

## 4 Erstellung von WWW-Seiten mit HTML, Webdesign

Obwohl es heute bereits Programme gibt, mit denen HTML-Seiten einfach so wie "normale" Word-Dokumente erstellen werden können, ist es von Vorteil, einige Grundbegriffe der HTML (HyperText Markup Language) zu verstehen.

HTML-Dokumente bestehen aus reinem ASCII-Text, der spezielle Steuerzeichen (*Tags*) enthält. HTML-Dokumente können also mit jedem Editor erstellt werden (also etwa `edit` in DOS oder `vi` oder `Emacs` in UNIX)! Es gibt allerdings bereits eine Unzahl an Programmen, die den Anwender bei der Entwicklung von WWW-Seiten unterstützen, indem sie WYSIWYG-fähig sind. So ist es möglich, mit Programmen der Microsoft-Bürosuite Office erstellte Dokumente (Word, Excel, Powerpoint usw.) als HTML-Datei abzuspeichern.

Die heute üblichen professionellen HTML-Gestaltungswerkzeuge werden von Adobe produziert; die Firma Macromedia wurde 2005 aufgekauft.

- Adobe Dreamweaver, Adobe FireWorks
- Adobe GoLive (wird nicht weitergeführt)

Allround-HTML-Gestaltungswerkzeuge

- Microsoft Expression Web (früher: Microsoft Frontpage)
- NetScape Composer
- HotMetal Pro (SoftQuad)
- NetObjects Fusion: objektorientiertes Gestaltungswerkzeug für Web-Seiten
- Corel WebMasterSuite
- Adobe PageMill

Ein Tag ist durch zwei spitze Klammern gekennzeichnet. `<P>` würde bedeuten, dass an der Stelle dieses Tags ein Absatz (englisch *paragraph*) eingefügt wird.

In HTML-Dokumenten gibt es sechs Überschriftenklassen. Eine Überschrift erster Stufe wird mit dem Tag `<h1>` begonnen, das Ende wird mit dem Tag `</h1>` gekennzeichnet.

Ein Beispiel:

```
<html>
<head>
<title>Hier steht der Titel, der aber nicht angezeigt wird.</title>
</head>
<body>
<h1>Ein HTML-Beispiel</h1>
Das ist der erste Absatz. <p>
Das ist der zweite Absatz, in welchem ein Wort in <i>Italics = Kursiv</i>
vorkommt. Auch ein <b>fettes</b> Wort kommt vor.
So f&uuml;gt man eine Grafik ein:
<img src = "grafik.gif"> <p>
Typisch für ein HTML-Dokument sind Hypertext Links, mit denen ein anderes
Dokument geladen werden kann.
<a href = "HTMLFILE/Datei2.html">Hier geht's zu HTML-Dokument Datei2.html</a>
<p>
<h2>Eine &Uuml;berschrift 2. Stufe</h2>
Das ist eine ungeordnete Liste mit 2 Punkten: <p>
<ul>
<li> Punkt 1
<li> Punkt 2
</ul>
<p>
Wenn noch Fragen sind, senden Sie eine E-Mail an:
<a href = "mailto:office@zahler.at"> Christian Zahler </a>
Hier ist das Beispiel zu Ende. <p>
</body>
</html>
```

Erhöhung der Zahl der für Suchmaschinen relevanten Begriffe:

```
<META name="description" content="Beschreibung der Webseite">  
<meta name="keywords" content="Stichwörter zu Ihrem Angebot">
```

Für den Beginn seien folgender WWW-Link empfohlen:

[www.selfhtml.org](http://www.selfhtml.org) (Stefan Münz)

**XHTML** (Extended HTML) ist eine XML-kompatible Neufassung von HTML. **XML** (Extensible Markup Language) ist eine Metasprache, mit der es möglich ist, eigene Auszeichnungssprachen zu definieren. Eine Anwendung davon ist der Export von Daten aus Großdatenbanksystemen; der Vorteil eines XML-Datenformats ist die leichte Darstellbarkeit im Web durch Anwendung von Cascading Style Sheets (CSS) oder XML Stylesheet Language-Transformation (XSLT).

**Cascading Style Sheets (CSS)** werden heute zur Formatierung von HTML-Dokumenten benutzt. Statt der direkten Zuweisung einer Formatierung werden Formatvorlagen definiert, die dann zur einheitlichen Gestaltung herangezogen werden können.

