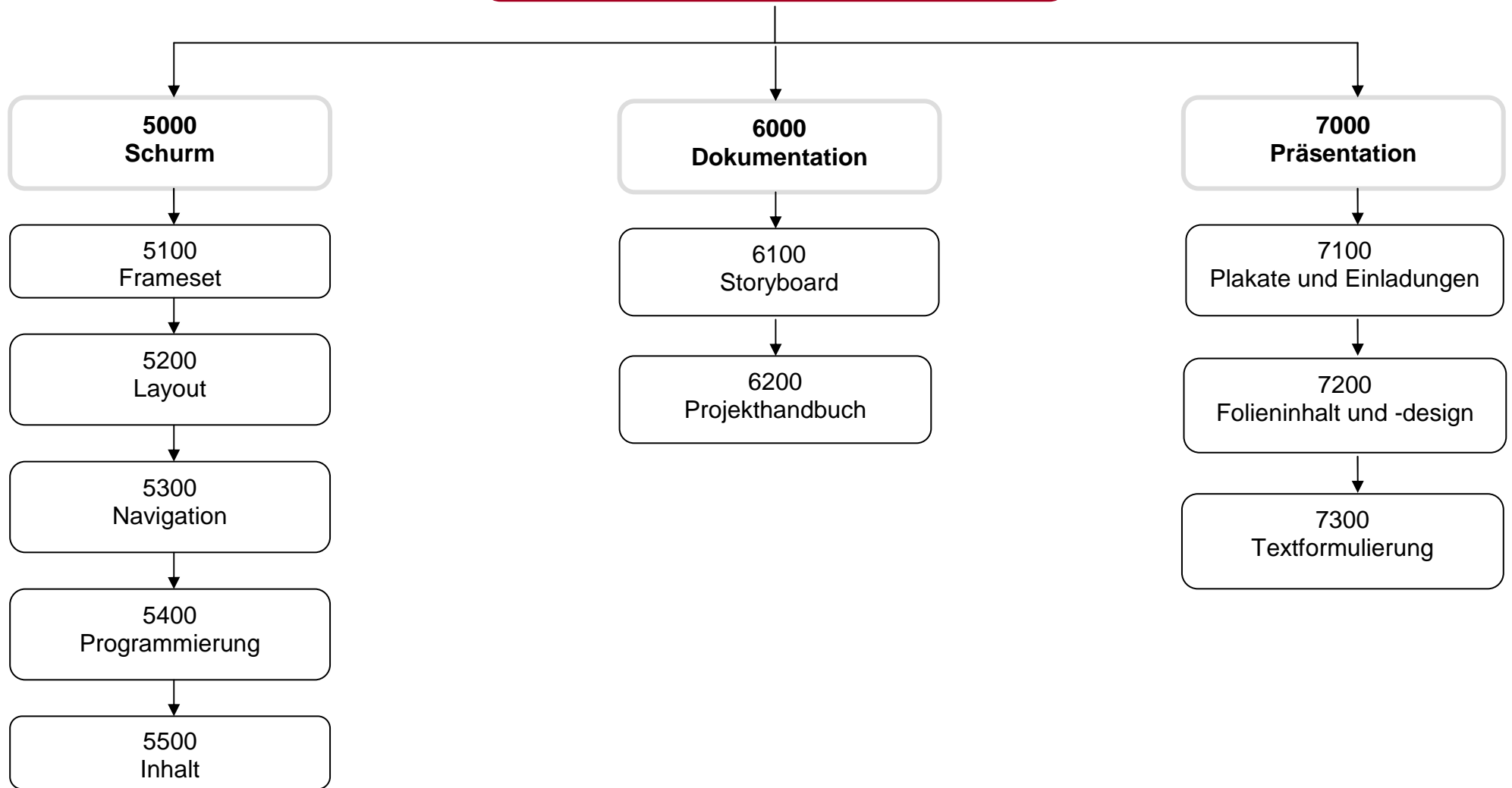
---



# Projektstrukturplan



# 0000 Gestaltung einer Homepage



## **Beschreibung der Arbeitspakete**

---

### **TP 1000 Informationsbeschaffung:**

#### AP 1100 Kommunikation mit dem Auftraggeber:

*Verantwortliche:* Cornelia Schmidt

*Mitarbeiter:* Sabrina Eckerstorfer, Markus Huber, Barbara Müller, Nina Nedorost

*Beschreibung:* Kommunikation mit dem Auftraggeber via E-Mail, Handy und persönlichem Kontakt zur Informationsbeschaffung.

*Starttermin:* 09. 09. 2005

*Endtermin:* 17. 02. 2005

#### AP 1200 Datenerhebung:

*Verantwortliche:* Sabrina Eckerstorfer, Markus Huber, Barbara Müller,  
Nina Nedorost, Cornelia Schmidt

*Beschreibung:* Erhebung der Daten über das Holzbauerngut Schneider und die Familie Schurm, die für die Erstellung der Homepage notwendig sind.

*Starttermin:* 09.09.2005

*Endtermin:* 09.09.2005

AP 1300 Textformulierung:

*Verantwortliche:* Sabrina Eckerstorfer, Barbara Müller

*Beschreibung:* Selektieren und aufbereiten der Daten, sowie formulieren der Texte für die beiden Homepages.

*Starttermin:* 16.11.2005

*Endtermin:* 28.11.2005

**TP 2000 Fotos und Grafiken:**

AP 2100 Erstellung:

*Verantwortliche:* Cornelia Schmidt

*Mitarbeiter:* Markus Huber, Nina Nedorost

*Beschreibung:* Fotografieren des Nebenerwerbsbetriebes, Erstellung von Grafiken

*Starttermin:* 09.11.2005

*Endtermin:* 15.12.2005

AP 2200 Bearbeitung:

*Verantwortliche:* Cornelia Schmidt, Nina Nedorost

*Mitarbeiter:* Markus Huber

*Beschreibung:* Bearbeitung der Bilder und Logos mittels Adobe Photoshop 7.0.

*Starttermin:* 9.11.2005

*Endtermin:* 05.01.2006

## **TP 3000 Schriftführung:**

### AP 3100 Protokolle

*Verantwortlicher:* Barbara Müller  
*Mitarbeiter:* Sabrina Eckerstorfer  
*Beschreibung:* Erstellen und Ausformulieren von Protokollen  
*Starttermin:* 09.09.2005  
*Endtermin:* 17.02.2006

### AP 3200 Dokumentation des Schriftverkehrs

*Verantwortlicher:* Sabrina Eckerstorfer  
*Mitarbeiter:* Barbara Müller  
*Beschreibung:* Dokumentation des Schriftverkehrs mit dem Auftraggeber  
*Starttermin:* 09.09.2005  
*Endtermin:* 17.02.2006

## **TP 4000 Schneider**

### AP 4100 Frameset

*Verantwortliche:* Cornelia Schmidt

*Mitarbeiter:* Markus Huber

*Beschreibung:* Ausarbeitung und Erstellung des Framesets der Homepage für das Holzbauerngut Schneider

*Starttermin:* 05.10.2005

*Endtermin:* 23.12.2005

### AP 4200 Layout

*Verantwortliche:* Cornelia Schmidt

*Mitarbeiter:* Markus Huber, Nina Nedorost

*Beschreibung:* Erstellen des Layouts indem Schriftzüge, Logos, Grafiken und Farbverläufe gestaltet wurden.  
Auswahl von Schriften, Anordnung von Grafiken, Tabellen, Texten und farbliche Gestaltung der Homepage.

*Starttermin:* 05.10.2005

*Endtermin:* 23.12.2005

AP 4300 Navigation:

*Verantwortliche:* Cornelia Schmidt

*Mitarbeiter:* Markus Huber

*Beschreibung:* Erstellen einer Navigation (Links, Hoovereffekte) für die Homepage

*Starttermin:* 01.11.2005

*Endtermin:* 23.12.2005

AP 4400 Programmierung:

*Verantwortliche:* Cornelia Schmidt

*Beschreibung:* Programmieren der Homepage (HTML Code, Cascading Style Sheets, Java Scripts)

*Starttermin:* 01.12.2005

*Endtermin:* 09.02.2006

AP 4500 Inhalt:

*Verantwortliche:* Cornelia Schmidt

*Beschreibung:* einarbeiten der Texte und der Grafiken in die Homepage

*Starttermin:* 23.12.2005

*Endtermin:* 09.02.2006

## **TP 5000 Schurm**

### AP 5100 Frameset

*Verantwortlicher:* Markus Huber

*Mitarbeiter:* Cornelia Schmidt

*Beschreibung:* Ausarbeitung und Erstellung des Framesets der Homepage für die Familie Schurm

*Starttermin:* 05.10.2005

*Endtermin:* 23.12.2005

### AP 5200 Layout

*Verantwortlicher:* Markus Huber

*Mitarbeiter:* Nina Nedorost, Cornelia Schmidt

*Beschreibung:* Erstellen des Layouts indem Schriftzüge, Logos, Grafiken und Farbverläufe gestaltet wurden.  
Auswahl von Schriften, Anordnung von Grafiken, Tabellen, Texten und farbliche Gestaltung der  
Homepage.

*Starttermin:* 05.10.2005

*Endtermin:* 23.12.2005

AP 5300 Navigation:

*Verantwortlicher:* Markus Huber

*Mitarbeiter:* Cornelia Schmidt

*Beschreibung:* Erstellen einer Navigation (Links, Hoovereffekte) für die Homepage

*Starttermin:* 01.11.2005

*Endtermin:* 23.12.2005

AP 5400 Programmierung:

*Verantwortliche:* Markus Huber

*Beschreibung:* Programmieren der Homepage (HTML Code, Cascading Style Sheets, Java Scripts)

*Starttermin:* 01.12.2005

*Endtermin:* 09.02.2006

AP 5500 Inhalt:

*Verantwortliche:* Markus Huber

*Beschreibung:* einarbeiten der Texte und der Grafiken in die Homepage

*Starttermin:* 23.12.2005

*Endtermin:* 03.01.2006

## **TP 6000 Dokumentation:**

### AP 6100 Storyboard

*Verantwortliche:* Sabrina Eckerstorfer, Barbara Müller

*Beschreibung:* Ausarbeitung des Storyboards

*Starttermin:* 21.12.2004

*Endtermin:* 23.12.2004

### AP 6200 Projektbericht

*Verantwortliche:* Sabrina Eckerstorfer, Barbara Müller

*Beschreibung:* Erstellen eines Projektberichtes, der alle Informationen über unser Projekt beinhaltet

*Starttermin:* 27.10.2005

*Endtermin:* 13.02.2006

## **TP 7000 Präsentation**

### AP 7100 Plakate und Einladungen:

*Verantwortlicher:* Nina Nedorost

*Beschreibung:* Erstellen eines Plakates für die Maturapräsentation

*Starttermin:* 08.01.2006

*Endtermin:* 16.01.2006

AP 7200 Folieninhalt und –design

*Verantwortlicher:* Sabrina Eckerstorfer, Barbara Müller

*Beschreibung:* Erstellen einer Präsentation für repräsentative Zwecke der Homepage

*Starttermin:* 16.01.2006

*Endtermin:* 13.02.2006

AP 7300 Textformulierung:

*Verantwortliche:* Sabrina Eckerstorfer, Barbara Müller

*Mitarbeiter:* Markus Huber, Nina Nedorost, Cornelia Schmidt

*Beschreibung:* Formulierung der Präsentationsinhalte

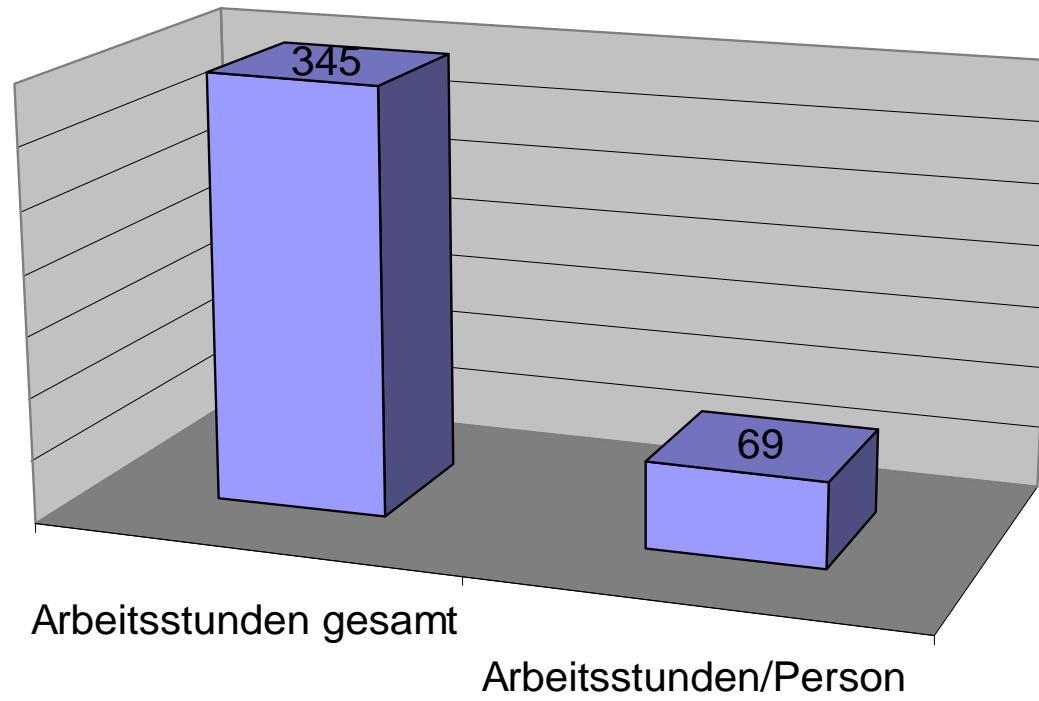
*Starttermin:*

*Endtermin:*

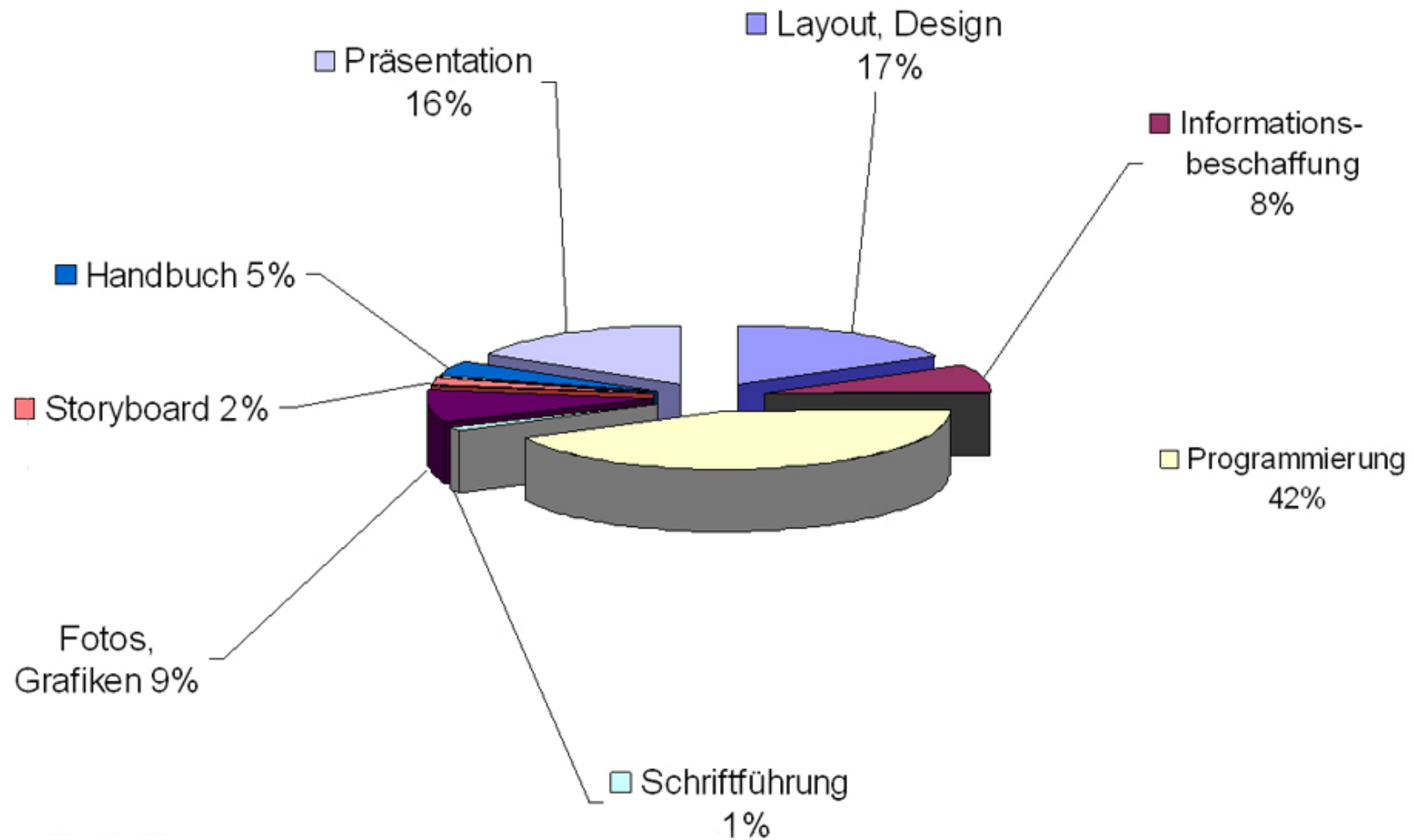
# Arbeitsaufwand

---

## Arbeitsaufwand



## Verteilung der Arbeitszeit auf div. Tätigkeiten



### **Verwendete Soft- bzw. Hardware:**

#### **Software**

- Microsoft Frontpage 2003
- Microsoft Word XP
- Macromedia Flash MX
- Adobe Photoshop 7.0
- TopStyle Lite 3.0
- Microsoft Editor 2003
- Java Script

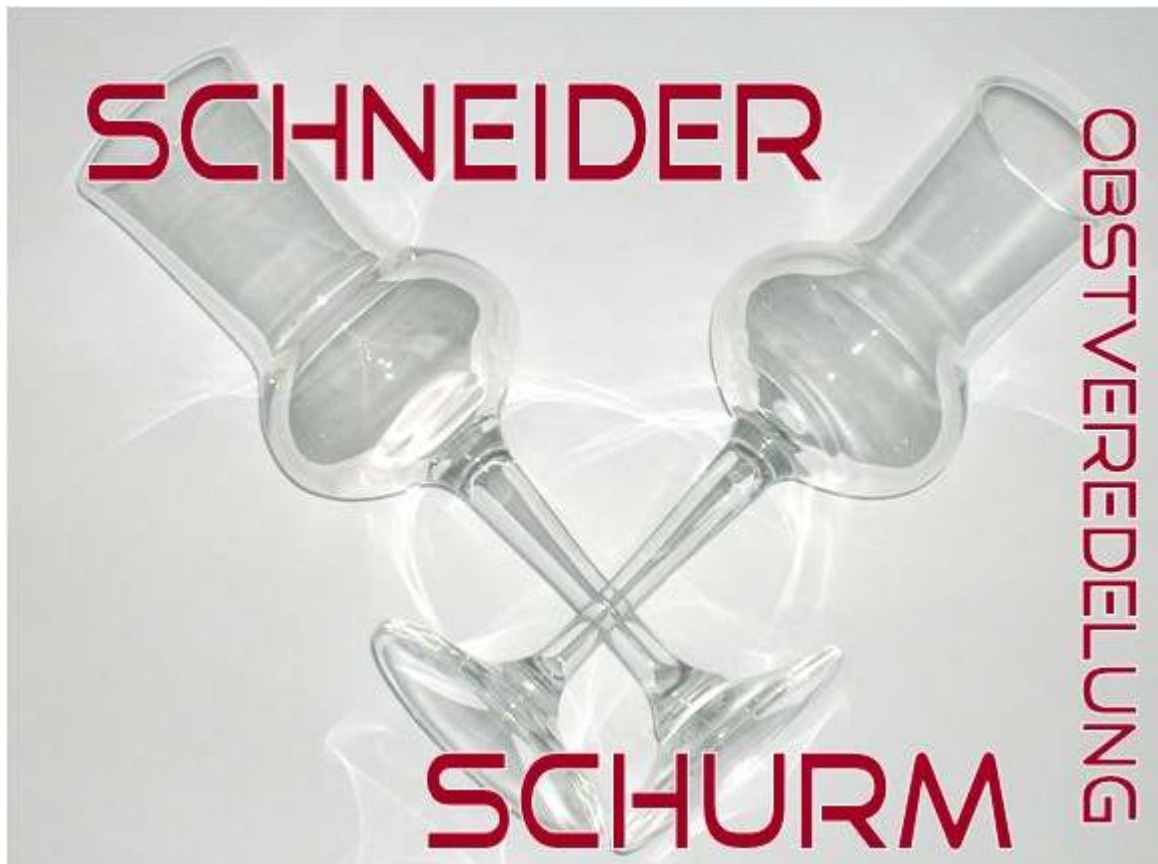
#### **Hardware**

- HP Laserjet 1200
- Optische Maus
- Beamer
- Acer TravelMate 660  
Intel Pentium M Processor  
1400 MHz  
585 MHz  
496 MB RAM

