

Zeitschrift: Hochparterre : Zeitschrift für Architektur und Design
Herausgeber: Hochparterre
Band: 9 (1996)
Heft: [3]: Die Besten 96

Artikel: Die beste Website
Autor: Michel, Ralf
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-120490>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 17.01.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Die Jury:

Erika Keil, Konservatorin, Museum für Gestaltung Zürich
Cyrill Locher, Marmotta Multimedia, Landquart
Werner Oeder, Journalist, Zürich
Michael Renner, Visueller Gestalter und Lehrer, Schule für Gestaltung Basel
Barbara Strebel, Künstlerin und Gründerin von TheThing.ch, Basel

Kunst, Fahrplan und Hugo

Von Etoy, SBB und Hugo kommen die besten Websites 96. Sie zeigen, wie das Internet in Kunst, Dienstleistung und Kultur gebraucht werden kann.

Website, so heisst der Auftritt einer Person oder Institution im Internet. Homepages werden die Schnittstellen genannt, über die der Mensch über den Computer ins weltweite Netz eintritt. Nachdem eine grafische Seitenbeschreibung für Internet durch die Programmiersprache HTML möglich wurde, ist das Medium ins Kraut gewachsen. Dienstleister, Künstler und Goldgräber bevölkern das Netz der Netze und suchen den unverwechselbaren Ausdruck.

Die Crux ist, dass alle die gleiche Oberfläche, den Bildschirm, nutzen. Dies führt zum Kurzschluss, nur die Oberfläche müsse attraktiv genug sein, um die Nutzer zu fesseln. Es geht aber um mehr: Wie ist das Angebot

aufgebaut? Wie werden die Benutzer geführt? Wie aktuell sind die Informationen aufbereitet?

Regeln sind noch unbekannt. Jahrhunderte alt ist die Typografie. Dieses Regelwerk zur Informationsübermittlung per Schrift hatte Zeit zu wachsen. Der zu gestaltende Datenraum ist zehnjährig. Alle üben.

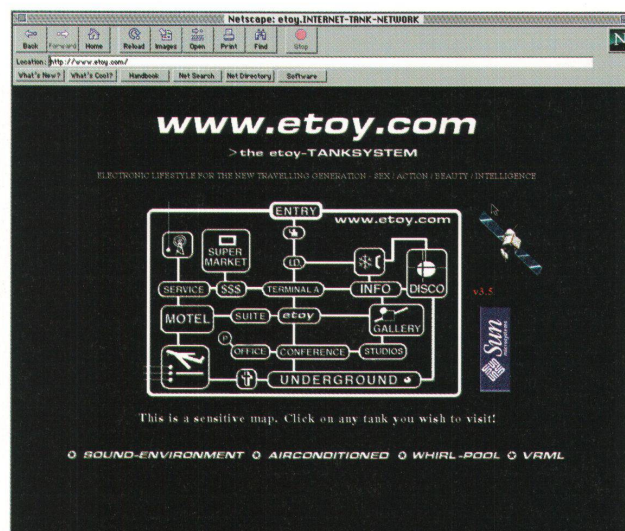
Kunst und kluge Spiele

Den Hasen in Gold in der Kategorie Website erhalten die Macher von Etoy. Hinter dem Namen und der Adresse www.etoym.com verbirgt sich ein Kunstprodukt im doppelten Sinn. Virtuell ist die Gruppe der Künstler, Gestalter und Programmierer und deren programmierte Welt. Namen und Biographien der Künstler sind ebenso künstlich wie die Welt, in der sie leben. Etoy sind die Schweizer Popstars unter den Netzaktivisten. Durch kluge Programmierungen verstehen sie, die virtuelle Welt lebendig wer-

den zu lassen. Sie nutzen die Regeln der Kommunikation meisterlich und verbreiten ein intelligentes, unserer Zeit angemessenes Gemisch aus Stolz, Ironie, Wahrheit und Lüge. Für die Programmierung ihrer Website bekamen sie dieses Jahr bereits einen Preis auf der Ars Electronica.