## 5 Bilder und Grafiken

### 5.1 Farbmodelle

Farbe ist keine Eigenschaft eines Körpers, sondern ein subjektiver Sinneseindruck. Der Mensch kann maximal 350.000 Farbnuancen unterscheiden.

Farbmodelle dienen zur Beschreibung von Farben an Hand einer definierten Skala. Mit Farbmodellen lassen sich nicht alle sichtbaren Farben beschreiben, sondern nur eine (wenn auch sehr große) Auswahl.

#### 5.1.1 Physikalisch-Technische Farbmodelle

- **RGB-Farbmodell:** Der RGB-Farbraum wird für selbstleuchtende (farbdarstellende) Systeme benutzt, die der **additiven Farbmischung** unterliegen (Lichtmischung). Das RGB-Modell wird für die Farbdarstellung auf Bildschirmen (Monitoren) verwendet. Farben lassen sich in diesem Farbmodell durch drei Angaben definieren, nämlich durch den **Rot-**, der **Grün-** und den **Blauanteil**. Im Webdesign wird bei der Festlegung von Schrift- und Hintergrundfarben die Kombination der drei Farben Rot, Grün und Blau verwendet. Für die Gesamtfarbe stellt man sich vor, dass drei Scheinwerfer (einer rot, ein grün, einer blau leuchtend) in unterschiedlicher Intensität übereinander gestrahlt werden. Ein Überlagern aller drei Lichtquellen in Maximalstärke ergibt **Weiß**.
- **CMYK-Farbmodell:** Das CMYK-Farbmodell ist ein **subtraktives** Farbmodell, das die technische Grundlage für den modernen Vierfarbdruck bildet. Drückt man die Grundfarben Cyan, Magenta und Yellow (gelb) übereinander, so ergibt sich (theoretisch) **schwarz**. Im Vierfarbdruck wird allerdings eine eigene Schwarz-Farbquelle benutzt; das "K" steht für den Ausdruck *key plate* (die schwarz druckende Platte im Offsetdruck).
- **YUV-Farbmodell:** Dieses Farbmodell wird beim analogen Farbfernsehen nach den Normen PAL und NTSC verwendet. Es verwendet zur Darstellung der Farbinformation zwei Komponenten, die **Luminanz** (Helligkeit, Lichtstärke pro Fläche) Y und die **Chrominanz** (Farbanteil), wobei diese wiederum aus den zwei Unterkomponenten U und V besteht. Dieses Modell sorgt für Abwärtskompatibilität von Farb- zum Schwarzweißfernsehen.

#### 5.1.2 Wahrnehmungsorientierte Farbmodelle

- **HSV-Modell:** Dieses Farbmodell orientiert sich eher an der menschlichen Beschreibung von Farbe. Dieses Modell verwendet die drei Parameter Farbe (hue) H, Sättigung (saturation) S und Helligkeit (value) V.

### 5.2 Farbtiefe

Die Farbtiefe D (depth) bestimmt eine wesentliche Eigenschaft von Raster- und Vektorgrafiken: die Differenzierung aller Helligkeits- und Farbwerte. Sie wird in **bit** angegeben.

Die Anzahl der darstellbaren Farben ergibt sich aus  $2^D$ .

Beispiel: Mit einer Farbtiefe von 24 bit – also jeweils 8 bit für die drei Grundfarben Rot, Grün und Blau – lassen sich  $2^8 \cdot 2^8 \cdot 2^8 = 16,7$  Millionen Farben darstellen. Diese Farbtiefe wird oft als **True Color** bezeichnet.

Die folgende Grafik (Quelle: Wikipedia) zeigt, dass umso mehr Farben (bzw. Schwarzweiß-Abstufungen) dargestellt werden können, je größer die Farbtiefe ist.



### 5.3 Auflösung

Die Auflösung gibt die Anzahl der Bildpunkte (Pixel, engl. für picture elements) an, die auf einer bestimmten Fläche zur Verfügung stehen. Auf einem Computerbildschirm wird die Auflösung als

Anzahl der Pixel pro Zoll angegeben (**ppi**, pixel per inch), auf einem Drucker als die Anzahl der gedruckten Punkte pro Zoll (**dpi**, dots per inch).