#### **für Präsentation:**

- Microsoft Power Point 2003
- AquaSoft Diashow XP five

# Storyboard



## Projektmitglieder:

Sabrina Eckerstorfer

Markus Huber

Barbara Müller

Nina Nedorost

Cornelia Schmidt

5cIT

---

Maturaprojekt

## Projektmitglieder

Cornelia Schmidt

Markus Huber

Nina Nedorost

Barbara Müller

Sabrina Eckerstorfer

## Arbeitsbereiche

Programmierung (CSS, HTML)

Programmierung (CSS, HTML)

Design, Flash

gesamten Schriftverkehr

gesamten Schriftverkehr

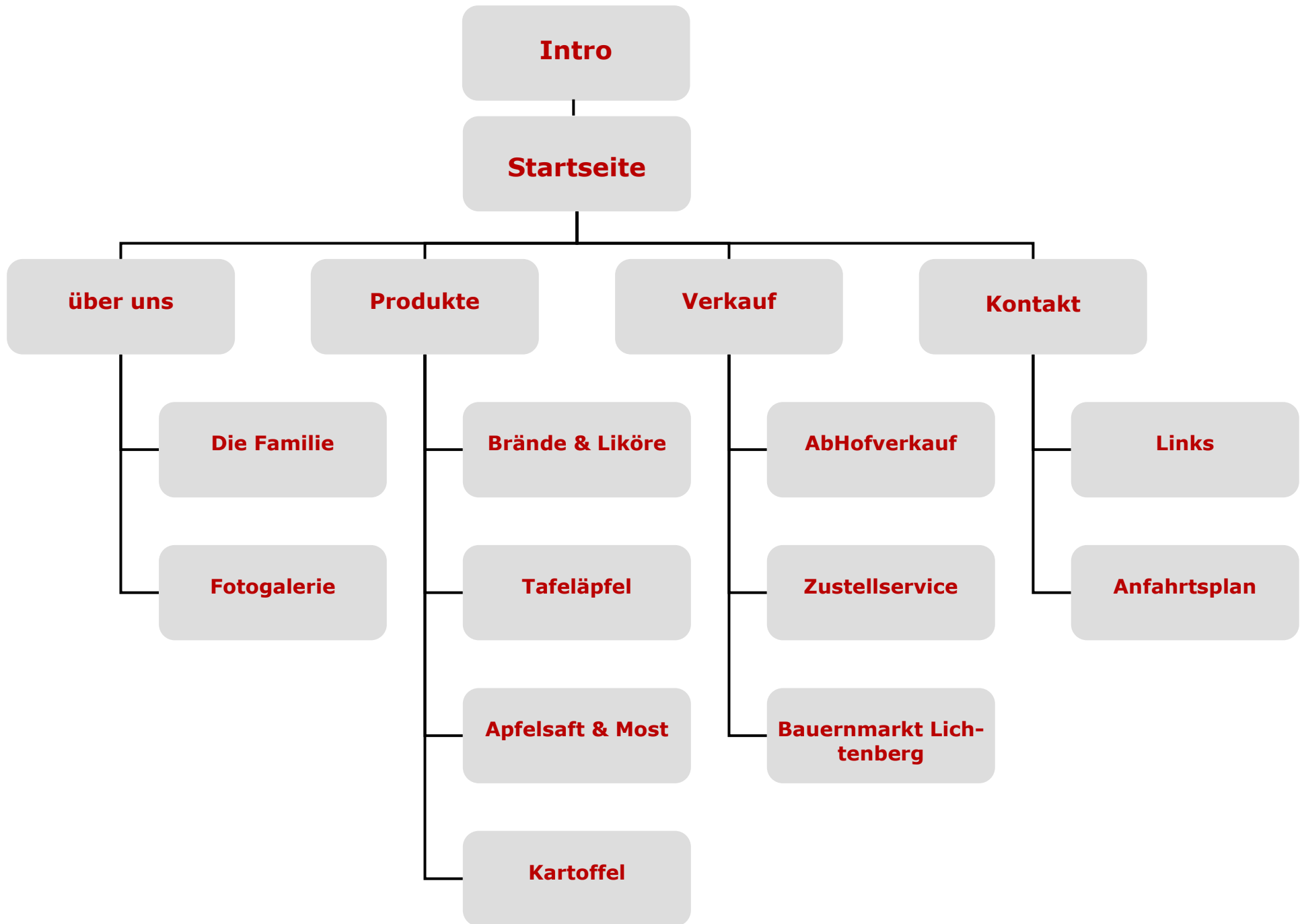


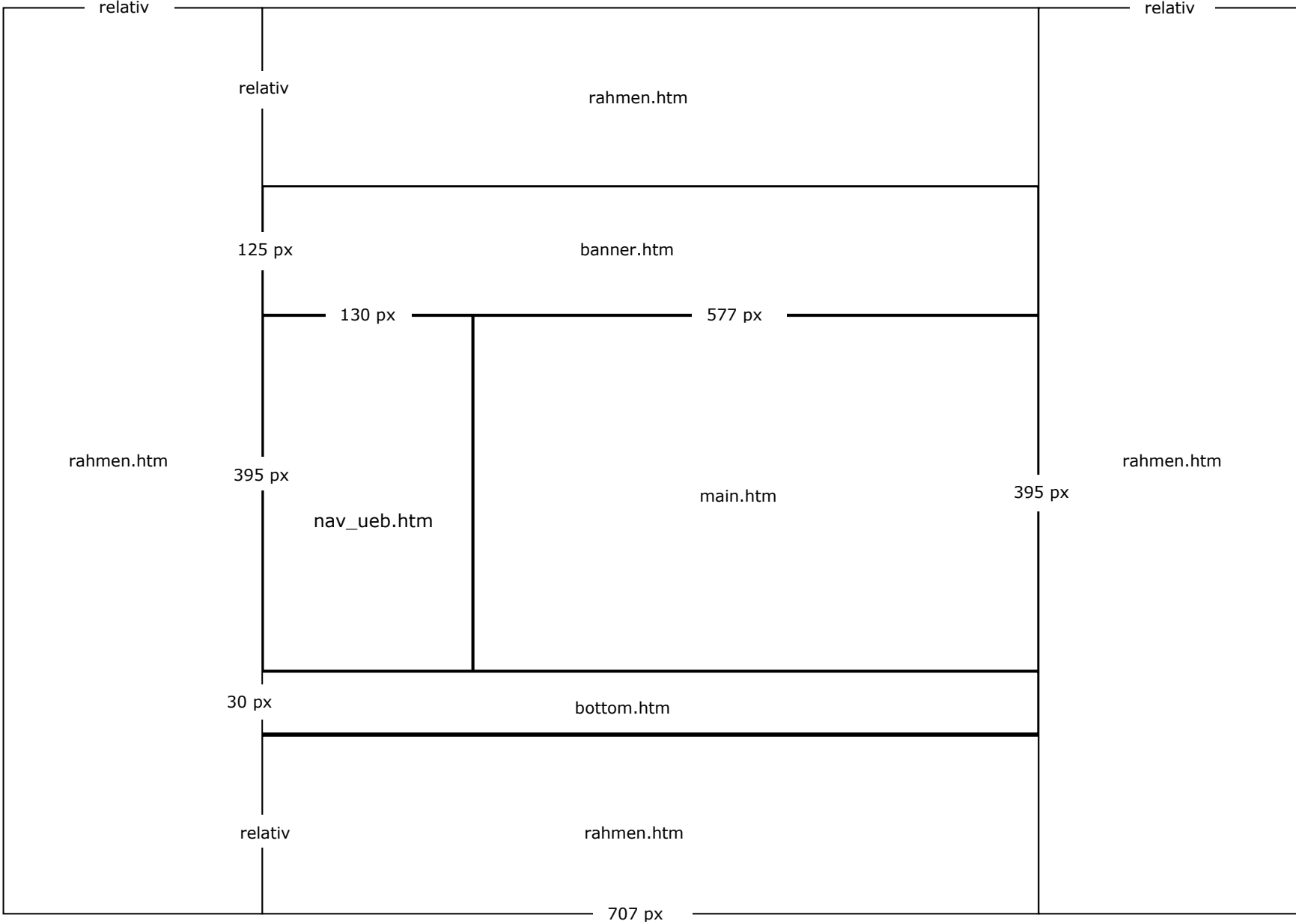
## Schurm's

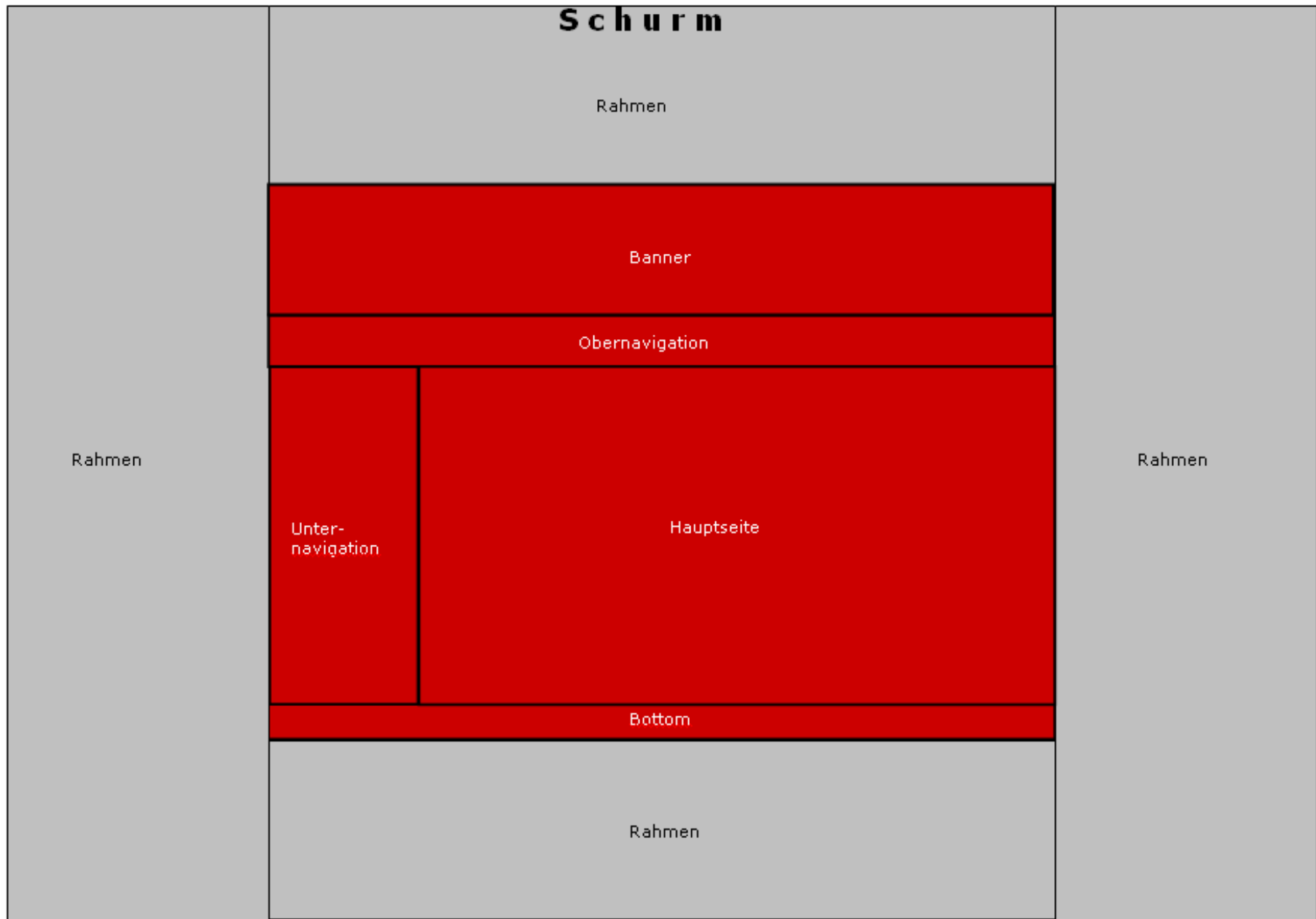
Das ist das **Logo** der Familie Schurm. Das Layout der Website basiert auf den Konträrfarben des Logos.

Der Rahmen rund herum ist aus dem Grund dunkelrot, damit durch den Kontrast das Logo besser zur Geltung kommt.







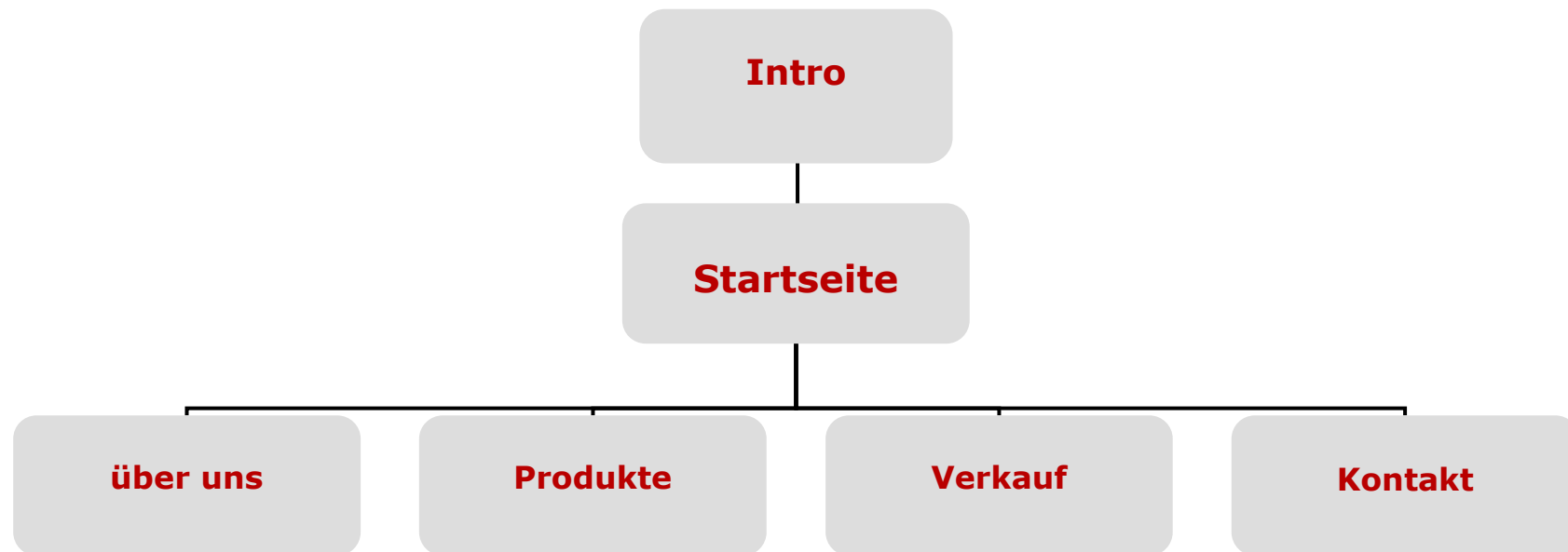


# Aufbau der index.htm

Am Beispiel der index.htm kann man sich die Aufbauweise der anderen Seiten gut vorstellen.



Auf der *banner.htm* sind diese Punkte zum Auswählen:



Von den Links auf *banner.htm* kommt man zu den Links auf der *nav\_ueb.htm* und von dort dann genau zum Inhalt der *main.htm*.

## CSS-Datei:

```
body {
    background-image:
url(../images/schurm_banner.jpg);
    background-repeat: no-repeat;
    background-attachment: fixed;
    background-color: #EDDFAA;
    margin-top: 0 px;
    margin-left: 0 px;
}

a {
    font-family: Verdana, Geneva, Arial, Helvetica, sans-serif;
    text-decoration: none;
    color: #2E3803;
    font-weight: bolder;
    font-size: 9pt;
}

a:hover {
    font-family: Verdana, Geneva, Arial,
Helvetica, sans-serif;
    text-decoration: underline;
    color: #2E3803;
    font-weight: bolder;
    font-size: 9pt;
}
```

*main.htm*

# Herzlich Willkommen

## Lieber Besucher!

Unsere Website bietet Informationen über unsere Produkte, unser Team und vieles mehr. Viel Vergnügen auf Ihrer Erkundungstour!



- Framegröße:
  - Höhe: relativ
  - Breite: 577 px
- Größe im Browser nicht veränderbar
- Bildlaufleisten: Nie
- Rahmen wird nicht angezeigt

## CSS-Datei:

```
body {
    background-image:
        url(../images/schurm_main.jpg);
    background-repeat: no-repeat;
    background-attachment: fixed;
    margin-left: 35px;
    margin-top: 15px;
    margin-right: 30px;
}
p {
    font-family: Verdana, Geneva, Arial,
        Helvetica, sans-serif;
    font-size: 8pt;
    color: Black;
    letter-spacing: 1 px;
    margin-top: 1 px;
    margin-bottom: 3 px;
}
h1 {
    font-family: Verdana, Geneva, Arial,
        Helvetica, sans-serif;
    font-size: 10pt;
    color: Black;
    letter-spacing: 1 px;
    margin-top: 1 px;
    margin-bottom: 3 px;
}
h2 {
    font-family: Verdana, Geneva, Arial,
        Helvetica, sans-serif;
    font-size: 8pt;
    color: Black;
    letter-spacing: 1 px;
    margin-top: 1 px;
    margin-bottom: 3 px;
    font-weight: bold;
    font-style: italic;
}
h3 {
    font-family: Verdana, Geneva, Arial,
        Helvetica, sans-serif;
    font-size: 9pt;
    color: Black;
    letter-spacing: 1 px;
    margin-top: 1 px;
    margin-bottom: 3 px;
    font-weight: bolder;
}
a {
    font-family: Verdana, Geneva, Arial,
        Helvetica, sans-serif;
    font-size: 8pt;
    text-decoration: none;
    color: Black;
    letter-spacing: 1 px;
    margin-top: 1 px;
    margin-bottom: 3 px;
}
a:hover {
    font-family: Verdana, Geneva, Arial,
        Helvetica, sans-serif;
    font-size: 8pt;
    text-decoration: none;
    color: Black;
    letter-spacing: 1 px;
    margin-top: 1 px;
    margin-bottom: 3 px;
    font-weight: bolder;
}
```

*banner.htm*

### Hintergrund der banner.htm



Schurm's Produkte stehen für die natürliche Herstellung und stellen einen Bezug zur Natur her. Darum befand die Projektgruppe den Äpfelhintergrund als äußerst passend.

### Links auf banner.htm



Das Logo Schurm bestand bereits und wir bekamen es als Vorlage für das Layout der Homepage.

- Framegröße:
  - Höhe: 125 px
  - Breite: 707 px
- Größe im Browser nicht veränderbar
- Bildlaufleisten: Nie
- Rahmen wird nie angezeigt

*nav\_Ueb.htm*

nav\_ueb.htm



Über uns



Produkte



- Framegröße:
  - Höhe: relativ
  - Breite: 130 px
- Größe im Browser nicht veränderbar
- Rahmen wird nicht angezeigt
- Bildlaufleisten: Nie

Bei der **nav\_Ueb.htm** stehen die Unterpunkte der bereits oben stehenden Links.

Zu dem Link über uns:

Die Familie, Fotogalerie

Produkte:

Brände & Liköre, Tafeläpfel, Apfelsaft & Most, Kartoffel

Bei der **nav\_Ueb.htm** stehen die Unterpunkte der bereits oben stehenden Links.

