

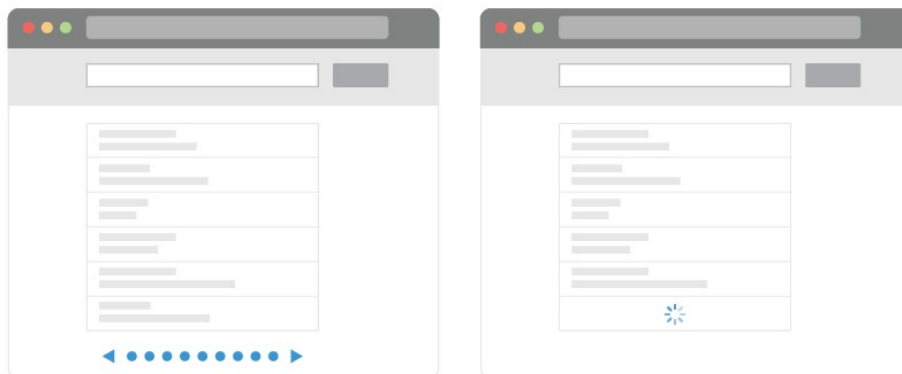
5 Design-Trends für Non-Profits in 2015

Welche Design-Trends und Technologien sollten Non-Profits 2015 im Auge behalten? Joyce Hsu (Leiterin Kommunikation bei TechSoup Canada) zeigt Ihnen fünf Design-Trends, die Non-Profits beachten sollten: Welche Auswirkung haben sie auf den Non-Profit-Sektor und wie können Sie Ihre Non-Profit-Organisation fit machen.

1. Unbegrenzt Scrollen

Diese moderne Designfunktion bezieht sich darauf, wie Non-Profits ihren Inhalt online organisieren können. Momentan ist die Aufteilung in Seiten die gängigste Methode, bei der der Inhalt in eigene Seiten oder Abschnitte kategorisiert wird. Denken Sie zum Beispiel an die Suchmaschine von Google; die Ergebnisse werden auf Seiten dargestellt. Die Nutzer klicken auf bestimmte Seitenzahlen oder den „Weiter“- und „Zurück“-Button, um auf der Seite zu surfen.

Unbegrenzt Scrollen bedeutet, dass sich der Inhalt automatisch beim Scrollen lädt. Die Nutzer können nicht auf eine Seitenzahl oder einen „Weiter“- und „Zurück“-Button klicken, um durch den Inhalt zu browsen – Sie müssen dazu den Schiebepalken (Scrollbar) oder das Mausrad nutzen. Einige Websites, die diese Methode nutzen sind: Pinterest, Facebook und Twitter.



Auch wenn unbegrenzt Scrollen modern und trendy ist, muss es nicht für jede Organisation das richtige Gestaltungselement sein.

- **Vorteile:** Für Handys gut einsetzbar, die Nutzer beschäftigen sich länger damit, und man kann damit viel Inhalt transportieren.
- **Nachteile:** Keine Fußzeile (man hat keinen Platz für Infos zur Organisation und Kontakt), der Nutzer kann den Überblick verlieren, da er nicht einfach zurückgehen und keinen Inhalt markieren kann. Langes Scrollen wirkt ermüdend.

Selbst wenn unbegrenzt Scrollen für Ihre Ansprüche das Richtige zu sein scheint, müssen Sie auch die Nachteile bedenken, bevor Sie Ihre Website entsprechend gestalten. Ein wichtiges Grundprinzip für jede Website ist ein positives Benutzererlebnis. Stellen Sie sicher, dass unbegrenzt Scrollen nicht die Nutzbarkeit Ihrer Website beeinträchtigt.

2. Einfaches und klares Design ist in

Einfaches und klares Design bedeutet einen Stil mit viel weißer Fläche, einfachen Elementen und matten bzw. Volltonfarben. Das äußert sich durch flaches oder halb-flaches Design (z.B. das Design hat keine oder nur begrenzte Tiefenschärfe) oder Skeuomorphismus (d.h. Design, das eine Form eines real existierenden, vertrauten Gegenstandes nachahmt).

