

NEU

PC Games Hardware Guide präsentiert:

# Webdesign für Einsteiger

Schritt für Schritt zur eigenen Website



- HTML & CSS erklärt
- SEO & Social Media
- Mit Form & Farbe umgehen
- So erstellen Sie ein Blog

CMG EDITION

PCGH GUIDE 17/18

€ 12,99

Österreich € 14,50  
Schweiz CHF 22,-  
Benelux € 15,-

17

4 198667 512991

# CMG

Computec Media Group

## EDITION

# DIE AKTUELLEN PREMIUM-BOOKKAZINES IM ÜBERBLICK



Bequem online bestellen:  
[shop.computec.de/edition](http://shop.computec.de/edition)

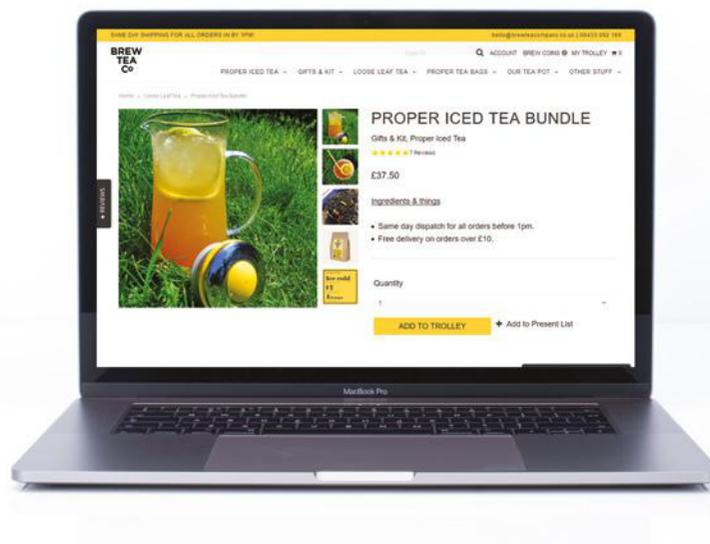
Oder einfach digital lesen:  
[epaper.computec.de](http://epaper.computec.de)



# Webdesign für Einsteiger

Als vielseitige Plattform für die Mediennutzung und Kommunikation sowie als Quelle für Informationen oder neue Ideen ist das World Wide Web längst nicht mehr aus unserem täglichen Leben wegzudenken. Somit ist Webdesign ein immer wichtiger werdendes Instrument in zahllosen beruflichen und privaten Bereichen.

Schlagworte wie HTML und CSS mögen manche erst einmal abschrecken. Darum möchten wir Ihnen in diesem Buch die nötigen Werkzeuge und Techniken des Webdesigns behutsam sowie anhand von vielen Beispielen näherbringen. Wir zeigen Ihnen zunächst, wie Sie grundsätzlich Webseiten erstellen und gestalten können. In einem separaten Kapitel widmen wir uns dann der weltweit beliebtesten Blogging-Software WordPress, die in Sachen Internetpräsenz ein wertvolles Hilfsmittel darstellt. Schließlich werfen wir noch einen Blick auf wichtige Themen wie Photoshop und Suchmaschinenoptimierung. Ein umfassendes Glossar rundet unser Angebot ab. Herzlich willkommen in der spannenden Welt des Webdesigns!



# Inhalt



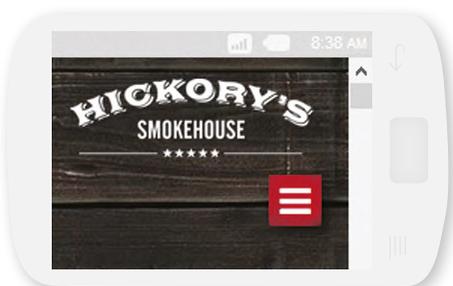
Einführung  
ins  
Webdesign  
Seite 8

## Websites erstellen

- 22 Eine Einführung in HTML
- 28 Ein Grundlayout anfertigen
- 30 Verknüpfung programmieren
- 32 Listen auf einer Webseite
- 34 Das div-Element
- 36 Ein dreispaltiges Layout
- 40 Eine Einführung in CSS
- 46 Die Seite zentrieren
- 48 Text- und Überschriften-Stile
- 50 Übersichtlichkeit dank Listen
- 52 Von Liste zu Navigationsleiste
- 54 Bilder mit CSS formatieren
- 56 Ein zweispaltiges Layout
- 60 Effektive Kopfzeilen
- 64 Praktische Randleisten
- 68 Der Inhalt Ihrer Webseite
- 72 Die Fußzeile

## WordPress

- 76 Einführung in WordPress
- 82 Starten Sie Ihren eigenen Blog mithilfe der WordPress-Software
- 86 Das Dashboard von WordPress individuell anpassen
- 88 Die ersten Schritte zum Blog
- 92 Blogartikel bearbeiten
- 96 Fotos auf dem Blog posten
- 100 Spezielle Formatierungen in Texten



## SEO verstehen

- 104** Die DNA von SEO
- 112** So holen Sie mehr Besucher auf Ihre Website
- 116** Google Analytics hilft Ihnen, Ihre Leser kennenzulernen



**116**  
Google  
Analytics



**Glossar  
zum  
Webdesign**  
Seite 158

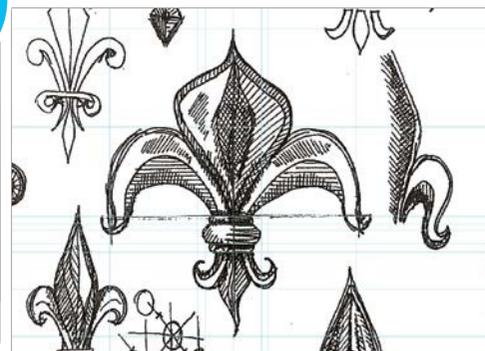
## Photoshop & Grafikdesign

- 122** Die Web-Renaissance von Photoshop
- 128** Schöne Hintergründe für Ihre Webseiten erstellen
- 132** Eindrucksvolle Designs für Seitenkopf und Seitenfuß

**122**  
Photoshop-  
Tipps



**154**  
Zeitgemäße  
Texte



## Websites anpassen

- 138** Farben richtig einsetzen
- 144** Mittels CSS ein Ausklapp-Menü bauen
- 148** Bieten Sie auf Ihrer Website einen Newsletter an
- 150** Schaltflächen für Twitter & Co.
- 152** Twitter Cards auf Ihrer Website
- 154** Zeitgemäße Texte

★ KOMPETENT ★ VIELSEITIG ★ KRITISCH ★

DEUTSCHLANDS

ERSTAUNLICH EHRLICHES

FILMMAGAZIN

KOMPETENT ★ VIELSEITIG ★ KRITISCH

# WIDESCREEN

THE RELUCTANT FUNDAMENTALIST

200 MINUTEN LANGFEST

MAKING-OF 16 TRAILER VIDEOQUIZ

## TOMB RAIDER

DER PLAN HINTER DER NEUEN LARA CROFT

FSK 12

BLU-RAY- & DVD-BESPRECHUNGEN IN DIESEM HEFT

WIDESCREEN – DAS BLU-RAY-, DVD- UND KINO-MAGAZIN

AUCH DIGITAL ERHÄLTlich | [WWW.WIDESCREEN-ONLINE.DE](http://WWW.WIDESCREEN-ONLINE.DE)

# Webdesign für Einsteiger



Computec Media Group

Ein Unternehmen der MARQUARD MEDIA INTERNATIONAL AG  
Verleger Jürg Marquard

**Verlag** Computec Media GmbH  
Dr.-Mack-Strasse 83, 90762 Fürth  
Telefon: +49 911 2872-100  
Telefax: +49 911 2872-200  
E-Mail: bookazines@computec.de  
www.computec.de

**Geschäftsführer** Hans Ippisch (Vorsitzender), Rainer Rosenbusch

**Redaktionsleiter (V.i.S.d.P.)** Lars Craemer, verantwortlich für den redaktionellen Inhalt, Adresse siehe Verlagsanschrift  
**Mitarbeiter dieser Ausgabe** Marc Brehme, Frank Neupert-Paries, Andreas Szedlak, Monika Jäger, Andreas Spies, Andrea Reiss, MOV Textdienste  
**Lektorat** Claudia Brose (Ltg.), Birgit Bauer, Karline Folkendt, Stephanie Kamm  
**Layoutkoordination** Albert Kraus

**Vertrieb, Abonnement** Werner Spachmüller  
**Marketing** Jeanette Haag  
**Produktion** Martin Closmann (Ltg.)

**Head of Online** Christian Müller  
**Entwicklung** Markus Wolny (Ltg.), Aykut Arık, Ruben Engelmann, René Giering, Tobias Hartlehner, Christian Zamora, David Turkadze  
**SEO/Produktmanagement** Stefan Wölfel  
**Webdesign** Tony von Biedenfeld, Daniel Popa

**Anzeigen**  
CMS Media Services GmbH, Dr.-Mack-Strasse 83, 90762 Fürth

**Verantwortlich für den Anzeigenteil**  
Annett Heinze, Adresse siehe Verlagsanschrift

**Anzeigenberatung Print**  
Bernhard Nusser: Tel.: 0911-2872-254; bernhard.nusser@computec.de  
Judith Gratias-Klamm: Tel.: 0911-2872-252; judith.gratias-klamm@computec.de  
Alto Mair: Tel.: 0911-2872-144; alto.mair@computec.de

**Head of Digital Sales**  
Jens-Ole Quiel: Tel.: +49 (0) 911-2872-253; jens-ole.quiel@computec.de

**Head of B2B-Sales**  
Peter Elstner: Tel.: +49 (0) 911-2872-152; peter.elstner@computec.de

**Anzeigenberatung Online**  
Weischer Online GmbH  
Elbberg 7, 22767 Hamburg  
Tel.: +49 40 809058-2239  
Fax: +49 40 809058-3239  
www.weischeronline.de  
info@weischer.net

**Anzeigendisposition:** anzeigen@computec.de  
**Datenübertragung:** via E-Mail: anzeigen@computec.de  
Es gelten die Mediadaten Nr. 31, gültig ab 01/2018.

#### Abonnement

Die Abwicklung (Rechnungsstellung, Zahlungsabwicklung und Versand) erfolgt durch DPV Deutscher Pressevertrieb GmbH als leistender Unternehmer: Post-Adresse: Leserservice Computec, 20080 Hamburg, Deutschland

**Ansprechpartner für Reklamationen ist Ihr Computec-Team unter:**  
Deutschland: E-Mail: [computec@dpv.de](mailto:computec@dpv.de), Tel.: 0911-99399098, Fax: 01805-8618002\*  
Support: Montag 07:00–20:00 Uhr, Dienstag–Freitag 07:30–20:00 Uhr, Samstag 09:00–14:00 Uhr  
\* (14 Cent/Min. aus dem dt. Festnetz, max. 42 Cent/Min. aus dem dt. Mobilfunk)

**Österreich, Schweiz und weitere Länder:** E-Mail: [computec@dpv.de](mailto:computec@dpv.de),  
Tel.: +49-911-99399098, Fax: +49-1805-8618002  
Support: Montag 07:00–20:00 Uhr, Dienstag–Freitag 07:30–20:00 Uhr, Samstag 09:00–14:00 Uhr

**Vertrieb und Einzelverkauf:** DPV Deutscher Pressevertrieb GmbH, Am Sandtorkai 74, 20457 Hamburg, Internet: [www.dpv.de](http://www.dpv.de)

**Druck:** LSC Communications Europe, ul. Obroncow Modlina 11, 30-733 Krakau, Polen

COMPUTEC MEDIA ist nicht verantwortlich für die inhaltliche Richtigkeit der Anzeigen und übernimmt keinerlei Verantwortung für in Anzeigen dargestellte Produkte und Dienstleistungen. Die Veröffentlichung von Anzeigen setzt nicht die Billigung der angebotenen Produkte und Service-Leistungen durch COMPUTEC MEDIA voraus. Sollten Sie Beschwerden zu einem unserer Anzeigenkunden, seinen Produkten oder Dienstleistungen haben, möchten wir Sie bitten, uns dies schriftlich mitzuteilen. Schreiben Sie unter Angabe des Magazins, in dem die Anzeige erschienen ist, inkl. der Ausgabe und der Seitennummer an: CMS MEDIA SERVICES GmbH, Annett Heinze, Anschrift siehe oben.

#### Einsendungen, Manuskripte und Programme:

Mit der Einsendung von Manuskripten jeder Art gibt der Verfasser die Zustimmung zur Veröffentlichung in den von der Verlaggruppe herausgegebenen Publikationen. Urheberrecht: Alle veröffentlichten Beiträge bzw. Datenträger sind urheberrechtlich geschützt. Jegliche Reproduktion oder Nutzung bedarf der vorherigen, ausdrücklichen und schriftlichen Genehmigung des Verlags.



#### Lizenz

Die Artikel in diesem Bookazine sind übersetzt oder reproduziert und unterliegen dem Copyright von Future plc, UK 2017. Inhalte wurden als Lizenz erworben. Alle Rechte vorbehalten. „Bookazines“ ist ein eingetragenes Warenzeichen von Future Publishing Limited. Weitere Informationen über diese und andere Zeitschriften der Future plc Gruppe: [www.futureplc.com](http://www.futureplc.com)

#### Licence

Articles in this bookazine are published under licence from Future Publishing Limited. All rights in the licensed material belong to Future Publishing Limited and it may not be reproduced, whether in whole or in part, without the prior written consent of Future Publishing Limited. ©2017 Future Publishing Limited. [www.futureplc.com](http://www.futureplc.com)



MARQUARD MEDIA INTERNATIONAL AG

**Deutschsprachige Titel:** PC GAMES, PC GAMES HARDWARE, PC GAMES MMORE, PLAY 4, N-ZONE, GAMES AKTUELL, XBG GAMES, SFT, LINUX-MAGAZIN, LINUXUSER, EASY LINUX, RASPBERRY PI GEEK, WIDESCREEN, MAKING GAMES

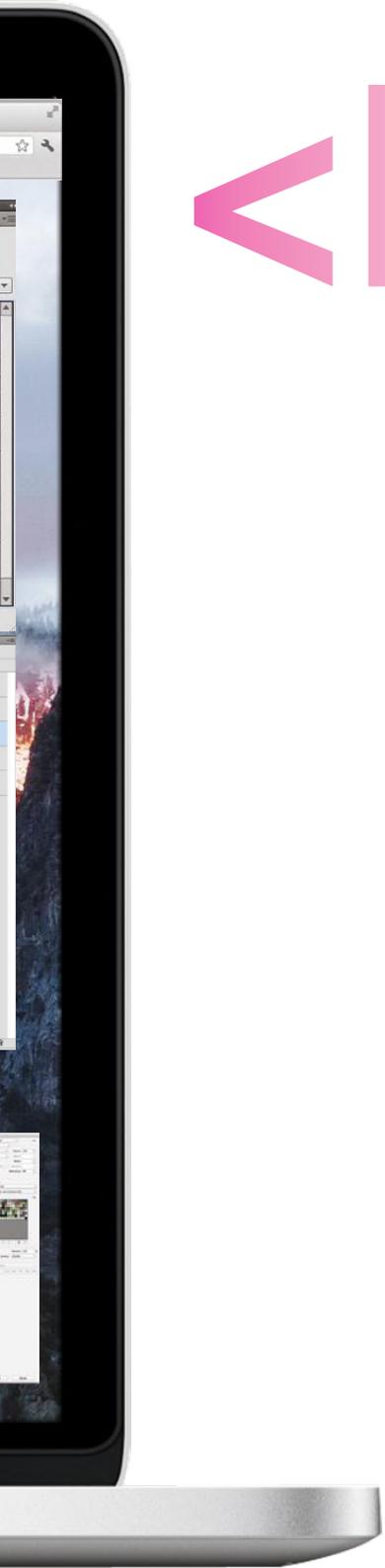
**Internationale Zeitschriften:** Polen: COSMOPOLITAN, HARPER'S BAZAAR, JOY, HOT MODA, SHAPE, ESQUIRE, PLAYBOY, CKM, JAM; Ungarn: JOY, ÉVA, INSTYLE, SHAPE, MENS HEALTH, RUNNERS WORLD, PLAYBOY, APA

# Einführung

The screenshot shows a computer monitor displaying a website for 'Say It With Flours'. The website layout includes a navigation bar with links for Home, Blog, Gallery, Prices, About Me, Contact Me, and FAQ. The main content area features a 'Vintage Style Cupcakes' gallery with three decorated cupcakes. Below this are sections for 'About Me' (a home baker in Liverpool), 'Recent Blog Posts' (listing 'Fishing Birthday Cake', 'Bullies Out Charity Fashion Show', 'Cupcakes Take The Cake', 'Valentine's Day', and 'An Introduction'), and 'Freshly Baked' (showing various cupcakes). A Facebook social plugin is also visible, showing 169 likes and several user avatars. The footer contains copyright information: '© 2012 Say it With Flours | All Rights Reserved | Say it With Flours is a Registered Food Business'. The browser's address bar shows 'http://t.co/x7A2jyxF'. To the right of the website, there are several design tool windows: 'KULER' with a color palette, a 'Twitter' tweet about a dummy cake, and a 'Layers' panel for a graphic design project. On the left side of the monitor, there are analytics charts showing 'Avg. Visit Duration' and 'Visits and Avg. Visit Duration by Country/Territory'. The analytics table is as follows:

Country/Territory	Visits	Avg. Visit Duration
United Kingdom	37	00:03:47
United States	24	00:01:29
Germany	8	00:02:52
Canada	3	00:00:09
Finland	2	00:00:00
Netherlands	2	00:00:00
Saudi Arabia	2	00:00:00
South Africa	2	00:00:14
Australia	1	00:27:24
Belgium	1	00:00:00

Below the analytics table, there is a 'Traffic Sources' chart showing: 45.43% organic, 43.43% direct, 9.09% referral, and 2.02% twitter. At the bottom left, there is a small image of a boat with the Eiffel Tower in the background.



# <h1> Einführung ins Web- design </h1>

Genau jetzt ist die Zeit reif dafür,  
eine eigene Website zu bauen.

**D**as World Wide Web (WWW) erblickte im Sommer 1991 das Licht der Öffentlichkeit. Vereinfachend könnte man das WWW als grafische Benutzeroberfläche des Internets beschreiben. Obwohl der Begriff Internet im Deutschen häufig auch synonym mit dem WWW verwendet wird, ist das streng genommen nicht korrekt, denn das WWW stellt nur einen bestimmten Internetdienst dar, während die technische Infrastruktur des Internets und diverse Dienste wie zum Beispiel E-Mail wesentlich älter sind.

Mit der Ankunft des WWW wurde sogleich auch das Webdesign geboren, denn von Anfang an mussten Webseiten irgendwie grafisch dargestellt werden. In den Kindertagen des WWW bestanden die meisten Seiten noch aus schwarzem Text auf einem weißen Hintergrund, denn es gab noch keine technischen Hilfsmittel für aufwendigere Designs, doch das sollte sich bald ändern. Jenseits von Frames, Tabellen und animierten GIFs, an die sich mancher vielleicht noch mit einem wohligen Schaudern erinnert, hat das Webdesign heute ein

professionelles Niveau erreicht und wird überdies stetig weiterentwickelt.

In all den Jahren seit 1991 ging die Entwicklung des Webdesigns immer Hand in Hand mit dem Fortschreiten der Technologie, denn sie lieferte das Handwerkszeug für Anwender. Daher stehen Webdesignern auch immer wieder neue und bessere Mittel und Techniken zur Verfügung, um Webseiten zu gestalten.

Ohne das WWW wäre unsere Welt nicht dieselbe. Denken Sie nur daran, für welche Zwecke Sie das Web gebrauchen und wie Sie diese Dinge wohl bewerkstelligen würden, ohne auf das Internet zurückgreifen zu können. Schnell wird dann deutlich, dass das WWW aus unserem Alltag kaum noch wegzudenken ist.

## Wozu eine eigene Website?

Das WWW besteht aus einer schier unendlichen Anzahl von Webseiten. Hier gibt es übrigens eine weitere begriffliche Unterscheidung zu treffen: Eine Webseite ist ein einzelnes HTML-Dokument,

# Einführung

das im Browser aufgerufen wird, während eine Website als komplette Internetpräsenz bezeichnet wird, also im Regelfall ein System miteinander verbundener Texte, Bilder, Menüs und so weiter.

Um eine eigene Website aufbauen zu können, muss man also zunächst wissen, wie eine einzelne Webseite mithilfe von HTML und anderen Techniken erstellt werden kann. Doch was ist überhaupt der Grund, eine eigene Website ins Leben zu rufen?

Darauf gibt es natürlich sehr viele Antworten, denn die Motivation kann ganz unterschiedlich

ziehen oder aus idealistischen Gründen der Welt detaillierte Informationen zu einem Thema, in dem Sie sich auskennen, zur Verfügung stellen möchten – das sind nur einige Beweggründe, eine Internetpräsenz aufzubauen.

Eine spezielle Form einer Website ist ein Blog. Die Bezeichnung leitet sich aus Web-Logbuch ab und trifft damit die Sache recht gut: Im Rahmen eines Blogs kann man in Texten und Bildern von sich und seinem Leben erzählen, Meinungen äußern, das Zeitgeschehen kommentieren, Artikel zu einem bestimmten Interessengebiet publi-

„Mit einer eigenen Website hat man die Kontrolle über Form und Darstellung.“

sein: Ob Ihnen nur eine schlicht gehaltene Visitenkarte im Netz vorschwebt oder Sie sich selbst, ein Hobby oder eine Leidenschaft ausführlich darstellen möchten. Ob Sie im WWW Geld verdienen oder sich beruflich darstellen wollen. Ob Sie eine politische oder gesellschaftliche Kampagne auf-

zieren oder schlicht Freunde und Verwandte mit Urlaubsfotos versorgen.

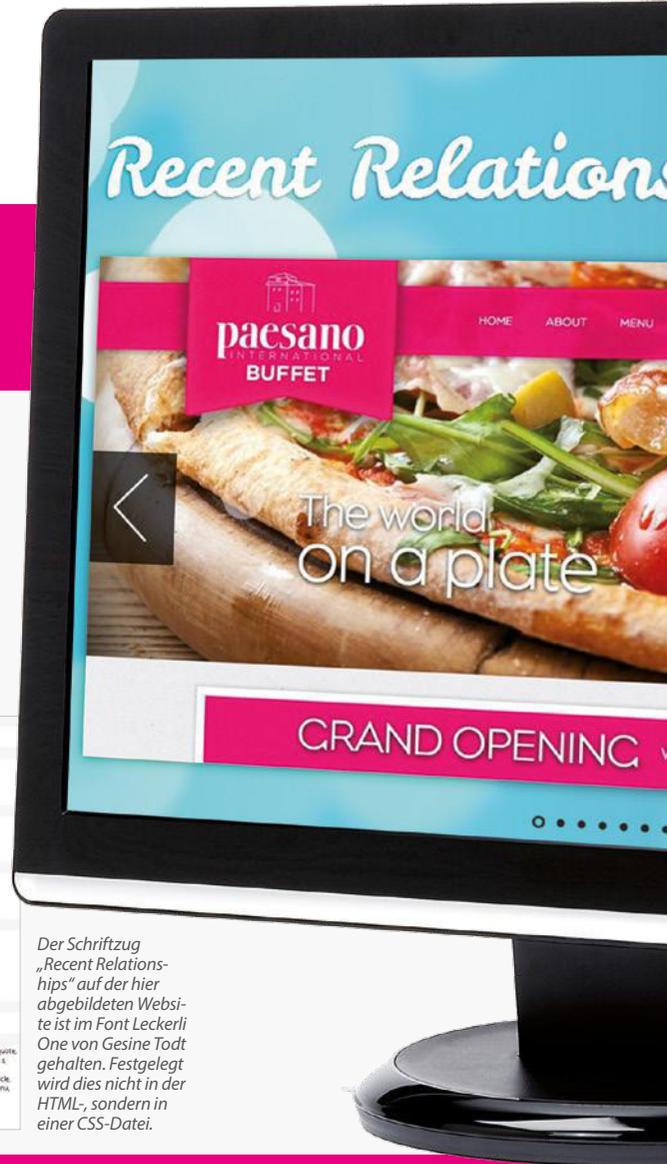
Vieles davon ließe sich natürlich auch im Rahmen von Social-Media-Angeboten wie Facebook realisieren, doch nur mit einer eigenen Website oder einem eigenen Blog hat man die volle Kon-

## Was sind HTML und CSS?

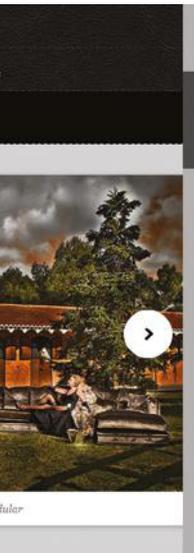
HTML und CSS bilden die Grundkomponenten beim Bau von Webseiten. Vereinfachend gesagt liefert HTML das Baumaterial und die Struktur, während CSS für das Styling des Materials zuständig ist.

HTML besteht aus einer Vielzahl von Tags, das sind Auszeichnungselemente mit bestimmten Funktionen. Tags werden in spitze Klammern gesetzt. Oft, aber nicht immer, gehören ein Start- und ein End-Tag zusammen, beispielsweise `<header>Hier steht ein Text.</header>`. Der Text, der zwischen den Tags steht, wird durch die Tags ausgezeichnet, daher ist HTML eine Auszeichnungssprache (übrigens streng genommen keine Programmiersprache, obwohl diese Unterscheidung im alltäglichen Sprachgebrauch häufig vernachlässigt wird). Viele Tags sind in HTML bereits vorgegeben, es können aber auch bei Bedarf eigene Tags definiert werden.

CSS sorgt anschließend dafür, dass die abstrakte Struktur des HTML-Codes mit grafischem Leben gefüllt wird. In CSS-Dateien werden die Eigenschaften bestimmter HTML-Tags festgelegt, beispielsweise im Falle von `<header></header>` die Höhe, Breite, Farbe, Umrandung sowie die Abstände der Kopfzeile.



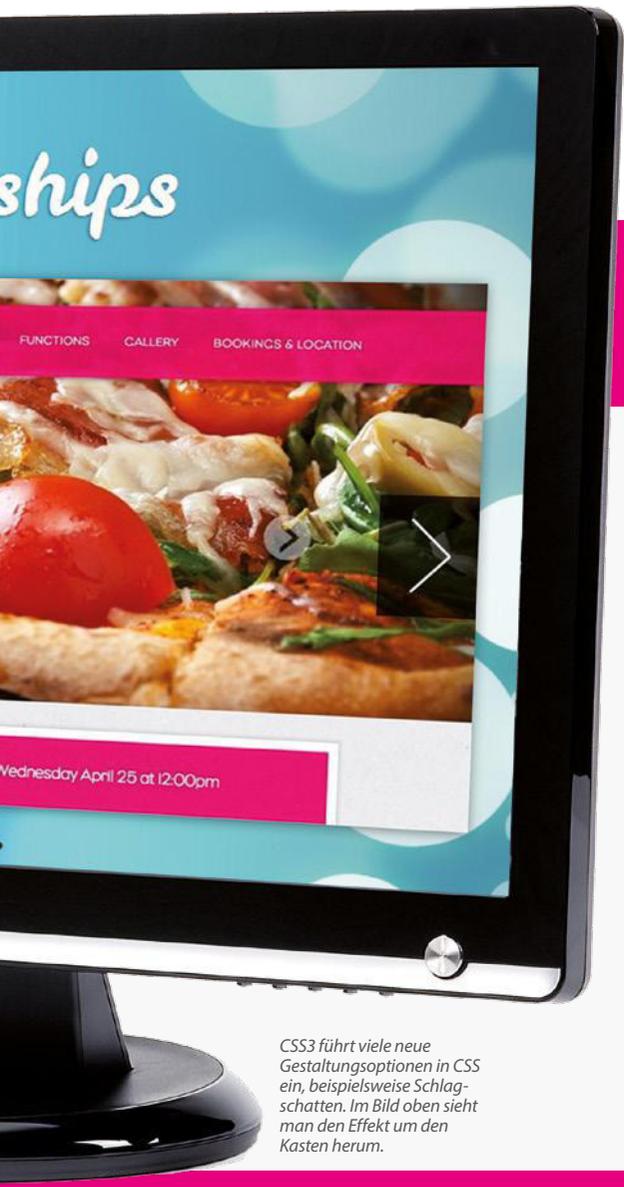
Der Schriftzug „Recent Relationships“ auf der hier abgebildeten Webseite ist im Font Leckerli One von Gesine Todt gehalten. Festgelegt wird dies nicht in der HTML-, sondern in einer CSS-Datei.



### TAKE CONTROL – YOUR WEB, YOUR LOGO

HTML5 ist die neueste Version der Auszeichnungssprache HTML. Sie wartet mit vielen neuen Funktionalitäten auf.

Kombinieren Sie HTML5 und CSS3, um interaktive Webseiten zu erschaffen.



CSS3 führt viele neue Gestaltungsoptionen in CSS ein, beispielsweise Schlag Schatten. Im Bild oben sieht man den Effekt um den Kasten herum.

trolle über Form und Darstellung seiner Inhalte – von Datenschutzaspekten ganz zu schweigen.

Auch und ganz besonders hat das WWW natürlich eine wirtschaftliche Bedeutung: E-Commerce ist ein gigantisches Geschäft geworden. Laut einem Bericht des Marktforschungsunternehmens eMarketer kauft mehr als die Hälfte aller US-Amerikaner online ein. Als Gründe geben die Befragten an, dass das Online-Shopping komfortabel sei und man beim Kauf Geld sparen könne.

Es gibt dabei unendlich viele Arten, im und mit dem Netz Geld zu verdienen. Der große Vorteil bei einer Neugründung ist der geringe Aufwand – auch finanzieller Natur –, da man sich ein Ladenlokal und viele andere Dinge spart, wenn man einen reinen Onlineshop betreibt. Außerdem erreicht man damit prinzipiell die ganze Welt, während man bei einem realen Geschäft vor Ort immer auf ein bestimmtes geographisches Einzugsgebiet beschränkt ist.

Eine Website kann aber nicht nur als Plattform dienen, um Waren und Dienstleistungen zu verkaufen, sondern selber das Produkt sein beziehungsweise als eine Arbeitsprobe fungieren. Als Webdesigner sollte man daher ganz besonders die eigene Internetpräsenz technisch perfekt und möglichst ansprechend gestalten. Sie ist ein Schaukasten, das rund um die Uhr zu besichtigen ist.

### Welche Funktion haben Websites?

Das WWW wird natürlich sehr von den Dingen beeinflusst, die außerhalb von ihm stattfinden. Letztlich sind es ja echte Menschen aus Fleisch und Blut, die Webseiten gestalten, die ein Bedürfnis nach Kommunikation und Information haben, die etwas einkaufen, verkaufen oder Bankgeschäfte erledigen möchten. Onlinedienste decken also im Wesentlichen Bedürfnisse ab, die in der Welt außerhalb vorhanden sind. Nur in vielen Fällen effizienter, sodass etliche traditionelle Services sich einer sehr harten Konkurrenz gegenübersehen – denken Sie nur an die Diskussion zum Thema Amazon versus stationärer Buchhandel.

Die Antwort auf die Frage, welche Funktion Websites haben, ließe sich also damit beantworten, dass sie so ziemlich jede erdenkliche Funktion haben. Wobei man dies jedoch auf zwei wesentliche Aspekte herunterbrechen kann: Eine Website dient vornehmlich der Information oder der Erbringung einer Dienstleistung. Um das zu verdeutlichen, kann man sich die Liste der beliebtesten Websites ansehen; diese beinhaltet Facebook, Twitter, YouTube, Google, Wikipedia, Amazon, Ebay, WordPress, Flickr, iTunes und PayPal.

Facebook ist ein soziales Netzwerk mit gigantischen Nutzerzahlen und steht archetypisch für das, was die Menschen gerne mithilfe des Internets tun: in Kontakt bleiben und kommunizieren. Ähnlich erfolgreich in diesem Gebiet ist der Mikroblogging-Dienst Twitter.

## Ein tolles Beispiel

Eine gut durchdachte Website hat nicht nur eine ästhetische Oberfläche, sondern auch ein sauberes Konzept. Die Internetpräsenz der australischen Werbeagentur Soul Digital Agency ([www.souldigital.com.au](http://www.souldigital.com.au)) ist ein sehr gutes Beispiel dafür. Die Startseite besticht sofort mit großflächigen klaren Bildern, die Botschaft der Firma kommt schnörkellos rüber. Das Hintergrundbild skaliert mit dem Browserfenster, sodass es bei allen Auflösungen gut funktioniert. Die Seite ist „responsive“, das heißt, sie passt ihr Layout an die Displaygröße des zugreifenden Gerätes an. Dadurch funktioniert die Seite sowohl auf Desktop-PCs als auch auf Tablets und Smartphones sehr gut.

Die Website an sich verwendet das beliebte Prinzip des One-Page-Scroll, das heißt, es müssen keine Links zu anderen Seiten der Internetpräsenz gesetzt werden und die Ladezeit

„Funktioniert auf PCs wie auch auf Tablets und Smartphones.“

wird minimiert: Der Besucher scrollt einfach hoch und runter, um zu den gewünschten Bereichen zu kommen, oder er verwendet das – stets sichtbare – Navigationsmenü, das an einer bestimmten Stelle des Fensters fixiert ist. Ferner macht die Website von Soul Digital Agency cleveren Gebrauch von Web-Fonts und CSS3-Techniken.



Die Website von Soul Digital Agency vereint Ästhetik und Funktionalität in einer schönen Weise.

## Die wichtigsten Bestandteile einer Webseite

Webseiten bestehen grundsätzlich aus mehreren Elementen, die so angeordnet werden, dass sie gut zu den Inhalten passen. Viele Webseiten sind in einem zwei- oder dreispaltigen Layout mit einer Kopfzeile am oberen und einer Fußzeile am unteren Ende des Fensters gehalten. Mithilfe von

Hintergrundbildern oder Farbflächen wird die „Leinwand“ erzeugt, auf der dann die eigentlichen Inhalte angeordnet werden, also Texte und Bilder. Das Individuelle an einem Seitenlayout besteht oft darin, wie diese Elemente im Detail arrangiert sind, wie also gewissermaßen das Thema variiert wird.

Das klingt womöglich nach wenig Gestaltungsspielräumen, doch wenn Sie einmal im Web herumstöbern und gezielt auf die Designs einzelner Websites achten, werden Sie bemerken, wie riesig die Variationsbreite dann doch ist.

### Logo

Einer kommerziellen Website steht ein Logo gut zu Gesicht, eine private Homepage kommt aber auch ohne aus. Falls Sie ein Logo einsetzen, entwerfen Sie es mit Sorgfalt, denn es repräsentiert Ihren gesamten Webauftritt.

### Inhalte

Der eigentliche Inhalt einer Webseite besteht typischerweise aus Texten und Bildern, er befindet sich meist zwischen Kopf- und Fußzeile.

### Footer

Die Fußzeile (Footer) enthält in der Regel Standardinfos zur Website wie etwa einen Verweis auf das Impressum, eine Copyrightangabe oder Links zu zugehörigen Präsenzen in den sozialen Medien.

### Kopfzeile

Die Kopfzeile (Header) einer Seite ist ein prominenter, äußerst wichtiger Bereich. Hier ist ein guter Platz für ein etwaiges Logo, den Seitentitel oder Firmennamen, Navigationslinks, aber auch für Werbung.

### Image-Slider

Zum beliebten Gestaltungselement ist der Image-Slider geworden. Er erlaubt es, auf demselben Raum durch Auswechslung mehrere Bilder unterzubringen.

### Seitenleiste

Seitenleisten finden sich meistens rechts, da in ihnen typischerweise Nebeninhalte platziert werden. Dazu gehören weiterführende Artikel oder Links.

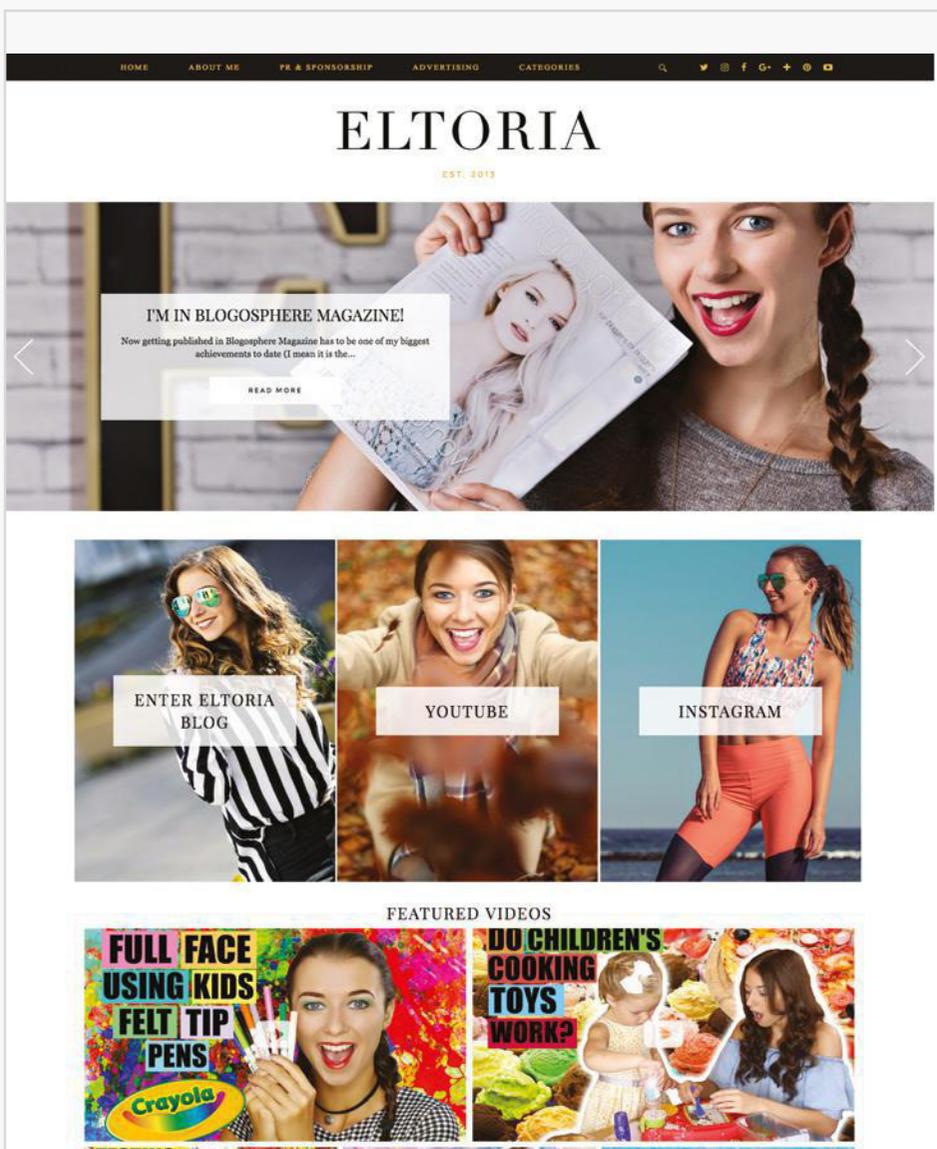




## Kniffe beim Blog-Design

Während etliche Blogs optisch eher unauffällig, ja langweilig gestaltet sind, gibt es andererseits auch eine große Zahl interessanter Gegenbeispiele. Ein sehr schönes, kreativ designtes und auch schon mit Preisen ausgezeichnetes Blog ist das der Engländerin Simone Partner alias Eltoria ([eltoria.com](http://eltoria.com)). Auf ihrem Blog spricht die Mittzwanzigerin über Dinge, die sie interessieren, und Produkte, die sie verwendet, hauptsächlich aus dem Beautybereich.

Der Blog besteht – insofern nichts Ungewöhnliches hier – aus einer Sammlung einzelner Postings, aber durch die gelungene Kombination von Schriftarten, Typographie, Bildern, Layout und Effekten wird es zu etwas Eindrucksvollem. Das Layout der Startseite wird von einem cool gestalteten, schwungvollen Bildwechsler dominiert, der eine Auswahl professioneller Fotos zu Eltorias Themen beinhaltet. Die Schriftarten erzeugen eine stilvolle, klassische Wirkung und die weiteren Abbildungen runden die Gesamterscheinung ab.



## Wo „liegen“ Webseiten?

Man könnte denken, das WWW sei ein mystischer Ort irgendwo „da draußen“, aber de facto müssen die Abermillionen von Webseiten und sonstigen Ressourcen sich ja physikalisch und konkret irgendwo befinden. Das Internet, das die technische Infrastruktur für das WWW und andere Dienste bildet, besteht aus einer riesigen Zahl einzelner Computer, die alle miteinander verbunden sind. Jede Webseite, die Sie mit Ihrem Browser aufrufen können, „liegt“ also im Speicher (etwa auf der Festplatte) irgendeines Rechners auf der Welt.

Eine Webseite ist eine Datei (typischerweise im HTML-Format), die von besagtem Rechner – dem Server – über ein System von Leitungen und Verteilungsknoten an das empfangende Gerät geschickt und dort von einem Browser eingelesen und angezeigt wird. Einen Server kann prinzipiell jeder Internetnutzer selber betreiben, doch die weitaus meisten User bedienen sich hierbei der Dienste eines Webhoster genannten Providers. Der Webhoster stellt den Speicherplatz und die Online-Anbindung der Webseiten zur Verfügung, und der Kunde bezahlt Geld für diese Dienstleistung. Der Webhostingmarkt ist sehr vielfältig und zum Teil auch unübersichtlich. Es gibt viele Anbieter und bei jedem Anbieter wiederum mehrere Tarife, die häufig noch mit anderen Komponenten wie etwa Domainnamen zu Paketen zusammengeschnürt werden.

Welches Angebot für Sie das richtige ist, hängt davon ab, was Sie mit Ihrer Internetpräsenz vorhaben. Ein professioneller Onlineshop benötigt ganz andere Speicherkontingente und Transfervolumen als ein Urlaubs-Blog für die Familie. Eine gute Vorgehensweise ist es, sich zunächst Gedanken über die Minimalanforderungen an das benötigte Webhostingpaket zu machen, diese zu notieren und dann die Websites einiger Provider abzuklappen und zu schauen, welche Preise dort für die jeweils geeigneten Pakete verlangt werden. So bekommen Sie nach und nach einen Überblick und können sich eine Meinung bilden. Abgesehen vom Leistungsumfang der Pakete können aber auch allgemeine Aspekte wie zum Beispiel die Kundenfreundlichkeit eines Webhosters in die Entscheidung einfließen. Vergleichsdienste wie etwa [hostsuche.de](http://hostsuche.de) sind hierfür eine gute Informationsquelle, oder Sie fragen Ihre Freunde und Bekannten, mit welchen Anbietern sie gute Erfahrungen gemacht haben.

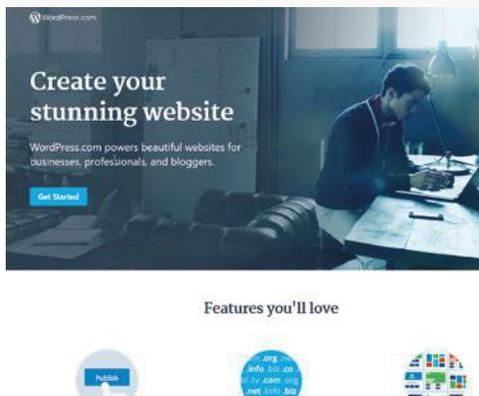
Sehen wir uns die Anforderungen an ein Webhostingpaket etwas genauer an. Der Webspace ist der Speicherplatz, den der Provider Ihnen zur Verfügung stellt, also so etwas wie eine virtuelle Festplatte. Nehmen wir an, Sie betreiben einen Blog mit Texten und einer überschaubaren Anzahl von Bildern, dann würde Webspace in der Größe von 1 GB vermutlich ausreichen. Falls jedoch Multimedia-Inhalte wie Videos oder Musik hinzukommen, stößt man mit 1 GB schnell an die Grenzen und soll-

# Blogs und soziale Medien – eine kleine Einführung



**Joomla! Announcements**  
**Joomla! 3.6.2 Released**  
 Joomla! 3.6.2 is now available. This is a bug fix release for the 3.x series of Joomla!. This release fixes several cloning and session bugs from Joomla! 3.6.1. What's in 3.6.2 Joomla! 3.6.2 fixes a...  
**The Joomla! 3.6.1 Update**  
 During the latest release of Joomla! 3.6.1 an issue emerged, because of a security fix. 3.6.1 in CSRF. Please check to the Joomla! update component as an extra level of security to fix a...  
**Joomla! 3.6.1 Released**  
 Joomla! 3.6.1 is now available. This is a security release for the 3.x series of Joomla!. This risk

Joomla ist eine praktikable Alternative zu WordPress. Sehen Sie sich am besten mehrere Anbieter an, bevor Sie sich für einen entscheiden.



Die WordPress-Plattform ist so populär, dass es sogar schon Merchandisingprodukte dazu gibt.



Auch auf Twitter bloggt man – allerdings im Mikroformat. In der Kürze (von bis zu 140 Zeichen pro Tweet) liegt die Würze.

Platzhirsch ist, gibt es doch auch andere Systeme mit ähnlicher Funktionalität, beispielsweise Joomla oder Drupal. Auf Seiten wie Flavors.me kann man sich eine einfache Web-Visitenkarte anlegen, ohne Vorwissen haben zu müssen. Welche dieser Plattformen man auch nutzt, allen ist gemeinsam, dass sie einen Ort bieten, an dem man seine Meinung, Gedanken und Persönlichkeit zum Ausdruck bringen kann.

Bei Twitter handelt es sich wie bereits erwähnt um einen Mikroblogging-Dienst. Auch hier schreibt man eigene „Blogbeiträge“, jedoch haben diese eine Länge von maximal 140 Zeichen. Die Kurz-Statements werden automatisch an alle Personen verschickt, die dem Verfasser folgen, also dessen Beiträge abonniert haben, sind jedoch auch sonst von jedermann einsehbar. Das Hashtag # wird verwendet, um die Tweets bestimmten Themengebieten oder einem Motto zuzuordnen, was den Leserkreis um diejenigen Personen erweitert, die nach dem entsprechenden Begriff suchen. Twitter nimmt – neben Facebook und Tumblr – einen herausragenden Rang unter den sozialen Netzwerken ein. Es ist außerdem ein sehr nützliches Tool, um Aufmerksamkeit für eigene Projekte zu generieren. Viele Websites sind mit Links zu den sozialen Medien ausgestattet, um es Besuchern einfacher zu machen, über Neuigkeiten der Website auf dem Laufenden zu bleiben.

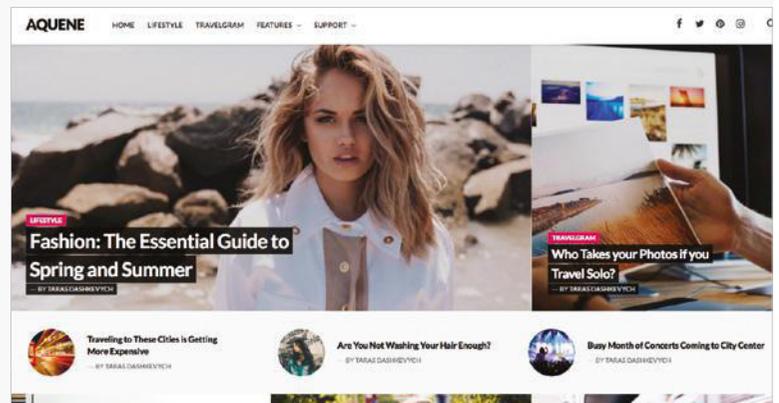
WordPress 4.9 has been downloaded

51,500,928

times

← Back to WordPress.org

Auf WordPress.org gibt es einen Zähler, der den aktuellen Stand der Downloads anzeigt. Diese gehen bei jeder neuen Version der Software in die zig Millionen.



Mit den WordPress-Themes können Sie Ihre Website schick aussehen lassen. Themes dürfen Sie individuell anpassen, sie können aber auch im Handumdrehen ausgetauscht werden.

# Einführung

te sich eher in Richtung 10 GB orientieren. Zumindest vom technischen Aspekt her brauchen Sie sich keine großen Sorgen hinsichtlich des Webspace zu machen, denn dieser lässt sich bei den meisten Webhostern schnell und unkompliziert erweitern – freilich ist dies mit Zusatzkosten verbunden.

ten Sie beispielsweise einen WordPress-Blog einrichten, brauchen Sie dazu mindestens eine Datenbank in Ihrem Webhostingpaket. Für den Betrieb eines Onlineshops sind Datenbanken ebenfalls unerlässlich. Bei einer einfachen Website mit statischen Inhalten benötigt man hingegen eher keine

HTML steht für „Hypertext Markup Language“ und bezeichnet folglich eine Sprache, die mit sogenannten Auszeichnungselementen (Tags) arbeitet und für miteinander verlinkte Texte bestimmt ist. Wer Internetseiten eigenhändig erstellen möchte, kommt zumindest um Basiskenntnisse in HTML nicht herum. Die aktuelle Version der Auszeichnungssprache ist HTML5.

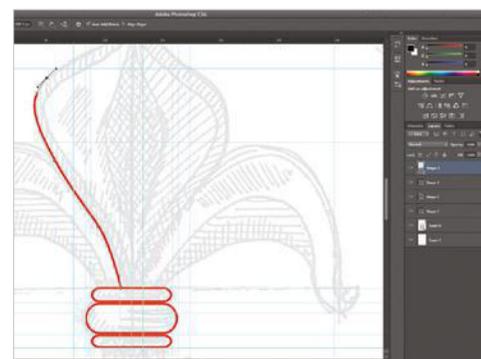
CSS ist die Abkürzung für „Cascading Style Sheets“. Hierbei handelt es sich um eine wichtige Ergänzung zu HTML. Die Idee ist, dass die zugrunde liegende Struktur einer Webseite durch HTML-Tags vorgegeben wird, die konkrete Umsetzung der Struktur in eine visuelle Darstellung (zum Beispiel Schriftarten, Umrandungen oder Hintergründe) jedoch mithilfe von CSS bewerkstelligt wird. Die Trennung dieser beiden Aufgaben hat mehrere praktische Vorteile bei der Erstellung von Webseiten. Die neueste Version von CSS ist CSS3.

Neben HTML und CSS gibt es noch einige andere bedeutsame Werkzeuge. Dazu gehören die Programmiersprachen JavaScript und PHP, mit deren Hilfe man Webseiten dynamisch machen kann, sowie das tabellenbasierte Datenbankverwaltungssystem MySQL.

Um HTML und CSS zu schreiben, genügt prinzipiell ein simpler Texteditor, doch Sie können sich – insbesondere als Neuling – die Arbeit erleichtern, indem Sie spezielle Editoren oder gleich ein ganzes Entwicklungsprogramm wie zum Beispiel Dreamweaver verwenden (mehr dazu auf Seite 19 in diesem Bookazine).

Essenziell ist überdies eine Bildbearbeitungssoftware wie Photoshop, um die Grafiken und visuellen Elemente Ihrer Webseiten gestalten zu können.

Betrachtet werden die Webseiten schlussendlich im Browser, und daher gehören mindestens Firefox, Google Chrome, Safari, Microsoft Edge und der Internet Explorer zum Handwerkszeug des Webdesigners. All diese Browser und teilweise auch deren unterschiedliche Versionen stellen HTML und CSS nämlich auf etwas unterschiedliche Weise dar. Wenn eine Webseite also im Firefox gut aussieht, muss das im Internet Explorer



Mithilfe von Photoshop oder anderen Bildbearbeitungsprogrammen können Sie ansprechende Hintergrundgrafiken erstellen.

## „HTML und CSS sind Hammer und Säge des Webdesigners.“

Ein weiteres wichtiges Kriterium betrifft die Datenübertragung von und zu Ihrem Webspace, also den Traffic. Das monatlich oder in einem anderen Zeitraum anfallende Datenvolumen ist bei vielen Webhostingpaketen begrenzt, häufig wird aber auch eine Flatrate (unlimitierter Traffic) angeboten. Als Anhaltspunkt für das bei Ihnen voraussichtlich anfallende Datenvolumen können Sie die Gesamtgröße der zu Ihrer Website gehörigen Dateien mit der geschätzten Anzahl der monatlichen Besucher Ihrer Seite multiplizieren.

Drittens ist es wichtig zu wissen, ob man die Option benötigt, Datenbanken anzulegen. Möch-

Datenbank, allerdings ist es grundsätzlich – für alle Fälle, sozusagen – empfehlenswert, wenigstens eine Datenbank in seinem Paket zu haben, zumal dieses Feature oft keinen großen preislichen Unterschied bedingt.

### Handwerkszeug

Kommen wir nun zu den Werkzeugen, die Sie benötigen, um die Webseiten, die Sie ins WWW stellen möchten, überhaupt erst bauen zu können. Hammer und Säge des Webdesigners sind HTML und CSS, die grundlegenden Elemente einer normalen Webseite.

## Auf Nummer sicher

Ein Aspekt einer Website, der zu unrecht gerne vernachlässigt wird, ist die Sicherheit. Es gibt ein paar einfache Grundregeln, an die man sich halten sollte. Zunächst ist es empfehlenswert ein möglichst starkes Passwort zu wählen – mit einem Passwort schützt man den Zugriff auf die Website, sei es über das Login zur WordPress-Plattform oder den FTP-Zugang zum Webspace, auf dem die Dateien der Website liegen. Behalten Sie keinesfalls etwaige Standardpasswörter einer Software bei, diese bieten im Grunde gar keinen Schutz. Ihr eigenes Passwort sollte aus mindestens acht Zeichen inklusive Groß- und Kleinbuchstaben, Ziffern und Sonderzeichen bestehen. Auch Benutzernamen sollten nicht zu offensichtlich sein.

Weiterhin sollten Sie Ihre Software aktuell halten. Falls Sie WordPress benutzen, laden Sie die neueste Version zum Installieren herunter und aktualisieren Sie das Programm, wenn ein Update veröffentlicht wird. Das Gleiche gilt für Plugins und Themes. Nicht mehr benötigte Plugins sollten Sie löschen.

Ganz allgemein sollten Sie natürlich auch das Betriebssystem Ihres Rechners und die Antivirensoftware immer aktuell halten und sich durch eine Firewall schützen.



Wählen Sie einen nicht zu offensichtlichen Benutzernamen und ein starkes Passwort.

nicht zwangsläufig genauso sein, und dies sollte während des Entwicklungsprozesses ausgiebig getestet werden. Die meisten neueren Browser interpretieren HTML5 und CSS3 relativ problemlos, allerdings empfiehlt es sich, als Webdesigner im Hinblick auf ältere Browser einige Vorkehrungen zu treffen.

## Verschiedene Ansätze beim Webdesign

Für die Besucher einer Webseite zählt in der Regel nur das, was sie im Browser sehen, und seltener die dahinter stehende Technik. Für Webdesigner ist hingegen sehr wohl relevant, auf welchem Wege sie den Code für eine Webseite erzeugen.

Hier gibt es mehrere Möglichkeiten: Sie können HTML und CSS wie bereits erwähnt mit einem schlichten Texteditor schreiben oder eine spezielle Entwicklungsumgebung à la Dreamweaver nutzen. Oder Sie greifen auf vorgefertigte Bausteine zurück, wie etwa bei den WordPress-Themes. Einen Schritt weiter in Richtung Vereinfachung geht ein – kostenfreies – Angebot wie Wix ([wix.com](http://wix.com)), wo Sie mit einer Art Webseitenbaukasten eine eigene Visitenkarte für das WWW erstellen können. Die Gestaltungsoptionen sind bei einem solchen Service naturgemäß begrenzt, dafür brauchen Sie allerdings keinerlei HTML-Kenntnisse – für ernsthafte Webdesigner ist so etwas jedoch keine wirkliche Alternative.

Auch bei den Webhostingangeboten der Provider sind vielfach HTML-Tools im Preis inbegriffen, dazu gehören etwa templategesteuerte HTML-Generatoren wie NetObjects Fusion. Bei Programmen dieser Art gibt es vordefinierte Elemente, Seiten, Grafiken und Ähnliches, die man in einem logischen Schritt-für-Schritt-Verfahren zusammenbauen kann. Auch sie richten sich eher an unerfahrene Nutzer.

Bei der Option WordPress.com benötigen Sie nicht einmal mehr eigenen Webspace, sondern können nach der Auswahl einer Designvorlage gleich loslegen und haben im Handumdrehen Ihren eigenen Blog online.

Webhosting			
STARTER	BASIC	UNLIMITED PLUS	UNLIMITED PRO
3,99	0,99	6,99	14,99
30 Tage	12 Monate	12 Monate	12 Monate
50 GB Speicher	100 GB Speicher	Unbegrenzt Speicher	Unbegrenzt Speicher
1 E-Mail	10 E-Mails	Unbegrenzt E-Mails	Unbegrenzt E-Mails
1 Datenbank (1 GB SSD)	100 GB Speicher	Unbegrenzt Speicher	Unbegrenzt Speicher
1 Website	1 Website	Unbegrenzt Websites	Unbegrenzt Websites

Es gibt viele Webhoster, und jeder Webhoster bietet überdies unterschiedliche Tarife an. Investieren Sie ein wenig Zeit in die Suche nach dem passenden Angebot.

# Finden Sie Ihren Editor

Um den HTML- und CSS-Code für Ihre Webseiten zu schreiben, brauchen Sie einen Editor, und zum Erstellen der dazugehörigen Illustrationen, eine Bildbearbeitungssoftware. Klingt erst mal simpel, doch es ist wichtig, dass Sie Programme finden, die gut zu Ihren Bedürfnissen und Ihrer Arbeitsweise passen. HTML-Editoren gibt es buchstäblich Hunderte, sowohl freie als auch kostenpflichtige (siehe Seite 19). Auch bei CSS-Editoren ist die Auswahl groß. Ein ganz gewöhnlicher Texteditor würde prinzipiell genügen, aber es gibt auch anspruchsvollere Tools wie etwa Notepad++ ([notepad-plus-plus.org](http://notepad-plus-plus.org)) oder den Rapid CSS Editor ([rapidcsseditor.com](http://rapidcsseditor.com)). Bei der Bildbearbeitung ist Photoshop unter Profis die erste Wahl, aber es ist auch ziemlich teuer. Eine beliebte Alternative ist GIMP ([gimp.org](http://gimp.org)). Neben solchen Einzelanwendungen gibt es auch nützliche Werkzeuge als Zusatzfunktionalitäten innerhalb von Webbrowsern. Bei Firefox beispielsweise gehören Entwickler-Tools, mit denen sich Webseiten analysieren lassen, zur Standardausstattung. Darüber hinaus können Sie Add-ons wie Firebug ([getfirebug.com](http://getfirebug.com)) installieren, die den Browser zum brauchbaren Werkzeug für Webdesigner machen. Das Füllhorn der Hilfsmittel ist damit aber noch lange nicht leer: CSS3 Click Chart ([css3clickchart.com](http://css3clickchart.com)) ist ein tolles Online-Tool, welches Code für CSS3 generiert. Die Initializr-Website ([initializr.com](http://initializr.com)) erstellt nach Ihren

spezifischen Vorgaben ein einfaches HTML5-Template, das Sie anschließend mit Inhalt füllen und weiterentwickeln können. Ein Werkzeug wie der ebenfalls online verfügbare Color Wizard ([colorsontheweb.com/colorwizard.asp](http://colorsontheweb.com/colorwizard.asp)) schließlich ist ein tolles Helferlein bei der Zusammenstellung einer Farbpalette für Ihr Webprojekt.



Auch online sind viele äußerst nützliche Hilfsmittel für Webdesigner verfügbar.



Mit CSS3 Click Chart erzeugen Sie den Code für die neuartigen CSS-Techniken.



Der Color Wizard hilft Ihnen bei der Farbauswahl für Ihre Website.

# Einführung

All diese vorgefertigten, baukastenartigen Lösungen sind jedoch eher für mehr oder minder Unkundige gedacht. Wenn Sie sich ernsthaft als Webdesigner betätigen möchten, sollten Sie daher lieber den steinigere, aber weitaus lehrreicheren Weg einschlagen und eine Webseite von Grund auf erstellen. Schreiben Sie den Code eigenhändig, denn so verstehen Sie ihn auch. Außerdem haben Sie auf diese Weise volle Kontrolle über den Code, da der Quelltext Ihrer Seiten nicht automatisch von einer Software erzeugt wird.

## Die nächsten Schritte

Wenn Sie Ihre Webseiten geschrieben, gestaltet und schließlich auf Ihren Webspace geladen haben, was dann? Was können Sie weiter mit Ihrer Internetpräsenz tun? Nun, ein wichtiger Aspekt ist natürlich, dass Ihre Seiten auch wahrgenommen werden sollten. Für einen Onlineshop und andere

kommerzielle Angebote im WWW ist das natürlich sowieso essenziell, aber auch ein privater Blog, eine Fotoseite oder ein Hobbyprojekt sollte ein gewisses Publikum finden, nicht zuletzt, um den Betreiber zum Weitermachen zu motivieren. Um Aufmerksamkeit für Ihre Website zu bekommen, gibt es diverse Mittel und Wege.

Ein zentrales Element ist der Domainname Ihres Projekts. Dieser sollte mit Bedacht gewählt und dem Inhalt der Seite angemessen sein. Achten Sie dabei auch auf die Stimmigkeit der Corporate Identity. Wenn der Slogan Ihrer Seite „Ich liebe Shopping“ lautet, ist es nicht sehr sinnvoll, die Domain [shoppen-ist-toll.de](http://shoppen-ist-toll.de) dafür zu verwenden.

Zudem sollten Sie Ihre Internetpräsenz google-freundlich machen. Die Google-Suchmaschine wird von über 80 Prozent der WWW-Nutzer weltweit verwendet, also von Milliarden Menschen,

darum ist es wichtig, dass Ihre Webseiten gut von Google indiziert werden können. Dafür sorgen unter anderem Meta-Elemente, Sitemaps und Alt-Texte (Bildbeschreibungen). Google selbst stellt einen Leitfaden für die entsprechenden Maßnahmen zur Verfügung ([bit.ly/KGzh07](http://bit.ly/KGzh07)).

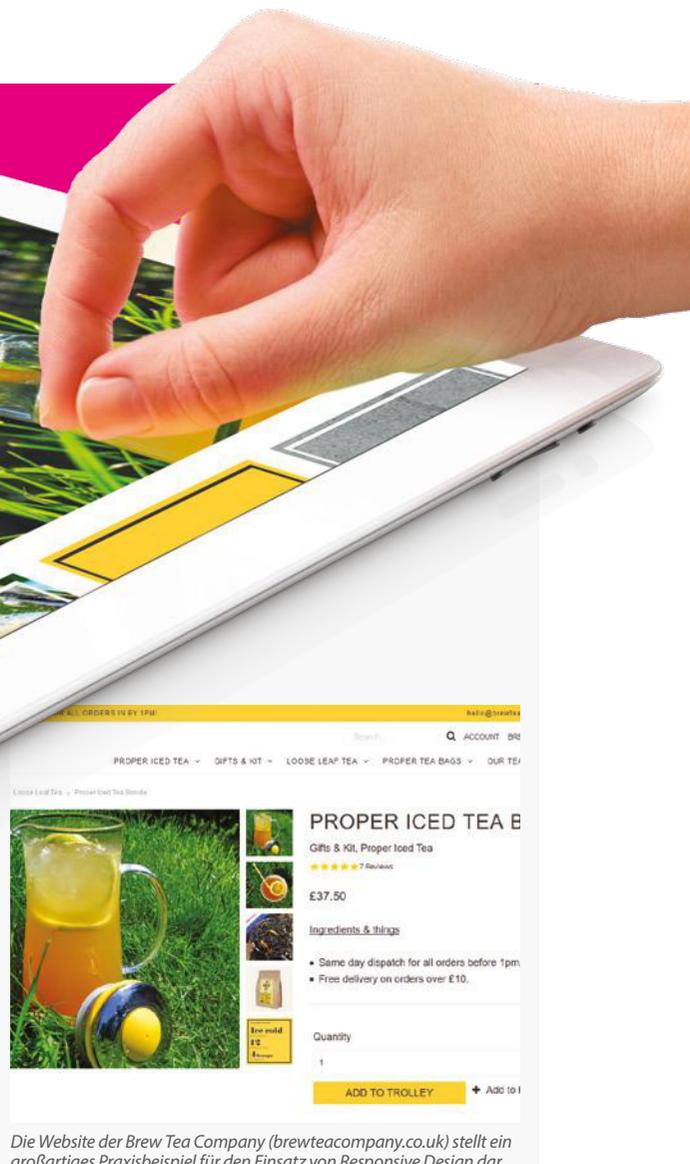
Auch die sozialen Netzwerke wie Facebook oder Twitter eignen sich gut dazu, Ihre Website publik zu machen. Sie können beispielsweise Neuerungen und Aktualisierungen auf Ihrer Seite in den Netzwerken posten.

Am allerwichtigsten ist es jedoch, dass Ihr Internetauftritt interessant ist und gute Inhalte bietet, denn bei einer Website, von der die Leute nichts haben, hilft auf Dauer auch keine Werbung und Suchmaschinenoptimierung.

## Mobilgeräte

Mittlerweile greift man vom Smartphone und Tablet genauso selbstverständlich auf das WWW zu wie vom PC. Dies hat Auswirkungen auf das Webdesign, denn es müssen nun zusätzlich ganz andere Auflösungen als die eines Computermonitors berücksichtigt werden. Ein typisches Smartphone-Display hat eine Breite von 320 Pixeln im Portrait-Modus und 480 Pixeln im Landscape-Modus, während es bei einem Tablet wie dem iPad 768 beziehungsweise 1.024 Pixel sind. PC-Monitore wiederum haben oft eine Auflösung zwischen 1.024 und 1.900 Pixeln in der Breite. An diesen Unterschieden erkennen Sie die Herausforderung, der sich die Webdesigner hier gegenübersehen. Ein möglicher Ansatz ist es, eine zusätzliche Ver-

sion einer bestehenden Desktop-Website speziell für Mobilgeräte zu entwickeln. Allerdings ist dies mit einem höheren Zeit- und Kostenaufwand verbunden als der Ansatz, der stattdessen heute oft verfolgt wird, und dieser nennt sich Responsive Design. Hinter dem Begriff steckt, dass Webseiten sich je nach zugreifendem Gerät anpassen und somit flexibel dargestellt werden. Praktisch funktioniert das Ganze so, dass eine CSS3-Medienabfrage die Displaybreite des Geräts ermittelt.

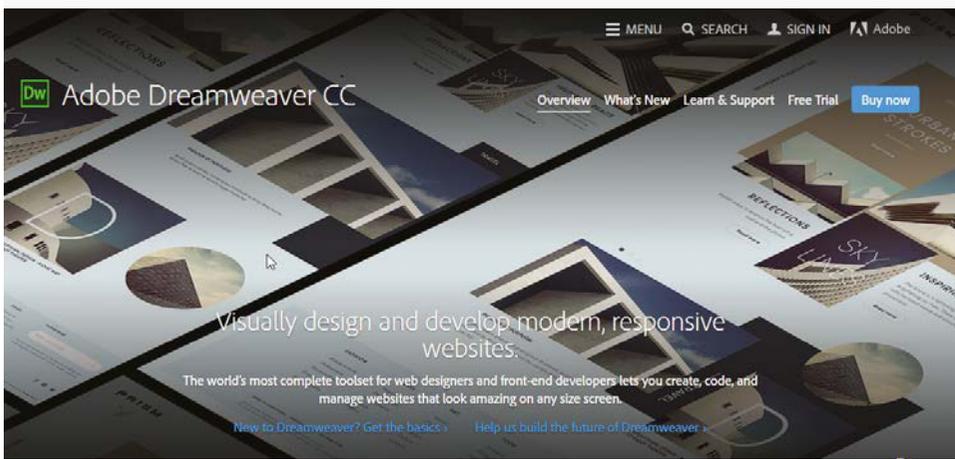


Die Website der Brew Tea Company ([brewteacompany.co.uk](http://brewteacompany.co.uk)) stellt ein großartiges Praxisbeispiel für den Einsatz von Responsive Design dar.



Denken Sie sich etwas Tolles für das Design Ihrer Website aus, um Ihre Besucher zum Wiederkommen zu animieren.

## Welche Software empfiehlt sich?



Da HTML- und CSS-Code nur aus alphanumerischen Zeichen (inklusive Sonderzeichen) besteht, kann man ihn problemlos mit einem gewöhnlichen Texteditor wie zum Beispiel Notepad auf dem Windows-PC oder TextEdit auf dem Mac schreiben. Allerdings bieten solche Editoren keine Hilfestellungen beim Coden an, denn Strukturelemente wie die Tags werden nicht optisch hervorgehoben. Dennoch ist gerade dieses Arbeiten „zu Fuß“ eine tolle Schule, denn man ist gezwungen, den Code, den man schreibt,

wirklich zu verstehen. Auch ist das HTML, das man auf diese Weise schreibt, oft sauberer und entschlackter als von Webdesignsoftware automatisch generierter Code.

Jenseits reiner Texteditoren gibt es spezielle HTML-Editoren, die immer noch mehr oder minder schlicht gehalten sind, jedoch die Syntax des Codes hervorheben, bei der Erzeugung von Basiscode assistieren und so weiter. Wie die reinen Texteditoren sind auch viele HTML-Editoren gratis verfügbar, es gibt aber auch kostenpflichtige Programme.

Teurer, aber auch mit wesentlich größerem Funktionsumfang ausgestattet sind High-End-Pakete wie etwa Adobe Dreamweaver. Diese Software arbeitet nicht mehr nur mit einem Text-

Interface, sondern stellt eine umfangreiche Entwicklungsumgebung zur Verfügung. Zu den im Lieferumfang enthaltenen Werkzeugen zählen vorgefertigte Templates, Code-Widgets, Syntaxhervorhebung, Mehrfachansichten und Instant-Code-Generierung.

Wir empfehlen Ihnen, sich zunächst einige kostenfreie HTML-Editoren näher anzusehen und dann zu entscheiden, ob Sie leistungsfähigere Programme für Ihr Webdesign benötigen.

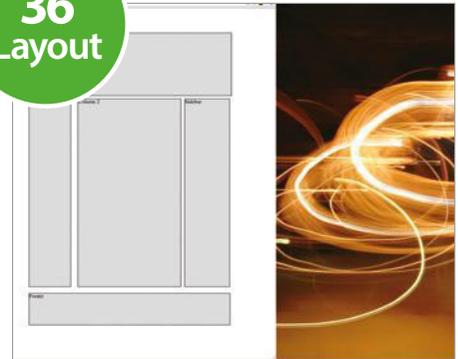
# Websites erstellen

- 22** Eine Einführung in HTML  
Die grundlegende Sprache des WWW
- 28** Ein Grundlayout anfertigen  
Gerüst für eine zweispaltige Webseite
- 30** Verknüpfung programmieren  
Links zu anderen Seiten und Adressen
- 32** Listen auf einer Webseite  
Geordnete und ungeordnete Listen
- 34** Das div-Element  
Eigenschaften von divs, Klassen und IDs
- 36** Ein dreispaltiges Layout  
Kombinieren Sie das bisher Erlernte
- 40** Eine Einführung in CSS  
Die Design-Geheimwaffe für Webseiten
- 46** Die Seite zentrieren  
Volle Kontrolle über die Gestaltung
- 48** Text- und Überschriften-Stile  
CSS-Regeln für Textelemente
- 50** Übersichtlichkeit dank Listen  
Gestalten Sie Listen mittels CSS
- 52** Von Liste zu Navigationsleiste  
Erstellen Sie eine sehenswerte Navigation
- 54** Bilder mit CSS formatieren  
Wie und wo Bilder angezeigt werden
- 56** Ein zweispaltiges Layout  
Gestalten Sie flexible Seitenlayouts
- 60** Effektive Kopfzeilen  
Ansprechend, aufgeräumt, nutzerfreundlich
- 64** Praktische Randleisten  
Seitenleiste als Ausgangspunkt für Inhalte
- 68** Der Inhalt Ihrer Webseite  
So geben Sie der Seite passenden Content
- 72** Die Fußzeile  
Das gelungene Finale Ihrer Webseite

**22**  
HTML



**36**  
Layout



**40**  
CSS



**54**  
Bilder

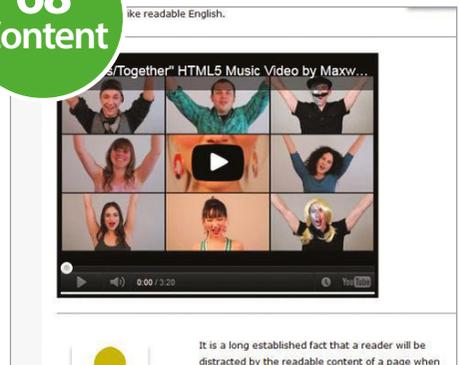


„Da HTML der zentrale Baustein von Webseiten ist, sollten Sie es als Erstes lernen.“

## IN DIESEM KAPITEL ...

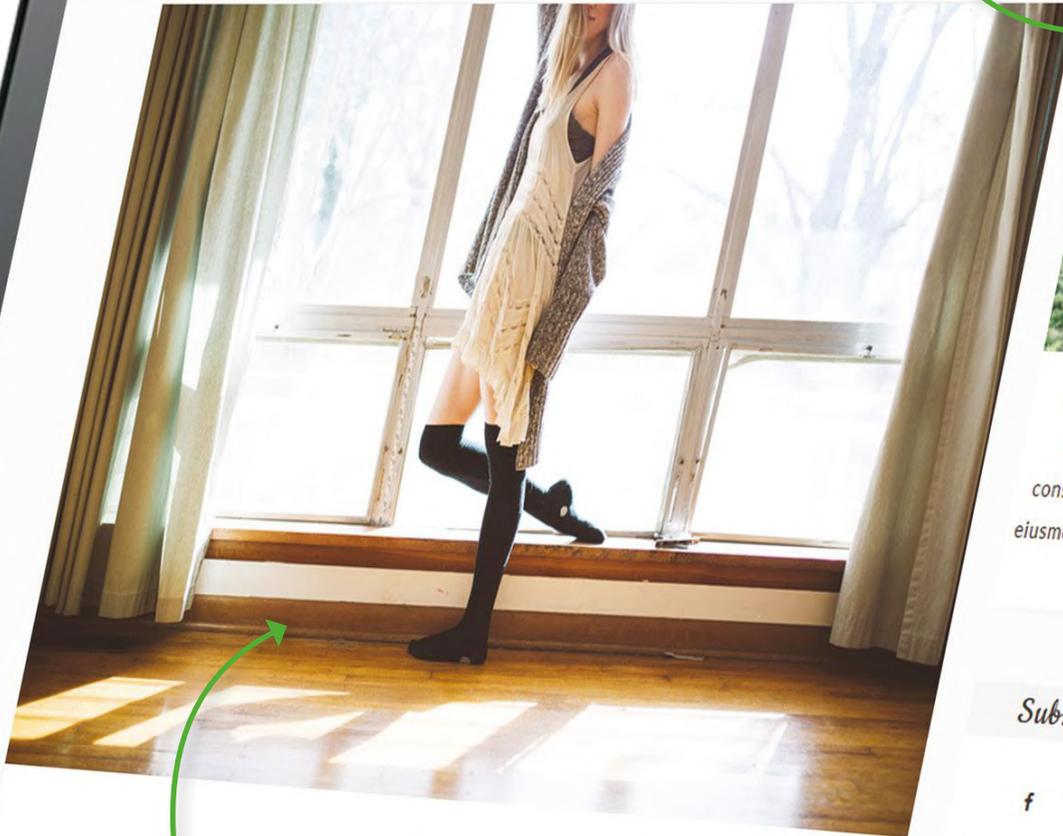
In diesem Kapitel erfahren Sie, wie Sie Ihre ersten Webseiten programmieren. Die Übersichtsartikel erläutern die Grundlagen von HTML und CSS sowie deren Einsatzgebiete. Die Anleitungen stellen beliebige Layouts wie die zweispaltige oder dreispaltige Seitenaufteilung vor und erklären die Bestandteile einer Webseite.

**68**  
Content



## WIRKUNGSVOLLE KOPFZEILE

Wie Sie sinnvolle und übersichtliche Kopfzeilen gestalten.



Say Hello



LIFESTYLE PHOTOGRAPHER

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore.

Subscribe & Follow



Categories

Fashion

Life Style

Music

## GUTE INHALTE

So präsentieren Sie den Content Ihrer Webseiten.

TRAVEL

Noel Gallagher to Host New Radio Show

2016

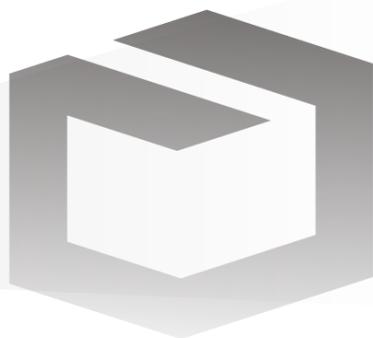
Proin eros est, a... molestie sem eros, at imperdiet lacus cursus vitae.  
In eget sem et dolor suscipit aliquet eu quis ligula. Proin commodo id odio molestie volutpat. Nullam tempus  
viverra elit. Duis odio augue, blandit ut risus sit amet, aliquet faucibus urna. Vivamus at justo neque. Maecenas

MacBook Pro

## SEITENLEISTE

Erfahren Sie, wie Sie eine Randleiste erstellen und optimal einsetzen.