Verkauf:

Abhofverkauf, Zustellservice, Bauernmarkt, Bestellformular

Kontakt:

Links, Anfahrtsplan

Verkauf



Kontakt



## CSS-Datei:

```
body {
    background-image: url(../images/schurm_nav.jpg);
    background-repeat: no-repeat;
    background-attachment: fixed;
    background-color: #EDDFAA;
    margin-top: 0 px;
    margin-left: 0 px;
}

a {
    font-family: Verdana, Geneva, Arial, Helvetica, sans-serif;
    text-decoration: none;
    color: #2E3803;
    font-size: 8pt;
    font-weight: bold;
}

a:hover {
    font-family: Verdana, Geneva, Arial, Helvetica, sans-serif;
    text-decoration: none;
    color: #057E01;
    font-size: 8pt;
    font-weight: bold;
}
```

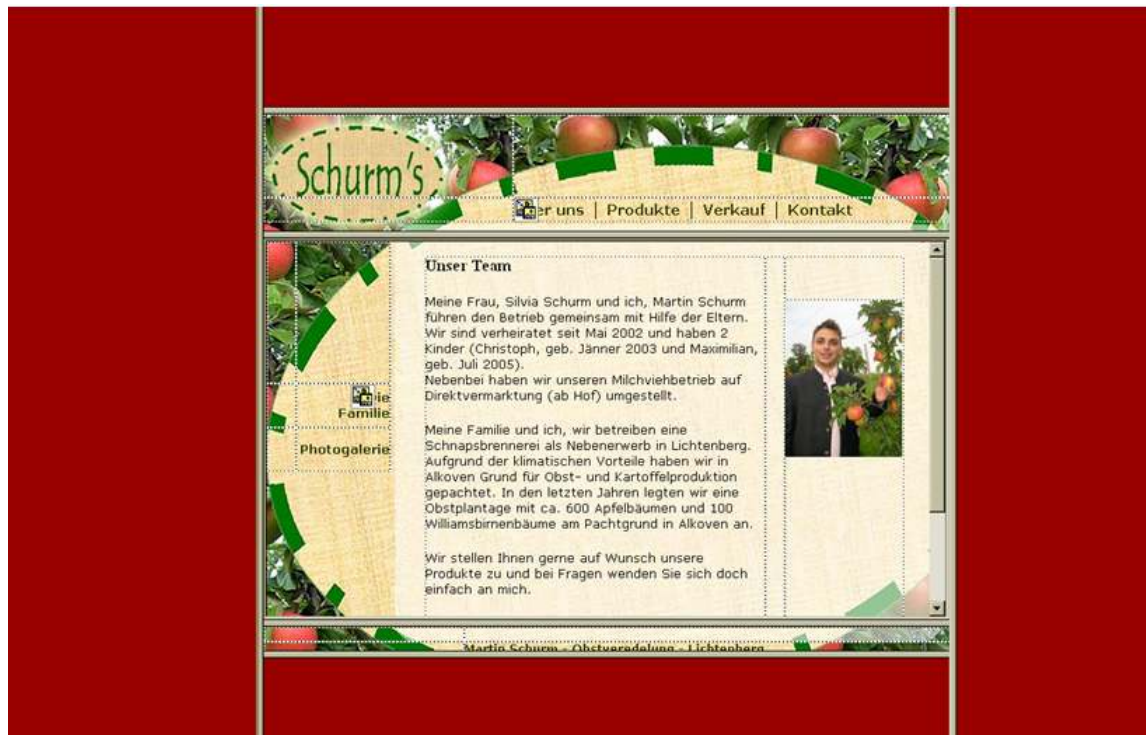
*bottom.htm*



Die bottom.htm passt zum restlichen Layout und ist der Abschluss des kompletten Designs.

Anhand der index.htm kann man sehen, wie unsere Pages aufgebaut sind.

Den äußeren roten Rahmen bildet die Farbe: Hex={99,00,00} um für jede Auflösung die bestmögliche Ansicht zu bieten.

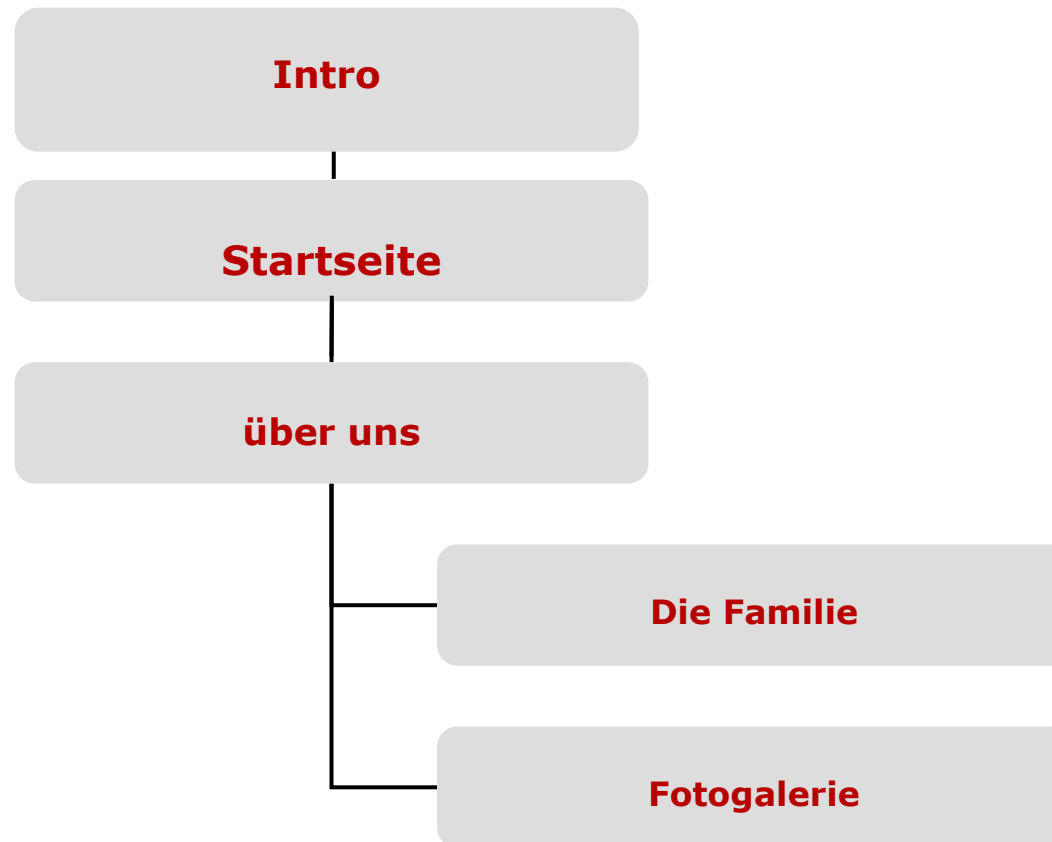


- Framegröße:
  - Höhe: 30 px
  - Breite: 707 px
- Größe im Browser nicht veränderbar
- Bildlaufleisten: Nie
- Rahmen wird nie angezeigt

## CSS-Datei:

```
body {  
    background-image: url(../images/schurm_bottom.jpg);  
    background-repeat: no-repeat;  
    background-color: #EDDFAA;  
    background-attachment: fixed;  
    margin-top: 0px;  
    margin-left: 0px;  
}  
  
p {  
    font-family: Verdana, Geneva, Arial, Helvetica, sans-serif;  
    color: #2E3803;  
    font-weight: bolder;  
    font-size: 7pt;  
}
```

Klickt man auf den Link **ÜBER UNS** im Banner öffnen sich die beiden Unterpunkte:



## Unser Team

### Über Uns

Unser Betrieb wurde in den Jahren zwischen 2003 und 2005 von einem Milchviehbetrieb auf einen Obstbaubetrieb umgestellt.

Aufgrund der klimatischen Vorteile haben wir in Alkoven Grund für Obst- und Kartoffelproduktion gepachtet.

In den letzten Jahren legten wir eine Obstplantage mit ca. 600 Apfelbäumen und 100 Williamsbirnenbäume am Pachtgrund in Alkoven an.



Seit 2003 betrieben wir eine Obstveredelung.

Wir schafften uns eine Schnapsbrennerei, mit der Familie Schneider gemeinsam an, um wirtschaftlich Edelbrände zu produzieren.

Unsere Produkte werden zum Großteil ab Hof verkauft.

Weiters stellen wir Ihnen gerne unsere Produkte zu und stehen für Fragen jederzeit zur Verfügung.

## Fotogalerie

### Bilder

*Momentan sind 15 Bilder zu finden.*

### Text

Erklärungen zu den Bildern sind vorhanden.

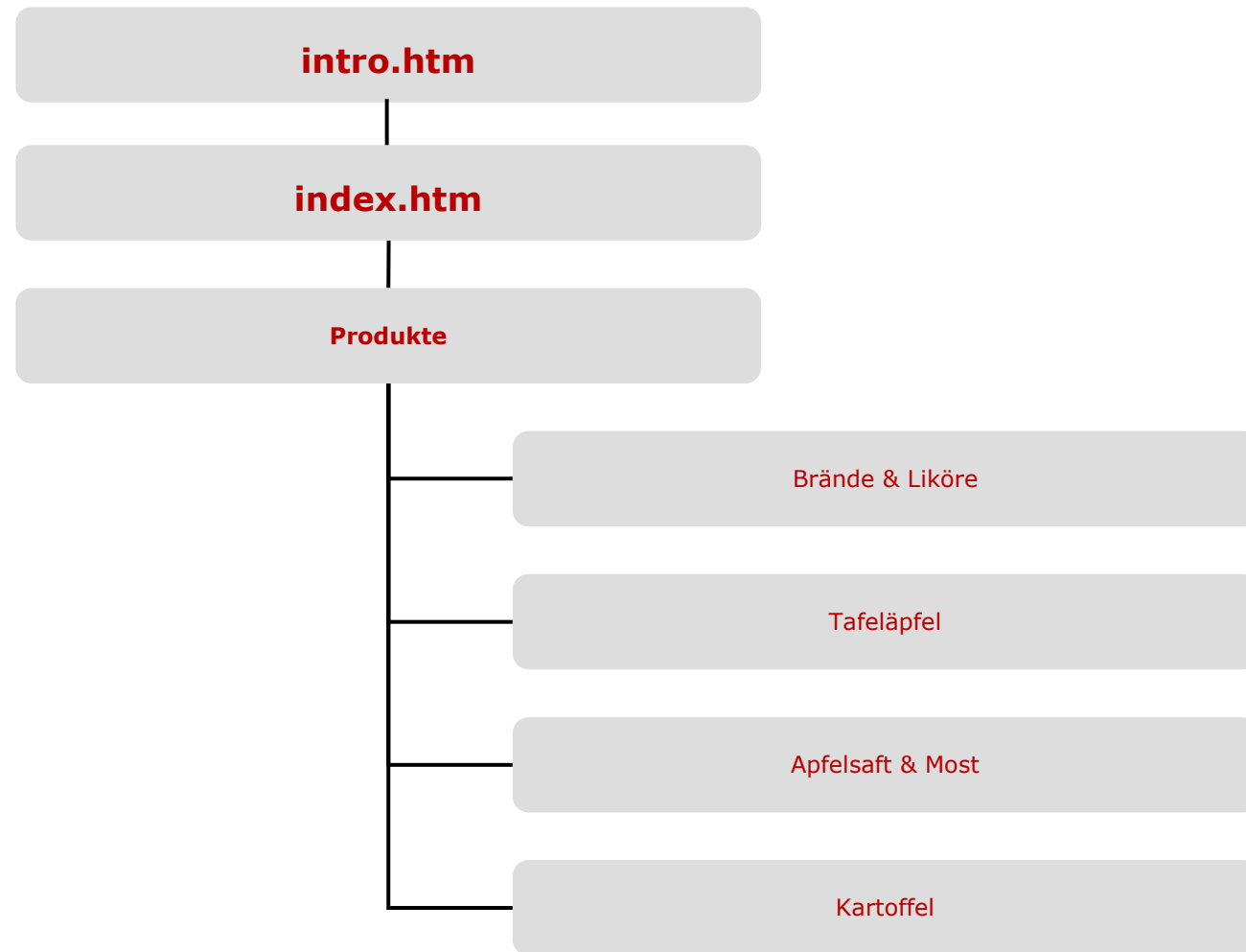
## Schurm's Fotogalerie





Klickt man auf den Link *Produkte* im Banner öffnen sich vier Unterpunkte:

- Brände & Liköre
- Tafeläpfel
- Apfelsaft & Most
- Kartoffel



**Unser Leitsatz ...**

**Frisch, Saftig, Ehrlich**

garantiert ihnen **beste Qualität** unserer Erzeugnisse!



Auf den folgenden Seiten können Sie sich über unser **Angebot** bestens **informieren!**

Natürlich stehen wir Ihnen jederzeit für Fragen zur Verfügung!

**Download ...**

**Produkte.pdf**



## Brände und Liköre

### Schurm's Edelbrände & Liköre

- *"ein edler Tropfen in netter Atmosphäre"*



Am wichtigsten für unsere Edelbrände und Likörprodukte ist die **Qualität** der Früchte.

Unser Obst wird zur Vollreife von **Hand geerntet** und **frisch** verarbeitet.

*"Denn nur aus den **besten Früchten** entstehen **hervorragende, qualitativ hochwertige** Produkte!"*

Unsere Preise sind **inklusive Umsatzsteuer**, sowie aller sonstigen Abgaben und Zuschläge!

Die Versandkosten sind im Preis nicht enthalten.

---

*Nachstehend finden Sie ...*

- Edelbrände
  - Liköre
  - Schurm's Spezialangebote
-

### **Schurm's Edelbrände:**



-top-

#### **- Golden Delicious Apfelbrand**

alc. 41,5 Vol.%

<b>0,1 Liter</b> .....	<b>EUR 4,-</b>
<b>0,35 Liter</b> .....	<b>EUR 8,-</b>
<b>0,5 Liter</b> .....	<b>EUR 10,-</b>

*Foto wird  
nachgereicht!*

#### **- Apfelbrandcuvée**

alc. 41,2 Vol.%

<b>0,1 Liter</b> .....	<b>EUR 4,-</b>
<b>0,35 Liter</b> .....	<b>EUR 8,-</b>
<b>0,5 Liter</b> .....	<b>EUR 10,-</b>



-top-

#### **- Williamsbrand**

alc. 41,9 Vol.%

<b>0,1 Liter</b> .....	<b>EUR 4,-</b>
<b>0,35 Liter</b> .....	<b>EUR 8,-</b>
<b>0,5 Liter</b> .....	<b>EUR 10,-</b>



-top-

### - Zwetschkenbrand

alc. 42,9 Vol.%

0,1 Liter .....	EUR	4,-
0,35 Liter .....	EUR	8,-
0,5 Liter .....	EUR	10,-

### **Schurm's Liköre:**

*Foto wird  
nachgereicht!*

### - Marillenlikör

alc. 19,8 Vol.%

0,1 Liter .....	EUR	4,-
0,35 Liter .....	EUR	8,-
0,5 Liter .....	EUR	10,-



-top-

### - Heidelbeerlikör

alc. 25,18 Vol.%

0,1 Liter .....	EUR	4,-
0,35 Liter .....	EUR	8,-
0,5 Liter .....	EUR	10,-



-top-

### - Johannisbeerlikör

alc. 20,78 Vol.%

0,1 Liter .....	EUR	4,-
0,35 Liter .....	EUR	8,-
0,5 Liter .....	EUR	10,-



-top-

### - Weichsellikör

alc. 21,6 Vol.%

0,1 Liter .....	EUR	4,-
0,35 Liter .....	EUR	8,-
0,5 Liter .....	EUR	10,-



-top-

### - Himbeerlikör

alc. 22,04 Vol.%

0,1 Liter .....	EUR	4,-
0,35 Liter .....	EUR	8,-
0,5 Liter .....	EUR	10,-



**- Brombeerlikör**

alc. 19,97 Vol.%

0,1 Liter .....	EUR	4,-
0,35 Liter .....	EUR	8,-
0,5 Liter .....	EUR	10,-

-top-



**- Nussgeist**

alc. 25,6 Vol.%

0,1 Liter .....	EUR	4,-
0,35 Liter .....	EUR	8,-
0,5 Liter .....	EUR	10,-

-top-

**Schurm's Spezialangebote:**



- Klicken Sie hier, wenn Sie unsere Sonderangebot sehen wollen.

-top-

## Tafeläpfel

### Schurm's Tafeläpfel

- *"Fitmacher für jede Tageszeit"*

Wir bieten Ihnen auch ein Vielzahl von Tafeläpfeln an.

Die **Preise** werden je **nach Jahreszeit** gerne **auf Anfrage** bekannt gegeben!



#### **Sorten:**

- **Summered ...**

ist ein großer, hochrunder, sehr schön rot gefärbter Tafelapfel.

**Reife:** Ende August

- **Gala ...**

ist ein mittelgroßer, sehr süßer, gelb-rot gefärbter Tafelapfel.

**Reife:** Mitte September

#### **Reifephasen eines Apfels:**



- **Elstar ...**

ist ein mittelgroßer, sehr saftiger und knackiger Tafelapfel mit einer roten Backe auf gelbem Grund.

**Reife:** Mitte September



- **Jonagold ...**

ist ein sehr großer, saftiger und geschmacksvoller Tafelapfel mit einer roten Wange auf goldgelbem Grund.

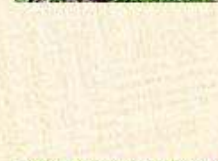
**Reife:** Anfang Oktober



- **Pinova ...**

ist ein mittelgroßer, gelb-roter Tafelapfel mit einem sehr fruchtigen Geschmack.

**Reife:** Anfang Oktober



- **Topaz ...**

ist ein großer, abgeplattet kugelförmiger, leicht säuerlicher Tafelapfel. Er ist mit gelb-oranger Fruchtfarbe versetzt und hat eine gerötete Streifung.

**Reife:** Anfang Oktober



- Arlet ...

ist ein mittelgroßer, tief roter Tafelapfel mit gelben Flecken, sehr saftig und knackig. Ein harmonischer Geschmack kennzeichnet ihn.

**Reife:** Anfang Oktober

- Golden Delicious ...

ist ein sehr großer, goldgelber, saftiger Tafelapfel mit sehr süßem Geschmack.

**Reife:** Mitte Oktober



- Fuji ...

ist ein sehr großer, rosa bis braunrot gestreifter Tafelapfel mit einem herrlich süßen und saftigen Geschmack.

**Reife:** Ende Oktober

-top-



**Wussten Sie, dass ...**

- ein Apfel ca. 70 kcal enthält?
- die Apfelsäure die **Aufnahme von Calcium** im Körper **fördert**?
- ein Apfel **appetitanregend** und **verdauungsfördernd** wirkt?
- ein Apfel **ein Viertel des täglichen Vitaminbedarfs** enthält?
- der Apfel zu **85 %** aus **Wasser** besteht?

-top-

**100 g Äpfel enthalten:**

<b>Nährstoffe:</b>		<b>Vitamine:</b>	
Energie	50 kcal	Vitamin C	11,3 mg
Kohlenhydrate	11,0 g	Vitamin E	0,5 mg
Fett	0,4 g	Vitamin B6	0,1 mg
Protein	0,3 g	Niacin	0,2 mg
Ballaststoffe	1,9 g	Panhotensäure	0,1 mg
<b>Mineralstoffe:</b>		<b>Spurenelemente:</b>	
Natrium	3 mg	Eisen	451 µg
Kalium	148 mg	Zink	118 µg
Calcium	8 mg	Kupfer	109 µg
Magnesium	6 mg	Mangan	62 µg
Phosphor	11 mg	Fluor	6 µg
Chlor	2 mg	Jod	2 µg
Schwefel	6 mg		

-top-

## Apfelsaft & Most

### Schurm's Apfelsaft & Most

- "Gesunder Durstlöcher für jede Tageszeit"

Wussten Sie, dass ...

- ... Schurm's Apfelsaft **einen Fruchtanteil von 100 %** hat! (kein Zucker, kein Farbstoff und kein Konservierungsmittelzusatz)!
- ... Schurm's Apfelsaft mit keinem Wasser verlängert wurde! (**100% Fruchtsaft**)
- ... Limonaden im Gegensatz dazu einen Fruchtanteil von max. 10 % haben! (Rest ist Zucker, Wasser und jede Menge Konzentrate)
- ... ACE-Säfte nur mit synthetisch hergestellten Vitaminen behaftet sind!