Beispiel für ein unkomprimiertes Bitmap (Farbtiefe 24 bit) in der Größe 9 x 13 cm in der Auflösung 300 dpi:

9 cm = 3,54"; 13 cm = 5,11" (1" = 2,54 cm)

Anzahl der Pixel horizontal: 3,54 \* 300 = 1062

Anzahl der Pixel vertikal: 5,11 \* 300 = 1536

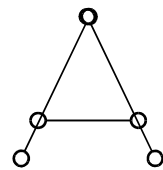
Speicherbedarf = Anzahl der Pixel horizontal mal Anzahl der Pixel vertikal mal Farbtiefe in Byte

Speicherbedarf = 1062 \* 1536 \* 3 = 4 893 696 Byte  $\approx$  5 MB

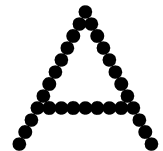
## 5.4 Grafikformate

Grundsätzlich können Grafiken auf zwei Arten gespeichert werden:

**Vektorgrafik:** setzen das auszugebende Bild (Text, Grafik) aus Linien (Vektoren) zusammen, von denen Anfangs- und Endpunkte sowie die Linienart gespeichert sind. Vorteil dieser Speicherart ist die Möglichkeit, die Grafik auf eine beliebige Größe zu skalieren, ohne dass sich der Speicherbedarf ändert.



**Rastergrafik:** setzen das auszugebende Bild (Text, Grafik) aus einzelnen Punkten zusammen.



Nicht alle Grafikformate eignen sich für die Verwendung im WWW.

### 5.4.1 Rastergrafikformate

**GIF** (Graphics Interchange Format; engl. Grafikaustausch-Format) ist ein Grafikformat mit guter verlustfreier Komprimierung für Bilder mit geringer Farbtiefe (bis zu 256 verschiedene Farben pro Einzelbild). Darüber hinaus können mehrere Einzelbilder in einer Datei abgespeichert werden, die von Webbrowsern als Animationen interpretiert werden.

Die erste 1987 herausgebrachte GIF-Version war die Version „87a“. Im Jahr 1989 veröffentlichte CompuServe eine erweiterte Version, die „89a“ genannt wird. Man kann die Version an den ersten sechs Bytes einer GIF-Datei erkennen, der sogenannten Signatur. Interpretiert man diese als ASCII-Zeichen, so steht dort GIF87a bzw. GIF89a.

Bei GIF sind die Farbinformationen in einer Farbtabelle abgelegt. Diese kann bis zu 256 verschiedene Einträge enthalten, die frei aus  $256^3 \approx 16,7$  Millionen möglichen Farbwerten auswählbar sind.

Ab GIF89a kann ein Farbeintrag in der Palette als transparent definiert werden. Dadurch kann man an beliebigen Stellen die jeweilige Hintergrundfarbe durchscheinen lassen und den Eindruck erwecken, ein GIF-Bild hätte eine nicht rechteckige Form.

GIF verwendet verlustfreie Kompression. Häufig wird zur Datenkompression der Lempel-Ziv-Welch-Algorithmus (LZW) benutzt.

**JPEG** ist die gebräuchliche Bezeichnung für die 1992 vorgestellte Norm ISO/IEC 10918-1 bzw. CCITT Recommendation T.81, die verschiedene Methoden der Bildkompression beschreibt. Die Bezeichnung „JPEG“ geht auf das Gremium Joint Photographic Experts Group zurück, das die JPEG-Norm entwickelt hat.

Die Kompression erfolgt durch das Anwenden mehrerer Verarbeitungsschritte, von denen nur zwei **verlustbehaftet** sind.

- Farbraumumrechnung vom (meist) RGB-Farbraum ins YCbCr-Farbmodell (nach IEC 601).

- Tiefpassfilterung und Unterabtastung der Farbabweichungssignale Cb und Cr (verlustbehaftet).
- Einteilung in 8×8-Blöcke und diskrete Kosinustransformation dieser Blöcke.
- Quantisierung (verlustbehaftet).
- Umsortierung.
- Entropiekodierung

**PNG (Portable Network Graphics**, engl. portable Netzwerkgrafik) ist ein Grafikformat für Rastergrafiken mit verlustfreier Bildkompression. Es wurde als freier Ersatz für das ältere, bis zum Jahr 2004 mit Patentforderungen belastete Format GIF entworfen und ist weniger komplex als TIFF. PNG unterstützt neben unterschiedlichen Farbtiefen auch Transparenz per Alphakanal.