# Eine Einführung in HTML

Die Hypertext Markup Language (HTML) bildet die Grundlage des World Wide Web (WWW). Die Sprache beschreibt den Aufbau, die Inhalte und die Querverbindungen aller Webseiten und eröffnet Webdesignern nahezu unbegrenzte Möglichkeiten, ihre Kreativität zu entfalten.

**W**ebseiten bestehen in der Regel aus einer oder mehreren Dateien, die von einem Webserver auf den Computer oder das Mobilgerät eines Seitenbesuchers heruntergeladen werden. Der Webbrowser interpretiert die Seiten und zeigt sie schließlich auf dem Bildschirm des Gerätes an. In ihrer einfachsten Form ist eine Webseite lediglich eine Textdatei mit den darzustellenden Wörtern sowie mit Instruktionen, wie mit den Wörtern zu verfahren ist. Diese Instruktionen sind Bestandteil von HTML, der Sprache des WWW.

HTML, die Hypertext Markup Language, ist das Fundament einer Webseite. Es handelt sich um eine Auszeichnungssprache, die leicht zu erlernen und von Mensch wie Maschine gleichermaßen lesbar ist. Der Begriff Auszeichnungssprache beinhal-

tet, dass die Bestandteile des Dokuments mithilfe besonderer Markierungen näher beschrieben, also „ausgezeichnet“ werden. Wenn Sie beispielsweise möchten, dass ein bestimmter Textabschnitt kursiv angezeigt werden soll, dann versehen Sie diesen mit einer Anweisung zur Kursivierung.

## Ausgezeichnet

Bei HTML werden Auszeichnungen auch als „Tags“ bezeichnet. Diese bestehen aus der eigentlichen Anweisung, welche zwischen einem Kleiner-als- und einem Größer-als-Zeichen steht. So wird beispielsweise ein Textabsatz (englisch: Paragraph) mit dem Tag `<p>` eingeleitet. Ein Webbrowser versteht die Bedeutung all dieser Tags und stellt die Inhalte der HTML-Datei entsprechend formatiert dar. Ein

`<p>` formatiert einen Inhalt als Absatz, `<strong>` zeigt Text in Fettschrift an und `<em>` (für „Emphase“, also Nachdruck) stellt Text kursiv dar. Da all diese Auszeichnung aus gewöhnlichen Buchstaben bestehen und inmitten einfacher Texte platziert werden, lassen sich HTML-Dateien mit einem beliebigen Texteditor erstellen und bearbeiten.

## Was ist Hypertext?

Und was ist nun unter Hypertext-Auszeichnung zu verstehen? Die Grundidee ist folgende: Eine Textmenge wird in einzelne Abschnitte zerlegt, die gegenseitig aufeinander verweisen. Die Gesamtheit dieser Texte und der – Hyperlinks genannten – Querverweise ergibt zusammen den Hypertext. Im Fall des WWW sind diese Textabschnitte die einzel-

# Websites erstellen



Chrome



Firefox



Edge



Konqueror



Opera



Safari

HTML ist die Sprache des WWW. Sie wird von jedem Browser auf jedem Betriebssystem verstanden.



Webseiten basieren auf HTML, CSS und JavaScript.

nen Webseiten und die Hyperlinks die darin enthaltenen, klickbaren Verweise auf weitere Webseiten.

Eine Webseite besteht nicht notwendigerweise nur aus einer einzigen HTML-Datei. Stattdessen kann die HTML-Datei zusätzliche Dateien anfordern, beispielsweise weitere Texte, Bilder, Videos oder Audiodateien. Außerdem werden oftmals, für den Betrachter unbemerkt, Skripte und Stilvorlagen geladen, die für ein besseres Design und eine erweiterte Interaktivität zuständig sind. Um dies zu ermöglichen, untersucht der Webbrowser die HTML-Datei auf Verknüpfungen zu externen Dateien. Findet er solche Verknüpfungen, so fordert er die Dateien beim jeweils zuständigen Server an und bettet sie an der richtigen Stelle ein. Das Endergebnis ist eine einzelne angezeigte Seite, die aber aus mehreren, manchmal Hunderten von Einzeldateien zusammengesetzt sein kann.

## HTML-Dokumente erkennen

Im Laufe der Zeit werden Sie in der Adressleiste Ihres Browsers unterschiedlichste Dateitypen entdecken: Diese tragen die Dateiendungen .htm oder .html, aber auch .cfm, .php, .asp oder .aspx. Manche Seiten haben gar keine erkennbare Dateibezeichnung.

Aus der Sicht des Webbrowsers handelt es sich bei all diesen Dateien um normale HTML-Dokumente. Die Dateiendungen weisen jedoch darauf hin, wie die jeweilige Datei erstellt wurde. Im Fall von .htm oder .html handelt es sich meist um Dateien, die in exakt dieser Form auf einem Webserver zum Download bereitstehen. Die anderen Dateiendungen stehen für Dateien, die speziell für die konkrete aktuelle Anfrage des Browsers erstellt wurden – ein auf dem Server laufendes Programm hat die Inhalte zusammengestellt, um Ihnen eine auf Sie persönlich zugeschnittene Seite zu präsentieren.

Dieses Programm kann ein kleines Skript sein, es kann sich aber auch um eine umfangreiche Anwendung samt Datenbank, Verbindung zu sozialen Medien und Warenkorb handeln. All diesen Programmen ist gemein, dass sie anhand der Seitenanforderung und weiteren Informationen ein HTML-Dokument erstellen und an den Browser senden.

Da diese serverseitige Logik stets einen HTML-Text produziert, kann jeder beliebige Browser das Ergebnis anzeigen. Und da der Browser nur HTML kennen muss, ist es völlig egal, auf welchem Betriebssystem er läuft und welche Technik ein Server verwendet. Gleichermäßen braucht ein Webdesigner nur die

## Was ist HTML5?



HTML5 macht es leichter, einer Seite neue Inhalte hinzuzufügen.

HTML5 ist die jüngste Version der HTML-Spezifikation. Die Entwicklung wird vom World Wide Web Consortium (W3C) beaufsichtigt und wurde im Oktober 2014 als Spezifikation vorgelegt. HTML5 führt neue Funktionen für multimediale Inhalte sowie für die semantische Beschreibung einzelner Seitenelemente ein. Dies führt implizit zu vergleichsweise barrierefreien Webseiten. Eines der Ziele des W3C ist die Abwärtskompatibilität: Alte Seiten sollen in neuen Browsern funktionieren, alte Sprachelemente mit neuen koexistieren (oder einfach ignoriert werden). Die Kompatibilität erlaubt Webdesignern, die neuen Funktionen nicht zu nutzen, sodass semantisches und barrierefreies Web bestenfalls in ferner Zukunft Wirklichkeit werden.

„Semantisches und barrierefreies Web werden wohl erst in ferner Zukunft Wirklichkeit.“

In den letzten Jahren ist das Internet immer schneller geworden und ermöglichte den Transfer hochwertiger Videos; YouTube und Vimeo haben unsere Wahrnehmung des Web völlig verändert. Vor HTML5 war Flash die einzige zuverlässige Möglichkeit, Videos in Webseiten einzubinden. Sowohl YouTube als auch Vimeo verwenden noch immer Flash, ersetzen die proprietäre Adobe-Technik aber Schritt für Schritt durch das leichtgewichtigeren <video>-Tag von HTML5. Der Umstieg wird erst beendet sein, wenn alle tatsächlich verwendeten Browser das <video>-Tag unterstützen.

Grundlagen von HTML zu erlernen, um die – möglicherweise von einem Serverprogramm bereitgestellten – Inhalte ansprechend aufzubereiten und auf jedem Rechner der Welt verfügbar zu machen.

und dem iPhone. Zwar handelt es sich bei HTML5 streng genommen nur um die fünfte Version der Hypertext Markup Language, doch im Sprachgebrauch der Marketingabteilungen und der Presse

## „Alle Browser verstehen dieselbe Auszeichnungssprache und ermöglichen so das WWW.“

### Wer erfand HTML?

Die Anfänge des Internets als technische Struktur reichen bis in die 1960er-Jahre zurück. Noch Mitte der 1980er-Jahre waren nur einige Tausend Rechner miteinander vernetzt. Dabei verwendete jeder Server eine eigene Software, eigene Protokolle und eigene Methoden, um seine Daten anderen Rechnern bereitzustellen.

Zu dieser Zeit arbeitete Tim Berners-Lee am CERN, der Europäischen Organisation für Kernforschung, in Genf. Er erkannte, dass Standards für die Netzwerkkommunikation sowie für die netzwerkübergreifende Informationsdarstellung große Vorteile mit sich bringen würden. Anstatt jedoch ein solches System von Grund auf neu zu erstellen, entwickelte er ein sehr einfaches Übertragungsprotokoll namens HTTP (Hypertext Transfer Protocol), das die zwei Nachrichtentypen „Anfrage“ und „Antwort“ spezifiziert sowie Methoden für Dateianforderungen und Datenspeicherung definiert.

Zusätzlich entwickelte Berners-Lee basierend auf der Auszeichnungssprache SGML die Hypertext Markup Language HTML sowie eine Software, die diese HTML-Dateien auch anzeigen kann. Damit überzeugte er seine Kollegen, ihre Texte mit einfachen HTML-Formatierungen und vor allem mit Querverweisen zu versehen. Diese Querverweise waren der Anfang des heutigen WWW, das Mitte der 1990er-Jahre auch der breiteren Öffentlichkeit bekannt wurde und sich schließlich explosionsartig verbreitete. HTML wurde seit seinen Anfängen beständig weiterentwickelt und ist mit seiner aktuellen Version HTML5 sozusagen erwachsen geworden.

### Neu und besser: HTML5

In den letzten Jahren ist der Begriff HTML5 immer geläufiger geworden, nicht zuletzt dank Steve Jobs

steht der Begriff meist für die Dreifaltigkeit von HTML5, CSS3 und JavaScript. Erst dieses Dreiergespann ermöglicht die schönen, benutzerfreundlichen und interaktiven Webseiten, die sich immer mehr durchsetzen.

HTML5 hat immer noch große Ähnlichkeit mit seinen Vorgängerversionen. Dank neuer Tags lässt sich nun aber genauer beschreiben, welche semantische Bedeutung ein bestimmter Inhalt hat. Außerdem ist für die Audio- und Videowiedergabe nun kein externes Programm oder Browser-Plugin mehr notwendig. Sogar pixelgenau platzierte Grafiken sind mit HTML5 möglich, was wiederum den Programmieren von Browserspielen zugutekommt.

Vorher waren Browser Spiele und ähnlich anspruchsvolle Browseranwendungen nur mithilfe des Flash-Plugins möglich. Da Flash sich aber immer wieder als Sicherheitslücke erweist, eine hohe CPU-Belastung mit sich bringt und zudem den Akku mobiler Geräte gierig leersaugt, gewann HTML5 unter den Geräteherstellern schnell Freunde. Insbesondere Apple warb für HTML5, CSS3 und JavaScript. Man verbannte Flash von iPod, iPhone und iPad. Dank der großen Beliebtheit dieser Geräte sahen sich nun viele Webdesigner gezwungen, ihre Flash-Seiten auf HTML5 umzustellen.

### Was ist Semantik?

Das HTML-Format ist sehr flexibel: Neben den drei vorgeschriebenen Tags `<html>`, `<head>` sowie `<body>` können Webdesigner beliebig viele und beliebig strukturierte Inhalte in die Datei schreiben. Dies ist zunächst sehr bequem, da der Browser die Daten schon „irgendwie“ anzeigen wird. Andererseits führt diese Bequemlichkeit schnell zu unstrukturierten, unaufgeräumten und kaum noch zu wartenden Informationsansammlungen. Ist es erst ein-

# HTML im mobilen Internet

Wenn Sie mit einem Mobilgerät im Internet surfen, werden Sie gelegentlich bemerken, dass eine Seite ganz anders aussieht, als Sie es von Ihrem Desktop-Rechner gewohnt sind. Die an die kleineren Bildschirme angepassten Varianten verwenden meist dieselbe HTML-Datei wie die „große“ Variante. Der wesentliche Unterschied liegt in den gerätespezifischen CSS-Stilen, also der individuellen Darstellung jedes einzelnen Elements. Für die Entwicklung mobiler Seiten sind daher keinerlei spezielle Kenntnisse oder Programmiersprachen nötig – umso mehr sollten Sie sich aber Gedanken darüber machen, welche Informationen Sie den Besuchern präsentieren, welche gemeinsame Seitenstruktur dies erfordert und welche Gestaltung jeweils angemessen ist.

Die optische Anpassung an Mobilgeräte erfolgt meist auf zwei Arten: Entweder wird die komplette Seite in einem für kleine Bildschirme optimierten Design angezeigt, oder es werden einzelne Elemente der Desktop-Variante ausgeblendet. Der erste Ansatz geht davon aus, dass ein mobiler Besucher zwar einen kleineren Bildschirm hat, aber dennoch die gleichen Inhalte wie an seinem Schreibtisch-Rechner sehen will. Der zweite Ansatz unterstellt, dass ein mobiler Besucher genau weiß, was er sucht, und dass er dieses Ziel (wie etwa beim Kauf einer Zugfahrkarte) möglichst schnell erreichen möchte.



Webseiten für Mobil- und Schreibtischgeräte verwenden dasselbe HTML, aber die CSS-Stile wurden angepasst.



Sobald Sie HTML beherrschen, können Sie Webseiten für iPhone, Android und sogar Facebook erstellen.



Apples Website belegt eindrucksvoll, was mit HTML, ein wenig Skript und gutem Design alles möglich ist.

# Websites erstellen



Die HTML5-Spezifikation wird vom W3C vorangetrieben. Die Organisation kümmert sich um die Einhaltung von Webstandards.

mal soweit gekommen, dann können auch die für den kommerziellen Erfolg einer Website notwendigen Suchmaschinen nicht mehr wichtige von unwichtigen Informationen unterscheiden.

Das führt seit wenigen Jahren dazu, dass man sich auf die Anfänge zurückbesinnt und Seiteninhalte mit semantischen Tags auszeichnet. Semantik ist die Bedeutungslehre und das heißt in unserem Fall, dass ein Tag nicht die Gestaltung des Elements oder den physischen Seitenaufbau beschreibt, sondern lediglich die logische Bedeutung des Elements.

Beispielsweise sollen Inhalte nach Art und Wichtigkeit ausgezeichnet werden. Ein `<h1>`-Tag ist daher der wichtigsten Überschrift vorbehalten, `<h2>`-Tags den weniger wichtigen Überschriften und so weiter. Übertragen auf ein Buch wäre etwa `<h1>` der Buchtitel und `<h2>` eine Kapitelüberschrift. Dies beschreibt die Bedeutsamkeit eines Elements und erfreut nicht nur Suchmaschinen, sondern semantische Auszeichnungen ermöglichen es auch Lesegeräten, die Seiteninhalte für Sehbehinderte richtig aufzubereiten oder per Sprachcomputer vorzulesen.

Vor HTML5 wurden zusammengehörnde Elemente in `<div>`-Tags gruppiert. Da ein `<div>` weder eine optische noch eine semantische Bedeutung hat, kann ein Computer kaum erkennen, ob es die Menüleiste, eine seitlich platzierte Werbeanzeige oder den eigentlichen Seiteninhalt beschreibt. Mit neuen, semantisch orientierten Tags löst HTML5 dieses Problem: Beispielsweise ist der `<nav>`-Tag für Menüs gedacht, der `<header>`-Tag für Kopfzeilen und der `<article>`-Tag für Artikel. Da HTML5 noch nicht von allen Browsern vollständig implementiert (und der HTML5-Standard noch nicht final verabschiedet) ist, werden wir aber noch längere Zeit mit `<div>` leben müssen.

## Was wird aus Flash?

Wie bereits angesprochen, war Adobe Flash der De-facto-Standard für animierte Elemente, Video und Audio. Flash läuft als Browser-Plugin, es ist also ein separates Programm und wird, sobald ein HTML-Dokument dies anfordert, innerhalb des Browsers gestartet. Da das Plugin gerne einmal abstürzte, vor allem aber wegen seiner mangelnden Touch-Unterstützung lieferte Apple sein



HTML5 ermöglicht es, Audio- und Videodateien ohne Zuhilfenahme eines Plugins in eine Webseite einzubinden. In Kombination mit CSS sorgt dies für eindrucksvolle Effekte.

iPhone ohne Flash aus. Dies führte in kurzer Zeit zu einer gewissen Abkehr von Flash und zum Siegeszug von HTML, CSS und JavaScript.

Wo interaktive Diashows bislang mit Flash erzeugt wurden, führt nun eine Kombination aus HTML, CSS und JavaScript zu den gleichen Ergebnissen. Dennoch ist Flash aus dem heutigen Web noch nicht wegzudenken und bleibt die bevorzugte Methode, Videos im Browser anzuzeigen.

`<font>`-Tag die in einem bestimmten Bereich zu verwendende Schriftart. Als Webseiten immer umfangreicher wurden und eine einzige Änderung der gewünschten Schriftart an Hunderten von Code-Stellen vorzunehmen war, wurde die Stylesheet-Sprache CSS vorgestellt. CSS ermöglicht die Trennung von Inhalt und Design. Dies führt dazu, dass eine Schriftart idealerweise nur an einer einzigen Stelle geändert werden muss. Konse-

## „Die Entwicklung von HTML hat kein absehbares Ende.“

Auch Spiele sind einfacher in der Adobe-eigenen Programmiersprache ActionScript zu schreiben als im spröden JavaScript.

Sobald alle Browser den HTML5-Standard komplett umsetzen, werden Videos aber ohne Flash auskommen. Und spätestens zu diesem Zeitpunkt stehen Programmierwerkzeuge zur Verfügung, die es mit ActionScript und anderen professionellen Umgebungen aufnehmen können. Das Ende von Flash auch im Video- und Spielebereich dürfte damit besiegt sein.

## HTML: Funktion, nicht Form

In seinen ersten Versionen enthielt HTML zahlreiche Tags, mit der die Darstellung eines Elements festgelegt wurde. Beispielsweise bestimmte das

quenterweise enthält eine HTML-Datei dann keinerlei Designinformationen mehr, womit sie lediglich die Seitenstruktur und die anzuzeigenden Inhalte definiert.

## Wohin geht die Reise?

Die Entwicklung von HTML hat kein absehbares Ende. Technische Fortschritte werden weitere Verwendungsmöglichkeiten eröffnen, neue Geräte zusätzliche Anforderungen an die Auszeichnungssprache stellen. Eine Nachfolgerversion zu HTML5 wird aber wohl noch etliche Jahre auf sich warten lassen. Für Webdesigner ist das eine gute Nachricht: Der heute programmierte HTML-Code wird über einen extrem langen Zeitraum fehlerfrei funktionieren.

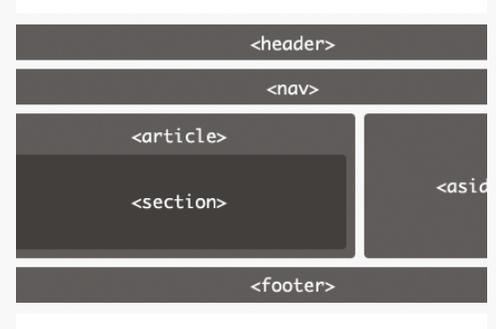
# Häufige HTML-Tags



Das **<h1>-Tag** ist eines von sechs Überschriftenelementen (<h1> bis <h6>). Es markiert das „wichtigste“ Element einer Seite oder eines Abschnitts und entspricht in seiner Bedeutung einem Buchtitel.



Das **<p>-Tag** ist eines der am meisten missverstandenen Tags im heutigen Web. Es dient dazu, einen Textabsatz zu identifizieren. Es ist nicht dafür gedacht, einzelne Wörter zu markieren.



Das **<article>-Tag** wird verwendet, um mehrere Elemente als zusammengehörige Teile eines einzelnen Artikels zu markieren. Ein Artikel kann aus Kopfzeilen, Textabsätzen, Bildern und vielen anderen Elementen bestehen.



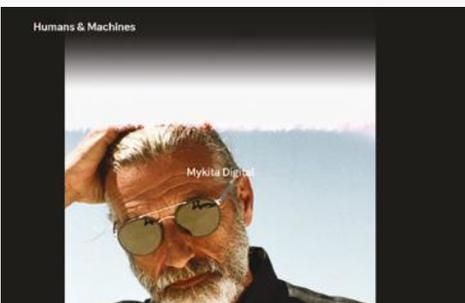
Das **<section>-Tag** ist ebenfalls neu bei HTML5. Es dient dazu, eine Seite in einzelne logische Sektionen zu gliedern. Eine Sektion kann ein einzelnes Element, aber auch eine Gruppe zusammengehöriger Elemente sein. Es hat keinerlei Einfluss auf die Darstellung.



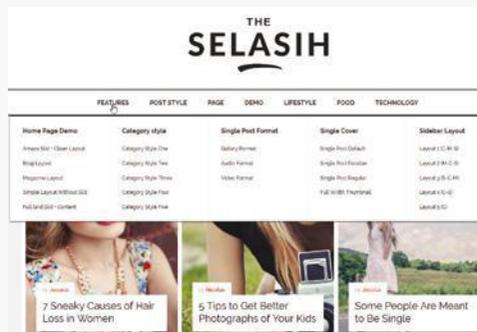
Das **<a>-Tag** ist definitiv das wichtigste aller Tags: Es macht eine Seite zum Teil des WWW. Dazu verweist es auf andere Webseiten oder auf eine Position innerhalb der aktuellen Seite. Ohne <a>-Tag müssten Sie alle Webadressen auswendig lernen.



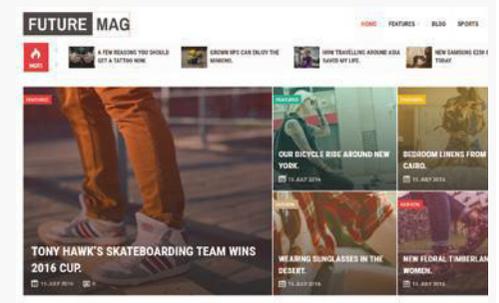
Das **<aside>-Tag** ist ebenfalls als Hinweis an Suchmaschinen, aber auch an Designer zu verstehen: Es identifiziert Inhalte, die nicht direkt mit dem eigentlichen Seiteninhalt verwandt sind. Das Tag wird meist für Zusatzinformationen in Seitenleisten genutzt.



Das **<header>-Tag** markiert denjenigen Bereich der Seite, der den Kopfbereich enthält. Bei einer Webseite umfasst dies normalerweise ein Logo und das Navigationsmenü. Innerhalb des <article>-Tags enthält es meist eine Überschrift und ein Aufmacherbild.



Das **<nav>-Tag** markiert einen Bereich, der für die Navigation zuständig ist. Typischerweise enthält er eine ungeordnete Liste (mittels <ul>-Tag), die wiederum etliche Listenelemente mit jeweils einem <a>-Tag umfasst.



Das **<img>-Tag** lädt ein Bild in eine Seite. Es akzeptiert etliche Attribute, welche die Größe und Positionierung des Bildes bestimmen. Für sehbehinderte Nutzer oder für den Fall der Nichtverfügbarkeit sieht das <img>-Tag eine Beschreibungstext vor.

## Ein Grundlayout anfertigen

So schreiben Sie mit HTML5 ein Grundgerüst für eine zweiseitige Webseite.

In diesem Tutorial erstellen wir ein HTML5-Layout für eine einfache Website. HTML mag zunächst verwirrend aussehen, tatsächlich aber gibt es nur relativ wenige Code-Elemente, die Sie kennen müssen. Einige grundlegende Bausteine wie `<div>` werden Sie regelmäßig einsetzen, andere wie beispielsweise `<caption>` dürften eher selten Verwendung finden.

Wenn Sie in der Vergangenheit bereits mit HTML4 Seiten erstellt haben, dann können Sie sich sofort heimisch fühlen und sich auf die neuen Tags stürzen. Sollten Sie bislang noch keinerlei Erfahrung mit HTML

haben, dann blieb Ihnen viel Arbeit erspart – HTML ist verständlicher denn jemals zuvor: HTML5 hat etliche Elemente eingeführt, die dem Schreiber und dem Browser gleichermaßen den Code verständlicher machen. `<header>` und `<footer>` beispielsweise beschreiben die häufig verwendeten Bereiche am oberen oder unteren Seitenende. Nach wie vor ist es wichtig, jedes geöffnete Tag auch wieder zu schlie-

ßen: Ein öffnendes Tag wie `<beispiel>` benötigt stets ein schließendes Tag wie `</beispiel>` – beachten sie das „/“. Jedes zwischen diesen Tags enthaltene Element wird als „Kind“ betrachtet. Dies wird wichtig, wenn Sie sich später mit CSS und JavaScript befassen. Aber zunächst öffnen Sie den Texteditor Ihrer Wahl – NotePad unter Windows oder TextEdit auf dem Mac – und fangen einfach an!

„Es gibt es nur relativ wenige Code-Elemente, die Sie kennen müssen.“

## Ein schlichtes zweiseitiges Layout

Die Bauteile des Grundgerüsts einer einfachen Website

### Das `<head>`-Tag

Das `<head>`-Tag bleibt dem normalen Seitenbesucher verborgen und enthält CSS-Styles für den Browser sowie Metadaten für Suchmaschinen.

### Die Kopfzeile

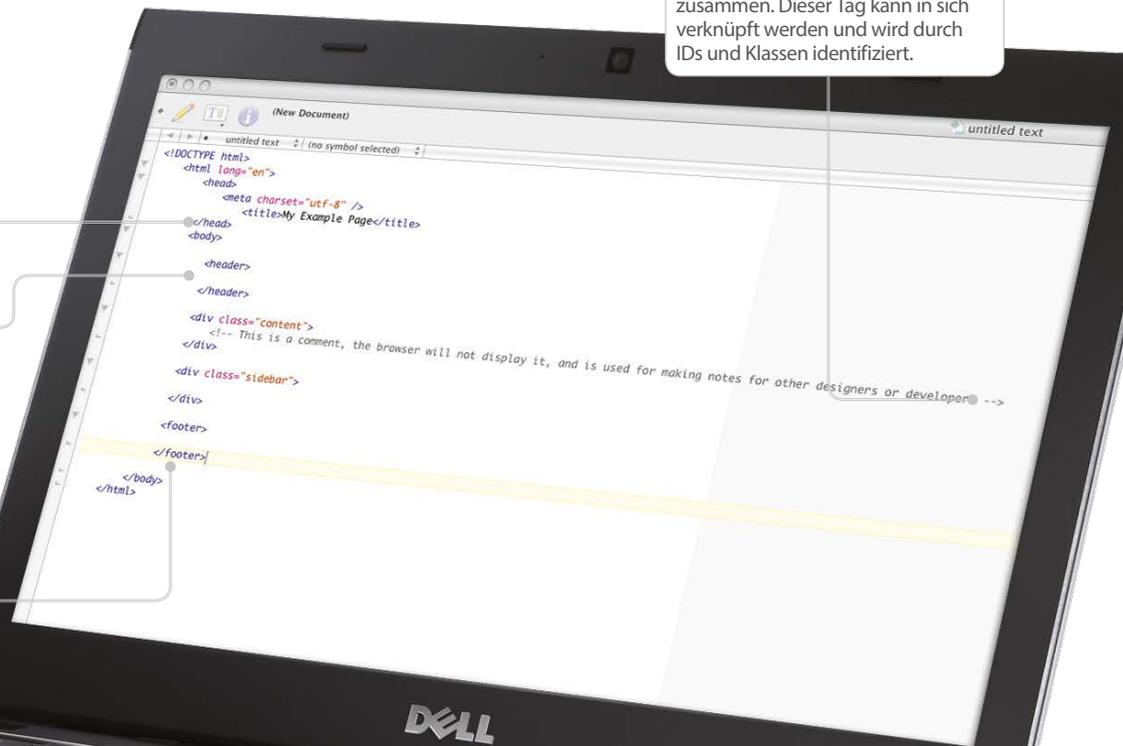
Der `<header>` unterscheidet sich von `<head>`, indem er im `<body>`-Tag enthalten ist und daher vom Browser angezeigt wird. Der `<header>` enthält normalerweise ein Logo sowie die Navigation und ein ansprechendes Hintergrundbild.

### Die Fußzeile

Das `<footer>`-Tag steht normalerweise am Ende einer Seite und verweist oftmals auf das Impressum oder eine Sitemap.

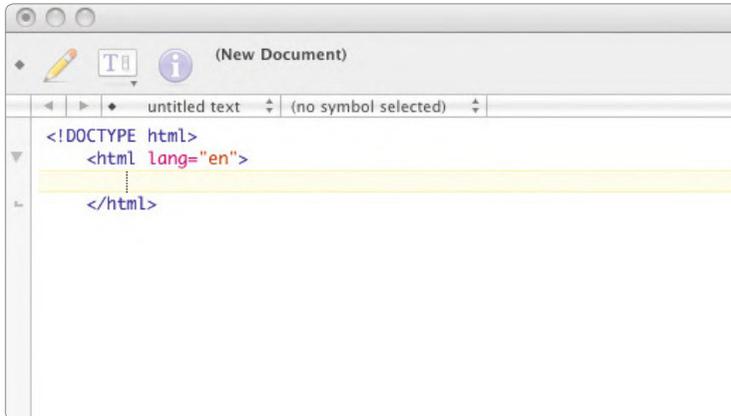
### Das `<div>`-Tag

`<div>` wird dazu genutzt, Inhalte zu gruppieren – hier stellen wir unseren Inhalt und die Seitenleiste zusammen. Dieser Tag kann in sich verknüpft werden und wird durch IDs und Klassen identifiziert.



### NEUE ELEMENTE IN HTML5

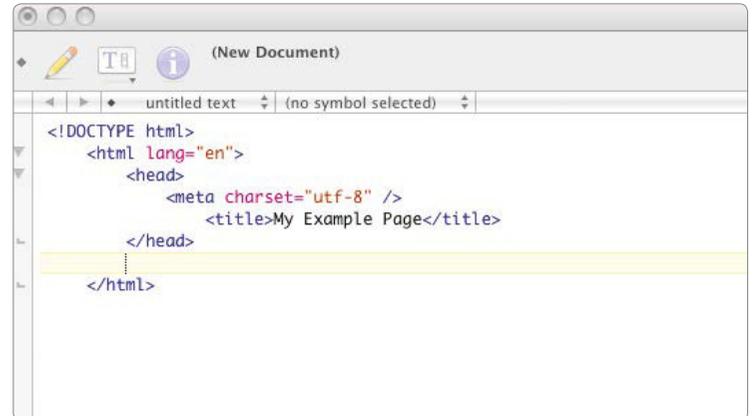
In diesem Tutorial verwenden wir einige Tags, die erst mit HTML5 eingeführt wurden. Elemente wie `<header>` oder `<footer>` wären in HTML4 als `<div>` definiert und mittels ID oder Klasse für CSS ausgezeichnet worden. Da einige ältere Browser diese neuen Elemente nicht erkennen, gibt es JavaScript-Lösungen wie HTML5shiv.



```
<!DOCTYPE html>
<html lang="en">
</html>
```

## 01 Der HTML-Typ

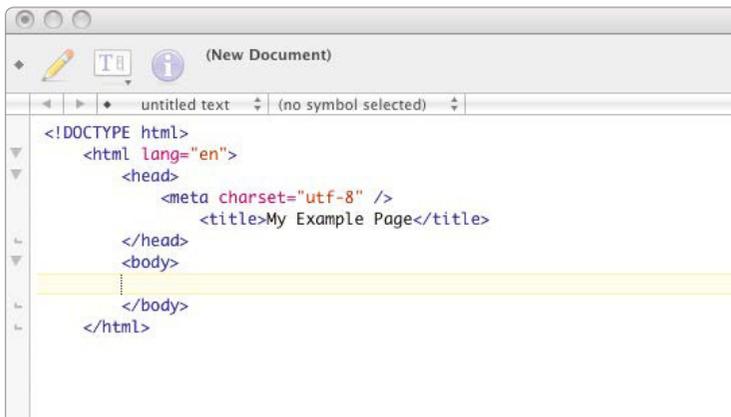
In der ersten Zeile definiert „doctype“, welche <html>-Variante nun folgt. Bei HTML5 sind diese zwei Zeilen denkbar einfach: <!DOCTYPE html><html lang="en"></html>.



```
<!DOCTYPE html>
<html lang="en">
  <head>
    <meta charset="utf-8" />
    <title>My Example Page</title>
  </head>
</html>
```

## 02 Unsichtbar: <head>

Nun folgt das <head>-Element, in dem wir alle Dateien nennen, die unsere Seite laden soll – etwa CSS-Dateien, die wir später behandeln werden.



```
<!DOCTYPE html>
<html lang="en">
  <head>
    <meta charset="utf-8" />
    <title>My Example Page</title>
  </head>
  <body>
</body>
</html>
```

## 03 Unverzichtbar: <body>

Das <body>-Element enthält alle sichtbaren Inhalte. Hier platzieren wir <header>, den eigentlichen Inhaltsbereich, eine Seitenleiste und <footer>.



```
<!DOCTYPE html>
<html lang="en">
  <head>
    <meta charset="utf-8" />
    <title>My Example Page</title>
  </head>
  <body>
    <header>
    </header>
  </body>
</html>
```

## 04 Der Kopf: <header>

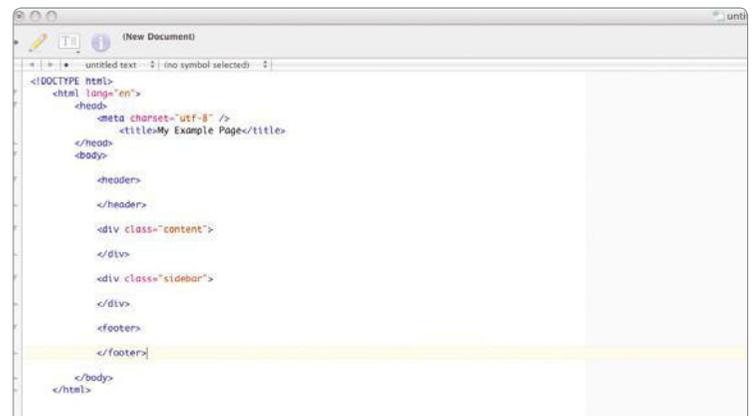
Das <header>-Tag enthält typischerweise Logo, Titel und die Navigationselemente. Eine Seite darf mehrere <header> enthalten.



```
<!DOCTYPE html>
<html lang="en">
  <head>
    <meta charset="utf-8" />
    <title>My Example Page</title>
  </head>
  <body>
    <header>
    </header>
    <div class="content">
    </div>
    <div class="sidebar">
    </div>
  </body>
</html>
```

## 05 Seitenleiste und Inhalt

Der eigentliche Inhalt kann in einem <div> mit Klasse platziert werden: <div class="content"></div>. Die Seitenleiste wird dahinter gesetzt.



```
<!DOCTYPE html>
<html lang="en">
  <head>
    <meta charset="utf-8" />
    <title>My Example Page</title>
  </head>
  <body>
    <header>
    </header>
    <div class="content">
    </div>
    <div class="sidebar">
    </div>
    <footer>
    </footer>
  </body>
</html>
```

## 06 Ganz unten: <footer>

Der <footer> enthält oftmals Elemente, die für alle Seiten einer Website gelten: Kontakt, Impressum und Copyright-Vermerk.

## Eine Verknüpfung programmieren

Der wichtigste Aspekt im Internet: Verknüpfungen zu anderen Seiten und externen Adressen.



**A**uch wenn Verknüpfungen zu den einfachsten Elementen einer Webseite gehören, so machen sie doch das Grundgerüst des Internets aus. Ähnlich wie Artikel in einem Magazin sind einzelne Webseiten bestens dafür geeignet, den gesamten Inhalt in einzelne Themen aufzuteilen. Stellen Sie sich aber vor, Ihre Besucher müssten stets eine neue Adresse in den Browser eingeben, wenn sie „umblättern“ möchten. Stattdessen fügen wir eine Navigationsleiste oder etwas Ähnliches den Seiten hinzu und ermöglichen den Besuchern, per Mausklick von Seite zu Seite zu springen.

Verknüpfungen sind außerdem unverzichtbar, damit Suchmaschinen wie Google oder Bing die einzelnen Seiten Ihrer Webpräsenz auch finden und indizieren können. Die Adressen (auch auf externe Webseiten), auf die Ihre Seiten verweisen und der Inhalt Ihrer eigenen Seiten geben den Suchmaschinen Hinweise darauf, in welche Kategorien Ihre Seiten einzuordnen sind.

Dieses Tutorial zeigt, wie Sie Verknüpfungen auf andere Ihrer Seiten und auf externe Seiten erstellen. Sobald Sie diese Verknüpfungen Ihrer Website hinzugefügt haben, ist es eine voll funktionsfähige Site und ermöglicht den Besuchern, all Ihre Inhalte zu entdecken.

„Verknüpfungen machen das Grundgerüst des gesamten Internets aus.“

### Verknüpfungen einer Seite hinzufügen

So erstellen Sie Verknüpfungen auf andere Seiten.

#### <a> tag

Das <a>-Tag beschreibt eine Verknüpfung und wird auf praktisch jeder Webseite des Internets verwendet, um auf Dokumente und andere Seiten zu verweisen.

#### href

Das „href“-Attribut enthält das Ziel der Verknüpfung. Normalerweise ist dies eine Ihrer eigenen Seiten, es darf aber auch eine externe Website im Internet sein.

#### Verknüpfungstext

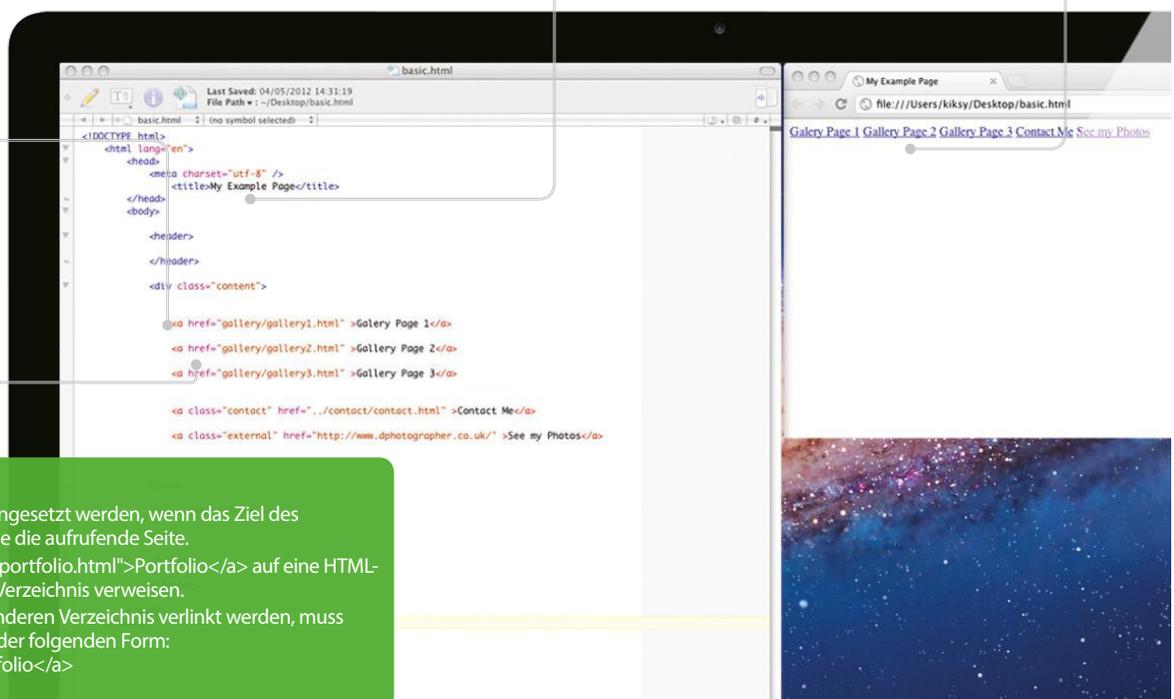
Da Seitenbesucher nur den Verknüpfungstext sehen, muss dieser das Ziel gut beschreiben. Anstelle von „Hier klicken“ machen Sie die Verknüpfung zu einem Satzteil, wie: Besuchen Sie meine <a href=„gallery.html“>Galerie</a>.

#### Standard-Stil

Wenn Sie keine Stile angeben, dann sind Verknüpfungen unterstrichen und blau. Nach einem Besuch des Ziels werden sie violett. In den meisten Browsern ändert der Mauscursor sein Erscheinungsbild.

### RELATIVE PFADE

Relative Pfade oder Links können nur eingesetzt werden, wenn das Ziel des Verweises im selben Verzeichnis liegt wie die aufrufende Seite. Beispielsweise würde der Link <a href=„portfolio.html“>Portfolio</a> auf eine HTML-Datei namens portfolio.html im selben Verzeichnis verweisen. Soll hingegen auf eine Datei in einem anderen Verzeichnis verlinkt werden, muss dieses mit angegeben werden, etwa in der folgenden Form: <a href=„portfolio/portfolio.html“>Portfolio</a>



```
(New Document)
untitled text (no symbol selected)
<!DOCTYPE html>
<html lang="en">
<head>
<meta charset="utf-8" />
<title>My Example Page</title>
</head>
<body>
<header>
</header>
<div class="content">
</div>
<div class="sidebar">
</div>
<footer>
</footer>
</body>
</html>
```

```
(New Document)
untitled text (no symbol selected)
<!DOCTYPE html>
<html lang="en">
<head>
<meta charset="utf-8" />
<title>My Example Page</title>
</head>
<body>
<header>
</header>
<div class="content">
<a href="http://www.webdesignermag.co.uk" ></a>
</div>
<div class="sidebar">
</div>
<footer>
</footer>
</body>
</html>
```

## 01 Das einfache <a>-Tag

Ein klickbares, verlinkendes Element – etwa ein einzelnes Wort, ein Textstück oder ein Icon – auf einer Webseite wird zwischen die Tags <a> und </a> gesetzt. Im Gegensatz zu vielen anderen Tags benötigt eine Verknüpfung Attribute, um ordnungsgemäß zu funktionieren.

## 02 Href

Die Verknüpfung benötigt ein Ziel, damit der Browser auch weiß, was er nach einem Mausklick laden soll. Das Ziel wird mit dem href-Attribut festgelegt. Beispielsweise würde <a href="http://www.pcgames.de/" >PC Games</a> den Browser zu dieser Website schicken.

```
(New Document)
untitled text (no symbol selected)
<!DOCTYPE html>
<html lang="en">
<head>
<meta charset="utf-8" />
<title>My Example Page</title>
</head>
<body>
<header>
</header>
<div class="content">
<a href="contact/contactme.html" ></a>
</div>
<div class="sidebar">
</div>
<footer>
</footer>
</body>
</html>
```

```
(New Document)
untitled text (no symbol selected)
<!DOCTYPE html>
<html lang="en">
<head>
<meta charset="utf-8" />
<title>My Example Page</title>
</head>
<body>
<header>
</header>
<div class="content">
<a href="gallery.html" >View My Gallery</a>
</div>
<div class="sidebar">
</div>
<footer>
</footer>
</body>
</html>
```

## 03 Interne Verknüpfungen

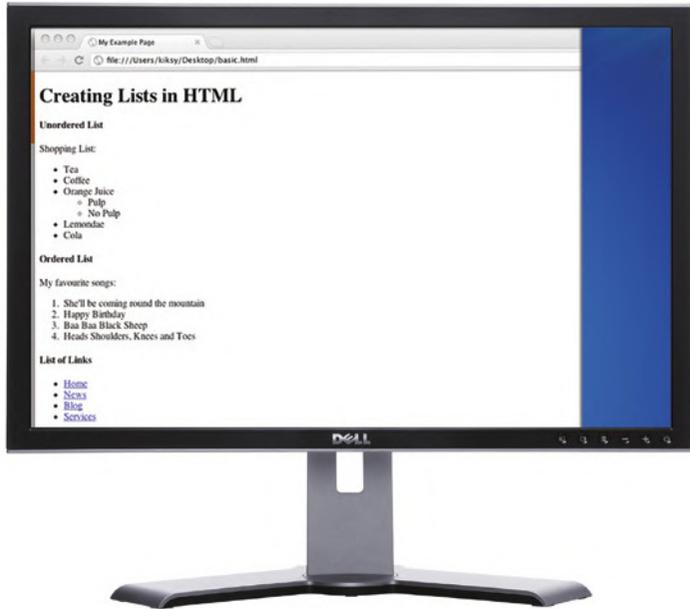
Um auf andere Seiten auf Ihrem Server zu verweisen, nennen Sie den Dateinamen der gewünschten Seite, etwa <a href="contact.html"></a>. Dies setzt voraus, dass die Datei im gleichen Verzeichnis wie die aktuelle Seite liegt. Anderenfalls werfen Sie links einen Blick auf „relative Pfade“.

## 04 Verknüpfungstext hinzufügen

Damit die Verknüpfung für den Benutzer sichtbar wird, fügen Sie etwas Text zwischen den öffnenden und schließenden Tag: <a href="gallery.html">Besuchen Sie meine Galerie</a>. Falls gallery.html existiert, dann führt Sie ein Klick im Browser auf den Text zu dieser Seite.

## Listen auf einer Webseite

So erzeugen Sie mit HTML unterschiedlichste Listen auf Ihren Webseiten.



**M**ithilfe von Listen lassen sich Informationen übersichtlich darstellen. Sie eignen sich beispielsweise hervorragend für Navigationsmenüs. In HTML ist eine Liste schnell erstellt. Sobald Sie erst die Grundlagen beherrschen, können Sie Ihre Listen mittels CSS aufhübschen – doch dazu kommen wir später.

HTML sieht im Wesentlichen zwei Listentypen vor: geordnete und ungeordnete Listen. Eine geordnete Liste beginnt normalerweise mit dem Startwert 1 und erhöht den Index für jeden Listeneintrag. Dies ist nützlich, wenn Sie einzelnen Einträgen eine höhere Priorität zuweisen möchten. Geordnete Listen sind zum Beispiel auch bei der Erstellung von Schritt-für-Schritt-Anleitungen essenziell. Eine ungeordnete Liste zeigt stattdessen Aufzählungszeichen an und wird verwendet, wenn die Reihenfolge der Einträge unerheblich ist. Ohne explizit genannte Stile wird eine solche Liste ein wenig eingerückt und nutzt Bullet-Points als Aufzählungspunkte. In diesem Tutorial zeigen wir Ihnen, wie Sie geordnete und ungeordnete Listen zu einer Webseite hinzufügen und wie eine Liste wiederum eine weitere Liste enthalten kann.

„In HTML ist eine Liste schnell erstellt.“

## Listentypen in HTML

So verwenden Sie Listen-Tags für geordnete und ungeordnete Listen.

### Verknüpfungen in Listen

Aus Listeneinträgen werden Verknüpfungen, indem man deren Inhalt mit einem `<a>`-Tag umfasst. So entstehen mit geringem Aufwand Menüs und Navigationsleisten.

### Ungeordnete Listen

Eine ungeordnete Liste ist einfach eine gruppierte Ansammlung von Einträgen. Ohne weitere Angaben sind sie eingerückt und vor jedem Eintrag befindet sich ein runder Aufzählungspunkt.

### Verschachtelte Listen

Listen können anhand der öffnenden und schließenden `<ol>`- bzw. `<ul>`-Tags in andere Listen eingebettet werden. Diese Listen sind weiter eingerückt und zeigen ein anderes Aufzählungszeichen.

### Geordnete Listen

Geordnete Listen stellen ihren Einträgen automatisch eine aufsteigende Nummerierung voran. Dies ist beispielsweise für Prioritätenlisten oder Geschäftsbedingungen nützlich.

```
<code><!DOCTYPE html>
<html lang="en">
  <head>
    <meta charset="utf-8" />
    <title>My Example Page</title>
  </head>
  <body>
    <h2>Creating Lists in HTML</h2>
    <h3>Unordered List</h3>
    Shopping List:
    <ul>
      <li>Tea</li>
      <li>Coffee</li>
      <li>Orange Juice
        <ul>
          <li>No Pulp</li>
          <li>Lemonade</li>
        </ul>
      </li>
      <li>Cola</li>
    </ul>
    <h3>Ordered List</h3>
    My favourite songs:
    <ol>
      <li>She'll be coming round the mountain</li>
      <li>Happy Birthday</li>
      <li>Baa Baa Black Sheep</li>
      <li>Heads Shoulders, Knees and Toes</li>
    </ol>
    <h3>List of Links</h3>
    <ul>
      <li>Home</li>
      <li>News</li>
      <li>Blog</li>
      <li>Services</li>
    </ul>
  </body>
</html></code>
```

### DEFINITIONSLISTEN

Es gibt noch einen weiteren – allerdings sehr selten genutzten – Listentyp in HTML: die Definitionsliste. Sie erzeugt eingerückte Beschreibungen zu jedem Listeneintrag. Ein Beispiel dafür ist:

```
<dl>
  <dt>Snowboard</dt>
  <dd> Gut für Freestyle-Tricks</dd>
  <dt>Langlauf-Ski</dt>
  <dd> Ideal zum Bergwandern</dd>
</dl>
```

```

<!DOCTYPE html>
<html lang="en">
  <head>
    <meta charset="utf-8" />
    <title>My Example Page</title>
  </head>
  <body>
    <header>
    </header>
    <div class="content">
      <!-- My shopping list -->
      <ul>
      </ul>
    </div>
    <div class="sidebar">
    </div>
    <footer>
    </footer>
  </body>
</html>

```

```

<!DOCTYPE html>
<html lang="en">
  <head>
    <meta charset="utf-8" />
    <title>My Example Page</title>
  </head>
  <body>
    <header>
    </header>
    <div class="content">
      <!-- My shopping list -->
      <ul>
        <li>Tea </li>
        <li>Coffee </li>
        <li>Orange Juice </li>
      </ul>
    </div>
    <div class="sidebar">
    </div>
    <footer>
    </footer>
  </body>
</html>

```

## 01 Ungeordnete Listen

Eine ungeordnete Liste wird normalerweise leicht eingerückt und mit voranstehendem Aufzählungszeichen dargestellt. Um eine ungeordnete Liste zu erzeugen, verwenden Sie das `<ul>`-Tag.

## 02 Listeneinträge hinzufügen

Um in Ihre Liste Einträge einzufügen, verwenden Sie das `<li>`-Tag, das beliebige weitere Elemente wie beispielsweise Text enthalten kann: `<li>Tea</li>`. Ein `<li>`-Tag muss immer innerhalb von `<ul>` oder `<ol>` stehen.

```

<!DOCTYPE html>
<html lang="en">
  <head>
    <meta charset="utf-8" />
    <title>My Example Page</title>
  </head>
  <body>
    <header>
    </header>
    <div class="content">
      <!-- My shopping list -->
      <ul>
        <li>Tea </li>
        <li>Coffee </li>
        <li>Orange Juice </li>
        <ul>
          <li>Pulp </li>
          <li>No Pulp </li>
        </ul>
        <li>Lemondae </li>
        <li>Cola </li>
      </ul>
    </div>
    <div class="sidebar">
    </div>
    <footer>
    </footer>
  </body>
</html>

```

```

<!DOCTYPE html>
<html lang="en">
  <head>
    <meta charset="utf-8" />
    <title>My Example Page</title>
  </head>
  <body>
    <header>
    </header>
    <div class="content">
      <!-- My shopping list -->
      <ol>
        <li>Tea </li>
        <li>Coffee </li>
        <li>Orange Juice </li>
        <ol>
          <li>Pulp </li>
          <li>No Pulp </li>
        </ol>
        <li>Lemondae </li>
        <li>Cola </li>
      </ol>
    </div>
    <div class="sidebar">
    </div>
    <footer>
    </footer>
  </body>
</html>

```

## 03 Verschachtelte Listen

Listen können in andere Listen eingebettet werden. Dazu erstellt man innerhalb eines `<li>`-Tags eine neue Liste mit `<ul>` oder `<ol>`. Am rechten Bildrand sehen Sie das Ergebnis.

## 04 Geordnete Listen

Wenn Sie Ihre Listeneinträge nummerieren möchten, dann tauschen Sie das `<ul>`-Tag durch ein `<ol>`-Tag aus. Damit ersetzt der Browser die Aufzählungszeichen der Listeneinträge durch numerische Werte.

## Das div-Element

Alles über das unverzichtbare `<div>`-Tag und wie es Inhalte sinnvoll gruppiert.

Eine HTML-Seite besteht aus einer Reihe von Tags, die dem Browser verraten, was er an welcher Stelle anzeigen soll. Der wichtigste Einzelbaustein ist das `<div>`-Tag, das zwar selbst nicht sichtbar ist, aber die sichtbaren Elemente miteinander in Verbindung setzt. In einer Tageszeitung sind Textelemente klar voneinander getrennt, Bilder mit ihren Bildunterschriften zusammengefasst und mit etwas Leerraum umgeben – all dies leistet auch ein `<div>`. Zwar hat HTML5 Elemente wie `<header>` und `<footer>` eingeführt, tatsächlich handelt es sich dabei aber nur um sinnvoll benannte `<div>`s.

Die Anzahl der ineinander verschachtelten `<div>`-tags ist nicht limitiert und selbst große Mengen haben kaum Einfluss auf die Browsergeschwindigkeit. Es ist daher gute Sitte, eine Seite und all deren Inhalte mit (sinnvoll) vielen `<div>`-Elementen zu strukturieren. `<div>`s können Texte, Bilder, Videos, jedes andere HTML-Tag und jede Kombination daraus enthalten.

In diesem Tutorial zeigen wir, wie Sie ein `<div>` erzeugen und wie diesem Element eine ID oder eine Klasse zugewiesen wird, damit es später per CSS oder JavaScript identifiziert werden kann.



### `<div>` einrücken

Sobald Seiten umfangreicher werden und zahlreiche, ineinander verschachtelte Elemente enthalten, verliert man schnell den Überblick über die Seitenstruktur. Daher ist es üblich, den Inhalt eines Tags mit der Tabulator-Taste einzurücken.

## Die Eigenschaften des div

divs, Klassen und IDs

### `<div>`-Klassen

Klassen werden im Webdesign verwendet, um eine einzelne CSS-Definition mehreren HTML-Elementen gleichzeitig zuzuweisen.

### IDs

Eine ID darf auf jeder Seite nur ein einziges Mal vorkommen. IDs ermöglichen es, in JavaScript einzelne Elemente anzusprechen und deren Eigenschaften zu verändern. Zusätzlich gestattet es auch die ID, dem Element eine CSS-Definition zuzuweisen.

### Code-Highlighting

Spezielle HTML-Editoren färben den HTML-Code automatisch ein, um einzelne HTML-Sprachelemente oder CSS-Klassen auf einen Blick zu erkennen.

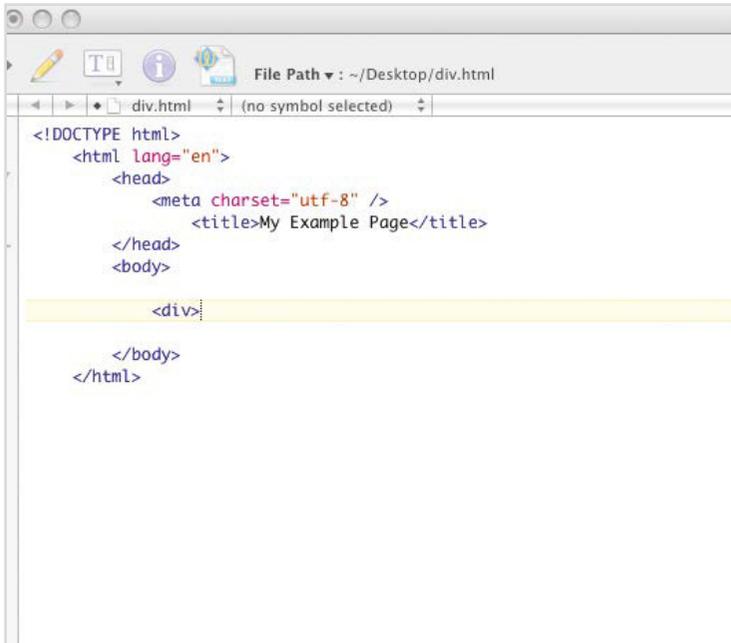
```
<!DOCTYPE html>
<html lang="en">
<head>
<meta charset="utf-8" />
<title>My Example Page</title>
</head>
<body>
<div class="contented">
  This is a div with a class applied
</div>
<div id="leftSection">
  This is a div with an id applied
</div>
<div class="mainWrapper">
  <div class="leftColumn">
    This is a div within a div.
  </div>
  <div class="rightColumn">
    Another div within a div.
  </div>
</div>
</body>
</html>
```

**`<DIV>` VERSCHACHTELN**  
Viele Webseiten bestehen aus wenigen Hauptelementen wie `<header>`, `<footer>` und einem einzigen Inhalts-`<div>`. Innerhalb dieses `<div>` stehen dann beliebig viele weitere `<div>`s:

```
<div id="inhalt">
  <div class="linkeSpalte">
  </div>

  <div class="rechteSpalte">
  </div>
</div>
```

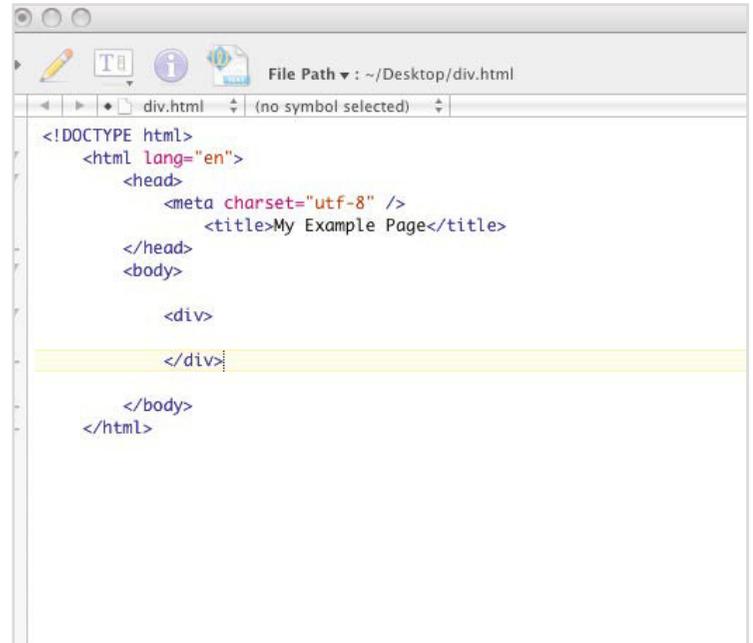
Auf diese Weise kann man dem Inhalts-`<div>` einen universellen Stil zuweisen und den jeweiligen Inhalten individuellere Stile geben.



```
<!DOCTYPE html>
<html lang="en">
  <head>
    <meta charset="utf-8" />
    <title>My Example Page</title>
  </head>
  <body>
    <div>|
  </body>
</html>
```

## 01 Das Inhalts-<div>

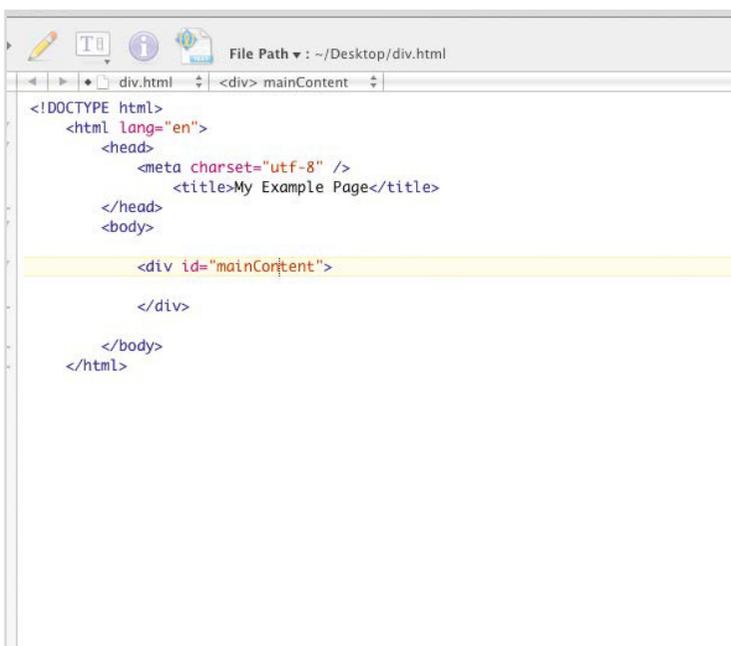
Ein <div> wird mit einem einfachen Stück Code erzeugt: <div>. Dahinter können Sie all die Inhalte setzen, die von diesem <div> umschlossen und logisch zusammengefasst werden sollen.



```
<!DOCTYPE html>
<html lang="en">
  <head>
    <meta charset="utf-8" />
    <title>My Example Page</title>
  </head>
  <body>
    <div>
    </div>
  </body>
</html>
```

## 02 Das <div> schließen

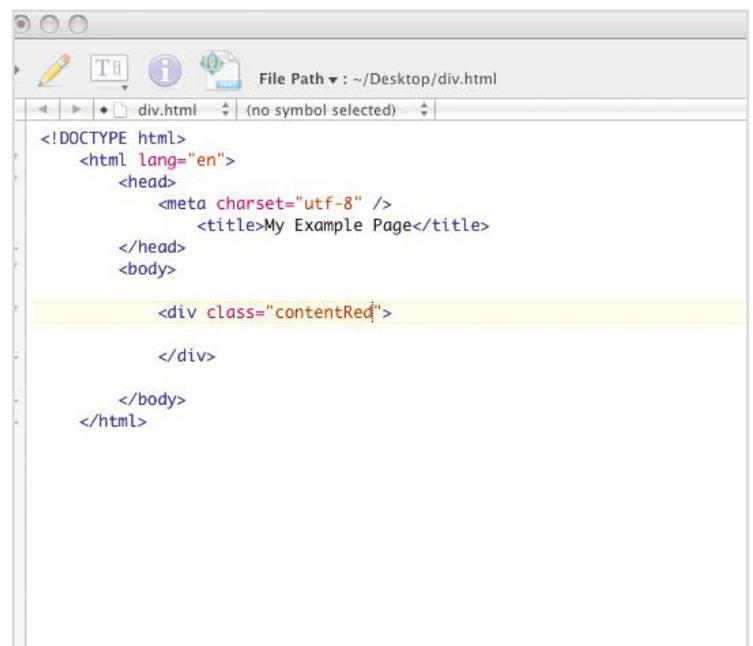
Sobald alle gewünschten Inhalte vorhanden sind, müssen Sie dies dem Browser mitteilen. Dazu schließen Sie das <div> mit </div>. In HTML bedeutet ein vorwärts gerichteter Schrägstrich stets das Ende eines Elements.



```
<!DOCTYPE html>
<html lang="en">
  <head>
    <meta charset="utf-8" />
    <title>My Example Page</title>
  </head>
  <body>
    <div id="mainContent">
    </div>
  </body>
</html>
```

## 03 Eine ID geben

Um per CSS oder per JavaScript ein einzelnes Element einer Seite zu identifizieren, weist man ihm mit dem ID-Attribut einen eindeutigen Namen zu: <div id="meinDivId"></div>. Eine ID muss auf einer Seite eindeutig sein.



```
<!DOCTYPE html>
<html lang="en">
  <head>
    <meta charset="utf-8" />
    <title>My Example Page</title>
  </head>
  <body>
    <div class="contentRed">
    </div>
  </body>
</html>
```

## 04 Eine Klasse hinzufügen

Klassen ähneln IDs, aber mehrere Elemente einer Seite dürfen die gleiche Klasse haben. Um eine Klasse zuzuweisen, nutzen Sie das class-Attribut. Dies ermöglicht die Gestaltung vieler Elemente mit einer einzigen CSS-Definition.

## Ein dreispaltiges Layout

Kombinieren Sie das bisher Erlernte zu einer HTML5-Webseite mit dem klassischen dreispaltigen Layout.

**H**TML und CSS geben dem Webdesigner alle erdenklichen Freiheiten, eine Webseite zu gestalten. Die Prinzipien, die sich im Laufe der Jahre entwickelt und bewährt haben, sollten aber dennoch beachtet werden.

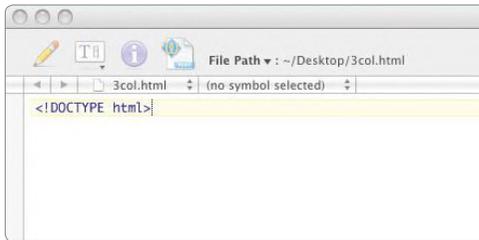
Wenn Sie Ihre Lieblingswebseiten vom Standpunkt eines Webdesigners aus betrachten, dann werden Sie vermutlich ein spaltenorientiertes Layout bemerken. Ähnlich einer Zeitung sitzt am oberen Rand das Firmenlogo, darunter

folgt am linken Rand eine Navigationsleiste, in der Mitte der eigentliche Seiteninhalt und am rechten Rand ein Bereich mit zusätzlichen Informationen, Facebook- und Twitter-Feeds, oder Werbeflächen. Abgeschlossen wird das Ganze mit einer system-

weit gleichen Fußzeile mit Copyright-Vermerk und Link zum Impressum. Dieses Tutorial zeigt, wie Sie mit HTML5 das Grundgerüst für dreispaltige Seiten erstellen, das Sie anschließend für zwei- oder mehrspaltige Designs anpassen können.

„Dieses Tutorial zeigt, wie Sie mit HTML5 das Grundgerüst für dreispaltige Seiten erstellen.“



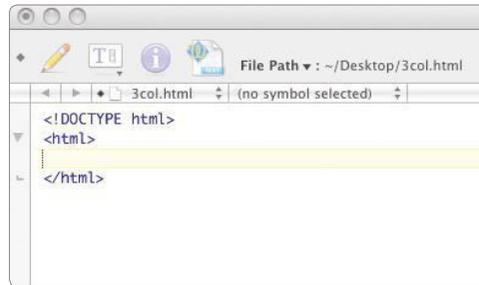


## 01 Eine HTML-Seite einrichten

Öffnen Sie Ihren bevorzugten Texteditor und tragen Sie die üblichen HTML-Elemente in die Textdatei ein. Zuerst benötigen wir den HTML5-docstyle:

```
001 <!DOCTYPE html>
```

Dies verrät dem Browser, dass die Seite die HTML5-Spezifikationen verwendet, es muss immer an erster Stelle stehen.



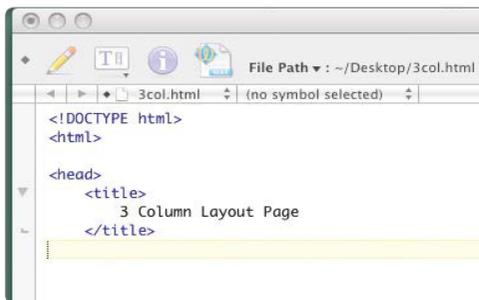
## 02 Das <html>-Tag öffnen

Als Nächstes erstellen wir den HTML-Code der Seite. Dafür öffnen wir das Element mit `<html>` und damit wir es später nicht vergessen, schließen wir es gleich wieder mit `</html>`. Dieses Tag teilt dem Browser mit, dass an dieser Stelle der sichtbare und unsichtbare Seiteninhalt beginnt. Jeglicher Seiteninhalt muss zwischen diesen beiden Tags stehen.



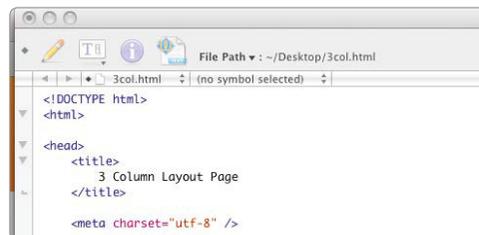
## 03 Den <head> einfügen

Das `<head>`-Tag dürfen Sie nicht mit dem `<header>`-Tag verwechseln. Der Inhalt von `<head>` wird nicht angezeigt, sondern definiert Metadaten und lädt CSS-Code sowie JavaScript. Innerhalb des `<html>`-Elements öffnen und schließen Sie das Tag mit `<head>` und `</head>`.



## 04 Einen Titel definieren

Das `<title>`-Tag legt fest, was der Browser in seiner Titelzeile anzeigen soll (falls er eine solche hat), und ist auch identisch mit dem Eintrag, den Suchmaschinen für diese Seite anzeigen. Innerhalb des `<head>`-Elements öffnen Sie das Tag mit `<title>`, nennen den Seitentitel und schließen das Tag mit `</title>`.

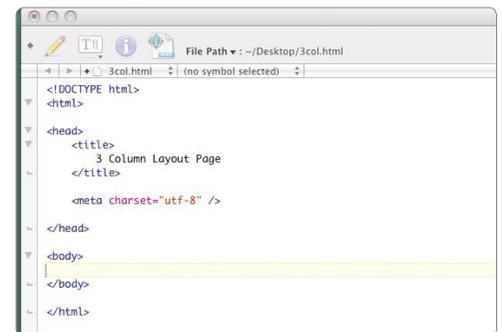


## 05 Zeichensatz festlegen

Für Sprachen wie Griechisch und Russisch wurden unterschiedliche Zeichensätze definiert. Erst vor Kurzem wurden Standards entwickelt, die alle denkbaren Zeichen in einem Satz vereinen. Der am häufigsten verbreitete Standard ist UTF-8, den wir folgendermaßen im `<head>` definieren:

```
001 <meta charset="utf-8" />
```

Dank UTF-8 werden die meisten Browser auch exotische Buchstaben korrekt anzeigen.



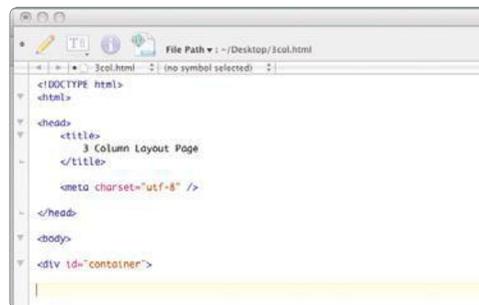
## 06 Das <body>-Tag

Alle Inhalte, die Seitenbesucher sehen sollen, befinden sich im `<body>`-Tag. Dieses kommt hinter dem `<head>`-Tag, aber noch innerhalb des `<html>`-Tags. Öffnen und schließen Sie das Tag mit `<body>` und `</body>`. Alle folgenden Inhalte werden dazwischen platziert.



## 07 Kommentare einfügen

Sie können HTML-Code mit Notizen versehen – als Beschreibung eines `<div>` oder als Erinnerung an Aufgaben. Anders als andere HTML-Elemente werden Kommentare mit `<!--` geöffnet und mit `-->` geschlossen. Kommentare dürfen keine weiteren Kommentar-Elemente enthalten.



## 08 Der Container

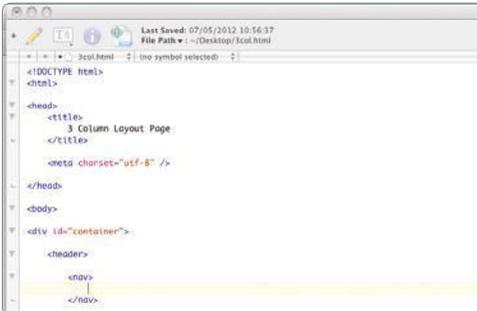
Gewöhnlicherweise enthält ein einzelnes `<div>` den gesamten weiteren Seiteninhalt. Sobald Sie sich mit CSS-Code beschäftigen, vereinfacht dies Designs wie beispielsweise Zentrierungen. Erstellen Sie ein Container-`<div>`, geben diesem eine ID und schließen Sie es wieder: `<div id="container" ></div>`.



## 09 Der <header>

Das oberste Element einer Seite wird üblicherweise als „Header“ bezeichnet und enthält Seitentitel, ein Logo und die Navigation. Um ein solches Element zu erstellen, verwenden wir das mit HTML5 eingeführte `<header>`-Tag (das aus technischer Sicht nur ein `<div>` ist). Eine Seite darf mehrere `<header>` enthalten, allerdings dürfen diese nicht ineinander verschachtelt sein.

# Websites erstellen



```
<!DOCTYPE html>
<html>
<head>
<title>
3 Column Layout Page
</title>
<meta charset="utf-8" />
</head>
<body>
<div id="container">
<header>
</header>
</div>
</body>
</html>
```

## 10 <nav>-Tag

Nahezu alle Seiten enthalten eine Navigationsleiste oder ein Menü, damit der Besucher schnell auf alle Unterseiten zugreifen kann. HTML5 hat hierfür ein neues Tag definiert: Das <nav>-Tag, das Verknüpfungen zu anderen Seiten aufnehmen soll. Mit <nav></nav> fügen wir es unserer Seite hinzu.



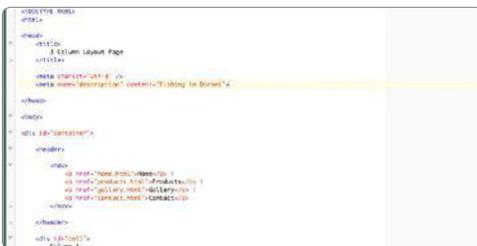
```
<nav>
<a href="home.html">Home</a> |
<a href="products.html">Products</a> |
<a href="gallery.html">Gallery</a> |
<a href="contact.html">Contact</a>
</nav>
</header>
<div id="col1">
</div>
<div id="col2">
</div>
</div>
```

## 13 Die zweite Spalte

Die zweite Spalte ist normalerweise die breiteste Spalte, befindet sich in der Seitenmitte und enthält den eigentlichen Seiteninhalt. Wie zuvor fügen Sie diese Spalte der Seite hinzu, allerdings benötigt sie eine eigene ID:

```
001 <div id="col2"> </div>
```

Wundern Sie sich nicht, wenn Sie im Browser nichts von den Bemühungen sehen – ohne CSS sind <div>s unsichtbar und zeigen nur den Inhalt an.



```
<div id="col1">
</div>
<div id="col2">
</div>
</div>
```

## 16 Metadaten (optional)

Sobald Sie wissen, welche Inhalte diese Seite anzeigen wird und wenn Sie Suchmaschinen helfen wollen, dann tragen Sie im <head> Metainformationen ein. Metainformationen helfen Suchmaschinen, die Seite zu indizieren und den Inhalt einzuordnen. Das <meta>-Tag muss nicht geschlossen werden und enthält nur kurze Informationen: <meta name="description" content="Fishing in Dorset">.



```
<nav>
<a href="home.html">Home</a> |
<a href="products.html">Products</a> |
<a href="gallery.html">Gallery</a> |
<a href="contact.html">Contact</a>
</nav>
</header>
<div id="col1">
</div>
<div id="col2">
</div>
</div>
```

## 11 Navigationselemente

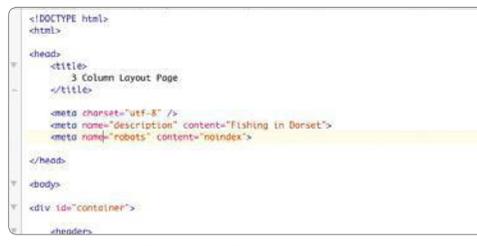
Damit diese Navigation Verknüpfungen auflistet, verwenden wir <a>-Tags, wie beispielsweise <a href="products.html">Products</a>. Wenn Sie das Verknüpfungsziel noch nicht kennen, dann verwenden Sie den Platzhalter „#“ – dieses Zeichen fällt im Editor auf und ist daher leicht zu finden.



```
<div id="col1">
</div>
<div id="col2">
</div>
<div id="sidebar">
</div>
</div>
<div id="col1">
</div>
<div id="col2">
</div>
</div>
```

## 14 Die dritte Spalte

Die dritte und letzte Spalte wird zum Abschluss ebenfalls mit eigener ID der Seite hinzugefügt: <div id="sidebar"></div>. Um im Browser wenigstens eine grobe Vorstellung vom bisherigen Ergebnis zu erhalten, geben Sie den <div>s ihre ID als Inhalt: <div id="sidebar">sidebar</div>.



```
<div id="col1">
</div>
<div id="col2">
</div>
<div id="sidebar">
</div>
</div>
```

## 17 Google-Indizierung verhindern (optional)

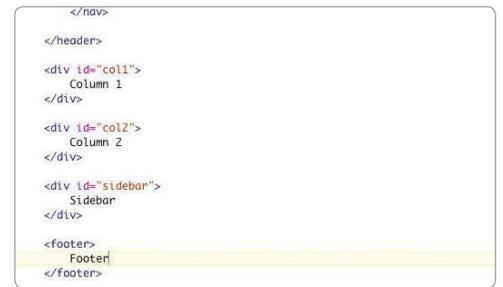
Um Suchmaschinen daran zu hindern, die Seite zu indizieren, fügen Sie folgenden Code dem <head>-Tag hinzu: <meta name="robots" content="noindex">. Dies verhindert, dass die Seite in der Ergebnisliste einer Suchmaschine angezeigt wird, und ist beispielsweise für Login-Seiten oder veraltete (aber möglicherweise aufhebenswerte) Seiten sinnvoll.



```
<div id="col1">
</div>
<div id="col2">
</div>
<div id="sidebar">
</div>
<div id="col1">
</div>
<div id="col2">
</div>
</div>
<div id="col1">
</div>
<div id="col2">
</div>
</div>
```

## 12 Die erste Spalte

Jetzt können wir die erste der drei Spalten erstellen. Diese folgt hinter dem <header>-Tag, aber noch innerhalb des Container-<div>s. Sie können der Spalte eine ID zuweisen, um später mit CSS und JavaScript die eventuell enthaltenen Menüs oder Anzeigen anzusprechen: <div id="col1"></div>



```
</div>
</div>
<div id="col1">
</div>
<div id="col2">
</div>
</div>
<div id="col1">
</div>
<div id="col2">
</div>
</div>
<div id="col1">
</div>
<div id="col2">
</div>
</div>
```

## 15 Das <footer>-Element

Der <footer> markiert das untere Ende der Seite und enthält allgemeingültige Verknüpfungen, Copyright-Vermerke und Kontaktdaten. Wie bereits bekannt, fügen wir das Tag der Seite mit <footer></footer> hinzu. Platzieren Sie es hinter der dritten Spalte und innerhalb des <body>-Tags.



```
<div id="col1">
</div>
<div id="col2">
</div>
<div id="sidebar">
</div>
<div id="col1">
</div>
<div id="col2">
</div>
</div>
<div id="col1">
</div>
<div id="col2">
</div>
</div>
<div id="col1">
</div>
<div id="col2">
</div>
</div>
```

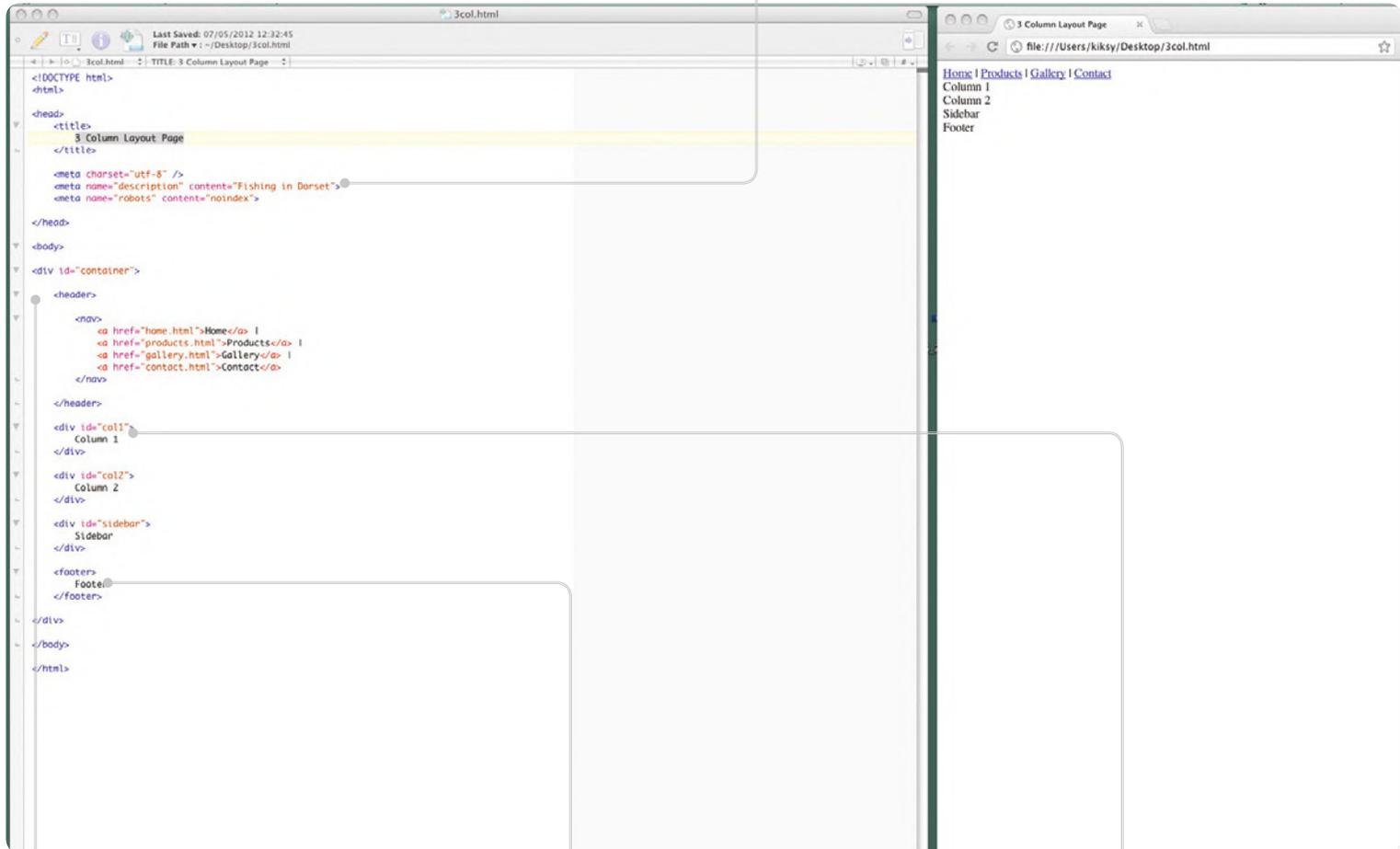
## 18 Das Endergebnis

Speichern Sie nun die Datei mit der Dateiendung .html und öffnen Sie sie in einem Webbrowser. Da noch keinerlei CSS angewendet wurde, wird die Seite nicht attraktiv wirken – aber sie ist ein fertiges Grundgerüst für alle vorstellbaren CSS-Designs und Inhalte. Falls es Sie beruhigt: Die ersten Webseiten der Internet-Historie sahen auch nicht besser aus.