### Apfelsaftpreise:

Apfelsaft	1 Liter	.....	EUR	1,10
Apfelsaftkiste	6-er	.....	EUR	6,60
Apfelsaftkiste	12-er	.....	EUR	13,00

Unsere Preise sind **ohne Flaschen-** bzw. **Kisteneinsatz!**

*Alle Preise sind inklusive Umsatzsteuer, sowie aller sonstigen Abgaben und Zuschläge!*

**Mostpreise:**

<b>Most</b>	<b>1 Liter</b>	.....	<b>EUR</b>	<b>1,-</b>
<b>Mostkiste</b>	<b>6-er</b>	.....	<b>EUR</b>	<b>6,-</b>
<b>Mostkiste</b>	<b>12-er</b>	.....	<b>EUR</b>	<b>12,-</b>

Unsere Preise sind **ohne Flaschen-** bzw. **Kisteneinsatz!**

*Unsere Preise sind inklusive Umsatzsteuer, sowie aller sonstigen Abgaben und Zuschläge!*

# Kartoffel

## Schurm's Kartoffel

- "gibt dir Stärke und Kraft"

- Kartoffeln gibt es grundsätzlich von Juni-Mai!
- Ab Juni gibt es **sämtliche Kartoffelsorten** ab Hof oder auf Bestellung zugestellt!
- Ab September gibt es **Kartoffeln zum Einlagern** für den Winter!

Unsere **Preise** werden je nach Jahreszeit gerne auf Anfrage bekannt gegeben!

- Schurm's Frühkartoffel:

**Agata:** festkochend (speckig)

**Gina:** vorwiegend festkochend (halbspeckig)

**Holländische Erstlinge:** mehligkochend (mehlig)

- Schurm's Herbstkartoffel:

**Nicola:** festkochend (speckig)

**Produktion der Kartoffel:**



**Bintje:** mehligkochend (mehlig)

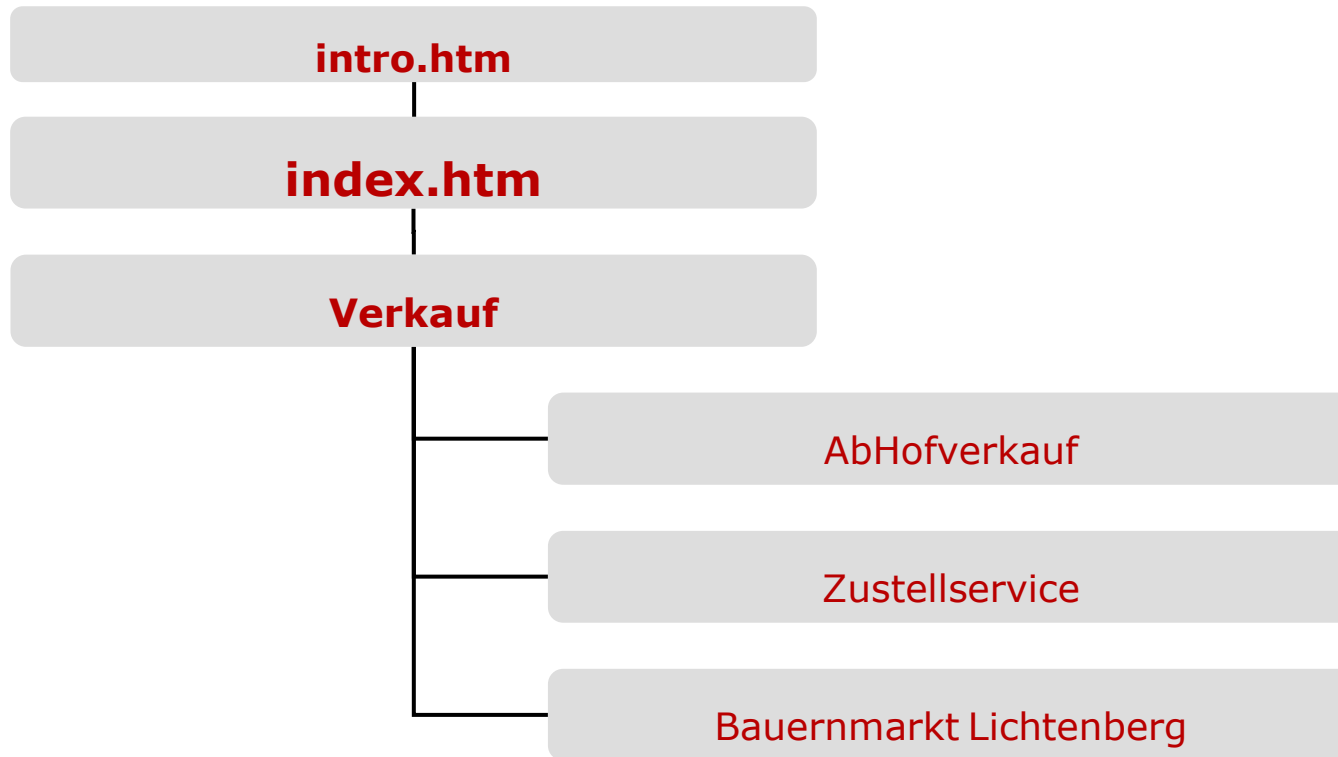
- **Schurm's Winterkartoffel**  
(ideal zum einlagern)

**Ditta:** festkochend (speckig)

**Agria:** mehligkochend (mehlig)



Klickt man auf den Link *Verkauf* im Banner öffnen sich vier Unterpunkte:



## *Ab Hofverkauf*

Wir bieten Ihnen unsere verschiedenen Sorten natürlich in einzelnen **Flaschen** an.

Weiters offerieren wir Ihnen auch noch **Geschenkkartons** und **Spezi-Bars**.



## Zustellservice

### Schurm's Zustellservice

Wir **liefern** gerne unsere Produkte zu Ihnen **nach Hause!** Wir bitten um Verständnis, dass dies nur in **Lichtenberg** und **Umgebung** möglich ist.

Das Zustellservice ist **kostenlos!**



#### so erreichen Sie uns:

- **Telefon:**

**(07239) 203 50** oder **(0664) 455 44 80**

- **E-Mail:**

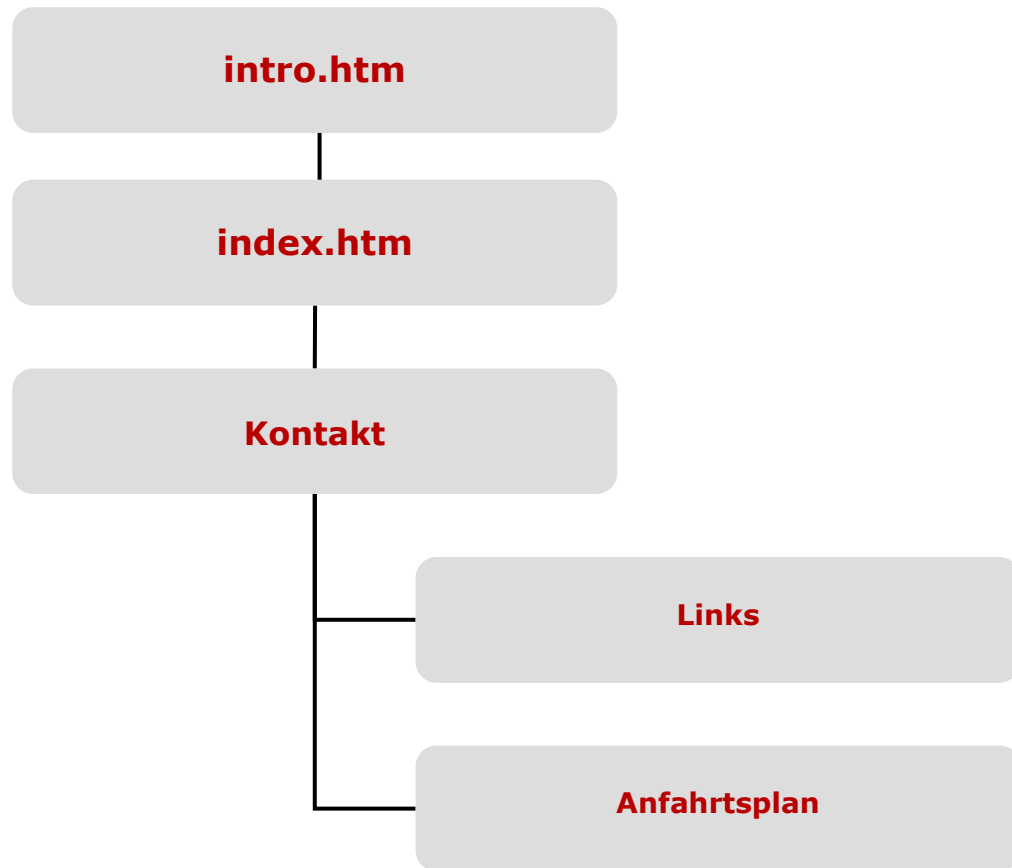
**hofladen@schurm.at**

## *Bauernmarkt*

### **Bauernmarkt Lichtenberg**



Jeden **zweiten Samstag** im Monat finden Sie uns von **8:00 Uhr** bis **12:00 Uhr** am Bauernmarkt Lichtenberg beim **Lagerhaus Lichtenberg**.



## Kontakt

**so erreichen Sie uns:**

**Silvia & Martin Schurm**

**- Anschrift:**  
Wipflerbergstraße  
4040 Lichtenberg

**- Telefon:**  
**(07239) 203 50 oder (0664) 455 44 80**

**- E-Mail:**  
**für Anfragen:**  
hofladen@schurm.at

The logo for Schurm's is an oval shape with a green dashed border. Inside the oval, the word "Schurm's" is written in a green, cursive-style font.

## Links

### Schurm's Links ...

---



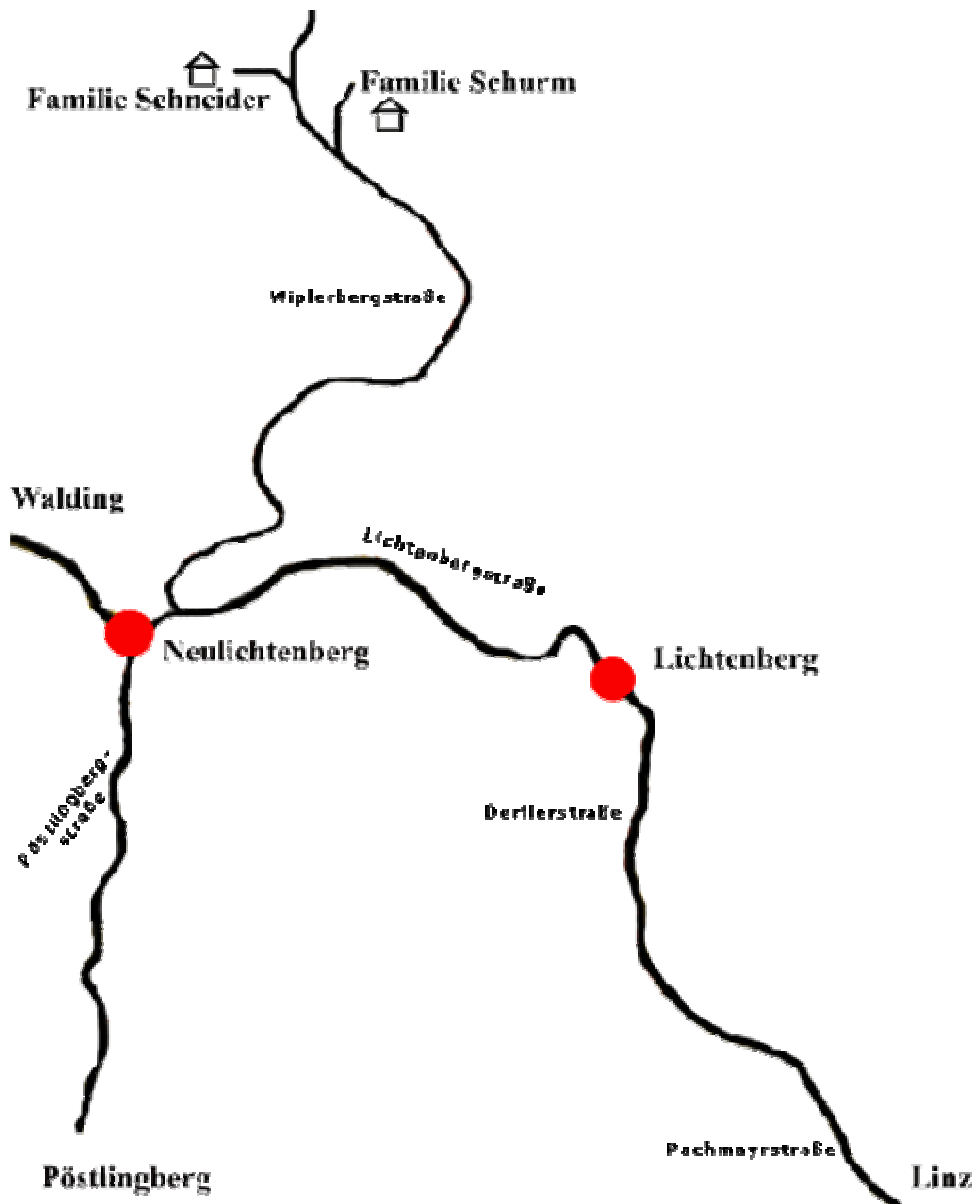
Schneider's Obstveredelung

Bauernmarkt Lichtenberg

Gemeinde Lichtenberg

**Projektteam - Homepage**

---



## Anfahrtsplan

Aufgrund der Erkenntnis, dass wir den Anfahrtsplan von Map 24 nicht verwenden dürfen (auch nicht mit Verlinkung), haben wir den Anfahrtsplan selbst gezeichnet.

Map24 bietet lediglich an, einen Teil des Quellcodes so zu verändern, dass man gleich auf Map24 mit der Zieladresse Wipflbergstraße (40 oder 43) 4040 Lichtenberg verbunden wird.

Da es jedoch nicht funktioniert hat, haben wir den Anfahrtsplan selbst gezeichnet und mit Worten erklärt, wie der Kunde zu unseren Auftraggebern kommt.

### MAP 24:

#### B. Nutzungsbedingungen für Daten Dritter

##### 1. Nutzungsrecht

*MAPSOLUTE bezieht Kartenmaterial und andere artverwandte Daten (die Karten) von Lizenzgebern. Die Karten sind urheberrechtlich geschützt. MAPSOLUTE gewährt dem Kunden eine nicht übertragbare, nicht ausschließliche Unterlizenz zur Benutzung solcher Karten, die in den Produkten von MAPSOLUTE verwendet werden, ausschließlich für den internen Gebrauch durch den Kunden. Der Kunde darf die Karten weder kopieren, zerlegen, extrahieren, ändern oder daraus abgeleitete Produkte herstellen. Der Kunde darf den Quellcode, Quellendateien oder die Struktur der Karten insgesamt oder teilweise weder ableiten noch eine solche Ableitung versuchen, und zwar weder durch Umkonstruierung, Zerlegung, Dekompilierung oder auf anderen Wegen. Der Kunde darf die Produkte nicht zum Betreiben einer Dienstleistungsfirma oder zu anderen Zwecken nutzen, die das Verarbeiten von Karten durch andere Personen oder Einheiten einschließen. Der Kunde erhält keine Eigentumsrechte, die insgesamt bei den Lizenzgebern verbleiben. Hinweise auf ein Copyright oder den Eigentumsvorbehalt in oder an den Karten dürfen nicht verändert oder entfernt werden.*

## ***Autobahn von Wien bzw. Salzburg:***

Bei **Knoten Linz** von der A1 abfahren auf die A7 Richtung Linz.

Nach Überquerung der **Donau** von der A7 abfahren (Überkopfwegweiser kündigt **Bad Leonfelden** an) und Richtung "Pöstlingberg" halten (grüne Tafel - weiße Schrift).

Im Stadtgebiet Linz weiterhin dem Wegweiser folgen.

In der Rudolfstraße Abzweigung nach "**Gramastetten**" nehmen.  
Mühlviertel, Bad Leonfelden oder Freistadt:

Auf der **B126** nach Linz / Zwettl an der Rodl fahren.

Nach Tafel Ortsende rechts Richtung "**Gramastetten**" abbiegen.

Die Ortschaft "**Gramastetten**" durchfahren und die Richtung nach "Linz" einschlagen.

Nach ca. 7km sind Sie in der Ortschaft "**Neulichtenberg**".

Vor der Ortstafel biegen Sie rechts ein und fahren den Berg hinauf. Sie kommen dann zur **Wipflerbergstraße**.

Sie biegen nach einer starken Linkskurve rechts ein.

Am Ende dieser Straße ist auf der rechten Seite das Bauernhaus der **Fam. Schurm**.

## **Wir sehen uns!**



**Holzbauerngut**

**Schneider**

<b>Projektmitglieder</b>	<b>Arbeitsbereiche</b>
Cornelia Schmidt	Schneider
Markus Huber	Schurm
Nina Nedorost	Design, Flash
Barbara Müller	gesamten Schriftverkehr
Sabrina Eckerstorfer	gesamten Schriftverkehr

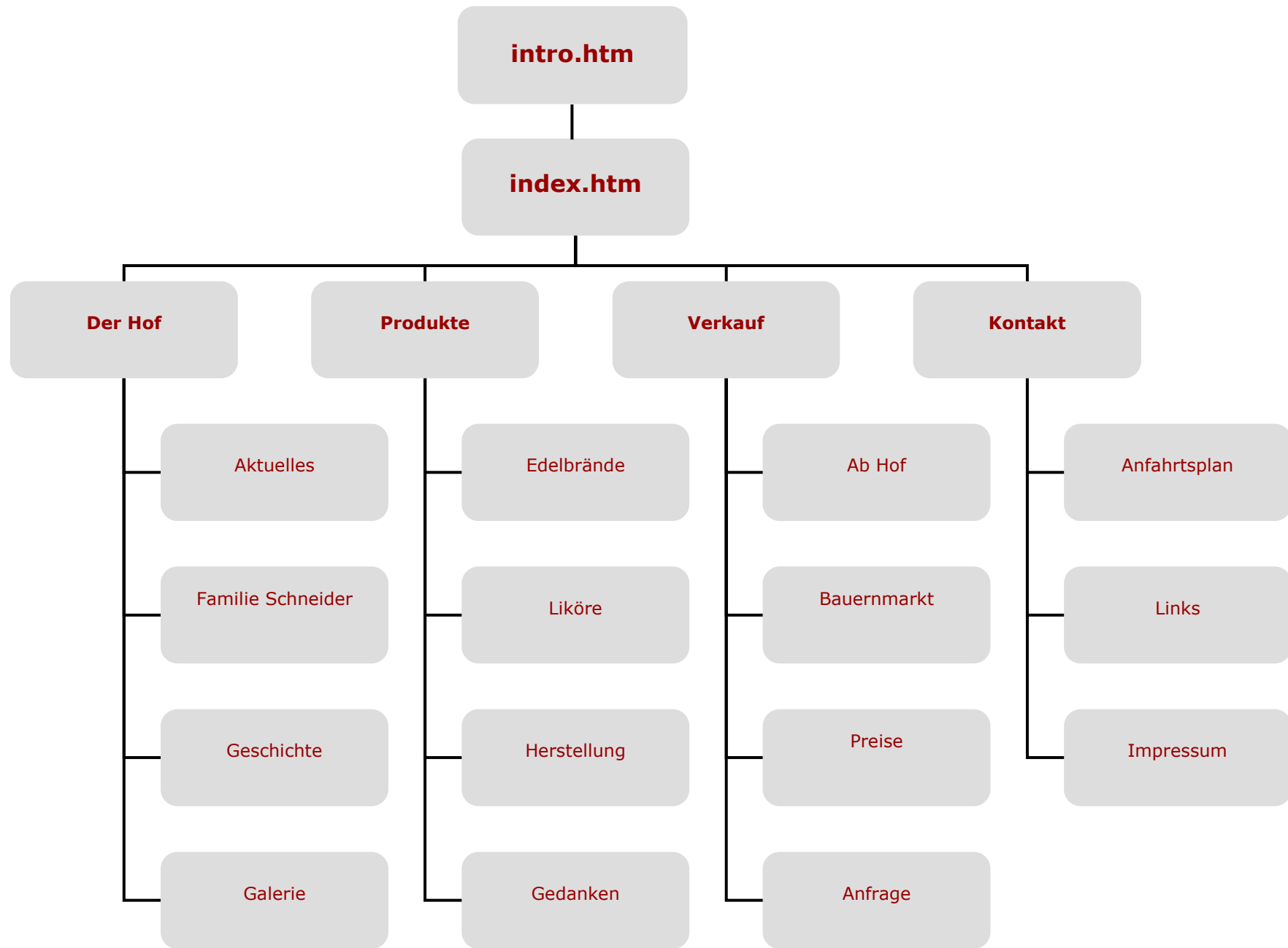
### **Projektthema / -beschreibung:**

Entwicklung von zwei browseroptimierten, nach farbpsychologischen und softwareergonomischen Kriterien gestalteten Websites, ausgestattet mit Flashanimationen, Grafiken und Fotos für die Schnapsbrennereien Schurm und Schneider.