PNG-Dateien können Transparenzinformationen enthalten, entweder in Form eines Alphakanals oder für jede Farbe der Farbpalette. Ein Alphakanal ist eine zusätzliche Information, die für jedes Pixel angibt, wie viel vom Hintergrund des Bildes durchscheinen soll. PNG unterstützt Alphakanäle von 8 oder 16 Bit, was 256 beziehungsweise 65536 Abstufungen der Transparenzstärke entspricht. Bei GIF ist es nur möglich, einen einzigen der Paletteneinträge als vollständig transparent zu deklarieren. Das PNG-Format erlaubt somit, unabhängig vom Hintergrund die Kanten von Text und Bildern zu glätten. Man kann echte Schlagschatten verwenden, die im Hintergrund ausblenden, oder Bilder erzeugen, die beliebig geformt sind - wenn das Anzeigeprogramm das PNG-Format beherrscht.

Nach dem Vorfiltern (siehe Filtertypen) werden die Daten mit dem **verlustlosen** Deflate-Algorithmus komprimiert. Dieses Verfahren wurde für das ZIP-Archivformat entwickelt und findet auch im gz-Format des Archivprogramms gzip und im Bildformat TIFF Verwendung. Bislang ist Deflate die einzige unterstützte Methode. Es ist aber absichtlich Raum für Erweiterungen gelassen worden, um in zukünftigen PNG-Versionen auch andere, effizientere oder schnellere Algorithmen zu unterstützen. Um Abwärtskompatibilität zu existierenden PNG-fähigen Programmen zu gewährleisten, ist derzeit eine Aufnahme anderer Verfahren in den Standard jedoch nicht geplant.

## 6 Rechtliche Grundlagen

### 6.1 Das Urheberrechtsgesetz

Das UrhG definiert das Entstehen des Rechtes bereits bei der Schaffung eines Werkes und ist nicht von einer offiziellen Registrierung abhängig. Geschützt wird eigentümliche geistige Schöpfung, also ausschließlich die des Urhebers. Die „Stellvertretung“ eines Urheberrechts, etwa vom Arbeitgeber für Werke des Arbeitnehmers, ist somit nicht möglich. Das Urheberrecht gewährt nur dem Inhaber das Recht, sein Werk wirtschaftlich zu nutzen und den Schutz seiner geistigen Interessen am Werk. Das bedeutet, dass der Urheber entscheidet, wer wann welche Teile seines Werks vervielfältigt, verbreitet, sendet oder vorträgt (UrhG, §§ 14 – 18). Er muss eigentlich an allen finanziellen Ergebnissen des Werkes beteiligt werden. Außerdem dürfen die Werke des Urhebers nicht ohne dessen Einwilligung veröffentlicht, geändert oder anders als das Original bezeichnet werden (UrhG, §§ 19 – 22).

Bedeutung für die elektronische Datenverarbeitung erhielt das UrhG erst durch die Richtlinie der EU, die einen Rechtsrahmen für Computerprogramme und deren Urheber für alle Mitgliedsstaaten schuf. Seit 1. März 1993 gibt es den neuen § 40 im österreichischen UrhG, der im Wesentlichen folgendes besagt:

“(1) Computerprogramme sind Werke im Sinn des Gesetzes, wenn sie das Ergebnis der eigenen geistigen Schöpfung ihres Urhebers sind.

(2) In diesem Gesetz umfaßt ‚Computerprogramm‘ alle Ausdrucksformen einschließlich des Machinencodes sowie das Material zur Entwicklung des Computerprogramms.“

Grundlegend ist auch die Bestimmung über „freie Werknutzungen“, die das Vervielfältigen von Computerprogrammen ausdrücklich verbietet. (Dies bedeutet einen Ausschluss des § 42 UrhG, der es erlaubt, Vervielfältigungen zu eigenen Zwecken ohne Zugang der Öffentlichkeit zu erstellen, wie etwa das Kopieren von Schallplatten oder CDs!)

Für den Anwender bedeutet das UrhG, dass von jeder Software lediglich eine Sicherungskopie (UrhG, § 40d, Abs. 3 lit. 1) erstellt werden darf. Alle Kopien von Programmen müssen durch eine Lizenz, also eine Benutzerbewilligung des Urhebers, genehmigt werden. Ist dies nicht der Fall, ist die erstellte Kopie eine Raubkopie und illegal.

### 6.2 Das E-Commerce-Gesetz (ECG)

In diesem Gesetz werden unter anderem Informationspflichten definiert, denen jeder Betreiber einer kommerziellen Internet-Site unterliegt.