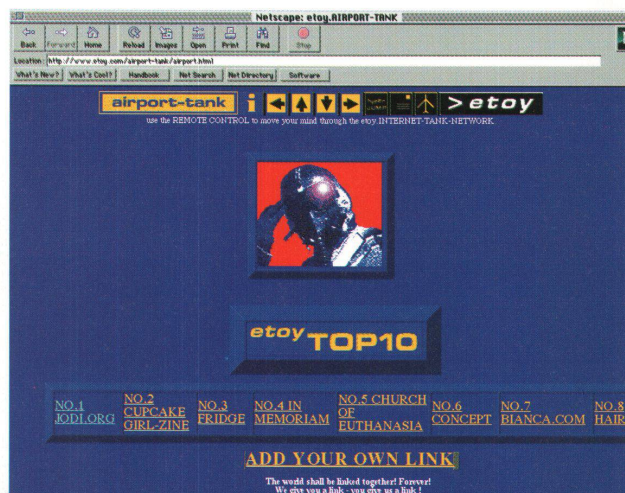
Gestaltete Dienstleistung

Banken und Zeitschriften zählen zu den Institutionen, die als erste verstanden haben, das Internet kommerziell zu nutzen. Der Schlüssel zum Erfolg in diesem Segment sind klug gestaltete Dienstleistungen. Seit 1995 sind die SBB im Netz. Neben der üblichen Eigenwerbung, die nahezu alle Firmen im Internet zu bieten haben, besticht die SBB Homepage durch ihre Fahrplanauskunft und die durchgängige Viersprachigkeit. Egal, ob ich in der Schweiz, aus der Schweiz heraus oder in einem anderen Land reisen möchte: Die Verbindungen



hase in gold

www.etoym.ch, die Popstars der Schweizer Websites



können alle abgefragt werden. Die Homepage baut sich schnell auf, und die Suchmaschine für die Fahrplanauskunft arbeitet zuverlässig und schnell.

In der grafischen Gestaltung fällt die Nähe zum Erscheinungsbild der SBB auf. Alle Buttons sehen aus wie aus dem Corporate Design Manual der SBB. Die SBB Website ist gestalterisch bodenständig und solide gemacht, aber kein Meilenstein. Ein wenig starr, dafür übersichtlich sind die Rubriken angeordnet. Doch das wird sich innerhalb der nächsten fünf Monate verändern. Das Design wird zurzeit vollständig überarbeitet. Die Homepage der SBB soll dann auch neue Dienstleistungen übernehmen: Preisinformationen werden angeboten, Fahrkarten und Reservierungen werden über Internet verkauft, es wird Infos über den Güterverkehr für spezielle Kunden geben, und Liegenschaften sollen über die Homepage angeboten werden.

Bisher haben die SBB 100 000 Franken aufgewendet. Davon gingen 20

Prozent in die Konzeption, 20 Prozent ins Design und 60 Prozent in die Realisation des Projektes. Beteiligt waren ein Wirtschaftsinformatiker, ein Netzwerk- und ein Multimediaspezialist, ein Grafiker und ein Projektleiter. In der Statistik unterscheiden die Bähler zwischen Zugriffen auf die Website und die Fahrplanauskunft. 30 000 Hits verzeichnet die Website an normalen Wochentagen, die Hälfte an Wochenenden. An Werktagen gehen 8500 Fahrplanauskünfte über den SBB Rechner, am Wochenende 3500 täglich. Das ist viel. Und die Dienstleistung ist nützlich. Der Hase in Silber geht an die SBB.

Kulturtrip

Dass die Schweizer Kulturszene bunt ist, das wussten wir ja alle schon. Dass sie so bunt ist, wie sie in Hugo erscheint, wusste ich nicht. Hugo ist ein Kulturserver auf dem Clubs, Bands und Veranstaltungen zu finden sind. Die Hugo Homepage zielt das Logo, dessen vier Buchstaben in die vier Rubriken verweisen. Bands und Clubs

werden vorgestellt, Konzerte und Events angekündigt. Die Bleiwüsten der Monatsübersichten in Szenemagazinen erfahren durch Hugo eine Alternative. Hugo zeigt, dass das Internet ein nützliches Medium werden kann, um über Aktualitäten zu berichten. Nötig ist allerdings, dass die Nachrichten kontinuierlich erneuert werden. Hugo hat hier im Laufe des Jahres einiges gelernt und wird das weiterhin tun. Neben Nachrichten und Hinweisen bietet die Website Bands und Clubs ein Forum zur Selbstdarstellung.

Grafik und Navigation auf Hugo sind klar in Schrift, Farbe und Raumaufteilung. Surfen im jungen Schweizer Kulturkuchen ist unkompliziert und macht Spass. Design und Inhalt sprechen besonders jüngere Nutzer an. Bezeichnend ist die unbeschwertere Offenheit, die die Gestaltung ausstrahlt. Hugo ist ein Spiegel jugendlicher Kultur. Hier erfahren Kids in Lausanne was die Kids aus Zürich am Wochenende tun, wo sie hingehen und welcher Rave gerade angesagt ist.