### **Projektziel:**

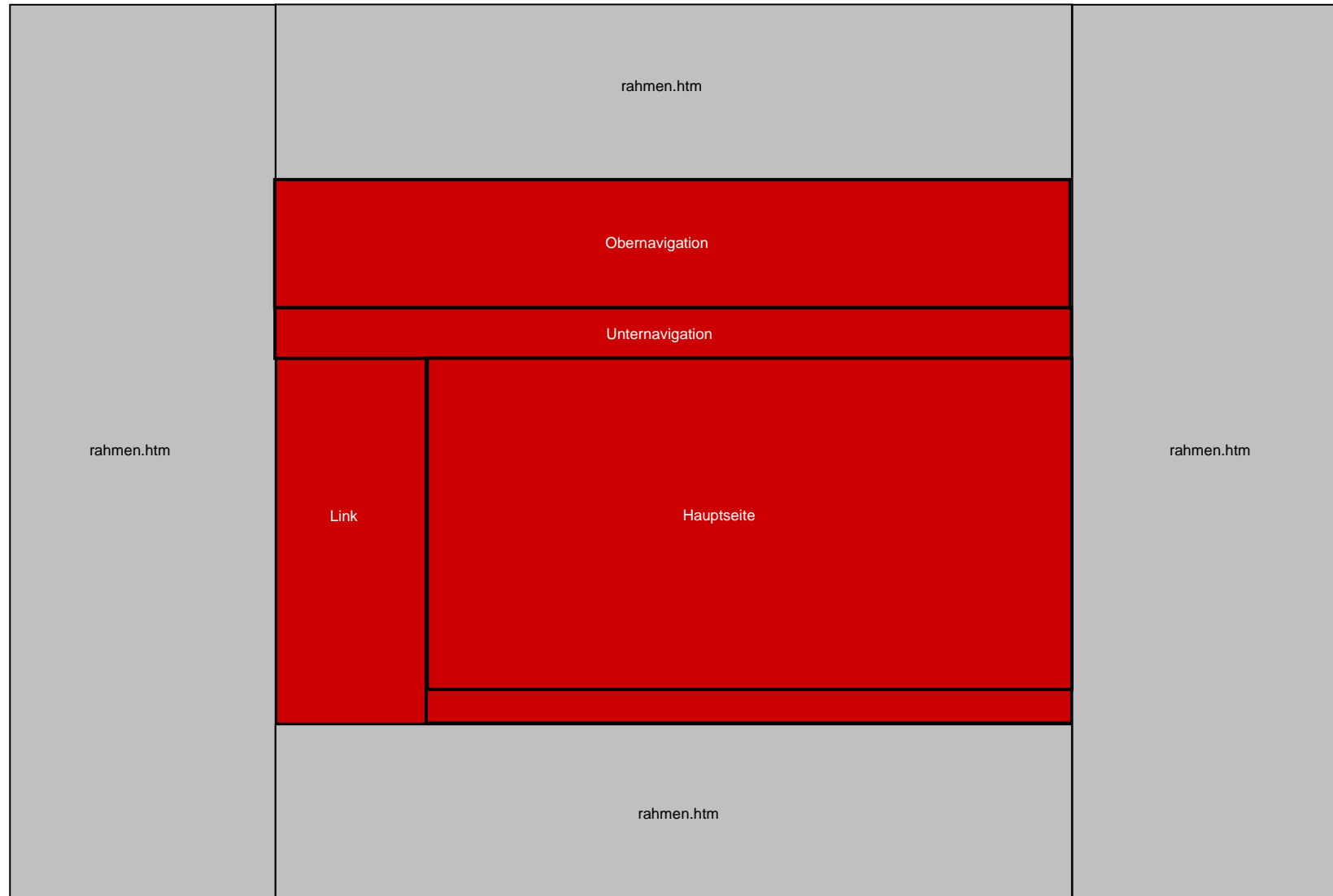
Unser Ziel ist die Gestaltung einer repräsentativen, benutzerfreundlichen Homepage im Sinne unserer Auftraggeber, welche die wesentlichen Informationen über den Betrieb, sowie die Produkte enthalten soll. Die Homepage soll dem Kunden die Möglichkeit einräumen, sich über Produkte und deren Produktion zu informieren, sowie diese Güter online zu bestellen.

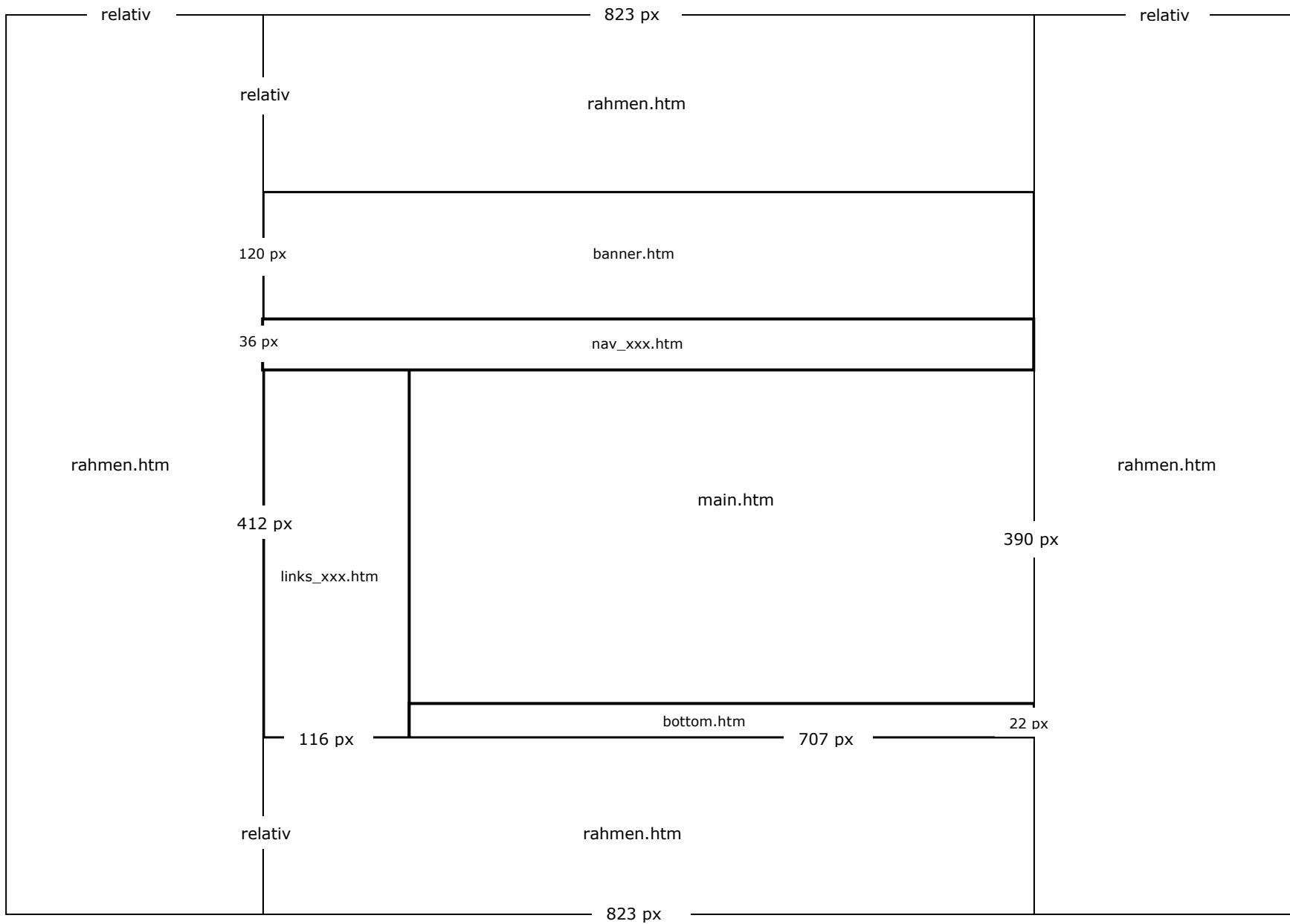
Sämtliche Texte und Bilder sind den Änderungswünschen durch die Auftraggeber vorbehalten!



# Aufbau der Homepage

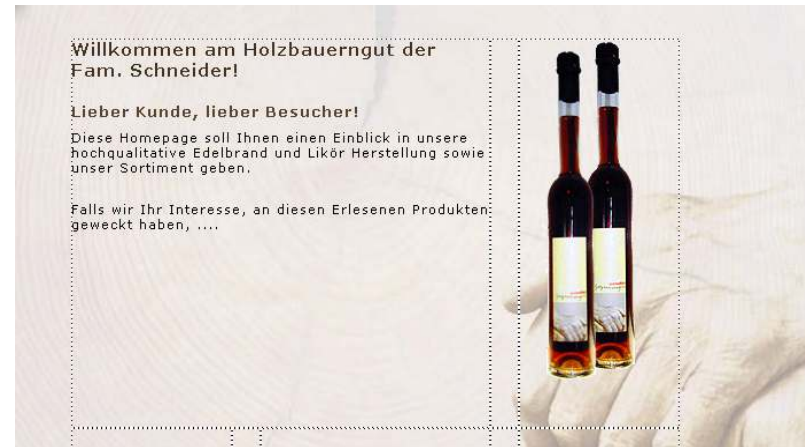
*index.htm*





*main.htm*

## Hintergrund



## Größe

Breite: 707 px

Höhe: 390 px

## Bildlaufleisten anzeigen

Falls erforderlich

## Größe im Browser veränderbar

nein

Der Hintergrund der main.htm stellt eine Hand dar, die vom Logo der Familie Schneider übernommen wurde. Dieses Bild wurde zu einem Wasserzeichen umfunktioniert, um die Texte, die darüber gelegt wurden, gut leserlich darzustellen.



Wenn ein Interessent die Homepage des Holzbauerngutes besucht, wird er vorerst auf der main.htm mittels einer Flash-Präsentation begrüßt.. Diese beinhaltet auf der einen Seite einige Schlagwörter, die typisierend für das Holzbauerngut sind und auf der anderen Seite wird der User auch mit einem „Herzlich Willkommen“ angesprochen. Mit dem skip-intro-Button recht unten kann der Benutzer die Flash-Animation überspringen und gelangt sofort zu der eigentlichen Homepage.

### Tabellenstruktur der main.htm

140 px	25 px	200 px	25 px	140 px

Diese Struktur ist auf jeder der main.Seiten gleich. Diese Struktur ermöglicht uns, jede Seite beliebig zu gestalten, da die einzelnen Zellen beliebig verbunden werden können.

Text			a	Bild
Bild	a	Text		
140 px	25 px	200 px	25 px	140 px

## CSS-Datei der main.htm

```
body {
    background-image: url(../images/banner/main.jpg);
    background-attachment: fixed;
    background-repeat: no-repeat;
    margin-top: 30px;
    background-color: White;
    margin-left: 50px;
}

tr {
    font-family: Verdana, Geneva, Arial, Helvetica, sans-serif;
    font-size: 11px;
    letter-spacing: 1px;
    margin-top: 1px;
    margin-bottom: 5px;
    valign= "top";
}

p {
    font-family: Verdana, Geneva, Arial, Helvetica, sans-serif;
    font-size: 11px;
    letter-spacing: 1px;
    margin-top: 1px;
    margin-bottom: 5px;
}

.kursivmittig {
    font-family: Verdana, Geneva, Arial, Helvetica, sans-serif;
    font-size: 11px;
    letter-spacing: 2px;
    margin-top: 0px;
    margin-bottom: 0px;
    font-style: italic;
}

h1 {
    font-family: Verdana, Geneva, Arial, Helvetica, sans-serif;
    font-size: 15px;
    color: #45311F;
}

h2 {
    font-family: Verdana, Geneva, Arial, Helvetica, sans-serif;
    font-size: 13px;
    color: #5C432C;
    margin-bottom: 8px;
}

.grau_breit {
    font-family: Verdana, Geneva, Arial, Helvetica, sans-serif;
    font-size: 12px;
    color: #5C432C;
    margin-top: 1px;
    margin-bottom: 0px;
    font-style: normal;
    font-weight: bolder;
    margin-bottom: 2px;
}

a {
    font-family: Verdana, Geneva, Arial, Helvetica, sans-serif;
    font-size: 11px;
    color: #956B44;
    text-decoration: none;
}

a:hover.externlink {
    font-family: Verdana, Geneva, Arial, Helvetica, sans-serif;
    font-size: 12px;
    color: #956B44;
    text-decoration: none;
    margin-top: 1px;
    margin-bottom: 0px;
}
```

```
text-align: center;
}
```

```
font-style: normal;
font-weight: bolder;
```

```
}
```

```
a:hover {
  font-family: Verdana, Geneva, Arial, Helvetica, sans-serif;
  font-size: 11px;
  color: #45311F;
  font-weight: normal;
  text-decoration: underline;
}
```

```
a.externlink {
  font-family: Verdana, Geneva, Arial, Helvetica, sans-serif;
  font-size: 12px;
  color: #5C432C;
  margin-top: 1px;
  margin-bottom: 0px;
  font-style: normal;
  font-weight: bolder;
  margin-bottom: 2px;
}
```

*banner.htm*

**Hintergrund**



**Größe**

Breite: 823 px

Höhe: 120 px

**Bildlaufleisten anzeigen**





Nie

**Größe im Browser veränderbar**

nein

Ein Querschnitt eines Baumstammes stellt den Hintergrund der banner.htm dar. Darauf sind die Hautmenüpunkte „Der Hof“, „Produkte“, „Verkauf“ und „Kontakt“ platziert. Am linken Rand ist das Logo des Holzbauerngutes Schneiders zu finden und dieses fungiert auch als Home-Link. Um Liköre und Schnäpse auch in den Banner einfließen zu lassen, findet man links neben jedem Link ein Glas.

## Tabellenstruktur der banner.htm

230 px	125 px	125 px	125 px	125 px	100 px
spacer					spacer

Die Tabellenstruktur im Banner, ist für uns sehr wichtig, da wir mit einem Roll-over-Effekt arbeiten. Damit die Holzstruktur aber immer als ein Bild gleich bleibt, ist es wichtig dass die einzelnen Bilder perfekt zusammenpassen. Das haben wir durch diese Struktur und das perfekte Ausschneiden aus dem 120x823 Pixel großen Bannerseite erhalten. Im Hintergrund ist das in der CSS-Datei gespeicherte Bannerbild als Ganzes zu sehen.

### CSS-Datei:

```
body {
    background-image: url(../images/banner/banner.jpg);
    background-attachment: fixed;
    background-repeat: no-repeat;
    background-color: #59280D;
    color: black;
    margin-top: 0px;
    margin-left: 0px;
    padding: 0px;
}

a {
    font-family: Arial,Helvetica,sans-serif;
    font-size: 13px;
    color: Silver;
}

p, td {
    font-family:Arial,Helvetica,sans-serif;
    font-size: 13px;
}
```

*links\_xxx.htm*

**Hintergrund**



**Größe**

Breite: 116 px

Höhe: 412 px

**Bildlaufleisten anzeigen**

Nie

**Größe im Browser veränderbar**

nein

Im linken Frame sieht der User jeweils die Bezeichnung des Hauptmenüpunktes, wo er sich gerade befindet. Dies dient der Übersichtlichkeit.

### **Tabellenstruktur der links\_xxx.htm**

Spacer.gif
Links_derhof.jpg

Bei der Links.htm ist sichtbar in welchem Hauptmenüpunkt man sich befindet. Um die Holzstruktur passten wir die Höhe des Spacer.gif Bildes so an, dass sich das Bild mit Text, am untersten Teil des Frames befindet. Somit wirkt das Bild wieder als Ganzes, und es ist nicht sichtbar, dass hier ein 2. Bild über dem Hintergrundbild liegt.

*bottom.htm*

**Hintergrund**



**Größe**

Breite: 707 px

Höhe: 22 px

**Bildlaufleisten anzeigen**

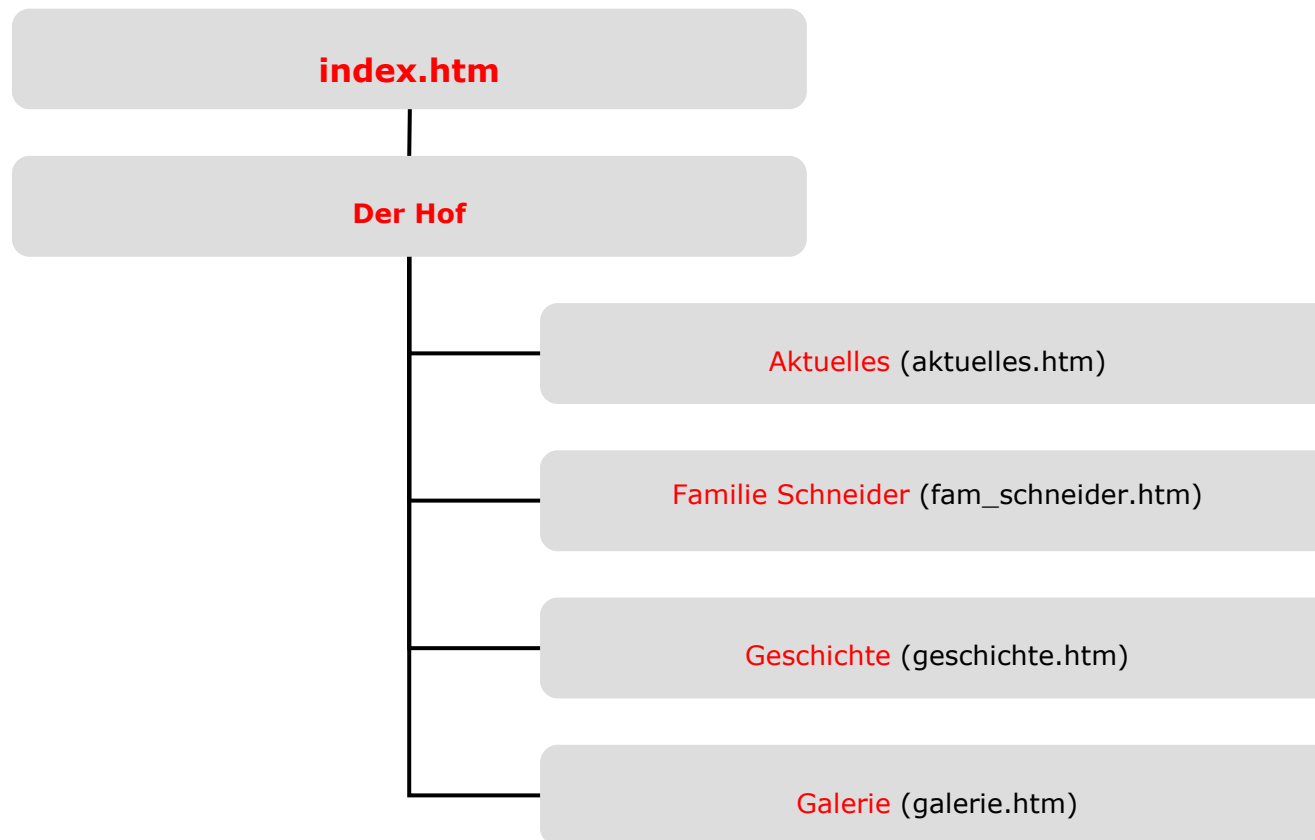
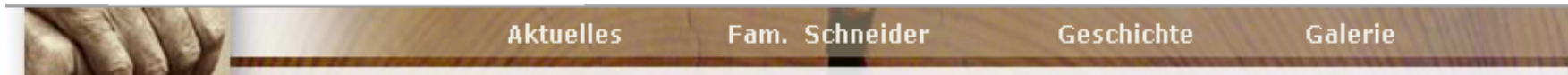
Nie

**Größe im Browser veränderbar**

nein

Um die Homepage optisch abzurunden, ließen wir das Element Holz auch in der bottom.htm wieder einfließen. Hier befindet sich der Name der Familie. Es besteht jedoch auch die Möglichkeit, dass die Familie Schneider dort zum Beispiel ihre Kontaktdaten platziert.