### 6.3 Das Mediengesetz (MedienG)

In der Mediengesetz-Novelle 2005 wurde der Geltungsbereich des Mediengesetzes auf "periodisch elektronische Medien" erweitert. Ein periodisch elektronisches Medium wird entweder elektronisch ausgestrahlt (Rundfunkprogramm), ist elektronisch abrufbar (Website) oder wird wenigstens vier Mal im Kalenderjahr in vergleichbarer Gestaltung elektronisch verbreitet (Newsletter).

Die Lokalisierung der Domain (\*.at, \*.com etc.) spielt dabei keine Rolle; entscheidend ist der österreichische Wohnsitz des Betreibers.

Diese Novelle hat unter anderem gravierende Auswirkungen auf die Gestaltung von Websites und Newsletter. Das MedienG gilt zusätzlich zu den Informationspflichten des E-Commerce-Gesetzes (ECG).

Durch diese Definition fallen nun Newsletter und Websites unabhängig von ihrem Inhalt, egal ob kommerziell oder privat, ausdrücklich unter das MedienG.

### 6.4 Impressumspflicht für Newsletter

In jedem Newsletter sind folgende Angaben zu machen:

- Name / Firma des Medieninhabers (das ist derjenige, der die inhaltliche Gestaltung besorgt oder veranlasst, mit anderen Worten IdR derjenige, der für Inhalt und Erscheinen verantwortlich ist)
- Anschrift (volle Postadresse) des Medieninhabers

- Name / Firma des Herausgebers (wenn nicht ohnehin mit dem Medieninhaber ident; Herausgeber ist derjenige, der die grundlegende Richtung bestimmt).
- Anschrift (volle Postadresse) des Herausgebers

Alle Angaben sind dem Newsletter direkt anzuführen. Eine Verlinkung auf eine Web-Adresse, die diese Angaben ebenfalls enthält, ist zusätzlich möglich, aber alleine nicht ausreichend. Die Impressumspflicht trifft den Medieninhaber. Sowohl Medieninhaber als auch Herausgeber können natürliche oder juristische Personen sein.

## **6.5 Offenlegungspflicht für Newsletter und große Websites**

Für große Websites und Newsletter ist entsprechend der für herkömmliche periodische Medien (zB Zeitungen) bereits bestehende Offenlegungspflicht anzugeben:

- Eine Erklärung über die grundlegende Richtung des Mediums („Blattlinie“)
- Name/Firma des Medieninhabers (in der Regel der Inhaber / Betreiber der Website)
- Unternehmensgegenstand des Medieninhabers
- Wohnort oder Sitz bzw. Niederlassung des Medieninhabers (volle Postadresse ist hier nicht notwendig, wohl aber im Impressum eines Newsletters)
- Bei juristischen Personen: vertretungsbefugte Organe (zB. Geschäftsführer, Vorstandsmitglieder) sowie Mitglieder des Aufsichtsrates
- Bei juristischen Personen: Gesellschafter mit unmittelbaren oder mittelbaren (Schachtel.) Beteiligungen über 25% sowie mittelbaren Gesamtbeteiligungen über 50%
- Firma / Sitz / Unternehmensgegenstand jedes Medienunternehmers, an dem eine der anzugebenden Personen beteiligt ist.

Auf Websites sind diese Angaben ständig, leicht und unmittelbar auffindbar zur Verfügung zu stellen. Bei Newsletter sind sie entweder wie beim Impressum direkt dem Newsletter anzufügen oder es ist anzugeben, unter welcher Webadresse diese Angaben ständig, leicht und unmittelbar auffindbar sind (Link). In diesem Fall können bei Anwendbarkeit des ECG die Angaben gemeinsam mit jenes des ECG auf der Website zur Verfügung gestellt werden. Die Offenlegungspflicht trifft den Medieninhaber.

## **6.6 Erleichterung für kleine Websites**

Die volle Offenlegungspflicht betrifft neben Newsletter nur jene Websites, die einen über die Darstellung des persönlichen Lebensbereiches oder die Präsentation des Medieninhabers hinausgehenden Informationsgehalt aufweisen, der geeignet ist, die öffentliche Meinungsbildung zu beeinflussen („große Websites“). Für alle anderen Websites, die diese Voraussetzungen nicht erfüllen („kleine Websites“), gelten abgeschwächte Offenlegungspflichten.