# Das dreispaltige Layout

Die flexible Seitenstruktur mit drei Spalten wird von vielen Websites verwendet.

**Metadaten**  
<meta charset="utf-8" />  
<meta name="description" content="Fishing in Dorset">  
<meta name="robots" content="noindex">  
Auch wenn Metadaten nicht angezeigt werden, so helfen sie doch den Suchmaschinen bei der Kategorisierung und dem Browser bei der Darstellung einer Seite.



**Die Kopfzeile**  
In diesem Beispiel enthält das <header>-Tag die Navigationselemente der Seite, die im <nav>-Tag aufgelistet werden. Zusätzlich hätten wir Seitentitel und Logos einsetzen können.

**Die Fußzeile**  
Das <footer>-Element enthält meist auf allen Seiten einer Domain den gleichen Inhalt und ist vergleichsweise klein. Gelegentlich enthält die Fußzeile aber auch komplette Sitemaps.

**Die Spalten**  
Die drei Spalten sind <div>-Elemente. Mittels CSS werden ihnen später individuelle Breiten und Farben gegeben. Normalerweise nimmt das mittlere Element den meisten Platz ein.

## Internet-Explorer-Kompatibilität So funktionieren Ihre HTML5-Seiten auch im IE

Während die meisten Chrome-, Firefox- und Safari-Installationen dank ihrer Zwangs-Updates mittlerweile HTML5 verstehen, werden noch immer zahlreiche, längst veraltete Versionen von Microsofts Internet Explorer genutzt. Damit auch diese Browser mit HTML5-Code umgehen können, gibt es „Übersetzungsprogramme“ wie HTML5Shiv. Dieses kleine JavaScript-Programm macht für den IE aus den neuen Tags wie <nav>, <header> oder <footer> wieder <div>s. Da das Skript auf GoogleCode bereitsteht, müssen Sie es nicht einmal herunterladen. Sie binden es auf Ihrer Seite ein, indem Sie folgenden Code in das <head>-Tag eintragen:

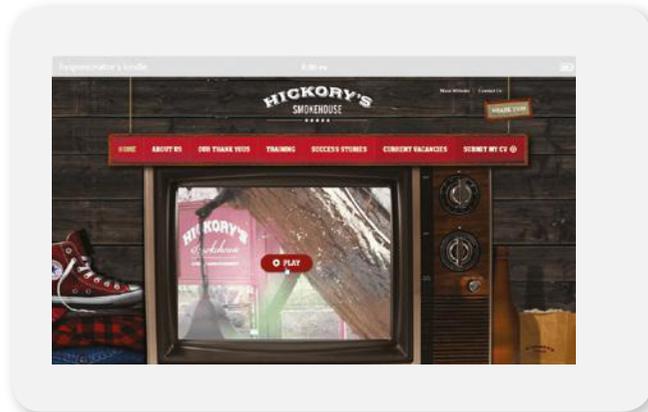
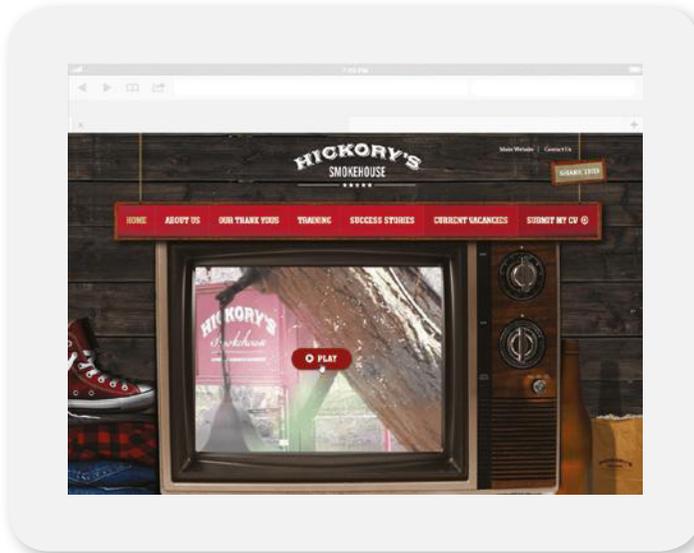
```
<!--[if lt IE 9]>  
<script src="//html5shiv.googlecode.com/svn/trunk/html5.js"></script>  
<![endif] -->  
Die Zeile <!--[if lt IE 9]> ist eine bedingte Anweisung und besagt, dass nur Internet Explorer älter als Version 9 die folgende Zeile verarbeiten sollen. Erst in ferner Zukunft – sobald alle Browser den jeweils benötigten Wortschatz des noch immer nicht fertiggestellten HTML5-Standards verstehen – werden solche Hacks nicht mehr notwendig sein.
```

# Websites erstellen

Style- CSS



ANDROID LANDSCAPE 320 X 240



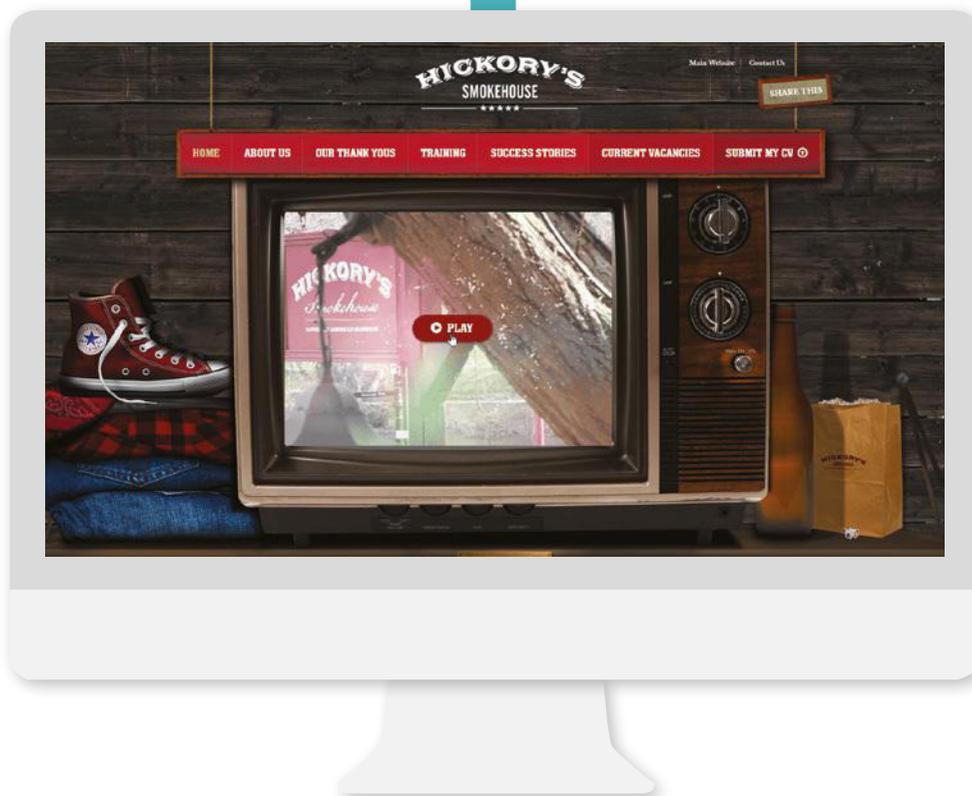
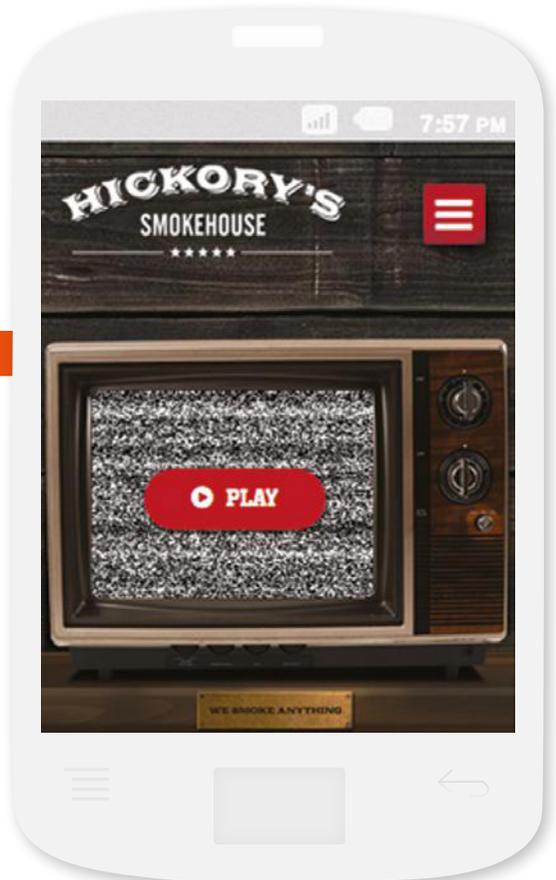
Auf [www.responsinator.com](http://www.responsinator.com) sehen Sie Ihre Webseite in diversen Mobilgeräten

IPAD LANDSCAPE 1024 X 768

KINDLE LANDSCAPE 1024 X 600

ANDROID PORTRAIT 240 X 320

IMAC LANDSCAPE 2560 X 1440

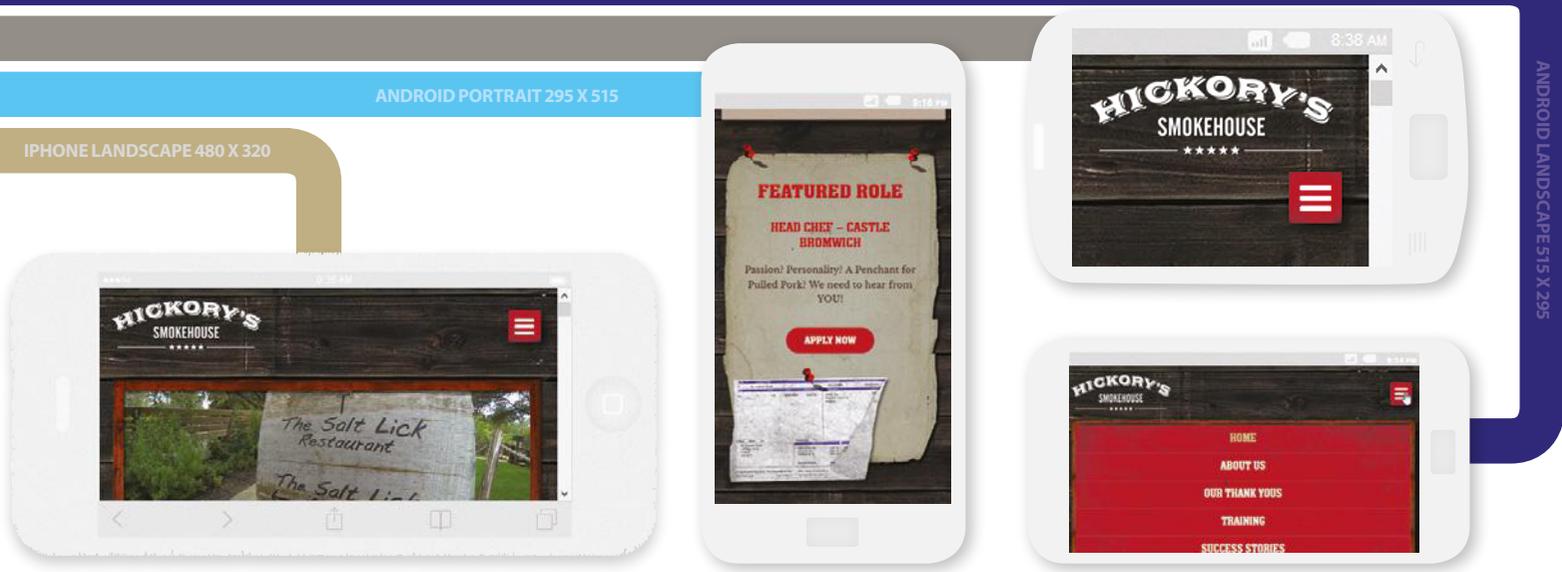


*wesmokeanything.co.uk (hier abgebildet) ist eine besonders gut gestaltete Website.*

ANDROID PORTRAIT 295 X 515

IPHONE LANDSCAPE 480 X 320

ANDROID LANDSCAPE 515 X 295



# Eine Einführung in

Während HTML die Struktur einer Webseite festlegt, bestimmt CSS deren Form. Diese Sprache macht Ihre Seiten sehenswert.

# CSS

**C**ascading Style Sheets, normalerweise mit CSS abgekürzt, ist die Sprache, die einem HTML-Element sein Aussehen verpasst. CSS-Dokumente definieren die Schriften, Farben, Positionen und zahlreiche weitere Design-Charakteristika, die den Stil nahezu jeder Website ausmachen.

Die Sprache wurde im Jahre 1997 zusammen mit HTML4 eingeführt und sollte das (bis dahin ohnehin meist klägliche) Design von den Inhalten trennen. Auf diese Weise konnten Webdesigner und Webprogrammierer unabhängig voneinander arbeiten, außerdem wurden nachträgliche Designänderungen ohne Veränderung des HTML-Codes möglich. Die Menge des HTML-Codes reduzierte sich schlagartig, Barrierefreiheit war kein bloßer Wunschtraum mehr, kurz: CSS machte HTML salonfähig.

Die Trennung von Form und Funktion erlaubt außerdem, unterschiedlichen Besuchern individuelle, an die Fähigkeiten ihres jeweiligen Browser angepasste Designs zu präsentieren. So lädt beispielsweise ein Mobiltelefon die gleiche HTML-Seite wie ein Desktop-PC. Da aber jedes Gerät eine spezifische CSS erhält, werden die Inhalte unterschiedlich dargestellt. Analog dazu kann CSS dazu verwendet werden, die Inhalte für Bildschirm, Drucker und Bildschirmlesegeräte unterschiedlich aufzubereiten.

Diese Flexibilität wurde auf erfreulich einfache Weise umgesetzt: Mit ein wenig Übung kann jeder CSS-Code schreiben. Um die Möglichkeiten

von CSS in Gänze zu verstehen, werfen wir zunächst einen Blick auf die Herkunft der Sprache und die Browser-spezifischen Implementationen.

## Was Cascading bedeutet

Cascading Style Sheets lässt sich etwas ungenau mit „gestufte Stilvorlagen“ übersetzen. Die Bedeutung von „Stilvorlagen“ dürfte klar sein, aber das „gestufte“ bedarf der Erläuterung. CSS verwendet Prioritätsregeln, um einen Stil einem bestimmten HTML-Element zuzuweisen. Zunächst werden die Regeln in chronologischer Folge durchsucht, anschließend nach Spezifität. Wenn für ein HTML-Element mehrere Stile passen, dann werden diese allesamt verwendet – die neueren (im Code als weiter unten stehenden) überschreiben dabei die älteren und die spezifischen (mehr dazu später) überschreiben die unspezifischen. Das klingt zunächst verwirrend, in der Praxis hat sich das System aber bewährt: Zunächst definiert man, wie das „typische“ Textelement einer Seite aussehen soll, anschließend legt man darauf basierend die Besonderheiten einzelner Textelemente fest. So bestimmt man beispielsweise die Schriftart nur an einer einzigen Code-Stelle und gibt dann den diversen Überschriftarten individuelle Schriftgrößen. Da aber vermutlich auch dies noch verwirrend klingt, werfen wir einen Blick auf den CSS-Code.

## Die Syntax von CSS

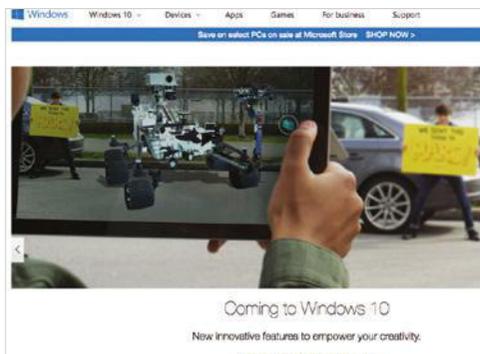
Analog zu HTML wurde CSS entworfen, um für Mensch und Maschine gleichermaßen gut lesbar

zu sein. Die Schlüsselwörter rekrutieren sich aus amerikanischem Englisch und die Syntax ist sehr einfach: Eine CSS-Datei enthält sogenannte „Regeln“. Eine Regel besteht aus einer Liste von Eigenschaftsnamen und Eigenschaftswerten. Eine Regel wird mit mindestens einem sogenannten „Selektor“ deklariert. Dieser Selektor gibt an, auf welche HTML-Elemente die Eigenschaftsliste der Regel angewandt werden soll. Werfen wir einen Blick auf ein Beispiel:

```
001 h1 {
002     font-family:    arial, helvetica,
003     sans-serif;
004     font-weight:    bold;
005     font-size:      18pt;
006     color:          red;
007     margin:         10px;
008 }
```

Dieser Code enthält genau eine Regel. Diese Regel hat den Selektor „h1“ und mehrere, mit geschweiften Klammern zusammengefasste

# Websites erstellen



Die aktuelleren Browser-Versionen haben die Implementierung des CSS-Standards drastisch verbessert.

Eigenschaftsname/Eigenschaftswert-Paare. Diese Regel wird auf alle HTML-Elemente vom Typ `<h1>` angewandt. Die Eigenschaften legen damit Schrift, Farbe und Außenabstand der `h1`-Überschrift auf Arial Fett in 18 Punkt, Rot und 10 Pixel fest.

## Komplexere Selektoren

Im vorherigen Beispiel haben wir einen sehr einfachen Selektor verwendet, um die Regel an

bestimmten Elementen anzuwenden. Wenn eine Regel an spezifischere Elemente angewandt werden soll, kann man Bezeichner hintereinanderschreiben (den Fachbegriff „Kombinator“ dürfen sie jetzt wieder vergessen). Ein Beispiel dafür wäre:

```
001 #content article h1 {
```

```
002     color:         blue;
```

```
003 }
```

In diesem Beispiel wird die Regel nur auf HTML-Elemente angewandt, die vom Typ `<h1>` sind, die sich irgendwo innerhalb eines Elements vom Typ `<article>` befinden, welches wiederum innerhalb eines Elements mit der ID „content“ platziert ist. Unsere Seite würde nun sämtliche `<h1>`-Überschriften in Arial Fett 18 Punkt und Rot anzeigen – mit Ausnahme aller jener `<h1>`-Überschriften, die sich innerhalb des „content“ und innerhalb eines `<article>`-Elements befinden: Die wären dann in diesem Falle Blau.

Dass dies auf die beschriebene Weise funktioniert, liegt an den „gestuften“ Stilvorlagen. In der ersten Stufe wird die ältere oder allgemeine Regel angewandt, in der zweiten Stufe wird die jüngere oder speziellere Regel ebenfalls angewandt.

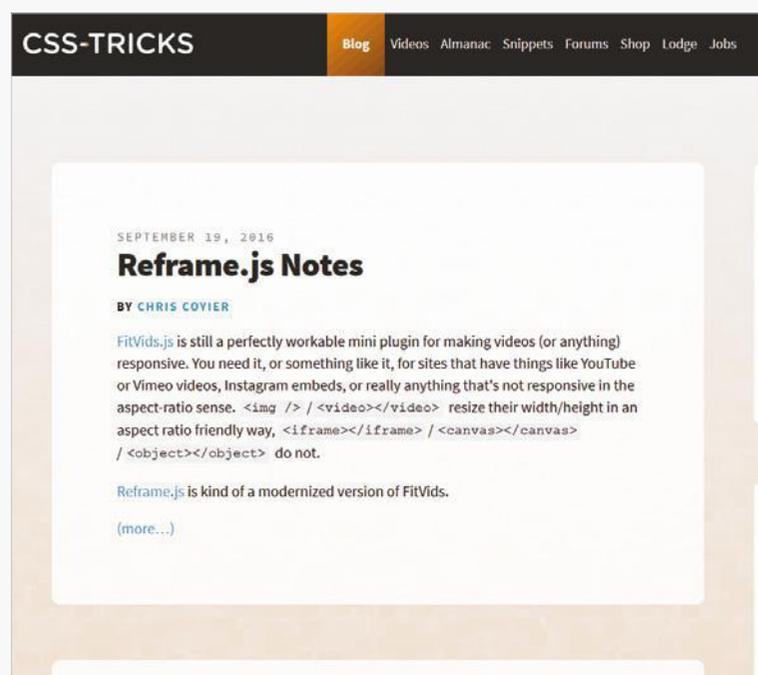
Stünde nun die speziellere Regel oberhalb unserer zuerst gezeigten Regel, dann wäre vermutlich derselbe Effekt eingetreten. „Vermutlich“, weil Browser die CSS-Prioritätsregeln gerne einmal anders interpretieren. Es ist daher eine gute Idee, allgemeine Selektoren oberhalb von spezifischeren Selektoren zu platzieren.

## So lädt man CSS

Es gibt drei unterschiedliche Wege, CSS einem HTML-Element zuzuweisen. Der eleganteste Weg ist, eine externe Datei zu verwenden. Diese wird im `<head>`-Element der HTML-Datei referenziert. Der zweite Weg ist, im `<head>`-Element ein `<style>`-Element einzufügen und darin die CSS-Regeln zu definieren. Der dritte Weg ist, die Eigenschaftsname/Eigenschaftswert-Paare direkt in das `style`-Attribut des HTML-Elements zu schreiben.

Auch hier schlagen die CSS-Regeln zu: Zuerst werden externe CSS-Dateien geladen. Deren Werte werden von den `<style>`-Regeln überschrieben, und deren Werte werden wiederum vom `style`-Attribut überschrieben. Diese Regel sollten Sie verinnerlichen.

# Browser-Unterstützung



Die größte Herausforderung, der Webdesigner in den letzten Jahren gegenüberstanden, waren die unterschiedlichen CSS-Interpretationen der führenden Webbrowser. Eigentlich wurde CSS geschaffen, um unabhängig von der genutzten Software stets das gleiche, attraktive Design zu erzeugen. Wenn ein Browser kein CSS versteht, so soll er es einfach ignorieren. Wenn er es aber versteht, so soll er ein Element auf vorhersehbare Weise zeichnen. Sobald der erste CSS-Standard veröffentlicht wurde, ist er von den Browser-Herstellern unterschiedlich interpretiert worden, was zu sehr unterschiedlich dargestellten Seiten, belustigten Nutzern und frustrierten Webdesignern führte.

Das bekannteste Beispiel ist das Box-Modell. Zwei bekannte Browserhersteller waren uneins, ob der Innenrand („padding“) bereits in der angegebenen Elementbreite enthalten ist oder hinzugerechnet werden muss. Die eine Methode besagt, dass ein Element mit 200 Pixeln Breite und einem Innenrand von jeweils 50 Pixeln noch 100 Pixel Platz für den Elementinhalt lässt. Die andere Methode gibt dem Inhalt 200 Pixel Breite, macht aber das Element insgesamt 300 Pixel breit. Diese Uneinigkeit führte dazu, dass für Netscape (später auch Safari, Chrome und Firefox) und für Internet Explorer unterschiedliche CSS-Definitionen erstellt werden mussten.

CSS3 löst das Problem auf diplomatische Weise: Mit der Eigenschaft „box-sizing“ gibt der Webdesigner an, ob die Breite den Inhalt, den Inhalt mit Innenrand, den Inhalt mit Innenrand und Rahmen oder den Inhalt mit Innenrand, Rahmen und Außenrand umfasst.

## Elemente platzieren

Die erste komplexe Aufgabe, vor der ein Webdesigner im Allgemeinen steht, ist die Platzierung der HTML-Elemente außerhalb ihrer „natürlichen“ Position. HTML war nie als pixelgenaue Layoutsprache gedacht, daher sind wirklich exakte Positionierungen nur mit hohem Aufwand möglich. Immerhin bietet CSS zahlreiche, miteinander kombinierbare Mittel, die Position einzelner Elemente zu beeinflussen. Ohne weitere Angaben wird die „statische“ Positionierung verwendet, die im Allgemeinen alle in einer HTML-Datei existierenden Elemente untereinander anzeigt. Dann gibt es die „relative“ Positionierung, bei der einem Element Koordinaten zugewiesen werden. Diese Koordinaten beziehen sich auf die Position, die das Element bei statischer Positionierung hätte.

Außerdem gibt es die „absolute“ Positionierung, bei der einem Element ebenfalls Koordina-

ten zugewiesen werden. Diese Koordinaten beziehen sich auf ein Eltern-Element (entweder die Seite selbst oder ein normales Element), das keine statische Positionierung verwendet.

„Mit absoluter Positionierung ermöglicht CSS die pixelgenaue Platzierung.“

ten zugewiesen werden. Diese Koordinaten beziehen sich auf ein Eltern-Element (entweder die Seite selbst oder ein normales Element), das keine statische Positionierung verwendet.

Und schließlich gibt es die „fixe“ Positionierung. Analog zur absoluten Positionierung werden Koordinaten verwendet, um ein Element zu platzieren. Die Koordinaten sind jedoch relativ zum Browser-

fenster, womit das Element auch bei langen, scrollbaren Seiten seine Position im Browser behält.

Die verwirrendste Platzierungsmethode ist „float“. Damit kann ein Element an der linken oder rechten Innenseite des Eltern-Elements platziert werden. Da dies auch die Geschwisterelemente beeinflusst (sie „umfließen“ nun das jeweilige Element), muss man mit diesem Feature etwas experimentieren. Der Aufwand lohnt sich aber, da float sehenswerte Designs ermöglicht und im Webdesign längst unverzichtbar ist.

## Geschichtliches und Stolpersteine

Sie mögen den Wert von CSS mittlerweile erraten können und eventuell haben Sie schon grandiose Designs vor Augen, die Sie möglichst schnell umsetzen möchten. Allerdings haben

Webdesigner mit etlichen Eigenheiten der HTML/CSS/Browser-Kombination zu kämpfen, die so mancher Designidee im Wege stehen. Um diese Eigenheiten zu verstehen, werfen wir einen Blick auf die Geschichte des Webdesigns.

Mit HTML3.2 wurden zahlreiche neue Tags eingeführt, die dem Seitendesign zugutekommen sollten. Beispielsweise `<font>` für die Schrift, `<b>`

# Die Vorteile von CSS

Der offensichtlichste Vorteil von CSS ist die (auf Wunsch) strikte Trennung von Form und Inhalt. Dies ist bereits bei einem herkömmlichen Webprojekt wünschenswert. Wenn aber eine Website auf bestimmten Geräten oder gar für einzelne Besucher ein neues Design erhalten soll, dann ist diese Trennung unverzichtbar. Wie eine Seite auf zahllose Weisen dargestellt werden kann, das zeigt die Website CSS Zen Garden Experiment (<http://csszengarden.com>). Dort lässt sich auch erkennen, wie einzelne Designs auf eine Größenänderung des Browserfensters reagieren – die Optimierung für Smartphones und Tablets ist also bereits enthalten. Außerdem ermöglicht CSS die Darstellung auf exotischen Geräten wie Lesegeräten oder Druckern. Neben der Fähigkeit, das Design einem Gerät, einem Besucher oder einem Ort anzupassen, ermöglicht CSS auch ein konsistentes Design auf allen Seiten. Wenn alle Seiten die gleiche CSS-Datei verwenden, dann wird eine Änderung in dieser Datei sofort auf allen Seiten wirksam. Da eine einzelne CSS-Regel beliebig viele Elemente beeinflussen darf, ist auf diese Weise schon mit kleinsten Änderungen eine komplette Neugestaltung der gesamten Website möglich. CSS macht das Internet auch ein wenig barrierefreier: Einige Browser erlauben es, eine eigene CSS-Datei über eine beliebige Webseite zu stülpen. Dies ermöglicht beispielsweise Sehbehinderten, große Schriftarten und hohe Kontraste zu verwenden.



CSS ermöglicht individuelle Designs für jeden Browser, jedes Gerät und jeden Benutzer.

## Transitions

### 2D Transitions:

- Dissolve
- Toss
- Slide In
- Iris
- Fade Through

### 3D Transitions:

- Cube
- Rotate In
- Horizontal Flip
- Multi-Flip
- Unfold

**Try it out:** Click any of the transitions above to see them in action.

**About this demo:** Add Keynote-style transitions to objects on your web pages by using CSS 2D and 3D transforms like the ones displayed here.



Watch it again

Visit the Safari Dev Center to learn more and download sample code

CSS3 ermöglicht Animationen, indem Elementeigenschaften im Zeitverlauf verändert werden.

# Websites erstellen

für Fettungen, <center> für zentrierten Text und viele mehr. Mit diesen HTML-Elementen wurden zwar bessere Designs möglich, aber da Design und Inhalt vermischt wurden, waren die HTML-Codes bald unleserlich und unwartbar. Alleine das Austauschen einer Schriftart konnte bei größeren Projekten mehrere Tage dauern, da auf jeder Seite jedes Element einzeln untersucht werden musste.

Diese Erkenntnis führte zur Entwicklung der Sprache CSS1, die 1996 entwickelt, 1997 veröffentlicht und erst viele Jahre später in alle wichtigen Browser eingebaut wurde. Dem 1998 veröffentlichten CSS2 erging es nicht besser: Noch immer hat kein Browser die Features der Sprache vollständig implementiert.

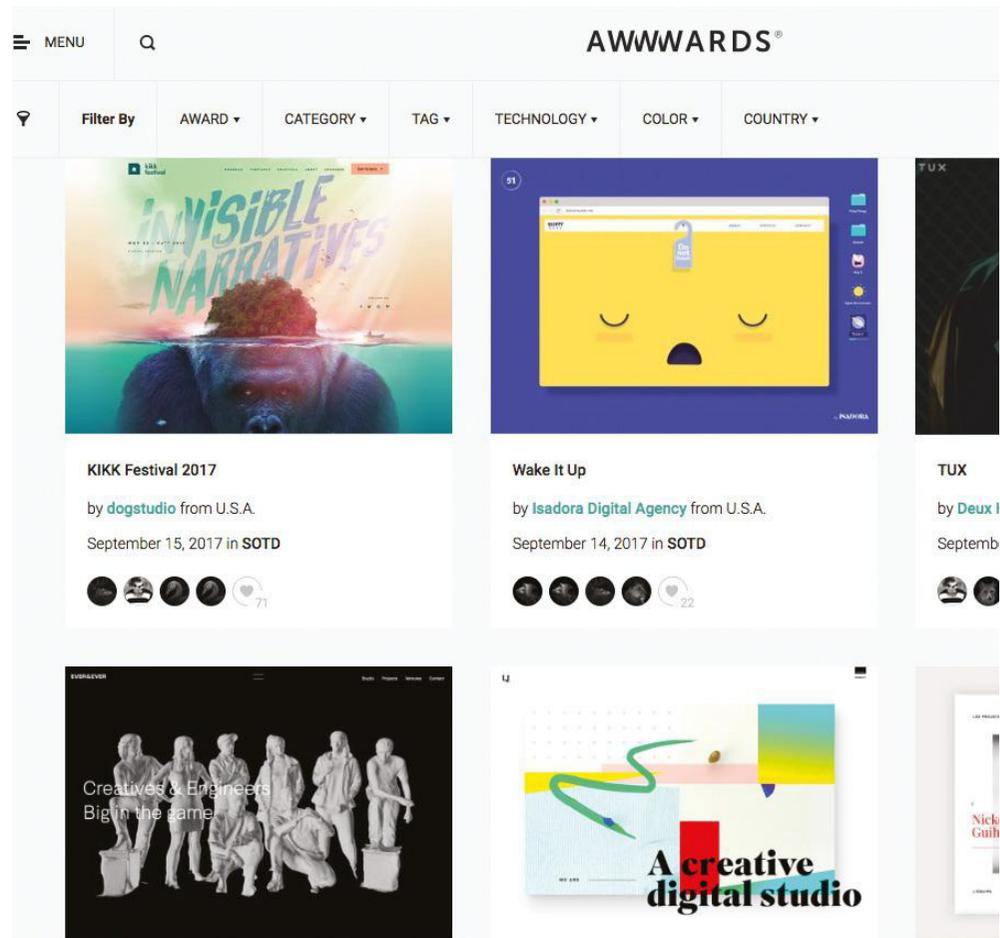
## Die Ankunft von HTML5

Das Internet ist mittlerweile erwachsen geworden und die zugrunde liegenden Techniken HTML und CSS ziehen langsam nach. Seit 2008 entfernt HTML5 etliche überflüssige Tags der Vorgängerversion (führt aber zahlreiche neue überflüssige Tags ein) und CSS3 wurde seit dem Jahr 2000 genauer spezifiziert. Obwohl beide Standards noch immer in Entwicklung sind, haben alle wichtigen Browser die meisten Features bereits implementiert. Fälschlicherweise wird der Dreiklang aus HTML5, CSS3 und JavaScript mittlerweile als HTML5 zusammengefasst – ein Zeichen, dass diesen Standards Erfolg beschieden ist.

Ein Grund für die schnelle Umsetzung dürfte der Erfolg von Smartphones und Tablets sein: Da jeder Browserhersteller auf diesen Geräten vertreten sein möchte, konnte sich keiner die Blöße einer veralteten Technologie geben.

## Meinungsverschiedenheiten

Da einzelne Elemente von CSS3 zwar vorgeschlagen, aber noch nicht exakt spezifiziert oder gar verabschiedet sind, gibt es noch immer unterschiedliche Interpretationen der CSS3-Dokumente. Immerhin sind sich die Browserhersteller der Gefahr oftmals bewusst und zwingen den Web-



Mit CSS können Webseiten exakt an die Fähigkeiten des Ausgabegeräts angepasst werden.

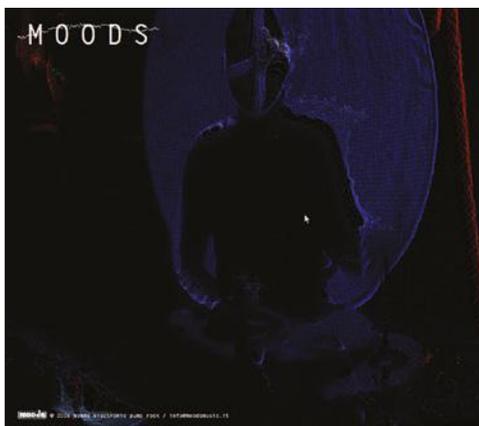
designer, dieser Gefahr ins Auge zu blicken. Um beispielsweise mit CSS einem Element einen Schlagschatten zu verpassen, müssen wir derzeit folgende Eigenschaften festlegen: box-shadow, -webkit-box-shadow, -moz-box-shadow, -ms-box-shadow und -p-box-shadow. Ersteres ist der CSS3-Name, die anderen sind die vorläufigen Implementierungen von Safari und Chrome, Firefox, Internet Explorer und Opera.

Diese „Vendor-Prefixes“ sind gut gemeint, allerdings erinnern sie auch an schlechte alte Zeiten, in denen für attraktive Seiten Browser-spezifischer CSS-Code unvermeidbar war.

## Was die Zukunft bereithält

Die nächste CSS-Version ist seit 2009 in Entwicklung und verspricht vereinfachte Selektoren, aufregende grafische Effekte und mehr. Da all dies aber ebenfalls unter dem Namen CSS3 veröffentlicht werden soll, können wir getrost davon ausgehen, dass CSS3 erst in vielen, vielen Jahren wirklich fertig sein wird, da die Entwicklung neuer Techniken natürlich stetig voranschreitet und somit weitere Verbesserungen mitbringt.

„Noch immer hat kein Browser die Features von CSS3 vollständig implementiert.“

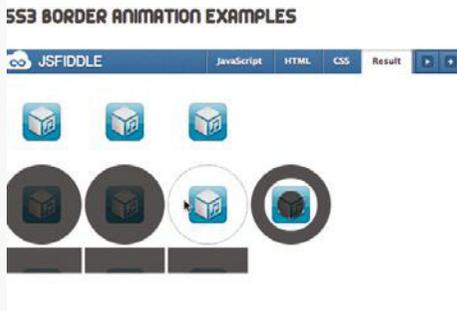


Obwohl die Technologie seit etlichen Jahren existiert, wird sie erst jetzt effektiv verwendet.

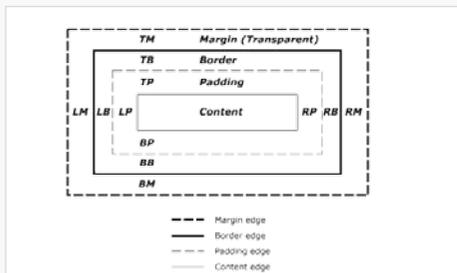
# Glossar wichtiger CSS-Eigenschaften



**background** Mit der background-Eigenschaft können Designer einem Element eine Hintergrundfarbe und ein Hintergrundbild geben. Die Position des Bildes sowie eventuelle Wiederholungen sind exakt einstellbar.



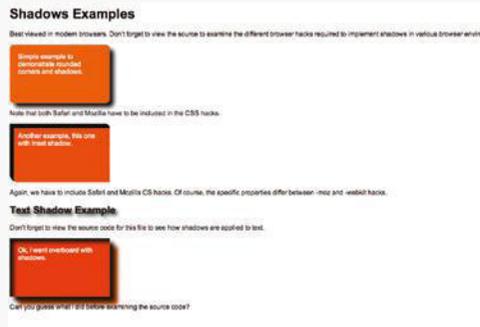
**border** Die border-Eigenschaft legt um ein beliebiges Element einen Rahmen. Die verfügbaren Optionen bestimmen Dicke, Farbe, Linienstil (durchgezogen, gepunktet, doppelt, ...) und seit CSS3 auch den Radius abgerundeter Ecken.



**margin** Die margin-Eigenschaft gibt den Abstand zwischen dem Rahmen eines Elements und anderen Elementen an. Für jede der vier Kanten kann dabei ein individueller Wert eingestellt werden. Um den gewünschten Abstand zu gewährleisten, werden benachbarte Elemente nach unten und zur Seite gedrückt. margin darf negative Werte annehmen, damit Elemente sich überlappen.



**font-family** Mit der font-family-Eigenschaft werden die auf der Seite oder innerhalb bestimmter Elemente gezeigten Schriften festgelegt. Bis vor kurzer Zeit war man auf wenige „web safe“-Schriftarten festgelegt. Erst in den letzten Jahren wurden Web-Fonts populär, die aus dem Internet in den Browser des Besuchers geladen werden.



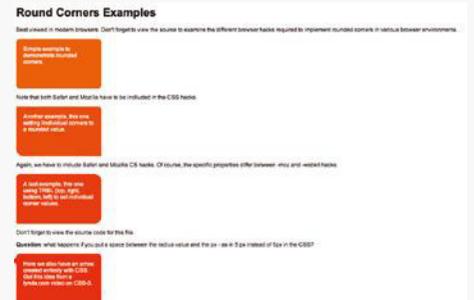
**box-shadow** Der mit CSS3 eingeführte Schlagschatten ermöglicht 3D-Effekte mit rechteckigen Elementen. Einstellbar sind Richtung, Farbe, Größe und Unschärfe des Schattens. Für Schlagschatten unter Texten eignet sich die text-shadow-Eigenschaft.



**padding** Ähnlich wie margin gibt padding den Abstand zwischen dem Rahmen eines Elements und dessen Inhalt an. Je nach Box-Modell führt ein höherer padding-Wert zu einem insgesamt größeren Element (der Rahmen wird nach außen gedrückt) oder zu einem kleineren Inhalt (der Inhalt wird nach innen gedrückt). padding darf in den meisten Browsern keine negativen Werte annehmen.



**color** Die color-Eigenschaft bestimmt die Vordergrundfarbe eines Elements, meist eines Textes. Der Wert können englische Farben sein (red, green, yellow); aber auch Farbwerte im hexadezimalen RGB-Format (#rrggbb, also beispielsweise #FF0000 für Rot oder #00FF00 für Grün) sind möglich. Transparente Farben sind ebenfalls erlaubt.



**border-radius** Der border-radius legt den Radius aller vier Ecken eines Rahmens fest. Da der Rahmen selbst aber unsichtbar sein darf, gibt diese Eigenschaft de facto allen Elementen eine abgerundete Form und erfreut sich in der Apple-Welt großer Beliebtheit.



**position** Die position-Eigenschaft legt fest, ob ein statisches, fixes, absolutes oder relatives Positionierungssystem angewandt wird. Die absolute Positionierung wiederum ist relativ zum nächsthöheren nicht-statischen Element. Für das thematisch eng verwandte float-System wird hingegen die Eigenschaft „float“ auf „left“ oder „right“ gesetzt.

## Die Seite zentrieren

CSS gibt uns volle Kontrolle über das Design der in <div>s verpackten Seiteninhalte.

**B**eim Gestalten von Webseiten gilt es zu bedenken, dass ein Browserfenster nahezu jede erdenkliche Größe haben kann.

Desktop-Computer haben unterschiedlichste Bildschirmgrößen, ebenso wie Smartphones und Tablets. Letztere können außerdem jederzeit vom Hoch- ins Querformat wechseln. Das mühsam erstellte Design könnte daher an völlig falscher Stelle sitzen oder seitlich abgeschnitten werden, wenn es nicht entsprechend vorbereitet wurde. Indem Sie einen sogenannten „Wrapper“ um Ihre Inhalte legen, können Sie mit geringem Aufwand die Größe

und Position an den Browser anpassen. Bei einem Wrapper handelt es sich um ein <div>-Element, welches mit CSS-Code in Größe und Position verändert wird. Der wichtigste Wrapper ist derjenige, der direkt hinter dem öffnenden <body>-Tag geöffnet und vor dem schließenden </body>-Tag geschlossen wird. Auf diese Weise umfasst er den

gesamten Inhalt. Mit CSS können wir nun festlegen, wie dieser Inhalt dargestellt wird. Er kann in der Seitenmitte zentriert oder eine bestimmte Pixelzahl vom linken Rand entfernt werden, er kann einen Rahmen erhalten, die Breite kann fix oder variabel sein etc. Trotz seiner Mächtigkeit ist ein Wrapper schnell erstellt.

„Sie passen die Größe und Position des Seiteninhalts an den Browser an.“

### Ein einfacher <div>-Wrapper

So beeinflusst CSS-Code den Inhalt einer Webseite

#### Die Breite bestimmen

Welche Breite soll der Inhalt einnehmen? Sie können die Breite in Pixeln oder als Prozentsatz der Breite des Elternelements angeben: „100%“ würde das Browserfenster ausfüllen.

#### Rahmen oder rahmenlos?

Diese Seite hat einen grünen, zwei Pixel breiten Rahmen. Wenn Sie die „border“-Parameter weglassen, wird er nicht gezeigt. „padding“ ist der Innenrand zwischen Rahmen und Inhalt.

#### Die Farbe festlegen

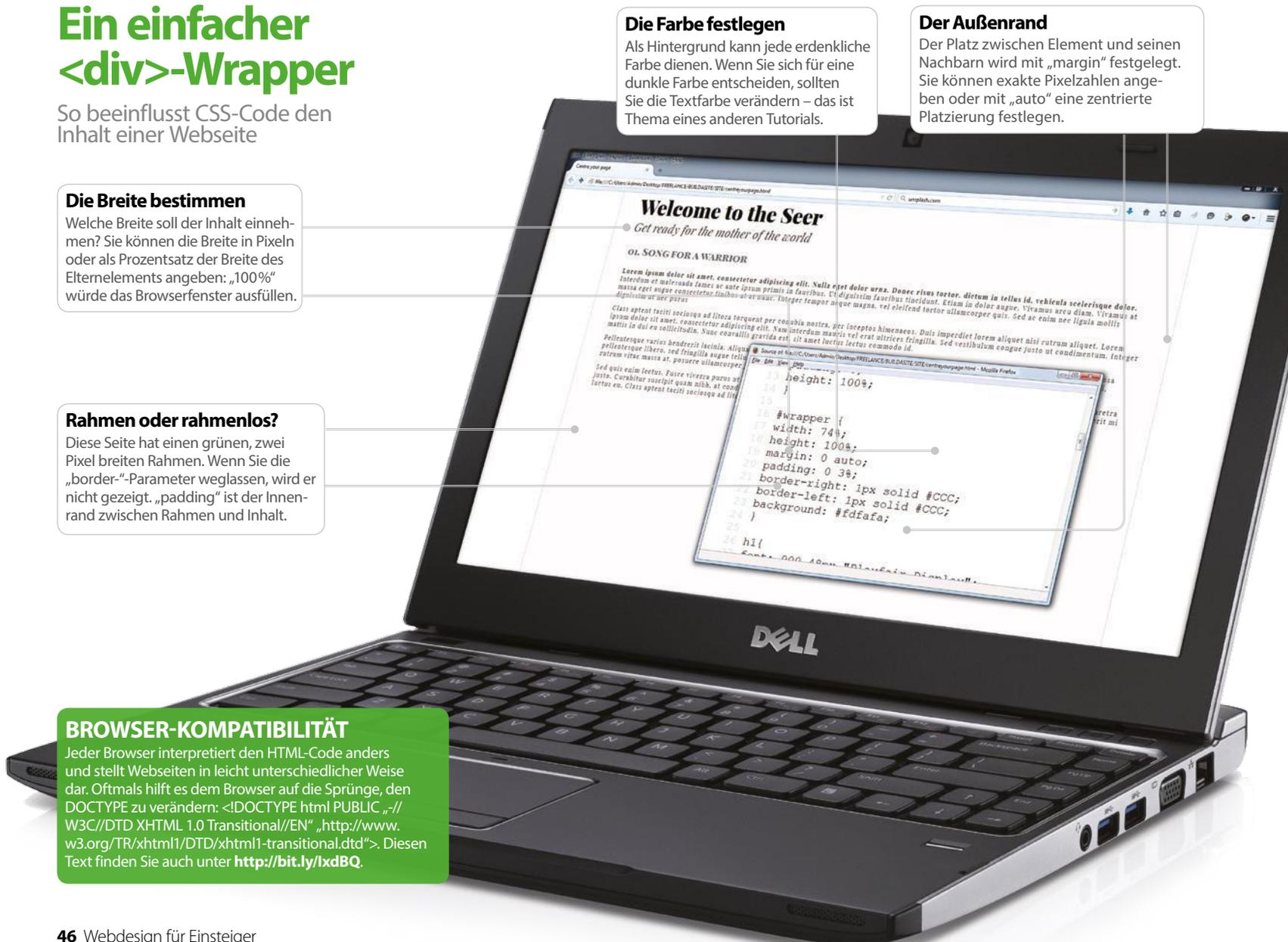
Als Hintergrund kann jede erdenkliche Farbe dienen. Wenn Sie sich für eine dunkle Farbe entscheiden, sollten Sie die Textfarbe verändern – das ist Thema eines anderen Tutorials.

#### Der Außenrand

Der Platz zwischen Element und seinen Nachbarn wird mit „margin“ festgelegt. Sie können exakte Pixelzahlen angeben oder mit „auto“ eine zentrierte Platzierung festlegen.

### BROWSER-KOMPATIBILITÄT

Jeder Browser interpretiert den HTML-Code anders und stellt Webseiten in leicht unterschiedlicher Weise dar. Oftmals hilft es dem Browser auf die Sprünge, den DOCTYPE zu verändern: <!DOCTYPE html PUBLIC „-//W3C/DTD XHTML 1.0 Transitional//EN“ „http://www.w3.org/TR/xhtml1/DTD/xhtml1-transitional.dtd“>. Diesen Text finden Sie auch unter <http://bit.ly/lxdBQ>.



```

1 <!DOCTYPE HTML>
2 <html>
3 <head>
4
5 <meta http-equiv="Content-Type" content="text/html; charset=utf-8">
6
7 <link href='http://fonts.googleapis.com
8 /css?family=Playfair+Display:400,700,900,700italic,900italic,400italic'
9 rel='stylesheet' type='text/css'>
10 <link href='http://fonts.googleapis.com
11 /css?family=Playfair+Display+SC:400,700,900' rel='stylesheet'
12 type='text/css'>
13 <link href='http://fonts.googleapis.com
14 /css?family=Raleway:400,600,300,700' rel='stylesheet' type='text/css'>
15
16 <title>Centre your page</title>
17 <link rel="stylesheet" type="text/css" href="style.css" />
18 </head>
19
20 <body>

```

## 01 Der CSS-Link

CSS-Code darf innerhalb der HTML-Seite oder in einer externen Datei stehen. Letzteres hat den Vorteil, dass alle Seiten dieselben Definitionen verwenden können. Erstellen Sie im <head> einen Verweis auf die Datei „style.css“.

```

<!DOCTYPE HTML>
<html>
<head>
<meta http-equiv="Content-Type" content="text/html; charset=utf-8">
<link href='http://fonts.googleapis.com/css?family=Playfair+Display:400,700,900,700italic,900italic,400italic' rel='stylesheet'
type='text/css'>
<link href='http://fonts.googleapis.com/css?family=Playfair+Display+SC:400,700,900' rel='stylesheet' type='text/css'>
<link href='http://fonts.googleapis.com/css?family=Raleway:400,600,300,700' rel='stylesheet' type='text/css'>
<title>Centre your page</title>
<link rel="stylesheet" type="text/css" href="style.css" />
</head>
<body>
<div id="wrapper">
<p>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nulla eget dolor urna. Donec risus tortor, dictum in tellus
vehicula scelerisque dolor.</p>
<p>Etiam in dolor augue. Vivamus arcu diam. Vivamus at massa eget augue consectetur finibus et at nunc. Integer tempor neque magna
eleifend tortor ullamcorper quis. Sed ac enim nec ligula mollis dignissim et nec purus.</p>
<p>Class aptent taciti sociosqu ad litora torquent per conubia nostra, per inceptos himenaeos. Duis laperdiet lorem aliquet nisi
aliquet. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nam interdum mauris vel erat ultrices fringilla. Sed vestibul
justo ut condimentum. Integer mattis in dui eu sollicitudin. Nunc convallis gravida est, sit amet luctus lectus commodo id.</p>
<p>Pellentesque varius hendrerit lacinia. Aliquam hendrerit ultricies elit ut laoreet. Curabitur venenatis, arcu vitae pharetra
fermentum, libero massa pellentesque libero, sed fringilla augue tellus quis arcu. Duis mollis magna dignissim vestibulum fring
Etiam vel faucibus elit. Etiam elit orci, rutrum vitae massa et, posuere ullamcorper justo. Donec venenatis varius laculis.</p>

```

## 02 <div>-Tags hinzufügen

Da wir Größe und Position des Seiteninhalts festlegen möchten, benötigen wir einen Wrapper um alle im <body> befindlichen Elemente. Erstellen Sie ein <div>-Element und geben Sie ihm die ID „wrapper“.

```

10
11
12 /* CSS - style.css */
13
14 #wrapper {
15 width: 750px;
16 }
17
18

```

```

10
11
12 /* CSS - style.css */
13
14 #wrapper {
15 width: 80%;
16 }
17
18

```

## 03 Das CSS erstellen

Wir erstellen eine Datei namens „style.css“ und fügen ihr eine sogenannte „Regel“ für ein Element vom Typ <div> und mit der ID „wrapper“ hinzu (IDs werden in CSS mit dem #-Zeichen gekennzeichnet). Die Breite legen wir mit „width“ auf „750px“ fest.

```

10
11
12 /* CSS - style.css */
13
14 #wrapper {
15 width: 80%;
16 margin-left: auto;
17 margin-right: auto;
18 }
19
20

```

## 05 Den Außenrand festlegen

Ohne explizite Positionsangabe klebt das Wrapper-<div> am linken Seitenrand. Mit „margin-left“ geben wir den Abstand zwischen Seitenrand und Wrapper fest. Wenn „margin-left“ und „margin-right“ den Wert „auto“ haben, wird das <div> zentriert.

## 04 Flexible Seitenbreite

Absolute Pixelangaben sind für die kleinen Bildschirme von Smartphones oftmals ungeeignet und verschenken auf großen Monitoren viel Platz. Relative Prozentangaben beziehen sich auf das Elternelement und lösen dieses Problem.

```

11
12 /* CSS - style.css */
13
14 #wrapper {
15 width: 80%;
16 margin-left: auto;
17 margin-right: auto;
18 border: 2px;
19 border-style: solid;
20 border-color: #CCCCCC;
21 }
22
23

```

## 06 Einen Rahmen geben

Ein „border“-Stil gibt dem Inhalt einen Rahmen und fasst ihn damit optisch zusammen. In diesem Beispiel ist der Rahmen 2 px dick, hellgrau (#CCCCCC) und eine einfache Linie (solid). Andere Werte wären gepunktet (dotted) oder 3D-vertieft (inset).

## Stile für Fließtext und Überschriften

So erstellen Sie CSS-Regeln für die Textelemente einer Seite.

Jede Webseite zeigt Text. Ob Sie nun einfach nur Ihr Tagebuch online führen und damit viel Text verwenden oder ob Sie mit knappen Worten beschriebene Bilder zeigen – stets bestimmen die Buchstaben, welchen Eindruck eine Webseite auf den Besucher macht. Wählen Sie Schriftart, Schriftgrößen und Schriftschnitte daher immer mit Bedacht.

Sie können den CSS-Code in die HTML-Seite oder direkt an das jeweilige Tag schreiben. Sinnvoller ist es jedoch, dafür eine separate .css-Datei zu verwenden, da auf diese Weise alle Ihre Seiten auf

die gleichen Stile zugreifen können. Dies erspart viel Schreibarbeit, wenn Sie später einmal die Schriftart wechseln möchten. Aus gleichem Grund werden die HTML-Tags `<i>` oder `<b>` nicht mehr verwendet, die ebenfalls für kursive oder fette Texte sorgen – diese Stile im CSS-Code festzulegen macht Sie auf lange Sicht weitaus flexibler und bereits mit dem

zweiten Textelement hat sich die zusätzliche Arbeit schon rentiert.

Die CSS-Regeln für die Textauszeichnung sind einfach gehalten. In diesem Tutorial beschränken wir uns auf Fließtext und Überschriften, Sie werden aber keinerlei Schwierigkeiten haben, ähnliche Regeln für weitere Textelemente zu erstellen.

„Eine einzige Klasse mit einem definierten Schriftstil bestimmt den Stil aller Seiten.“

## Den Text gestalten

Im Browser sehen Sie mit einem Seiten-Reload die Auswirkungen eines neuen Stils.

### Überschrift gestalten

Dies ist `<h1>`, die wichtigste Überschrift auf der Seite, darum machen wir sie groß und fett. Wählen Sie Schriftart und Schriftgröße mit Bedacht.

### Kursiver Text

Um kursiven Text zu zeigen, erstellen wir die Klasse „`italictext`“ und legen nur „`font-style`“ fest. Alle anderen Eigenschaften erbt die Klasse vom darüber definierten Stil des `<p>`-Tags.

### DIE RICHTIGE SCHRIFTART FINDEN

Während Sie eine Webseite auf Ihrem lokalen Rechner erstellen, wird Ihr Browser klaglos jede auf Ihrem System installierte Schriftart anzeigen. Wenn aber spätere Seitenbesucher eine benötigte Schriftart nicht installiert haben, dann wird der Browser diese ersetzen – und damit möglicherweise Ihr Design ruinieren. Auf der sicheren Seite sind Sie mit Schriften wie Georgia, Arial, Helvetica, Times New Roman, Arial Black, Comic Sans MS, Tahoma, Trebuchet MS, Verdana und Lucida Console.

### Andere Überschriften gestalten

Hier sehen Sie den Stil des `<h3>`-Tags und eine Überschrift in diesem Stil. Er besteht aus „`font-family`“, „`font-size`“, „`font-weight`“ und „`margin-bottom`“.



### Halten Sie es einfach

In einem Stil können Sie den Wert zahlloser Parameter festlegen. Sie können sich Arbeit ersparen und nur diejenigen Parameter angeben, die Sie tatsächlich verändern möchten.

```

10
11
12 /* CSS - style.css */
13
14 p {
15     font-family: Verdana;
16 }
17
18

```

## 01 Eine Schriftart wählen

Mit einer einzigen CSS-Regel legen Sie fest, welche Schriftart alle auf Ihren Seiten vorhandenen <p>-Textelemente verwenden sollen. Erstellen Sie diese Regel in der Datei "style.css" und verweisen im <head>-Tag jeder HTML-Seite mit <link rel="stylesheet" type="text/css" href="style.css"> auf diese Datei.

```

10
11
12 /* CSS - style.css */
13
14 p {
15     font-family: "Playfair Display", serif;
16 }
17
18
19

```

## 02 Mehrere Familien finden

Wenn der Name einer Schrift Leerzeichen enthält, dann wird er mit Anführungszeichen umfasst. Es ist gut, mehrere Schriftarten anzugeben, da Ihr Seitenbesucher Ihre bevorzugte Schriftart möglicherweise nicht installiert hat. Mit „serif“ oder „sans-serif“ überlassen Sie dem Browser die Wahl.

```

11
12 /* CSS - style.css */
13
14 p {
15     font-family: "Playfair Display", serif;
16     font-size: 14px;
17     font-style: normal;
18     font-weight: normal;
19 }
20
21
22
23

```

## 03 Größe und Schnitt

Falls Ihnen die vorgegebene Schriftgröße nicht gefällt oder eine gewählte Schriftart besonders klein ausfällt, dann können Sie sie mit „font-size“ punktgenau verändern. Mit dem „font-style“-Wert „italic“ machen Sie die Schrift kursiv, mit „font-weight“ mager („light“) oder fett („bold“).

```

19
20
21 /* CSS - style.css */
22
23 p {
24     font-family: "Playfair Display", serif;
25     font-size: 14px;
26     font-style: normal;
27     font-weight: normal;
28 }
29
30 p.italictext {
31     font-family: "Playfair Display", serif;
32     font-size: 14px;
33     font-style: italic;
34     font-weight: normal;
35 }
36
37 p.boldtext {
38     font-family: "Playfair Display", serif;
39     font-size: 14px;
40     font-style: normal;
41     font-weight: bold;
42 }
43
44

```

## 04 Klassen definieren

Wenn Sie nur bestimmte Textabschnitte fett oder kursiv setzen möchten, dann benötigen Sie mehrere Klassendefinitionen. Das Beispiel variiert nur „font-style“ und „font-weight“ für Textauszeichnungen, Sie können aber auch spezielle Klassen für Bildunterschriften und Kästen erstellen.

```

14 <body>
15 <div id="wrapper">
16
17 <p><strong>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nulla eget dolor urna. Donec risus tortor,
18 dictum in tellus id, vehicula scelerisque dolor.</strong> Interdum et malesuada fames ac ante ipsum primis in
19 faucibus. Ut dignissim faucibus tristique. Etiam in dolor augue. Vivamus arcu diam. Vivamus at massa eget augue
20 consectetur finibus at et nunc. Integer tempor neque magna, vel eleifend tortor ullamcorper quis. Sed ac enim nec
21 ligula mollis dignissim ut nec purus.</p>
22
23 <p class="italictext">Class aptent taciti sociosqu ad litora torquent per conubia nostra, per inceptos himenaeos.
24 Duis imperdiet lorem aliquet nisi rutrum aliquet. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nam
25 interdum nunc vel erat ultrices fringilla. Sed vestibulum congue justo ut condimentum. Integer mattis in dui eu
26 sollicitudin. Nunc convallis gravida est, sit amet luctus lectus commodo id.</p>
27
28 <p class="boldtext">Pellentesque varius hendrerit lacinia. Aliquam hendrerit ultricies elit ut laoreet. Curabitur
29 venenatis, arcu vitae pharetra fermentum, libero massa pellentesque libero, sed fringilla augue tellus quis arcu.
30 Duis mollis magna dignissim vestibulum fringilla. Etiam vel faucibus elit. Etiam elit orci, rutrum vitae massa at,
31 posuere ullamcorper justo. Donec venenatis varius laculis.</p>
32
33 <p>Sed quis enim lectus. Fusce viverra purus ut dapibus sodales. Maecenas vel quam urna. Donec quis sapien
34 consequat, finibus sapien facilisis, pharetra justo. Curabitur suscipit quam nibh, at condimentum ipsum finibus ac.
35 Nunc ac gravida lacus. Pellentesque efficitur euismod justo, non hendrerit mi luctus eu. Class aptent taciti
36 sociosqu ad litora torquent per conubia nostra, per inceptos himenaeos.</p>
37
38 </div></-- //wrapper -->
39 </body>
40 </html>

```

## 05 Klassen verwenden

Die im vorigen Schritt definierten Klassen können Sie verwenden, indem Sie in einer HTML-Seite mehrere <p>-Abschnitte erstellen und diesen eine Klasse mitgeben. Der entsprechende Stil ist bis zum schließenden </p>-Tag gültig. Sie können innerhalb des <p>-Elements weitere <p>-Elemente mit anderer Klasse verwenden.

```

11 /* CSS - style.css */
12
13 h1 {
14     font-family: "Playfair Display", serif;
15     font-size: 48px;
16     font-style: normal;
17     font-weight: 900;
18     margin: 0px;
19     padding: 0px;
20 }
21
22 h2 {
23     font-family: "Playfair Display", serif;
24     font-size: 28px;
25     font-style: normal;
26     font-weight: 900;
27     margin: 0px;
28     padding: 0px;
29     color: #333;
30 }
31
32 h3 {
33     font-family: "Playfair Display SC", serif;
34     font-size: 24px;
35     font-style: normal;
36     font-weight: 900;
37     margin: 0px;
38     padding: 0px;
39     color: #666;
40 }

```

## 06 Überschriften definieren

Passend zum Fließtextstil sollten auch die Überschriften gestaltet werden. Auch wenn sie von den HTML-Seiten derzeit nicht benötigt werden, sollten Sie gleich alle <h1> bis <h6>-Elemente definieren. Die Vorgehensweise ist identisch zum <p>-Stil, allerdings haben wir den unteren Abstand zum nächsten Element etwas verkleinert.

## Übersichtlichkeit dank Listen

Setzen Sie Listen als Blickfang ein und gestalten Sie sie mittels CSS interessanter.

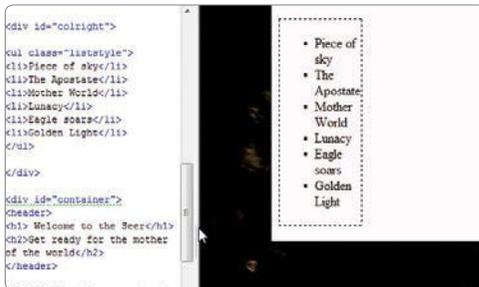
**D**er durchschnittliche Besucher Ihrer Seite wird diese kurz überfliegen und dann die nächste Website besuchen – es sei denn, sein Blick bleibt an einem leicht erfassbaren Element hängen. Insbesondere wenn Ihre Seite viel Text präsentiert, sollten Sie den Inhalt daher in einzelne Elemente wie etwa Kästen und Aufzählungen aufteilen. Gerade kurze Listen mit Aufzählungszeichen laden das Auge zum Verweilen ein. Bei HTML werden die Tags `<ol>` und `<ul>` für geordnete beziehungsweise ungeordnete Listen verwendet. Diesen zunächst

etwas unspektakulären Listen können mit ein wenig CSS-Arbeit neue Aufzählungszeichen verpasst werden – mit dem Parameter „list-style-image“ sind hier sogar Bilder möglich. Natürlich können Sie auch

die Schrift nach Belieben verändern, ebenso lassen sich die seitliche Einrückung sowie der Abstand der Listenelemente untereinander an Ihr Seitendesign anpassen.

„Kurze Listen mit Aufzählungszeichen laden das Auge zum Verweilen ein.“





## 01 Liste erstellen

Ehe Sie eine Liste gestalten können, müssen Sie natürlich eine erstellen. Fügen Sie hierzu wie im Bild gezeigt die Tags `<ul>` und `</ul>` in ein HTML-Dokument ein. Dazwischen kommen die Listenelemente, die jeweils in `<li>` und `</li>` eingefasst werden. Fügen Sie mindestens vier Elemente ein, um ein bisschen Kontext zu haben.



## 02 Stil der Liste

Öffnen Sie die in den letzten Tutorials erstellte Datei `style.css` und erzeugen Sie wie abgebildet eine neue Klasse namens „liststyle“. Sie enthält nur den einen Parameter „list-style: square“, wobei statt „square“ mehr als 20 andere Werte verwendet werden können, darunter „circle“, „lower-roman“, „disc“ und „decimal“.



## 03 Liste positionieren

Sie können die Liste frei platzieren. Ausgehend von der Standardposition der Liste verschiebt „margin“ diese um die angegebene Pixelzahl nach rechts unten. Experimentieren Sie mit unterschiedlichen, gerne auch negativen Werten für „margin“ und „padding“.



## 04 Text gestalten

Sie werden bemerken, dass die Liste eine andere Schriftart als der Rest der Seite verwendet. Das liegt daran, dass wir Listen noch keinen Schriftstil zugewiesen haben. Damit die Liste den gleichen Schriftstil wie unser Fließtext erhält, fügen wir der Regel für `p` einfach ein Komma und ein `ul` hinzu.



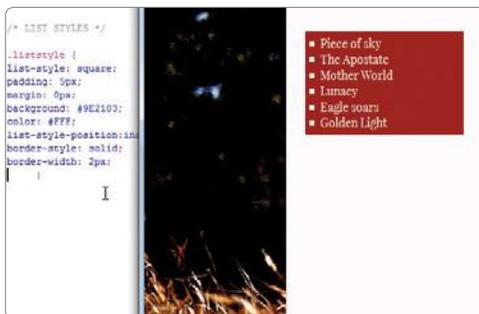
## 05 Hintergrund wählen

Viele HTML-Elemente können eine Hintergrundfarbe haben, die sich auf den Inhalt und den „padding“-Bereich auswirkt, nicht aber auf „border“ und „margin“. Wir haben uns für die Farbe „#9E2103“ entschieden. Wenn Sie mit dieser Notation nicht vertraut sind, können Sie auch „red“, „yellow“ oder „blue“ verwenden.



## 06 Innen und außen

Im letzten Schritt ist Ihnen vielleicht aufgefallen, dass die Aufzählungszeichen außerhalb des Hintergrunds angezeigt wurden – das ist ihre Standardposition. Diese können wir verändern, indem wir dem Parameter „list-style-position“ den Wert „inside“ zuweisen.



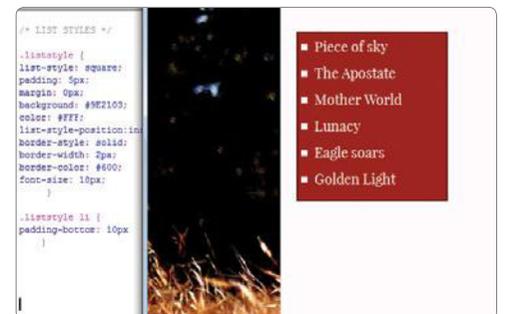
## 07 Rahmen generieren

Wie bereits erwähnt, kann jedes HTML-Element einen Rahmen haben. Dieser wird über Breite und Rahmenstil definiert, also setzen wir „border-width“ auf „2px“ und „border-style“ auf „dotted“. Andere Werte wären „solid“, „dashed“, „double“, „groove“, „ridge“, „inset“ und „outset“.



## 08 Rahmen einfärben

Auch ein Rahmen kann eine separate Farbe haben. In diesem Beispiel geben wir ihm die Farbe „#600“, die gut zu dem anderen Rot passt. Da unterschiedliche Browser unterschiedliche Standardrahmenfarben verwenden, sollte man die Rahmenfarbe stets explizit angeben.



## 09 Gestaltung

Möglicherweise entsprechen die Elemente wie „margin“, „padding“ und Schriftgröße noch nicht Ihren Vorstellungen. Verfeinern Sie also als Nächstes die entsprechenden Einstellungen, bis Sie mit dem Ergebnis zufrieden sind. Zum Schluss das Speichern nicht vergessen!

## Von der Liste zur Navigationsleiste

So verwandeln Sie eine langweilige Linkliste in eine sehenswerte Navigationshilfe.

**D**ie Navigation einer Website bestimmt zu weiten Teilen das Benutzererlebnis: Findet er das Menü, findet er alle Inhalte? Grund genug, sich über dessen Design Gedanken zu machen. Noch vor kurzer Zeit hätten wir in Paint oder einem anderen Grafikprogramm bunte Bilder gemalt, diese per HTML auf die Webseite übertragen und mit JavaScript-Effekten animiert. Aber das ist längst vergessene Technik – heutzutage verwenden wir stattdessen CSS.

Eine moderne Navigationsleiste ist zunächst eine einfache ungeordnete Liste. Erst mit CSS können wir die Listenelemente so gestalten, dass sie wie ein Menü aussehen und funktionieren. Anstatt die Liste von oben nach unten fließen zu lassen, setzen wir die Elemente nebeneinander. Dann gestalten wir den enthaltenen Text auf eine auffällige Weise und geben den einzelnen Elementen einen optischen

Zusammenhalt. Das Resultat erinnert in keiner Weise mehr an das ursprüngliche HTML-Layout.

Sie können den Code in Ihre Seite kopieren und mit wenigen Veränderungen (die Verweise sollten auf tatsächlich existierende Seiten leiten, außerdem können Sie Schrift und Farbe an Ihr Design anpassen) haben Sie eine voll funktionsfähige Navigationsleiste.

„Das Resultat erinnert in keiner Weise an das ursprüngliche HTML-Layout.“

## Die Navigation erstellen

Ein Überblick über CSS-Navigationsleisten

### Eine ID erstellen

Das Navigationsmenü existiert nur ein einziges Mal auf der Seite, daher verwenden wir eine ID anstelle einer Klasse. Diese #navbar-Regeln verwandeln eine herkömmliche Liste in ein Navigationsmenü am oberen Seitenrand.

### Vertikal zu horizontal

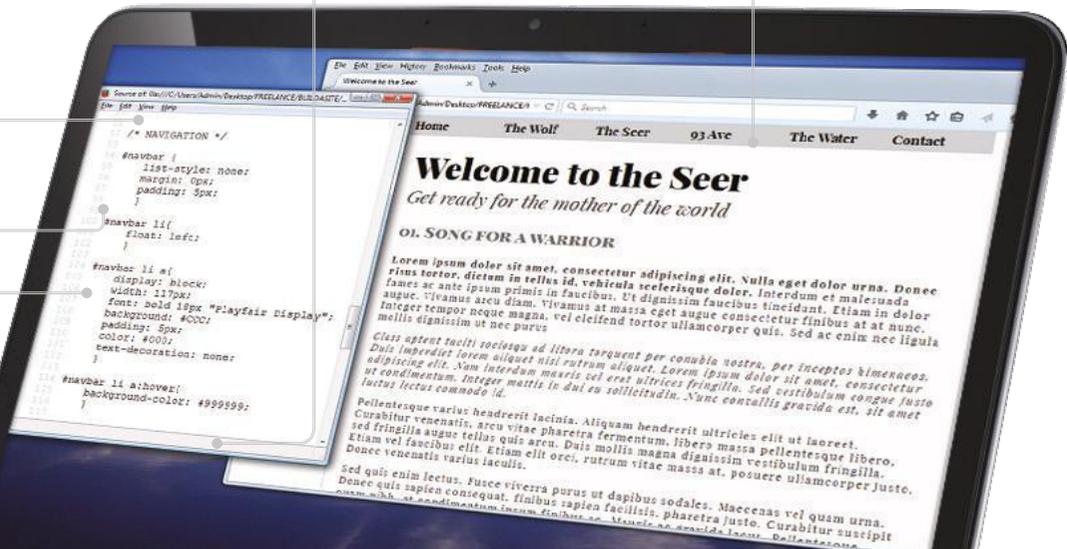
Mit „float:left;“ wird eine vertikale Liste zu einer horizontalen Liste. Dies ist das Schlüsselement unseres Navigationsmenüs. Alternativ wäre die Verwendung von „display:inline;“ möglich.

### Vom Link zum Block

Der Platz zwischen den Menüelementen entsteht, indem wir die Verweise mit „display:block;“ zu rechteckigen Blöcken machen und deren Breite mit „width:140px;“ festlegen.

### Mouse-over-Effekte

Hier ist eine kleine Vorschau auf den finalen Code. Mit dem Selektor #navbar li a: hover wird eine neue Hintergrundfarbe angezeigt, sobald sich die Maus über einem Verweis befindet.



## DIE SEITENBREITE AUSNUTZEN

In unserem Beispiel soll die Navigationsleiste die gesamte Breite der Webseite verwenden. Zu diesem Ziel führen mehrere Wege. Wir haben uns für den einfachsten entschieden und den Listenelementen eine entsprechende, feste Breite gegeben. Wenn Sie längere Texte oder mehr Menüeinträge haben, müssen Sie die Einträge schmaler machen oder die Seite verbreitern.

```

71 </head>
72
73 <body>
74 <div id="wrapper">
75
76 <ul id="navbar">
77 <li><a href="#">Home</a></li>
78 <li><a href="#">The Wolf</a></li>
79 <li><a href="#">The Seer</a></li>
80 <li><a href="#">93 Ave</a></li>
81 <li><a href="#">The Water</a></li>
82 <li><a href="#">Contact</a></li>
83 </ul>
84
85

```

## 01 Eine Liste erstellen

Eine ungeordnete Liste `<ul>` wird verwendet, um auf andere Seiten der Website zu verweisen. Es handelt sich hier um einfachstes HTML und birgt keinerlei Besonderheiten. Um die CSS-Magie zu ermöglichen, geben wir der Liste die `id="navbar"`.