## nav\_hof.htm



## *aktuelles.htm*

### Nussgeistopening 2006

Das Nussgeistopening ist mittlerweile eine schon fast traditionelle Veranstaltung bei uns am Hof.

1 mal im Jahr werden alle Kunden zu einer gemütlichen Runde eingeladen um die Schnäpse und Liköre des neuen Jahres zu probieren, zu feiern und über vergangenes zu tratschen.

Eröffnet wird diese Veranstaltung immer mit einem kleinen Event. Heuer wurde unsere neue Homepage präsentiert, die eine Projektgruppe der HAK-Linz erstellt hat.



Nussgeistopening  
2006 - Fotos

Unter dem Punkt „Aktuelles“ wird der User immer die aktuellen Termine des Holzbauerngutes finden können. Zurzeit befinden sich auf dieser Seite einige Informationen zum Nussgeistopening, das am 28. Jänner 2006 bei der Familie Schneider stattfand. Diese Seite ist auch mit der Galerie verbunden, um dem Benutzer die Möglichkeit zu bieten, dass er sich unmittelbar Fotos zu den Veranstaltungen anschauen kann.

Die Familie "Schneider"



Ich, **Georg** Schneider wurde am 17. Mai 1962 geboren und arbeite als Bankangestellter. Die Schnapsbrennerei führe ich mit meiner Familie als Nebenerwerbsbetrieb.



Meine Frau **Margareta** Schneider wurde am 12. Juni 1964 geboren. Sie ist Landwirtin und für die Liköre zuständig.



Mein Sohn **Wolfgang**, geboren am 14. Dezember 1987 macht derzeit eine Ausbildung zum Tischler und ist bei der Produktion für das Einmaischen verantwortlich.



**Hannelore**, meine Tochter, wurde am 30. April 1990 geboren und besucht zurzeit noch die Pflichtschule. Sie kümmert sich um das Abfüllen und Etikettieren.



Diese Seite enthält Informationen über die Familie Schneider.

Die obere Hälfte zeigt ein Bild der gesamten Familie.

Darunter findet der User von jedem Familienmitglied ein Bild und eine kurze Beschreibung der Personen.

Die Bilder der einzelnen Personen werden abwechselnd links und rechts eingefügt, um die optische Darstellung ein bisschen aufzulockern.


Der Hintergrund wurde fixiert und wenn der User hinunterscrollt, wandert der Text hinauf, ohne dass sich das Hintergrundbild verschiebt.

*geschichte.htm*

**Geschichte des Hauses...**

Unser Hof ist ein Erbhof, das heißt, dass er schon seit Jahrhunderten im Besitz derselben Familie ist. Seit 1992, wo wir den Hof übernommen haben, können wir ihn unser Eigen nennen. Damals wurde auf unserem Hof noch Viehwirtschaft betrieben. 2002 haben wir uns auf Pferdehaltung spezialisiert.

Seit bereits zehn Jahren sammle ich nebenbei, mit meiner Familie, Erfahrungen im Schnapsbrennen. Als wir 2005 im ehemaligen Stall eine neue Schnapsbrennerei errichteten, wurde aus dem Hobby eine zusätzliche Einnahmequelle, die uns viel Spaß bereitet.



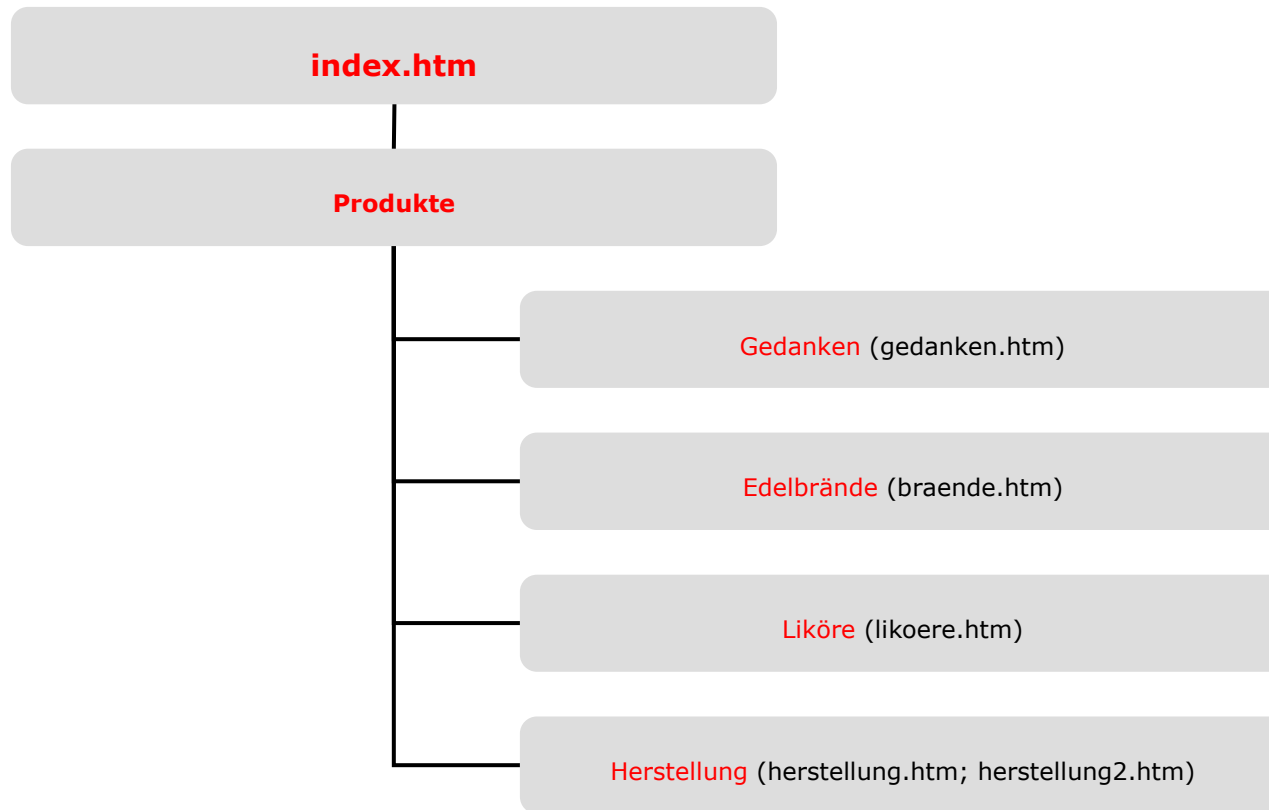
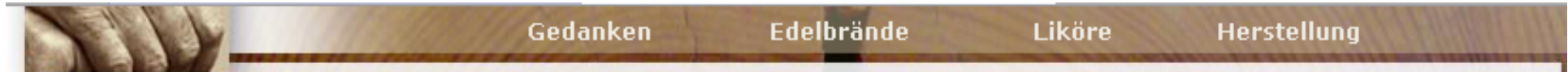

Wenn der User etwas über die Geschichte des Holzbauerngutes erfahren will, braucht er nur auf den Button Geschichte in der nav\_hof.htm klicken und gelangt sofort zu der geschichte.htm.

*galerie.htm*



Auf dieser Seite findet der User eine Flash-Galerie vor. Eine beliebige Anzahl von Fotos kann aneinander gereiht werden und diese werden dann abgespielt, bis der User auf einen anderen Menüpunkt klickt.

# nav\_produkte.htm



## Unsere Edelbrände

Alle unsere Edelbrände werden ausschließlich mit ganzen Früchten und aus eigenem Obstbrand nach unserem persönlichen Rezept hergestellt.

**Übersicht:**  
[Produkte.pdf](#)



*Birnenbrand*  
*Speckbirne Williamsbirne*  
*Apfelbrand*  
*Elster Jonagold*  
*Golden Delicious*  
*Zwetschkenbrand*

## Abfüllmenge

Sie erhalten unsere Produkte in den Standardgrößen:

- 0,35 l oder
- 0,5 l.

Jedoch besteht auch die Möglichkeit, unsere Erzeugnisse auf Anfrage in Sondergrößen und Sondermengen zu bekommen.

## Verpackung

Um unsere Produkte auch ansprechend verpacken zu können, bieten wir Ihnen die verschiedensten Möglichkeiten einer ansprechenden Emballage.



Diese Seite beinhaltet nähere Informationen zu den verschiedensten Sorten der Brände, als auch über die Abfüllmenge und die Verpackungen.

Wenn der User diese Infos ausgedruckt benötigt, kann er sich ein pdf-File herunterladen und dies unmittelbar ausdrucken. Dieses Informationsblatt findet Sie auf der nächsten Seite.

**Unsere Liköre**

Alle unsere Liköre werden ausschließlich mit ganzen Früchten und aus eigenem Obstbrand nach unserem persönlichen Rezept hergestellt.

**Übersicht:**  
Produkte.pdf

*Nussgeist*  
*Brombeerlikör*  
*Weichsellikör*  
*Kornelkirschlikör*



**Abfüllmenge**

Sie erhalten unsere Produkte in den Standardgrößen:

- 0,35 l oder
- 0,5 l.

Jedoch besteht auch die Möglichkeit, unsere Erzeugnisse auf Anfrage in Sondergrößen und Sondermengen zu bekommen.

**Verpackung**

Um unsere Produkte auch ansprechend verpacken zu können, bieten wir Ihnen die verschiedensten Möglichkeiten einer ansprechenden Emballage.



Diese Seite baut sich nach demselben Prinzip auf, wie die Seite Brände. Auch hier hat der User wiederum die Möglichkeit sich ein pdf-File als Informationsbroschüre herunterzuladen, um dieses unmittelbar auszudrucken.



Georg und Margareta Schneider  
Wipfelbergstraße 43  
4040 Lichtenberg  
Tel.: 07239/6405  
E-Mail: schneidergm@utanet.at  
Internet: www.holzbauerngut.at

### *Erlesenes vom Holzbauerngut*

#### **Produktpalette**

Alle Liköre werden ausschließlich mit ganzen Früchten und eigenem Obstbrand nach eigenen Rezepten angesetzt.



#### **Liköre**

- Nussgeist
- Weichsellikör
- Brombeerlikör
- Kornelkirschlikör

#### **Edelbrände**

- Birnenbrand  
(Speckbirne, Williamsbirne)
- Apfelbrand  
(Jonagold, Golden Delicious, Elster)
- Zwetschenbrand

#### **Abfüllmenge**

Sie erhalten unsere Produkte in den **Standardgrößen 0,35 l oder 0,5 l**. Jedoch besteht auch die Möglichkeit, unsere Erzeugnisse auf Anfrage in Sondergrößen und Sondermengen zu bekommen.

#### **Verpackung**

Um unsere Produkte auch ansprechend verpacken zu können, bieten wir Ihnen die verschiedensten Möglichkeiten einer ansprechenden Emballage.

Vielen Dank für Interesse!  
Fam. Schneider

[www.holzbauerngut.at](http://www.holzbauerngut.at)

# herstellung.htm

Werdegang des Obstbrandes

Die Schritte

1. Das Obst
2. Das Einmaischen
3. Der Gärprozess
4. Das Brennen
5. Der Rauhbrand
6. Der Feinbrand
7. Die Lagerung



**1. Das Obst**  
Das Obst muss von bester Qualität sein. Es muss vollreif geerntet und möglichst schnell verarbeitet werden. Blätter und Stängel sollen beim Waschen entfernt werden. Fauliges Obst darf nicht mehr verwendet werden.



**2. Das Einmaischen**  
Nach dem Waschen wird das Obst in einer Obstmühle gemahlen und in die Fässer eingefüllt. Zur besseren und schnelleren Vergärung wird Hefe hinzugefügt.



**3. Der Gärprozess**  
Die Fässer werden bei einer Temperatur von 14 – 18 Grad gelagert und mit einem Gärspund versehen, damit die Gärgase entweichen können.



**4. Das Brennen**  
Nach einer Zeit von zwei bis vier Wochen ist die Maische fertig. Durch das Messen des Restzuckergehalts wird der richtige Brennzeitpunkt ermittelt. >> mehr zur Brennmaschine



**5. Der Rauhbrand**  
Der Rauhbrand ist das erstmalige Brennen der Maische. Der Rauhbrand wird beendet wenn der Alkoholgehalt des Destillates unter 10 % fällt.



**6. Der Feinbrand**  
Dies ist der wichtigste Vorgang beim Schnapsbrennen. Im Gegensatz zum Rauhbrand wird der Feinbrand sehr langsam gebrannt, damit sich Vor-, Mittel- und Nachlauf besser trennen lassen. Nur der Mittellauf wird in weiterer Folge zu Edelbrand verarbeitet.



**7. Die Lagerung**  
Der Mittellauf wird kühl und dunkel einige Wochen gelagert, bevor er mit reinem Quellwasser auf Trinkstärke verdünnt wird. Danach wird er wieder gelagert, bevor er dann endgültig in Flaschen abgefüllt wird. Gute Schnäpse sollten mehrere Jahre lagern, um das volle Aroma entfalten zu können.



Die Familie Schneider wollte ihren Kunden auch die Möglichkeit bieten, sich über die Herstellung der Brände und Liköre zu informieren. Dazu wurde der Herstellungsprozess in 7 Schritte unterteilt und zu jedem wurde ein Bild eingefügt. Wenn der User mehr Interesse an einem bestimmten Schritt hat, braucht er nur auf den jeweiligen Schritt zu klicken und gelangt unmittelbar zu einer genaueren Beschreibung.

## herstellung2.htm

### Die Brennmaschine

Im Zuge der Renovierungsarbeiten im ehemaligen Stall, haben wir eine neue Schnapsbrennmaschine Marke "Christian Carl" gekauft. Mit ihr sind wir in der Lage den steigenden Bedarf an unseren Produkten zu decken.



<< zurück zur Herstellung

<< zurück zum Verkauf



Die Brennmaschine, die die Familie Schneider gemeinsam mit der Familie Schurm gekauft hat, wird auf dieser Seite präsentiert. Um den Interessenten die Maschine besser darbioten zu können, wurden drei Bilder der Brennmaschine eingefügt und entsprechend platziert. Um wieder zum Verkauf bzw. zur Herstellung zurückzugelangen, fügten wir zwei Links ein.

*gedanken.htm*

**Gedanken zum Schnaps**



**Schnaps [Schnaps]**  
der Schnaps; ein starkes alkoholisches Getränk (mit mehr als 30% Alkohol), das aus Obst, Kartoffeln oder Getreide gemacht wird

... oder doch etwas mehr?

**Aus dem Volksmund**

*"Schnaps ist ein Genussmittel, kein Getränk!"*

*"Schnaps ist ein lebendiges Naturprodukt!"*

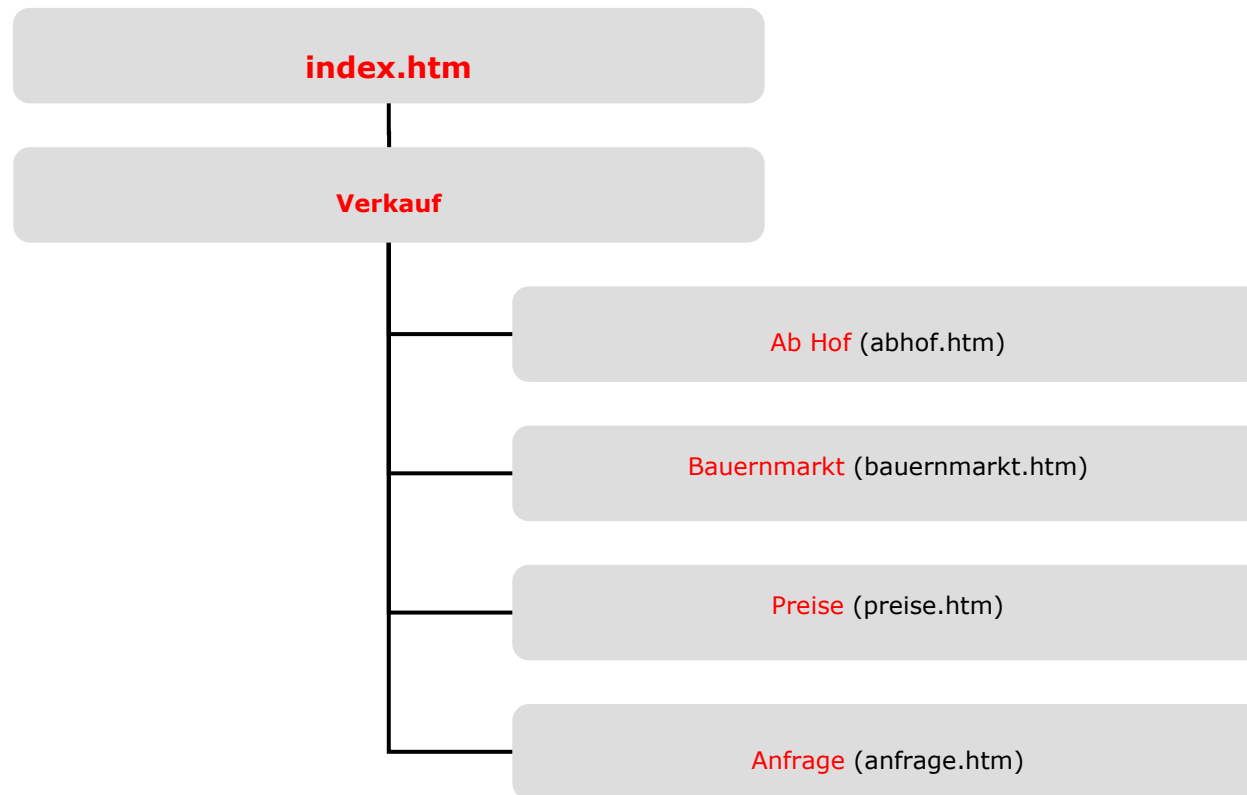
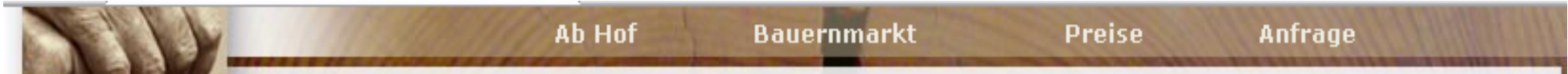
*"Es ist eine neue Schnapskultur entstanden - ähnlich der Weinkultur."*

*"Trotz technischem Fortschritt bestimmt der Mensch die Qualität."*



Auf dieser Seite befindet sich eine genaue Definition des Wortes Schnaps, sowie einige Sprüche passend zu diesem Getränk.

# nav\_verkauf.htm



*abhof.htm*

**Verkauf ab Hof**

Im neu renovierten Teil unseres Hofes können Sie unsere Produkte in einem angenehmen Ambiente kosten und kaufen.

Im Verkaufsraum befindet sich auch der neu erworbene *Brennofen*, der die Stimmung im Raum abrundet.

**Öffnungszeiten**

Der Verkaufsraum ist für Sie jederzeit, gegen Terminvereinbarung offen.

A dark, rectangular stone plaque with white, serif text. The text is arranged in four lines: 'FAM. SCHNEIDER', 'HOLZBAUER', '43', and 'WIPFIERBERGSTR.'.A small, square inset photograph showing two people from the chest up. On the left is a man with glasses wearing a red and white striped sweater. On the right is a woman with blonde hair wearing a dark jacket with a red collar. They are both smiling and appear to be in conversation.A large, close-up photograph of a hand holding a piece of light-colored wood. The hand is positioned in the lower right quadrant, with fingers gently gripping the wood. The background is a soft, out-of-focus light color.

Die Familie Schneider bietet ihren Kunden die Möglichkeit, dass Sie die gewünschten Produkte direkt am Hof abholen. Der User wird auch über die Öffnungszeiten informiert.

*bauernmarkt.htm*

### Bauernmarkt Durstberger

Unsere hochqualitativen Produkte können Sie auch jeden ersten und dritten Freitag sowie Samstag im Monat am Bauernmarkt der Familie Durstberger (vuglo Aigner) erwerben.



Auch am Bauernmarkt Durstberg bietet die Familie Schneider ihre Produkte an. Hier sieht der User ein Bild des Standes, an dem der Kunde die Familie findet.