Dem Server ist es gleichgültig, ob sich ein Club aus der Welschschweiz, eine Band aus der Deutschen Schweiz vorstellt oder ob ein Snöberevent im Tessin oder im Bündnerland stattfindet. Etoy, SBB und die Hugo Website schaffen Verbindungen und bringen Leute zusammen. Virtuell und ganz real. Das spiegelt allemal die Möglichkeiten des nicht mehr ganz so neuen Mediums.

Ralf Michel

Auch «Hochparterre» und das Schweizer Fernsehen sind auf dem Netz. Sie durften als Macher der Bestenliste nicht mitspielen. Wer das TV besuchen will, wähle <http://www.sfdrs.ch>. Wer auf Hochparterre online Nachrichten zu Architektur, Planung und Design nachlesen will, wähle: <http://www.hochparterre.ch>.

Hase in Gold: www.etoyn.ch

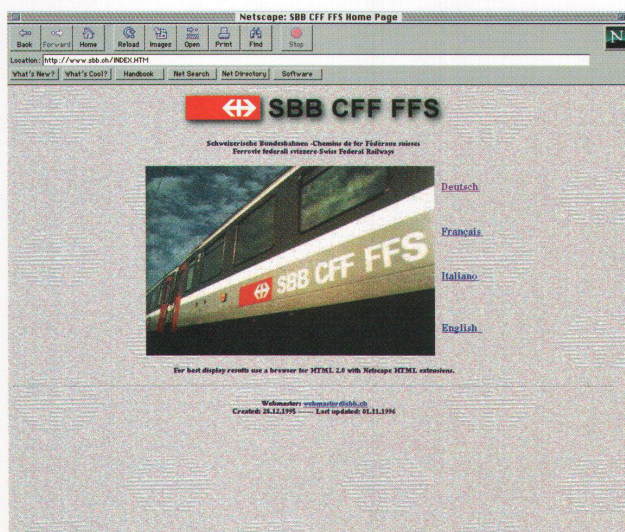
Beteiligte: etoy Brainrad, etoy Goldstein, etoy Kubli, etoy Gramazio, etoy UD, etoy Esposto und etoy ZAI.

Hase in Silber: www.sbb.ch

Beteiligte: Abteilung Informatik der SBB.

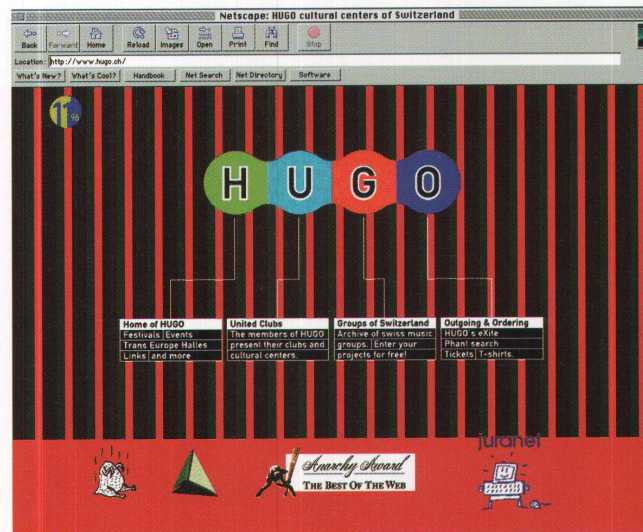
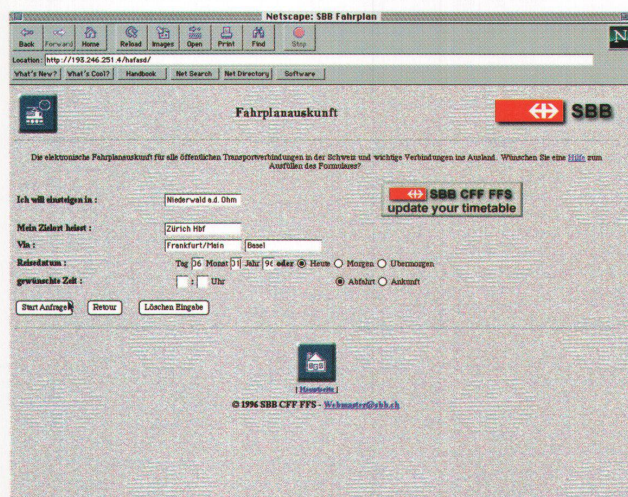
Hase in Bronze: www.hugo.ch

Beteiligte: Luc Girardin, Matthieu Gelso, Laurent Zimmerli, Nicolas Bonstein, Seeger & Hodel (Mediale für Gestaltung), Raoul Cannemeyer, Laurence Desarzens.



hase in silber

www.sbb.ch, Dienstleistung ohne Aufsehen



hase in bronze

www.hugo.ch, Jugendkultur über Sprachgrenzen hinweg