## 03 Fließen lassen

Normalerweise wird jeder Listeneintrag in einer separaten Zeile dargestellt. Durch „float:left;“ überreden wir den Browser, stattdessen den ersten Eintrag am linken Rand des `<ul>`-Elements und die folgenden Einträge hinter dem vorigen Eintrag zu platzieren.



## 05 Den Text gestalten

Nicht nur die normalen Texte auf einer Webseite, sondern auch die `<a>`-Links in unserer Liste können wir auf verschiedene Weise gestalten: In der Regel für `#navbar li a` definieren wir neue Werte für Schriftgröße und -gewicht sowie für Innen- und Außenrand.



## 02 Design entfernen

Im letzten Tutorial haben wir gelernt, wie Listen und Aufzählungszeichen gestaltet werden. Wir entfernen die Aufzählungszeichen mit „list-style-type:none;“ und verzichten mit „margin:0;“ und „padding:0;“ auf jeglichen Freiraum um die Texte herum.



## 04 Auf der Seite verteilen

Alle Links kleben nun aneinander und machen zusammen keineswegs den Eindruck einer Navigationsleiste. Daher geben wir jedem Menüeintrag eine feste Breite. Dazu bauen wir aus jedem `<a>` einen Block und geben ihm eine Breite von 100 Pixeln.



## 06 Farbe und Dekoration

Mit drei letzten Eigenschaften nehmen wir der Navigationsleiste das alte HTML-Flair: Die Textfarbe ist dank „color:“ nun Schwarz und die Hintergrundfarbe mittels „background-color“ Mittelgrau. Mit „text-decoration:none;“ haben wir die Unterstreichung entfernt.

## Bilder mit CSS formatieren

So legen Sie exakt fest, wie und wo Bilder auf der Website angezeigt werden.

**E**ine Website sähe ohne Bilder ziemlich langweilig aus. Einige Bilder, wie beispielsweise Logos oder eine grafische Überschrift sollten auf jeder Seite erscheinen, während andere der jeweiligen Seite als Illustration dienen. Bevor Sie mit diesem Tutorial beginnen, müssen Sie erst ein paar Bilder erstellen – denken Sie daran, dass man mit Bildern sparsam umgeht und diese eine geringe Dateigröße haben sollten, damit die Webseite schnell lädt.

Bilder werden mit dem HTML-Tag `<img>` in eine Webseite eingesetzt. Es gibt zwar `<img>`-Attribute für Größe und Position, diese sind aber veraltet und wurden durch die flexibleren CSS-Eigenschaften ersetzt. Beispielsweise kann man dank CSS einen Rahmen festlegen, den Freiraum an jeder Kante

individuell regeln und ein Bild von Text umfließen lassen. Aktuelle Browser, die auch neuere CSS3-Eigenschaften kennen, geben dem Bild mit einem Schlagschatten einen 3D-Effekt. Dieses Tutorial zeigt Ihnen, wie Sie all diese Features praxisnah kombinieren.

„Die veralteten HTML-Attribute wurden durch flexiblere CSS-Eigenschaften ersetzt.“

### Grundlagen für CSS-Bilder

Für die Formatierung von Bildern stehen zahlreiche Optionen zur Auswahl

#### Breite und Höhe

Die Größe eines Bildes kann mit „width“ und „height“ pixelgenau angegeben werden. Dabei wird aber die Bildqualität verändert und die Darstellung kann verzerrt sein. Idealerweise geben Sie beiden oder wenigstens einer Eigenschaft den Wert „auto“.

#### Schatten hinzufügen

Wenn Sie das Bild optisch ein wenig herausheben möchten, dann fügen Sie ihm einen Schlagschatten mit „box-shadow“ hinzu. Probieren Sie unterschiedliche Werte aus, um deren Effekte zu sehen. „box-shadow“ funktioniert nur in neueren Browsern.

#### Abstand halten

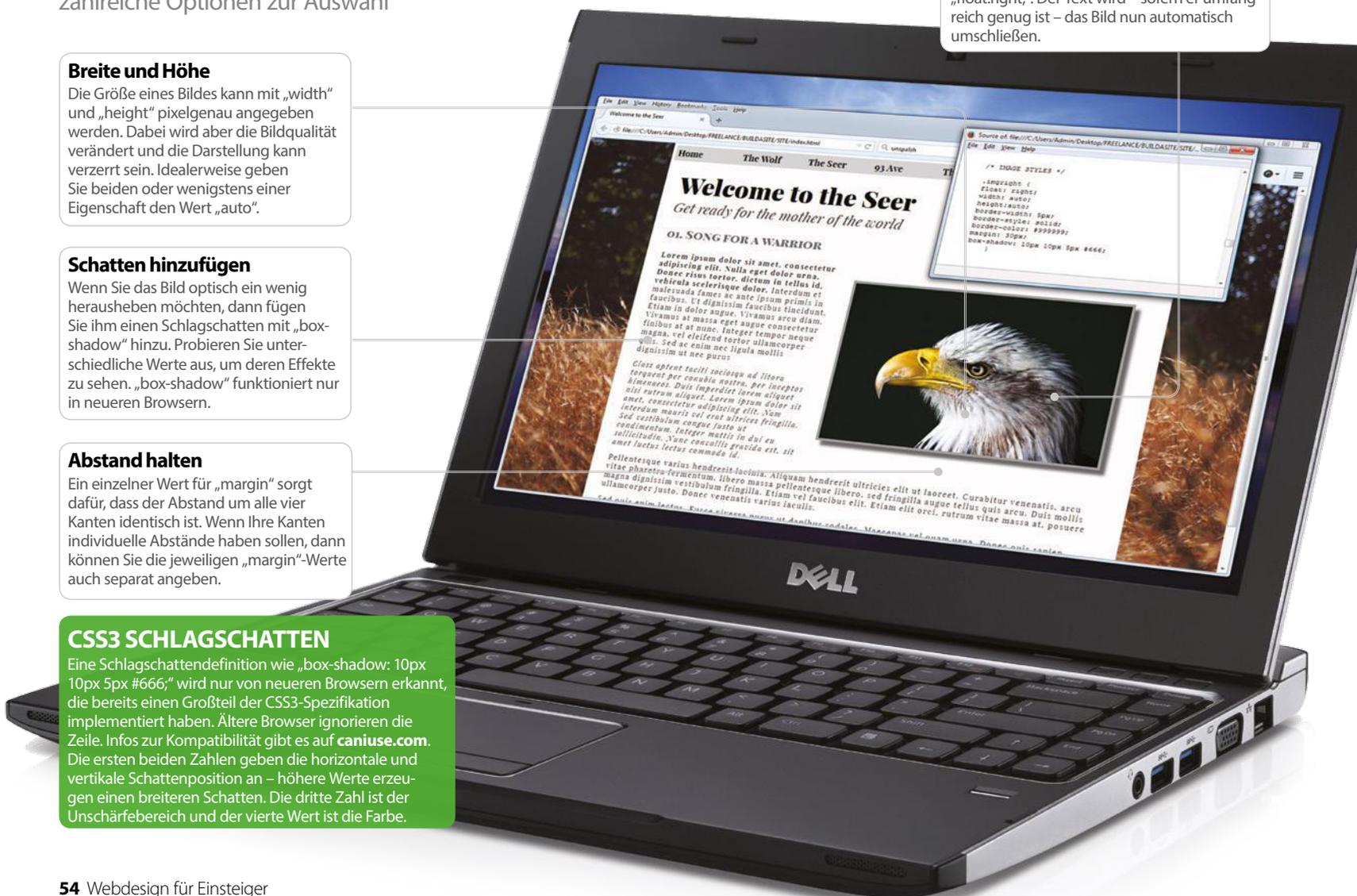
Ein einzelner Wert für „margin“ sorgt dafür, dass der Abstand um alle vier Kanten identisch ist. Wenn Ihre Kanten individuelle Abstände haben sollen, dann können Sie die jeweiligen „margin“-Werte auch separat angeben.

#### CSS3 SCHLAGSCHATTEN

Eine Schlagschattendefinition wie „box-shadow: 10px 10px 5px #666;“ wird nur von neueren Browsern erkannt, die bereits einen Großteil der CSS3-Spezifikation implementiert haben. Ältere Browser ignorieren die Zeile. Infos zur Kompatibilität gibt es auf [caniuse.com](http://caniuse.com). Die ersten beiden Zahlen geben die horizontale und vertikale Schattenposition an – höhere Werte erzeugen einen breiteren Schatten. Die dritte Zahl ist der Unschärfebereich und der vierte Wert ist die Farbe.

#### Lassen Sie es fließen

Wenn das Bild von Text umflossen werden soll, dann verwenden Sie „float:left;“ oder „float:right;“. Der Text wird – sofern er umfangreich genug ist – das Bild nun automatisch umschließen.





## 01 Bilder erstellen

Öffnen Sie Ihr Grafikprogramm und erstellen Sie Bilder für Ihre Webseite. Wie hier gezeigt darf es sich dabei um ein Hintergrundbild handeln, aber auch Fotografien und Zeichnungen sind gut geeignet. Speichern Sie das Bild als JPEG oder als PNG mit 256 Farben.



## 03 Eine Klasse erschaffen

In der CSS-Datei erstellen wir nun eine Regel mit dem Selektor `img.picright`. Die Eigenschaft `„float:right;“` schiebt das Bild an den rechten Rand – `„float:left;“` hätte den gegenteiligen Effekt. In beiden Fällen wird der Text das Bild nun umfließen.



## 05 Die Ränder definieren

Wenn Text zu nahe an ein Bild gerät, dann entsteht meist ein unprofessioneller Eindruck. Dieser lässt sich mit dem `„margin“` leicht verhindern. Im Normalfall reicht ein Rand von 10 Pixeln Breite; hier zeigen wir uns mit 30 Pixeln besonders großzügig.



## 02 Die Bilder einfügen

Bilder werden mit dem `<img>`-Tag in eine HTML-Seite integriert. Das `src`-Attribut verweist auf die Bilddatei. Das `alt`-Attribut wird von Suchmaschinen und Lesehilfen ausgewertet. Damit wir das Bild mit CSS platzieren können, erhält es die Klasse `„imgright“`.



## 04 Rahmen hinzufügen

Wie die meisten HTML-Elemente kann auch ein Bild einen Rahmen zeigen. Für Bilder bieten sich durchgezogene, farblich zurückhaltende Rahmen an. Schwarze Rahmen machen ein Bild ernsthaft, weiße Rahmen erinnern an Polaroids.



## 06 Die Größen anpassen

Wenn Sie keine explizite Größe angeben, dann wird ein Bild in Originalgröße dargestellt. Insbesondere wenn Sie Vorschaubilder anzeigen möchten oder das Originalbild nicht verändern wollen, müssen Sie die Höhe und Breite genau angeben.

## Ein zweispaltiges Layout gestalten

So kombinieren Sie Ihre bisher gewonnenen Kenntnisse zu einem flexiblen, zweispaltigen Seitenlayout.

**M**it HTML und CSS ein zweispaltiges Webseitenlayout zu erstellen – eines der häufigsten und flexibelsten Seitendesigns – ist **überraschend einfach**. Fast alle aktuellen Webseiten verwenden ein aus mehreren Spalten bestehendes Grundgerüst mit mindestens einer Seitenleiste und einem Inhaltsbereich. Wenn Sie die Grundlagen dieses Designkonzepts verinnerlicht haben, dann können Ihnen auch große und ausgefallene Gestaltungsideen nichts mehr anhaben.

In diesem Tutorial werden wir unseren Lieblingstexteditor öffnen (wir verwenden Adobe Dreamweaver, aber NotePad oder TextEdit sind ebenso gut geeignet) und lernen, wie wir Spalten mittels CSS vergrößern, verkleinern und gegeneinander austauschen. Danach besprechen wir float, Prozentzahlen und einiges mehr.

„Fast alle Webseiten verwenden ein aus Spalten bestehendes Grundgerüst mit Seitenleiste und Inhaltsbereich.“

### ANATOMIE EINER CSS-REGEL

In der Sprache CSS verwenden wir „Selektoren“: Ein Selektor bestimmt das HTML-Element, das wir gestalten möchten. Unter dem Selektor steht ein Paar geschweifter Klammern, innerhalb dessen sich wiederum beliebig viele Eigenschaftsnamen und dazu gehörende Eigenschaftswerte befinden. Beispielsweise ist „float“ die Eigenschaft und „left“ deren Wert. Beides zusammen ergibt „float:left;“ und wird auch als Deklaration bezeichnet. All dies zusammen (Selektor, Klammern und Deklarationen) ergibt eine „Regel“. Thematisch verwandt ist die Tatsache, dass wir HTML-Tags wie <p> oder <div> als Elemente bezeichnen und diese Rechtecke entweder auf Block-Level (untereinander) oder auf Inline-Level (im Text fließend) angeordnet werden. Wenn die CSS-Eigenschaft „float“ bestgelegt wird, dann bricht das Element aus dem normalen Dokumentenfluss aus und muss gesondert beachtet werden.

### Ein kurzer Überblick

Was wir in diesem Tutorial lernen werden: Die wichtigsten HTML- und CSS-Kenntnisse, um ein zweispaltiges, zukunftssicheres Layout zu erstellen.

#### Der Kopfbereich

Der Kopfbereich ist linksbündig und nutzt mit „width:100%;“ die gesamte verfügbare Breite.

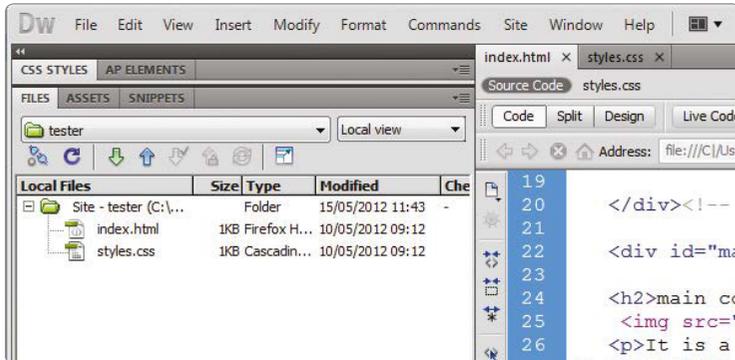
#### Der Seiteninhalt

Der Inhaltsbereich der Webseite ist ebenfalls linksbündig angeordnet. Mit dem Außenrand „margin“ halten wir Abstand vom Kopfbereich und der zweiten Spalte.

#### Die Seitenleiste

Die Randleiste „floated“ nach rechts. Wieder einmal verwenden wir den Außenrand, um das Element von seinen direkten Nachbarn zu trennen.





## 01 Vorbereitung

Als Erstes legen wir zwei Textdateien namens „index.html“ und „styles.css“ an. Beide speichern wir im gleichen Verzeichnis. Generell raten wir dazu, alle CSS-Dateien in ein Verzeichnis namens „css“ zu legen und Bilder in einem „images“-Verzeichnis zu sammeln. Für dieses Tutorial verzichten wir aber auf die daraus resultierenden, längeren Dateipfade.

```

1 <!DOCTYPE HTML>
2 <html>
3 <head>
4 <meta charset="utf-8">
5 <title>3 column layout</title>
6
7 <link rel="stylesheet" href="styles.css">
8
9 </head>
10
11 <body>
12
13 <div id="wrapper">
14

```

## 03 Der Wrapper

Innerhalb des <body>-Tags erstellen wir nun ein <div>-Element, das die ID „wrapper“ erhält. Dieses können wir später verwenden, um mittels CSS alle Seiteninhalte zu zentrieren. Wir verwenden eine ID anstatt einer Klasse, da es auf der gesamten Seite nur ein einziges Element geben wird, das als Container für den Gesamthalt dient.

```

11 <body>
12
13 <div id="wrapper">
14
15 <div id="header">
16
17 <h1>header</h1>
18
19 </div><!-- END header -->
20
21 <div id="main_content">
22
23 <h1>main content</h1>
24
25 </div><!-- END main content -->
26
27 </div><!-- END wrapper -->
28

```

## 05 Der Seiteninhalt

Nun erstellen wir den Bereich, der später den Seiteninhalt enthalten soll. Auch dieses <div> wird im Wrapper platziert, es bekommt aber die ID „main\_content“. Zur besseren Übersicht enthält dieses Element vorerst die h1-Überschrift „main\_content“.

```

1 <!DOCTYPE HTML>
2 <html>
3 <head>
4 <meta charset="utf-8">
5 <title>3 column layout</title>
6
7 <link rel="stylesheet" href="styles.css">
8
9 </head>
10
11 <body>
12
13 <div id="ma
14 <h2>main co
15 
8
9 </head>
10
11 <body>
12
13 <div id="wrapper">
14
15 <div id="header">
16
17 <h1>header</h1>
18
19 </div><!-- END header -->
20
21 </div><!-- END wrapper -->
22
23 </body>
24 </html>

```

## 04 Der Kopfbereich

Das erste sichtbare Seitenelement ist der Kopfbereich. Diesen definieren wir als <div> mit der ID „header“ und platzieren ihn innerhalb des Wrappers. Im Kopfbereich legen wir eine <h1>-Überschrift an und der Einfachheit halber definieren wir deren Text als „header“.

```

17 <h1>header</h1>
18
19 </div><!-- END header -->
20
21 <div id="main_content">
22
23 <h1>main content</h1>
24
25 </div><!-- END main content -->
26
27 <div id="sidebar">
28
29 <h2>sidebar</h2>
30
31 </div><!-- END sidebar -->
32
33 </div><!-- END wrapper -->
34

```

## 06 Die Seitenleiste

Nun erstellen wir die Seitenleiste, die im Allgemeinen rechts platziert wird und später einmal die Navigationselemente oder ein Suchfeld enthalten wird. Wir setzen also ein <div> unterhalb des „main\_content“-Elements und geben ihm die ID „sidebar“.

# Websites erstellen

```
28 </div><!-- END sidebar -->
29
30 <div id="Footer">
31   |<h3>footer</h3>
32 </div><!-- END footer -->
33
34 </div><!-- END wrapper -->
35
36 </body>
37 </html>
38
39
40
```

## 07 Die Fußzeile

Die Fußzeile spricht für sich selbst und ist auch schon das letzte HTML-Element, das wir der Seite hinzufügen. Wieder erstellen wir ein `<div>`, platzieren es unterhalb des „sidebar“-Elements und geben ihm die ID „footer“. Zur besseren Übersicht enthält dieses Element vorerst die h3-Überschrift „footer“. Ebenfalls der Übersicht dienen die Kommentare hinter den `</div>`-Tags, die insbesondere langen HTML-Code lesbarer machen.

```
header
main content
sidebar
footer
```

## 09 Wrapper-Stil

Unser „wrapper“-Element soll die Seitenelemente in Form bringen. Insbesondere wollen wir der Seite eine feste Breite geben und sie im Browserfenster zentrieren. Daher legen wir die Breite mit „width:960px;“ fest und Außenrand mit „margin: 0 auto;“. Die Null besagt, dass die Seite das Browserfenster oben und unten berührt. „auto“ bestimmt hingegen, dass seitlich eventuell vorhandener Platz gleichmäßig aufgeteilt wird – die Seite ist zentriert.

```
001 #wrapper {
002   width: 960px;
003   margin: 0 auto;
004 }
```

```
main content
```

## 11 Seiteninhalt-Stil

In diesem Schritt legen wir den Stil des Hauptinhalts fest. Als Erstes geben wir ihm einen Außenrand, damit das Design luftiger wird. Dann legen wir die Breite auf einen Wert fest, der – unter Beachtung der Gesamtbreite der Seite sowie des „margin“ – noch Platz für die Seitenleiste lässt. Da der Seiteninhalt am linken Rand stehen soll, geben wir der Regel die Eigenschaft „float:left;“.

```
001 #main_content {
002   float: left;
003   background: #f0f0f0;
004   margin: 10px 5px 10px 0;
005   width: 620px;
006   height: 630px;
007 }
```

```
header
```

```
main content
```

```
sidebar
```

```
footer
```

## 08 CSS-Reset

Nun öffnen wir die Datei „styles.css“ und erstellen die sogenannte „Reset“-Regel. Der Selektor „\*“ wendet diese Regel auf alle Elemente an und entfernt die browserdefinierten, oftmals unterschiedlich großen Werte für „margin“ und „padding“. Dieser Schritt erspart uns unliebsame Überraschungen.

```
001 /* reset */
```

```
002
```

```
003 * {
```

```
004   padding: 0;
```

```
005   margin: 0;
```

```
006
```

```
007 }
```

```
header
```

## 10 Kopfbereich-Stil

Da der Kopfbereich die gesamte Seitenbreite einnehmen soll, geben wir dem „#header“-Stil die Eigenschaft „width:100%;“. Außerdem soll er 100 Pixel hoch und vom oberen Rand 10 Pixel entfernt sein. Da die nächsten Elemente die „float“-Eigenschaft verwenden werden und damit den Kopfbereich beeinflussen werden, legen wir auch im „#header“-Stil „float:left;“ fest.

```
001 #header {
002   float: left;
003   background: #f1f1f1;
004   margin: 10px 0 0 0;
005   width: 100%;
006   height: 100px;
007 }
```

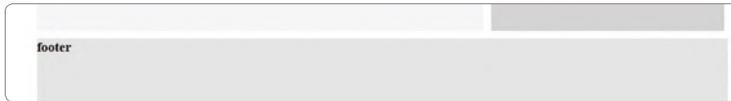
```
main content
```

```
sidebar
```

## 12 Seitenleisten-Stil

Die Seitenleiste wird am rechten Seitenrand platziert. Wir erstellen daher in der „#sidebar“-Regel die Eigenschaft „float:right;“. Wieder sorgen wir mit einem Außenrand für etwas Luft und legen schließlich die Breite auf 324 Pixel fest – genug Platz für Inhalte aller Art. Sowohl in der „#main-content“- als auch in der „#sidebar“-Regel legen wir die Elementhöhe fest. Dies erlaubt uns später, den Inhalt dieser Elemente unabhängig voneinander zu scrollen.

```
001 sidebar {
002   float: right;
003   margin: 10px 5px 5px 6px;
004   background: #ccc;
005   width: 324px;
006   height: 630px;
007 }
```



### 13 Der Fußzeilen-Stil

Die Regel für die Fußzeile sollte kaum Überraschungen bieten und entspricht in etwa der Kopfzeilen-Regel. Beachten Sie aber die neue Eigenschaft „clear:both;“. Sie sorgt dafür, dass der bis hierhin aktive „float“-Positionierungsmodus beendet und die Fußzeile (wie in HTML üblich) unterhalb der bisherigen Elemente platziert wird.

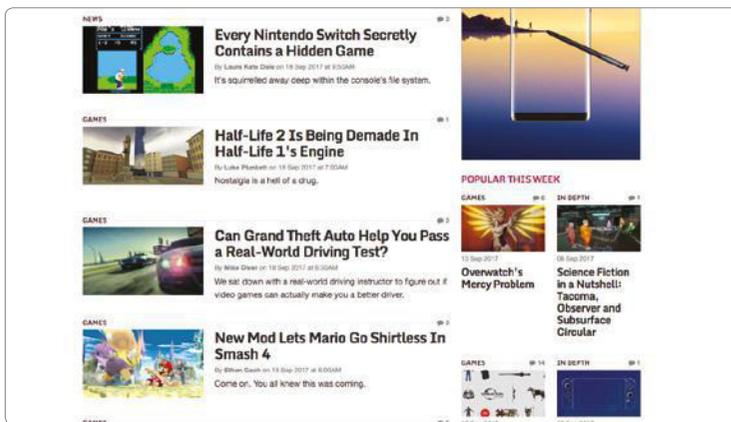
```
001 #footer {
002     clear: both;
003     float: left;
004     background: #ddd;
005     width: 100%;
006     height: 100px;
007 }
```



### 15 Die Seitenleiste bewegen

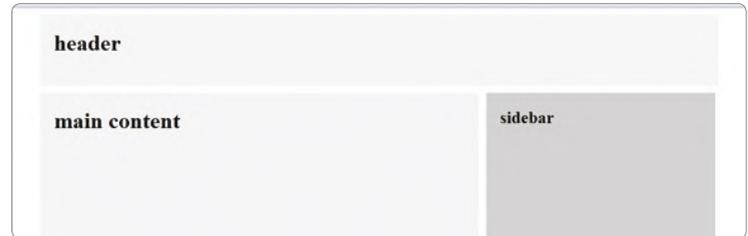
Wenn Sie die Seitenleiste lieber links des Hauptinhalts platzieren möchten, dann ist dies mit nur einer einzigen Veränderung am CSS-Code zu bewerkstelligen: Geben Sie der „#main\_content“-Regel die Eigenschaft „float:right;“. Der Browser wird nun zuerst „main\_content“ nach rechts schieben und dann die im HTML-Code später definierte „sidebar“ nachrutschen. Obwohl auch „sidebar“ die Eigenschaft „float:right;“ hat, sitzt sie daher links.

```
001 #main_content {
002     float: right;
003     background: #f0f0f0;
004     margin: 10px 5px 10px 0;
005     width: 620px;
006     height: 630px;
007 }
```



### 17 Inspirieren lassen

Damit ist das Grundgerüst für ein zweispaltiges Layout fertig. Was Sie damit alles anstellen können, demonstrieren designorientierte Webseiten wie die oben abgebildete.



### 14 Überschriften

Wenn Sie die HTML-Datei nun in einem Browser öffnen, dann können Sie bereits ein zweispaltiges Layout mit Kopf- und Fußzeile bewundern. Die Überschriften sitzen noch sehr eng am Rand, daher verschaffen wir ihnen mit „padding:20px;“ etwas Luft. Beachten Sie, dass wir mit einer einzigen Regel alle drei Überschriftstypen gleichzeitig gestalten.

```
001 h1, h2, h3 {
002     padding: 20px;
003 }
```



### 16 Größere Spalten

Dank CSS ist es sehr einfach, die Spaltenbreiten an die Anforderungen Ihrer Seiteninhalte zu verändern – Sie könnten eine Leiste sogar ausblenden, ohne den HTML-Code zu verändern. Um die Breiten zu variieren, ist etwas Mathematik notwendig: Zusätzlich zur Gesamtbreite von 960 Pixeln müssen Sie die „margin“-Werte der beiden Spalten mit in die Gleichung einbeziehen. Probieren Sie einfach aus, welche Werte das gewünschte Ergebnis bringen.



### 18 Alternativen finden

Das zweispaltige Layout ist perfekt geeignet, um Informationen schnell zu präsentieren. Dreispaltige Layouts verschaffen mehr Überblick über große Datenmengen und einspaltige Layouts bieten sich an, um Informationen wie Bilder oder Geschichten in kleinen Abschnitten zu präsentieren.

## Effektive Kopfzeilen

So erstellen Sie eine ansprechende, aufgeräumte und benutzerfreundliche Kopfzeile.

**E**ine gut durchdachte Kopfzeile kann den Unterschied zwischen einer erfolgreichen und einer misslungenen Website ausmachen. Als Visitenkarte sorgt sie für den ersten Eindruck und macht Benutzer entweder neugierig oder schreckt sie ab. Wenn Sie erstmals eine Webseite besuchen, dann wollen Sie auf den ersten Blick das Firmenlogo und den Zweck der Seite erkennen sowie die Navigationselemente sofort begreifen. Sind diese unter sinnlosen Grafiken oder Texten verborgen, dann wird diese Webseite bei Ihnen einen bleibend schlechten Eindruck hinterlassen. Dies kommt häufiger vor, als man denkt, und ist der Grund, warum in den letzten Jahren ein neuer Beruf entstand: der des UX-Designers. UX steht für User Experience und

beschreibt, wie Nutzer und Webseite interagieren. In diesem Tutorial lernen wir, wie wir eine einleuchtende und gut nutzbare Kopfzeile erstellen.

„Wenn Sie eine Seite besuchen, wollen Sie deren Zweck und Navigation sofort begreifen.“

### DIE LOGOPOSITION

Eines der wichtigsten Seitenelemente ist das Logo. Es ist nicht nur die Überschrift der Website, es ist auch der klickbare Weg zurück auf die Startseite – jedenfalls erwartet dies der Besucher. Wenn Sie Ihr Logo mit einer anderen Funktion belegen oder es nicht links oben platzieren, sorgt dies unnötigerweise für Verwirrung. Wenn Sie also den Kopfbereich einer Seite gestalten, sollten Sie sich in die Rolle eines Benutzers versetzen und herausfinden, welches Element er an welcher Stelle erwarten würde. Zusätzlich zum Logo könnte eine Hauptnavigation wichtig sein, aber möglicherweise auch eine Telefonnummer oder die Öffnungszeiten. Auf alle Fälle muss jede einzelne Information schnell erkennbar sein.

## Wie eine Kopfzeile entsteht

Hier sind einige wichtige Punkte, an die Sie beim Erstellen des Kopfbereichs denken sollten.

### Das Logo

Das Logo kann ein Bild sein, ein in einer Grafik enthaltener Text oder ein normales Textelement. Wenn es nicht zu verspielt wirkt, können Logo und Seitenelemente (hier die Navigation) die gleiche Schriftart verwenden.

### Schwebezustand

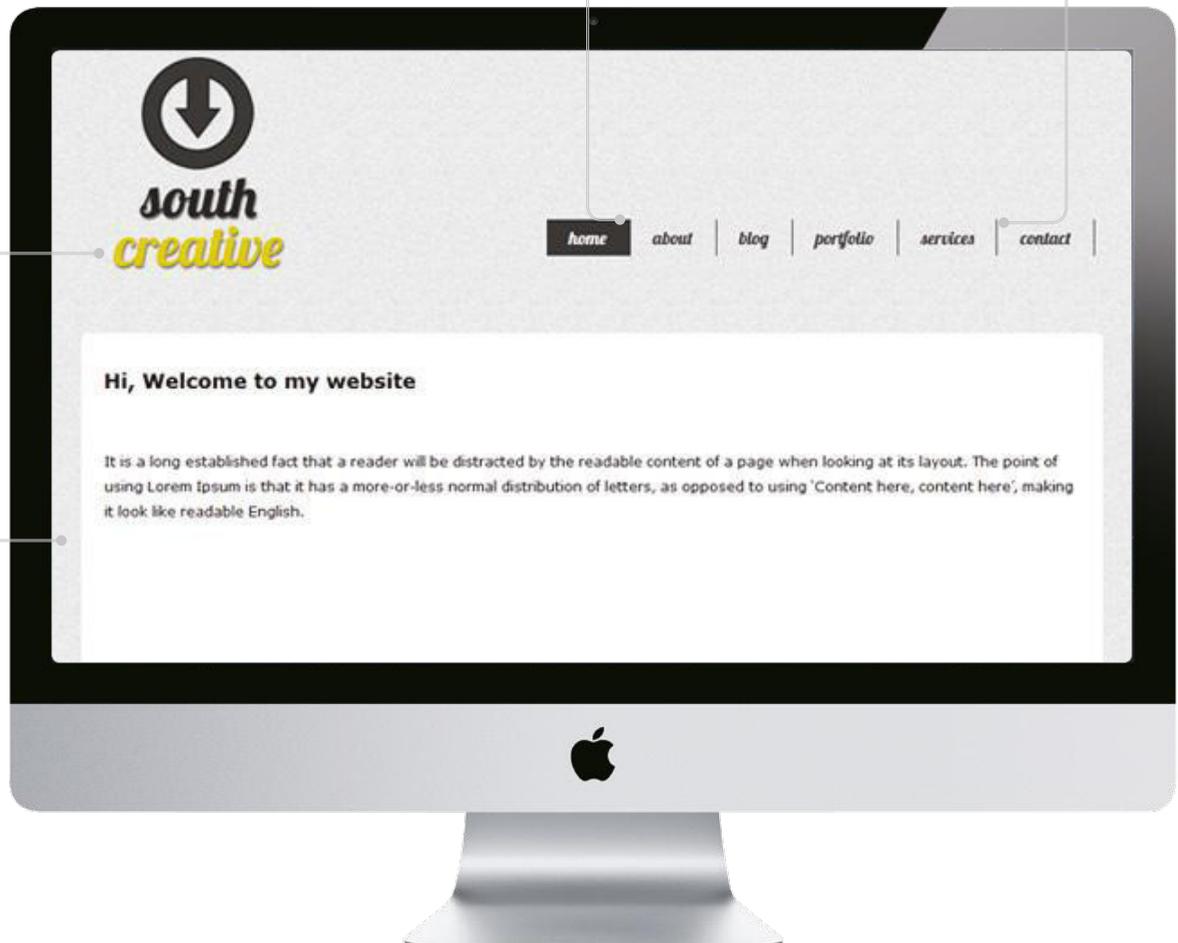
Der Menüpunkt unter dem Mauszeiger ist deutlich hervorgehoben. Er kann auf einfache Weise gestaltet werden, indem die Hintergrund- und Schriftfarbe der `a:hover`-Rogel verändert wird.

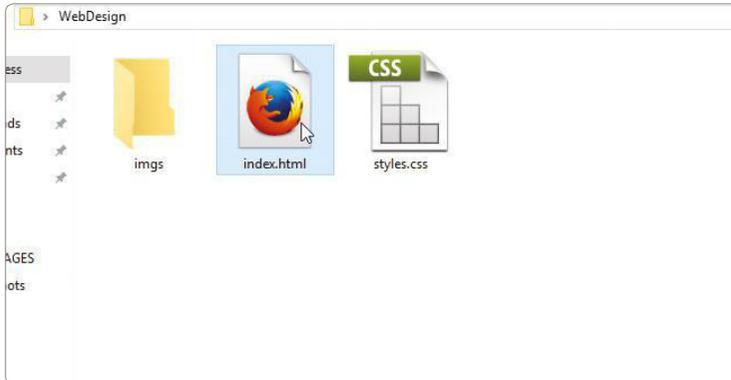
### Separatoren

Grafische Platzhalter zwischen einzelnen Menüpunkten können mit seitlichen Rahmen („border“) leicht erstellt, gestaltet oder entfernt werden.

### Der Hintergrund

Mit Bildern oder Farbverläufen gestaltete Seitenhintergründe können Ihre Seite zu etwas ganz Besonderem machen. Einfarbig weiße Hintergründe sind jedoch weniger der Mode unterworfen und sorgen meist auch für bessere Lesbarkeit.





## 01 Vorbereitungen

Wir erstellen neue Textdateien namens „index.html“ und „styles.css“ in einem leeren Verzeichnis. Da wir Grafiken verwenden wollen, erzeugen wir außerdem das Verzeichnis „imgs“. In diesem speichern wir zwei Grafiken ab: „bg.jpg“ für den Seitenhintergrund und „sc\_logo.png“ für das Seitenlogo.

```

1 <!DOCTYPE HTML>
2 <html>
3 <head>
4 <meta charset="utf-8">
5 <title>Creating a header</title>
6
7 <!-- CSS -->
8 <link rel="stylesheet" href="styles.css">
9 </head>
10
11 <body>
12
13 <div id="wrapper">
14
15
16 </div><!-- END wrapper -->

```

## 03 Den Wrapper erstellen

Innerhalb des <body>-Tags erstellen wir nun ein <div>-Element, damit wir später den Seiteninhalt zentrieren können. Wir verwenden eine ID, da es auf der gesamten Seite nur ein einziges Element geben wird, das als Container für den Gesamtinhalt dient. Andernfalls hätten wir eine Klasse benutzt.

```

6
7 <!-- CSS -->
8 <link rel="stylesheet" href="styles.css">
9
10 </head>
11
12 <body>
13
14 <div id="wrapper">
15
16     <div id="header">
17
18         <a href="index.html"><div id="logo"></div></a>
19
20
21     </div><!-- END header -->

```

## 05 Das Logo hinzufügen

Dem „header“ fügen wir nun ein weiteres <div> hinzu, welches später die Logografik zeigen wird. Wir umschließen es mit einem <a>-Element, da ein Klick auf ein Logo stets die Hauptseite aufrufen soll. Dann verknüpfen wir Element und Seite mit <a href="index.html">

```

1 <!DOCTYPE HTML>
2 <html>
3 <head>
4 <meta charset="utf-8">
5 <title>Creating a header</title>
6
7 <!-- CSS -->
8 <link rel="stylesheet" href="styles.css">
9
10
11 </head>
12
13 <body>
14
15
16

```

## 02 Das CSS verknüpfen

In der HTML-Datei erstellen wir wieder einmal das Grundgerüst einer HTML-Seite: DOCTYPE, <html>, <head> und <body>. Im <meta>-Tag definieren wir die Kodierung „utf-8“ und danach einen beliebigen <title>. Mit <link> laden wir die CSS-Datei. Ein Kommentar macht diesen Code-Abschnitt kenntlich.

```

2 <html>
3 <head>
4 <meta charset="utf-8">
5 <title>Creating a header</title>
6
7 <!-- CSS -->
8 <link rel="stylesheet" href="styles.css">
9 </head>
10
11 <body>
12
13 <div id="wrapper">
14
15     <div id="header">
16
17     </div><!-- END header -->
18

```

## 04 Die Kopfzeile

Innerhalb dieses Wrappers erstellen wir ein weiteres <div> mit der ID „header“. Das abschließende </div>-Tag verzieren wir außerdem mit einem Kommentar – auf diese Weise erkennen wir auch bei langen HTML-Dateien sofort, welches Element mit diesem Tag abgeschlossen wird.

```

14 <div id="wrapper">
15
16     <div id="header">
17
18         <a href="index.html"><div id="logo"></div></a>
19
20         <ul class="navigation">
21
22             <li><a href="">home</a></li>
23             <li><a href="">about</a></li>
24             <li><a href="">blog</a></li>
25             <li><a href="">portfolio</a></li>
26             <li><a href="">services</a></li>
27             <li><a href="">contact</a></li>
28
29         </ul>

```

## 06 Die Menüleiste

In diesem Schritt erzeugen wir direkt unter dem Logo-<a> eine ungeordnete Liste <ul> mit der Klasse „navigation“. Die Listeneinträge <li> enthalten jeweils eine Verknüpfung auf "", da die Zielseiten dieser Menüpunkte noch nicht existieren. Den Text der Menüpunkte können wir bereits eintragen.

# Websites erstellen

```
27     <li><a href="">services</a></li>
28     <li><a href="">contact</a></li>
29
30 </ul>
31
32 </div><!-- END header -->
33
34 <div id="main_content">
35
36     <h2>Hi, Welcome to my website</h2>
37
38     <p>It is a long established fact that a reader will
39     at its layout. The point of using Lorem Ipsum is that
40     opposed to using 'Content here, content here', making it
```

## 07 Hauptinhalt

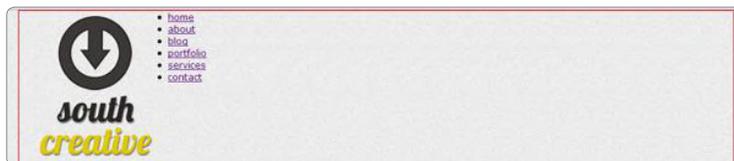
Wir schließen die Bearbeitung der HTML-Seite mit dem Inhalt unterhalb des „header“ ab: In einem <div> mit der ID „main\_content“ platzieren wir eine <h2>-Überschrift und einen Textabschnitt <p>. Dann geben wir beiden noch Blindtext mit auf den Weg, damit wir in den nächsten Schritten etwas sehen.



## 09 Der Wrapper

Mit dem Wrapper-Element zentrieren wir die enthaltene Kopfzeile und den Seiteninhalt. Wir legen in der „#wrapper“-Regel also fest, dass oben und unten kein Abstand zum Nachbar-element (dem Browserfenster) besteht und dass möglicherweise vorhandene, seitliche Abstände zu gleichen Teilen links und rechts verteilt werden. Dies ist nur bei einer festen Seitenbreite sinnvoll, daher legen wir sie auf 960 Pixel fest.

```
001 #wrapper {
002     margin: 0 auto;
003     width: 960px;
004 }
```



## 11 Das Logo

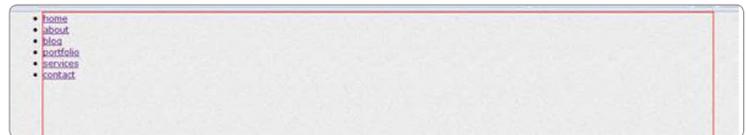
Um das Logo anzuzeigen, geben wir dem „logo“-<div> einen Hintergrund. Dazu verwenden wir die im „imgs“-Verzeichnis gespeicherte Datei „sc\_logo.png“ und bestimmen, dass dieses Hintergrundbild sich nicht wiederholen darf. Da das <div> keine eigenen Kindelemente enthält, müssen wir dessen Breite und Höhe explizit festlegen.

```
001 #logo {
002     background: url('imgs/sc_logo.png') no-repeat;
003     float: left;
004     width: 200px;
005     height: 200px;
006 }
```

## 08 Das CSS

Nun öffnen wir die Datei „styles.css“ und eröffnen die Datei mit unserer einfachen Reset-Regel, die unerwünschte Abstände entfernt. Mit der „body“-Regel geben wir der Seite einen texturierten Hintergrund, indem wir eine Bilddatei einladen und dieser gestatten, sich horizontal und vertikal zu wiederholen. Abschließend legen wir die Schriftart und Schriftgröße der Seite fest.

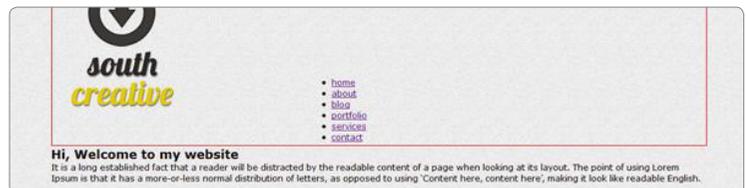
```
001 * {
002     padding: 0;
003     margin: 0;
004 }
005
006 body {
007     background: url('imgs/bg.jpg');
008     font-family: Verdana, Geneva, sans-serif;
009     font-size: 12px;
010 }
```



## 10 Die Kopfzeile

In der „header“-Regel legen wir fest, dass die Kopfzeile 250 Pixel hoch ist und die volle Seitenbreite einnimmt. Damit sie links bzw. oberhalb von den später definierten „float“ verwendenden Elementen platziert wird, geben wir ihr außerdem ein „float:left;“ mit auf den Weg. Um Logo und Navigation einfacher platzieren zu können, definieren wir vorübergehend einen roten Rahmen.

```
001 #header {
002     float: left;
003     width: 100%;
004     height: 250px;
005     border: 1px solid #f00;
006 }
```



## 12 Die Navigation

Nun gestalten wir die Menüleiste. Mit „float:right;“ lassen wir das Menü rechtsbündig anzeigen, schieben es 150 Pixel nach unten und mit dem negativen „margin“-Wert „-50px“ nach rechts. Negative Werte sind für „margin“ nicht ungewöhnlich und funktionieren erfreulich gut. Zum Abschluss geben wir der Menüleiste eine feste Breite von 600 Pixeln.

```
001 .navigation {
002     float: right;
003     margin: 150px -50px 0 0;
004     width: 600px;
005 }
```



## 13 Menüeinträge

Im Augenblick sieht unser Menü keineswegs wie eine horizontale Navigationsleiste, sondern wie eine alte HTML-Aufzählung aus. Damit die Menüeinträge horizontal fließen, erstellen wir die Eigenschaft „float:left;“. Die altertümlichen Aufzählungszeichen entfernen wir mit „list-style:none;“

```
001 .navigation li {
002     float: left;
003     list-style: none;
004 }
```

## 15 Der Inhalt

Damit die Seite endlich wie eine richtige Webseite aussieht, geben wir nun dem Seiteninhalt den richtigen Rahmen: Er erhält einen weißen Hintergrund sowie abgerundete Ecken. Anschließend legen wir fest, dass <h2>-Überschriften und <p>-Textabschnitte innerhalb dieses „main\_content“ einen großzügigen Freiraum um sich herum erhalten.

```
001 #main_content {
002     float: left;
003     width: 900px;
004     height: 400px;
005     background: #fff;
006     border-radius: 6px;
007 }
008 #main_content p, h2 {
009     line-height: 22px;
010     margin-top: 10px;
011     padding: 20px;
012 }
```

## 17 Die Google-Schrift verwenden

Im nächsten Schritt klicken wir auf die graue „use“-Schaltfläche unten rechts und scrollen ein wenig nach unten. Dort sehen wir ein <link>-Tag, das auf eine CSS-Datei verweist. Dieses kopieren wir in unsere HTML-Datei; direkt hinter dem Verweis auf „styles.css“. Die neue CSS-Datei befindet sich auf Googles Servern und bringt einem modernen Browser bei, dass es eine Schriftart namens „Lobster“ gibt und wo er diese bei Bedarf herunterladen kann. Mehr ist nicht notwendig, um selbst die ungewöhnlichsten Schriften zu verwenden.

```
001 <!-- CSS -->
002 <link rel="stylesheet" href="styles.css">
003 <link href='http://fonts.googleapis.com/css?family=Lobster' rel='style-
004     sheet'
005     type='text/css'>
```

## 14 Menü-Verknüpfungen

Nun erhält der Inhalt jedes Menüeintrags einen seitlichen Innenabstand. Zudem entfernen wir die Unterstreichung und erzeugen mit „border-right“ einen Separator. In der unteren Regel definieren wir, wie der Menüeintrag aussehen soll, wenn sich der Mauszeiger darüber befindet.

```
001 .navigation li a {
002     float: left;
003     color: #333;
004     padding: 6px 20px;
005     text-decoration: none;
006     border-right: 1px solid #333;
007     font-size: 16px;
008 }
009
010 .navigation li a: hover {
011
012     background-color: #333;
013     color: #fff;
014 }
```



## 16 Google Fonts finden

Die Menüleiste sieht noch immer recht langweilig aus. Daher suchen wir bei Google Fonts nach einer Schmuckschriftart, die wir für kurze Textelemente wie Menüs oder Überschriften einsetzen können. Da unser Beispiellogo bereits die Schriftart „Lobster“ enthält, suchen wir dieses Wort in Google Fonts und erhalten mehrere Treffer. Wir entscheiden uns für die obere Schrift und klicken auf „add to collection“

## 18 Google font-family

Nun kopieren wir mit „font-family: 'Lobster', cursive;“ die nächste Zeile von der Google-Fonts-Seite und fügen sie in die CSS-Regel für „.navigation li a“ ein. Sofern ein Browser mit diesen sogenannten „Webfonts“ umgehen kann, wird er sie anzeigen – anderenfalls wird die Standardschriftart verwendet.

```
001 .navigation li a {
002
003     float: left;
004     color: #333;
005     padding: 6px 20px;
006     text-decoration: none;
007     border-right: 1px solid #333;
008     font-size: 16px;
009     font-family: 'Lobster', cursive;
010 }
```

## Praktische Randleisten

So wird die Seitenleiste zum leicht bedienbaren Ausgangspunkt für sämtliche Seiteninhalte.

**D**ie Randleiste ist eine der wesentlichen Elemente einer Website, da sie den Weg zu den Seiten hinter die Startseite weist. Sie kann Inhalte aller Arten enthalten: das Haupt- oder ein Untermenü, ein Suchfeld, den Nachrichtenstream aus sozialen Netzwerken – kurz: alles Mögliche.

In diesem Tutorial erstellen wir eine einfache Seite mit funktionierendem Hauptmenü und einer einfachen Randleiste mit zusätzlichen Inhalten. Dies werden ein paar weitere Menüpunkte sowie ein Eingabefeld für eine seitenweite Suche sein, außerdem ein paar Vorschaubilder, die als Platzhalter für eine eventuelle Flickr-Anbietung dienen – insbeson-

dere für Websites von Hobbyfotografen eine sinnvolle Ergänzung. Also öffnen wir unseren Texteditor und legen los.

„Eine Randleiste kann Elemente aller Art enthalten: Untermenü, Suchfeld oder kleine Bilder.“

### BLEIBEN SIE RECHTS

Wenn Sie sich im Internet umsehen, werden Sie (wenigstens zurzeit) nur wenige Websites entdecken, die ihre Seitenleiste am linken Rand platziert haben. Das Gros der Sites besitzt eine Randleiste, allerdings befindet sich diese an der rechten Seite. Dank CSS ist es sehr einfach, die Position der Randleiste zu verändern – Ihren Besuchern erweisen Sie damit aber keinen Gefallen. In den letzten Jahren ist die Position am rechten Rand zum Standard geworden – und Sie sollten einen wirklich guten Grund haben, davon abzuweichen. Und falls Ihnen die Ideen für den Inhalt ausgehen: Eine kurze Beschreibung Ihrer Person oder ein YouTube-Video über Ihre Seite sind immer gerne gesehen.

## Eine perfekte Randleiste

Die Seitenleiste sollte kurz, aufgeräumt und auf einen Blick verständlich sein.

### Das Suchfeld

Wie die meisten WordPress-Seiten beweisen, ist die Randleiste ein perfekter Ort für ein Suchfeld.

### Navigation

In der Randleiste können Sie Untermenüs oder Verweise auf solche Seiten unterbringen, die thematisch nicht in die Hauptnavigation passen.

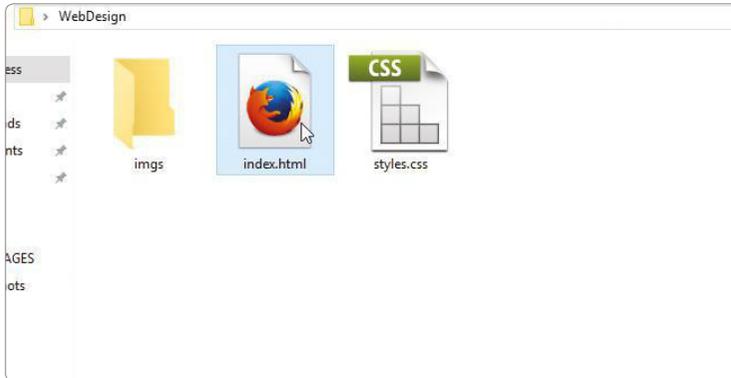
### Vorschaubilder

Wir zeigen dieses Feature, da es mittlerweile weitverbreitet ist. Wer ein Blog führt, kann hier mittels Plug-in seine Flickr-Fotos präsentieren.

### Die Breite

Eine allzu dünne Randleiste bringt keinen Vorteil, falls Sie mehr als nur ein paar winzige Vorschaubilder anzeigen möchten.





## 01 Vorbereitung

Wir erstellen wieder neue Textdateien namens „index.html“ und „styles.css“ in einem leeren Verzeichnis. Da wir Grafiken verwenden wollen, erzeugen wir das Verzeichnis „imgs“. Sie können alternativ auch dort weitermachen, wo wir im letzten Tutorial aufgehört haben.

```

5 <title>Creating a sidebar</title>
6
7 <!-- CSS -->
8 <link rel="stylesheet" href="styles.css">
9
10 </head>
11
12 <body>
13
14 <div id="wrapper">
15
16     <div id="header">
17
18     <a href="index.html"><div id="logo">
19
20         <h1>Your logo goes here!</h1>

```

## 03 Der Kopfbereich

Auch der nächste Schritt birgt keine Überraschungen: Innerhalb des Wrappers erstellen wir ein <div> mit der ID „header“, welches wiederum einen Verweis auf „index.html“ enthält. Innerhalb des Verweises definieren wir ein <div> für das Logo, und dieses enthält eine Überschrift.

```

28 <li><a href="">about</a></li>
29 <li><a href="">blog</a></li>
30 <li><a href="">portfolio</a></li>
31 <li><a href="">services</a></li>
32 <li><a href="">contact</a></li>
33
34 </ul>
35
36 </div><!-- END header -->
37
38 <div id="sidebar">
39
40     <form id="search_form" action="" method="get">
41
42     <input id="search_term" type="text" value="" placeholder="search..."/>
43     <input class="submit_button" type="submit" value="Search">
44     </form>
45
46 </div><!-- END sidebar -->

```

## 05 Das Suchfeld

Nun erstellen wir die Randleiste. Dazu definieren wir ein unter dem abschließenden „header“-</div> ein weiteres <div> mit der ID „sidebar“. Mit dem oben abgebildeten Code erzeugen wir außerdem ein Suchfeld, das bis auf Weiteres lediglich die Aufgabe haben wird, gut auszusehen.

```

5 <title>Creating a sidebar</title>
6
7 <!-- CSS -->
8 <link rel="stylesheet" href="styles.css">
9
10 </head>
11
12 <body>
13
14 <div id="wrapper">
15
16     <div id="header">
17
18     <a href="index.html"><div id="logo">
19
20         <h1>Your logo goes here!</h1>

```

## 02 CSS und Wrapper

Anschließend füllen wir die HTML-Datei mit den bereits bekannten Grundbausteinen. Direkt unter dem <title>-Tag benötigen wir den Verweis auf die „styles.css“-Datei und innerhalb des <body>-Tags ein leeres <div> mit der ID „wrapper“.

```

16 <div id="header">
17
18     <a href="index.html"><div id="logo">
19
20         <h1>Your logo goes here!</h1>
21
22     </div></a>
23
24     <ul class="navigation">
25
26         <li><a href="">home</a></li>
27         <li><a href="">about</a></li>
28         <li><a href="">blog</a></li>
29         <li><a href="">portfolio</a></li>
30         <li><a href="">services</a></li>
31         <li><a href="">contact</a></li>
32

```

## 04 Navigation

Noch innerhalb des „header“ simulieren wir ein horizontales Hauptmenü. Dazu definieren wir eine ungeordnete Liste <ul> mit einigen Platzhalterverweisen, also <a>-Elementen mit leerem href-Attribut und beliebigem Inhalt. Die Liste erhält die Klasse „navigation“.

```

43 <input class="submit_button" type="submit" value="Search">
44 </form>
45
46 <div id="sidebar">
47
48     <ul class="sidebar_list">
49     <li><a href="">home</a></li>
50     <li><a href="">about</a></li>
51     <li><a href="">blog</a></li>
52     <li><a href="">portfolio</a></li>
53     <li><a href="">services</a></li>
54     <li><a href="">contact</a></li>
55
56 </ul>
57 </div><!-- END sidebar -->

```

## 06 Seitliche Navigation

Im nächsten Schritt erstellen wir die Randleistennavigation. Da wir in diesem Beispiel das Hauptmenü wiederholen, können Sie den Code aus Schritt 04 kopieren. Um ein individuelles Design zu ermöglichen, bekommt die ungeordnete Liste allerdings die Klasse „sidebar\_list“.

# Websites erstellen

```
45 </form>
46
47 <ul class="sidebar_list">
48 <li><a href="">home</a></li>
49 <li><a href="">about</a></li>
50 <li><a href="">blog</a></li>
51 <li><a href="">portfolio</a></li>
52 <li><a href="">services</a></li>
53 <li><a href="">contact</a></li>
54 </ul>
55
56 <h3>My flickr images</h3>
57
58 
59 
60
61 </div><!-- END sidebar -->
62
63
64
65 </div><!-- END wrapper -->
```

```
57 <div class="main_content">
58 
59 
60
61 </div><!-- END sidebar -->
62
63 <div id="main_content">
64
65 <h2>Hi, Welcome to my website</h2>
66
67 <p>It is a long established fact that a reader will be distracted by
68 the readable content of a page when looking at its layout. The po
69 of using Lorem Ipsum is that it has a more-or-less normal distri
70 of letters, as opposed to using 'Content here, content here', ma
71 look like readable English.
72 </p>
73
74 </div><!-- END main content -->
75
76 </div><!-- END wrapper -->
```

## 07 Vorschaubilder

Als letzte Randleistenelemente definieren wir noch eine Überschrift und zwei Bilder. Diesen geben wir eine feste Größe – zur Abwechslung mit HTML-Attributen, anstatt von CSS-Eigenschaften. Beide erhalten die Klasse „thumb“, da wir ihre Position mit CSS beeinflussen wollen.

## 09 Das CSS

Öffnen Sie nun die Datei „styles.css“ und kopieren Sie aus einem vorherigen Tutorial die globale Reset-Regel. Direkt dahinter kommt die Regel für das <body>-Element, die einen hellgrauen Hintergrund sowie die Standardschrift und Standardschriftgröße festlegt.

```
001 * {
002 padding: 0;
003 margin: 0;
004 }
005
006 body {
007 background: #f1f1f1;
008 font-family: Verdana, Geneva, sans-serif;
009 font-size: 12px;
010 }
```

## 11 Kopfbereich und Logo

Wir gestalten nun den Kopfbereich mit einer Breite von 100 Prozent und einer Höhe von 250 Pixeln. Das CSS für das Logo fällt besonders einfach aus, da es nur Text enthält. Immerhin geben wir diesem einen Schlagschatten.

```
001 #header {
002 float: left;
003 width: 100%;
004 height: 250px;
005 }
006 #logo h1 {
007 font-size: 35px;
008 float: left;
009 margin-top: 130px;
010 color: #dac91a;
011 text-shadow: 1px 1px 3px #333;
012 }
```

## 08 Der Seiteninhalt

Im letzten Schritt der HTML-Programmierung erstellen wir ein <div> für den Hauptinhalt der Seite. Die ID legen wir mit „main\_content“ fest. Innerhalb dieses <div> definieren wir eine Überschrift sowie mindestens einen Textabschnitt, beide mit beliebigem Inhalt.

## 10 Der Wrapper

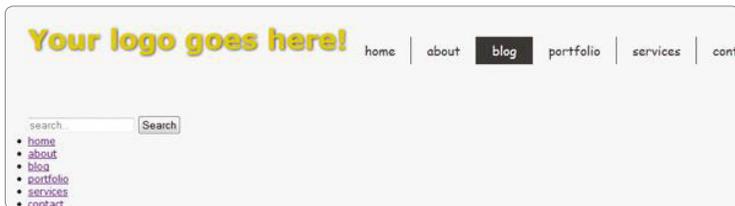
Wie schon in den vorherigen Tutorials zentriert das Wrapper-Element die Kopfzeile und den Seiteninhalt. Wir legen die Seitenbreite auf 960 Pixel fest und legen den seitlichen „margin“ auf den Wert „auto“ fest, der die Seite auf magische Art und Weise zentriert.

```
001 #wrapper {
002 margin: 0 auto;
003 width: 960px;
004 }
```

## 12 Die Navigation

Jetzt geht es an die obere Menüleiste. Wir schieben sie mit „float:right;“ nach rechts und von dort aus geht es „150px“ nach unten und „-50px“ weiter nach rechts. Dann geben wir ihr eine Breite von „600px“. Um alle Menüeinträge in horizontaler Richtung anzuordnen, erhält jedes <li> die Eigenschaft „float:left;“. Als Abstandhalter dient „border-right“ in der „navigation li a“-Regel.

```
001 .navigation {
002 float: right;
003 margin: 150px -50px 0 0;
004 width: 600px;
005 }
006 .navigation li {
007 float: left;
008 list-style: none;
009 }
010 .navigation li a {
011 float: left;
012 color: #333;
013 padding: 6px 20px;
014 text-decoration: none;
015 border-right: 1px solid #333;
016 font-size: 16px;
017 }
```



## 13 Mauseffekte

Noch macht unsere Navigation nicht den Eindruck eines funktionierenden Menüs. Um dies zu beheben, definieren wir in der „navigation li a: hover“-Regel in einem ersten Schritt das Aussehen eines einzelnen Menüeintrags, wenn sich der Mauszeiger über ihm befindet.

```
001 .navigation li a: hover {
002
003     background-color: #333;
004     color: #fff;
005 }
```

## 15 Die Randleiste

Jetzt gestalten wir die Seitenleiste. Zunächst soll sie mit „float:right;“ an die rechte Seite fließen, dann geben wir ihr eine feste Breite und Höhe. Anschließend erhält die <h3>-Überschrift einen 20 Pixel breiten und hohen, umgebenden Leerraum sowie eine elegante dunkelgraue Schriftfarbe.

```
001 #sidebar {
002     float: right;
003     width: 300px;
004     height: 100%;
005     background: #fff;
006 }
007
008 #sidebar h3 {
009     padding-left: 20px;
010     color: #333;
011 }
```

## 17 Das Suchfeld

In diesem Schritt gestalten wir das Suchfeld. Zuerst schieben wir es 10 Pixel nach unten, sorgen dafür, dass darunter mindestens 50 Pixel Platz ist und bewegen es um 20 Pixel nach rechts. Dann machen wir das Suchfeld mit „padding:5px;“ ein bisschen größer und eleganter.

```
001 #search_form {
002
003     margin: 10px 0 50px 20px;
004 }
005
006 #search_form input{
007
008     padding: 5px;
009 }
```

## 14 Google Fonts

Im zweiten Schritt begeben wir uns auf [www.google.com/fonts](http://www.google.com/fonts) und finden die Schriftart „Lobster“. Nach einem Klick auf „add to collection“ und „use“ kopieren wir den angezeigten <link> in unsere HTML-Datei. Dann fügen wir der „navigation li a“-regel die „font-family“-Eigenschaft hinzu.

```
001 <!-- CSS -->
002 <link rel="stylesheet" href="styles.css">
003 <link href='http://fonts.googleapis.com/css?family=Lobster' rel='stylesheet'
004 type='text/css'>
005
006 .navigation li a {
007     float: left;
008     color: #333;
009     padding: 6px 20px;
010     text-decoration: none;
011     border-right: 1px solid #333;
012     font-size: 16px;
013     font-family: 'Lobster', cursive;
014 }
```

## 16 Untermenüs

Als Nächstes geben wir der Navigationsliste ein neues Aussehen. Auch sie erhält einen 20 Pixel breiten Leerraum um sich herum. Die einzelnen Menüeinträge werden dank „border-bottom“ mit einer hellen, gepunkteten Linie optisch voneinander getrennt.

```
001 .sidebar_list {
002     margin: 20px;
003 }
004
005 .sidebar_list li {
006     list-style: none;
007     margin: 10px;
008     padding-bottom: 10px;
009     border-bottom: 1px dotted #ddd;
010 }
011
012 .sidebar_list li a{
013     text-decoration: none;
014     color: #333;
015     font-size: 13px;
016 }
```

## 18 Letzter Schliff

Der letzte Schritt behandelt die Vorschaubilder. Wir platzieren sie mit „float:left;“ nebeneinander und geben ihnen mit „margin:22px“ Luft zum Atmen.

```
001 .thumb {
002     float: left;
003     margin: 22px;
004     border: 1px solid #fff;
005     box-shadow: 0px 4px 6px #999;
006 }
```

## Der Inhalt Ihrer Webseite

So geben Sie Ihrer Webseite die passenden Inhalte.

**T**exte und Bilder einer Webseite werden entweder dynamisch mithilfe eines Content-Management-Systems erstellt oder per Hand ins HTML eingepflegt. In beiden Fällen müssen Sie wissen, welche Möglichkeiten Ihnen zur Verfügung stehen: Wollen Sie nur Text oder auch Bilder? Wie wäre es mit Videos, entweder als eingebettetes YouTube-Element oder als selbstprogrammiertes Flash- oder HTML5-Video? Solche Entscheidungen hängen immer davon ab, an welche Zielgruppe sich die Webseite richtet und welche Materialien Ihnen zur Verfügung stehen.

In diesem Tutorial zeigen wir beispielhaft, wie ein Video (hierfür können Sie eine beliebige Datei

verwenden oder ein eigenes Video erstellen), etwas Text und ein Bild im Inhaltsbereich einer Webseite erstellt, platziert und gestaltet wird.

„Der Inhalt hängt immer davon ab, an welche Zielgruppe sich eine Webseite richtet.“

### ELEMENTE IM GLEICHGEWICHT

Für den Ersteindruck kommt es eher auf die richtige Menge und Anordnung der einzelnen Elemente als auf deren tatsächlichen Inhalt an. Ein unaufgeräumtes Sammelsurium verwirrend platzierter Elemente wird den Seitenbesucher abschrecken, noch bevor er den ersten Text gelesen hat. Die Seitenstruktur kann mit mehrspaltigen Layouts weitestgehend im Zaum gehalten werden, aber auch innerhalb dieser Spalten müssen Sie auf Ordnung achten. Beispielsweise machen Leerräume eine Seite leichter lesbar. Wir verwenden zusätzlich horizontale Linien, die auf einen Blick erkennen lassen, welche Elemente zusammengehören. Alternativ können Sie Rahmen oder Hintergrundbilder für diesen Zweck verwenden.

### Content ist essenziell

Diese Aspekte sollten Sie beachten, wenn Sie einer Webseite Inhalt hinzufügen.

#### Der erste Abschnitt

Die ersten kurzen Sätze erklären dem Besucher, wovon die Seite handelt und warum ihn das nun Folgende interessiert.

#### Die Breite

Die Breite der Inhaltsspalten sollte auf der gesamten Website identisch sein und beeinflusst so die Gestaltung einzelner Elemente.

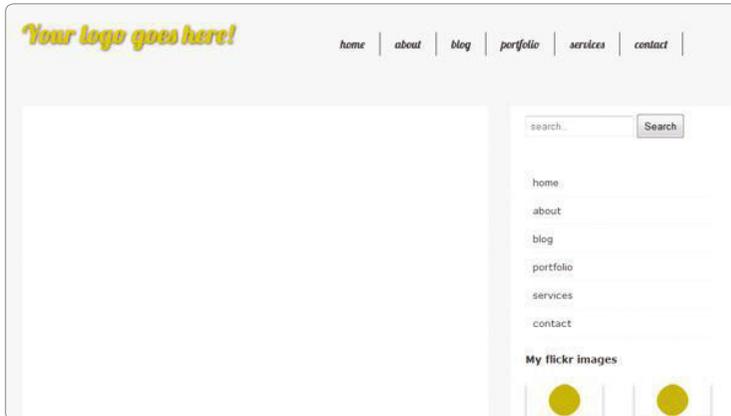
#### Der mittlere Abschnitt

Hier zeigen wir ein YouTube-Video als wichtigstes Seitenelement. Alternativ kann es auch ein Bild oder ein hervorgehobener Text sein.

#### Der Abschluss

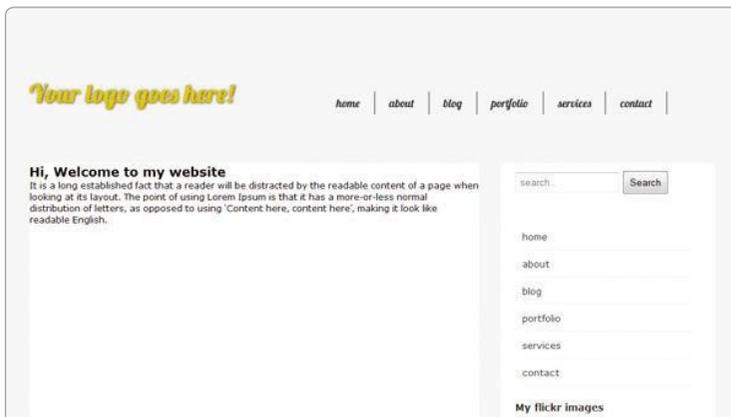
Das untere Seitenende beschreibt das soeben gezeigte Video oder fasst einen Text zusammen.





## 01 Vorbereitungen

Öffnen Sie die Datei „index.html“ vom letzten Tutorial. Wie Sie sehen, sind die wichtigsten Elemente bereits vorbereitet: Wir haben ein Logo, eine Navigation und eine Seitenleiste – und eine leere Fläche für den Inhalt.



## 03 Der Willkommenstext

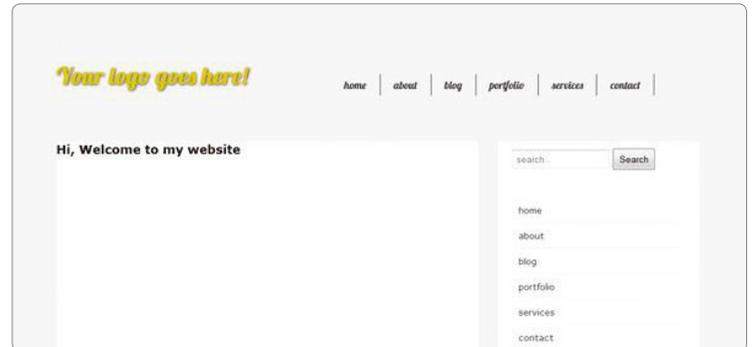
Unter der Überschrift folgt nun die eigentliche Willkommensnachricht. Hier lassen wir den Besucher wissen, worum es auf den folgenden Abschnitten und Seiten geht. Diese kurzen Sätze verpacken wir in einige `<p>`-Tags.



## 05 Den Inhalt gestalten

Öffnen Sie nun die Datei „styles.css“ vom letzten Tutorial. Direkt unter der „#main\_content“-Regel befindet sich die Regel für Texte im Inhaltsbereich. Da diese mehrere Selektoren verwendet, gestaltet sie sowohl `<p>` als auch `<h2>`.

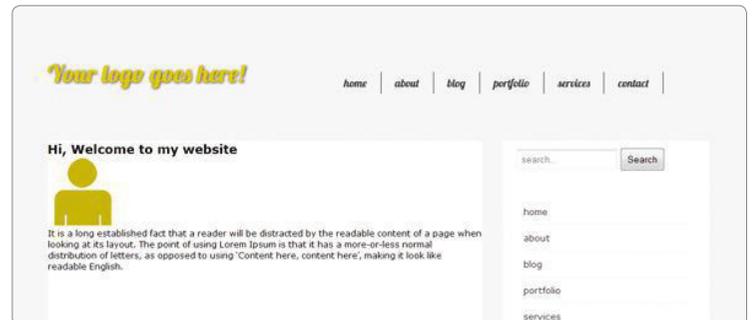
```
001 #main_content p, h2 {
002     line-height: 22px;
003     margin-top: 10px;
004     padding: 20px;
005     width: 350px;
006 }
```



## 02 Die Überschrift

In diesem Schritt geben wir der Seite eine Überschrift, die unsere Seitenbesucher willkommen heißen wird. Dazu erstellen wir einfach ein `<h2>`-Tag und eine nette, kurze Nachricht. Später werden wir mit CSS herausfinden, wie dieses Element etwas schöner aussehen kann.

```
001 <h2>Hi, Welcome to my website</h2>
```



## 04 Ein Bild hinzufügen

Auch eine einführende Erklärung profitiert von einem Bild. Wir werden also eine kleine Grafik neben dem Willkommenstext platzieren. Dazu fügen wir direkt unter der Überschrift ein „`
```



## 06 Das Bild platzieren

In diesem Schritt platzieren wir das kleine Bild rechts neben den Text. Hierfür verwenden wir das gleiche CSS, wie für die Bilder der Seitenleiste. Dann stellen wir sicher, dass um das Bild herum ausreichend Freiraum existiert.

```
001 .main_thumb {
002     float: right;
003     margin: 40px;
004     border: 1px solid #fff;
005     box-shadow: 0px 4px 6px #999;
006 }
```

# Websites erstellen



## 07 Video

In den mittleren Bereich des „main\_content“-Elements bauen wir ein Video ein. Um uns nicht mit den technischen Details eines HTML5- oder Flash-Videos aufzuhalten, besorgen wir uns bei YouTube einen beliebigen Einbettungscode und kopieren diesen in unsere HTML-Datei. Da wir dieses Video mittels CSS positionieren möchten, verpacken wir den kopierten HTML-Code außerdem in einem <div>-Element mit der ID „video“.

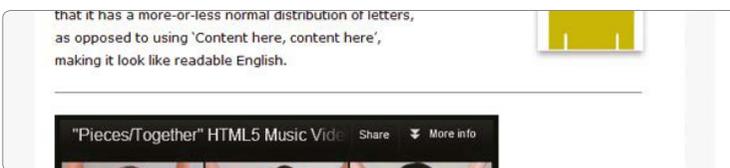
```
001 <div id="video">
002 <iframe width="420" height="315" src="http://www.youtube.com/
embed/kNn44gHqanM" frameborder="0" allowfullscreen></iframe>
003 </div>
```



## 09 Das Video platzieren

Wie bereits angekündigt, wollen wir dem Video eine geeignete Position zuweisen. Zuerst schieben wir es mit „float:left;“ an den linken Rand, anschließend sorgen wir mit „margin:20px;“ für einen 20 Pixel breiten, umgebenden Leerraum. Damit es optisch stärker hervortritt, geben wir ihm außerdem einen 5 Pixel breiten, schwarzen Rahmen.

```
001 #video {
002   float: left;
003   margin: 20px;
004   border: 5px solid #000;
005 }
```



## 11 Die Linien gestalten

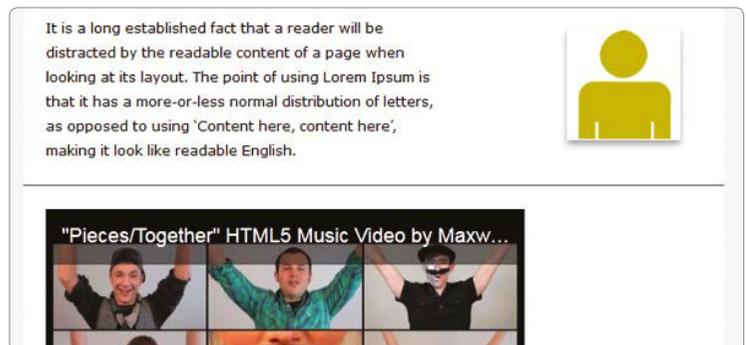
Aus technischer Sicht sind <hr>-Elemente mit HTML-Rahmen verwandt. Wenn Sie beispielsweise die Höhe einer Linie verändern wollen, funktioniert dies daher nicht mittels der „height“-Eigenschaft. Stattdessen wird die Höhe mit der „border“-Eigenschaft festgelegt. An dieser Stelle wollen wir nur die Breite festlegen und ihr mit 20 Pixeln den gleichen Abstand zum linken Rand geben, den die meisten anderen Inhaltselemente auch haben.

```
001 hr {
002   color: #ddd;
003   width: 570px;
004   margin-left: 20px;
005 }
```

## 08 Die optimale Höhe

Sie werden nun möglicherweise feststellen, dass das Videoelement am unteren Rand abgeschnitten wird. Der Grund dafür ist das „main\_content“-Element, dessen Höhe wir auf 500 Pixel festgelegt hatten. Wir finden nun also die „#main\_content“-Regel in der Datei „styles.css“ und tauschen „height: 500px;“ mit „height: 100%;“ aus.

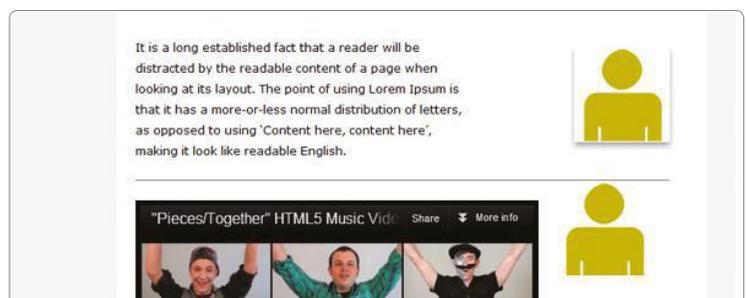
```
001 #main_content{
002   float: left;
003   height: 100%;
004   width: 630px;
005   background: #fff;
006   border-radius: 6px;
007   margin-bottom: 40px;
008 }
```



## 10 Horizontale Linien

In diesem Schritt erzeugen wir oberhalb des Videos eine horizontale Linie. Da die Linie recht schlicht ausfallen soll, benötigen wir dazu keine kunstvoll in Photoshop erstellte Grafik – stattdessen verwenden wir einfach das <hr>-Tag. Wir fügen also direkt oberhalb des „video“-Elements in der Datei „index.html“ den Text „<hr>“ ein. Das <hr>-Tag wird nicht geschlossen.

```
001 <hr>
002 <div id="video">
```



## 12 Weitere Inhalte erstellen

Sie sollten nun eine Vorstellung davon gewonnen haben, wie man Inhalte für eine Seite erstellt. Um dies weiter zu trainieren, wollen wir nun ein kleines Bild unter das Video setzen. Hierzu verwenden wir die gleiche Bilddatei wie in Schritt 04, geben dem <img>-Tag aber die Klasse „main\_thumb2“ und platzieren es in der HTML-Datei direkt unter unserem „video“-Element.

```
001 
```

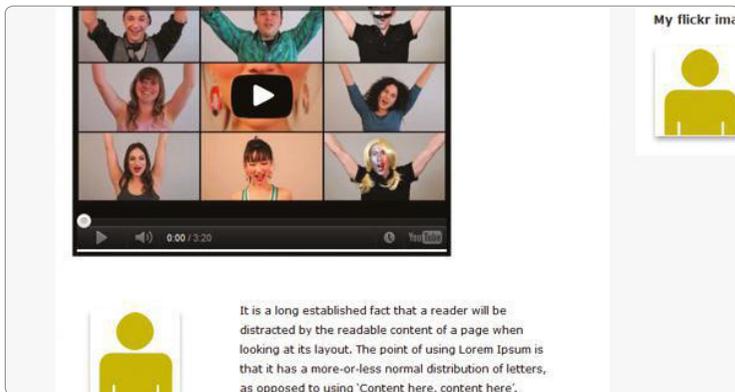
## 13 Mehr Text

Unter dieses kleine Bild schreiben wir nun etwas Text, der beispielsweise eine Zusammenfassung oder unsere Meinung über das Video enthalten könnte. Im HTML-Code verpacken wir diesen Text in einem <p>-Element der Klasse „vid\_excerpt“ unterhalb des <img>-Tags des „main\_thumb2“-Bildes.