Websites, die sich auf die (Werbe-) Präsentation des Unternehmens selbst oder seiner Leistungen oder Produkte beschränken, gelten als „Präsentation des Medieninhabers“ und gelten daher als kleine Website. Der einfache Webshop ohne redaktionelle Beiträge unterliegt daher nicht der vollen, sondern nur einer eingeschränkten Offenlegungspflicht (kleine Website).

Auf kleinen Websites sind anzugeben:

- Name / Firma des Medieninhabers
- Unternehmensgegenstand des Medieninhabers
- Wohnort / Sitz Medieninhabers (volle Postadresse ist nicht notwendig)

Bis auf den Unternehmensgegenstand sind diese Angaben ohnehin schon bisher auf Grund des ECG zu machen, da der Medieninhaber idR mit dem Inhaber bzw. Betreiber der Website ident sein wird.

### **Kennzeichnungspflicht entgeltlicher Einschaltungen:**

In allen periodischen elektronischen Medien müssen Ankündigungen, Empfehlungen sowie sonstige Beiträge und Berichte, für deren Veröffentlichung ein Entgelt geleistet wird, als „Anzeige“, „entgeltliche Einschaltung“ oder „Werbung“ gekennzeichnet sein, es sei denn, dass Zweifel über die Entgeltlichkeit durch Gestaltung oder Anordnung ausgeschlossen werden können.

**Gegendarstellungspflicht:**

Den Medieninhaber eines periodischen elektronischen Mediums trifft die Gegendarstellungspflicht. Kleine Websites sind von dieser Verpflichtung ausgenommen.

**Üble Nachrede:**

Wird in einem Medium (also auch im Internet) eine Person verleumdet oder beschimpft, so kann der Medieninhaber zu einer Entschädigungszahlung bis zu EUR 50.000 verurteilt werden, wenn er nicht beweisen kann, dass er die gebotene Sorgfalt eingehalten hat (also zB einen externen Beitrag in einem Gästebuch umgehend entfernt hat).

Weitere Informationen zur Novelle des Mediengesetzes finden Sie im Internet unter [wko.at/e-recht](http://wko.at/e-recht).

## 7 Usability

Unter der Nutzungsfreundlichkeit eines Webauftritts versteht man die vom Nutzer erlebte Nutzungsqualität beim Bedienen der Website. Ein Usability-Test wird durchgeführt, um die Gebrauchstauglichkeit einer Website mit den potenziellen Benutzern zu überprüfen.

Es gibt eine ganze Reihe von Tests, die durchgeführt werden können:

- Eye-Tracking (Blickbewegungsregistrierung)
- Card-Sorting

### 7.1 Barrierefreiheit

Seit 01.01.2008 müssen in Österreich Websites von Behörden und öffentlichen Institutionen **barrierefrei** gestaltet sein. Barrierefreie Sites können von allen Nutzern unabhängig von körperlichen und / oder technischen Möglichkeiten genutzt werden.

Die **WAI (Web Accessibility Initiative)** ist eine Arbeitsgruppe innerhalb des W3C, die sich mit dem barrierefreien Zugang zum Internet und seinen Inhalten beschäftigt.

Erklärtes Ziel der WAI ist es, das WWW möglichst vielen Menschen zugänglich zu machen. Dazu gehören auch Menschen mit verschiedenen Behinderungen. Das W3C veröffentlichte daher im Rahmen der Initiative bereits 1999 Standards für barrierefreies Webdesign. In den „Web Content Accessibility Guidelines 1.0“ (WCAG 1.0) werden sowohl Anforderungen an die Webseitenprogrammierung als auch an Inhaltsarchitekturen, Layout-Grundlagen und Technik-Verwendung gestellt.

## 8 Marketing-Aspekte

### 8.1 *Unique Selling Proposition (USP)*

Der englische Ausdruck unique selling proposition, kurz USP, wurde 1940 von Rosser Reeves in die Marketingtheorie und -praxis als ein einzigartiges „Verkaufsversprechen“ im Rahmen der Werbung für ein Produkt (oder eine Dienstleistung) eingeführt. Dieses Alleinstellungsmerkmal sollte so beschaffen sein, dass es den Nutzen des zu vermarktenden Produkts von den Produkten der Wettbewerber abhebt. Dieser in Anspruch genommene Nutzen bezieht sich in der Regel auf eine konkrete Eigenschaft, die andere Produkte nicht aufweisen oder nicht für sich in Anspruch nehmen. Die solcherart angesprochene Zielgruppe soll dadurch Präferenzen für das beworbene Produkt bilden und es letztlich auch kaufen.