FLAT & SEMI-FLAT DESIGN



SKEUOMORPHIC DESIGN

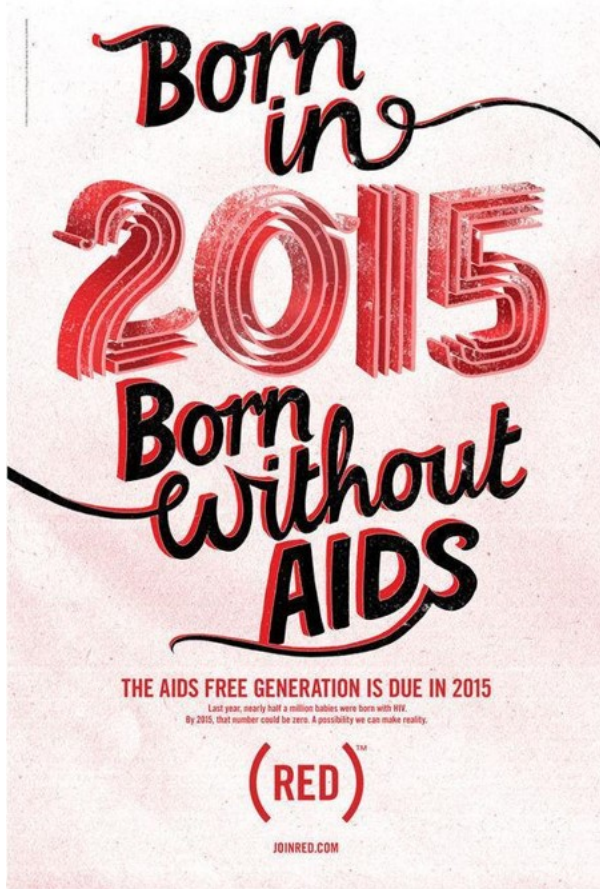


Ein großer Vorteil einfachen Designs ist die höhere Benutzerfreundlichkeit. Wenn ein Interessent Ihre Website besucht, ist es für ihn viel einfacher, zu browsen und den Inhalt zu lesen. Er wird länger auf der Website verweilen, wenn das Design ruhig und geordnet ist. Sollte Ihre Website jedoch „zugepflastert“ sein (d.h. keine weiße Fläche, zu viel Text, etc.), überfordert der Inhalt den Interessenten und hält ihn davon ab, weiter auf Ihrer Website zu surfen.

Mit einfachem und klarem Design können Sie auch besser ‚Call-to-Actions‘-Buttons besser platzieren und die Akzente auf bestimmte Inhalte setzen, wie beispielsweise zeitkritische Fundraising-Aktivitäten oder aktuelle Nachrichten.

3. Setzen Sie Schriftarten gezielt ein

Non-Profits werden sich allmählich bewusst, dass sie über eine maßgeschneiderte Schrift und die Nutzung von Typographie (Gestaltungsprozess mit Schriften, um einen Text ansprechender zu machen) die Wiedererkennung ihrer Marke verbessern können. Dieser Trend ist eine unverzichtbare Größe geworden bei der Frage, wie Non-Profits von der Öffentlichkeit und ihren Interessenten wahrgenommen werden. Das heißt, ist die Non-Profit modern und trendy oder wirkt sie altbacken?



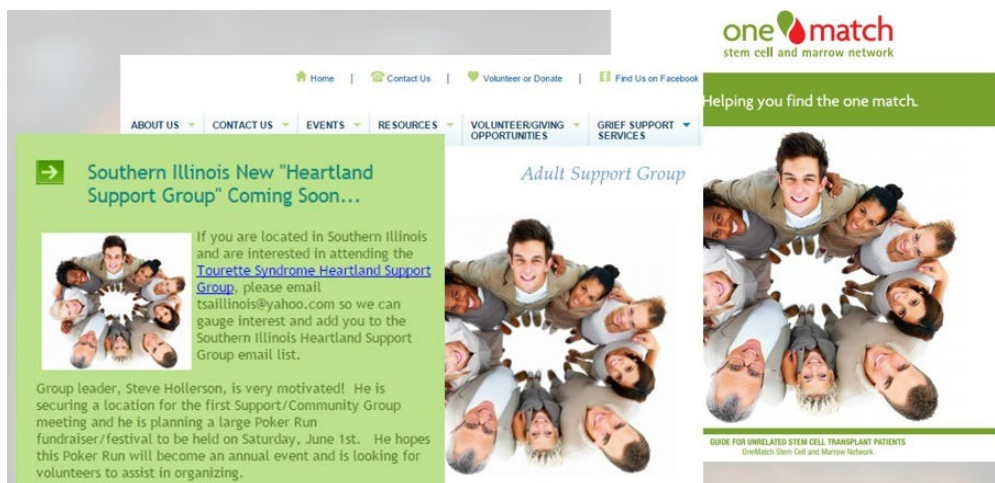
Wie funktioniert dieser Trend also? Statt Standardschriftarten der Word-Programme zu nutzen (wie Times New Roman, Arial und Calibri), nutzen Non-Profits maßgeschneiderte oder heruntergeladene Schriften, um sich von der Masse abzusetzen. Ein Beispiel dafür ist die Website von charity:water. Statt Arial nutzt die Website von charity:water die Schrift Proxima Nova, die bei den Unterstützern der Organisation großen Anklang findet.