```
001 
```

```
002 <p class="vid_excerpt">It is a long established fact that a reader will be distracted by the readable content of a page when looking at its layout. The point of using Lorem Ipsum is that it has a more-or-less normal distribution of letters, as opposed to using 'Content here, content here', making it look like readable English.
```

```
003 </p>
```



## 15 Die Zusammenfassung

Die Videozusammenfassung fließt nach rechts und erhält einen asymmetrischen Außenrand: 50 Pixel nach rechts und 40 Pixel nach unten.

```
001 .vid_excerpt {
```

```
002   float: right;
```

```
003   margin: 0 50px 40px 0;
```

```
004 }
```



## 17 Noch eine Linie

Zum Abschluss wollen wir Video und Text optisch etwas voneinander trennen. Dazu fügen wir im HTML-Code oberhalb des <img>-Elements ein weiteres <hr>-Tag ein. Bevor wir das Ergebnis im Browser bewundern, fügen wir in der CSS-Datei der „hr“-Regel die Eigenschaft „float:left;“ hinzu. Auf diese Weise rutscht die Linie unter das Video.

```
001 hr {
```

```
002   color: #ddd;
```

```
003   width: 570px;
```

```
004   margin-left: 20px;
```

```
005   float: left;
```

```
006 }
```



## 14 Neue Inhalte gestalten

Diese beiden neuen Elemente gestalten wir nun mit CSS-Regeln. Das kleine, zum Video gehörende Bild lassen wir zunächst nach links fließen und geben ihm dann einen 40 Pixel breiten Außenrand. Um einen konsistenten Stil zu wahren, erhält das Bild zudem den gleichen Schlagschatten wie die entsprechenden Bilder in der Seitenleiste.

```
001 .main_thumb2 {
```

```
002   float: left;
```

```
003   margin: 40px;
```

```
004   border: 1px solid #fff;
```

```
005   box-shadow: 0px 4px 6px #999;
```

```
006 }
```

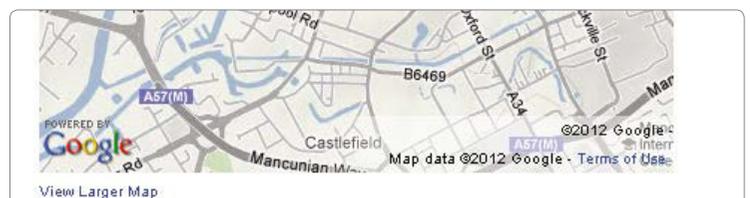
```
80 <div id="video">
81   <iframe width="420" height="315" src="http://www.youtube.com/embed/kNn
82   allowfullscreen"></iframe>
83   |
84   </div><!-- END video -->
85
86 <div id="bottom_content">
87   It is a long established fact that a reader will
89   the readable content of a page when looking at its layout. The point
90   of using Lorem Ipsum is that it has a more-or-less normal distribution
91   of letters, as opposed to using 'Content here, content here', making
92
93
94
```

## 16 Der Abschluss

Bei der Betrachtung des HTML-Codes zeigt sich nun eine unsaubere Struktur: Es wäre sinnvoller, wenn die Zusammenfassung mitsamt des Bildes in einem eigenen <div> enthalten wäre. Auf diese Weise hätten wir in Zukunft mehr Kontrolle über dessen Position und Design. Daher erstellen wir ein <div> mit der ID „bottom\_content“ und umfassen damit „main\_thumb2“ und „vid\_excerpt“.

```
001 <div id="bottom_content">
```

```
002 </div><!-- END bottom content -->
```



Copy and paste this HTML to embed in your website

```
<iframe width="425" height="350" frameborder="0"
scrolling="no" marginheight="0" marginwidth="0"
src="http://maps.google.co.uk/maps?f=q&
amp;source=s_q&hl=en&geocode=&
amp;q=deansgate+manchester&aq=&
amp;sl=53.579729,-2.425683&
```

## 18 Nächste Schritte

Video, Text und Bild sind nur der Anfang. Wie Sie etwa Landkarten oder Social-Media-Buttons in Ihre Webseiten einbauen können, verraten wir Ihnen später.

## Die Fußzeile

Schließen Sie Ihre erste Webseite mit einem gelungenen Finale ab.

In der Vergangenheit war die Fußzeile lediglich eine farbig hinterlegte Textzeile, die bestenfalls einen Copyright-Vermerk enthielt. Erst in letzter Zeit wurde ihr die gebührende Aufmerksamkeit zuteil und so entwickelte sie sich zum vollwertigen Mitglied des Seitenensembles.

Sie nimmt nun einen nennenswerten Teil der gesamten Seitenfläche ein und enthält – ähnlich der Seitenleiste – unterschiedlichste Inhalte. So finden sich am unteren Seitenrand Kontaktformulare, Newsletter-Anmeldungen, die Verknüpfungen zu sozialen Medien und vieles mehr. In unserem

Beispiel werden wir neben einer Newsletter-Anmeldung und einem generischen Über-uns-Text eine zusätzliche Navigation einbauen, die dem Besucher den Sprung auf andere Seiten vereinfacht.

So verrückt es klingen mag – die Fußzeile hat sich in den letzten Jahren zu einem wichtigen Element entwickelt und sollte vom Webdesigner daher ebenso gut geplant werden wie die vermeintlich prominenteren Bestandteile einer Webseite. Sie darf nicht zu wenig und nicht zu viel Information enthalten, sie muss nützlich sein und sie muss sich in das Design der Seite einpassen.

„Die Fußzeile hat sich zu einem wichtigen Element entwickelt und sollte daher gut geplant werden.“

## Bestandteile einer Fußzeile

Welche Elemente Sie für die Planung einer Fußzeile in Betracht ziehen sollten.

### Der Informationstext

Der Über-uns-Text erklärt den Besuchern, wer Sie sind und warum Ihre Seiten besonders glaubwürdig sind.

### CSS-KURZSCHRIFT

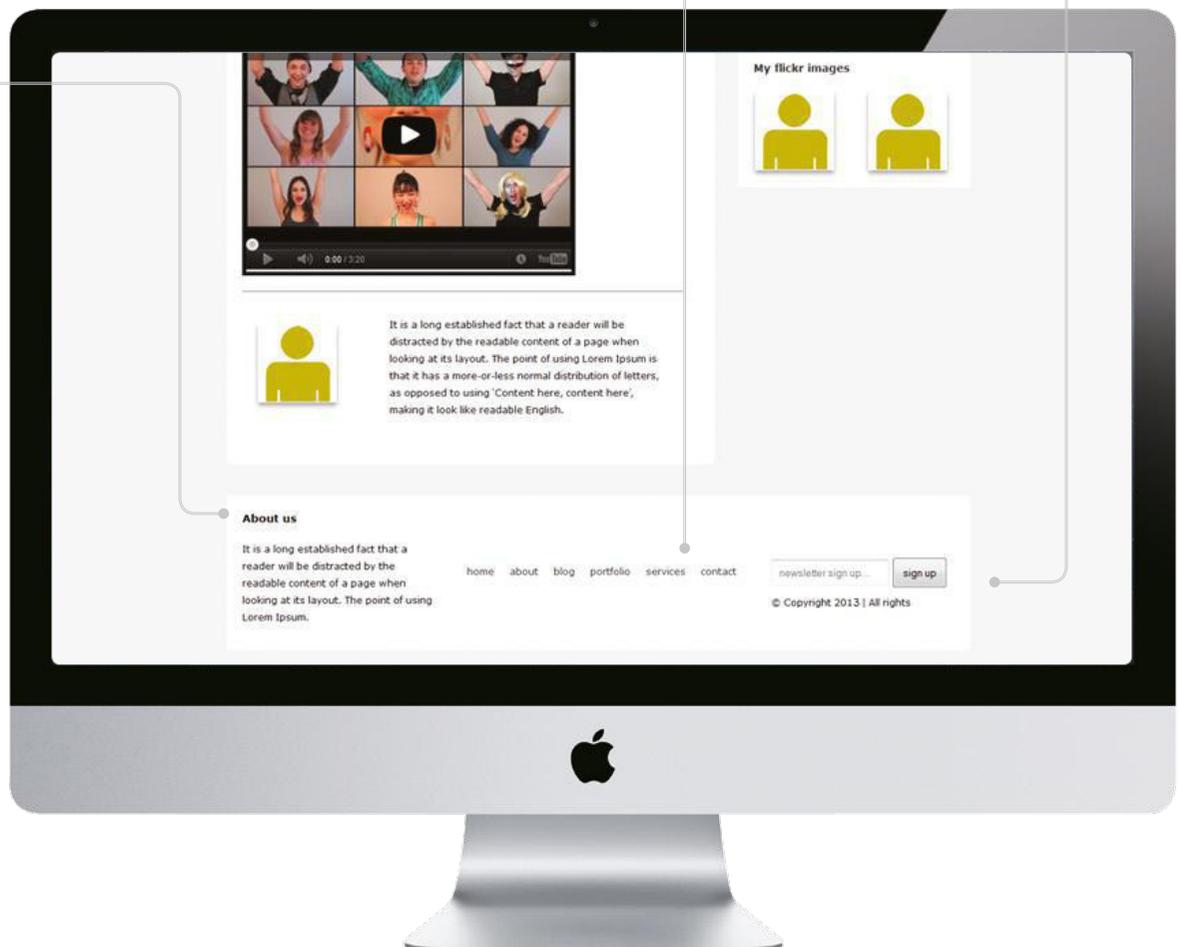
In unseren Tutorials verwenden wir häufig abkürzende Varianten vieler CSS-Eigenschaften. Diese im Englischen „CSS Shorthand“ genannten Eigenschaften verringern die Textmenge und nicht zuletzt auch die Dateigröße einer CSS-Datei. Shorthands werden meist für „margin“, „padding“ und „background“ verwendet, tatsächlich aber gibt es nahezu jede Eigenschaft in diversen Kurz- und zahlreichen Langversionen. Beispielsweise beschreibt der Außenrand „margin“ die Ränderdicken im Uhrzeigersinn. So bedeutet „margin: 10px 20px 30px 40px“, dass der Rand oben 10 Pixel dick ist, rechts 20 Pixel dick, unten 30 Pixel usw. Die Variante „margin: 20px 30px;“ hingegen legt den oberen und unteren Rand auf 20 Pixel und den rechten und linken Rand auf 30 Pixel fest. Das bekannte „margin:15px;“ legt alle vier Ränder auf die gleiche Dicke fest.

### Navigation

Eine zusätzliche Navigationsliste ermöglicht den Sprung auf andere Seiten, ohne vorher an den Seitenanfang zu scrollen.

### Das Newsletter-Feld

Ein Newsletter eignet sich für Websites, die unregelmäßig Neuigkeiten veröffentlicht. Ein Kontaktformular ist ebenfalls eine gute Idee.



```

91 
92
93 <p class="vid_excerpt">It is a long established
94 the readable content of a page when looking at
95 of using Lorem Ipsum is that it has a more-or
96 of letters, as opposed to using 'Content here
97 look like readable English.
98
99 </p>
100
101 </div><!-- END bottom content -->
102
103 </div><!-- END main content -->
104
105 <div id="footer">
106
107 </div><!-- END footer -->

```

## 01 Vorbereitungen

Öffnen Sie die Datei „index.html“ vom letzten Tutorial und scrollen Sie bis an das Dateiende herunter. Direkt unterhalb des schließenden „main\_content“-Tags erstellen wir ein <div>-Element mit der ID „footer“.

```

001 <div id="footer">
002 </div><!-- END footer -->

```

## 04 Newsletter-Anmeldung

Viele Webseiten haben in ihrer Fußzeile entweder ein Kontaktformular oder eine Newsletter-Anmeldung. Wir machen es uns leicht und simulieren mit einem Eingabefeld eine Newsletter-Anmeldung. Das umschließende Formular steht im HTML-Code direkt unterhalb der ungeordneten Liste und erhält die ID „newsletter“.

```

001 <form id="newsletter" action="" method="get">
002 <input id="search_term" type="text"
003 placeholder="newsletter sign up..." />
004 <input class="submit_button"
005 type="submit" value="sign up">
006 </form>

```



## 07 Listenelemente

Die einzelnen Listeneinträge <li> fließen dank „float:left;“ ebenfalls eins nach dem anderen nach links. Mit „list-style:none;“ entfernen wir die Aufzählungszeichen und mit „margin-left:20px;“ sorgen wir zwischen den einzelnen Menüpunkten für ausreichenden Platz.

```

001 .footer_links li {
002 list-style: none;
003 float: left;
004 margin-left: 20px;
005 }

```

```

96 of letters, as opposed to using 'Content here
97 look like readable English.
98 </p>
99
100 </div><!-- END bottom content -->
101
102 </div><!-- END main content -->
103
104 <div id="footer">
105
106 <div class="about_txt">
107
108

```

## 02 Über uns

In diesem Schritt erstellen wir einen Über-uns-Text, der auf der linken Seite der Fußzeile erscheinen soll. Dafür benötigen wir innerhalb des „footer“-Elements ein „div“-Tag mit der Klasse „about\_txt“. Den darin enthaltenen Text leiten wir mit einer <h4>-Überschrift ein und platzieren darunter ein <p>-Element mit dem eigentlichen Erklärungstext. Das abschließende Tag des „about\_txt“-Elements dekorieren wir zugunsten der Übersichtlichkeit mit einem HTML-Kommentar.

```

001 <div class="about_txt">
002 </div><!-- END about txt -->

```

## 05 Die Hintergrundfarbe

Der HTML-Code ist damit fertiggestellt und sieht im Browser betrachtet sehr unordentlich aus. Daher öffnen wir die Datei „styles.css“ und fügen ihr am unteren Ende ein paar CSS-Regeln hinzu. Zuerst löschen wir mit „clear:both;“ den aktuellen „float“-Zustand, damit die Fußzeile auch wirklich am unteren Seitenende angezeigt wird. Dann geben wir ihr eine feste Größe und einen weißen Hintergrund.

```

001 #footer {
002 clear: both;
003 height: 200px;
004 width: 100%;
005 background: #fff;
006 margin-bottom: 20px;
007 }

```

## 08 Feinarbeiten

Die Fußzeilen-Navigation runden wir mit ein paar Feinarbeiten ab. Wir entfernen die bei Verweisen üblichen Unterstreichungen und geben dem Text eine hellgraue Farbe. Wenn der Mauszeiger über einem Menüpunkt schwebt, lassen wir den Text hingegen in Schwarz erstrahlen.

```

001 .footer_links li a {
002 text-decoration: none;
003 color: #333;
004 }
005 .footer_links li a:hover {
006 color: #000;
007 }

```

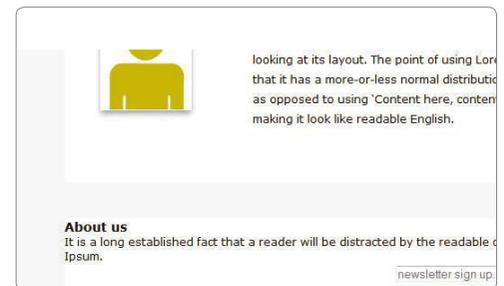
## 03 Fußnavigation

Insbesondere auf längeren Seiten ist es sinnvoll, die wichtigsten Navigationselemente der Kopf- oder Seitenleiste zu wiederholen. Also erstellen wir direkt unter dem „about\_txt“-Element abermals eine ungeordnete Liste mitsamt einiger Elemente und weisen ihr die Klasse „footer\_links“ zu.

```

001 <ul class="footer_links">
002 <li><a href="">home</a></li>
003 <li><a href="">about</a></li>
004 <li><a href="">blog</a></li>
005 <li><a href="">portfolio</a></li>
006 <li><a href="">services</a></li>
007 <li><a href="">contact</a></li>
008 </ul>

```



## 06 Die Verknüpfungen

In diesem Schritt machen wir aus der Navigation eine horizontale Linkliste. Wir lassen sie nach links fließen und geben ihr mit „margin: 90px 0 20px 0px;“ reichlich Platz in alle Richtungen. Die Breite legen wir auf 370 Pixel fest.

```

001 .footer_links {
002 float: left;
003 margin: 90px 0 20px 0px;
004 width: 370px;
005 }

```

## 09 Über-uns-Text

Die Gestaltung des Über-uns-Textes birgt nun keinerlei Überraschungen mehr. Wir lassen auch diesen nach links fließen und geben ihm eine feste Breite von 250 Pixeln. Mit einem gleichmäßig dicken Außenrand machen wir das Layout dann noch etwas luftiger. Danken Sie daran, dass „padding“ normalerweise zu den angegebenen Elementgrößen hinzuaddiert wird.

```

001 .about_txt {
002 float: left;
003 width: 250px;
004 padding: 20px;
005 }

```

# WordPress

## FOTOS POSTEN

Verschönern Sie Ihren Blog mit Hilfe unserer Tipps rund um die Einbindung von Bildmaterial.

## IN DIESEM KAPITEL ...

In diesem Kapitel machen wir Sie mit der enormen Leistungsfähigkeit des stabilen und simplen Content-Management-Systems WordPress vertraut. Millionen Menschen auf der ganzen Welt nutzen es für persönliche, aber auch geschäftliche Blogs. Sie erfahren, wie Sie einen Blog einrichten und pflegen, Ihr Dashboard aufgeräumt halten sowie Audio- und Videodateien einbinden.



## SEARCH

## TEXT WIDGET

This is a text widget, which allows you to add text or HTML to your sidebar. You can use them to display text, links, images, HTML, or a combination of these. Edit them in the Widget section of the Customizer.

## Everything begins with a 'G'

SEPTEMBER 18,  
2016

GUITARSTHAROCK  
LEAVE A COMMENT

In summer 1954, my uncle, Fred Gretsch Jr., and a rising Nashville session and recording guitar star named Chet Atkins put their signatures on a simple two-page contract. Neither of them could have predicted what was about to happen, or that this long and fruitful relationship would endure 60 years later.

Guitars That Rock

DELL

„Einen WordPress-Blog einzurichten, geht viel leichter, als man annehmen könnte.“

## WEBSITE AHOI!

So einfach ist es, einen WordPress-Blog aufzusetzen.



**76** Einführung in WordPress  
Die neueste Version der beliebten Blogging-Software

**82** Starten Sie Ihren eigenen Blog mithilfe der WordPress-Software  
Software herunterladen und installieren

**86** Das Dashboard von WordPress individuell anpassen  
Die Steuerzentrale übersichtlich halten

**88** Die ersten Schritte zum Blog  
Texte, Bilder und Videos

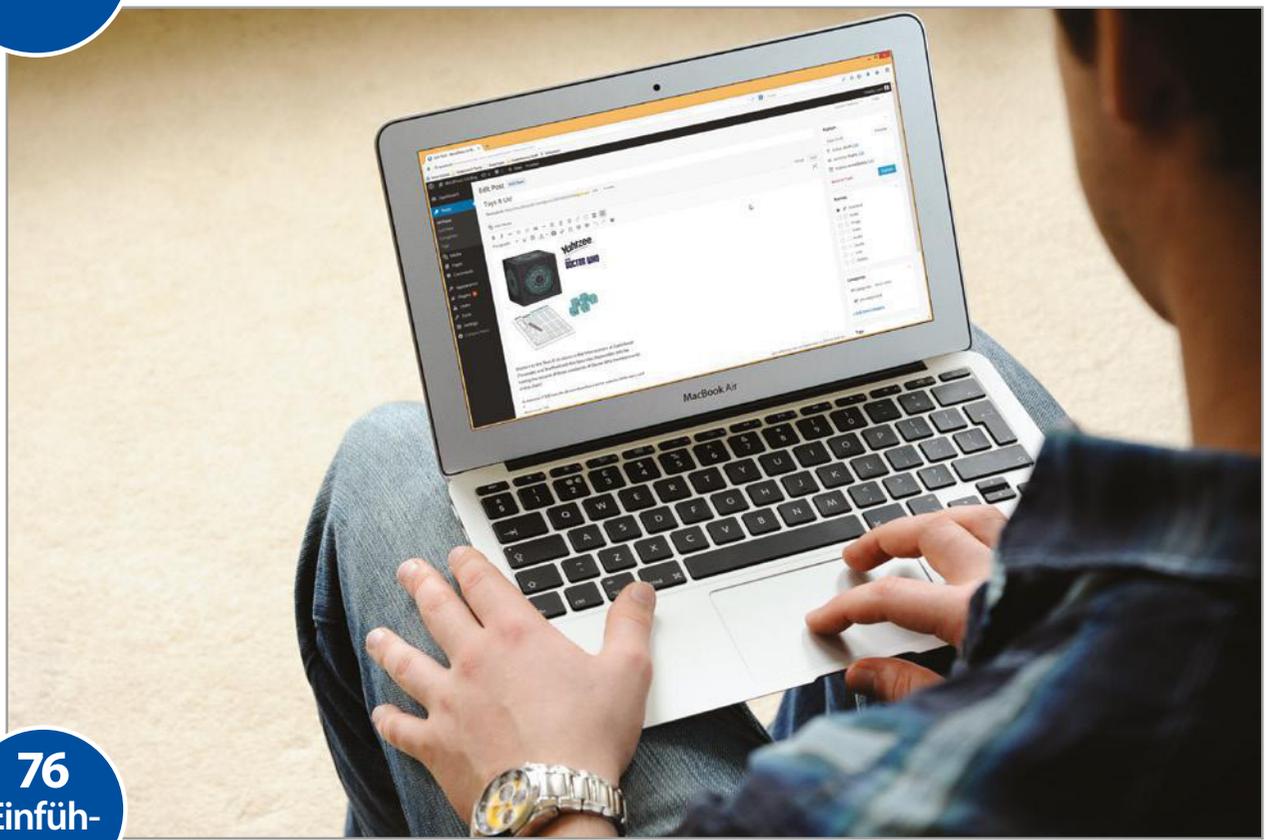
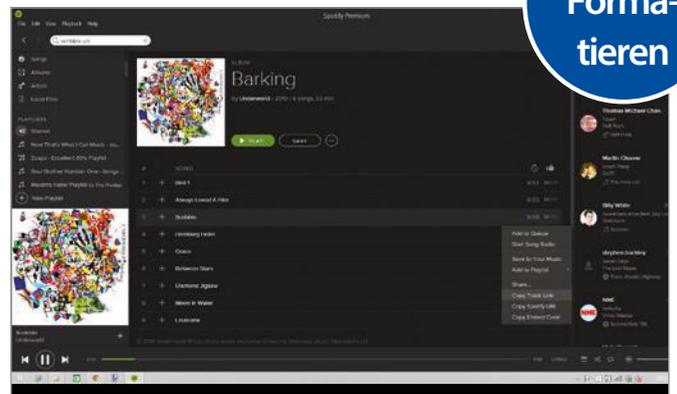
**92** Blogartikel bearbeiten  
Ergänzungen machen, Fehler beheben

**96** Fotos auf dem Blog posten  
Vier Methoden, Bilder zu integrieren

**100** Spezielle Formatierungen in Texten  
Aufzählungspunkte, Listen und Einzüge

**100**  
Forma-  
tieren

**92**  
Bearbeiten



**76**  
Einführung



# WordPress Eine neue Ära

Die aktuelle WordPress-Version enthält eine Vielzahl neuer Funktionen. Wir werfen einen Blick auf das Angebot sowie auf die besten Themes und Plug-ins.

# WordPress 4.9: Das ist neu

Das große Update auf Version 4.9 bringt viele neue Funktionen. Wir zeigen Ihnen die wichtigsten Verbesserungen und Änderungen.

**W**ordPress wird laufend verbessert. Größere Updates versieht die WordPress Foundation in aller Regel mit bestimmten Themes und verleiht der Version zudem den Namen eines Musikers. Der Name des jüngsten Updates auf Version 4.9.4 – das Ende Februar 2018 erschien – lautet "Tipton". Getauft wurde diese WordPress-Fassung zu Ehren des Jazz-Musikers Billy Tipton. Die neuen Funktionen geben den Nutzern

vor allem mehr Möglichkeiten an die Hand, sich selbst und die eigenen Marken zu repräsentieren.

Viele der Neuerungen in Version 4.9 sind sehr nützlich und verbessern die Navigation durch die WordPress-Seiten. Features wie die neuen Seitenleisten und Widgets helfen bei der Darstellung von Medieninhalten, sind letztlich aber nur kleine Ergänzungen im Vergleich zu den großen Neuerungen, die WordPress 4.8 bereits mit sich brachte.

Wie immer wurden auch die Entwickler nicht vergessen. Mit dem neuen Texteditor JavaScript API kann eine Editor-Instanz zu jedem Textbereich hinzugefügt und mit Schaltflächen oder Funktionen versehen werden. Außerdem lassen sich mehrere Webseiten gleichzeitig aktualisieren sowie neue Breakpoints für das Responsive Webdesign festlegen. Bei einem Wechsel des Themes werden die Widgets nun automatisch übernommen und müssen nicht mehr manuell wieder zugeordnet werden. Zudem werden die verschiedenen CSS-Befehle – wie es auch aus in anderen Editoren bekannt ist – nun farblich markiert. Wir empfehlen, vor dem Aktualisieren auf die neue Version ein vollständiges Back-up zu erstellen. Wenn Sie WordPress noch nicht installiert haben, besuchen Sie einfach <https://wordpress.org/download>

„Die Aktualisierungen in 4.9 sind zwar nicht bahnbrechend, aber sehr nützlich und verbessern zweifellos das Ergebnis.“

## Die großen Neuerungen

Sieben wesentliche Verbesserungen

### Bilder-Widget

In früheren WordPress-Versionen war das Hinzufügen eines Bildes zur Seitenleiste nicht so einfach. Normalerweise wurde ein Plug-in verwendet oder der Benutzer musste mittels HTML dafür sorgen, dass das Bild angezeigt wird – kompliziert für Anfänger, zeitaufwendig für Entwickler. Mit dem neuen Bilder-Widget können Benutzer einfach auf die Schaltfläche "Bild hinzufügen" klicken, ein Bild auswählen und es in der Seitenleiste platzieren.

### Video-Widget

Das Einbetten von Videos fällt nun deutlich leichter. Über das neue Video-Widget können Benutzer schneller als je zuvor Videoinhalte in die WordPress-Seitenleiste einfügen. Das funktioniert genau wie bei allen neuen Widgets: Benutzer müssen einfach nur "Video hinzufügen" aus dem Widget auswählen. Daraufhin wird der Media-Uploader aufgerufen und es lässt sich die URL des Videos einfügen.

### Visueller Editor im Text-Widget

Das Hinzufügen von Text zur Symboleiste ist mit dem Text-Widget ganz einfach. Der neue visuelle Editor im Text-Widget ist eine Lite-Version des standardmäßigen visuellen Editors und ermöglicht es dem Benutzer, Text mittels Schaltflächen zu formatieren und Links hinzuzufügen. Zudem gibt es nun einen „Medien hinzufügen“-Button und ein Galerie-Widget, mit dem das Einfügen von Bildern und Galerien einfacher wird und es werden nun innerhalb des Text-Widgets auch Shortcodes unterstützt.

### Audio-Widget

Das Hinzufügen von Audioinhalten in die Seitenleiste war keine einfache Aufgabe – bis jetzt. Dank eines neuen Widgets können Sie über die Schaltfläche "Audio hinzufügen" die gewünschte Audiodatei hochladen. WordPress bettet über das HTML-Audio-Tag MP3, OGG und WAV ein.

### Visueller Editor

Der visuelle Editor ist einer der Erfolgsfaktoren von WordPress. Er ermöglicht Anfängern, Beiträge zu schreiben und zu erstellen, ohne sich den Code ansehen zu müssen. Behoben wurde das Link-Problem: Beim Erstellen eines Links werden andere Teile des Textes nicht mehr mitverlinkt.

### Unter der Haube

Es wurden einige Features speziell für Entwickler eingebaut, etwa Multisite-Updates. Zudem erleichtern neue Funktionen die Seitenverwaltung. Es gibt nun auch eine JavaScript-API für das Instanzieren des Editors nach dem Laden der Seite, mit der sich eine Editor-Instanz zu einem beliebigen Textbereich hinzufügen lässt.

### Nachrichten- und Veranstaltungen-Dashboard-Widget

WordPress-Events werden regelmäßig auf der ganzen Welt abgehalten. Möchten Sie wissen, wann die nächste Veranstaltung stattfindet? Sie erfahren es über das neue Dashboard, das WordPress-Events und News-Widgets anzeigt.



## Twenty Seventeen

<https://de.wordpress.org/themes/twentyseventeen/>

Twenty Seventeen ist das neueste Designelement-Standardthema von Wordpress. Nutzer erhalten ein Header-Video sowie stimmungsvolle Bilder, die auf die Erstellung von Business-Websites abzielen. Das

Theme bietet alle Elemente, die Benutzer benötigen, um eine Website zum Laufen zu bringen. Es liegt bei Redaktionsschluss in Version 1.4 vor und wurde bereits über eine Million Mal installiert.

## Seite beschleunigen

Landet ein Besucher auf Ihrer Website, haben Sie nur Sekunden, um dessen Aufmerksamkeit zu erregen. Eine träge Website stellt die Geduld der Besucher auf die Probe. Es gibt allerdings Dinge, die Sie tun können, um sicherzustellen, dass Ihre Seite schneller lädt. Sie können einen geschwindigkeits-optimierten Hosting-Provider sowie ein WordPress-Theme oder -Framework, das auf hohe Performance ausgelegt ist, auswählen. Außerdem sollten Sie die Anzahl der Plug-ins reduzieren. Achten Sie überdies darauf, dass alle Bilddateien nicht zu groß sind.

## SEO-Optimierung

Die beste Website ist nutzlos, wenn sie keine Besucher hat. Ganz wichtig ist daher die Suchmaschinenoptimierung, kurz: SEO (Search Engine Optimization). Die Optimierung Ihrer WordPress-Website beginnt mit dem Schreiben von qualitativ hochwertigen Inhalten, die Menschen gerne teilen möchten. Bauen Sie also auch Buttons ein, über die man Inhalte direkt auf Social-Media-Plattformen veröffentlichen kann. Stellen Sie überdies sicher, dass Ihr verwendetes WordPress-Layout ansprechend gestaltet und für die Darstellung auf Mobilgeräten geeignet ist.

## Responsive abschalten

Entscheiden Sie sich für eine ganz bestimmte Bildauflösung, können Sie die Responsive-Funktion deaktivieren, indem Sie diesen Code in Ihrer functions.php-Datei einfügen:

```
001 remove_filter('the_content',  
'wp_make_content_images_  
responsive');
```

Sie werden sicher auch das srcset-Attribut deaktivieren wollen, sodass alle Bilder ein src-Attribut haben.

```
001 function disable_srcset($sources) {  
002 return false;  
003 }  
004 add_filter('wp_calculate_image_  
srcset','disable_srcset');
```

## Google Analytics

Um zu überprüfen, wie gut Ihre Website besucht wird, können Sie ein Google-Analytics-Plug-in zu WordPress hinzufügen. Oder Sie kopieren einfach den Google-Analytics-Tracking-Code in die header.php und fügen ihn vor dem abschließenden </head>-Tag ein. Der Tracking-Code lässt sich auch in die functions.php einbauen:

```
001 <?php add_action('wp_head',  
'add_google_analytics');  
002 function add_google_analytics() {  
>  
003 // Paste your Google Analytics code  
here  
004 <?php }?>
```

## Mega: Ein vielseitiges WordPress-Theme

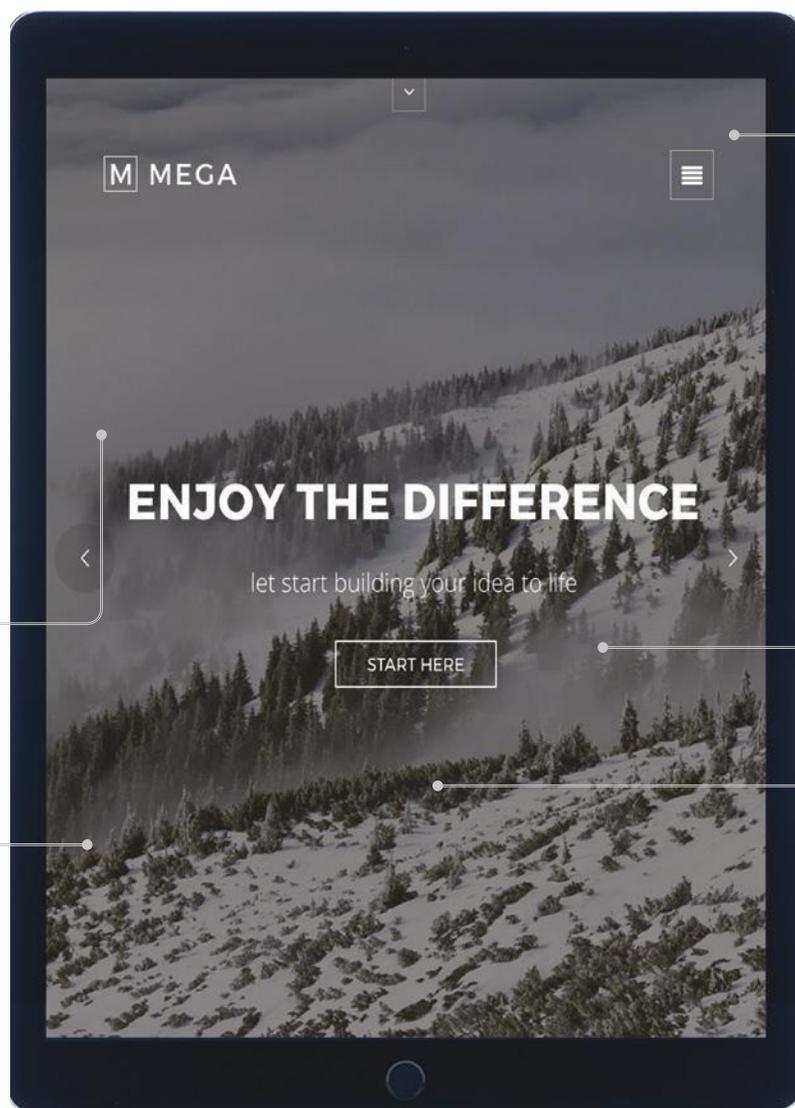
Das vielseitige WordPress-Theme Mega (erhältlich unter <http://bit.ly/2iprr8X>) ist vollgepackt mit Features: Es beinhaltet einen exzellenten Seiteneditor, mehr als 100 Optionen, erweiterte Theme-Optionen, mehrere Layouts, unbegrenzte Farben und vieles mehr.

### Vielseitig

Sie können das Mega-Theme für eine Vielzahl von Zwecken verwenden. Mega kann als Standard-Website, Kreativstudio, Agentur, Start-up, Portfolio und sogar als Online-Shop für den Verkauf von Waren eingerichtet werden.

### Seiteneditor

Mega kommt mit einer effizienten Drag-and-Drop-Seiteneditor-Schnittstelle. Sie können aus einer unbegrenzten Anzahl von Layouts und aus mehr als 600 Schriften wählen.



### Unzählige Elemente

Der WordPress-Theme enthält 29 Elemente, darunter Akkordeons, Buttons, Social-Media-Icons, Galerien, Kontaktformulare, Callouts und Mehrspalten-Elemente, die mit über 100 Optionen vollständig anpassbar sind.

### Erweiterte Theme-Optionen

Das Mega-Theme bietet eine erweiterte Themen-Optionstafel. Diese gibt den Benutzern viele Anpassungsmöglichkeiten. Sie wählen aus einer riesigen Anzahl an Schriftarten, Gestaltungsmöglichkeiten und vielem mehr.

### Bereit für Retina

Eine spezielle Optimierung der Bilder für Retina-Display-Geräte ist nicht erforderlich. Das bedeutet, dass Bilder auf mobilen Geräten wie iPhone, iPad und MacBooks sofort scharf und klar dargestellt werden.

## Google-Fonts

Über [google.com/fonts](http://google.com/fonts) lassen sich Google-Fonts einbinden. Verwenden Sie ein Plug-in oder fügen Sie die Schriftart in der functions.php ein:

```
001 function wpb_add_google_fonts() {
002 wp_enqueue_style( 'wpb-
003 google-fonts', 'http://
004 fonts.googleapis.com/css?fa
family=Open+Sans:300italic,400ital
ic,700ital
005 ic,400,700,300', false );
006 }
Dies gewährleistet auch die Kompatibilität mit verschiedenen Sprachen.
001 add_action( 'wp_enqueue_scripts', 'wpb_add_google_fonts' );
```

## Post Editor anpassen

Der Post Editor verwendet den WYSIWYG-Editor TinyMCE. Aktivieren Sie die versteckten TinyMCE-Buttons, indem Sie den Code auf FileSilo in die functions.php einfügen:

```
001 function enable_more_
002 buttons($buttons) {
003 $buttons[] = 'fontselect';
004 $buttons[] =
005 'fontsizeselect';
006 $buttons[] = 'styleselect';
007 $buttons[] = 'backcolor';
008 $buttons[] = 'newdocument';
009 $buttons[] = 'cut';
010 $buttons[] = 'copy';
011 $buttons[] = 'charmap';
012 ...
```

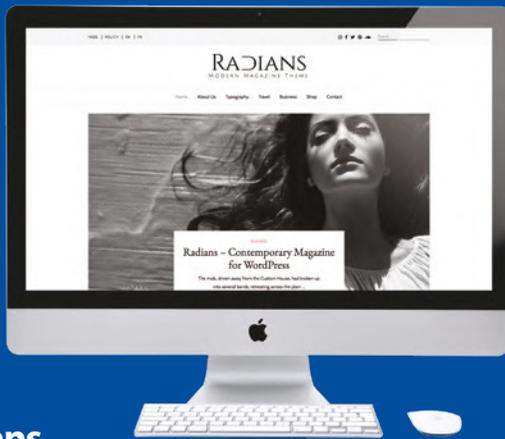
## Adminleiste entfernen

Die Admin-Symbolleiste ist eigentlich nützlich, sie kann aber auch ablenken, während man die Front-End-Website betrachtet. Die Leiste lässt sich deaktivieren, indem man zum Dashboard auf Benutzer>Ihr Profil geht und die Option "Symbolleiste beim Betrachten der Website anzeigen" deaktiviert. Wenn Sie die Leiste dauerhaft entfernen wollen, können Sie folgenden Code in die functions.php einfügen:

```
001 add_filter('show_admin_bar',
'__return_false');
Dies verhindert, dass die Symbolleiste vollständig angezeigt wird. Alternativ dazu gibt es ein Plug-in.
```

## Userbindung erhöhen

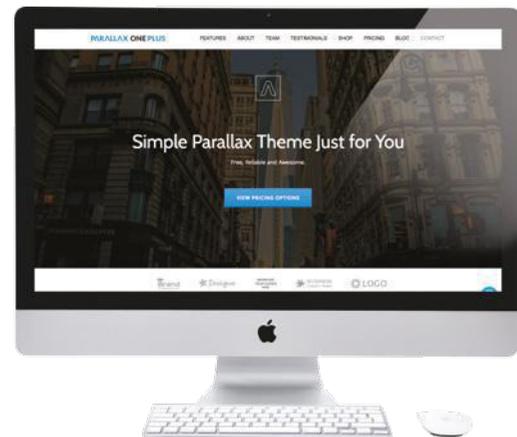
Es gibt eine Vielzahl an Möglichkeiten, die Besucher zur Rückkehr auf Ihre Seite zu motivieren und so die Zahl der Stammler zu erhöhen. Zum Beispiel können Sie Besucher dazu bringen, sich für einen Newsletter anzumelden und regelmäßig E-Mail-Updates an sie versenden. Dazu können Sie MailChimp und dessen Plug-in verwenden ([en-gb.wordpress.org/plugins/mailchimp-for-wp](http://en-gb.wordpress.org/plugins/mailchimp-for-wp)). Das Bloom-eMail-Opt-In-Plug-in ([elegantthemes.com/plugins/bloom](http://elegantthemes.com/plugins/bloom)) öffnet automatisch ein Pop-up-Fenster, über das sich Benutzer registrieren können.



### Radians

[radians.withemes.com](http://radians.withemes.com)

Radians ist ein modernes Theme für Blogger, die eine schöne Typografie und hohe Benutzerfreundlichkeit wünschen. Das klare, minimalistische Design sorgt dafür, dass sich Nutzer auf die Inhalte konzentrieren können.



### Parallax One Plus

[bit.ly/2wyAmv4](http://bit.ly/2wyAmv4)

Parallax ist ein sauberes, elegantes WordPress-Theme für den vielseitigen Einsatz. Es kommt mit Parallax-Header in voller Breite und ist WooCommerce-fähig.



### The Voux

[bit.ly/1NTUILw](http://bit.ly/1NTUILw)

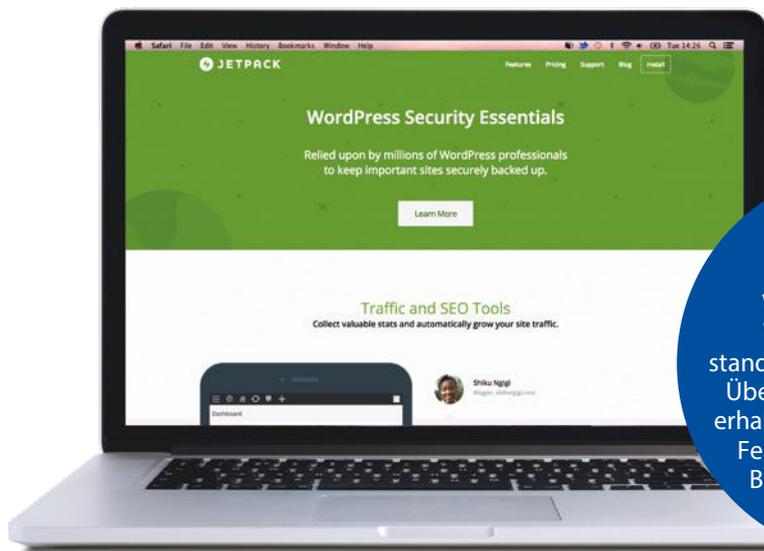
The Voux ist perfekt für jedes Online-Magazin und jede journalistische oder Mode-Website. Das WordPress-Theme bietet einen Visual Composer, Social-Media-Sharing und einiges mehr.



### Origin

[elegantthemes.com/gallery/origin](http://elegantthemes.com/gallery/origin)

Ein atemberaubendes gitterbasiertes WordPress-Theme, ideal für Fotografen oder jede bildlastige Website. Dieses Theme bietet einige leistungsfähige ePanel-Themenoptionen.



**Tip**  
Von Haus aus bietet WordPress lediglich standardmäßige Inhaltsfelder. Über Themes und Plug-ins erhalten Sie aber zusätzliche Felder für Radiobuttons, Bilder-Uploads und so weiter.

## Child-Themes

So bleiben Ihre Änderungen auch nach einem Update bestehen.

Haben Sie schon einmal ein WordPress-Theme verwendet, daran Änderungen vorgenommen und dann bemerkt, dass ein neues Update für das Theme veröffentlicht wurde, an dem Sie gearbeitet haben? Und nachdem Sie das Update installiert haben, waren alle Änderungen verloren? Nun, hier kommen die sogenannten Child-Themes ins Spiel.

Damit brauchen Sie keine Angst mehr vor Updates zu haben, die Ihren eigenen Code überschreiben. Ein Child-Theme speichert Ihre Änderungen separat, während die Haupt-

Updates des übergeordneten Themes beibehalten werden. Child-Themes machen Ihr Theme also zukunftssicher. Früher konnten Sie ganz einfach ein Child-Theme einrichten, indem Sie eine @Import-Abfrage in Ihren Stylesheet einfügen: @import url("../css/style.css"); Nun lassen sich Änderungen darunter abspeichern. Allerdings verursacht diese Methode bei bestimmten Browsern und JavaScript-Frameworks einige Schwierigkeiten. Außerdem resultieren daraus Performance-Probleme, weshalb wir die @import-Methode nicht empfehlen.

Genauso wie für die Standard-WordPress-Themes lässt sich die Abfrage-Methode für Skripte und Stile auch für Child-Themes verwenden. Fügen Sie folgenden Code in die functions.php Ihres Child-Themes ein: wp\_enqueue\_style. Legen Sie zunächst ein Child-Theme-Verzeichnis an und erstellen Sie darin folgende Dateien: functions.php und style.css. Fügen Sie danach den untenstehenden Code in die functions.php des Child-Themes ein:

```
001 <?php
002 function theme_enqueue_styles() {
wp_enqueue_style('parent-theme', get
template_directory_uri() . '/style.css');
003 wp_enqueue_style('child-theme', get_
stylesheet_directory_uri() . '/style.css',
array('parent-theme'));
004 }
005 add_action('wp_enqueue_scripts', 'theme_
enqueue_styles');
```

Die obige Funktion stellt sicher, dass sowohl die übergeordneten als auch die untergeordneten Stylesheets enthalten sind. Im Code haben wir das Array ('parent-theme') als Parameter in das Child-Theme aufgenommen. Dieser Parameter sorgt dafür, dass zuerst das übergeordnete Stylesheet und dann das Stylesheet des untergeordneten Themes geladen wird. Öffnen Sie nun die style.css Ihres Child-Themes und fügen Sie Ihren eigenen Code hinzu. Nachdem Sie dies getan haben, können Sie bedenkenlos ihr übergeordnetes Theme aktualisieren.

## 10 Must-have-Plug-ins

WordPress ist großartig, aber wenn Sie noch mehr Funktionen benötigen, sollten Sie einen Blick auf einige der unverzichtbaren Plug-ins werfen.

### Jetpack

[jetpack.com](http://jetpack.com)

Jetpack vereint viele nützliche Funktionen in einem Plug-in. Dazu gehören verbesserte Social-Media-Features und die Möglichkeit, Posts oder Kommentare zu abonnieren.

### W3 Total Cache

[bit.ly/1mv7vOv](http://bit.ly/1mv7vOv)

Schnellere Ladezeiten wirken sich sowohl auf die Zufriedenheit der Besucher als auch auf die SEO-Performance aus. W3 Total Cache optimiert die Leistung von WordPress durch Browser-Caching und die Unterstützung von Content Delivery Network.

### WooCommerce

[woothemes.com/woocommerce](http://woothemes.com/woocommerce)

Das eCommerce-Plug-in unterstützt Sie beim Verkauf über Ihre Website. Es liefert eine Schnittstelle zu Bezahlbiestern wie PayPal.

### Akismet

[wordpress.org/plugins/akismet](http://wordpress.org/plugins/akismet)

Akismet ist ein intelligentes Plug-in zur Spam-Bekämpfung. Es überprüft Kommentare mithilfe des Akismet-Webdienstes, um festzustellen, ob es sich bei einem Kommentar um Spam handelt oder nicht.

### Contact Form 7

[wordpress.org/plugins/contact-form-7](http://wordpress.org/plugins/contact-form-7)

Mit Contact Form 7 können Sie schnell und einfach Kontaktformulare ohne zusätzlichen Code auf Ihrer Website hinzufügen.

### Disqus

[bit.ly/1kGaAZQ](http://bit.ly/1kGaAZQ)

Das Plug-in macht das Kommentieren einfacher und interaktiver. Es sorgt dafür, dass Ihre Website schneller lädt, verbessert die SEO-Tauglichkeit von Kommentaren und verhindert Spam.

### iThemes Security Pro

[ithemes.com/security](http://ithemes.com/security)

iThemes Security Pro hilft Ihnen dabei, Sicherheitslücken zu schließen. Das Plug-in schützt nicht nur vor Brute-Force-Angriffen, es blockiert auch Benutzer oder erzwingt starke Passwörter.

### Advanced Custom Fields

[bit.ly/OR3blm](http://bit.ly/OR3blm)

Das Advanced-Custom-Fields-Plug-in kann Ihnen dabei helfen, Ihre WordPress-Website in ein vollwertiges CMS zu verwandeln.

### BackupBuddy

[ithemes.com/purchase/backupbuddy](http://ithemes.com/purchase/backupbuddy)

Mit BackupBuddy können Sie Datenbank- und Datei-Back-ups planen, diese in einem externen Speicher, auch in der Cloud, ablegen und Ihre Website ganz einfach migrieren.

### Yoast SEO

[yoast.com/wordpress/plugins/seo](http://yoast.com/wordpress/plugins/seo)

Keine Website kann ohne Traffic überleben – die SEO-Tauglichkeit Ihrer Seite ist dafür entscheidend. Dieses Plug-in enthält alle SEO-Optimierungen, die Sie für Ihre Inhaltsseiten, Seitenanalysen, XML-Sitemaps und vieles mehr benötigen.

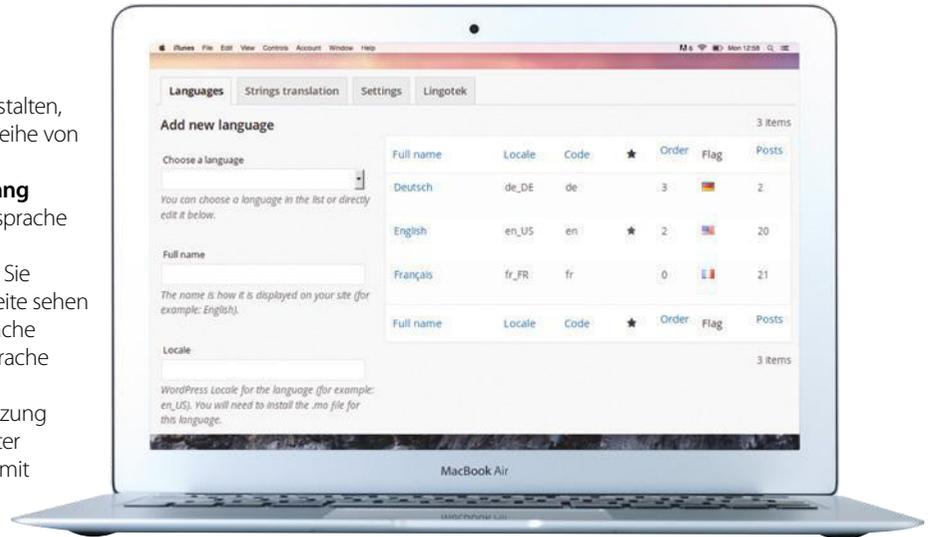
# Mehrsprachige Website

So machen Sie Ihre Seite einem weltweiten Publikum zugänglich.

Die beste Methode, um Ihre WordPress-Seite mehrsprachig zu gestalten, ist die Verwendung eines entsprechenden Plug-ins. Es gibt eine Reihe von Angeboten, zum Beispiel das Plug-in Polylang.

Nachdem Sie das Plug-in über [wordpress.org/plugins/polylang](http://wordpress.org/plugins/polylang) installiert haben, können Sie über Settings>Languages die Hauptsprache sowie die weiteren angebotenen Sprachen festlegen.

Wenn Sie eine neue Seite oder einen Beitrag bearbeiten, fügen Sie diesen Inhalt einfach Ihrer Hauptsprache hinzu. Auf der rechten Seite sehen Sie mehrere Sprach-Meta-Boxen. Durch Klicken auf die +Schaltfläche der ausgewählten Sprache können Sie Inhalte für die jeweilige Sprache eingeben. Anschließend übersetzen Sie Ihre Kategorien und Tags. Dann gehen Sie zu Posts>Categories und klicken für eine Übersetzung auf das +-Symbol neben jeder Sprache. Zum Schluss lässt sich unter Appearance>Widgets noch ein Sprachumschalter hinzufügen, damit Besucher zwischen den Sprachen wechseln können.



## Multisite

Sie möchten mehrere WordPress-Websites verwalten? Multisite ermöglicht es Benutzern, ein Netzwerk aus mehreren WordPress-Projekten unter einer WordPress-Installation zu verwalten. Mit diesem Code richten Sie Multisite in der Datei wp-config.php ein:

```
001 define('WP_ALLOW_MULTISITE', true);
```

Nun erscheint der Punkt "Network Setup" im Tools-Menü. Hier lassen sich über "Create a new Network of WordPress Sites", die betreffenden Seitenadressen eingeben. Folgen Sie danach den Anweisungen.

## Jetpack offline nutzen

Jetpack ist ein vielfältiges Plug-in, das allerdings nur funktioniert, wenn Sie mit WordPress.com verbunden sind. Wenn Sie offline sind, erhalten Sie einen Hinweis zur Aktivierung von Jetpack. Um diesen Hinweis zu entfernen, setzen Sie Jetpack in den Offline-Modus und fügen im Debug-Modus nach der Zeile wp\_bug Folgendes in die Datei wp-config.php ein:

```
001 define('JETPACK_DEV_DEBUG', true);
```

Unter "Einstellungen" lässt sich das Plug-in nun in den Development Mode schalten.

## SSL aktivieren

Das Thema Sicherheit ist bei WordPress ganz wichtig. Ein SSL-Zertifikat hilft bei der Verschlüsselung sensibler Informationen. Sie müssen dazu ein SSL-Zertifikat kaufen und auf Ihrem Webserver installieren. Sobald es aktiviert ist, erhält jeder, der auf den Admin-Bereich zugreift, eine sichere Verbindung über HTTPS. Fügen Sie dazu nach der Installation des SSL-Zertifikates folgenden Code ein:

```
001 define('FORCE_SSL_ADMIN', true);
```

Der Zugriff auf den Admin-Bereich erfolgt nun komplett über HTTPS.

## oEmbed deaktivieren

WordPress erlaubt es, Ihren WordPress-Post in Websites von Drittanbietern einzubetten. Wenn Sie jedoch nicht möchten, dass andere Ihren Beitrag auf deren Website veröffentlichen, können Sie einfach das Plug-in "Disable Embeds" herunterladen und installieren ([wordpress.org/plugins/disable-embeds](http://wordpress.org/plugins/disable-embeds)). Mit der Aktivierung des Plug-ins wird die Funktion oEmbed automatisch deaktiviert. Dadurch darf keine andere Website mehr Ihre Posts einbinden. Sie müssen dafür keinerlei Einstellungen vornehmen.

## SEO-taugliche Themes

Wenn Sie nach WordPress-Themes Ausschau halten, dann vergewissern Sie sich, dass Ihr Wunsch-Thema auch SEO-optimiert ist. Es ist nämlich gar nicht so einfach, Suchmaschinen von sich zu überzeugen. Ein wichtiger SEO-Faktor ist die Ladezeit Ihrer Seite. Außerdem sollten Sie auf Snippet-Support sowie auf ein Responsive Design achten. Natürlich helfen auch SEO-Plug-ins bei der Suchmaschinenoptimierung. Wenn Ihr zugrunde liegendes Theme nicht SEO-tauglich ist, hängt das generelle Suchmaschinen-Ranking zu sehr von Glück und Zufall ab.

## Kommentartext

Möchten Sie das Kommentarfeld unten haben? So richten Sie es ein:

```
001 function wpb_move_comment_field_to_bottom( $fields ) {
002 $comment_field = $fields['comment'];
003 unset( $fields['comment'] );
004 $fields['comment'] = $comment_field;
005 return $fields;
006}
007 add_filter('comment_form_fields', 'wpb_move_comment_field_to_bottom');
```

## WordPress debuggen

Auf einer Live-Website sollten möglichst keine Fehlermeldungen auftauchen. Am besten lassen Sie alle Fehler in einer LOG-Datei mitprotokollieren. Fügen Sie dazu diesen Code in wp-config.php ein:

```
001 define('WP_DEBUG', true);
002 define('WP_DEBUG_LOG', true);
003 define('WP_DEBUG_DISPLAY', false);
```

Nun können Sie Fehlermeldungen abarbeiten, ohne dass diese auf der Website angezeigt werden.

## Unerwünschte <head>

WordPress fügt von Haus aus eine Reihe an unerwünschten Infos, wie die WordPress-Version, RSD-Link, Shortlink und einiges mehr, in das <head>-Tag ein. Sie können diese entfernen, indem Sie folgenden Code in die functions.php einfügen:

```
001 function remove_header_info() {
002 remove_action( 'wp_head', 'rsd_link' );
003 remove_action( 'wp_head', 'wlwmanifest_link' );
004 remove_action( 'wp_head', 'wp_
```

## Starten Sie Ihre eigenen Blog mithilfe der WordPress-Software

Bevor Sie Ihre ersten Artikel verfassen können, müssen Sie die Software für Ihr Weblog herunterladen, installieren und einrichten. Wir zeigen Ihnen, wie das geht.

**W**ordPress ist inzwischen zum Inbegriff einer Blogging-Software geworden, und das nicht ohne Grund. Die Anwendung ist gratis, leicht zu installieren und sehr benutzerfreundlich. Überdies erscheinen fortlaufend Aktualisierungen und Weiterentwicklungen, neue Themes (Designvorlagen) in großer Zahl sowie Plugins für alle erdenklichen Zusatzfunktionalitäten.

Neben der Installation der Software auf eigenem Webspace und unter einem eigenen Domainnamen gibt es noch eine zweite Möglichkeit, einen WordPress-Blog zu betreiben, und zwar über den

Online-Service WordPress.com, wo Sie sich – ebenfalls kostenfrei – ein Benutzerkonto anlegen können. Auf diesen Seiten konzentrieren wir uns allerdings auf die Selbsthoster-Variante. WordPress rühmt sich damit, innerhalb von fünf Minuten installiert werden

„Gratis, simpel zu installieren und sehr benutzerfreundlich.“

zu können, aber um diese Effizienz zu erreichen, muss man sich schon gut auskennen. Doch auch für Nicht-Profis sollte es sich nicht schwierig gestalten, die WordPress-Plattform ans Laufen zu bekommen.

In dieser Anleitung erklären wir Ihnen in nachvollziehbaren Schritten, wie Sie WordPress herunterladen und installieren, werfen außerdem einen Blick auf die Anlage einer MySQL-Datenbank sowie auf die Verwendung eines FTP-Programms zur Datenübertragung. Und wir nehmen uns schließlich den Installations- und Einrichtungsprozess der WordPress-Software vor.

## Das WordPress-Dashboard

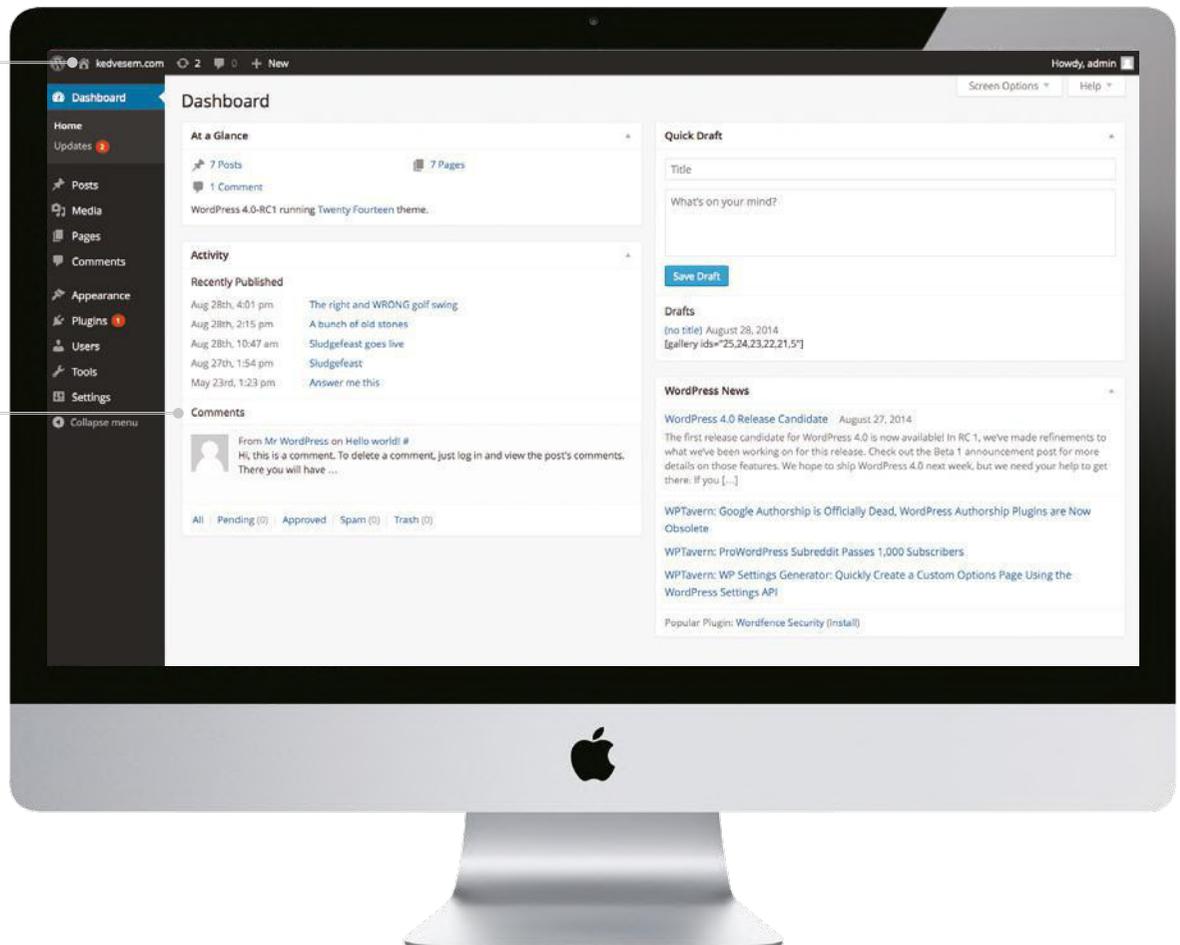
In der Schaltzentrale lassen sich die Beiträge verfassen und alle möglichen Einstellungen vornehmen.

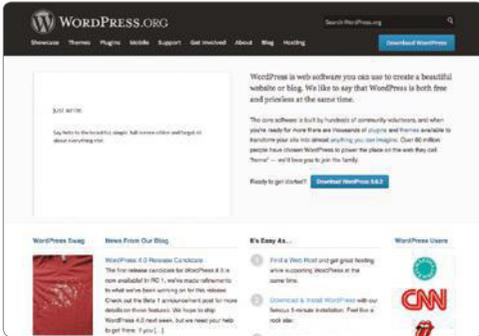
### Kopfleiste

Die Werkzeugleiste am oberen Rand des Fensters enthält nützliche Links, wie etwa die Verbindung zu Ihrem WordPress-Benutzerkonto.

### Kommentare

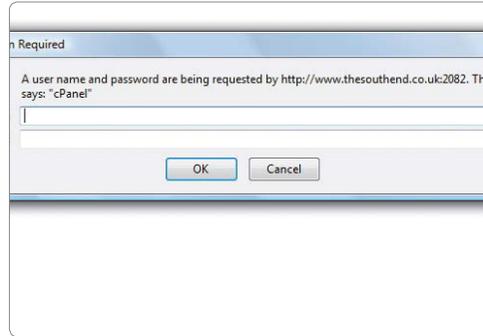
Nach der Veröffentlichung von Artikeln werden Sie vermutlich Kommentare von Lesern bekommen. Sie können es so einstellen, dass Sie diese zuerst freischalten müssen, bevor sie für jedermann sichtbar werden.





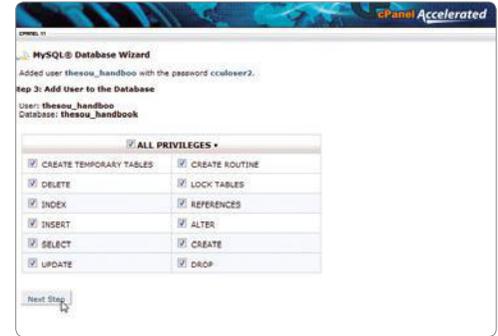
## 01 WordPress downloaden

Zunächst müssen Sie die Software-Plattform für Ihren Blog herunterladen. Um die neueste deutschsprachige Version zu holen, gehen Sie auf [de.wordpress.org](http://de.wordpress.org), klicken Sie auf „WordPress herunterladen“, und speichern Sie das Zip-Archiv.



## 02 Webhoster-Login

Bevor Sie WordPress installieren können, benötigen Sie eine Datenbank. Loggen Sie sich dazu bei Ihrem Webhoster ein. Im Bild sehen Sie eine typische Benutzeroberfläche namens cPanel, das bei Ihnen verwendete System kann aber ein anderes sein.



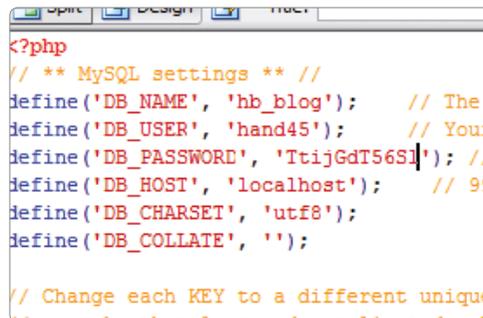
## 03 Datenbank anlegen

Gehen Sie zum Datenbank-Bereich (hier: MySQL Database Wizard). Erzeugen Sie eine neue Datenbank, fügen Sie anschließend einen Benutzernamen und ein Passwort hinzu, und vergeben Sie maximale Benutzerrechte.



## 04 Datenbank-Details

Entpacken Sie das gespeicherte Zip-Archiv, suchen Sie die Datei wp-config-sample.php, benennen Sie diese in wp-config.php um und öffnen Sie sie in einem Texteditor. Tragen Sie die Datenbank-Details an den entsprechenden Stellen



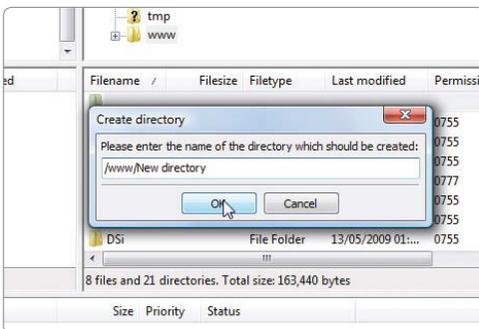
## 05 Einstellungen

Diese Stellen sind die Angaben hinter „DB\_NAME“, „DB\_USER“ und „DB\_PASSWORD“, wo Sie den Namen der Datenbank sowie den in Schritt 03 vergebenen Benutzernamen samt Passwort eintragen müssen. Speichern Sie die wp-config.php.



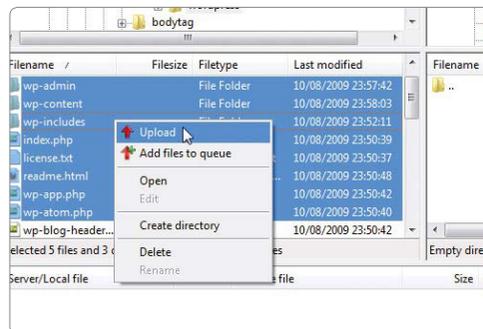
## 06 FTP-Transfer

Nun benötigen Sie ein FTP-Programm, um die WordPress-Dateien auf Ihren Webespace zu laden. Falls Sie FileZilla verwenden, geben Sie unter „File>Site Manager“ die Hostadresse (etwa ftp.example.org), den FTP-Benutzernamen und das FTP-Passwort an. Klicken Sie dann auf „Connect“.



## 07 Verzeichnis erstellen

Es erscheinen zwei Fenster: links die Dateien auf Ihrem PC, rechts die Ihres Webspace. Doppelklicken Sie auf den Ordner www, um zum Root-Verzeichnis zu kommen. Rechtsklicken Sie unten und erstellen Sie einen Ordner für Ihren Blog.



## 08 Dateien übertragen

Doppelklicken Sie auf den soeben erstellten Ordner. Suchen Sie dann Ihre WordPress-Dateien und -Verzeichnisse im linken Fenster, markieren Sie alle, rechtsklicken Sie, und wählen Sie „Upload“, um die Dateien zu übertragen.



## 09 Installations-Skript

Öffnen Sie nach dem Hochladen Ihren Browser und geben Sie die Adresse [www.example.org/blog/wp-admin/install.php](http://www.example.org/blog/wp-admin/install.php) ein, wobei Sie „example.org“ durch Ihre eigene Domain und „blog“ durch den Namen des in Schritt 07 erstellten Ordners ersetzen.

## Domain und Webspaces

Wenn Sie Ihren WordPress-Blog auf eigenem Webspaces betreiben möchten, benötigen Sie einen Domainnamen und einen Webhoster.

Wenn Sie in der Lage sein möchten, die WordPress-Software selber zu installieren und nach Ihren Wünschen anzupassen, benötigen Sie Webspaces dafür. Es gibt sehr viele Anbieter in diesem Bereich, die sogenannten Webhoster. Webspaces ist schon für sehr geringe Gebühren zu haben. Um jedoch das passende Angebot zu finden, sollten Sie sich als Erstes überlegen, wie viel Speicherplatz Sie benötigen und welches Zugriffsvolumen (Traffic) voraussichtlich anfallen wird.

Ein Paket aus 200 MB Webspaces und mehreren GB Traffic ist schon für wenig Geld zu bekommen. Falls Sie jedoch ein datenintensives Projekt wie beispielsweise einen Foto-Blog ins Auge fassen, sollten Sie ein bisschen mehr investieren. Neben bekannten Webhosting-Firmen wie 1&1, Strato und All-inkl.com gibt es noch viele andere Anbieter mit interessanten Angeboten wie zum Beispiel Celeros oder Host Europe.

Achten Sie bei allen Angeboten darauf, ob Sie Datenbanken anlegen können, denn ohne eine solche lässt sich die WordPress-Software nicht installieren.

Die genannten Provider und einige weitere finden Sie unter folgenden Adressen:

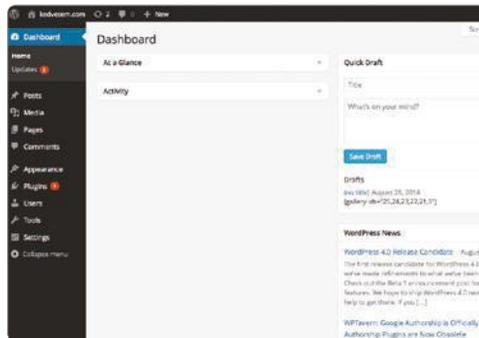
www.1und1.de  
www.strato.de  
www.all-inkl.com  
www.celeros.de  
www.hosteurope.de  
www.df.eu  
www.contabo.de  
www.1blu.de

Als Zweites brauchen Sie einen Domainnamen, also eine Internetadresse à la tollerblog.de. Diesen können Sie sich ebenfalls über einen der genannten Provider sichern, sofern Ihr Wunschname noch frei ist. Oft, aber nicht immer, kombinieren die Angebote Webspaces und einen oder mehrere Domains miteinander. Auch hier lohnt sich das Vergleichen.

Falls Sie die Kosten oder den Aufwand scheuen oder sich einfach erst einmal mit WordPress vertraut machen möchten, können Sie auch auf den Online-Service WordPress.com zurückgreifen. Dort können Sie kostenfrei ein Benutzerkonto anlegen und auf eine etwas abgespeckte Variante von WordPress zugreifen. In diesem Fall folgt Ihre Internetadresse dem Namensmuster tollerblog.wordpress.com.



Auf [www.wordpress.com](http://www.wordpress.com) finden Sie die gehostete, vorinstallierte und sofort benutzbare Variante von WordPress.



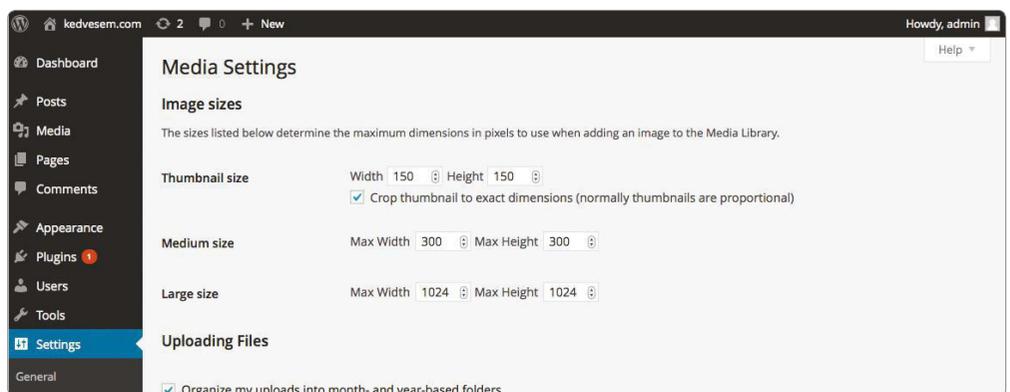
### 10 Angaben zum Blog

Geben Sie im WordPress-Willkommensbildschirm den Titel Ihres Blogs und Ihre E-Mail-Adresse an. Setzen Sie ein Häkchen in der Zeile darunter, und klicken Sie auf „Installieren“. Sie erhalten nun Login-Daten, die Sie sich bitte notieren.



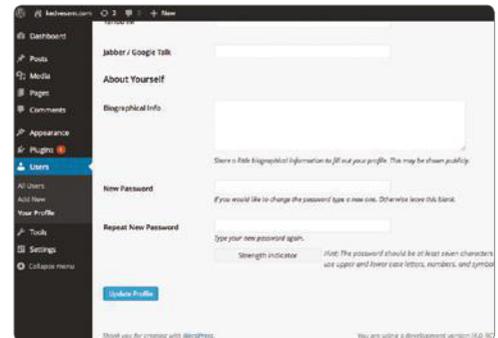
### 12 Allgemeine Einstellungen

Im Dashboard können Sie bei den Allgemeinen Einstellungen (im Menü links Einstellungen->Allgemein) wählen) unter anderem den Blog-Titel, den Slogan (Untertitel) und die E-Mail-Adresse anpassen.



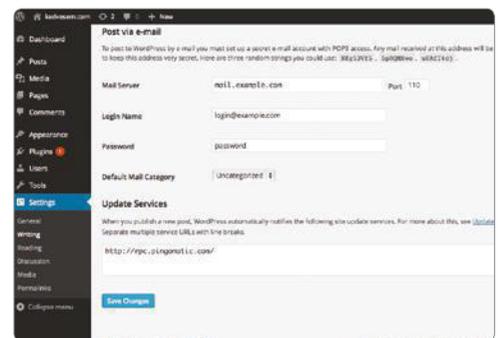
### 14 Einstellungen für die

Abbildungen beibehalten oder aber bestimmte Abmessungen voreinstellen. Miniaturansichten können auf exakte Maße vereinheitlicht werden.



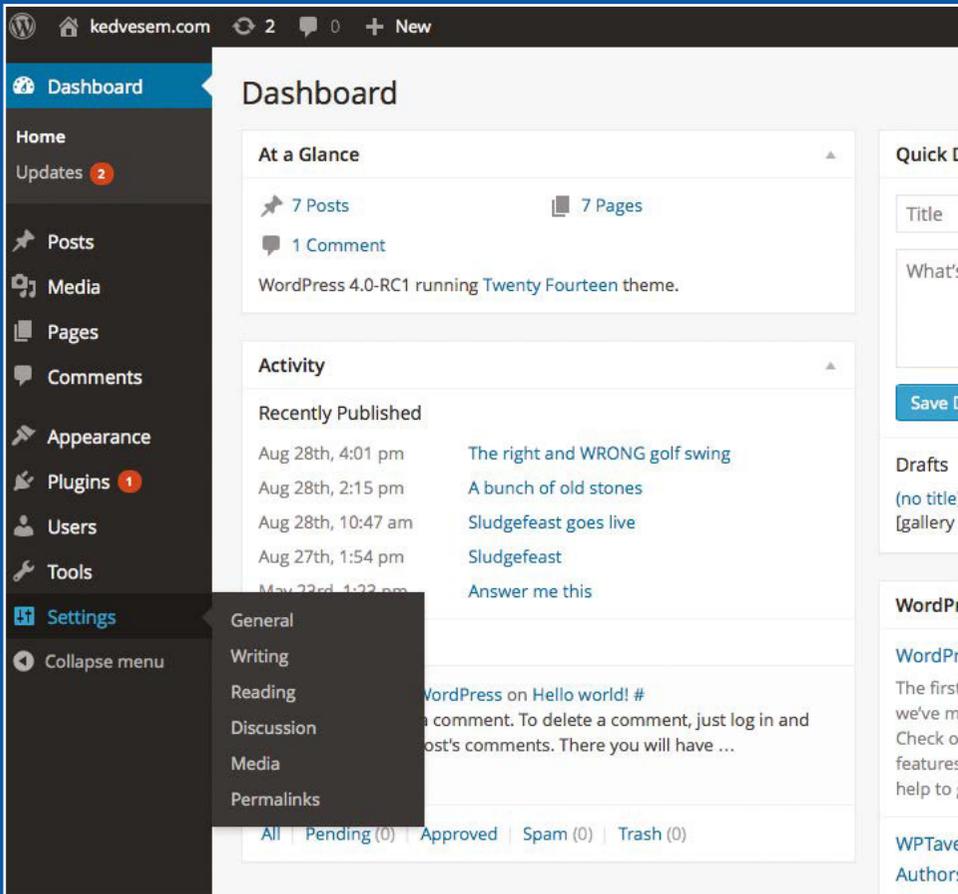
### 11 Passwort ändern

Loggen Sie sich – immer noch im Browser – mit den notierten Daten in WordPress ein. Es erscheint das Dashboard (Kontrollzentrale), wo Sie zuerst unter Mein Konto>Settings das automatische Passwort in ein eigenes ändern sollten.



### 13 Schreiben und Lesen

Bei den Einstellungen finden Sie auch die Bereiche "Schreiben" und "Lesen". Erstgenannter Bereich lässt Sie beispielsweise eine Standardkategorie für Beiträge voreinstellen, und bei den Leseinstellungen geht es um diverse Anzeigoptionen.



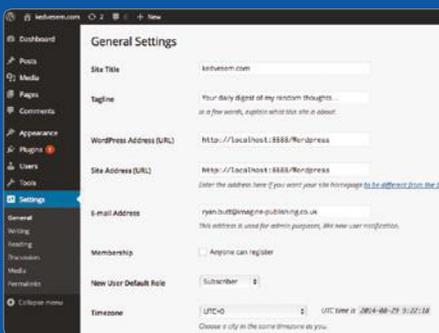
# Die richtigen Einstellungen

Vor dem Schreiben der ersten Blogartikel sollten Sie einige Settings an Ihre Bedürfnisse anpassen.

Auf dieser Seite zeigen wir Ihnen einige Möglichkeiten, die Einstellungen Ihres WordPress-Themes anzupassen. Loggen Sie sich nach der Installation der Software in den Admin-Bereich ein. Im Dashboard, dem Kontrollzentrum Ihres Blogs, sehen Sie auf der linken Seite eine Menüspalte mit diversen Abteilungen, darin ganz unten die Einstellungen. Dort sollten Sie beginnen.

Sie finden neben den "Allgemeinen Einstellungen" noch einige spezielle Unterpunkte wie "Schreiben", "Lesen", "Diskussionen" oder "Mediathek". In den drei Schritten unten gehen wir auf die wichtigsten Dinge ein, die Sie vor dem Losschreiben festlegen sollten.

„Es gibt mehrere Arten, die Adresse (URL) der Postings darzustellen.“



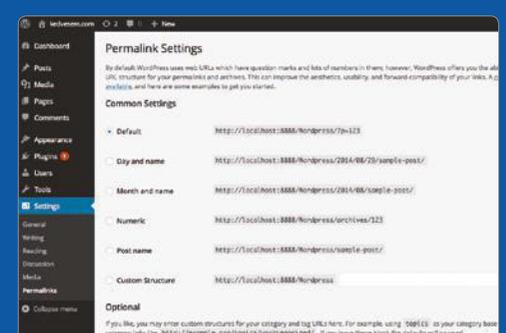
## 01 Allgemein

Gehen Sie zunächst auf Einstellungen>Allgemein. Bei den "Allgemeinen Einstellungen" sehen sie als Oberstes den Blog-Titel. Dieser muss nicht zwingend Ihrem Domainnamen entsprechen, sondern kann im Prinzip frei gewählt werden. Sie können wahlweise auch einen Untertitel vergeben. Auf diese beiden Dinge sollten Sie auf jeden Fall Ihr größtes Augenmerk legen, bevor Sie Ihren Blog richtig starten.



## 02 Schreiben

Wenden Sie sich dann dem Punkt „Schreiben“ zu. In dieser Rubrik können Sie beispielsweise die Anzahl der Zeilen festlegen, die das Bearbeitungsfenster beim Verfassen Ihrer Postings haben soll. Standardmäßig sind hier nur 10 Zeilen eingestellt, vielleicht möchten Sie etwas mehr Platz haben und den Wert auf 20 ändern. Sie können weiterhin festlegen, ob Smileys in Grafiken umgewandelt werden sollen, und anderes mehr.



## 03 Permalinks

Schließlich sollten Sie sich noch die Einstellungen zu den Permalinks ansehen. Es gibt verschiedene Arten, wie die URL, also die Internetadresse, Ihrer Postings dargestellt werden kann. Es empfiehlt sich, hier nicht die Standardeinstellung beizubehalten, da diese Ihre Beiträge nur anhand einer Zahl identifiziert. Wenn Sie stattdessen die zweite oder dritte Option auswählen, wird auch der Titel des Beitrags mit in den Permalink eingebunden, der dadurch „sprechender“ wird.

## Das Dashboard von WordPress individuell anpassen

Viele der Funktionselemente des WordPress-Kontrollzentrums können individuell ein- oder ausgeblendet werden und ermöglichen Ihnen dadurch eine sehr übersichtliche Benutzung.

**Zu den größten Vorzügen von WordPress gehört dessen Schlichtheit, und diese kommt besonders im Dashboard, dem Kontrollzentrum der Software, zum Tragen.**

Alles, was man an Einstellungen und Handwerkszeug braucht, um mit seinem Blog loszulegen, ist schnell zugänglich, und so kann man ohne weitere Umstände mit dem Schreiben von Blogartikeln beginnen. Auf der linken Seite des Dashboards

befindet sich ein übersichtliches Menü, von wo man in die Abteilungen und Unterabteilungen der Plattform gelangt – etwa zum Editor für die Posting-

„Alles, was man braucht, ist schnell zugänglich.“

texte, zur Mediathek oder zu den Kommentaren. Innerhalb der Abteilungen ist WordPress modular aufgebaut: Es gibt verschiedene Informations- und Einstellungselemente, die beliebig aus- und eingeblendet und auf dem Bildschirm angeordnet werden können. Damit können Sie Platz sparen, sich auf die Funktionen konzentrieren, die Sie wirklich benötigen, und individuelle Anpassungen vornehmen. Wir zeigen Ihnen, wie dies in der Praxis funktioniert.

### Dashboard-Module

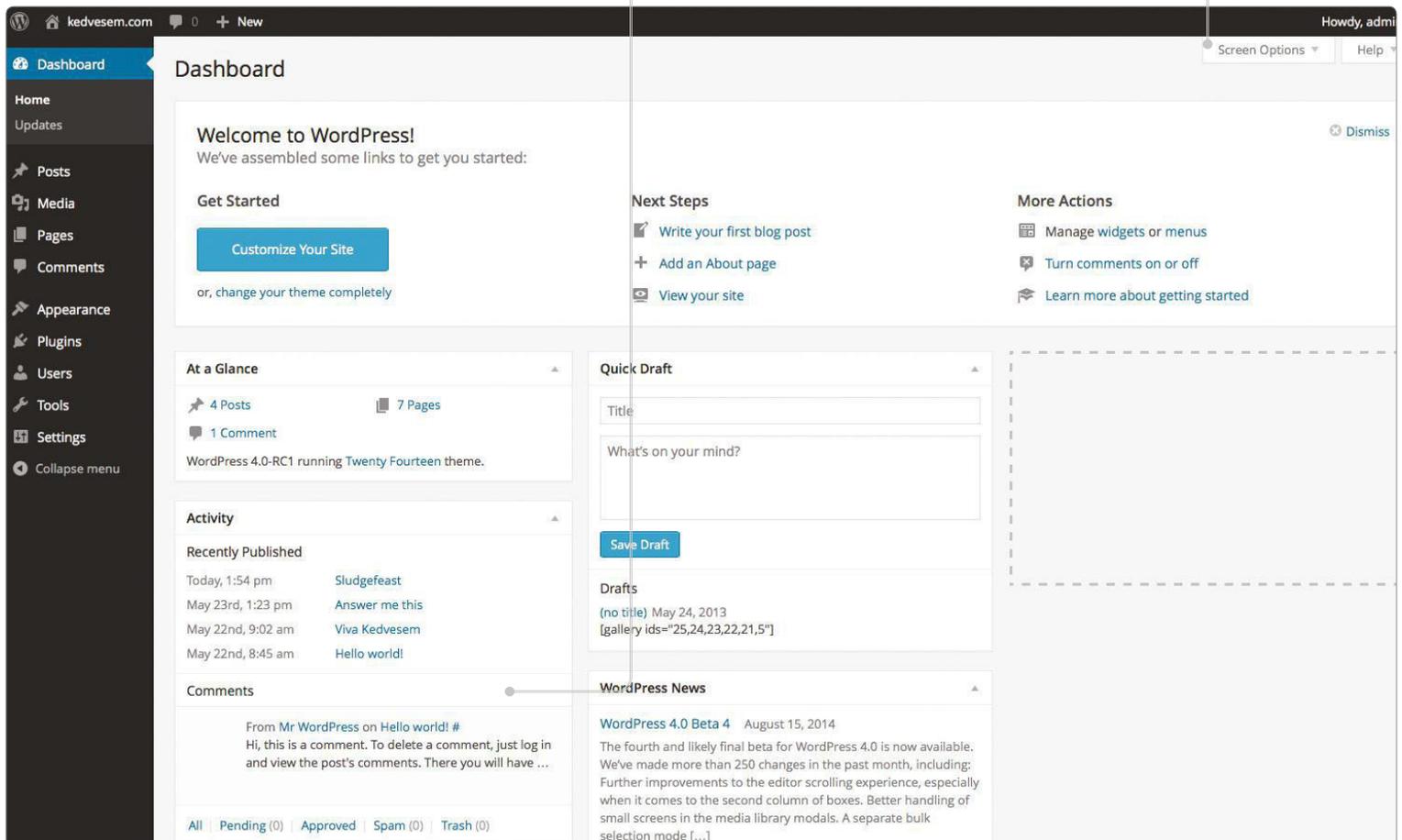
Behalten Sie, was Sie mögen, und verbergen Sie den Rest.

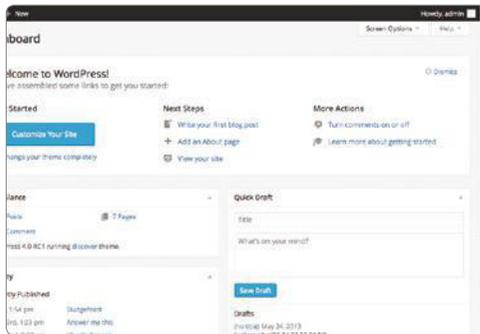
#### Module

Diese Boxen in unterschiedlichen Größen sind die sogenannten Module. Wenn Sie ein bestimmtes davon nicht auf der Übersichtsseite sehen möchten, blenden Sie mit dem Link oben rechts die Optionen ein und entfernen Sie bei dem betreffenden Modul das Häkchen „In der Übersicht anzeigen“.

#### Optionen einblenden

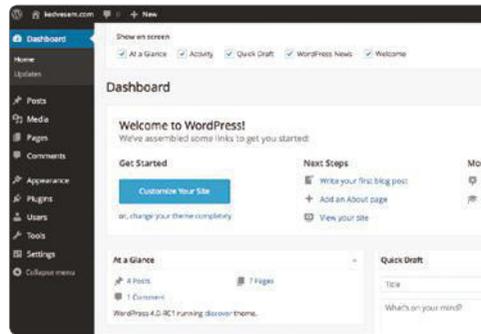
Wenn Sie auf diesen Link klicken, erscheint die Liste aller in der jeweiligen Abteilung des Dashboards verwendeten Module. Standardmäßig sind alle davon aktiviert. Sie können aber mit einem Klick jedes einzelne aus der Übersicht entfernen.





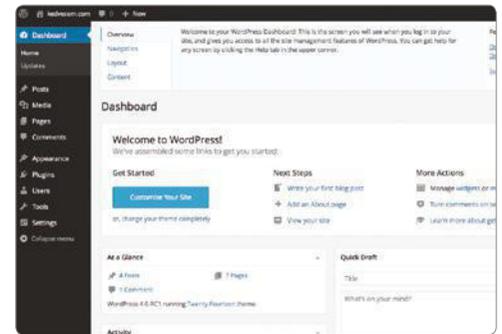
## 01 Bei WordPress einloggen

Loggen Sie sich zunächst ganz normal mit Ihren Zugangsdaten in die WordPress-Benutzeroberfläche ein. Sie landen direkt im Dashboard. Oben rechts befindet sich der Link „Optionen einblenden“, klicken Sie diesen an.



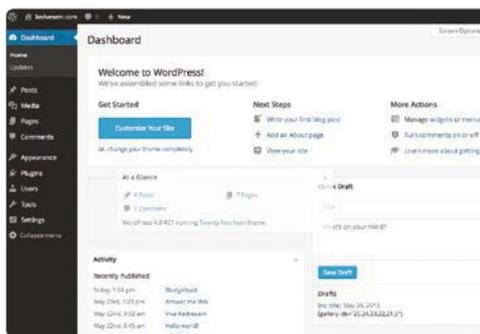
## 02 In der Übersicht anzeigen

Unter der Überschrift „In der Übersicht anzeigen“ befindet sich die Liste der verfügbaren Module einer Abteilung des Dashboards. Module, bei denen ein Häkchen in der Checkbox gesetzt ist, werden angezeigt, die übrigen nicht.



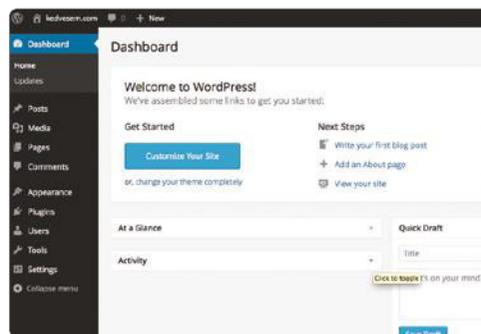
## 03 Hilfe-Menü

Oben rechts im Hauptfenster des Dashboards sehen Sie den Tab „Hilfe“. Klicken Sie darauf, um verschiedene Hilfsoptionen zum WordPress-Dashboard angezeigt zu bekommen. Mit einem erneuten Klick schließen Sie den Tab wieder.



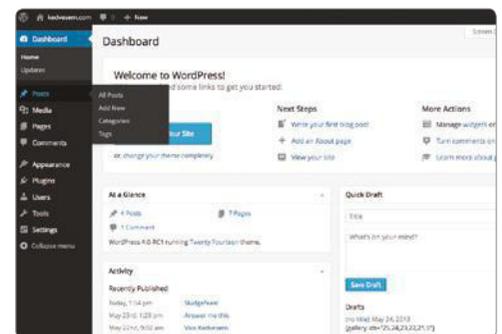
## 04 Drag & Drop

Im Dashboard können Sie nun die angezeigten Module per Drag & Drop an die von Ihnen gewünschten Positionen verschieben. So erstellen Sie sich im Handumdrehen eine für Sie praktische Anordnung.



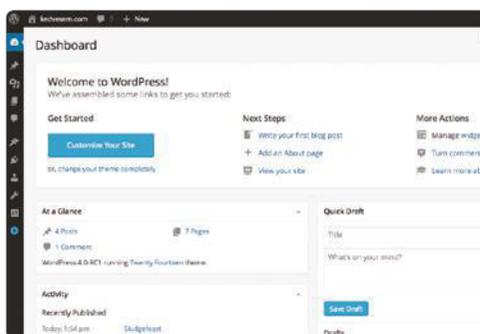
## 05 Vergrößern/verkleinern

Falls Sie ein bestimmtes Modul nicht die ganze Zeit aktiv verwenden, können Sie es auch mit einem Klick auf die Titelleiste vorübergehend minimieren. Ein erneuter Klick bringt das Modul zurück zur Ausgangsgröße.



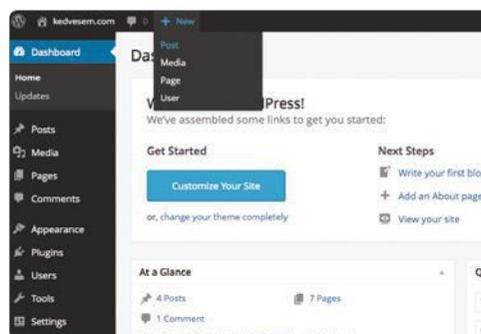
## 06 Seitenleiste

Auch die einzelnen Punkte des Menüs in der Seitenleiste können Sie in dieser Weise verkleinern und vergrößern. Klicken Sie dazu auf das jeweilige Textfeld mit der Bezeichnung „Beiträge“, „Medien“, „Seiten“ und so weiter.



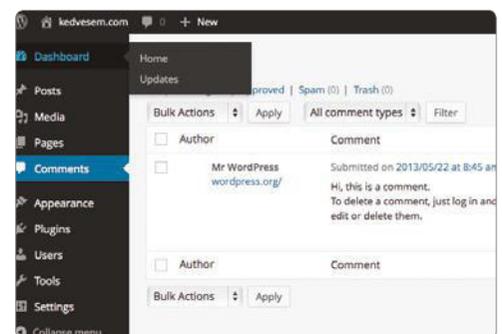
## 07 Seitenleiste verbergen

Benötigen Sie mehr Platz für die Module, lässt sich die Menüleiste auch ganz verbergen – dann sind nur noch kleine Symbole für die einzelnen Abteilungen sichtbar. Klicken Sie auf den kleinen Pfeil („Menü einklappen“) unter der Seitenleiste.



## 08 Direktlink

Falls Sie sofort nach dem Einloggen in WordPress und ohne weitere Klickerei mit dem Schreiben eines Postings anfangen möchten, benutzen Sie den Direktlink „Neu“ oder „Neuer Beitrag“ in der Kopfzeile des Dashboard-Fensters.



## 09 Zurück zum Dashboard

Wenn Sie zurück zum Dashboard gehen möchten, können Sie einfach von überall aus in WordPress auf das entsprechende Icon am oberen Rand des Fensters klicken. Es wird dort immer angezeigt.

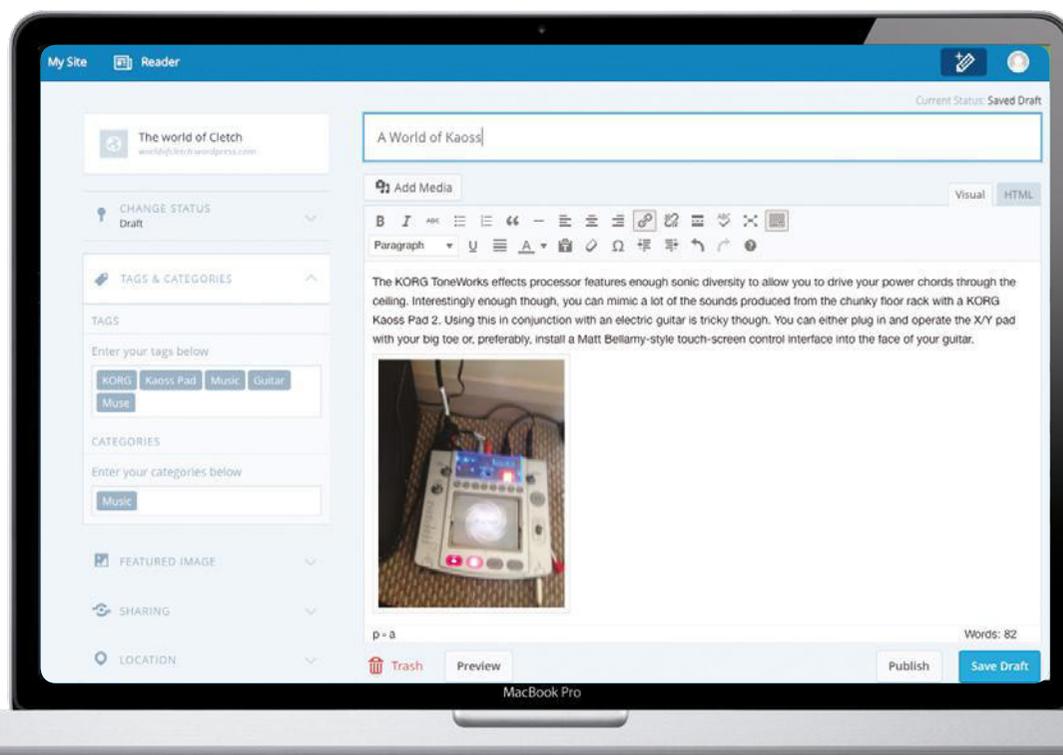
## Die ersten Schritte zum eigenen WordPress-Blog

Ein toller WordPress-Blog braucht zunächst einmal gute Beiträge. Hier verraten wir Ihnen, wie Sie Text, Bilder und Videos wirkungsvoll verbinden.

**E**s ist gar nicht so kompliziert, einen WordPress-Blog zu erstellen – vermutlich einfacher, als Sie erwarten. Die Installation ist kein Hexenwerk, und im fertig installierten WordPress ist es aus technischer Sicht ein Kinderspiel, Beiträge zu verfassen und ins Web zu stellen.

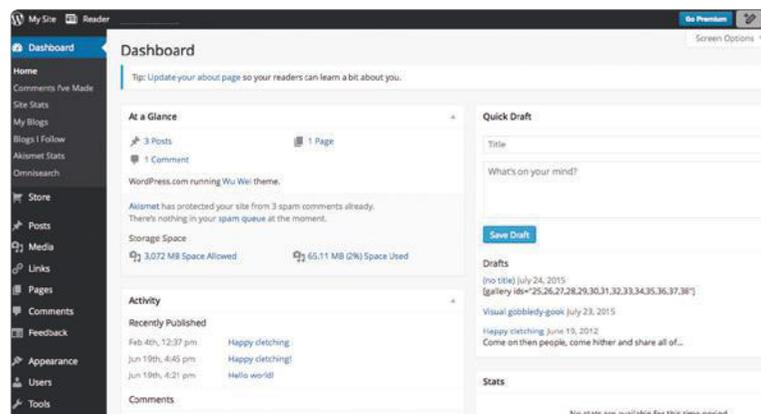
Bis zu einem gewissen Grad ist das Styling eines Blogbeitrags von dem verwendeten Theme (so heißen die Designvorlagen bei WordPress) vorgegeben. Allerdings hat man auch im Rahmen des jeweiligen Themes noch genügend Möglichkeiten, der Gestaltung seinen eigenen Stempel aufzudrücken.

Die Überschrift ist das erste und vielleicht wichtigste Element beim Styling eines Beitrags. Gestalten Sie diese darum angemessen und ansprechend. Danach kommt der eigentliche Artikeltext. Sorgen Sie dafür, dass er angenehm lesbar ist. Weiter geht es mit zusätzlichen Beitragskomponenten wie Bilder und Videos. Zuletzt sollten Sie noch mithilfe von Kategorien und Tags auch inhaltlich eine klare Struktur schaffen.



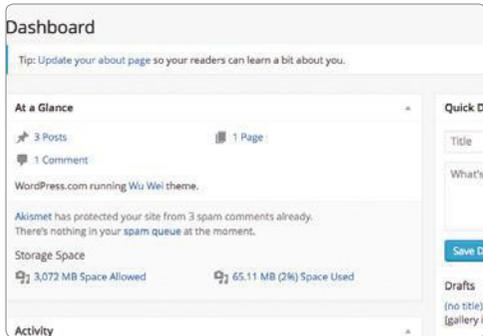
### 01 Login

Sie können sich auf zwei Arten in Ihren Blog einloggen. Entweder rufen Sie die Login-Box über den entsprechenden Link (im Bereich Meta) auf der Startseite des Blogs auf, oder Sie tippen direkt die Adresse der Login-Seite ein (à la [www.meine-domain.de/blog/wp-login.php](http://www.meine-domain.de/blog/wp-login.php))



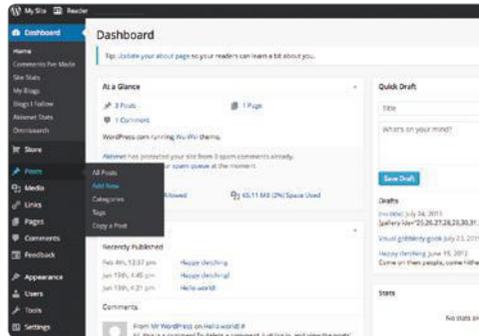
### 02 Dashboard

Das Dashboard ist das Kontrollzentrum Ihres Blogs. Links finden Sie das Administrationsmenü. Im Hauptfenster werden einige Module wie etwa „Auf einen Blick“ oder „Schneller Entwurf“ angezeigt. Klicken Sie auf „Optionen einblenden“, wenn Sie bestimmte Module verbergen möchten.



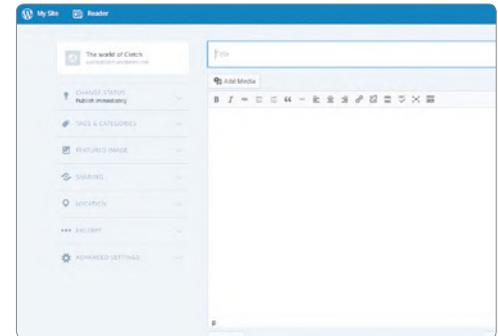
### 03 Auf einen Blick

Das Modul „Auf einen Blick“ bietet eine Zusammenfassung des augenblicklichen Zustands des Blogs wie etwa die Anzahl der Beiträge und Kommentare. Mit einem Klick auf die Titelleiste eines Moduls können Sie dieses minimieren.



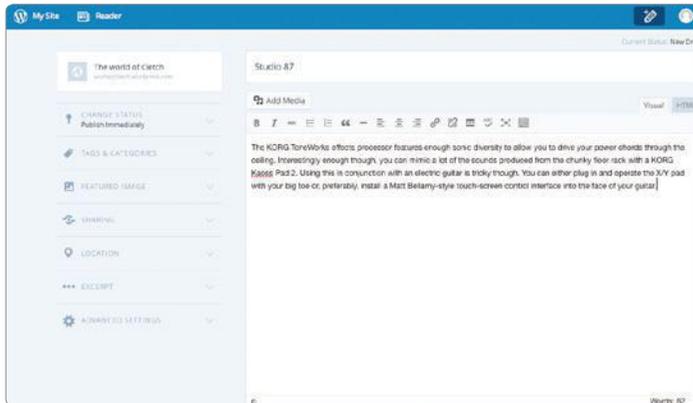
### 04 Beiträge-Menü

Um neue Postings zu verfassen oder vorhandene zu bearbeiten, gehen Sie links zum Menüpunkt „Artikel“ (oder „Beiträge“). Beim Klicken auf den Unterpunkt „Erstellen“ öffnet sich das Eingabefenster für neue Texte.



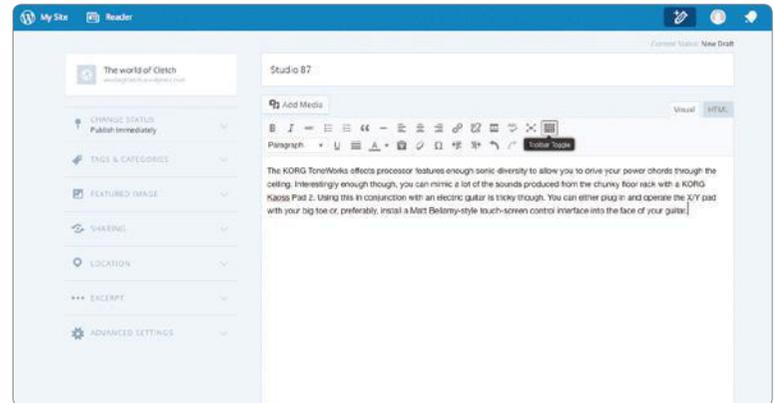
### 05 Neuer Beitrag

Das Eingabefenster besteht aus zwei Teilen, der Titelleiste oben und dem Textfeld unten. Was Sie hier an Formatierungen eingeben, sieht allerdings im fertig publizierten Artikel anders aus (dies regelt das jeweilige Stylesheet).



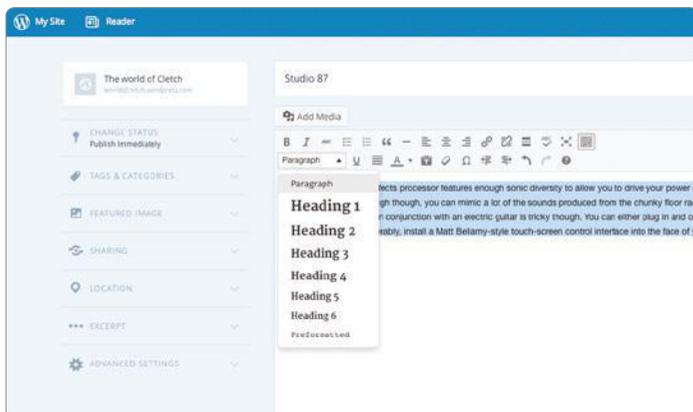
### 06 Texteingabe

Den eigentlichen Text des Beitrags schreiben Sie in das große Eingabefeld unten, ganz einfach wie bei einem Texteditor. Falls gewünscht, steht eine Rechtschreibprüfung zur Verfügung. Auch zugehörige Bilder werden in diesem Feld eingefügt.



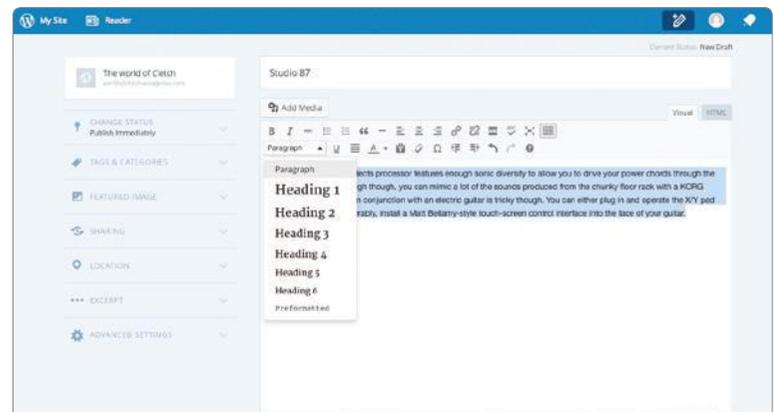
### 07 Editor-Ansichten

Beim Editor kann man zwischen den Ansichten „Visuell“ und „Text“ umschalten. Der visuelle Editor stellt den im Artikel kursiv zu setzenden Text tatsächlich kursiv dar, den zu fettenden Text fett und so weiter. Um Wörter oder Sätze zu kursivieren oder zu fetten, markieren Sie diese zunächst mit der Maus.



### 08 Text hervorheben

Klicken Sie dann bei den Bearbeitungssymbolen auf „I“ beziehungsweise „B“, und der markierte Text wird entsprechend hervorgehoben. Wenn Sie nun auf die Textansicht des Editors gehen, sehen Sie, dass dort HTML-Tags im Text angezeigt werden.



### 09 Textgröße anpassen

Es stehen Ihnen natürlich noch weitere Möglichkeiten der Textgestaltung zur Verfügung, etwa Farbe. Die Schriftgröße können Sie allerdings nicht völlig frei festlegen, sondern sind den Gliederungsvorgaben Ihres WordPress-Themes unterworfen. Diese sehen Sie im Drop-down-Menü über dem Textfeld.

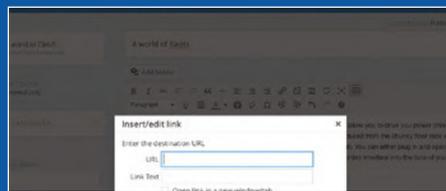
## Weitere nützliche Tipps für Ihren Blog

Insbesondere für die speziellen Bedürfnisse besonders eiliger Blogger

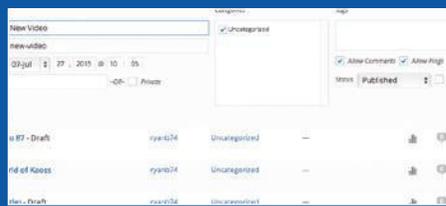
Für viele Blogger hat das Verfassen neuer Beiträge die höchste Priorität. Ab Version 2.7 trägt die WordPress-Software diesem Umstand Rechnung, indem sie die Option „QuickPress“ („Schneller Entwurf“) bereithält. Damit können Sie direkt vom entsprechenden Dashboard-Modul aus Postings schreiben. Titel, Text, Bilder und andere Medien sowie Tags sind hier möglich.

Die Bearbeitung und Aktualisierung von Postings ist eine simple, aber essenzielle Funktion, und ein Besuch bei Bearbeiten>Artikel führt zu sämtlichen Postings des Blogs. Jedem Artikel sind mehrere Schnellzugriffsfunktionen zugeordnet, die erst angezeigt werden, wenn man mit der Maus über den Titel des betreffenden Postings fährt. Die Funktionen umfassen „Bearbeiten“, „Quick Edit“, „Löschen“ und „Vorschau“. Bearbeiten führt zur normalen Bearbeitungsfunktion für Artikel, aber per Quick Edit können ohne Umschweife einige zentrale Komponenten wie Titel, Kategorien und Tags in einer kleinen Dialogbox geändert werden.

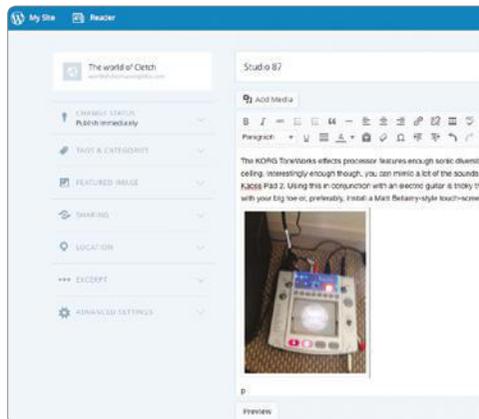
Neben der schnellen Schreib- und Editiermöglichkeit wäre noch der Bereich der Links als wichtiges Thema zu nennen. Hyperlinks sind von zentraler Bedeutung im WWW, und somit natürlich auch bei WordPress-Blogs. Die Standard-Werkzeugleiste bei der Beitragserstellung enthält zwei Icons (in Form von Kettengliedern), mit denen Sie die Links in Ihrem Posting managen können: „Link einfügen/ändern“ und „Link entfernen“. Um ein bestimmtes Textstück zum klickbaren Link zu machen, markieren Sie es und klicken Sie dann auf das erste der genannten Icons. Geben Sie im sich öffnenden Dialogfenster die Ziel-URL sowie einen Titel ein. Der Titel wird als Tooltip angezeigt, wenn man im publizierten Artikel mit der Maus über den Linktext fährt.



Mit Quick Edit können Sie im Handumdrehen Titel, Kategorien und Tags ändern.

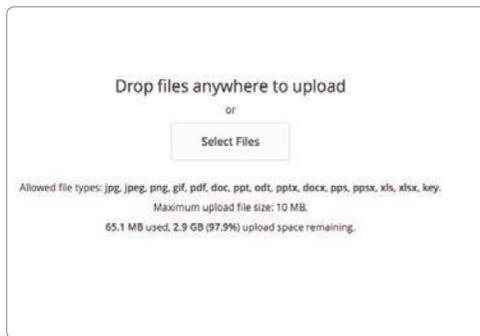


Im Dialogfenster für Verlinkungen geben Sie die URL und den Titel ein.



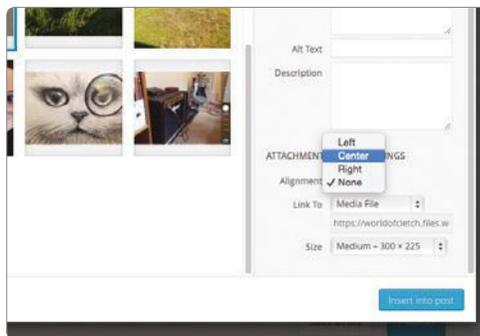
### 10 Vorschau des Postings

Wenn Sie sich ansehen möchten, wie Ihr Posting fertig publiziert aussehen wird, klicken Sie auf den Button „Vorschau“ oben rechts. Daraufhin öffnet sich ein neues Browserfenster mit dem „echten“ Aussehen des Artikels.



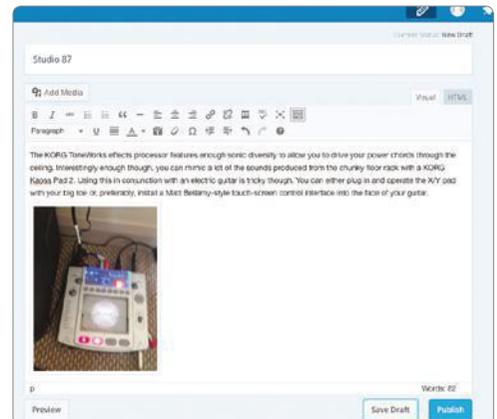
### 12 Bild hochladen

Zur Illustration des Textes können Sie Bilder in den Artikel einfügen. Setzen Sie den Cursor an die Stelle, wo das Bild hin soll, klicken Sie „Dateien hinzufügen“, und wählen Sie dann ein Bild aus Ihrer Mediathek oder laden Sie eines hoch.



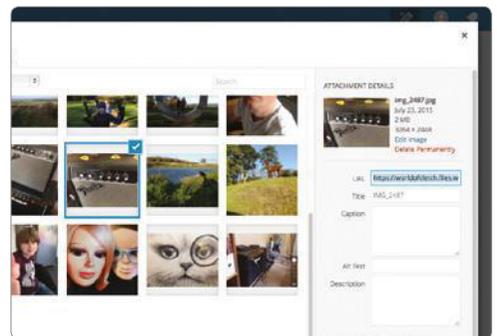
### 14 Bildausrichtung

Bevor Sie das Bild einfügen, müssen Sie dessen Ausrichtung festlegen, das heißt, ob der Artikeltext über und unter dem Bild stehen oder ob er seitlich (links oder rechts) um das Bild herumfließen soll.



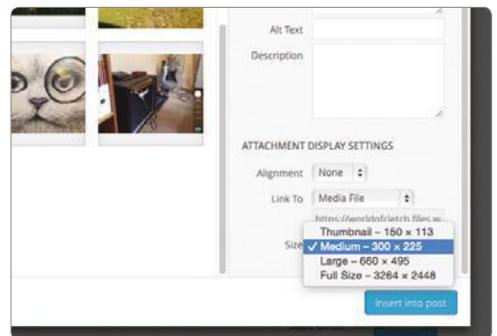
### 11 Entwurf speichern

Sobald Sie mit Ihrem Posting zufrieden sind, speichern Sie es als Entwurf ab. Es wird dann noch nicht veröffentlicht, sondern bleibt erst noch hinter den Kulissen, bis Sie auf den „Publizieren“-Button klicken.



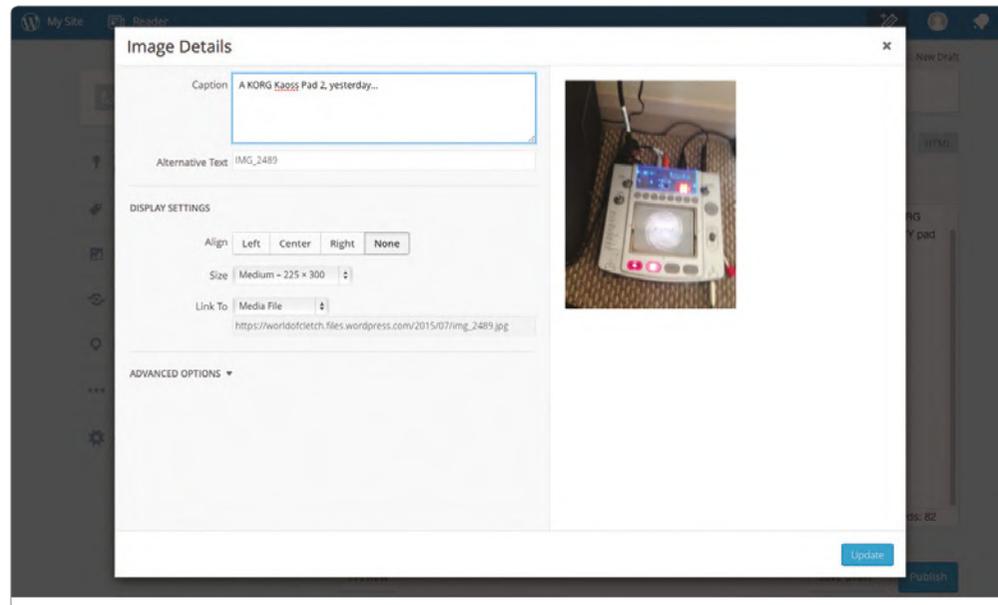
### 13 Bildoptionen

Es gibt mehrere Bildoptionen. Der Name des Bildes wird als Titel angezeigt, wenn man im Browser mit der Maus über das Bild fährt. Die Beschriftung ist der Text, der im Artikel direkt unter dem Bild angezeigt werden soll.



### 15 Bildgröße

Auch die Anzeigegröße des Bildes können Sie bestimmen, hierzu gibt es ein Auswahlménü. Die konkreten Abmessungen für „Volle Größe“, „Medium“ und „Thumbnail“ sind jedoch im jeweils verwendeten Theme festgelegt.



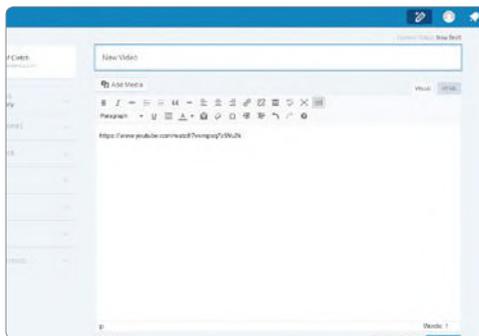
## 16 Bildbearbeitung

Nachdem Sie das Bild im Artikel platziert haben, können Sie es immer noch editieren. Klicken Sie dazu auf das Bild und dann auf das Bearbeitungs-Icon links. Nach den Änderungen auf „Aktualisieren“ klicken.



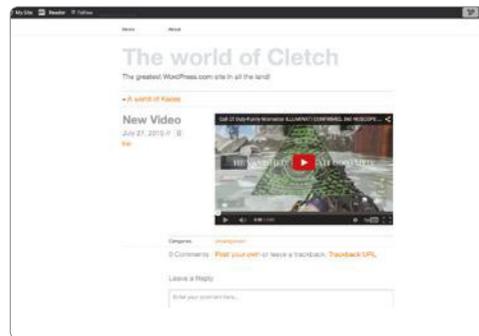
## 17 Browser-Upload

WordPress gestattet optional auch das Hochladen von Bildern direkt aus dem Web. Ermitteln Sie die URL des gewünschten Bildes, kopieren Sie diese, und geben Sie sie ins dafür vorgesehene Feld in der Registerkarte „Von URL“ ein.



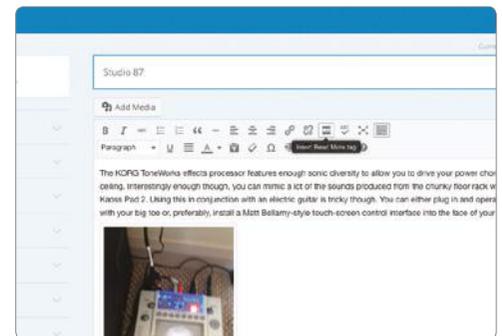
## 18 Videooptionen

Um ein Video einzufügen, platzieren Sie den Cursor an die gewünschte Stelle. Klicken Sie auf „Datei hinzufügen“, wählen Sie das Video aus, und warten Sie den Upload ab. Auch beim Video können Sie Titel, Beschriftung und anderes festlegen.



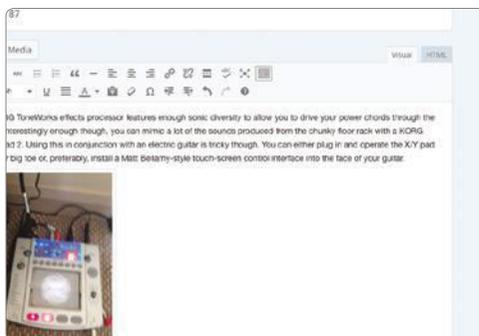
## 19 YouTube-Videos

Falls Sie ein YouTube-Video einbinden möchten, suchen Sie dieses auf youtube.com, klicken Sie darunter auf Teilen>Einbetten, kopieren Sie den angezeigten Code, und fügen Sie den Code in die Textansicht des Editors ein.



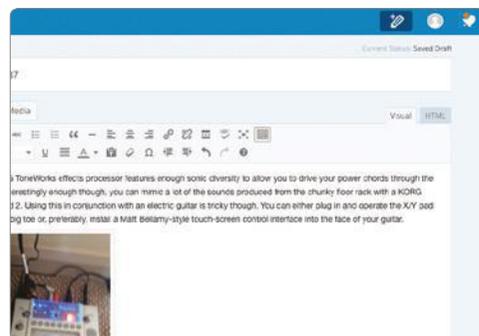
## 20 Weiterlesen-Button

Standardmäßig wird der gesamte Artikeltext auf der Startseite Ihres Blogs angezeigt. Sie können aber auch einen „Weiterlesen“-Button einbinden, dann erscheint dort nur der Text oberhalb der „More“-Linie im Editor.



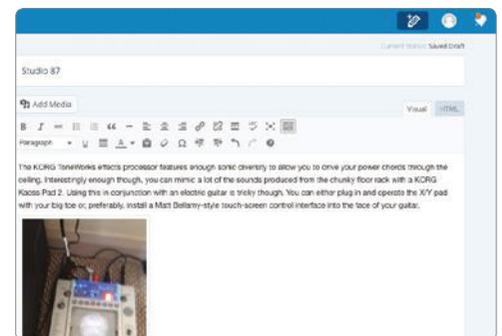
## 21 Tags

Mithilfe von Tags (Schlagwörtern) können Sie es Ihren Besuchern erleichtern, Artikel mit bestimmten Inhalten zu finden. Um ein Tag zu generieren, geben Sie ein Schlagwort in die Tags-Box rechts im Fenster ein und klicken Sie auf „Hinzufügen“.



## 22 Kategorien

Kategorien bringen eine thematische Struktur in Ihre Postings. Erstellen Sie eine per Klick auf den Link „+ Neue Kategorie hinzufügen“ rechts. In welche Kategorien ein Artikel einsortiert werden soll, bestimmen Sie per Häkchen davor.



## 23 Veröffentlichen

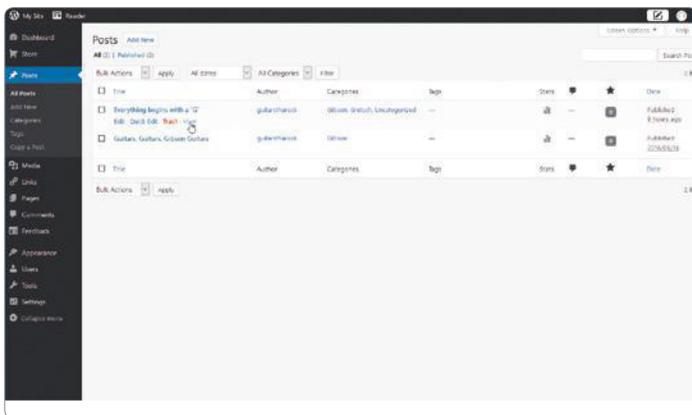
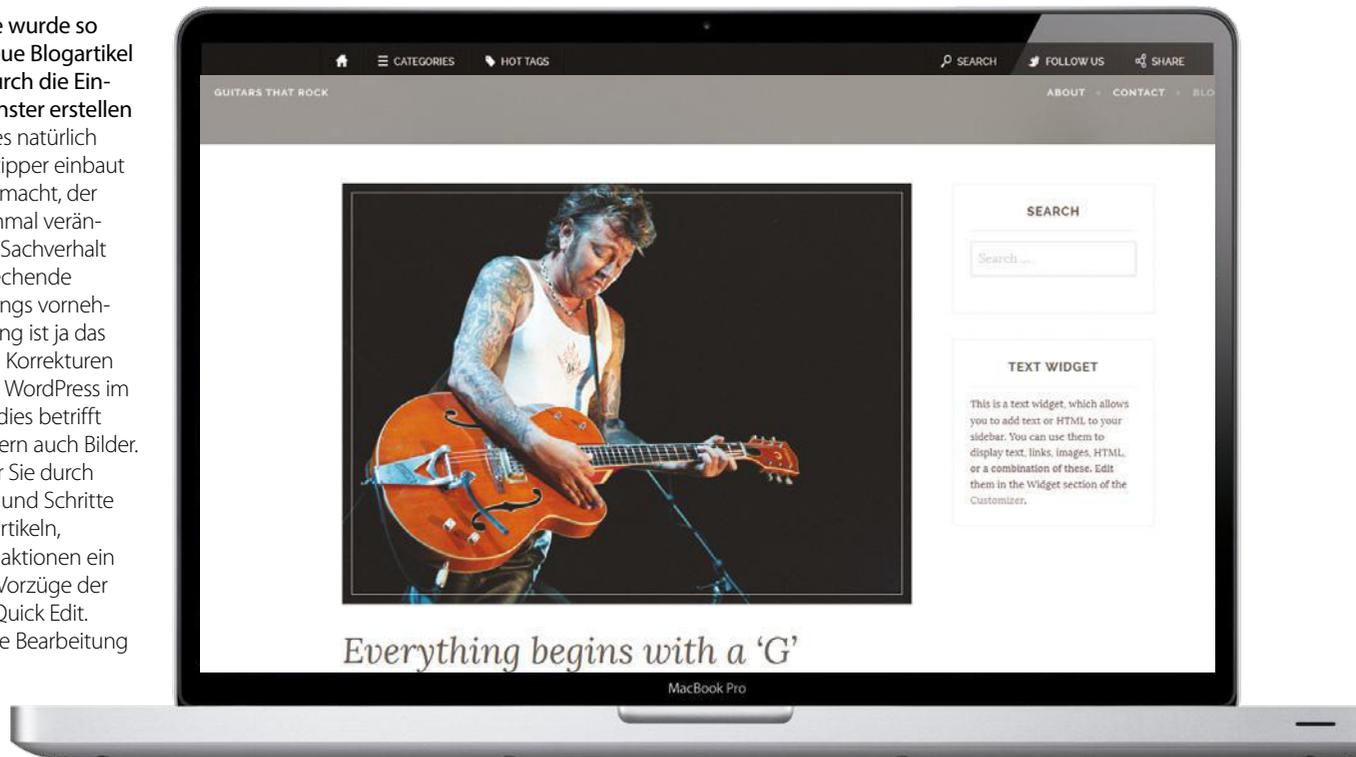
Schließlich müssen Sie Ihren Beitrag noch online stellen. Das tun Sie mithilfe der Schaltfläche „Veröffentlichen“ (oder „Publizieren“) rechts neben dem Texteingabefeld. Lassen Sie sich aber zuvor noch eine Vorschau des Postings anzeigen.

## WordPress-Blogartikel bearbeiten leicht gemacht

Ob Sie eine Ergänzung vornehmen oder einen Fehler beheben möchten, die Bearbeitung bestehender Postings ist ein häufiger Arbeitsschritt des Bloggers.

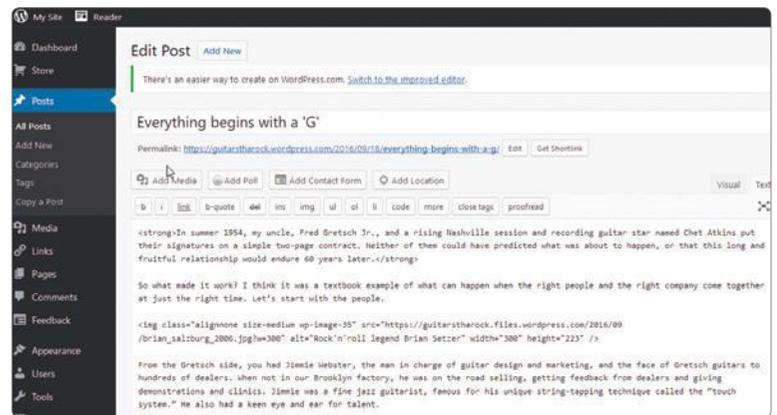
Die WordPress-Software wurde so gestaltet, dass man neue Blogartikel ganz unkompliziert durch die Eingabe von Text in ein Editorfenster erstellen kann. Allerdings verhindert dies natürlich nicht, dass man mal einen Vertipper einbaut oder einen inhaltlichen Fehler macht, der korrigiert werden sollte. Manchmal verändert sich auch ein bestimmter Sachverhalt und man möchte eine entsprechende Aktualisierung bei seinen Postings vornehmen – die ständige Veränderung ist ja das Wesen eines Blogs. Doch auch Korrekturen und Überarbeitungen sind bei WordPress im Handumdrehen zu erledigen, dies betrifft übrigens nicht nur Texte, sondern auch Bilder.

In diesem Tutorial führen wir Sie durch die wichtigsten Möglichkeiten und Schritte bei der Bearbeitung von Blogartikeln, gehen auf das Thema Sammelaktionen ein und demonstrieren Ihnen die Vorzüge der Schnellbearbeitungsfunktion Quick Edit. Zuletzt behandeln wir noch die Bearbeitung von Kategorien und Tags.



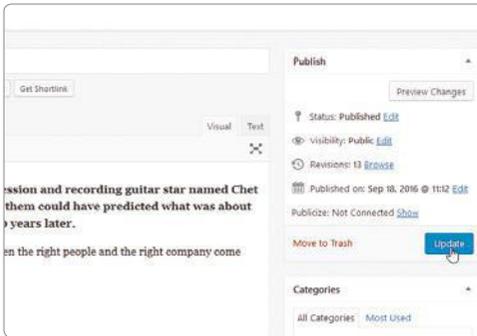
### 01 Mit Abstand nochmals betrachten

Wenn Sie einen Blogartikel veröffentlicht haben, schlafen Sie am besten noch einmal darüber und lesen Sie ihn am nächsten Tag erneut durch. Oft findet man etwaige Vertipper dann schneller. Vielleicht haben Sie auch einen Korrekturleser, der Ihnen hilft.



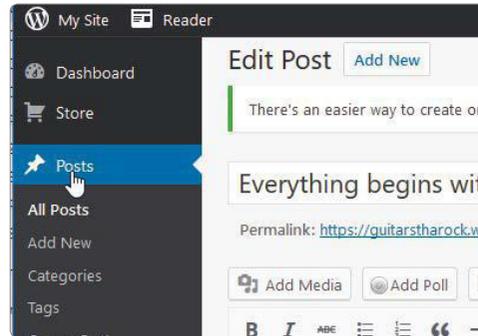
### 02 Beitrag bearbeiten 1

Falls Sie Fehler korrigieren möchten, rufen Sie – während Sie bei WordPress eingeloggt sind – den öffentlich sichtbaren Blogbeitrag auf. Sie als Administrator sollten einen „Bearbeiten“-Link bei dem Beitrag angezeigt bekommen, wo genau variiert aber von Theme zu Theme.



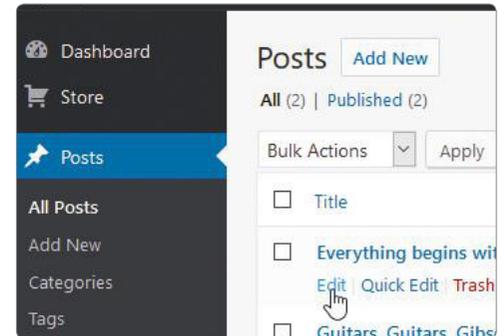
### 03 Ändern, aktualisieren

Dieser Link führt Sie direkt zurück zur Bearbeitungsseite in Ihrem Dashboard und Sie können augenblicklich mit der Korrektur beginnen. Haben Sie die Änderungen durchgeführt, dann klicken Sie die Schaltfläche „Aktualisieren“.



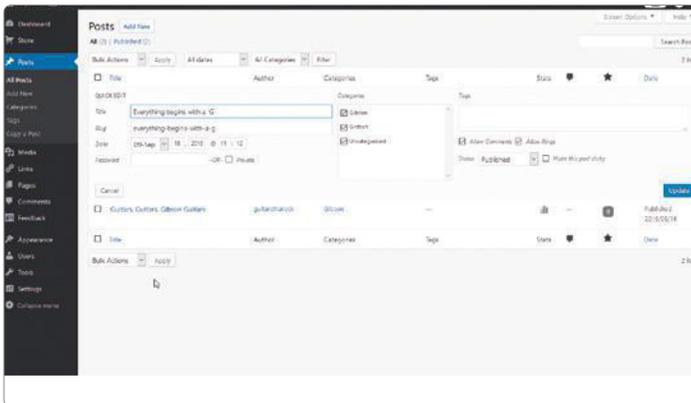
### 04 Beitrag bearbeiten 2

Statt den Beitrag über die öffentliche Blog-Oberfläche aufzurufen, können Sie das auch über die Gesamtliste Ihrer Postings im Administrationsbereich tun. Die Liste finden Sie im Dashboard unter Artikel > Alle Artikel.



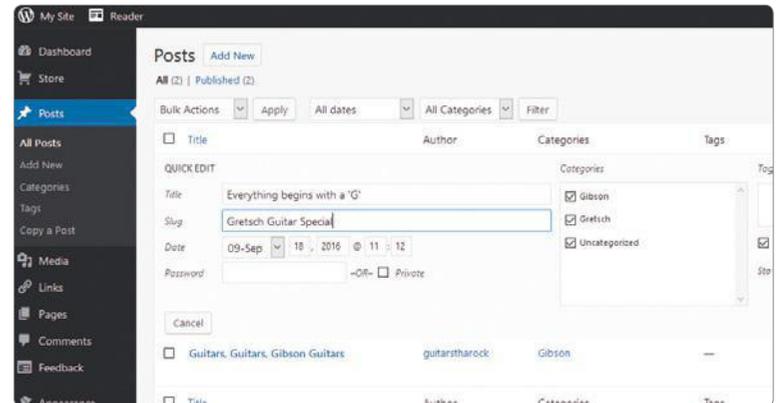
### 05 Quick Edit

Wenn Sie hier den Mauszeiger auf einen der Artikel bewegen, erscheinen einige Links, darunter auch „Bearbeiten“ und „Quick Edit“. Ersterer führt Sie zur in Schritt 03 genannten Stelle, Letzterer öffnet ein Schnellbearbeitungsmenü.



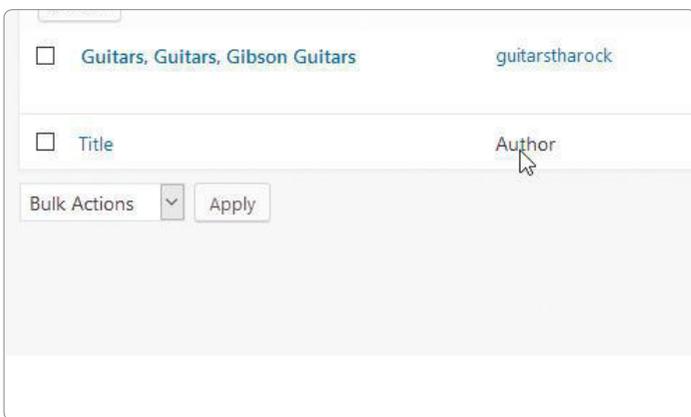
### 06 Nur zwei Klicks

Das Schnellbearbeitungsmenü ermöglicht Ihnen Zwei-Klick-Änderungen: erstens ändern, zweitens aktualisieren. Sie können an dieser Stelle unter anderem den Titel, die Kategoriezuordnung und die Tags des Beitrags bearbeiten.



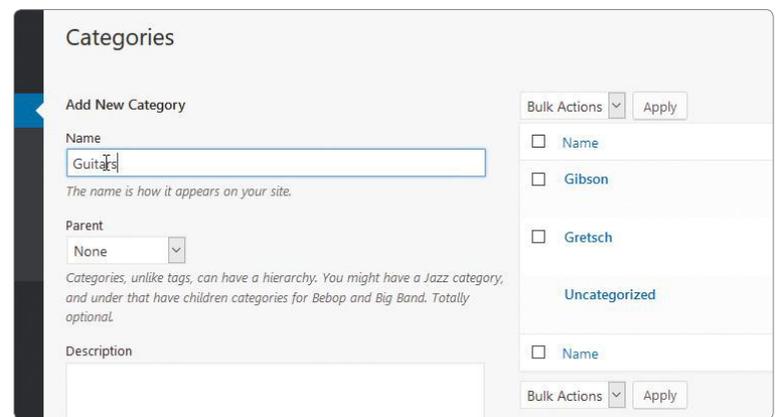
### 07 Titelform ändern

Außerdem können Sie die sogenannte „Slug“, also die Titelform des Beitrags bearbeiten. Gemeint ist derjenige Teil der in der Adresszeile des Browsers angezeigten URL, der den Titel Ihres Blogartikels repräsentiert. Sie könnten die Titelform beispielsweise kürzen.



### 08 Verfasser ändern

Wird ein Artikel erstellt, so wird ihm automatisch derjenige Benutzer als Verfasser zugeordnet, der gerade eingeloggt ist. Falls mehrere Autoren schreiben, können Sie sich alle Beiträge eines Verfassers anzeigen lassen, indem Sie auf dessen Benutzernamen klicken.



### 09 Andere Kategorien zuweisen

Falls Sie vergessen haben, Ihren Artikel einer bestimmten bereits vorhandenen Kategorie zuzuordnen, können Sie dies ebenfalls mit Quick Edit beheben. Allerdings können Sie an dieser Stelle keine neue Kategorie einrichten, das geht nur im entsprechenden Dashboard-Menübereich.

## RSS-Feed updaten

Binden Sie Ihre Leser an sich, indem Sie den RSS-Feed aktuell halten.

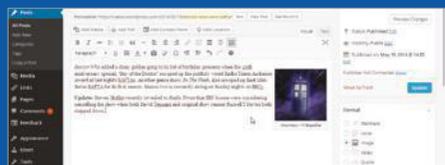
Wenn Sie ein Posting bearbeitet haben und auf „Aktualisieren“ klicken, greifen die Änderungen in Ihrem Blog sofort: Jeder Leser bekommt ab sofort die neue Version angezeigt, wenn er eine Seite im Browser aufruft. Allerdings wird er ohne Ihr Zutun nicht auf die Überarbeitungen hingewiesen. Während dies bei der Behebung von Tippfehlern natürlich auch richtig so ist, werden allerdings auch umfassende Updates eines Ihrer Blogartikel nicht automatisch in irgendeiner Weise (weder auf Ihrer Startseite noch im RSS-Feed) angezeigt, und spätestens hier würden Ihre treuen Leser dann schon etwas verpassen.

Eine Möglichkeit, dies zu ändern, ist eine Verlegung des Veröffentlichungsdatums des Beitrags, denn dadurch rutscht dieser auf Ihrer Blog-Startseite wieder weiter nach oben. Wenn Sie ein jüngeres Datum angeben als das Ihres neuesten Artikels, steht der überarbeitete Text sogar ganz oben in der Liste. Um auch Ihren RSS-Feed zu aktualisieren, sollten Sie das Beitragsdatum auf einen Zeitpunkt in der Zukunft einstellen. Theoretisch genügt ein sehr kurzer Vorsprung wie etwa eine Minute, denn es geht ja nur darum, dass der RSS-Feed neu befüllt wird. Abonnenten Ihres Feeds bekommen den Text mit der Information „Update“ angezeigt, damit Sie wissen, dass es sich nicht um etwas gänzlich Neues handelt.

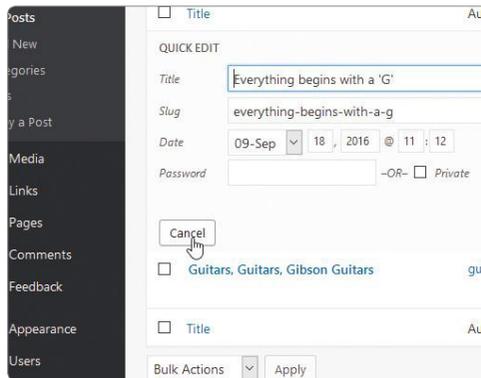
Es ist daneben gute Sitte unter Bloggern, dass Bearbeitungen von Artikeln kenntlich gemacht werden, beispielsweise indem obsoleete Textteile nicht einfach entfernt werden, sondern durchgestrichen stehen bleiben. Inhaltliche Neuerungen sollten besser als zusätzlicher Absatz ans Ende des bisherigen Artikels gehängt werden, statt sie in den älteren Text einzuarbeiten, und dann mit „Update“, „Aktualisierung“, „Nachtrag“ oder Ähnlichem betitelt werden.



Updates werden im RSS-Feed deutlich markiert, damit Ihre Abonnenten informiert sind.

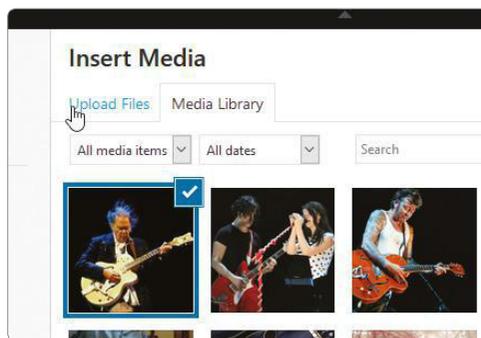


Markieren Sie etwaige Änderungen auch direkt in Ihren Blogartikeln, das gehört zum guten Ton.



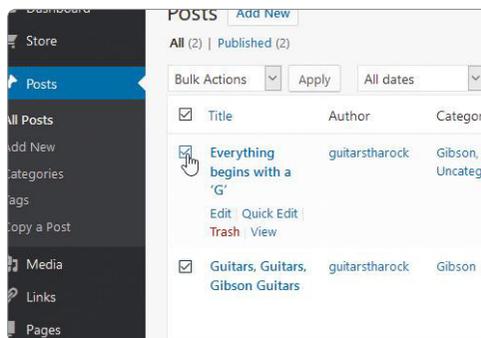
### 10 Stets aktualisieren!

Welche Änderungen auch immer Sie mit Quick Edit vornehmen, diese werden erst wirksam, wenn Sie auf den „Aktualisieren“-Button auf der rechten Seite geklickt haben. Möchten Sie die Änderungen nicht speichern, sondern verwerfen, klicken Sie auf „Abbrechen“.



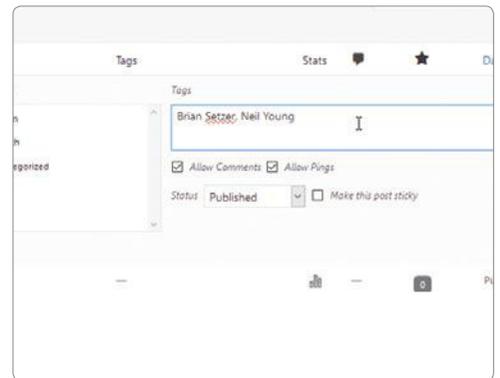
### 12 Kommentare erlauben

Schließlich können Sie bei Quick Edit noch ein Häkchen vor „Erlaube Kommentare“ setzen und einiges mehr. Das Schnellbearbeitungsmenü ist bei der Änderung bestimmter Eigenschaften von Einzelpostings also sehr nützlich.



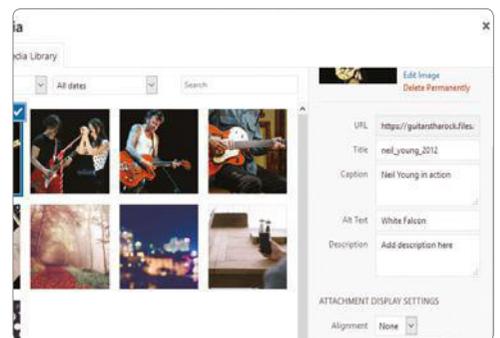
### 14 Sammelaktionen 2

Wählen Sie anschließend eine der zur Verfügung stehenden Sammelaktionen aus dem Dropdown-Menü oben links (siehe Abbildung zu Schritt 15). Im englischsprachigen WordPress heißen die Sammelaktionen „Bulk Actions“.



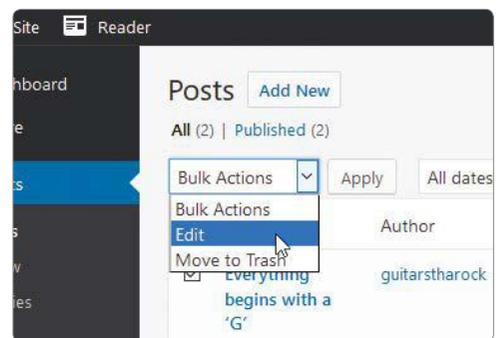
### 11 Beitrag oben halten

Damit sind die Möglichkeiten von Quick Edit jedoch noch immer nicht ausgeschöpft. Sie können hier auch die Option „Diesen Beitrag oben halten“ für das Posting aktivieren. Das bedeutet, dass der Artikel immer oben an prominenter Stelle in Ihrem Blog erscheint.



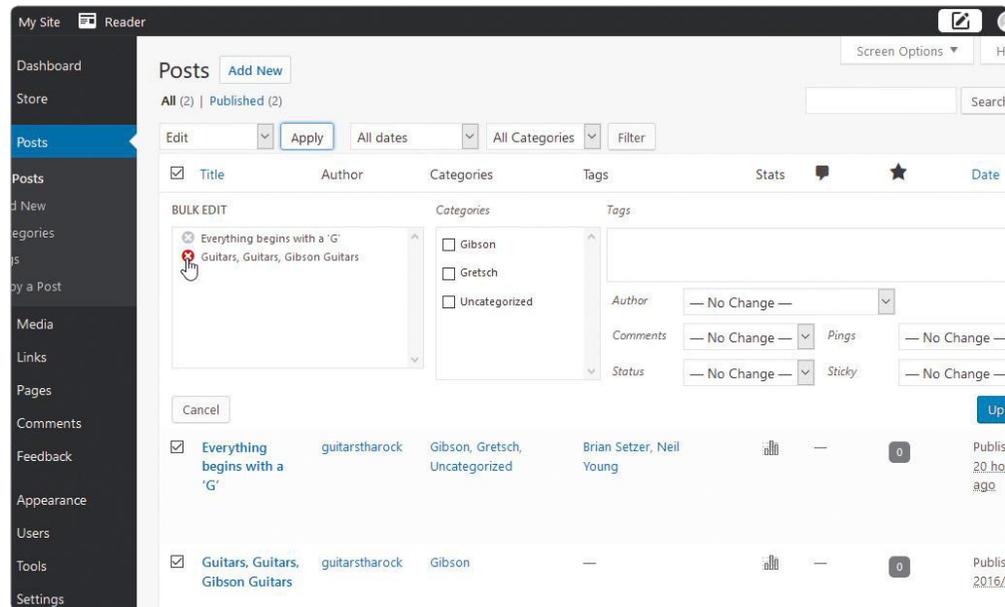
### 13 Sammelaktionen 1

Wenn Sie gleichzeitig an mehreren Artikeln Ihres Blogs eine Änderung vornehmen möchten, gibt es die Möglichkeit der Stapelverarbeitung. Markieren Sie auf Artikel>Alle Artikel die zu ändernden Postings mit Häkchen.



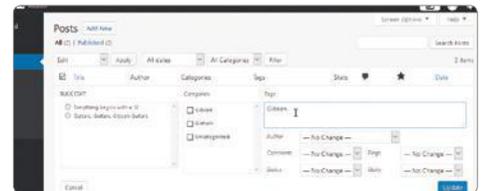
### 15 Sammelaktionen 3

Die Sammelaktionen umfassen die Bearbeitung und Löschung. Wenn Sie „Bearbeiten“ aus dem Menü auswählen und dann auf „Anwenden“ klicken, werden alle angehakten Postings links angezeigt und rechts die Bearbeitungsoptionen.



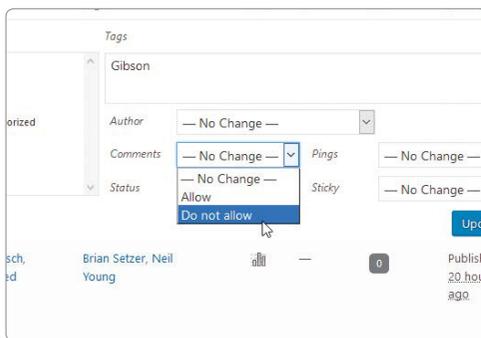
## 16 Auswahl anpassen

Wie links im Screenshot zu sehen, befindet sich vor jedem aufgelisteten Artikel ein „x“. Wenn Sie darauf klicken, wird der entsprechende Artikel aus der Auswahl entfernt.



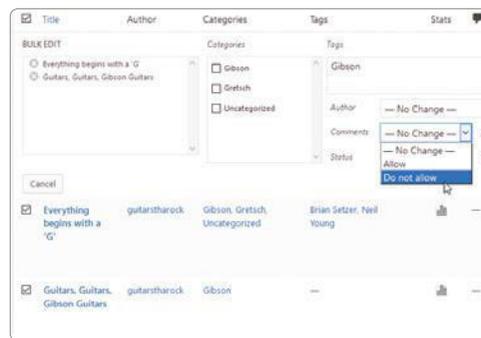
## 17 Tags hinzufügen

Eine häufig genutzte Sammelbearbeitung mehrerer Postings ist das Hinzufügen eines neu erstellten Tags. Schreiben Sie die Tag-Bezeichnung in das Eingabefeld, bei mehreren Tags trennen Sie diese mit Komma plus Leerzeichen.



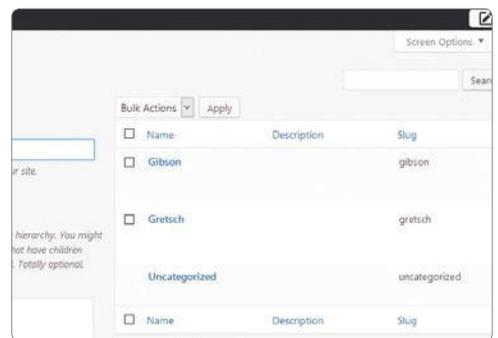
## 18 Kommentare schließen

Praktisch ist die Stapelverarbeitung auch, wenn Sie zum Beispiel die Kommentierungsmöglichkeit bei älteren Artikeln beenden möchten. Wählen Sie dann im Drop-down-Menü für Kommentare „Nicht erlauben“ aus.



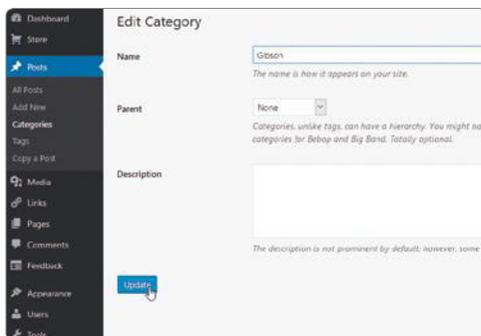
## 19 Tags verwalten

Im Bereich „Artikel > Tags“ des Dashboard-Menüs finden Sie eine Übersicht über alle verwendeten Tags. Unter „Schlagwort hinzufügen“ ist ein Eingabefenster für neue Tags, wobei Sie Beschreibung und Titelform festlegen können.



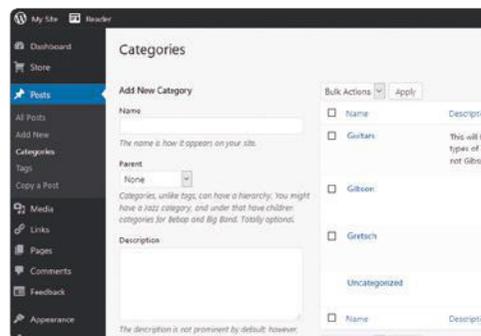
## 20 Kategorien verwalten 1

Kategorien sind das wichtigste Hilfsmittel, um Ordnung und Struktur in Ihre Artikelsammlung zu bringen. Auch bei den Kategorien ist eine Sammelaktion möglich, allerdings nur die Löschung.



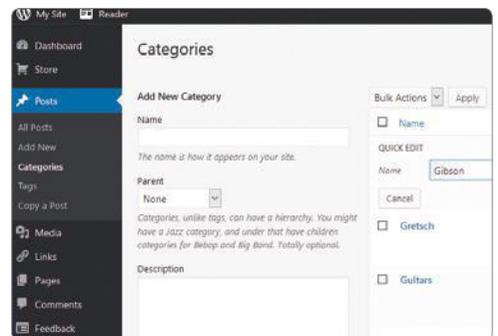
## 21 Kategorien verwalten 2

Wenn Sie mit der Maus über eine Kategorie in der Liste fahren, erscheinen auch hier Bearbeitungsoptionen. „Bearbeiten“ führt zu der Möglichkeit, den Namen, die Hierarchie und die Beschreibung zu ändern.



## 22 Kategorie anlegen

Um eine weitere Kategorie anzulegen, fügen Sie die notwendigen Angaben in die Felder unter „Neue Kategorie hinzufügen“ ein. Richten Sie aber insgesamt nicht zu viele Kategorien ein, um Ihren Blog nicht unübersichtlich zu machen.



## 23 Titelform der Kategorie

Sie können die „Slug“, die Titelform der Kategorie – analog zur Titelform der Beiträge wie in Schritt 07 erklärt – ebenfalls anpassen, wenn Sie möchten. So ließen sich zum Beispiel Füllwörter herausnehmen.

## Posten Sie Fotos auf Ihrem WordPress-Blog

Blogartikel brauchen einen Hingucker – WordPress bietet vier Möglichkeiten an, Fotos und Illustrationen einzubinden.

**E**s versteht sich fast von selbst, dass gute Bilder für so ziemlich jeden Blog das A und O sind. Auch wenn Ihre Seiten nicht (wie beispielsweise bei einem Fotografie-Blog) speziell bildorientiert sein sollen, lädt ein prominent platziertes Bild auf der Startseite die Besucher dazu ein, durch Ihre Seiten zu klicken – und das ist mindestens genauso wichtig wie die Artikelüberschriften.

Bilder helfen außerdem bei der Gliederung längerer Artikel. Lange Textpassagen lassen sich mithilfe von Illustrationen in gut verdauliche Texthäppchen aufteilen. Wenn Sie den Traffic auf

Ihren Seiten steigern möchten, sind Bilder beinahe unerlässlich, denn von unaufgelockerten Bleiwüsten lassen sich viele Leser abschrecken.

Fotos hinzuzufügen ist simpel, und WordPress bietet nicht nur hierfür Optionen, sondern auch

für das weitere Management der verwendeten Bilddateien. In diesem Tutorial schauen wir uns die einzelnen Schritte genau an und zeigen Ihnen, wie Sie Ihren Blog im Handumdrehen mit Bildern bestücken.

„Lange Textpassagen lassen sich mithilfe von Illustrationen in gut verdauliche Texthäppchen aufteilen.“

### Bilder – wirksam platziert

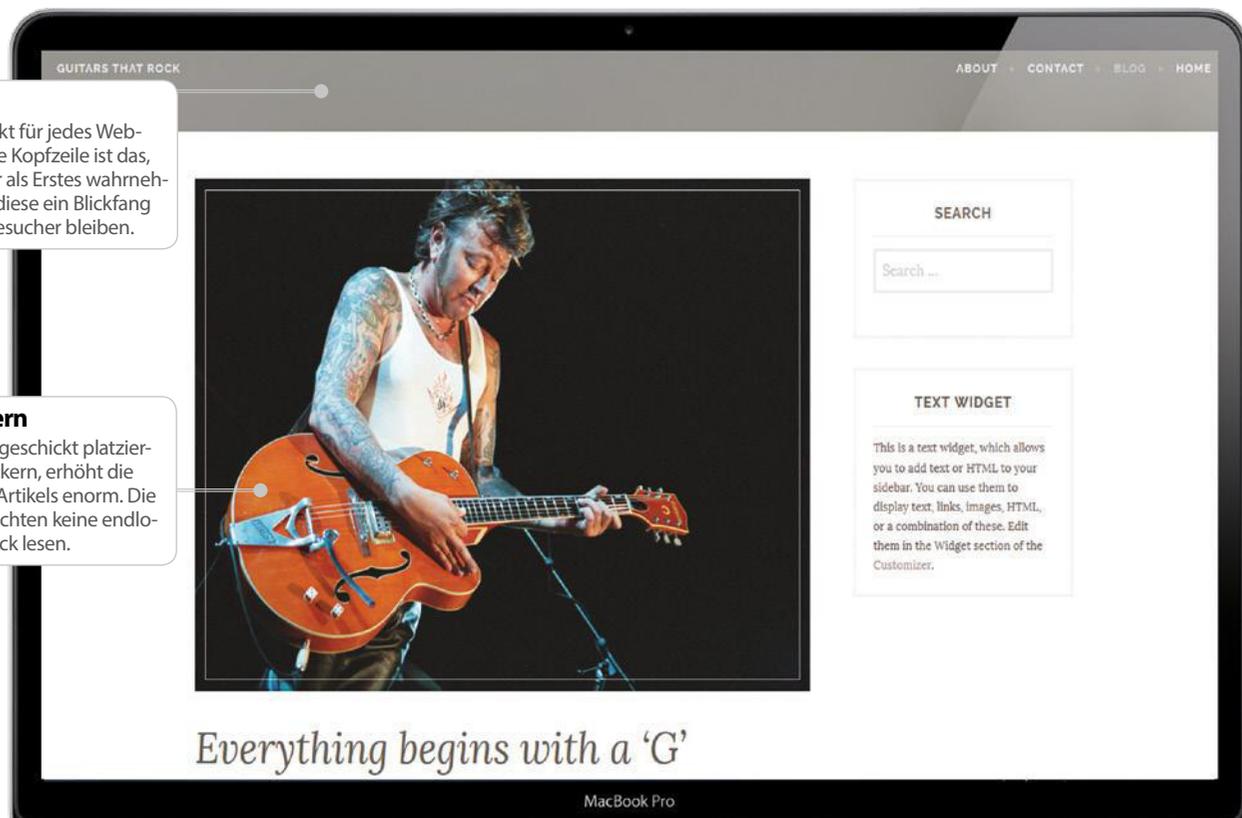
Wie geschickt angeordnete Bilder Ihren Blog verbessern.

#### Kopfzeile

Ein zentraler Punkt für jedes Webdesign – denn die Kopfzeile ist das, was die Besucher als Erstes wahrnehmen, und wenn diese ein Blickfang ist, werden die Besucher bleiben.

#### Text auflockern

Ihren Text durch geschickt platzierte Fotos aufzulockern, erhöht die Lesbarkeit eines Artikels enorm. Die meisten User möchten keine endlosen Texte am Stück lesen.





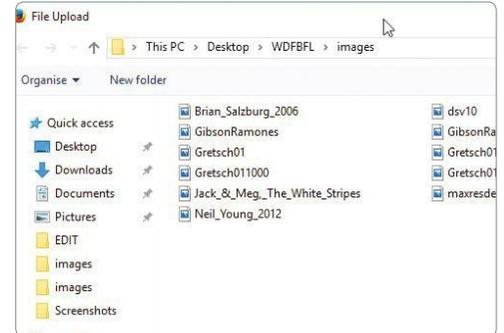
## 01 Cursor setzen

Grundsätzlich sollten Sie Bilder erst hinzufügen, nachdem Sie den Text fertiggeschrieben haben – oder bevor Sie damit beginnen. Dafür positionieren Sie den Cursor dort, wo das erste Bild angezeigt werden soll, und klicken auf Bild hinzufügen.



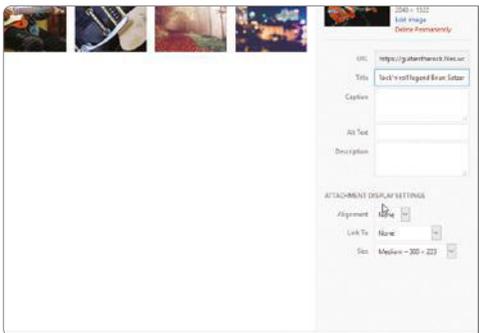
## 02 Bilder finden

Im sich öffnenden Menüfenster gibt es verschiedene Optionen, um ein Bild hinzuzufügen. Wählen Sie die Hochlade-Funktion und dann wählen Sie ein Bild aus. Sie können Bilder auch per Drag&Drop ins Upload-Fenster ziehen.



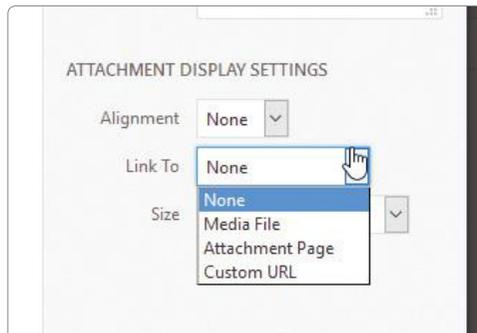
## 03 Bilder hochladen

Wählen Sie die Bilder für Ihr Posting aus, die Sie hochladen möchten. Erstellen Sie zunächst einen Bilderordner und stellen Sie sicher, dass es sich bei den Dateien um JPGs, GIFs oder PNGs handelt – andere Formate kann WordPress nicht darstellen.



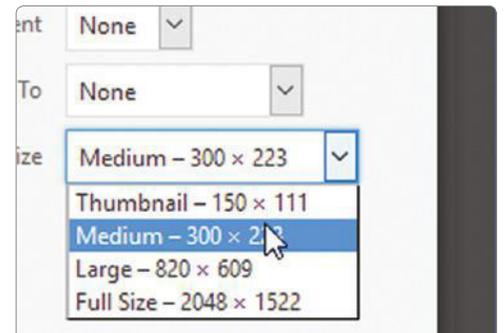
## 04 Bilder benennen

Die Bildunterzeile fungiert auch als Platzhalter, wenn das Bild nicht angezeigt wird. Ein guter Dateiname erleichtert das (Wieder-)Auffinden von Bildern. Doch nicht alle Templates können Bildunterzeilen auf der Startseite anzeigen.



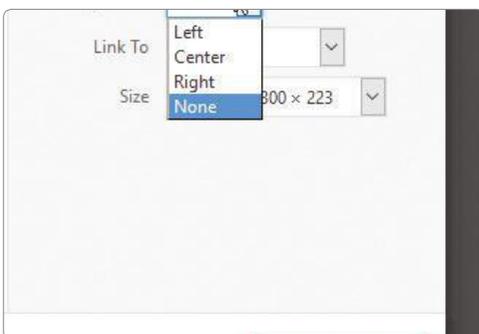
## 05 Links anpassen

Es gibt drei Arten, die Bildanzeige einzubinden. Die Option „Datei URL“ führt zu einer großen Ansicht, wenn auf das Bild geklickt wird; bei „Post URL“ hingegen würde das gesamte Posting angezeigt und die Option „Keine“ entfernt alle Links.



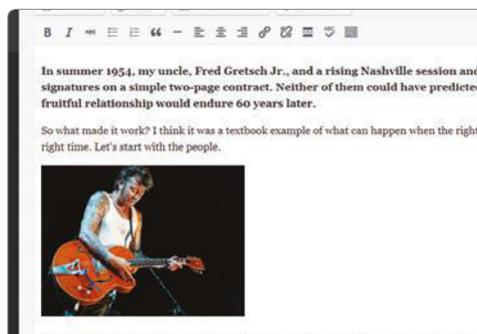
## 06 Größe anpassen

Ein großes Bild sollten Sie vor dem Hochladen komprimieren. „Medium“ verkleinert ein Bild so, dass es innerhalb der meisten Templates verwendet werden kann. Trimmen Sie Vorschaubilder auf 150 x 150 px.



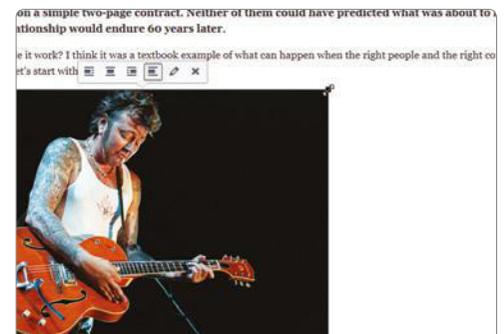
## 07 Bilder ausrichten

Nachdem Sie eine Bildgröße festgelegt haben, wählen Sie, wie das Bild im Text ausgerichtet sein soll. Richten Sie „Rechts“ oder „Links“ aus, fließt der Text um Ihr Bild. Der Text muss dabei ausreichend lang sein, um die Bildhöhe umfließen zu können.



## 08 Bilder einsetzen

Die Option „Keine“ richtet das Bild standardmäßig aus, was in den meisten Fällen gut funktioniert. Wenn Sie jetzt auf „Einfügen“ klicken, erscheint das Bild an der Position des Cursors (Schritt 01), oder Sie ziehen das Bild an die gewünschte Stelle.



## 09 Bilder manuell verkleinern

Sollten Sie in Schritt 06 die Einstellung „Groß“ gewählt haben, könnte das Bild nun zu breit sein. Wenn Sie jetzt auf das Bild klicken und die Griffe nach innen schieben, verkleinern Sie es – die neue Abmessung wird angezeigt.

## Bilder für Postings richtig anpassen

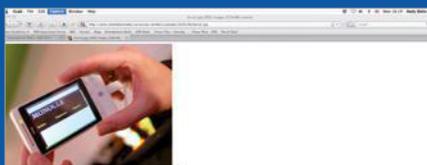
Die Aufbereitung Ihrer Bilddateien verleiht Ihrem Blog einen professionellen Look.