*preise.htm*



Da die Familie Schneider die Preise ihrer Produkte nicht auf der Homepage veröffentlichen wollten, da diese saisonellen Schwankungen unterliegen, hat der User die Möglichkeit ein Anfrageformular zu senden, dass unter dem Button Anfrage zu finden ist.

## *anfrage.htm*

**Anfrage**

Familienname:

Vorname:

Telefonnummer:

E-Mail:

Adresse:

Informationen über:

Edelbrände       Preise

Liköre             Lieferzeiten

Mitteilung:

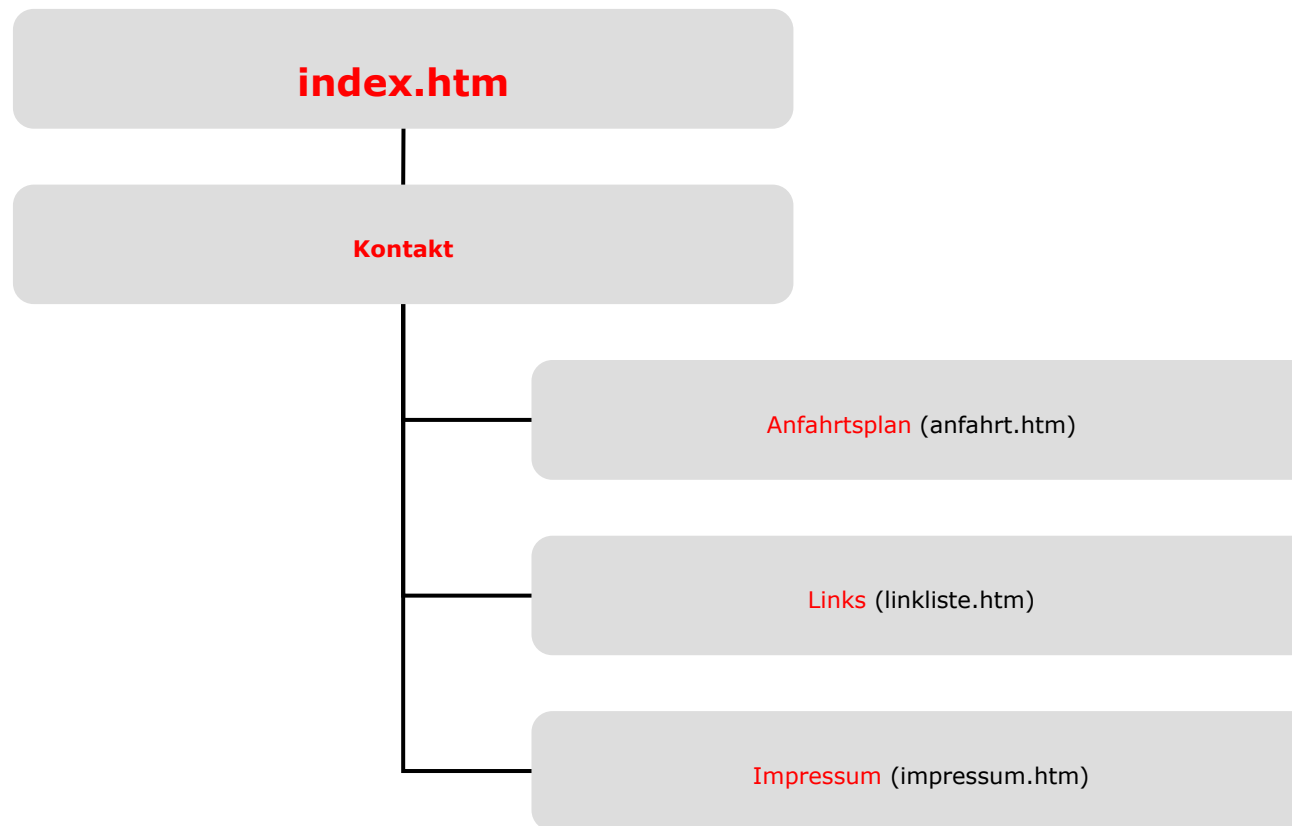
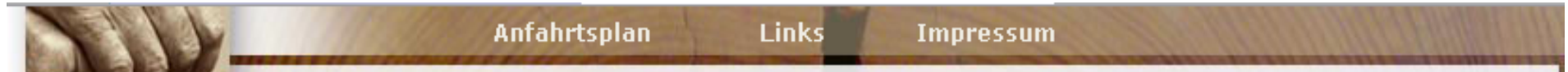
Antwort per:       E-Mail       Telefon

(Anfrage ist völlig unverbindlich.)

Diese Seite dient dazu, dass der Kunde der Familie Schneider Anfragen, Anregungen oder Wünsche sendet. Diese Anfrage ist völlig unverbindlich und darauf wieder auch am Ende hingewiesen.

## nav\_kontakt.htm



*anfahrt.htm*

**Anfahrtsplan**

**Autobahn von Wien bzw. Salzburg:**

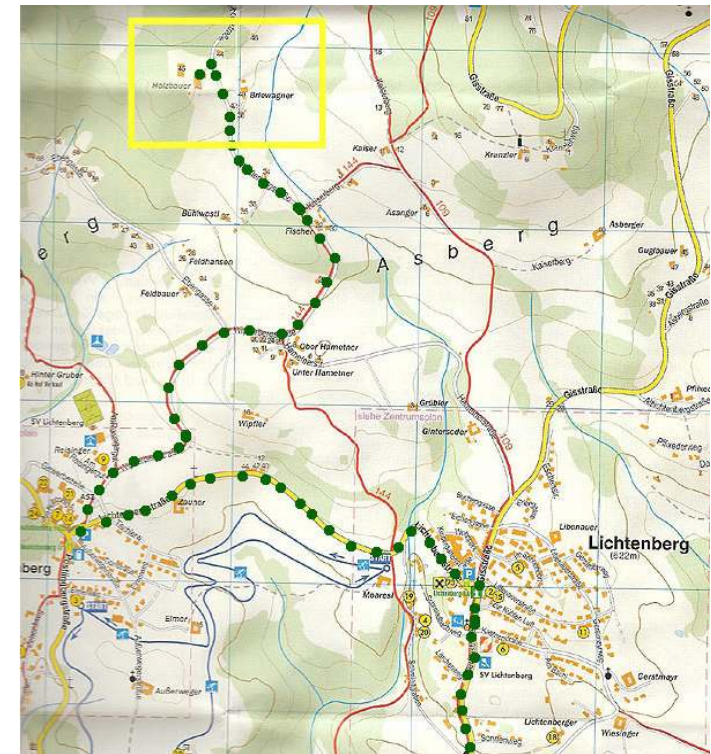
Bei Knoten Linz von der A1 abfahren auf die A7 Richtung Linz. Nach Überquerung der Donau von der A7 abfahren (Überkopfwegweiser kündigt Bad Leonfelden an) und Richtung "Pöstlingberg" halten (grüne Tafel - weiße Schrift). Im Stadtgebiet Linz weiterhin dem Wegweiser folgen. In der Rudolfstraße Abzweigung nach "Gramastetten" nehmen.

**Mühlviertel, Bad Leonfelden oder Freistadt:**

Auf der B126 nach Linz / Zwettl an der Rodl fahren. Nach Tafel Ortsende rechts Richtung "Gramastetten" abbiegen. Die Ortschaft "Gramastetten" durchfahren und die Richtung nach "Linz" einschlagen.

**FÜR ALLE:**

Nach ca. 7km sind Sie in der Ortschaft "Neulichtenberg". Vor der Ortstafel biegen Sie rechts ein und fahren den Berg hinauf. Sie kommen dann zur Wipflerbergstraße. Auf der linken Seite ist ein Hinweisschild mit Ex aequo (grüne Tafel - weiße Schrift), dort biegen Sie links ein. In dem ersten neuweisschild auf der linken Seite / Wipflerbergstraße



Wie man am schnellsten und sichersten zu der Familie Schneider gelangt, ist hier ersichtlich.

Man kann sich auch eine jpg-Datei öffnen und diese ausdrucken.

## linkliste.htm

Linkliste

- Schurm's Obstveredelung
- Gemeinde Lichtenberg
- Ing. Christian Carl GmbH
- Das Projektteam - Homepage



Linkliste

- Schurm's Obstveredelung
- Gemeinde Lichtenberg
- Ing. Christian Carl GmbH
- Das Projektteam - Homepage



Linkliste

- Schurm's Obstveredelung
- Gemeinde Lichtenberg
- Ing. Christian Carl GmbH
- Das Projektteam - Homepage



Linkliste

- Schurm's Obstveredelung
- Gemeinde Lichtenberg
- Ing. Christian Carl GmbH
- Das Projektteam - Homepage



*impresum.htm*

**Impresum**

**Georg und Margareta Schneider**  
Wipfelbergstraße 43  
4040 Lichtenberg  
Tel.: 07239/6405  
E-Mail: [schneidergm@utanet.at](mailto:schneidergm@utanet.at)



## CSS-Datei der nav\_xxx.htm

```
body {
    background-image: url(../images/banner/nav.jpg);
    background-attachment: fixed;
    background-repeat: no-repeat;
    background-color: #59280D;
    margin-left: 0px;
    margin-top: 0px;
    padding: 0px;}

table, td {
    font-family: Arial, Helvetica, sans-serif;
    font-size: 13px;}

a {
    font-family: Verdana, Geneva, Arial, Helvetica, sans-serif;
    font-size: 12px;
    color: #EEEEBE2;
    text-decoration: none;
    font-weight: bolder;
    width: 110px;
    text-align: center;
    margin-left: 0px;
    margin-top: 0px;}

a:hover {
    font-family: Verdana, Geneva, Arial, Helvetica, sans-serif;
    font-size: 12px;
    color: #743F20;
    text-decoration: underline;
    font-weight: bolder;
    width: 110px;
    text-align: center;}

a:active {
    font-family: Verdana, Geneva, Arial, Helvetica, sans-serif;
    font-size: 12px;
    color: #EEEEBE2;
    text-decoration: underline;
    font-weight: bolder;
    width: 110px;
    text-align: center;
    margin-left: 0px;
    margin-top: 0px;}
```

## ***Besonderheiten***

---

### **Meta Tags**

Ein besonderer Wunsch unserer Auftraggeber war es, dass Websites von Suchmaschinen gefunden werden können. Um diesem Anliegen gerecht zu werden, verwendeten wir so genannte Meta Tags.

Die Zusatzangaben werden im „Head“-Bereich der Startseite positioniert. Wir verwenden insgesamt 8 verschiedene Tags.

Nachstehend werden die wichtigsten beschrieben:

### **Schlüsselwörter**

Mit dem Tag `<META NAME="keywords" CONTENT="Schurms, Lichtenberg, Obstveredelung,...">` werden der Suchmaschine Stichwörter angeboten. Je mehr Begriffe eingefügt werden, desto höher ist die Chance von einem User gefunden zu werden.

Wir legten besonderen Wert auf diesen Tag und versuchten uns besonders gut in die Lage des Benutzers hineinzusetzen, um möglichst die Begriffe zu definieren, nach denen gesucht wird.

Die restlichen Meta Tags können sie im Quelltext, der Homepages nachschlagen.

## Tipps & Tricks – Besonderheiten unserer HP

Es war uns wichtig bei der Erstellung unserer HP's bestimmte Standards einzuhalten um einen professionellen Eindruck der Webauftritte zu erzeugen. Hier einige unserer Tipps & Tricks die wir zur Erstellung, der unserer Meinung nach gelungenen HPs, verwendet haben.

### **Formatierung**

Ein wichtiges Kriterium ist dabei eine einheitliche Formatierung. Um diese zu gewährleisten, haben wir die Formatierungen für unsere Texte, Überschriften und Hintergrundbilder in CSS-Dateien ausgelagert. CSS-Dateien sind, ähnlich wie in „Microsoft Word“, Formatvorlagen die unabhängig zum Dokument gespeichert sind. Dies verhindert Redundanzen, und so wird die HP schneller am Rechner des Benutzers geladen.

### **Tabellen und Bilder**

In unseren HPs arbeiten wir sehr viel mit Tabellen und Bildern, da diese große Vorteile bringen. Auch im Hauptfenster im so genannten „main“ verwenden wir Tabellen. Hierzu haben wir für jede HP eine Tabellenstruktur erstellt.

Text				Bild
Bild		Text		
140 px	25 px	200 px	25 px	140 px

Diese Struktur ist auf jeden der Main-Seiten der HP's gleich, was verhindert dass auf manche Seiten die Textspalte breiter oder schmaler sind. Dadurch ist aber auch sichergestellt, dass alle Bilder in einer HP gleich breit sind. Bei der Schneider HP sind das zB immer 140 px.

Mit Struktur sind wir sehr flexibel, da wir die einzelnen Zellen beliebig verbinden können.

Durch das Einfügen transparente Bilder, so genannten „spacer.gif“ Bildern in die unterste Zeile der Tabellenstruktur haben wir gewährleistet, dass die Tabelle nicht ungewünscht seine Form verändert. Sie kennen dieses Problem vielleicht auch von den Tabellen in Microsoft Word.

### ***Bilder & Bildformate***

Die Fotos und Grafiken in den beiden Homepages wurden im Adobe Photoshop 0,7, einem führenden Bildbearbeitungsprogramm, nachbearbeitet bzw. kreiert. Einige der wichtigsten Funktionen hierbei sind Tonwertkorrekturen, Sättigung der Bilder erhöhen bzw. verringern, die Helligkeit anpassen, Scharfzeichnen und vieles mehr. Nachdem wir mit dem Ergebnis unseres Bildes zufrieden waren, musste das Bild nur noch auf die passende Größe, welche wir schon in der Tabellenstruktur standardisiert haben, zugeschnitten werden.

Die Bilder unserer Homepage haben wir in den Formaten .jpg bzw. .gif gespeichert. Die Jpg Bilder speichern wir mit der Funktion „**Für Web speichern**“, da wir so die Möglichkeit haben, die Dateigröße beträchtlich zu vermindern, ohne dass die Qualität sichtbar darunter leidet. Das .gif Format bieten uns die Möglichkeit, mit Halbtransparenten Bildern zu arbeiten.



Wenn Sie mit der Maus auf einem der Bilder stehen bleiben erscheint zusätzlich ein kleines Feld, ein „quicktext“, welcher nähere Informationen zum Bild anzeigt.

### ***JavaScript***

Um unsere Vorstellungen von unserer HP auch technisch umsetzen zu können, haben wir uns mit der Programmiersprache JavaScript etwas vertraut gemacht. Dies ermöglichte uns zum Beispiel die Rollovereffekte bei den Gläsern der ersten Homepage, aber auch den Effekt bei den Link-Seiten sowie bei der Herstellung.

## Projektmethoden

### **Zielsetzung**

Im Rahmen des ersten Projektmeeting setzten wir uns Ziele, die uns während der Dauer des Projekts als Leitfaden dienten. Um diese nicht zu verfehlen, teilten wir uns die Aufgaben nach unseren Fähigkeiten ein.

**Die vorgegebenen Fristen** motivierten uns zu einer termingerechten Abgabe der Homepages sowie des Projektberichts.

**Brainstorming** ist eine Methode, bei der eine Gruppe sofort sichtbar ihre spontanen Vorschläge notiert.

Diese Arbeitsweise fand Anwendung bei dem ersten Projektmeeting, bei den Präsentationsvorbereitungen und bei dem inhaltlichen Aufbau der Homepages.

Einerseits verbesserten wir unsere **Sozialkompetenz**, das bedeutet, zu lernen, dem anderen wirklich zuzuhören und man lernt, zu helfen und sich mit anderen zu solidarisieren.

### **learning by doing**

Andererseits erlernten wir mittels Eigenrecherche neue Fähigkeiten und verbesserten unser bereits vorhandenes Wissen. All dies setzten wir mit unserem Projekt in die Praxis um.

## *Betriebswirtschaftlicher Hintergrund:*

<b>Kapitel:</b>	<b>Band:</b>	<b>Seiten:</b>	<b>Summe:</b>
<b>Grundlagen der Wirtschaft und des Wirtschaftens</b>	Band I	13-20	8
<b>Der Betrieb</b>	Band I	21-51	31
<b>Marketing</b>	Band II	96-155	60
<b>Tourismus</b>	Band III	204-226	23
<b>Unternehmensführung</b>	Band IV	71-125	55
<b>Preismanagement</b>	Band IV	215-226	12
<b>Personalwesen</b>	Band V	9-54	46
			<hr/> <b>235</b> <hr/>

**W**IRTSCHAFTSKAMMER

**UND**

**R**ECHTLICHE BELANGE

Wie gestalte ich meinen Webauftritt gesetzeskonform?

### ***Teil I: Für alle Besitzer einer kommerziellen Homepage***

#### **1. Ihre Domain:**

Haben Sie ein Recht zur Führung dieses Domainnamens?

Verwenden Sie eine von Ihnen registrierte Marke oder Ihren (Firmen)namen?

Nur dann können sie sich bei Klagen von anderen Marken- oder Firmennamenbesitzern wehren!

Selbst wenn eine Domain noch frei ist – der Grundsatz „Wer zuerst kommt, mahlt zuerst“ (auch „first come first served“ genannt) gilt nicht bei Kollision mit Marken- oder Namensrechten. Genau erkundigen!

- Firmenbuchabfrage
- Markenrecherche
- Branchenverzeichnisse

Alles noch unbenutzt? Dann schaut es ganz gut aus.

Wenn sie missverständliche oder allgemeingebäuchliche Domainnamen verwenden, weisen sie auf der ersten Seite auf mögliche andere Berechtigte hin, um einer möglichen Verwechslungsgefahr/Irreführung zu begegnen.

#### **2. Urheberrecht**

- Stammen alle Inhalte der Website (Grafiken, Logos, Texte, Bilder, Java-Applets uä) von Mitarbeitern des Unternehmens oder von Ihnen selbst?
- Wenn nicht: Wurden entsprechende Werknutzungsverträge (inklusive Verwendung im Internet) mit den Urhebern geschlossen?

Wenn Sie bereits Werbeunterlagen haben erstellen lassen (bei einer Agentur, Fotos vom Fotografen...), die Sie nun auch im World Wide Web anbieten wollen, beachten Sie folgendes:

- Überprüfen Sie, ob Sie sich bei der damaligen Gestaltung der Unterlagen von Dritten (Fotos, Grafiken, Texte) das Recht auf öffentliche Wiedergabe einräumen haben lassen. Nach ersten Gerichtsurteilen ist die Nutzung im Internet eine neue Nutzungsart und muss vom Urheber gesondert eingeräumt werden.

\_ Haben Sie selbst ein Werk geschaffen, so entsteht der Schutz mit der Schöpfung. Es ist keine Registrierung erforderlich. Achten Sie bei der Nutzung im Internet darauf, dass die

© Wirtschaftskammer Österreich Jänner 2002

einzelnen Dateien von Dritten leicht ausgedruckt werden können. Fügen Sie deshalb in Ihre Unterlagen Namen und Kontaktadresse als Urheberrechtshinweise (Copyright) ein!

Auch aufwendige Webseiten genießen Urheberrechtsschutz! Nicht abkupfern mittels copy & paste!

\_ Wenn Sie sich Ihre Webseite gestalten lassen, achten Sie darauf, sich eine Schad- und Klagelöschung gegenüber Ansprüchen Dritter einräumen zu lassen.

### ***3. E-Commerce-Gesetz: Wer bin ich? Anbieteridentifizierung nach § 5 Abs. 1 ECG***

Jeder E-Commerce-Diensteanbieter, dh jeder, der über eine kommerzielle Homepage verfügt, sei es, dass es sich um einen echten Webshop handelt, sei es, dass Sie nur sich und Ihr Unternehmen im WWW präsentieren, muss sich zu erkennen geben, und zwar mit seiner „realen“ Identität. Die Angabe allein einer Mailadresse (zB [webmaster@xyz.at](mailto:webmaster@xyz.at)) genügt nicht, folgende Informationen sind verlangt:

\_ Name oder Firma (nicht nur Etablissementbezeichnung!! zB nicht nur „Hotel Brauner Hirsch“, sondern auch Fa. Franz Moser KEG)

\_ Adresse (nicht nur Postfach, geographische Anschrift!)