Typographie ist auch besonders nützlich für Non-Profits, deren Anliegen nicht offensichtlich sind. Eine Organisation, die beispielsweise Geld für die medizinische Forschung sammelt, könnte ein Problem haben, ein Bild zu finden, das ihren Zweck darstellt und Menschen dazu bewegt, zu spenden. Diese Schwierigkeit kann man jedoch einfach mit Typographie lösen:

CURÉ

4. Das Ende der Agenturbilder

Organisationen haben lange Zeit Agenturfotos für ihre Marketingmaterialien verwendet. Manche dieser Agenturfotos haben sicherlich ihre Berechtigung, aber es gibt bestimmte Agenturfotos, die von Non-Profits nicht genutzt werden sollten. Wir meinen Fotos, die man gemeinhin als arrangiert, unehrlich und allgemeingültig bezeichnet. Und diese Agenturbilder sind tatsächlich so allgemein, dass sie in den Marketingmaterialien von vielen Organisationen vorkommen:



Wenn Sie die Materialien für Ihre Öffentlichkeitsarbeit erstellen, wollen Interessenten echte Fotos sehen und wahre Geschichten lesen.

5. Einsatz von Digital Storytelling

Digital Storytelling benutzt eine Kombination aus verschiedenen Elementmedien (d.h. Animation, Video, Text), um eine Geschichte zu erzählen. Non-Profits nutzen diese Erzähltechnik mittlerweile über die normalen Medien hinaus (z.B. Video). Heute findet man Digital Storytelling in E-Mail-Newslettern, Social Media und selbst in Jahresberichten und in Forschungsberichten.

Reclamation in the AOSA

Reclamation is a critical part of sustainable oil sands development. It is the process of returning a developed site to a natural or semi-natural condition (termed "equivalent land capability"¹⁶⁰ by the Government of Alberta). Industry is legally required to reclaim developed sites following the extraction of energy resources; reclamation is the final step in the life cycle of energy development in the oil sands.

Land reclamation is currently not keeping pace with development. In 2011, the active footprint of oil sands mining activities covered just over 70,000 ha.¹⁶¹ Of this footprint, 104 ha (0.14%) has been certified as reclaimed and returned to the Crown as public land; a further 4,700 ha (6.7%) has been permanently reclaimed, but ongoing monitoring of ecological recovery of this land is required before an application for reclamation certification can be made.¹⁶²

In areas where surface mining has occurred, reclaiming an area that has been stripped of soil, wetlands, forests, and all associated biodiversity poses many challenges. Reclamation of energy development sites outside of the Mineable Region, which is nearly 30 times larger, is technically less challenging, but no less important.

Clearly, successful reclamation of the surface mines and the in-situ footprint is an important part of the long-term environmental sustainability of Alberta's oil sands regions. Currently, however, there are differing ideas about what constitutes successful reclamation; furthermore, there's a great deal of uncertainty around which ecosystems can be completely reclaimed.¹⁶³ The science of reclamation continues to develop.

Monitoring reclamation efforts and applying corrective measures using ecologically appropriate knowledge increases the probability that sites will be successfully reclaimed.

The ABMI is currently developing an integrated, scientifically robust and financially sustainable reclamation monitoring program to track the long-term ecological recovery of Alberta's reclaimed upstream oil and gas facilities.



Conclusion

There is a duty to ensure that resource development in the AOSA is happening in a manner that is environmentally acceptable to Albertans and to more distant consumers and investors. Decisions regarding the acceptability of future development in the AOSA require a clear understanding of the environmental costs linked to the continued expansion of energy infrastructure. The biodiversity indicators set out in this report establish the current conditions that will be used to help judge future success or failure of sustainable resource development. This report sets the stage for openly addressing questions including:

1. What components of biodiversity are the most sensitive to energy development, and what might be done to minimize impacts?
2. How effective is the protected areas network at maintaining regional biodiversity?
3. What contribution are reclamation efforts or offset scheme making toward biodiversity maintenance?
4. How effective are efforts to manage regional cumulative effects?
5. What is the impact of energy development on biodiversity as compared to other land uses, such as forestry?
6. What are the cumulative effects of resource development on biodiversity?

Beyond the scientific information provided by the ABMI, determining how to respond to changes in biodiversity also includes consideration of economic, cultural, and political values, as well as legal and regulatory requirements. In the face of development, stakeholders and decision makers must decide what level of risk is acceptable and how to manage that risk.

With the AOSA 94% intact today, there's still significant opportunity for land and resource managers to make informed and deliberate choices about its future. As development continues to unfold in the region, the ABMI will continue to measure and report on the changing state of biodiversity.

Next Steps

The ABMI will continue to work with federal and provincial agencies to implement scientifically credible monitoring systems for the oil sands and for the provinces as a whole. Among the highest priorities for the ABMI will be to ensure integration between monitoring and land-use planning activities and to support the coordination of biodiversity monitoring with water and air monitoring initiatives.

The analyses in this report are preliminary as not all ABMI sites in the AOSA have been sampled. As monitoring information for the AOSA accumulates and our analysis methods continually improve, the ABMI will report on more species and habitats. In coming years, similar reports will be available for the Peace River Oil Sands Area and the Cold Lake Oil Sands Area. Future reports will also report on biodiversity trends—the primary purpose of the ABMI. We look forward to providing updates to this report on a regular schedule.

Dieser Trend steigert die Markenwahrnehmung, weil Geschichten Menschen mehr ansprechen als reine Zahlen und Fakten.

Copyright © 2015 TechSoup Global. This work is published under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-3.0 Unported.