Wenn Sie viele Bilder posten möchten, sollten Sie sich ein wenig damit auskennen, wie man Bildgrößen anpasst, um damit den Look und die Benutzerfreundlichkeit Ihres Blogs zu optimieren. An den Griffen der Bilder zu ziehen (wie in Schritt 09 beschrieben), ändert zwar die Anzeige der Bildgröße im Blog, nicht jedoch die eigentliche Dateigröße. Bei Abbildungen – insbesondere Fotos – können die Originaldateien jeweils mehrere MB groß sein. Schon ein paar solcher Dateien in einen Beitrag zu integrieren, bedeutet, dass das benötigte Datenvolumen des Blogs gehörig in die Höhe schießt. Selbst mit einer schnellen Leitung werden es Ihre Besucher nicht schätzen, 10 MB heruntergeladen zu müssen, um Ihren Blog lesen zu können. Beim Anpassen der Bilddateien sollten Sie darüber hinaus auch die Breite der Hauptspalte Ihres Templates berücksichtigen, damit die Bilder dort richtig eingepasst sind.

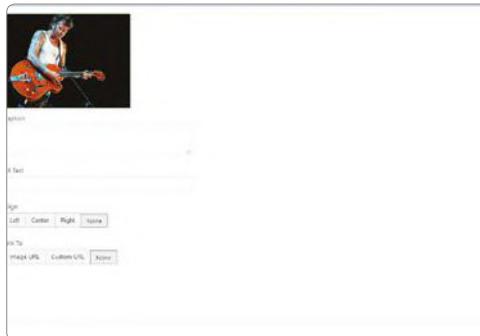
Grundsätzlich ist es sinnvoll, die Bildbreite an die Breite der Hauptspalte anzupassen – es sei denn, Sie möchten den Besuchern Ihrer Seite Bilder in höherer Auflösung bieten. In diesem Fall wählen Sie eine Breite von 1.200 bis 1.800 Pixeln, anschließend die Option „Datei URL“ (siehe Schritt 05) und passen das Bild manuell für die Anzeige auf Spaltenbreite an. So ist das Layout perfekt und ein Klick aufs Bild öffnet eine hochaufgelöste Vollbildansicht. Dabei nicht vergessen, dass hochaufgelöste Bilder problemlos kopiert und auf anderen Seiten präsentiert werden können. Wenn unter Ihren Bildern besonders einzigartige Exemplare sind, fügen Sie doch mithilfe von Photoshop ein Wasserzeichen ein, etwa das Logo Ihrer Website. Sollten Sie ein fremdes Bild verwenden, vergessen Sie bitte nicht den entsprechenden Hinweis, und verlinken Sie den Fundort.



Bearbeiten Sie Ihre Bilder so, dass sie akkurat in die Hauptspalte Ihres Templates passen.

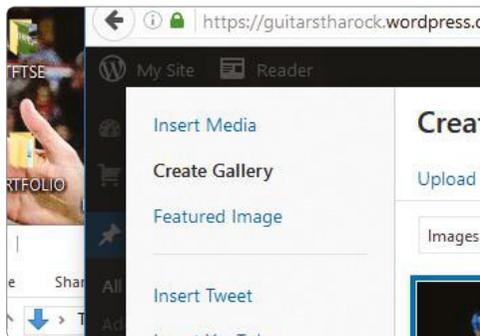


Die Verlinkung der Bilddatei ermöglicht das Aufrufen einer hochaufgelösten Vollbildansicht.



### 10 Bilder von URL

Es gibt auch die Option „Von URL hinzufügen“, um Bilder einzubinden, die anderswo gehostet werden. Dieses sogenannte Hotlinking ist allerdings verpönt, denn die Bildanzeige auf Ihren Seiten läuft dann über das Datenvolumen des fremden Servers.



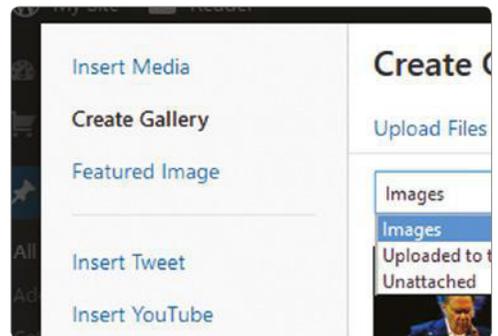
### 12 Bildergalerie erstellen

Um eine Vorschaubilder-Galerie in einen Beitrag einzufügen, gehen Sie auf die untere Hälfte des Galerie-Screens. Sie können mehrere Bilder auf einen Schlag posten. Die Miniaturen lassen sich aufsteigend oder absteigend ordnen, und die Spaltenzahl ist frei wählbar.



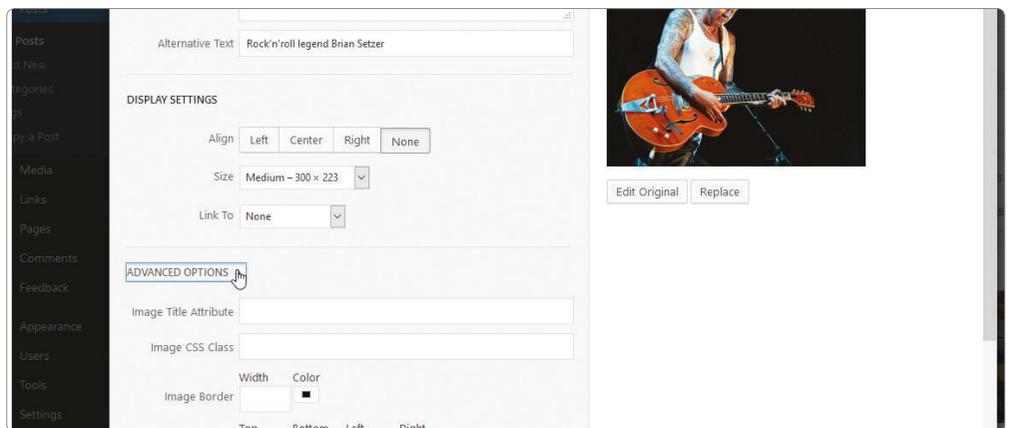
### 11 Galerie

Die dritte Option ist die Galeriefunktion. Damit werden die Fotos des Postings angezeigt, das Sie gerade bearbeiten. Die hochgeladenen Bilder aus dem Ordner, den Sie in Schritt 03 angelegt haben, können nun bearbeitet und eingefügt werden. Eine Stapelbearbeitung aller Bilder ist nicht möglich.



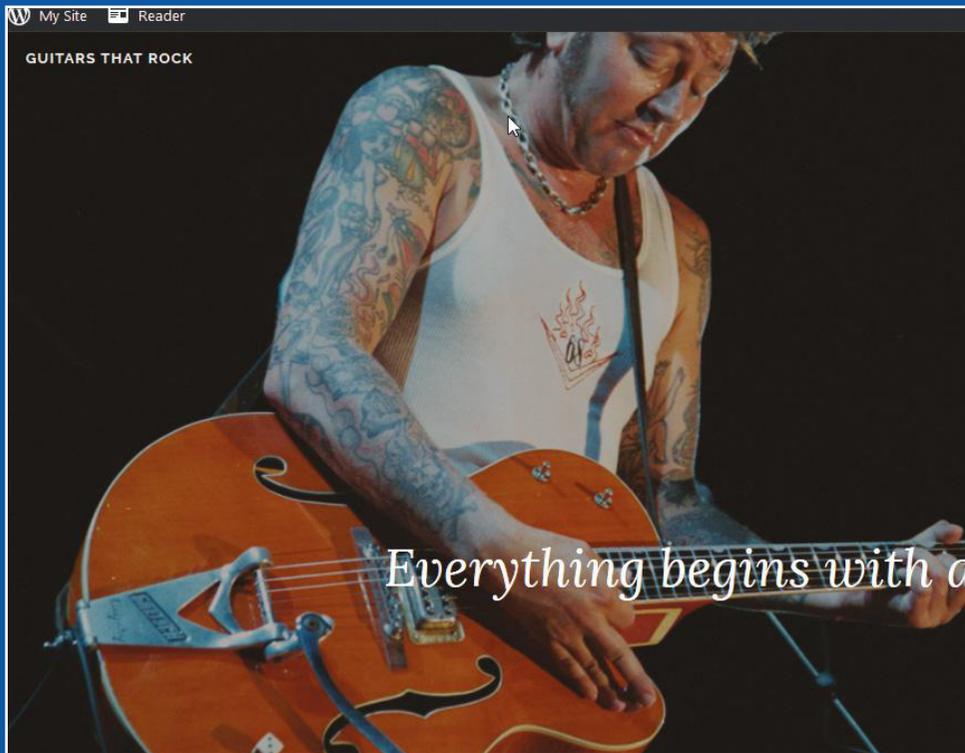
### 13 Mediathek

Über die Mediathek haben Sie Zugriff auf jedes Foto, das Sie hochgeladen haben. Hier liegen alle Bilder, die bereits gepostet wurden. Wenn die Dateinamen mit Bedacht gewählt wurden, sind Bilder leicht zu finden. Klicken Sie auf „Anzeigen“, um die Optionen aufzurufen.



### 14 Bearbeiten und löschen

Sollten Sie zu einem späteren Zeitpunkt die Bildanzeige in Ihrem Blog ändern wollen, klicken Sie einfach im Beitragsmenü auf die Grafik. Das führt Sie zurück zu den Einstellungen, wo alle Werte nachjustiert werden können. Um ein Bild zu entfernen, auf „Löschen“ klicken.



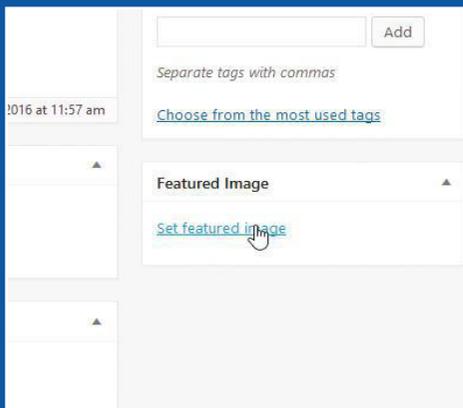
# Nutzen Sie die Artikelbild-Funktion

So ordnen Sie Postings ein Artikelbild (Featured Image) zu.

Der große Trumpf von WordPress ist, dass sich die Software um vieles kümmert, was selbst einem erfahrenen Designer oder Entwickler einiges an Arbeitsaufwand bereiten würde.

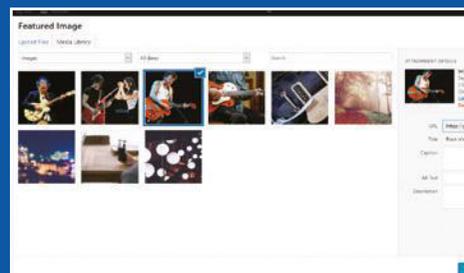
WordPress macht es einem generell leicht, und die Artikelbild-Funktion bildet da keine Ausnahme. Die Grundidee hinter der Funktion entwickelte sich aus dem Wunsch vieler Blogger, auf Ihrer Homepage mit einem Bild auf ein Posting hinweisen zu können. Die Umsetzung war jedoch schwierig: Man musste in benutzerdefinierten Feldern spezielle Eingaben tätigen – in diesem Fall den Pfad zum Speicherort des Vorschaubildes angeben. Seit WordPress 3.0 ist das jedoch Geschichte. Der Benutzer lädt ganz einfach ein Einzelbild hoch und definiert es als Artikelbild. WordPress macht den Rest und platziert es wunschgemäß innerhalb des Themes. Lassen Sie uns schauen, wie man das macht.

„WordPress macht es einem leicht, und die Artikelbild-Funktion bildet da keine Ausnahme. Seit WordPress 3.0 lädt der User ganz einfach ein Einzelbild hoch und definiert es als Artikelbild.“



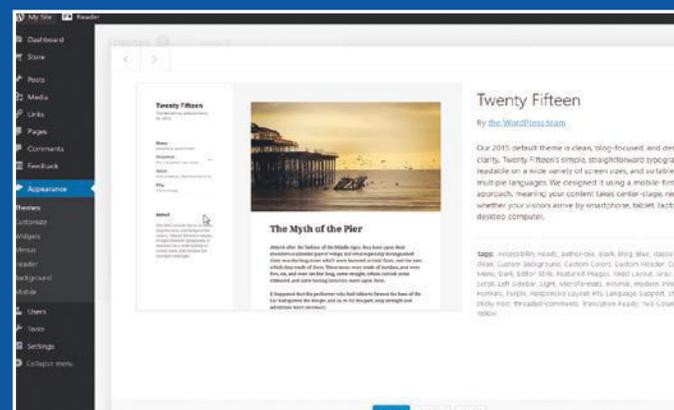
## 01 Artikelbild festlegen

Wenn Sie ins WordPress-Dashboard eingeloggt sind, sehen Sie rechts im Menü der Beitragserstellung die Artikelbild-Box, die zunächst nur den Link „Artikelbild festlegen“ enthält. Ein Klick darauf öffnet den WordPress-Bilderuploader, mit dem Sie das Bild wie üblich hochladen können.



## 02 Nach dem Upload

Nach dem Hochladen sollte im Pop-up-Dialogfenster eine Vorschau angezeigt werden. Es steht Ihnen frei, das Bild nun wie gewohnt in das Posting einzufügen. WordPress übernimmt alles andere wie Größe anpassen, beschneiden und sicherstellen, dass das Bild an der gewünschten Stelle erscheint.

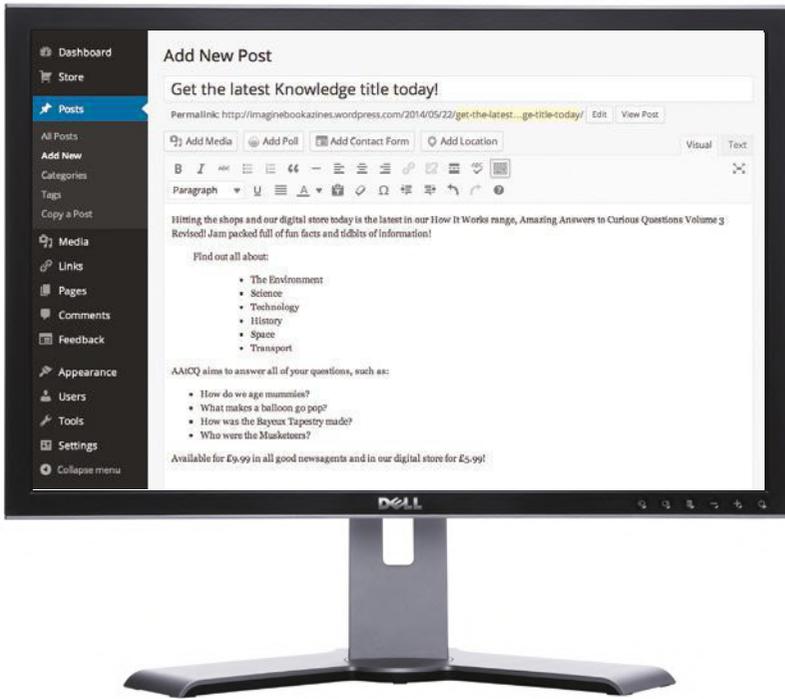


## 03 Änderungen bei den Jahresthemen

Beim WordPress-Theme Twenty Ten war das Artikelbild nach dem Hochladen und Speichern im Blogbeitrag selbst zu finden, doch seit Twenty Eleven wird es stattdessen der Kopfzeile des betreffenden Beitrags hinzugefügt.

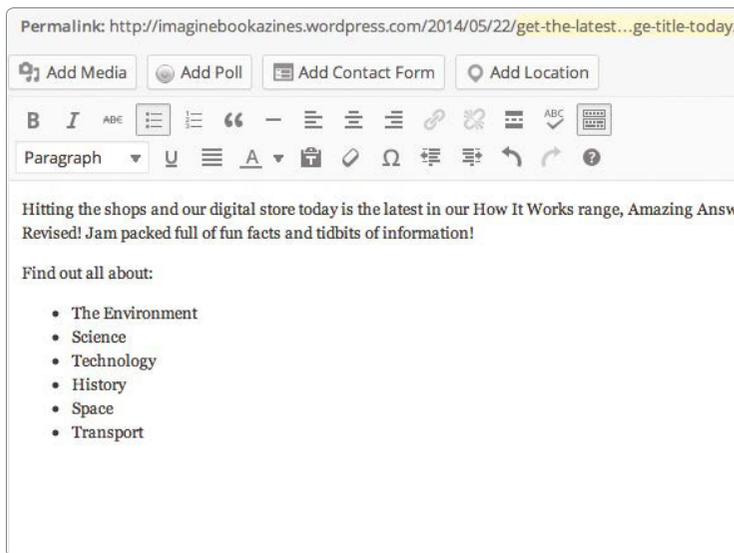
## Spezielle Textformatierungen

Aufzählungspunkte, Listen und Einzüge verbessern die Lesbarkeit Ihres Blogs.



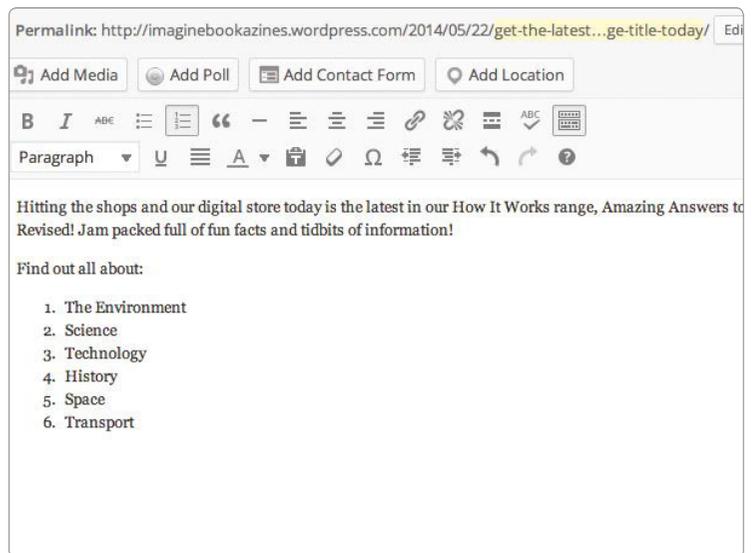
**E**in großer Textblock ist schnell eingetippt, doch schön zu lesen oder optisch ansprechend wird das Ergebnis kaum sein. Mithilfe von Absätzen oder der Ausrichtung des Textes kann man das Schriftbild bereits verbessern. Doch hier wollen wir uns zwei Formatierungselemente anschauen: unsortierte und nummerierte Listen. Mit Aufzählungspunkten lassen sich Funktionen, Objekte und wichtige Details gut betonen. Wenn sie kurz und knackig sind, können Leser auf einen Blick alle wichtigen Informationen daraus entnehmen. Auch von WordPress automatisch nummerierte Listen sind sehr nützlich und bequem in der Handhabung. Sie brauchen nur die erste Zeile einzugeben und dann auf den Button der Werkzeugleiste zu klicken, um danach beliebig viele Zeilen hinzuzufügen zu können. Sonderzeichen sind eine weitere nützliche Option: So können Sie das Copyright-Zeichen in Ihren Text einfügen, Brüche in Bruchschreibweise anzeigen lassen, das griechische Alphabet oder das Euro-Symbol verwenden und vieles mehr. All das funktioniert per Mausclick und hilft Ihnen dabei, Ihre Texte lebendiger zu gestalten und Ihren Blog visuell attraktiver zu machen.

„So machen Sie Ihre Texte lebendiger und Ihren Blog visuell attraktiver.“



### 01 Aufzählungspunkte

Um einen oder mehrere Aufzählungspunkte einzufügen, klicken Sie auf die erste Zeile der Aufzählung und dann auf das Symbol für eine unsortierte Liste in der Werkzeugleiste. Mit der Eingabetaste fügen Sie eine weitere Zeile hinzu. Ein weiterer Druck der Eingabetaste beendet die Liste.



### 02 Nummerierte Listen

Möchten Sie stattdessen lieber eine nummerierte Liste, ist dies ebenso unkompliziert: Schreiben Sie Ihre Inhalte in separate Zeilen untereinander, wählen Sie diese Zeilen an, und klicken Sie auf das „Nummerierte Liste“-Symbol in der Werkzeugleiste.

# Spezialanwendungen

Besondere Funktionen bei WordPress.

## Punkte und Listen

Hiermit erzeugen Sie sortierte oder unsortierte Listen, die ein sehr nützliches Stilmittel für eine übersichtliche und überzeugende Gestaltung sein können.

## Sonderzeichen

Mit dieser Schaltfläche gelangen Sie zu den Sonderzeichen, die per Tastatureingabe kaum erreichbar sind. Wählen Sie einfach dasjenige aus, das Sie in Ihrem Text brauchen.

## TASTENKÜRZEL

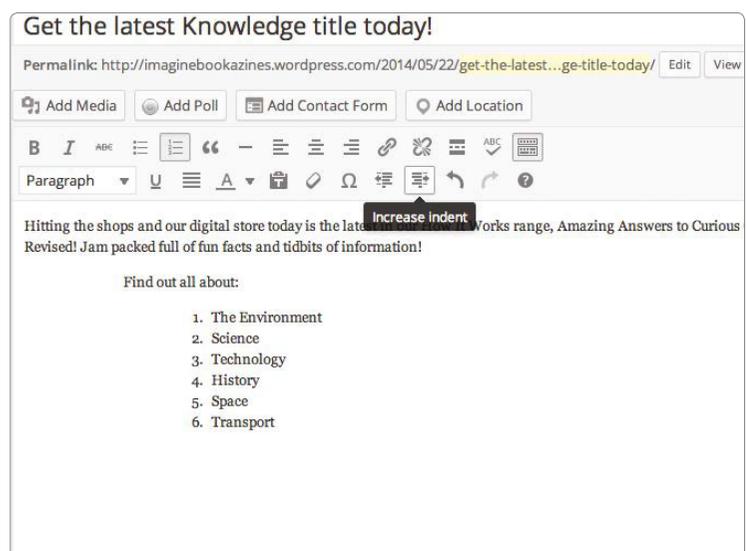
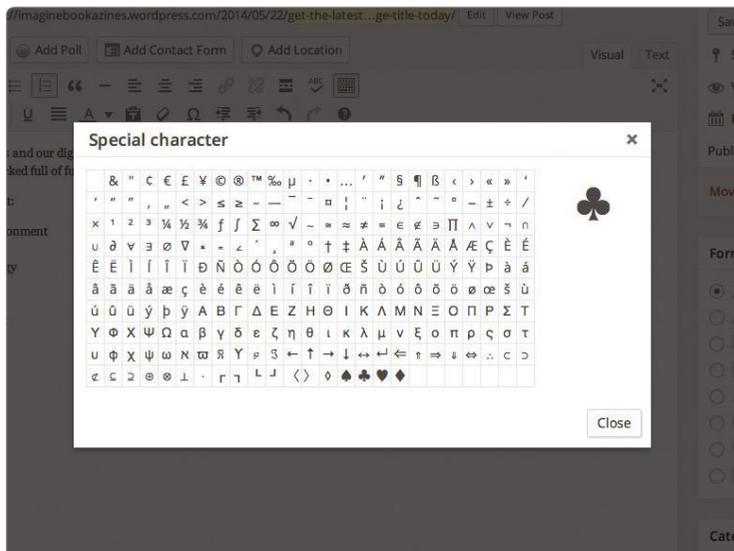
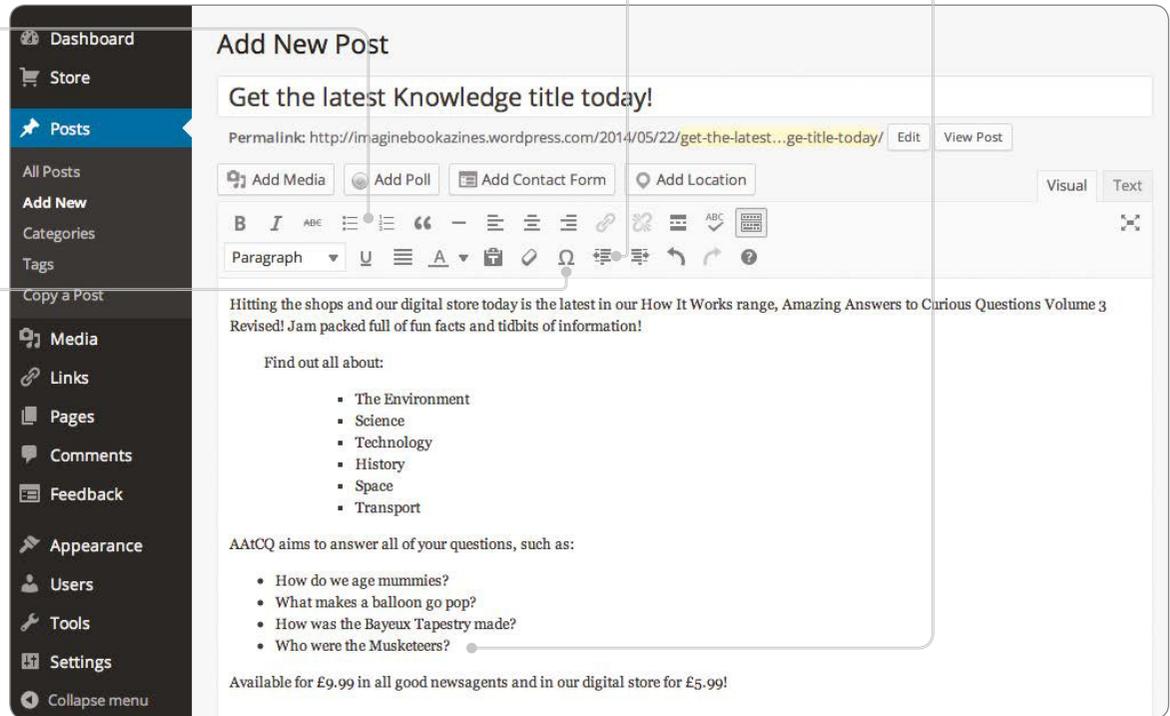
Wenn Sie den Mauszeiger langsam über die Symbole der Werkzeugleiste führen, wird eine Kurzhilfe angezeigt, die nützliche Informationen oder Tipps enthält. Manche Formatinstellungen haben eigene Tastenkürzel: Aufzählungspunkte können etwa mit Alt/Opt+Umschalttaste+U aktiviert werden.

## Einrückungen

Der Texteinzug kann angepasst werden, sodass auf der linken Seite viel freier Platz bleibt. Der Einzug lässt sich mehrmals vergrößern, aber auch wieder verkleinern.

## Effekte

Indem Sie den Text variieren und besondere Effekte verwenden, erzeugen Sie Interesse. Den Textfluss mit Einzug oder Listen zu unterbrechen, ist eine gute Praxis.



## 03 Sonderzeichen

Manche Zeichen, die Sie für Ihre Beiträge benötigen könnten, sind per Tastatureingabe nicht verfügbar, wie etwa das Copyright-Zeichen. Sie finden diese per Mausklick über die Sonderzeichen-Schaltfläche, die durch das griechische Ω markiert ist.

## 04 Texteinzug

Wenn Sie bestimmte Textteile hervorheben wollen, wie zum Beispiel ein Zitat oder auch wörtliche Rede, oder wenn Sie den Anfang eines neuen Absatzes deutlicher machen möchten, können Sie den Texteinzug per Klick auf die Schaltfläche anpassen.

# SEO verstehen

**104** Die DNA von SEO  
Suchmaschinenoptimierung

**112** So holen Sie mehr Besucher auf Ihre Website  
SEO für hohe Zugriffszahlen

**116** Google Analytics hilft Ihnen, Ihre Leser kennenzulernen  
Verwerten Sie die Analyse Ihres Traffics

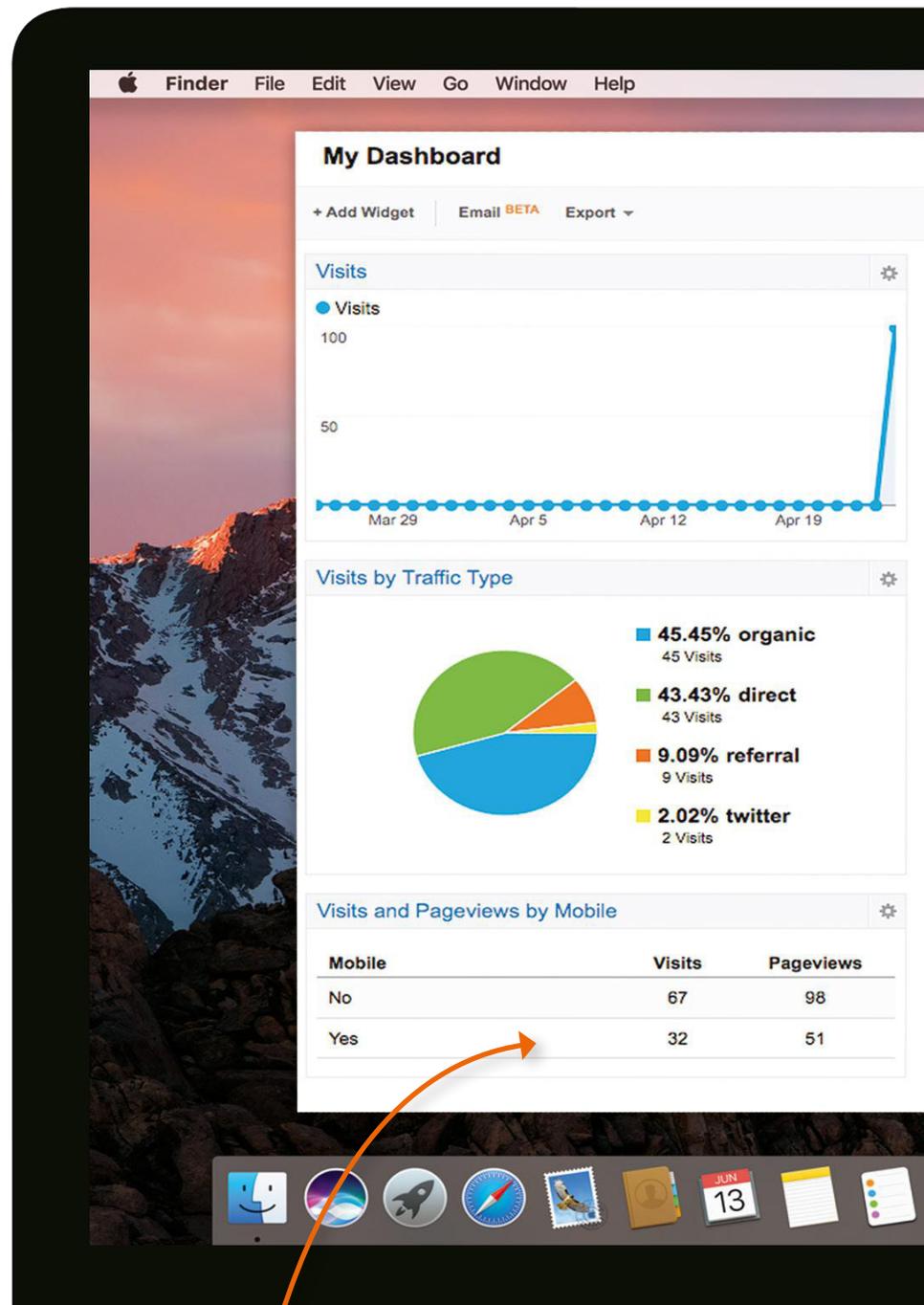
**104**  
SEO



## IN DIESEM KAPITEL ...

In diesem Kapitel helfen wir Ihnen dabei, die Mechanismen der Suchmaschinenoptimierung (SEO) zu verstehen und dadurch mehr Besucher zu bekommen. Auch wenn Ihre Website toll aussieht und perfekt funktioniert, muss sie doch erst vom potenziellen Publikum gefunden werden. Hier erfahren Sie etwas über die Grundlagen von SEO, daneben aber auch über den gewinnbringenden Einsatz des Analysewerkzeugs Google Analytics und darüber, wie Sie Ihren Internetauftritt nutzerfreundlicher machen, indem Sie etwa die Ladezeiten verkürzen.

**102** Webdesign für Einsteiger

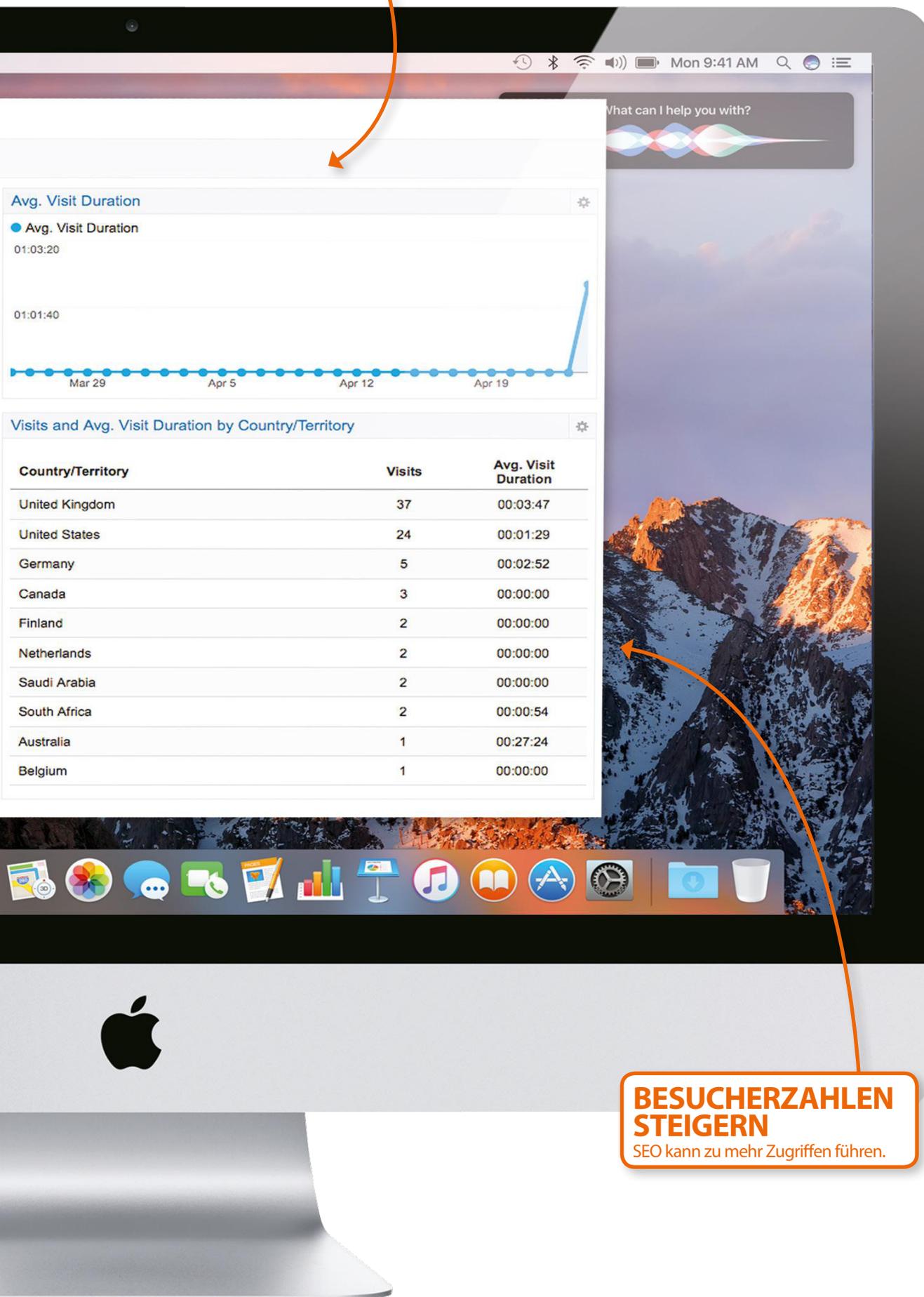


## AUSWERTUNGEN

Es ist sinnvoll sich ausgiebig mit den verschiedenen Statistiken zu beschäftigen.

## GOOGLE ANALYTICS

Lernen Sie, das leistungsstarke Analyse-Tool richtig einzusetzen.



## BESUCHERZAHLEN STEIGERN

SEO kann zu mehr Zugriffen führen.

DIE DNA VON

# SEO

Wir haben die Londoner Agentur Found gebeten, einen Ausblick auf die kommende Entwicklung der Suchmaschinenoptimierung (SEO) zu geben. Lesen Sie hier auch, was die Leute von Found für Tipps auf Lager haben, um ein gutes Suchmaschinenranking zu erzielen.

## SEO: Die Zukunft

In den letzten Jahren ist Google immer effektiver geworden, was den Ausschluss qualitativ minderwertiger Seiten angeht. Die Suchmaschine verringerte deren Sichtbarkeit in den Suchergebnissen, sodass viele schon glaubten, SEO wäre tot. Allerdings kommt dieser Irrglaube immer mal wieder auf, seit über zehn Jahren. Das verdeutlicht die Schnellebigkeit des Suchmaschinenmarketings.

Vor einigen Jahren waren Rankings von zwei Faktoren abhängig: der Gesamtzahl der Verlinkungen von externen Websites („Off-Page“) sowie dem Einsatz der richtigen Keywords auf der eigenen Website („On-Page“). Diese Zeiten sind jedoch vorbei. Wer zu manipulieren versucht, wird bestraft. Wer Qualität bietet, wird belohnt.

### So wichtig ist Content

In einer Welt nach Pinguin- und Panda-Updates macht der Fokus auf den Content den Erfolg aus. Lediglich durch den Content können Webmaster sicherstellen, dass ihre Websites die richtigen

Qualitätssignale „On-Page“ und „Off-Page“ senden und somit Strafen entgehen.

### Dialogbasierte Suchanfragen

Die Änderungen zielten nicht nur auf mehr Qualität. In jüngster Vergangenheit haben verschiedene Updates wie etwa „Hummingbird“ sichergestellt, dass sich Google mehr an die Gewohnheiten der Nutzer anpasst. Es ist notwendig, dass Suchmaschinen die Nutzer besser verstehen – vor allem, weil mobile Anfragen die von Desktop-Nutzern schon bald überholen werden.

Suchmaschinen müssen die Suchabsicht des Nutzers erkennen, gerade bei längeren, dialogbasierten Anfragen. Google wird früher oder später mobile Nutzer den stationären Desktop-Anwendern vorziehen, ein klares Signal an die Entwickler. Dies bedeutet einen großen Wandel für Webdesigner.

Weitere Hinweise auf diese Entwicklung liefert der Fortschritt des „Knowledge Graph“. Dieser liefert mittlerweile erstaunlich gute Zusatzinformationen zu individuellen Suchanfragen.

### EXPERTEN-MEINUNG

„Google hat mit den jüngsten Updates den Krieg mit Vermarktern beendet. Die Nachricht und das Ziel sind eindeutig: das Web zu einem besseren Ort zu machen. Websites, die sich an dieses Ziel halten, während sie den Google-Empfehlungen folgen, sollten in den nächsten Jahren davon profitieren.“



Will Nye  
SEO-Stratege



Der Start von Hummingbird 2013 markierte für Google die größte Veränderung seit zehn Jahren. Hummingbird wurde entwickelt, um längere, dialogbasierte Suchanfragen zu verstehen – wie sie beispielsweise von einem mobilen Nutzer kommen könnten. Hummingbird hilft Google, den Sinn hinter einem ganzen Satz zu verstehen, statt nur einzelne Keywords. In einem immer stärker mobil geprägten Markt ist es für Designer wichtig, Websites mit „Responsive Design“ zu entwickeln – Googles bevorzugte Methode, wie mobile Geräte bedient werden.

## SEO-freundlich gestalten

Entwickler widmen sich bei neuen Websites oft erst im Nachgang der Suchmaschinenoptimierung. Mitunter wird SEO auch ganz außer Acht gelassen, wenn eine schöne Website gestaltet werden soll.

**O**bwohl SEO in den vergangenen Jahren immer präsenter wurde, ist es kein Geheimnis, dass viele große und schöne Websites kaum optimiert sind. Umso früher man sich damit beschäftigt, desto weniger wird es später zum Problem.

Anstatt SEO-Maßnahmen zu behindern, kann ein gutes Design das Ranking sogar verbessern. Wenn man sich anschaut, worauf es ankommt, dann liegt vieles in der Hand des Designers. Schließlich wird eine ansprechende Seite häufiger und länger besucht und – vor allem – verlinkt.

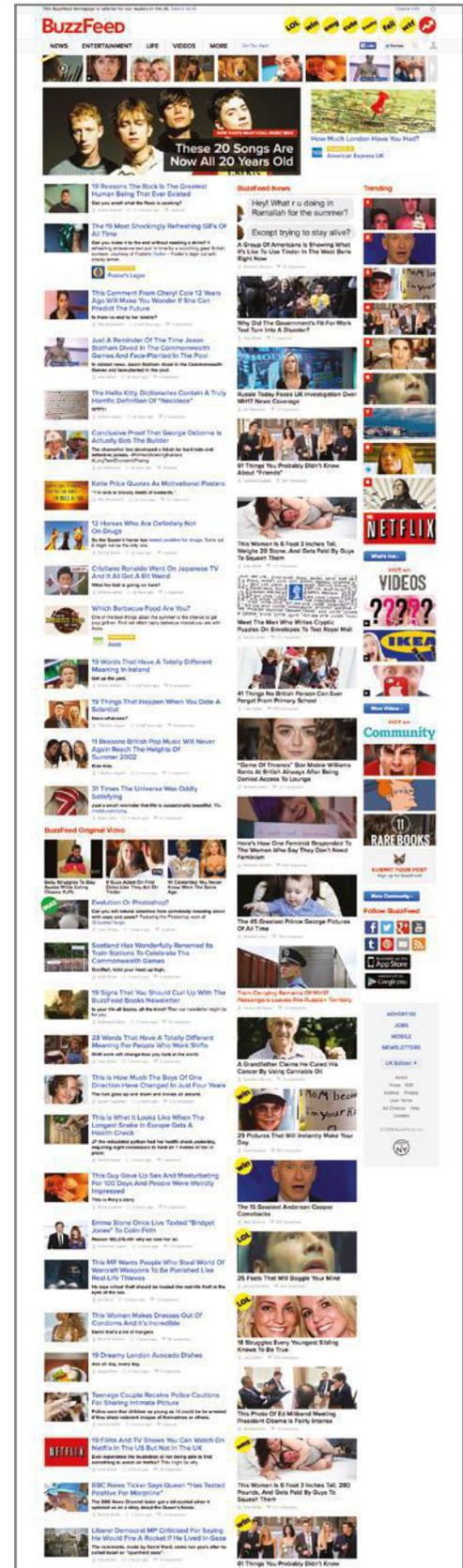
Je früher man sich mit SEO beschäftigt, desto besser: Frühe strukturelle Entscheidungen können einen großen Unterschied ausmachen, nachträgliche Änderungen sind komplizierter. Beispielsweise sollten Sie die Website schlank halten. Wenn möglich, dann sollte jede Webseite innerhalb von drei Klicks von der Startseite aus erreichbar sein: Das ist immer noch sehr wichtig, wenn es um das Ranking geht. Doch wichtiger ist, dass der Nutzer nicht verwirrt wird. Erfolgreiches Webdesign findet das Gleichgewicht zwischen gutem Aussehen und guter Suchmaschinenoptimierung. Gute Bilder können die Aufmerksamkeit von Lesern erregen, sie verraten Suchmaschinen jedoch nicht, worum es auf der Website geht. Es ist

wichtig, das Bild mit weiterem Content zu unterstützen. Stellen Sie sicher, dass alle Bilder auf den wichtigsten Landing-Pages mit den relevanten „Alt“-Texten versehen sind. Behalten Sie die Textmenge auf jeder Seite im Auge. Dabei muss es sich nicht ausschließlich um perfekt formatierte Absätze handeln, da Überschriften, Hervorhebungen, Listen und anderes allesamt berücksichtigt werden. Behalten Sie ein Minimum von 200 Wörtern im Hinterkopf. Sehr bildlastige Websites bieten wenig Platz für Text. Dies könnten Sie umgehen, wenn Sie JavaScript einbeziehen, das zusätzliche Textinhalte nach einem Klick anzeigt. Es ist ein bekannter Trick, mehr Text hinter klickbaren Vorschauen zu verstecken. Stellen Sie jedoch sicher, dass der gesamte Text sichtbar ist, wenn JavaScript deaktiviert ist.

Setzen Sie CSS und HTML so ein, dass Sie die Ladezeiten minimieren. Damit das funktioniert, sollten Sie sich der Vorteile bewusst werden, die CSS3 bietet. Schattierungen für Eingabefelder, für die Schrift, verschiedenartige Rahmen, animierte Übergänge: Die Liste ist lang. Es ist nicht mehr nötig, auf Bilddateien zu setzen (die der Ladezeit schaden), um eine Website ansprechend zu gestalten. Lassen Sie vielmehr CSS und den Browser die Arbeit machen.

## Web-Schriftarten

Früher war es ganz normal, Bilder für den Kopf einer Webseite zu verwenden, um beispielsweise eine bestimmte Schriftart nutzen zu können. Das zwang Designer zu SEO-unfreundlichen Entscheidungen. Designer sollten heutzutage mithilfe von HTML und CSS bannerähnliche Elemente mit dynamischen Texten entwickeln, die Google versteht. Heute wäre es das SEO-Äquivalent zum Selbstmord, Bilder statt H1-, H2- oder H3-Tags zu benutzen. Web-Schriftarten wie Google Fonts, Font Deck, Typekit und andere bieten viele Möglichkeiten für ein gutes Design. Bilder sollten HTML oder CSS nicht ersetzen, wenn es nicht um ein Foto oder Logo geht.



Buzzfeed verfolgt einen sehr ungewöhnlichen, ja einzigartigen Ansatz, Content zu präsentieren.



Found ist eine preisgekrönte Performance-Marketing-Agentur mit Fokus auf PPC, SEO, Social und Mobile Marketing.

„Texte und Bilder sind nicht mehr genug, um Leser zu begeistern. Hier sticht BuzzFeed mit seinem Ansatz für Layout und Design heraus.“

**N**icht nur, dass CSS Webseiten mittels animierter Grafiken lebendig macht, es sorgt auch für kürzere Ladezeiten und ist einfacher zu programmieren als JavaScript. Für Entwickler ist CSS zu ersten Wahl für solche Effekte geworden.

Ein Beispiel für eine Website mit einem guten Gleichgewicht zwischen Design und SEO ist BuzzFeed. BuzzFeed verfolgt einen ungewöhnlichen Ansatz, Content zu präsentieren. So kann BuzzFeed eine Menge „Longtail“-Traffic über Suchmaschinenergebnisse (SERPs) erzeugen. Texte und Bilder sind nicht mehr genug, um Leser zu begeistern. Hier sticht BuzzFeed mit seinem Ansatz für Layout und Design heraus. Jeder Beitrag ist ein guter Mix aus Text, Bildern, Widgets, GIFs und anderen Medien – alles, was Google mag. Es ist genau dieser Content-Reichtum, der Googles Standards erfüllt und den alle Blogger und Webmaster bieten sollten. Ein weiterer wichtiger Punkt

ist nutzergenerierter Content. Seien es Kommentare auf Facebook oder anderen Plattformen: Es ist wichtig, dass sie gut ins restliche Design eingebunden sind. BuzzFeed macht das makellos und bringt Tausende von Nutzern dazu, auf täglicher Basis zu kommentieren – das sorgt für frischen Content.

Buzzfeed generiert eine Menge Traffic aus Verlinkungen in sozialen Netzwerken wie Pinterest, Twitter oder natürlich Facebook, indem Inhalte sowohl mobil als auch am Desktop einfach geteilt werden können. Ein Großteil

dieses Traffics zielt auf Inhalte, die schon länger auf BuzzFeed zu sehen sind. Das führt dazu, dass viele Seiten nicht statisch bleiben und laufend aktualisiert werden.

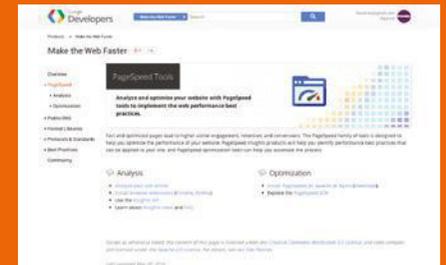
Die Nutzerfreundlichkeit macht BuzzFeed so beliebt. Die gleichen Techniken können dabei helfen, auch jede andere Website nach vorne zu bringen – garantiert!

**Mit hohen Auflösungen sparen**

Nicht jeder Nutzer hat ein Retina-Display. Nur für jene zu optimieren, führt zu hohen Ladezeiten. Nutzen Sie besser ein Skript wie „retinajs.com“, um nur entsprechend ausgestattete Nutzer zu bedienen und die Gesamtladezeiten Ihrer Website zu reduzieren.

# Tuning-Werkzeuge

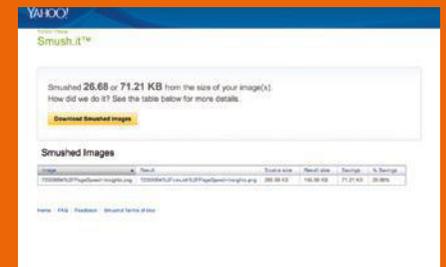
Es gibt online viele Gratis-Tools, die beim Thema SEO helfen. Hier ist eine Auswahl.



## Google PageSpeed

[developers.google.com/speed/pagespeed](http://developers.google.com/speed/pagespeed)

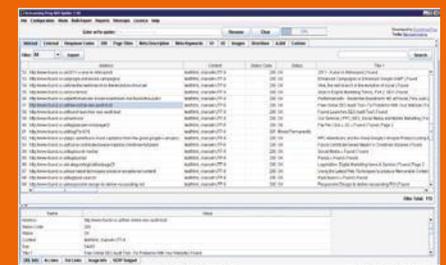
Dieses Google-Paket mit vielen Gratis-Tools hilft bei der Analyse und Optimierung Ihrer Site-Performance. Das Paket unterscheidet Desktop- und Mobile-Anwender, damit Sie die besten Strategien finden und auf Ihrer Website anwenden können.



## Smush.it

[imgopt.com](http://imgopt.com)

Yahoo bietet ein anderes praktisches Tool. Es schnappt sich Ihre Bilder und verringert die Größe, ohne die Qualität zu verringern. Smush.it verrät sogar vorher, um wie viel die Datengröße verringert werden kann.



## Screaming Frog SEO Spider

[www.screamingfrog.co.uk/seo-spider](http://www.screamingfrog.co.uk/seo-spider)

Das plattformübergreifende Tool crawlt Ihre Website nach SEO-Kernelementen wie HTTP-Status, Page-Title, Meta- und Header-Tags. Zahlreiche Einstellungsmöglichkeiten und der Datenexport im .csv-Format machen das Tool sehr flexibel.



## Sind Sie sicher, dass Ihr Content auf der Höhe der Zeit ist?

Hochwertigen Content zu erstellen, ist der Eckpfeiler des SEO-Erfolgs. Machen Sie es richtig und schaffen Sie eine gesunde Basis für Ihre Seite.

Wenn Google Ihre Website crawlt, dann wird es eine Reihe von Indikatoren nutzen, um Relevanz, Wertigkeit und letztlich das Ranking einordnen und erstellen zu können. Der Content ist das klarste Zeichen, das eine Website senden kann, damit Google Keywords und Kombinationen identifizieren und klassifizieren kann. Es ist also unabdingbar, den Content zu pflegen.

### Was hält Google für guten Content?

Jüngste Google-Updates haben gezeigt, dass inhaltsarme Websites mit wenig oder keinerlei Informationen im Ranking keine Chance gegen Websites mit gehaltvollem, gut geschriebenem Content haben. Blogeinträge, interaktive Animationen, Videos und Infografiken sind nur wenige Mittel, um die Leserschaft zu begeistern und neue Besucher auf Ihre Website zu bekommen. Geschriebener Content ist weiterhin einer der wichtigsten Ranking-Faktoren für Google.

### Tipps für Content, der Google gefallen wird

**Schreib für Leute, nicht für Suchmaschinen:** Das wurde oft und von vielen Menschen gesagt – weil es stimmt! Wie können Sie die Leser für sich gewinnen, wenn jedes dritte Wort ein Keyword ist? Schreiben Sie darüber, was Menschen lesen wollen,

### So sieht Google Ihre Website

Nutzen Sie einen textbasierten Browser wie Lynx, um aus der Sicht eines Suchmaschinen-Bots Ihre Website zu betrachten. Wenn Features wie JavaScript, Frames oder Flash Probleme bei der Ansicht verursachen, werden Bots Schwierigkeiten mit Ihrer Website haben.

anstatt darüber, wovon Sie glauben, dass es Google gefällt.

**Begeistern Sie Ihre Leser:** Erstellen Sie Inhalte, die sich gut lesen lassen, aber trauen Sie sich dennoch, wichtige Keywords einzusetzen. Begeistern Sie Leser mit originalem, einzigartigem Content mit echtem Gegenwert. Lassen Sie sich bei der Themenfindung von aktuellen Geschehnissen in Ihrem Bereich inspirieren.

**Seien Sie originell:** Kopieren Sie nicht andere Websites. Schreiben Sie über einzigartige Themen, die Ihre Leser interessieren. So können Sie Ihre Website am einfachsten herausstechen lassen.

**Produzieren Sie hochwertige Inhalte:** Wenn Sie Content einkaufen, dann erwarten Sie nicht, dass er einzigartig ist. Gut geschriebener Content eines Experten ist nie schlecht. Oder Sie werden selbst tätig, wenn Sie sich gut genug auskennen.

**Content muss zugänglich sein:** Verstecken Sie wichtige Sektionen Ihrer Website nicht, sonst gelangen Nutzer nur schwer dorthin. Bieten Sie den Besuchern eine einfache Navigation zu den wichtigsten Seiten. Präsentieren Sie Inhalte wertig.

**Keywords angemessen nutzen:** Nutzen Sie die Keywords, die Ihre Leser verwenden. Übertreiben Sie es nicht, gehen Sie aber auch nicht zu sparsam mit Keywords um. Es wird sehr schwierig sein, unter Suchbegriffen gelistet zu werden, die Sie selbst kaum auf Ihrer Site verwenden.

## Google Panda und Pinguin

Hat Ihnen Panda oder Pinguin geschadet? Lesen Sie, woran es liegen könnte.

Googles Panda- und Pinguin-Updates sind Algorithmen, die sicherstellen sollen, dass der Nutzer nur die für ihn interessantesten und hochwertigsten Inhalte sieht. Die Updates stufen das Ranking von Websites herunter, die gegen Googles Richtlinien verstoßen. So will Google die Suchergebnisse verbessern. Je nach Anzahl und Schwere der Verstöße kann es sein, dass eine Website komplett aus den SERPs verschwindet. Der Unterschied zwischen Panda und Pinguin ist, dass sie auf verschiedene Bereiche abzielen. Pinguin spürt qualitativ minderwertige Links auf, die auf eine Website führen. In der Vergangenheit haben SEO-Agenturen als Quick-Win-Taktik massenweise Links eingekauft, um ein Website-Ranking zu verbessern. Das führte zu einer Menge abgestrafter Websites seit dem Pinguin-Release im Jahre 2012. Googles Panda-Update zielt auf Websites mit qua-



litativ minderwertigem Content. Panda verschlechtert das Ranking solcher Websites, damit andere Websites mit besserem Content weiter oben in den SERPs landen. Wenn Sie glauben, dass Ihre Website von Panda getroffen wurde, dann schauen Sie auf die verschiedenen Veröffentlichungstermine der Updates. Wenn Sie parallel Ihren Traffic in Google Analytics betrachten, dann sehen Sie Einbrüche, die sich auf eines der Updates zurückführen lassen.



# 10 Fehler, die Sie vermeiden sollten

Eine technisch saubere Website ist der Schlüssel für eine erfolgreiche SEO-Kampagne. Hier sind einige Fehler, die Sie besser vermeiden.

## 01 Fehlende Sitemap

Eine Sitemap ist eine XML-Datei, die Suchmaschinen einen Überblick über die Website liefert und ihnen hilft, die eigene Website im Vergleich zu anderen einzuordnen. Mit einer Sitemap kann ein Bot eine Website besser und schneller indexieren. Auch wenn eine Sitemap keine Erfolgsgarantie ist, ist sie dennoch ein schnell und einfach zu erstellendes Element, das sich positiv auswirkt.



## 02 Canonical Domain Check negativ

Wenn eine Website einen Canonical Domain Check nicht besteht, ist sie wahrscheinlich über mehrere URLs erreichbar. Verschiedene URLs, die dieselben Inhalte laden, sorgen eigentlich immer für Probleme. Eingehende Links verlieren ihre Wertigkeit, das Gleiche gilt für den SEO-Wert der Website. Eine Lösung wäre, ein Canonical-Tag zu setzen oder mit 301-Umleitungen zu arbeiten, um Duplicate Content zu vermeiden.



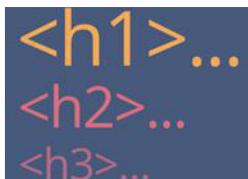
## 03 Hohe Ladezeiten

Auch wenn Breitband-Anschlüsse immer landläufiger sind, so hat Google im Jahre 2010 bekanntgegeben, dass auch Ladezeiten im Algorithmus berücksichtigt werden, denn Wartezeiten sind ein Problem sowohl für Desktop- als auch für Mobile-Anwender. Mit Googles Tool PageSpeed Insights können Sie jede Website analysieren und Gründe für hohe Ladezeiten finden. Gängige Lösungen sind, aufwendige Skripte zu eliminieren, Browser-Caching und Bildergrößen zu optimieren, Daten zu komprimieren sowie Code zu entschlacken.



## 04 Keine Header-Tags

Tags wie `<h1>`, `<h2>` und `<h3>` geben Inhalten Struktur und helfen Suchmaschinen bei der Gewichtung von Content. Suchmaschinen nutzen Header-Tags, um Inhalte einzuordnen. Ein fehlerhafter Einsatz kann also für Verwirrung sorgen. Am wichtigsten ist es, dass das `<h1>`-Tag das Thema einer Seite und die wichtigsten Keywords beinhaltet. Unterthemen sollten mit `<h2>` oder `<h3>` ausgezeichnet werden.



## 05 Fehlendes „Alt“-Attribut

Suchmaschinen können Bilder nicht interpretieren, darum ist es unabdingbar, jeweils eine passende Beschreibung im „Alt“-Attribut zu ergänzen. So können auch Suchmaschinen etwas mit Abbildungen anfangen. Zudem ist dies eine gute Möglichkeit, die Relevanz und Keyword-Dichte einer Webseite zu erhöhen. Ein gängiger Fehler ist, bei der Beschreibung des Bildes zu vage zu bleiben. So könnten Sie statt „Blaue Turnschuhe“ auch „Limitierte Sonderedition eines Markenschuhs mit weiteren farblichen Merkmalen“ schreiben.



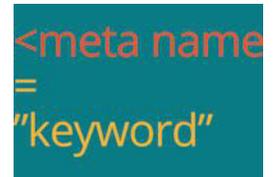
## 06 Schlechte Metadaten

Title-Tags üben weiterhin einen großen Einfluss auf den „On-Page“-SEO-Erfolg aus. Die Tags sieht der Leser zuerst, wenn er sich die Suchmaschinenergebnisse anschaut. Also sollten die Tags aussagekräftig, kurz und bündig sein (maximal 70 Zeichen). Dazu müssen Tags passend zum Thema der jeweiligen Webseite keywordoptimiert sein. Eine gute Meta-Description ist auch wichtig, da sie Nutzer zu einem Klick auf Ihre Website animieren kann.



## 07 Keyword-Spam

Der überlegte Einsatz von Keywords im Text ist eine Herausforderung für jeden Texter. Wird der Einsatz der oder des Keywords übertrieben, wirkt die Webseite „spammy“. Wird das Keyword zu selten genutzt, hat die Suchmaschine womöglich Probleme, die Website einzuordnen. Die Lösung ist, eine gesunde Anzahl von Synonymen für das oder die Keywords bereitzuhalten und diese in eine gut geschriebene Struktur einzubetten.



## 08 Inhalts-Dubletten

Dubletten sind ein gängiger Fehler, gerade auf großen (E-Commerce-)Websites mit vielen Produktlisten. Das führt zu Problemen, wenn man sich dessen nicht annimmt. Duplicate Content kann etwa auftreten, wenn Filter auf Produktlisten angewendet werden oder wenn es viele kleine Variationen bei einem Produkt gibt. Die Lösung wäre ein Canonical-Tag für die Dubletten auf die Originalseite – diese wird sich dann über den gesamten SEO-Fokus freuen.



## 09 Minderwertige Links

Eingehende Links sind einer der wichtigsten „Off-Page“-Indikatoren für das Ranking. Die Qualität der verlinkenden Website ist hier ausschlaggebend. Die besten Links kommen dabei von angesehenen Websites aus demselben Bereich, mit ähnlichen Inhalten auf der linkenden Seite wie auf der Zielwebsite. Auch wenn es schwer ist, an solche Links zu kommen: Einer davon ist mehr wert als Hunderte von Links von minderwertigen Seiten.



## 10 Generische Anker-Textlinks

Ankertexte sind die anklickbaren Texte eines Links auf einer Seite. Wenn eine Website gecrawlt wird, dann verwendet der Bot diese Ankertexte, um die Inhalte hinter dem Link zu bewerten. Generische Texte für interne Links wie etwa „Hier klicken“ sind vergebene SEO-Chancen. Der Ankertext sollte die relevanten Keywords enthalten, unter denen eine Seite ranken soll. Doch übertreiben Sie es auch hier nicht.



## Sitzungen

Google hat vor einiger Zeit Besuche (Visits) in Sitzungen (Sessions) umbenannt. Nehmen Sie diesen Wert, um ein Gefühl für die Anzahl Ihrer Leser zu bekommen.

## Seiten pro Besuch

Wie interessant ist Ihre Website? „Seiten pro Besuch“ gibt einen Durchschnittswert dafür an, wie viele Seiten sich ein Besucher anschaut.

## Conversions

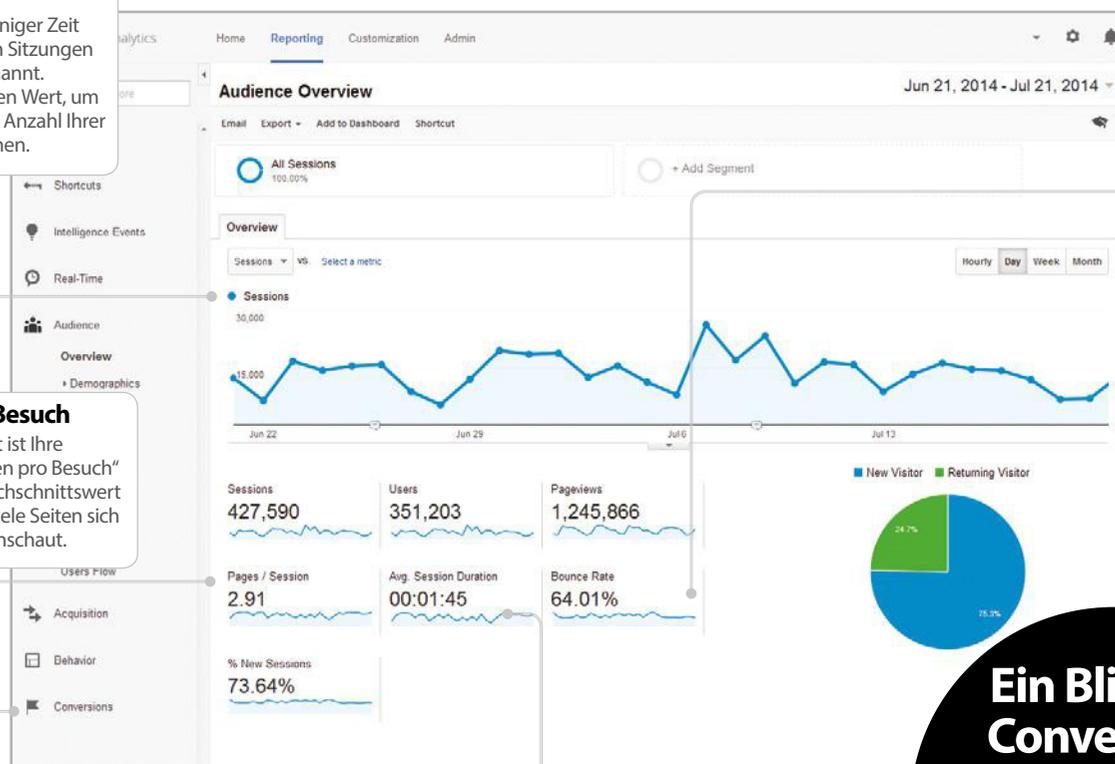
Conversions sind Ziele, die sich der Webmaster setzt. Ein Beispiel wäre, wie oft Nutzer beim Impressum landen oder einen Kauf tätigen sollen.

## Durchschnittliche Sitzungsdauer

Wie lange bleiben Ihre Besucher? Die durchschnittliche Sitzungsdauer gibt an, wie viel Zeit ein Nutzer im Schnitt auf der Website verbringt.

## Absprungrate

Kommen die Besucher weiter als nur bis zur Landing-Page? Die Absprungrate gibt in Prozent an, wie viele Nutzer sich nur eine Seite angeschaut haben, bevor sie wieder weg waren.



## Ein Blick auf Conversions

Nutzen Sie Google Analytics optimal, indem Sie mehr tun, als nur Statistiken zu studieren. Mit Analytics können Sie Zielsetzungen aufstellen und anschließend auswerten, wie erfolgreich Sie diese erreichen. Messen Sie beispielsweise Interaktionen anhand von Video-Aufrufen oder Downloads.

# Google Analytics

**D**ie Zahlen hinter Ihrer Website zu verstehen, ist essenziell, um den SEO-Erfolg Ihrer Seite bewerten und optimieren zu können. Sie können Google Analytics (GA) einsetzen, um zu sehen, wie gut aktueller Content performt oder wie sich Ihr Traffic im Detail zusammensetzt. GA hilft auch dabei, weitere Verbesserungsmaßnahmen zu bestimmen. Eine Website mit hoher Absprungrate deutet auf wenig Interesse des Nutzers hin – das Ranking wird fallen. Das könnte an minderwertigem Content liegen oder an einer niedrigen Relevanz der Website, die auf Ihre verlinkt hat. Wenn Nutzer gekommen sind, um sich über Skateboards zu informieren, und Sie bieten ihnen nur Fahrräder, dann werden die Leser schnell verschwinden. Stellen Sie sicher, dass Links fremder Quellen auf die relevanten Seiten Ihrer Website führen, so können Sie Absprungraten minimieren und die Interaktionen der Nutzer erhöhen. Backlinks sind ein Schlüsselfaktor für das Ranking im Google-Algorithmus. Auch wenn die

„Backlinks sind ein Schlüsselfaktor für das Ranking im Google-Algorithmus. Auch wenn die Bedeutung in den letzten Jahren nachgelassen hat, lohnt es sich aus SEO-Sicht, sie zu analysieren.“

Bedeutung in den jüngsten Jahren nachgelassen hat, lohnt es sich aus SEO-Sicht, sie zu analysieren. Tools wie MajesticSEO, Ahrefs und Web Master Tools zeigen Ihnen Ihr Backlink-Profil. Sie geben an, wer auf Sie verlinkt hat und welche Seiten am häufigsten verlinkt werden, und liefert noch andere nützliche Daten. Kombinieren Sie dies mit den organischen Traffic-Daten aus GA, bekommen Sie ein Gefühl dafür, wie Backlinks sich auf Ihre Website und Ihr Ranking auswirken. Links von hochwertigen und relevanten Websites sind

ausschlaggebend. Sie sehen wahrscheinlich einen Traffic-Anstieg sowie ein verbessertes Ranking in den SERPs. Doch Traffic-Volumen ist nicht alles, wichtiger ist die Traffic-Qualität. Schauen Sie also, dass die Backlink-Qualität nicht zulasten der Backlink-Quantität geht. Links lediglich um der Links willen zu setzen, könnte zu einer Penguin-Abstrafung führen. Nehmen Sie davon Abstand. Ein guter Backlink ist in der Regel eine relevante und logische Verknüpfung zwischen zwei Seiten.

# Bessere Zahlen

## Sitzungen

Der beste Weg, die Anzahl der Sitzungen zu erhöhen, ist über das Ranking. Wenn Ihre Website zuerst in den SERPs erscheint, dann liegt der CTR-Wert (click through rate) bei rund 33 %. Die Bedeutung des Rankings wird deutlich, wenn man sich einen CTR-Wert von rund 2 % für ein Ranking auf Platz 10 vor Augen führt.

Es gibt verschiedene Wege, ein Ranking für einen Suchbegriff zu verbessern. Am einfachsten und vielversprechendsten ist es, Inhalte zu erstellen und Backlinks aufzubauen, die auf diesen Begriff abzielen.

## Ladezeiten

Der beste Weg, die Anzahl der Sitzungen zu erhöhen, ist über das Ranking. Wenn Ihre Website zuerst in den SERPs erscheint, dann liegt der CTR-Wert (click through rate) bei rund 33 %. Die Bedeutung des Rankings wird deutlich, wenn man sich einen CTR-Wert von rund 2 % für ein Ranking auf Platz 10 vor Augen führt.

Es gibt verschiedene Wege, ein Ranking für einen Suchbegriff zu verbessern. Am einfachsten und vielversprechendsten ist es, Inhalte zu erstellen und Backlinks aufzubauen, die auf diesen Begriff abzielen.

## Absprungrate

Die Absprungrate zeigt in Prozent an, wie viele Nutzer sich lediglich eine Seite angeschaut haben.

Eine hohe Absprungrate ist schwerwiegend, schließlich signalisiert sie wenig Nutzerinteraktion. Zudem ist sie ein deutliches Zeichen für eine qualitativ minderwertige Website. Die Aufgabe, die Absprungrate Ihrer Leser zu verringern, kann abschreckend sein. Doch es gibt einfache Schritte, die Sie unternehmen können. Zuerst sollten Sie die Qualität der Landing-Pages erhöhen. Sind sie interessant genug? Dann können Sie interne Links zwischen ähnlichen oder verwandten Themen oder Seiten setzen. So sorgen Sie gleichzeitig für eine einfache Navigation für den Nutzer.

## Conversions

Conversions sind Ziele, die sich ein Website-Betreiber setzen kann. Sie können GA anweisen, bestimmte Nutzerereignisse zu beobachten. Das kann sein: Zugriffe auf Produktseiten, das Ausfüllen von Formularen, Registrierungen und mehr. CRO (conversion rate optimisation) beschreibt Maßnahmen, die Conversions zu erhöhen. Es geht dabei um den Prozentwert der Conversions – nicht um die absolute Anzahl der dafür verantwortlichen Besucher. Würde der Prozentwert steigen, wenn auf dem abschließenden Button eines Kontaktformulars nicht „Abschicken“, sondern „Anfragen“ stehen würde? Mit dem zu Google Analytics gehörigen Tool „Experiments“ können Sie das herausfinden. Das Feature lässt Sie beobachten, wie sich einzelne Veränderungen auf die Conversions niederschlagen.



# Nützliches

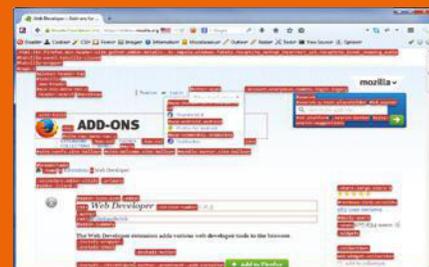
Es gibt viele Tools, um SEO-freundliche Websites zu erstellen. Hier ist eine Auswahl der nützlichsten Quellen.



## The Beginners Guide to SEO

[moz.com/beginners-guide-to-seo](https://moz.com/beginners-guide-to-seo)

Dieser Guide kommt von der Firma Moz. Er bietet einen guten Einstieg in die Basics. Vieles ist dabei: Hintergrundwissen und Empfehlungen sowie Tipps für botfreundliches Website-Design, für gut zu crawlende Strukturen, für die Keyword-Recherche und für optimalen Link-Aufbau.



## Web Developer Toolbar

[chrispederick.com/work/web-developer](https://chrispederick.com/work/web-developer)

Die Gratis-Toolbar für Firefox und Chrome vereint viele nützliche Tools für Webdesigner und SEO-Experten. Attribute von Elementen lassen sich schnell anzeigen. Dazu kommt auf Wunsch Hilfe bei Bildern, CSS und JavaScript.



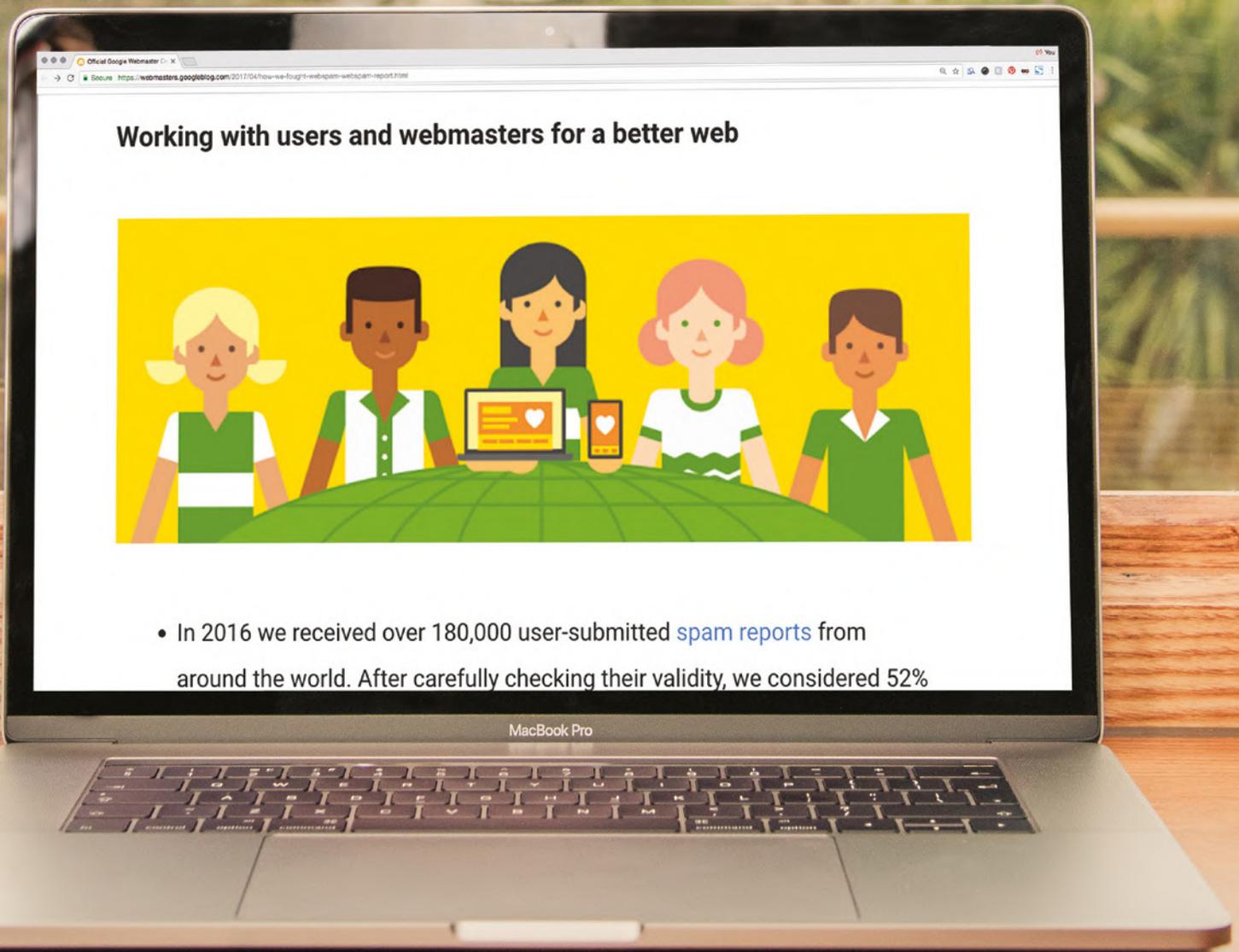
## Google Keyword Planner

[adwords.google.co.uk/KeywordPlanner](https://adwords.google.co.uk/KeywordPlanner)

Es ist wichtig, die Suchbegriffe einzusetzen, die auch Ihre Leser verwenden, um Inhalte zu finden. Der Keyword Planner zeigt Ihnen an, wie viele Personen ungefähr auf monatlicher Basis einen bestimmten Suchbegriff bei Google eingeben.

## So holen Sie mehr Besucher auf Ihre Website

Es ist essenziell zu wissen, wonach Suchmaschinen Ausschau halten und wie Sie letztendlich das Ranking Ihrer Website verbessern können.



**S**earch Engine Optimization (SEO) bedeutet, seine Website so suchmaschinenfreundlich wie möglich zu gestalten. Finden Nutzer häufig gesuchte Begriffe auf Ihren Seiten, wandert die Website in der Suchmaschinenergebnisliste stetig nach oben. Die Listen lassen sich mit Geldzahlungen nicht beeinflussen, sondern werden organisch erstellt – das Resultat ist eine Mischung aus Kompetenz, Relevanz und, mancher würde sagen, schwarzer Magie.

Natürlich gibt es immer wieder Leute, die in bestimmten SEO-Bereichen besser agieren als andere, zumal man sein Know-how stetig steigern, Zusammenhänge besser verstehen und so die SEO-Tauglichkeit seiner Website optimieren kann. Es bedarf Einfallsreichtum, Fleiß, Beharrlichkeit und Kreativität, um die oberen Plätze der Suchmaschinenlisten zu erreichen; insbesondere weil sich Algorithmen von Google und Co. ständig ändern und es daher schon viel Zeit beansprucht, überhaupt auf dem Laufenden zu bleiben.

Nachfolgend möchten wir Ihnen dabei helfen, ein besseres Verständnis dafür zu entwickeln, wie Suchmaschinen agieren und wie Sie letztendlich Ihr Website-Ranking verbessern können.

Wir beginnen mit dem, worauf es wirklich ankommt: Googles jüngsten Suchkriterien-Änderungen. Anschließend erstellen wir einen Workflow und arbeiten verschiedene Aufgaben ab.

## 01 On-Page-SEO ist unverzichtbar

Das Google-Ranking setzt sich aus über 200 Faktoren zusammen, On-Page-SEO spielt dabei eine Schlüsselrolle: Der Seiteninhalt darf nicht nur aus Verlinkungen bestehen, sondern muss original sein und dem Suchbegriff möglichst exakt entsprechen. Auch die Optimierung von Meta-Titeln oder den URLs ist ganz wichtig.



## 02 Vertrauen aufbauen

Die Click-Through-Rate der sogenannten SERP (Search Engine Results Page) kann einen enormen Einfluss auf das Ranking haben. Der effizienteste Weg, Klicks von echten Nutzern zu generieren, ist, das Webangebot ansprechend und klickwürdig zu gestalten. Wir empfehlen, User mithilfe der Meta-Tags sowie mit einer übersichtlichen Seitenstruktur zu gewinnen.

## 03 Achten Sie auf die technische SEO

Wenn Ihre Seite nicht für Mobilgeräte optimiert ist, wird sie wohl komplett aus den entsprechenden Suchergebnissen fliegen. Google hat zudem bestätigt, dass das Seitentempo im Ranking-Algorithmus verwendet wird. 4xx- und 5xx-Fehler wirken sich ebenfalls negativ auf die Indexierung Ihrer Website aus.

## 04 Nutzen Sie die Vorteile von Backlinks

Die Anzahl der Backlinks und verlinkten Domains ist nach wie vor ein wichtiges Ranking-Signal und

hat massiven Einfluss auf Ihr Ranking-Potenzial. Führen Sie Link-Audits durch, um gefährliche Verlinkungen zu erkennen und entfernen zu lassen. Um mehr Links mit hoher Autorität zu erhalten, können Sie versuchen, Links von Konkurrenzseiten für Ihre Website zu gewinnen.

## 05 Workflow erstellen

Aus den gewonnenen Erkenntnissen der Suchmaschinen-Algorithmen lässt sich ein Workflow erstellen, um eine Marketingstrategie aktiv umzusetzen. Zu dieser Strategie gehören: Ziele, Aktionen, Erkenntnisse und Berichte.

## 06 Eine gute Strategie beginnt mit Zielen

Wenn Sie eine klare Vorstellung davon haben, wo Sie hin wollen, ist es einfacher, dorthin zu gelangen.

### BAUMSTRUKTUR

Achten Sie darauf, dass Ihre wichtigsten Seiten von der Homepage aus erreichbar und in einer logischen, baumartigen Struktur angeordnet sind. Die Namen Ihrer URLs spiegeln auch die Struktur Ihrer Website wider.