\_ Kontaktdaten: Mail/Telefon/Fax

\_ Kammerzugehörigkeit

\_ berufsrechtliche Vorschriften und Zugang zu diesen, wenn vorhanden: Nicht die Gewerbeordnung 1994 ist gemeint, sondern besondere Berufsausübungsvorschriften, zB für Immobilienmakler die Immobilienmaklerverordnung 1996. Tipp: Alle Rechtsvorschriften sind unter <http://www.ris.bka.gv.at> zugänglich. Auch ein Link auf die berufsrechtlichen Vorschriften auf der Seite Ihres Fachverbandes (zB Bundesinnung Immobilientreuhänder)

\_ Firmenbuchnummer, wenn im Firmenbuch eingetragen

\_ Firmenbuchgericht, wenn im Firmenbuch eingetragen

\_ Aufsichtsbehörde, wenn vorhanden: Gemeint sind Aufsichtsbehörden wie die Finanzmarktaufsicht oder die Telekom Control oder die E-Control.

- \_ UID-Nummer, wenn vorhanden
- \_ Die Anbieteridentifizierung muss leicht zugänglich sein! Deswegen link nicht irgendwo verstecken, sondern gleich auf die Startseite setzen.
- \_ Am besten, Sie nennen den Link auch gleich „Informationen nach ECG“ oder schreiben die Informationen bei „Kontakt“ oder „Wir über uns“ dazu.

© Wirtschaftskammer Österreich Jänner 2002

Sie können diese Informationsseite selbst gestalten, aber als Mitglied der Wirtschaftskammer haben Sie auch die Möglichkeit, diese Pflichten durch Verlinkung Ihrer Homepage auf Ihren persönlichen Eintrag im Firmen A-Z von WKO.AT zu erfüllen. Wie? Siehe auch <http://firmenaz.wko.at/udbsql/firmena-ztipps.asp>

- \_ Einstieg mit Mitgliedsnummer und PIN-Code in <http://wko.at>
- \_ auf Karteikarte Firmen A-Z, „editieren“ auswählen
- \_ eigenen Eintrag um die fehlenden Daten ergänzen (UID-Nummer, AGB wenn vorhanden, Kontaktdaten)
- \_ Aktionsbutton in die eigene Homepage einbauen (auf die Startseite, nicht verstecken!), diesen mit dem Eintrag im Firmen A-Z verlinken, siehe <http://wko.at/stmk/ikt/ecg.htm>

Muss ich das machen? Gilt das E-Commerce-Gesetz für mich überhaupt? Ich habe ja gar keinen Webshop! Das E-Commerce-Gesetz gilt für Diensteanbieter, das sind „Unternehmen, die elektronisch im Fernabsatz auf individuellen Abruf in der Regel gegen Entgelt Dienste der Informationsgesellschaft anbieten“. In der Regel gegen Entgelt ist weit zu verstehen, es genügt Drittfinanzierung (zB Bannerwerbung) oder auch nur Umwegrentabilität (zB Werbeseite, damit mehr Kunden in Ihr Geschäft kommen; Gratis-Newsletter, um Ihre Bekanntheit zu steigern...). Also, lieber nicht versuchen, sich aus dem Anwendungsbereich des ECG hinauszinterpretieren, sondern die Anbieteridentifizierung vornehmen. Mehr ist vom ECG gar nicht verlangt, wenn Sie keine Online-Bestellmöglichkeit haben.

#### **4. Kommerzielle Kommunikation (Werbung) - § 6 ECG**

Kommerzielle Kommunikation (das sind alle Maßnahmen zur Absatzförderung wie Werbung, Banner, Gewinnspiele, Rabatte etc.) ist klar als solche erkennbar zu machen:

- \_ Räumliche Trennung (zB ganz oben, ganz unten, Werbeleiste, Werbekasten) oder
- \_ optisch klar erkennbar (marktschreierische Aufmachung, zB minus 20%) oder
- \_ wenn Sie lieber ganz sicher gehen wollen: ein verbaler Hinweis durch hinzufügen von „bezahlte Anzeige“ oder „Werbung“

\_ der Auftraggeber der Werbung ist erkennbar (bei Werbung von Dritten auf Ihrer Seite sollten Sie vertraglich diesem die Identifizierungspflicht übertragen!)

\_ Bei Gewinnspielen und Preisausschreiben: Teilnahmebedingungen anführen

\_ Bei Zugaben und Geschenken: Bedingungen für Inanspruchnahme anführen

© Wirtschaftskammer Österreich Jänner 2002

Achtung: Was offline untersagt ist, dürfen Sie online auch nicht!

Beachten Sie bei der Gestaltung von Werbung Beschränkungen in anderen Gesetzen, zB für sensible Produkte (Alkohol, Tabak, Arzneimittel...). Hinsichtlich Zugaben und Gewinnspielen ist insbesondere auf § 9a UWG zu achten, hinsichtlich irreführender oder vergleichender Werbung auf § 2 UWG.

### **5. Preisauszeichnung - § 5 Abs. 2 ECG:**

In der Werbung sind Sie nicht verpflichtet, Preise anzugeben. Wenn Sie aber Preise freiwillig angeben, dann gelten die allgemeinen Preisauszeichnungsvorschriften des Preisauszeichnungsgesetzes!

\_ Sofern Sie (auch) an Verbraucher verkaufen, müssen Sie alle Preise als Bruttopreise, also inklusive aller Steuern (MWSt.) angeben.

\_ Währungseinheit angeben (zB EUR), falls andere Währungen möglich sind: angeben, dass die Umrechnung zum Tageskurs am Tag der Bestellung erfolgt.

\_ Nach dem Fernabsatzgesetz sind zusätzlich auch alle Lieferkosten anzugeben.

Sie verkaufen nur an Unternehmer?

\_ Dann müssen Sie die Preise nicht Brutto auszeichnen, Angabe des Nettopreises genügt. Allerdings muss klar erkennbar sein, dass es sich um Nettopreise handelt! (zB excl. MWSt.).

### **Man kann bei mir nichts online bestellen**

Sie haben keinen Webshop und keine Online-Bestellmöglichkeit? Wenn Sie nur eine Homepage haben, auf der Sie sich, Ihr Unternehmen und Ihre Produkte präsentieren, ohne dass der User online bestellen kann (eine Mailadresse, an die der User seine frei formulierten Wünsche, auch was er gerne bei Ihnen kaufen würde, an Sie schicken kann, schadet nicht), dann ist die Angelegenheit damit für Sie in der Online-Welt erledigt.

Aber Achtung: Es braucht nicht unbedingt einen mit allen Feinessen programmierten Webshop mit allem drum und dran! Eine Online-Bestellmöglichkeit genügt, dann ist auch Teil II für Sie zu beachten.

## ***Ganz allgemein gilt: 4***

---

Sind Sie in Österreich niedergelassen, so gilt für Ihren Webauftritt österreichisches Recht (§ 20 ECG). Sonderrecht für Online-Anbieter in dem Sinne gibt es nicht, das E-Commerce-Gesetz regelt nur einige besondere Aspekte

© Wirtschaftskammer Österreich Jänner 2002

Sie müssen aber selbstverständlich alle österreichischen Gesetze einhalten, die auch im Offline-Bereich zu beachten wären!

Eine eigene Online-Zulassung oder E-Commerce-Berechtigung gibt es nicht, Sie brauchen jene Gewerbeberechtigung, die Ihre Tätigkeit erfordern würde, wenn Sie sie offline ausüben würden (§ 4 ECG).

## **INFORMATIONSPFLICHTEN NACH DEM E-COMMERCE-GESETZ (ECG)**

Alle Dienstanbieter im www (dazu gehören insbesondere der Online-Vertrieb von Waren, der Online-Vertrieb von Dienstleistungen, Online-Informationsangebote, elektronische Suchmaschinen und Datenabfragemöglichkeiten, SMS-Dienste, WAP-Dienste sowie UTMS-Dienste, die über Mobiltelefon bereitgestellt und abgerufen werden können etc.), müssen die Informationspflichten nach dem ECG beachten.

### **1. Allgemeine Informationspflichten**

Der Dienstanbieter hat folgende Informationen leicht und unmittelbar zugänglich (zB auf der Startseite oder mittels klar erkennbarem Link zB „Wir über uns“) zur Verfügung zu stellen:

- seinen **Namen** bzw seine **Firma**;
- die geographische **Anschrift**, unter der er niedergelassen ist;
- Angaben**, auf Grund derer ein Nutzer (Kunde) **rasch und unmittelbar** mit ihm in **Verbindung** treten kann, einschließlich seiner **E-Mail Adresse**;
- Firmenbuchnummer** und **Firmenbuchgericht**, sofern vorhanden;
- die zuständige Aufsichtsbehörde**, soweit die Tätigkeit einer behördlichen Aufsicht unterliegt, (damit sind nur besondere Aufsichtsbehörden wie Bankenaufsicht, Versicherungsaufsicht, Telekom-Control-Kommission oder Wertpapieraufsicht gemeint, während die allgemeine Gewerbebehörde nicht angeführt werden muss);
- die **Kammer** (zB Wirtschaftskammer), der **Berufsverband** oder eine ähnliche

Einrichtung, der der Dienstanbieter angehört, die **Berufsbezeichnung** und den **Mitgliedstaat**, in dem diese verliehen worden ist, sowie ein Hinweis auf die anwendbaren **gewerbe- oder berufsrechtlichen Vorschriften** und den **Zugang** zu diesen (Berufsverband umfasst Einrichtungen mit gesetzlicher Mitgliedschaft wie auch freiwillige Vereinigungen. Hinsichtlich der Mitgliedschaft bei den jeweiligen Fachgruppen, Fachverbänden, Wirtschaftskammern in den Bundesländern und der Wirtschaftskammer Österreich sollte zumindest die entsprechende Landeskammer genannt werden. Unter den „anwendbaren gewerbe- und berufsrechtlichen Vorschriften“ sind nicht die Bestimmungen der Gewerbeordnung selbst, sondern spezifische gesetzliche Vorschriften, wie zB Maklergesetz oder Ausübungsregeln gemeint. Dabei müssen nicht die gesamten Rechtsvorschriften auf der Webpage wiedergegeben werden, sondern es genügt, wenn die Bezeichnung der Rechtsvorschriften angegeben wird, ergänzt zB um den Hinweis auf die kostenlos zugängliche Website des Rechtsinformationsservices des Bundeskanzleramtes, wo die jeweils aktuelle Version der Rechtsvorschriften abrufbar ist: [www.ris.bka.gv.at](http://www.ris.bka.gv.at));

die **Umsatzsteueridentifikationsnummer**, sofern vorhanden;

**Tipp:** All diese Informationen kann man natürlich selbst in seinen Web-Auftritt einbauen, Wirtschaftskammermitglieder können dazu auch auf ihren persönlichen Eintrag im Firmen A-Z von [wko.at](http://wko.at) verlinken (Infos unter [callcenter@wko.at](mailto:callcenter@wko.at)).

Dieses Infoblatt ist ein **Produkt der Zusammenarbeit aller Wirtschaftskammern – urheberrechtlich geschützt**.

Bei Fragen wenden Sie sich bitte an die Wirtschaftskammer Ihres Bundeslandes:

Wien, Tel. Nr.: (01) 51450-0, Niederösterreich Tel. Nr.: (01) 53466-0, Oberösterreich, Tel. Nr.: 05 90909,

Burgenland, Tel. Nr.: (02682) 695-0, Steiermark, Tel. Nr.: (0316) 601-0, Kärnten, Tel. Nr.: (0463) 5868-0,

Salzburg, Tel. Nr.: (0662) 8888-0, Tirol, Tel. Nr.: 05 90905-1111, Vorarlberg, Tel. Nr.: (05522) 305-0

**Hinweis!** Diese Information finden Sie auch im Internet unter <http://wko.at>

sofern **Preise** angeführt werden - das E-Commerce-Gesetz selbst zwingt noch nicht dazu, es kann dies aber auf Grund anderer Vorschriften erforderlich sein (zB Preisauszeichnungsgesetz) - sind auch diese **leicht les- und zuordenbar** anzugeben. Es muss auch klar erkennbar sein, ob die Preise einschließlich **Umsatzsteuer** sowie aller **sonstigen Abgaben und Zuschläge** ausgezeichnet sind und ob darin **Versandkosten** enthalten sind;

wenn Allgemeine Geschäftsbedingungen (**AGB's**) verwendet werden, müssen diese für den Nutzer speicher- und ausdrückbar zur Verfügung stehen. Das ECG selbst verpflichtet aber nicht dazu, AGB's zu verwenden.

## **2. Informationspflichten bei Werbung**

Zusätzlich zu den angeführten allgemeinen Informationspflichten ist Werbung darüber

hinaus ebenso klar und eindeutig zu kennzeichnen wie folgt:

sie muss **als solche erkennbar** sein;

der **Auftraggeber** der Werbung muss erkennbar sein;

Angebote zur **Absatzförderung** wie etwa **Zugaben** und **Geschenke** müssen erkennbar sein und es muss ein einfacher **Zugang** zu den Bedingungen für die Anspruchnahme vorhanden sein;

**Preisausschreiben** und **Gewinnspiele** müssen als solche erkennbar sein und ebenfalls einen einfachen **Zugang** zu den Teilnahmebedingungen enthalten.

### 3. Informationspflichten bei Webshops

Bei Webshops ist zusätzlich klar, verständlich und eindeutig zu informieren über:

die einzelnen **technischen Schritte**, die zur **Vertragserklärung** des Nutzers sowie zum **Vertragsabschluss** führen;

den Umstand, ob der **Vertragstext** nach Vertragsabschluss **gespeichert** wird, sowie gegebenenfalls einen **Zugang** zu einem solchen Text;

die **technischen Mittel** zur **Erkennung** und **Berichtigung** von **Eingabefehlern** vor Abgabe der Vertragsabklärung (also Angaben wie der Kunde seine Bestellung ändern/bzw korrigieren kann: zB mittels „zurück“-Funktion);

die **Sprachen** in denen der Vertrag abgeschlossen werden kann;

Sollte sich der Diensteanbieter **freiwillig Verhaltenskodizes** (diese sollen gewährleisten, dass unfaire Verhaltensweisen unterbunden werden, dass man sich vertraglich zur Einhaltung strenger Qualitätskriterien verpflichtet, Streitschlichtungsverfahren anerkennt, etc.) unterworfen haben (zB E-Commerce-Gütezeichen), so ist auch das anzugeben, vermehrt um den Hinweis, wie man zu diesen Kodizes elektronisch **Zugang** erhält.

**Achtung!** Besonders sei schließlich darauf hingewiesen, dass neben den Informationspflichten des E-Commerce-Gesetzes durchaus noch andere bestehen können, zB solche laut Preisauszeichnungsgesetz (vergleiche bereits oben) sowie laut Konsumentenschutzgesetz.

Stand: Mai 2003

# **S**CHRIFTVERKEHR

**Von:**  
**An:**  
**Betreff:**  
**Datum:**

"Barbara Müller" <babsi152@gmx.net>  
schneidergm@utanet.at  
Projektbericht  
Thu, 27 Oct 2005 13:17:43 +0200 (MEST)

Hallo Georg!

Wir hätte eine Frage bezüglich der Kosten!

Es werden Kosten anfallen:  
Druck des Projektberichts ca. 100 EURO  
Fahrtkosten 0,20 EUR/Kilometer.

Wir würden uns freuen, wenn ihr (du und Martin Schurm) euch eine Kostenaufteilung überlegen würdet, die wir für den Vertrag verwenden können!

Der Vertrag muss für den Projektbericht erstellt werden und der vollständigkeit halber möglichst bald fertig sein.  
Conny und Co werden euch die fertigen Verträge beim nächsten Treffen mitnehmen.

Wir freuen und auf baldige Rückmeldung!

Sabrina & Barbara

---

**Von:** "Georg Schneider" <schneidergm@utanet.at>

**An:** "Barbara Müller" <babsi152@gmx.net>

**Betreff:** AW: Projektbericht

**Datum:** Tue, 1 Nov 2005 17:43:16 +0100

Hallo Barbara!

Die Kosten werden wir je zur Hälfte tragen.

Morgen schicken wir Euch die ersten Bilder auf CD, weiteres können wir dann beim nächsten Treffen besprechen.

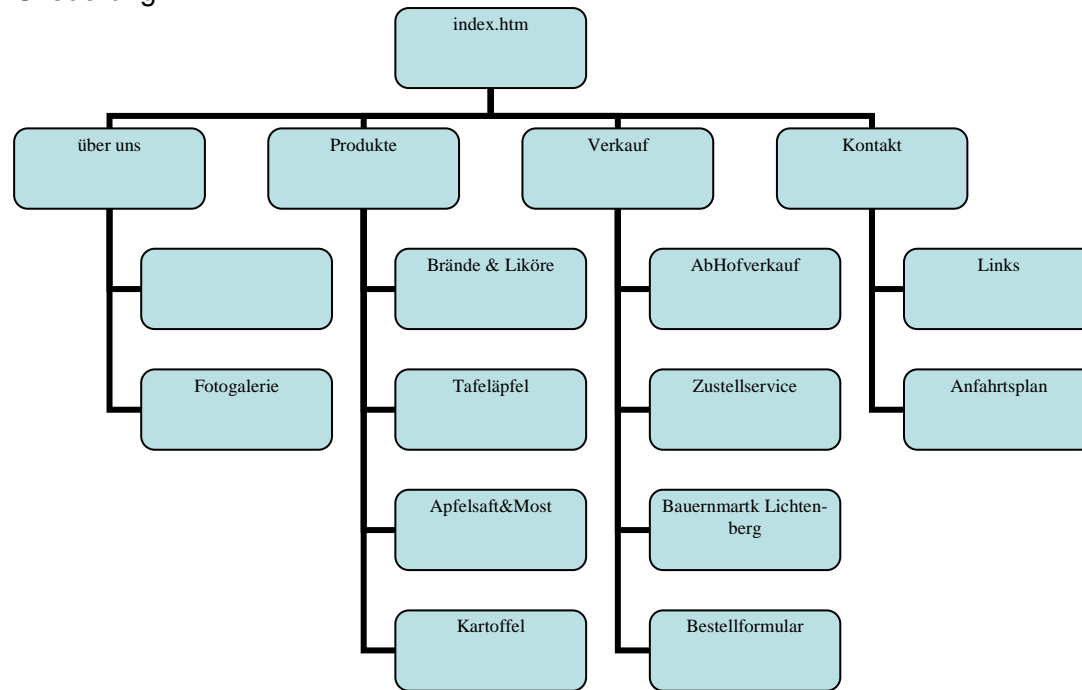
Georg

## Hallo Martin!

Also, das ist der Entwurf für deine Homepage. Im oberen Teil findet man die Hauptmenüpunkte. In der linken Spalte finden sich dann die Links zu den einzelnen Seiten der Rubrik in der man sich gerade befindet. Der helle Bereich ist das Hauptfenster der Homepage, in der später der ganze Text und die Bilder sichtbar sind. Die Homepage wird sich in der Mitte des Bildschirms befinden. Den Rahmen würden wir rot machen. Wir hoffen, dass dir das Layout gefällt! Wenn nicht, ist jetzt der Zeitpunkt wo wir es noch ändern können – also scheu dich nicht vor eine ehrliche Rückmeldung!



## Gliederung



Liebe Grüße das Projektteam

Cornelia, Barbara, Nina, Sabrina und Markus

## Hallo Georg, Margareta und Wolfgang!

Nun ist es soweit: Nach ca. 25 Entwürfen, hab wir endlich den gefunden, der am Besten zu euch passt!

Das ist zurzeit nur ein einfaches Bild, doch wir fangen gerade an, das ganze Auszuprogrammieren. Die Flasche links im Bild wird sich ändern, wenn man sich in einem anderen Menüpunkt befindet. Neben der Flasche steht auch immer die Rubrik in der man sich gerade befindet.

Wenn man mit der Maus über die Hauptmenüpunkte fährt, wird sich ein Feld (Dropdownmenü – sowie zB im Word wenn man auf „Datei“ klickt) öffnen und die Links zu den anderen Seiten zeigen. Die Homepage wird wie folgt gegliedert:



Wir benötigen noch die Information, ob es von Seiten eurer Gemeinde die Möglichkeit gibt, einen Zuschuss zum Online stellen der Homepage zu bekommen. Eine weitere Möglichkeit wäre, dass ein Server zur Verfügung gestellt wird, den auch ihr benutzen könnt. Falls etwas in die Richtung etwas vorhanden ist, bitten wir euch, es uns mitzuteilen und die Kontaktdaten zu senden.

Wir hoffen, dass euch das Layout gefällt, aber wenn nicht, ist jetzt der Zeitpunkt wo wir es noch ändern können – also scheut euch nicht um eine ehrliche Rückmeldung.

Liebe Grüße das Projektteam

Cornelia, Barbara, Nina, Sabrina und Markus