```

1 <!DOCTYPE html>
2 <html class="google spa" dir="ltr" lang="en-GB">
3 <head>
4 <meta charset="utf-8">
5 <meta content="initial-scale=1, minimum-scale=1, width=device-width" name="viewport">
6 <title>
7 About Us | Google
8 </title>
9 <meta content=
10 "Google's mission is to organise the world's information and make it universally accessible and usef
11 name="description">
12 <link href="//fonts.googleapis.com/css?family=Roboto:100,300,400,500,700&lang=en-GB" rel=
13 "stylesheet">
14 <link href="/about/assets/css/main.min.css" rel="stylesheet">
15 <script async defer src=
16 "//www.google.com/insights/consumersurveys/async_survey?site=zohcrlcvmavjct24cpw6ns7oy">
17 </script>
18 <meta content=
19 "Google's mission is to organise the world's information and make it universally accessible and usef
20 property="og:description">
21 <meta content="About Us | Google" property="og:title">
22 <meta content=
23 "https://lh3.googleusercontent.com/Jr961DhWvsqwfjxUHxCNPcqlRjRlmbypIoItLqIDb6n2GYs9f-KlwTBFbkyLRO1
24 property="og:image">
25 <meta content="600" property="og:image:width">
26 <meta content="315" property="og:image:height">
27 <meta content="website" property="og:type">
28 <meta content="//www.google.com/intl/en-GB/about/" property="og:url">
29 <meta content="summary_large_image" name="twitter:card">
30 <meta content="@google" name="twitter:site">
31 <meta content="About Us | Google" name="twitter:title">
32 <meta content=

```



### Oben links

Die Meta-Infos werden aus dem Seiten Quellcode gezogen, wobei Felder wie Meta-Titel, Beschreibungen, Header und Image-Alts hervorgehoben werden.

### Oben rechts

Suchmaschinen-Ergebnisse sollten detaillierte Meta-Beschreibungen enthalten, um Vertrauen zu generieren und somit zum Klicken aufzufordern.

### Links

Führen Sie regelmäßige Link-Audits durch, um unerwünschte Links abzulehnen. Dies wird Ihnen dabei helfen, Strafen zu vermeiden.

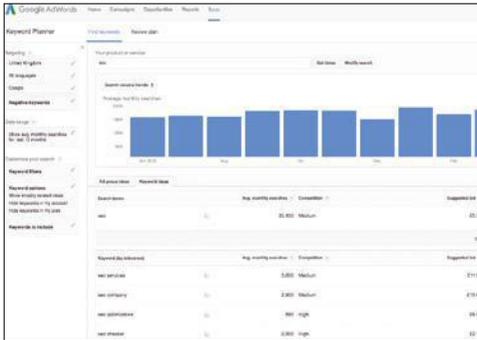
# SEO verstehen



gen. Sobald Sie Ihre Ziele festgelegt haben, erstellen Sie mithilfe der SMART-Zielplanung eine Ziel- und Ereignisverfolgung in Google Tag Manager und Analytics.

## 07 Lenken Sie die Webseitenreise Ihrer Kunden

Einer der wichtigsten Punkte beim Aufbau einer SEO-Marketingstrategie ist die Empathie für Ihr Publikum. Erst wenn Sie nachvollziehen können, wonach Ihre Zielgruppe sucht, können Sie die



## USER-INTERAKTION FÖRDERN

Nachdem Sie Ihre Inhalte veröffentlicht haben, ist Ihr nächstes Ziel, die Leute dazu zu bringen, sich intensiv mit Ihrem Content zu beschäftigen. Versuchen Sie also, Kontakt zu Ihren Usern und vor allem zu Influencern aufzunehmen.

Benutzer effektiv erreichen und halten. Dirigieren Sie die Reise Ihres Kunden, indem Sie skizzieren, was er denkt: Wahrnehmung, Überlegung und Entscheidung.

## 08 Marketingkanäle

Erkennen Sie, welche Aktionen Ihr Kunde während seiner Reise durch Ihre Website tätigt und mit welchen Punkten er sich beschäftigt. Wichtig ist auch zu ergründen, was Ihr Kunde tut, wenn er sich eines Problems, das er vorfindet, bewusst wird. Verlässt er die Seite oder sucht er aktiv nach einer Lösung?

## 09 Keyword-Analyse

Bei den wichtigen Keywords hoch zu ranken, kann dem Traffic Ihrer Seite einen enormen Schub verleihen. Indem Sie die gefragtesten Keywords Ihres Marktes analysieren, können Sie nicht nur herausfinden, welche Begriffe und Phrasen Sie durch Ihre SEO abdecken, sondern auch mehr über Ihre Kundschaft erfahren. Es geht schließlich weniger darum, irgendwelche Besucher auf Ihre Website zu locken, sondern darum, die richtigen Kunden zu gewinnen.

## 10 Seien sie auffindbar

Suchmaschinen können Ihre Seiten nicht bewerten, wenn Sie diese nicht finden. Es ist extrem wichtig sicherzustellen, dass Suchmaschinen in der Lage sind, den Inhalt

Ihrer Website zu entdecken, und dass sie dies schnell und einfach tun können. Eine logische Seitenstruktur und die Verwendung der Attribute `rel=next` und `rel=prev` sind dabei sehr hilfreich.

## 11 XML-Sitemap und RSS-Feeds

Die XML-Sitemap hilft Bots bei der Suche und Indizierung von Inhalten. Halten Sie die Sitemap aktuell und fügen Sie diese auch den Webmaster-Tools hinzu. RSS-Feeds sind eine weitere Möglichkeit, Suchmaschinen über neue Inhalte zu informieren.

## 12 Panda beherrschen

Googles Panda-Ranking-Algorithmus-Update sortiert Seiten mit qualitativ minderwertigen Inhalten aus. Verbessern Sie die Qualität, indem Sie Ihre Markenbotschaften überarbeiten und auf Ihre Zielgruppe zuschneiden. Erstellen Sie nützliche, informative Inhalte und präsentieren Sie diese in ansprechender Form.

## 13 Kanonisierung richtig nutzen

Kanonisierung ist eine Möglichkeit, Suchmaschinen mitzuteilen, welche Seite als primäre Version behandelt werden soll, wenn mehrere URLs praktisch den gleichen Inhalt zurückgeben. So lässt sich die interne Vervielfältigung von Inhalten auf Ihrer Website vermeiden. Markieren Sie Canonical-Seiten mit dem Attribut `rel=canonical`.

## 14 Nutzererfahrung und Engagement verbessern

UX-bezogene Kennziffern, etwa die Geschwindigkeit der Website, die Mobilitätsfreundlichkeit und das HTTPS-Protokoll, haben ihren Weg in Googles



### Oben links

Das Google-Panda-Algorithmus-Update hatte einen großen Einfluss auf die Inhalte und deren Erstellung.

### Oben rechts

Googles Penguin-Update wirkte sich sehr auf Verlinkungen aus – halten Sie Ihre Seite sauber.

### Rechts

Mit aussagekräftigen Inhalten können Sie in organischen Suchergebnissen erscheinen – kostenlos.



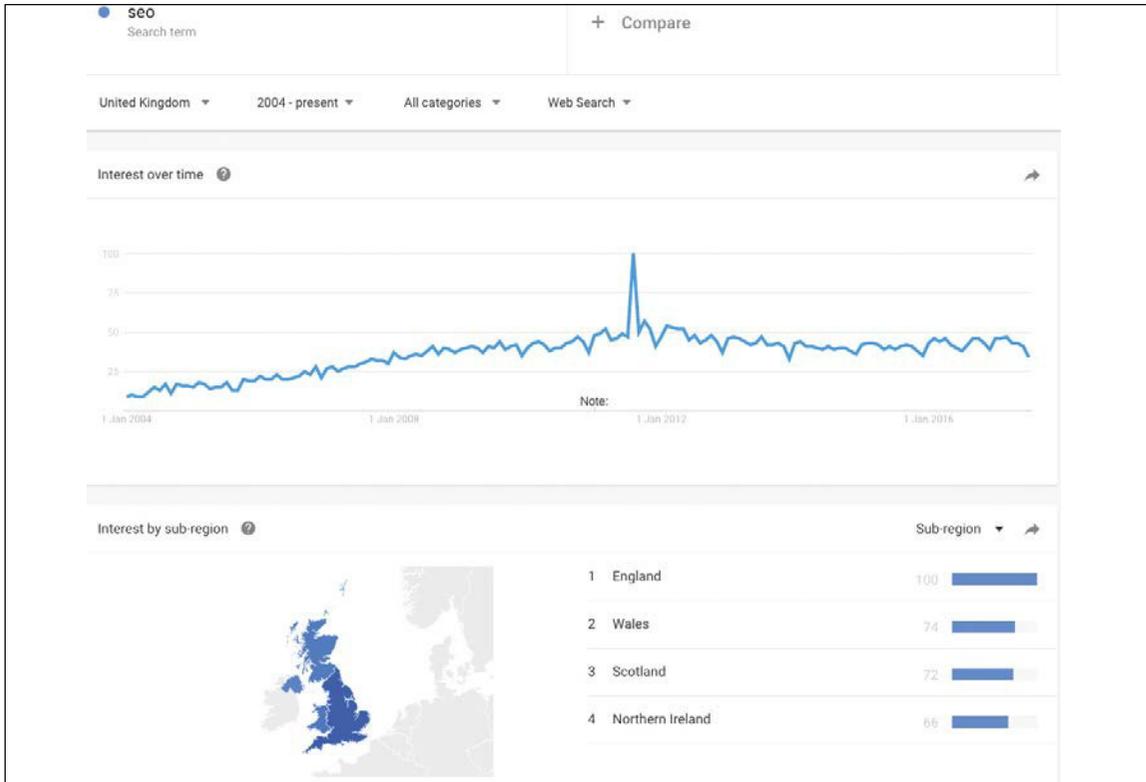
Das Bild zeigt eine Google-Suchergebnisseite für die Suchanfrage 'Wie macht man Pancakes?'. Die Suchergebnisse sind unter der Überschrift 'Für einen Pancake-Teig benötigen Sie diese Zutaten' aufgelistet:

1. Mehl.
2. Backpulver.
3. Natron nach Belieben.
4. Eier.
5. Zucker.
6. Salz.
7. Milch oder Buttermilch.
8. Butter oder Butterschmalz zum Ausbacken.

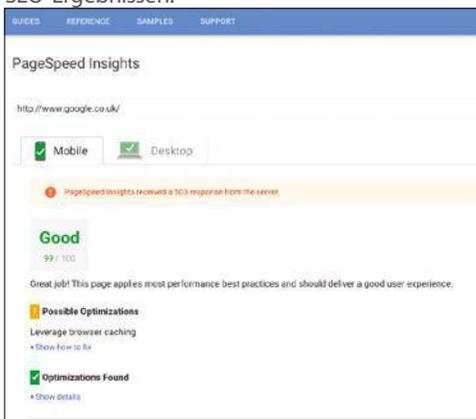
Unter der Liste ist ein Link zu einem Rezept: **Pancake-Rezepte: Fluffig, saftig, lecker - [ESSEN UND TRINKEN]** mit der URL <https://www.essen-und-trinken.de/.../84606-rtkl-pancake-rezepte-fluffig-saftig-lecker>

# Tipps für die Keyword-Suche

Starten Sie Ihre Keyword-Suche mit einem Brainstorming, um Begriffe zu finden, die auf Ihre Zielgruppe hin ausgerichtet sind. Sie können dazu ein kostenloses Tool wie AdWords nutzen. Als nächstes sollten Sie Synonyme für die ausgewählten Keywords suchen, etwa auf [synonyme.de](http://synonyme.de). Lohnenswert sind auch Besuche auf [ubersuggest.io](http://ubersuggest.io), wo sich Googles Autofill-Vorschläge anzeigen lassen und auf [de.quora.com](http://de.quora.com). Hier sehen Sie, welche Worte innerhalb einer bestimmten Community verwendet werden. Vergessen Sie überdies nicht sich Konkurrenzseiten anzuschauen und Google Trends zu nutzen, um die Entwicklung bestimmter Keywords zu analysieren.



Ranking-Algorithmus gefunden. Das Streben nach höherem Engagement und steigenden Klickraten führt tendenziell auch zu besseren SEO-Ergebnissen.



## 15 Social Media nutzen

Ihre Posts auf Social-Media-Plattformen können es in die organischen Suchergebnisse von Google schaffen, was zusätzlichen Traffic generiert. Statten Sie Ihre Website daher mit einfach zu teilenden Links zu sozialen Netzwerken aus. Schaffen Sie auch Anreize, um positive Rezensionen zu erhalten.

## 16 Liefern Sie Antworten

Eine „Rich Answer“ ist ein kurzer Seitenauszug, der die Antwort auf eine Suchanfrage enthält.

Rich-Answer-Seiten erscheinen über den anderen Suchergebnissen. Jede Seite hat die Chance, dafür ausgewählt zu werden. Identifizieren Sie Fragen, die Sie auf Ihrer Website beantworten könnten, um Ihre Chancen zu erhöhen.

## 17 Nutzen Sie „Schema Markup“

Sogenanntes „Schema Markup“ kennzeichnet Entitäten (Personen, Produkte, Ereignisse) im Seiteninhalt. Obwohl dies keine Auswirkung auf Ihr Ranking hat, hilft es Suchmaschinen, Ihre Inhalte besser zu interpretieren und zu gewichten.

```
</div>
Product description:
<span itemprop="description">0.7 cubic feet countertop microwave. Has six preset cooking categories and convenience features like Add-a-Minute and Child Lock.</span>
Customer reviews:
<div itemprop="review" itemscope itemtype="http://schema.org/Review">
<span itemprop="name">Not a happy camper</span> -
by <span itemprop="author">Kelliw</span>
<meta itemprop="datePublished" content="2011-04-01">April 1, 2011
<div itemprop="reviewRating" itemscope itemtype="http://schema.org/Rating">
<meta itemprop="worstRating" content = "1">
<span itemprop="ratingValue">1</span>
<span itemprop="bestRating">5</span>stars
</div>
<span itemprop="description">The lamp burned out and now I have to replace it. </span>
</div>
<div itemprop="review" itemscope itemtype="http://schema.org/Review">
<span itemprop="name">Value purchase</span> -
by <span itemprop="author">Klocan</span>
<meta itemprop="datePublished" content="2011-03-25">March 25, 2011
<div itemprop="reviewRating" itemscope itemtype="http://schema.org/Rating">
<meta itemprop="worstRating" content = "1"/>
<span itemprop="ratingValue">4</span>
<span itemprop="bestRating">5</span>stars
</div>
<span itemprop="description">Great microwave for the price. It is small and fits in my apartment.</span>
</div>
...

```

## 18 Bekämpfen Sie Penguin

Googles Penguin-Ranking-Algorithmus-Update erkennt künstliche Backlink-Muster und bestraft

Websites, die gegen Googles Qualitätsrichtlinien verstoßen. Lassen Sie Ihre Backlink-Profile natürlich aussehen – indem andere Seiten Ihre Inhalte zitieren, teilen oder darauf verweisen.

## 19 Überprüfen Sie Ihren SEO-Plan

Gutes Marketing zielt nicht darauf ab, alle Menschen zu erreichen, sondern mit spezifischen Zielgruppen in Kontakt zu treten. Definieren Sie diese Zielgruppen, indem Sie Ihren Google-My-Business-Eintrag (G+) optimieren und Anreize für positive Bewertungen schaffen.

## 20 Berichte erstellen

Erfolgsmessung ist ein unverzichtbarer Bestandteil aller Marketingaktivitäten. Letztlich muss sich jeder Bericht auf Ihre Leistungskennzahlen konzentrieren. Führen Sie regelmäßig Messungen durch (zum Beispiel mit Google Analytics), um wichtige Erkenntnisse zu gewinnen.

## 21 Worauf ist zu achten?

Erwägen Sie aus SEO-Gründen die Implementierung von AMP (Accelerated Mobile Pages), einer Google-Initiative zur Entwicklung eines benutzerfreundlicheren mobilen Webs. Setzen Sie auch auf HTTP/2, ein neues Netzwerkprotokoll, das das veraltete HTTP/1.1 ersetzen soll. Ein verbesserter Website-Speed dürfte für einen Ranking-Boost sorgen.

## Google Analytics hilft Ihnen, Ihre Leser kennenzulernen

Ziehen Sie Nutzen aus der Analyse Ihres Traffics.

**A**uch wenn Sie sich noch so viel Mühe mit der Gestaltung Ihrer Website geben und Ihre Inhalte noch so lesenswert sind, ist es immer von Vorteil, wenn Sie wissen, welche Seiten Ihre Besucher am meisten interessieren. Das hilft Ihnen bei der zukünftigen Schwerpunktsetzung.

Es gibt mehrere Dienste, die damit werben, Ihren Traffic analysieren zu können, doch der am meisten anerkannte Service ist Google Analytics. Der Google-Dienst zeigt Ihnen im Detail, welche Bereiche Ihrer Website erfolgreich sind und wo Sie vielleicht noch

nachbessern sollten. Sie können alle möglichen Aspekte Ihrer Website überwachen, vom Einwirken sozialer Netzwerke über Mobil-Zugriffe bis hin zu allgemeinen Infos wie Besucherstatistiken.

In der Basisversion ist Google Analytics kostenlos, und diese Fassung deckt bereits die meisten

Features ab, die Webmaster benötigen. Sollten Sie weiteren Bedarf an Analyse-Tools haben, sind diverse Premium-Optionen verfügbar. In diesem Tutorial erfahren Sie, wie Sie Google Analytics einrichten und Sie die Möglichkeiten des Dienstes zu Ihrem Vorteil nutzen können.

„Die Basisversion deckt die meisten Features ab, die Webmaster benötigen.“

### Hochanalytisch

Statistiken und Infos satt

#### Besucherzahlen

Diese Kurve zeigt, wie gut Ihre Website besucht ist. Sie sehen direkt, ob das Publikum wächst oder die Leser eher das Interesse verlieren.

#### ZIELE SETZEN

Wenn Sie eine Website bauen, sollten Sie sich Ziele setzen: Wo soll sich Ihre Seite positionieren? Wie bekannt soll sie werden? Google Analytics bietet dafür Optionen: Sie können sich beispielsweise das Ziel setzen, dass Besucher durchschnittlich 60 Sekunden bleiben sollen. Ein anderes Ziel könnte die tägliche Anzahl der Besucher betreffen. Der Analytics-Dienst wird Ihre Statistiken automatisch prüfen und Sie auf dem Laufenden halten.

Sind Ziele eingestellt, sehen Sie Ihren Fortschritt anhand einer Kurve, die Ihnen die Quote Ihrer Zielerfüllung anzeigt. Die Werkzeuge von Analytics sind zwar sehr einfach gehalten, sie geben Ihnen aber dennoch die Möglichkeit, Ihre Website zu verbessern. Ziele gehören zu den wichtigsten Elementen von Google Analytics.

#### Individualisieren

Sie können maßgeschneiderte Berichte erstellen und Widgets auf dem Dashboard ablegen, um die Analysen anzupassen. Der Dienst ist flexibel und arbeitet sehr genau.

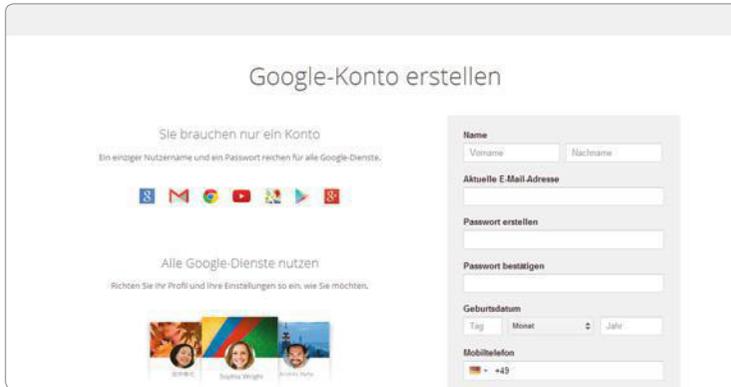
#### Zeit zählt

Die durchschnittliche Besuchsdauer zeigt, wie interessiert die Besucher an Ihrem Content sind: je höher, desto besser. Behalten Sie den Wert im Auge.

#### Mobile ist wichtig

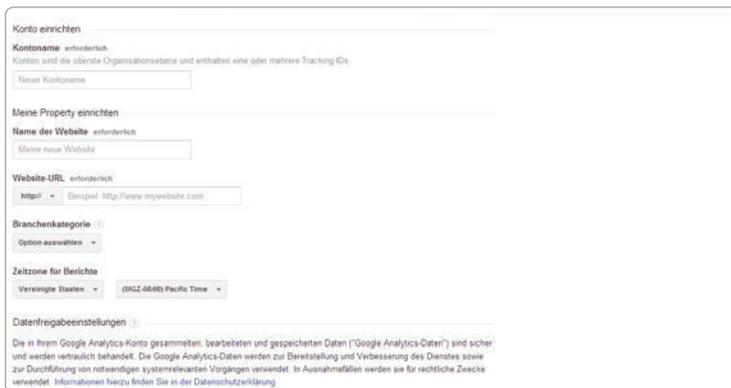
Die Mobile-Statistiken werden täglich wichtiger, da Nutzer immer häufiger Smartphones und Tablets zum Surfen verwenden. Ihre Website sollte daher auch auf Mobilgeräten gut funktionieren.





## 01 Der erste Schritt

Öffnen Sie [www.google.com/analytics](http://www.google.com/analytics). Besitzen Sie kein Google-Konto, müssen Sie eines anlegen. Wählen Sie „Konto erstellen“, füllen Sie alle Felder aus – inklusive eines möglichst sicheren Passworts – und bestätigen Sie Ihre Eingaben.



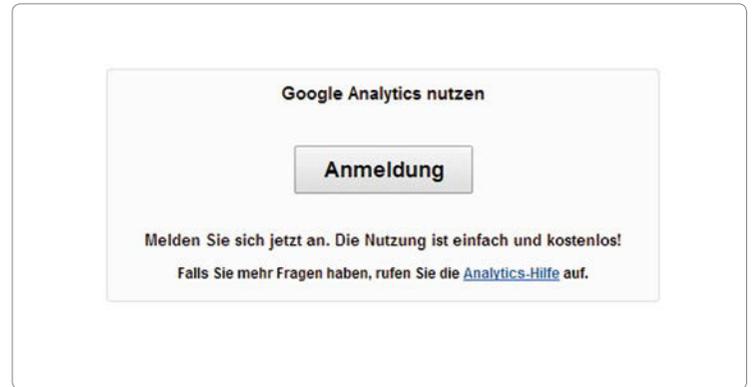
## 03 Setup starten

Vergeben Sie einen passenden Kontonamen und tragen Sie die URL zu Ihrer Website ein. Wählen Sie die Google-Datenfreigaben nach Wunsch und rufen Sie Ihre Tracking-ID ab.



## 05 Code nutzen

Kopieren Sie den Tracking-Code von der Google-Webseite in Ihre eigene Seite. Nach dem erfolgreichen Speichern sollte auf der oberen Bildschirmhälfte ein entsprechender Hinweis erscheinen.



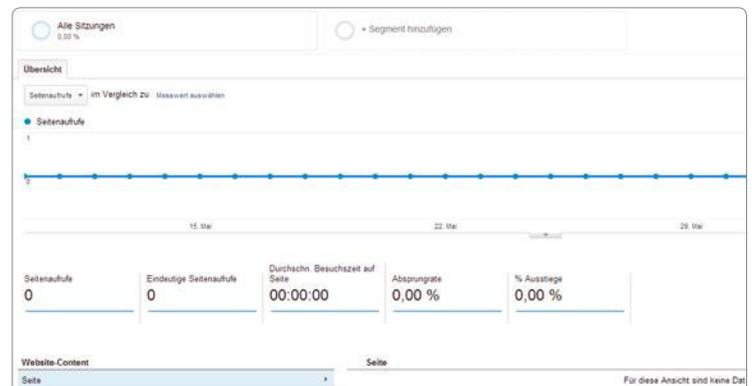
## 02 Der zweite Schritt

Melden Sie sich mit Ihrem Google-Konto bei Google Analytics an. Wählen Sie „Anmeldung“ und klicken Sie auf „Weiter“. Nun benötigt Google Angaben zu Ihrer Website.



## 04 Zeit zum Springen

Nun muss der Google-Analytics-Code in Ihre Website eingebaut werden. Je nach Dienst und Anbieter – beispielsweise WordPress – kann es zu Unterschieden bei der Handhabung kommen.



## 06 Kein Traffic

Klicken Sie auf die Startseite. Dort sehen Sie verschiedene Fenster, die alle 0 Hits anzeigen. Keine Panik: Es braucht etwas Zeit, bis der Traffic angezeigt wird. Warten Sie 48 Stunden, dann sollten erste Ergebnisse sichtbar sein.

# SEO verstehen



## 07 Ihre ersten Zahlen

Wenn Sie wiederkommen, sollten Sie die ersten Ausschläge in den Kurven sehen. Machen Sie sich ob niedriger Werte kein Kopfzerbrechen – erst nach einer Weile wird Analytics genauer. Nehmen Sie sich Zeit, um sich die Daten anzusehen.

## 08 Besuchercheck

Klicken Sie oben auf Besucher und eine neue Seite öffnet sich. Die oberste Kurve zeigt die täglichen Besucherzahlen, während die unteren Kästen Details wie verwendete Betriebssysteme und die Herkunft Ihrer Besucher anzeigen.

Browser	Sitzungen	% Sitzungen
1. Firefox	892	54,69 %
2. Internet Explorer	464	28,45 %
3. Chrome	118	7,23 %
4. Opera	93	5,70 %
5. Safari	49	3,00 %
6. Mozilla Compatible Agent	7	0,43 %
7. SeaMonkey	4	0,25 %
8. (not set)	1	0,06 %
9. Mozilla	1	0,06 %
10. Opera Mini	1	0,06 %

Bildschirmauflösung	Sitzungen	% Sitzungen
1. 768x1024	12	38,71 %
2. 320x480	11	35,48 %
3. 640x360	3	9,68 %
4. 1280x1024	1	3,23 %
5. 360x640	1	3,23 %
6. 800x1046	1	3,23 %
7. 980x568	1	3,23 %
8. 987x1395	1	3,23 %

## 09 Daten studieren

Es ist sinnvoll, die Browser-Statistiken zu prüfen. Diese zeigen, welche Browser Ihre Besucher verwenden. Stellen Sie sicher, dass Ihre Website in jedem Programm gut aussieht. Der Schwerpunkt liegt natürlich auf den Marktführern.

## 10 Bildschirmcheck

Sie können die Auflösung der Displays Ihrer Leser ermitteln. Dominieren geringe Auflösungen, sollten Sie Ihre Website für Mobilgeräte optimieren. Lassen Sie Ihre Seite skalieren oder nutzen Sie Plug-ins, um die mobile Variante automatisch anzeigen zu lassen.

Sitzungsdauer	Sitzungen
0-10 Sekunden	1.204
11-30 Sekunden	61
31-60 Sekunden	73
61-180 Sekunden	125
181-600 Sekunden	114
601-1800 Sekunden	34
1801+ Sekunden	20

Quelle/Medium	Sitzungen	Neue Sitzungen
1. (direct) / (none)	736 (45,13 %)	93,89
2. google / organic	572 (35,07 %)	97,90

## 11 Interesse erzeugen

Die durchschnittliche Besuchsdauer zeigt, wie lange die Leser bleiben. Sehr kurze Besuche werden als „Bounces“ registriert. Je höher der Durchschnittswert, desto interessanter ist Ihr Content für die Leser: ein guter Indikator.

## 12 Mehr Details

„Standardberichte > Besucherquellen“ zeigt, mit welchen Keywords Leser auf Ihre Website kommen. Dazu sehen Sie, wie viel direkter Traffic vorherrscht und wie viele Leser über Suchmaschinen kommen.

Quelle	Akquisition	
	Sitzungen	Neue Sitzungen %
	305	96,07
	<small>% des Gesamtwerts: 18,70 % (1.631)    Wechseldurchschnitt: 95,83 (0,18)</small>	
1. magnus.de	79 (25,90 %)	100,00
2. pcgo.de	61 (20,00 %)	98,36
3. google.de	32 (10,49 %)	100,00

### 13 Verweise

Schauen Sie unter „Verweise“, welche Seiten auf Ihre Website verlinken. So sehen Sie Traffic-Bringer und welche Seiten Ihren Content nur kopieren und zurück auf Sie verlinken. Unterbinden Sie dies nach Möglichkeit, da das nicht die feine Art ist.

Name der Benachrichtigung:

Übernehmen für: **www.pc-magazin.de** und  0 weitere Datenansichten

Zeitraum: **Tag**

E-Mail an mich senden, wenn diese Benachrichtigung ausgelöst wird

**Benachrichtigungsbedingungen**

Dies gilt für: **Alle Zugriffe**

Benachrichtigung senden, sobald: **Sitzungen**

Bedingung: **Ist weniger als**

Wert:

### 15 Benachrichtigungen

Sie können Benachrichtigungen unter dem Punkt „Radar-Ereignisse“ via „Übersicht, benutzerdefinierte Benachrichtigungen“ einstellen. So sagt Google etwa Bescheid, wenn Sie Traffic-Spitzen erzielen oder -Tiefpunkte erreichen.

**Benutzerdefinierten Bericht erstellen**

**Allgemeine Informationen**

Titel:

**Berichtinhalt**

Bericht-Tab

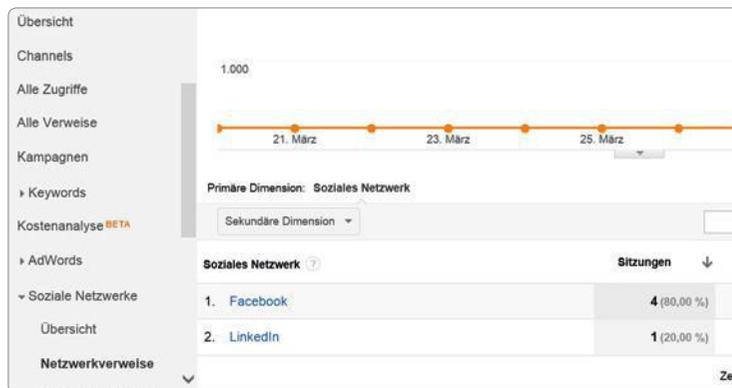
Name:

Typ: **Explorer**

Messwertgruppen

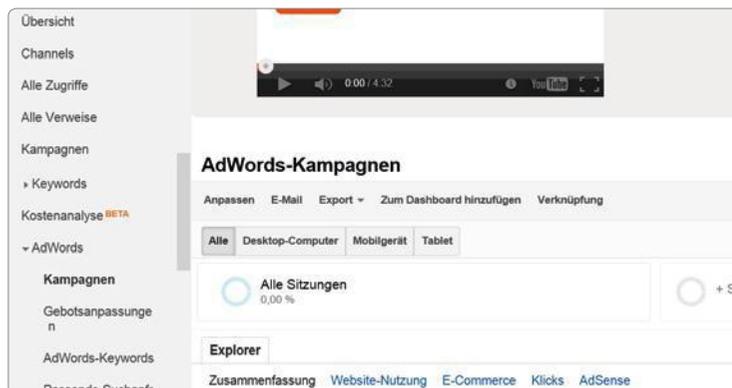
### 17 Benutzerdefinierte Berichte

Benutzerdefinierte Berichte können Ihnen ganz individuell Auskunft über Ihre Website und Ihre Zielerreichung geben. Sie können Berichte nach eigenem Gusto anfertigen lassen, um Ihren Traffic künftig effizienter analysieren zu können.



### 14 Soziale Netzwerke

„Soziale Netzwerke“ zeigt Ihnen Traffic aus sozialen Netzwerken an. So sehen Sie, wie effektiv Sie Facebook, Twitter & Co. verwenden. Es ist nicht allzu schwer, diese Zahlen zu steigern, damit sie einen ordentlichen Anteil am Traffic ausmachen.



### 16 Werbung

Google Analytics bietet auch detaillierte AdWords-Berichte. So sehen Sie, ob Ihr Geld gut angelegt ist oder nicht. Gut platzierte Werbung kann einen großen Unterschied beim Traffic ausmachen.

Bearbeiten E-Mail Export Zum Dashboard hinzufügen Verknüpfung

Alle Sitzungen 100,00 %

+ Segmen

Seiten-Drilldown

Seitenaufrufe im Vergleich zu Messwert auswählen

Tag Woch

• Seitenaufrufe

Export

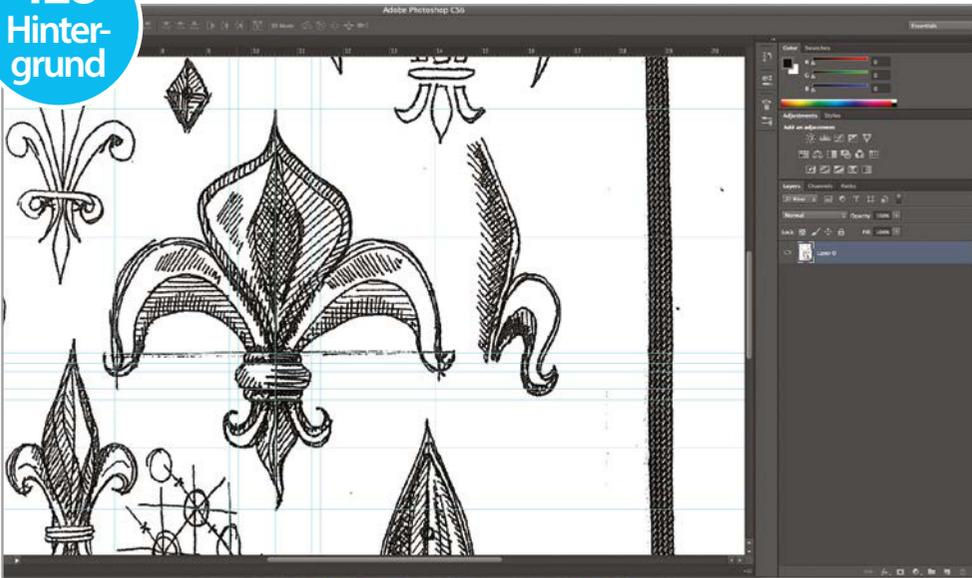
- CSV
- TSV
- TSV für Excel
- Excel (XLSX)
- Google Tabellen
- PDF

### 18 Daten exportieren

Mit der Exportieren-Funktion können Sie Ihre Website-Daten spielend leicht anderen Menschen zugänglich machen: etwa potenziellen Werbepartnern oder Experten, die Sie um Rat zwecks Traffic-Steigerung bitten.

# Photoshop & Grafikdesign

128  
Hinter-  
grund



- 122** Die Web-Renaissance von Photoshop  
Setzen Sie mithilfe der Bildbearbeitungssoftware Ihre Ideen um
- 128** Schöne Hintergründe für Ihre Webseiten erstellen  
Perfekt kachelbare Bilder
- 132** Eindrucksvolle Designs für Seitenkopf und Seitenfuß  
Verleihen Sie Ihren Webseiten Wiedererkennungswert

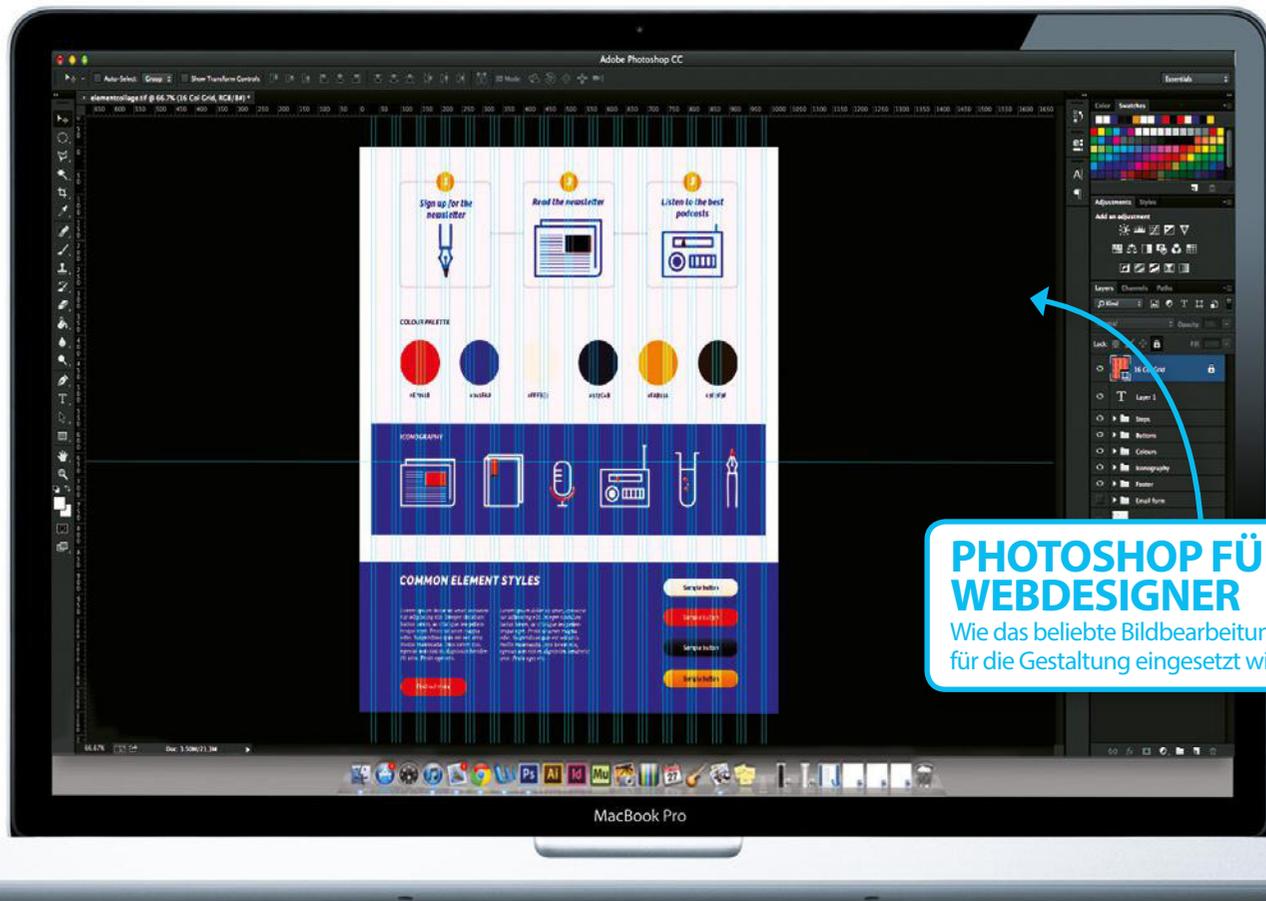
## IN DIESEM KAPITEL ...

In diesem Kapitel geht es um die Bildbearbeitungssoftware Photoshop des Herstellers Adobe. Zwar hört man davon meist im Zusammenhang mit retuschierten Modelfotos oder Portraitaufnahmen, doch daneben erfreut sich Photoshop auch bei Webdesignern großer Beliebtheit. Natürlich lässt sich auch ohne Bildbearbeitungsprogramm eine Website realisieren, doch optimierte Grafiken können einen Internetauftritt erheblich verbessern. Wir demonstrieren, welchen Effekt gutes Grafikdesign haben kann, und zeigen Ihnen, wie Sie Ihre Bilder für den Einsatz im Web tauglich machen.

## SEITENKOPF UND SEITENFUSS

Die richtige Grafik für Header und Footer macht den Unterschied.





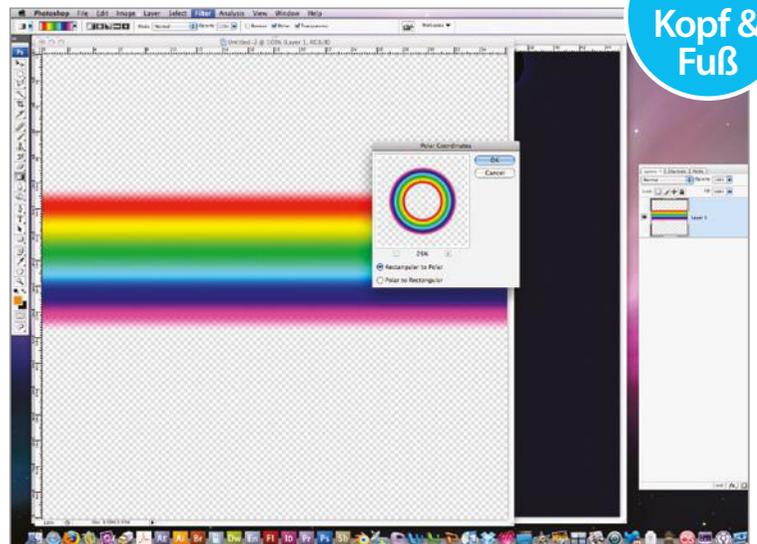
**PHOTOSHOP FÜR WEBDESIGNER**  
 Wie das beliebte Bildbearbeitungsprogramm für die Gestaltung eingesetzt wird.

„Photoshop hat sich als Prototyping-Werkzeug etabliert. Es gibt Designern die Möglichkeit, Ideen, Paletten, Stile und Wireframes zu präsentieren.“

**122**  
Tools & Tipps



**132**  
Kopf & Fuß



## DIE WEB-RENAISSANCE VON PHOTOSHOP

A large, stylized graphic of the letters 'PS' in a light blue color. The letters are bold and rounded. They are centered within a thick, light blue rectangular frame. The background is a dark blue gradient. There are horizontal blue stripes on the left and right sides of the page, partially overlapping the frame.

PS

Lange Zeit waren die Gemüter gespalten, wenn es um die Frage ging, ob mit Photoshop oder im Browser designt werden sollte.

**D**ank HTML5 und CSS3 werden immer mehr Inhalte direkt im Browser entwickelt. Das bedeutet für Photoshop, dass es bei der Erstellung von Webseiten eher in den Hintergrund rückt. Dies liegt vor allem an den inzwischen höheren Standards und den neuen Technologien bei der Arbeit mit Code. Erst dadurch wird eine gewisse kreative Freiheit gewährleistet. Mit CSS lassen sich sowohl Farbverläufe und abgerundete Ecken als auch verschiedene Schatten und mehr erstellen, sodass die vielseitigen Funktionen von Photoshop gar nicht mehr benötigt werden. Und dennoch: Photoshop findet im Moment wieder zurück ins Spiel, und zwar vor allem im Bereich Sketching und Wireframing.

Viele Entwickler sehen das Designen im Browser kritisch, so etwa Andy Budd, CEO des Designunternehmens Clearleft. Es würden damit nicht einmal die rudimentärsten Werkzeuge zur Verfügung gestellt, mit denen Linien gezeichnet oder unregelmäßige Objekte durch direkte Manipulation erstellt werden könnten. Das Argument hierfür liegt im Aufbau von HTML und CSS, womit designte Objekte gerendert werden können, ohne auf Photoshop zurückgreifen zu müssen. Der Mangel an Freiheit, mit dem Entwürfe direkt bearbeitet werden können, ist aber wiederum riskant für die Kreativität. Stattdessen sollten wir Photoshop verwenden, um Moodboards und Sketches gleich zu Beginn des Designprozesses erstellen zu können. Erst dadurch würden kreative Ideen gefördert, ohne sie durch Texteditoren und Standards zu beschränken.

Photoshop ist bereits über ein Vierteljahrhundert alt, und mit CC 2017 haben die Entwickler die 24. Version der Software herausgebracht. Im Laufe der Zeit hat Adobe zahlreiche Änderungen an dem Programm vorgenommen, die Photoshop von einem Bildbearbeitungstool zu einer leistungsstarken Designsoftware gemacht haben. Der Weg war allerdings nicht immer einfach, denn mit Adobes hauseigenem Illustrator und Sketch von Bohemian Coding ist die Konkurrenz auch heute noch groß. Deshalb war es nötig, Photoshop neu zu positionieren. So wird das Programm heute nicht mehr dazu verwendet, um ansehnliche Seiten zu designen, die dann im Internet veröffentlicht werden. Stattdessen wird es heute als Prototyp-Tool eingesetzt, das mit Werkzeugen, Plugins und Funktionen die Lücken zwischen Photoshop und CSS schließen soll. Welche das sind, verraten wir Ihnen auf den folgenden Seiten.

## Sketching in Photoshop

Sollten Sie Inhalte im Browser entwerfen, kann es zu Problemen führen, wenn Sie die Elemente bewegen möchten, um neue Ideen zu verwirklichen. Dann sollten Sie ebenfalls auf Photoshop zurückgreifen. Hier können Sie Werkzeuge verwenden, um einfache visuelle Layouts zu realisieren und zu sehen, ob alles funktioniert. Dabei muss erst einmal nicht alles perfekt sein: Hier zählt nur, ob Ihre Idee überhaupt in die Tat umgesetzt werden kann.

Die Smartobjekte von Photoshop eignen sich dabei besonders gut, um einfache Layouts für ein Seitendesign zu erstellen. Sobald Sie dann mit einem Entwurf zufrieden sind, können Sie ihn im Browser betrachten und die Details herausarbeiten. Dann ist es natürlich auch möglich, mit HTML und CSS das Produkt zu finalisieren, ohne dass Sie ein anspruchsvolles Layout zerstören. Somit können Sie zum einen Ihrer Kreativität freien Lauf lassen, zum anderen aber auch mit einem Code arbeiten, der sich manchmal leichter implementieren lässt.

## Bestes Werkzeug zum Skizzieren



### WebZap

[webzap.uiparade.com](http://webzap.uiparade.com)

Bei WebZap handelt es sich um ein tolles Photoshop-Plugin, mit dem Sie Mockups einfach und unkompliziert erstellen können. Damit dürfen Sie fantastische UI-Elemente, Grid-Layouts (basierend auf dem 960 Grid System) und Lorem-ipsium-Textlayouts mit nur wenigen Klicks erstellen. Sie sparen sich so nicht nur unglaublich viel Zeit, sondern können auch auf die UI-Kits und Vorlagen zurückgreifen, die WebZap in der hausigenen Bibliothek bietet. Das Plugin kostet lediglich 19 Dollar und lässt Sie Mockups in wenigen Stunden erstellen.

## Besser als der Browser

In Sachen Sketching-Ideen bietet Photoshop viele Vorteile gegenüber HTML und CSS. Mit der Software erhalten Sie mehr Möglichkeiten und Freiheiten, da Sie nicht im Code der Seite arbeiten müssen. Das heißt natürlich nicht, dass Sie komplette Seiten in Photoshop erstellen und diese dann für das Web übersetzen sollen – dadurch können Sie nämlich mehr Probleme heraufbeschwören, als Sie damit lösen. Vielmehr ist Photoshop das perfekte Werkzeug für die Erstellung von visuellen Konzepten, die nicht durch CSS beschränkt sind. Dadurch merzen Sie die anfänglichen Stolpersteine aus, die beim Bau einer Website im Browser auftreten.

„Mehr Raum für kreative Freiheit.“

# Stimmung messen

Bevor Sie mit der Arbeit im Browser beginnen, sollten Sie Guidelines für Ihr Design erstellen. Dazu verwenden Sie einfach Moodboards, Collagen, Wireframes und Mockups. Damit können Sie letztendlich die Stimmung und Atmosphäre einfangen, die Sie und Ihr Kunde sich für das Projekt vorstellen.

visuellen Richtungen Ihres Designs ein. Da Sie dazu nicht Ihren Browser verwenden können, müssen Sie auf Photoshop zurückgreifen. Dann können Sie Ihre Ideen an einem Ort zusammentragen und sich mit Ihrem Kunden beraten, welche Designs umgesetzt werden sollen.

## Die Sprache sprechen

Die Werkzeuge von Photoshop eignen sich nicht immer ausnahmslos, um Layouts zu erstellen. Selbst in der Sketch-Phase lässt sich feststellen, dass das Zusammenführen von Designs nicht flüssig funktioniert. Geht es hingegen um das Erstellen und Erkunden der visuellen Sprache Ihres Designs, spielt Photoshop wieder seine Vorzüge aus: Stile, Effekte, Farbpaletten, Schriftarten und vieles mehr können direkt in Photoshop abgeändert werden, sodass Sie sich wertvolle Zeit sparen, wenn es später um das Coding geht. Und nicht nur das: Mit dieser Methode kann Ihr Kunde auch Einfluss auf die visuelle Sprache nehmen, ohne dass Sie große Teile des Codes umschreiben müssen. Sie bleiben damit also flexibel, was Ihrem Kunden gefallen dürfte.

## Stimmung erzielen

Gleich zu Beginn eines Projekts ist es vorteilhaft, ein Moodboard zu erstellen. Damit fangen Sie die

## Die Elemente

Mit Collagen können Sie Ihre Ideen für Elemente zusammentragen, ohne das ganze Design auf ein Blatt Papier zu bringen. Für Dan Mall, der in den vergangenen Jahren als Design Director tätig war, sind solche Collagen nützlich. Erst damit stünden zahlreiche Wege offen, ein Projekt zu realisieren: „Eine Element-Collage ermöglicht es mir, einen Gedanken zu jedem Zeitpunkt zu dokumentieren und in den Text zu implementieren“, sagt Mall. Diese Methode ist nützlich, da dadurch die visuelle Sprache der Seite erkundet werden kann, bevor sie in das finale Design übernommen wird. Abgesehen davon können Sie Ihrem Kunden damit solides Feedback ermöglichen, was bei anderen Prototyp-Methoden nicht der Fall ist.

### HALTEN SIE SICH NICHT SELBST AUF

Achten Sie darauf, dass Sie nicht zu viel Zeit mit dem Prototyping verbringen. Es ist nur allzu leicht, viele Stunden für die Mockups aufzuwenden.

## Wireframing und Prototyping

Wireframes und Prototypen sind in der Regel grundlegende Darstellungen von Seitenelementen, da sie auch im finalen Produkt auftauchen können. Sie sollten einfach und ohne Details sein, um ausschließlich

# 5 tolle Plugins & Tools



## Page Layers

[pagelayers.com](http://pagelayers.com)

Page Layers ist eine nette kleine Anwendung, die Webseiten in überlagerte Photoshop-Dateien umwandelt. Damit können Sie ganze Webseiten als PSDs öffnen und bearbeiten.



## 960 GRID SYSTEM

[960.gs](http://960.gs)

Bei 960 Grid System handelt es sich um ein schlichtes, aber effektives Grid-System mit PSD- und CSS-Vorlagen, die einfach und unkompliziert übersetzt werden können.

## ERKLÄREN, ERKLÄREN, ERKLÄREN

Helfen Sie Ihrem Kunden. Es ist nämlich nicht einfach zu verstehen, wie Mockups später einmal aussehen. Eine Erklärung hilft da deutlich weiter.

die Basisstruktur der Seite zu verdeutlichen. Damit können Sie die visuelle Sprache der Seite erarbeiten. Menü-Header und Breadcrumbs sollten dann in Bezug auf wechselnde Seitenelemente unterschiedlich designt sein, darunter Text und Sidebars. Oft möchte der Kunde auch einen fertigen Prototypen im Browser sehen. Dann sollten Sie auf den Texteditor zurückgreifen, da der Prototyp schneller und leichter implementiert werden kann.

## Zum Diskutieren, nicht Designen

Eine Kombination der hier vorgestellten Prototyping-Techniken sollte die perfekte Lösung darstellen, um Ihre erarbeiteten Ideen aufzuzeigen und deren Umsetzung an den Kunden zu kommunizieren. Sie müssen dabei nur bedenken, dass Sie Photoshop auf eine andere Weise verwenden, nämlich dazu, um mit Ihrem Kunden einen Dialog zu schaffen. Fertige Seiten präsentieren Sie damit nicht. Natürlich können Sie die Adobe-Software dennoch dazu benutzen, einzelne Elemente für den Inhalt zu gestalten und für das fertige Projekt zu verwenden.

# Style Tiles

## Was ist das?

Bei Style Tiles handelt es sich um eine Erfindung von Samantha Warren. Sie vergleicht sie mit Farbschemen und Stoffproben, die sich ein Innenarchitekt von seinem Kunden freigeben lassen kann, bevor es an das Design eines Zimmers geht. Style Tiles bestehen aus verschiedenen Stilen für bestimmte Designelemente einschließlich Schriftarten, Farben und UI-Elementen, die zusammen eine visuelle Sprache für die Website darstellen. Sie eignen sich besonders dazu, eine Diskussionsgrundlage zwischen Designer und Kunden zu schaffen.

Mithilfe von Style Tiles brauchen Sie keine Photoshop-Mockups für verschiedene Webseiten zu erstellen. Das ist nämlich nicht nur zeitraubend, sondern in den meisten Fällen auch nutzlos. Dank Style Tiles kann der Kunde hingegen unkompliziert entscheiden, welche wichtigen Elemente in einem Projekt weiter ausgearbeitet werden sollen. Sie dienen auch als Alternativen für Moodboards, die dem einen oder anderen zu vage sind.

## Style Tiles erstellen

Wie bei jedem Designprozess steht auch bei der Verwendung von Style Tiles im Vorfeld eine längere Diskussion mit dem Kunden an. In dem Gespräch soll eruiert werden, wie das Projekt aufgebaut sein

## KEIN KONTEXT

Auch wenn Style Tiles toll sind, ist der Kontext nicht gegeben. Es ist schwer für Kunden, sie sich visuell vorzustellen. Nutzen Sie deshalb Element-Collagen.



Mit Style Tiles können Sie unkompliziert die visuelle Sprache Ihres Projekts entwickeln.

soll. Die Style Tiles helfen dabei, Ihre Ideen zu vermitteln und Feedback von Seiten des Kunden einzuholen. Damit wird der Revisionsprozess einfach und unkompliziert gehalten. Nach jeder Feedback-Runde können Sie die Style Tiles weiterentwickeln, bis am Ende nicht nur Sie, sondern auch Ihr Kunde zufrieden ist.

Im nächsten Schritt können Sie in die Prototyp-Phase wechseln. Dazu laden Sie sich das Photoshop-Dokument von styletiles.es herunter. Damit können Sie schließlich mit verschiedenen Farben, Schriftarten und Bildern experimentieren, mit denen Sie die visuelle Sprache des Projekts entwickeln. Im Anschluss sollten Sie mit den verschiedenen Elementen spielen, bis Sie drei oder vier Tiles entwickelt haben, die allesamt unterschiedliche Informationen über die Marke beisteuern. Mit den Style Tiles sind Sie immer auf dem richtigen Weg.

## Einer der vielen Vorteile von Photoshop gegenüber Produkten anderer Hersteller besteht in den eingebauten und den von Drittherstellern entwickelten Werkzeugen.



## Web Font Plug-in

bit.ly/1qen6lt

Mit dem Web Font Plug-in stehen Ihnen alle Google-Schriftarten in Photoshop zur Verfügung. Sie erleben dann keine Überraschungen, wenn Sie PSDs in CSS konvertieren.



## Pixel Dropr

pixeldropr.com

Pixel Dropr lässt Sie Bibliotheken mit verschiedenen UI-Elementen und Bildern erstellen, die Sie sofort in Photoshop verwenden können. Es ist ein tolles Werkzeug.



## Cut&Slice me

cutandslice.me

Cut&Slice ermöglicht es Ihnen, Assets für verschiedene Geräte schnell und effizient zu exportieren. Müssen Sie ein PSD aufteilen, sollten Sie dieses Programm unbedingt verwenden.

## Von PS zu CSS

**H**aben Sie die Prototyp-Phasen abgeschlossen, wird es Zeit, Ihre Designs in den Browser zu übertragen. Aber wie geht die Übersetzung von Photoshop zu CSS am besten vonstatten?

Sind Sie mit Ihren Skizzen fertig und haben Sie die Style Tiles sowie die Element-Collage erstellt, ist es nötig, die visuellen Elemente für das Web zu übersetzen. Und das war in der Vergangenheit das große Problem. Zuerst mussten Sie in Photoshop eine große Bitmap erstellen, sie aufteilen und online schließlich wieder zusammenfügen. Das war aber alles leichter gesagt als getan. Dann kam CSS3, das Photoshop-Effekte in den Browser implementierte. Damit brauchte man nicht mehr auf Bilder zurückzugreifen.

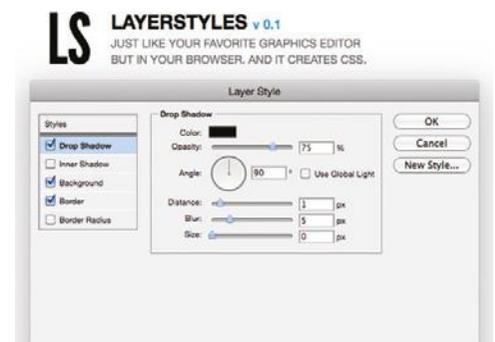
Aber dennoch: Genau das gleiche Aussehen im Webbrowser hinzubekommen, wie es auch in Photoshop dargestellt wurde, ist immer noch nicht einfach. Das liegt vor allem an den verschiedenen Werkzeugen und den Variablen im Texteditor.

Zudem kann es sehr zeitaufwendig sein, den Ebenenstil von Photoshop in CSS zu übersetzen. Das ist ein weiterer Grund, warum viele Designer Photoshop komplett meiden.

Heutzutage gibt es allerdings zahlreiche Werkzeuge und Plugins, die Ihnen beim Übersetzen von Ideen vom Reißbrett bis hin zur Browser-Implementierung mit Rat und Tat zur Seite stehen. Eines davon konvertiert Ihren Ebenenstil direkt in CSS, während ein anderes Hilfe bei den Übergängen bietet. Layerstyles.org ist beispielsweise eine webbasierte Version von Photoshop-Ebenen, mit der Stile sogar über CSS exportiert werden können.

### Inhouse-Methode

Unter Version 13.1 (CS6 und darüber) hat Adobe eine CSS-Exportfunktion in Photoshop implementiert. Wählen Sie einfach nur die Ebene an, die Sie nutzen möchten. Im Anschluss klicken Sie auf „Ebene“ und dann auf die CSS-Kopierfunktion. Photoshop stellt Ihnen im nächsten Moment



einen Code zur Verfügung, der sofort in die Zwischenablage übernommen wird. Sie müssen ihn dann nur noch in einen Texteditor einfügen und mit etwas HTML erweitern.

Leider ist das eine Methode, die nicht ganz perfekt ist. Das liegt schon an den RGBA-Werten, die nicht korrekt ausgegeben werden. Und auch manche Effekte werden bei dem Export komplett ignoriert. Zudem stehen Ihnen keine Formatierungsoptionen vor dem Kopiervorgang zur Verfügung, sodass alles später im Texteditor angepasst werden muss. Ein Vorteil ist hingegen, dass Sie sich viel Zeit sparen können, wenn Sie diese Methode verwenden.

## Plugins von Drittherstellern

Photoshops eigene CSS-Exportfunktion funktioniert ganz gut, sie ist aber nicht die Lösung, auf die wir alle gewartet hatten. Deshalb stellen wir Ihnen hier einige CSS-Plugins von Drittherstellern vor, mit denen der Export noch leichter vonstattengeht.



### CSS3Ps

css3ps.com

Bei CSS3Ps handelt es sich um ein komplett kostenloses Photoshop-Plugin, das es schon deutlich länger gibt als die integrierte CSS-Exportfunktion von Photoshop. Haben Sie die Erweiterung erst einmal installiert, stehen Ihnen alle Funktionen in einem kleinen Fenster zur Verfügung. Sie müssen dann nur noch die Ebenengruppe auswählen und auf das CSS3Ps-Logo klicken, um den Prozess zu starten.

Da die Software kostenlos angeboten ist, gibt es eine kurze Werbeeinblendung. Dann leitet Sie CSS3Ps zu einer Seite weiter, auf der Ihnen der Code zur Verfügung gestellt wird. Manchmal ignoriert das Plugin übrigens Positionen. Sie müssen diese dann später bearbeiten.



### CSS HAT

csshat.com

Anders als bei CSS3Ps schlägt CSS Hat mit einem kleinen Obolus zu Buche. 30 Dollar werden für die Benutzung des Plugins fällig. Dafür gibt es aber auch keine Werbung. CSS Hat ermöglicht es Ihnen, in verschiedenen Formaten zu exportieren, darunter auch LESS, SASS und SCSS. Sie können auch zahlreiche andere Funktionen wie Kommentarerklärungen oder Browser-Prefixes verwenden. Das Exportieren mit CSS Hat fällt allerdings nicht so simpel aus wie bei CSS3Ps. Das liegt daran, dass keine Ebenengruppen unterstützt werden. Deshalb müssen Sie jede Ebene separat exportieren, was aber problemlos über die Benutzeroberfläche erledigt werden kann.

# Mit Schriften arbeiten

Die Typographie stellte für Photoshop schon immer ein Problem dar. In der Schriftwiedergabe war die Software noch nie stark, was zu Problemen beim Designen für das Web führen kann. Doch heutzutage wird immer mehr Wert auf die Typographie im Web gelegt. Das liegt vor allem an den zahlreichen Printdesignern, die die digitale Welt mehr und mehr überfluten. Schriftarten spielen deshalb eine immer größere Rolle. Photoshop hatte schon immer mit Rendering-Schriften zu kämpfen, überdies ist das eigene Textwerkzeug klobig und lässt leider zu wünschen übrig.

Das Problem liegt in den Online-Schriftarten, die von Photoshop nicht richtig erkannt werden. Dann gibt es nichts Schlimmeres, als ein Design online zu stellen, um dann zu sehen, dass die Schriftart nicht dazu passt. Das Web Font Plug-in von Extensis behebt dieses Problem, indem es Designern die Verwendung von Google-Schriftarten in den PSDs erlaubt.

„Heutzutage wird immer mehr Wert auf die Typographie im Web gelegt.“

## Assets erstellen und exportieren

Lassen Sie uns nicht vergessen, dass Photoshop für einige Aufgaben auch prädestiniert ist, darunter das Erstellen von Icons, Bannern und Bildern. Wenn der Code aber die Aufgabe nicht bewältigen kann, wie sollen die Assets dann online gestellt werden?

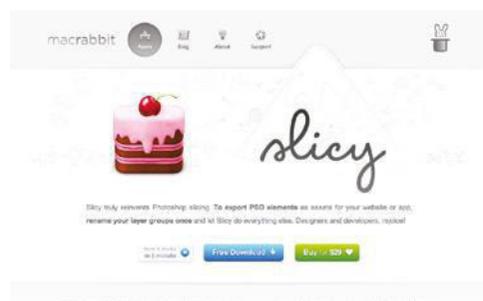
Trotz aller Tools und Tipps für die effektive Kombination von Photoshop und Code gibt es immer wieder Aufgaben, mit denen CSS und HTML nicht umgehen können. Sobald Sie eine Art Bitmap-Bild oder -Element erstellen müssen, ist Photoshop das Mittel der Wahl. Sie können zwar weiter mit der Erstellung in Photoshop fortfahren, sollten aber bedenken, dass Sie die Vektor-Werkzeuge ausgiebig verwenden, um mit dem überarbeiteten Design keine Probleme zu bekommen.

Das Aufteilen des Designs mit der Web-Speicherfunktion von Adobe war schon immer ein langwieriger Prozess. Glücklicherweise gibt es mittlerweile Tools, die den Vorgang vereinfachen. Eines davon ist Slicy von Macrabbitt ([macrabbitt.com/slicy](http://macrabbitt.com/slicy)), mit dem Sie Ebenengruppen als unabhängige Dateien exportieren können. Dann dürfen Sie die Elemente



Mithilfe von Typekits-Desktopfunktionalität können Sie dieselben Schriftarten verwenden, die auch im finalen Produkt zum Einsatz kommen.

Sind Sie hingegen ein CC-User, dann verwenden Sie einfach Typekit. Dabei handelt es sich um die eigene Bibliothek an Web-Schriftarten von Adobe, die Sie beliebig erweitern können. Die Auswahl findet dann einfach und unkompliziert über die Benutzeroberfläche von Photoshop statt, sodass Sie Favoriten-Schriftarten wie Proxima Nova oder Bree einfach ausprobieren können.



Bei Slicy handelt es sich um ein tolles Tool zum Exportieren von Elementen. Es steht kostenlos zur Verfügung.

bewegen, verstecken oder überlappen. Es gibt sogar Retina-Scaling für Vektor-Designs. Dann gibt es noch Cut&Slice me, das kostenlos zum Download angeboten werden. Mit diesem Plugin können Sie Assets exportieren, sodass Sie sich überall verwenden lassen.

Es schadet auch nicht, einige weiterführende Tipps zu kennen. Sehen Sie sich dazu die Internetseite [bjango.com/articles/actions/](http://bjango.com/articles/actions/) etwas genauer an. Dort finden Sie eine Liste mit Photoshop-Aktionen.

## Alternative Optionen



### ADOBE ILLUSTRATOR

[adobe.com/de/products/illustrator](http://adobe.com/de/products/illustrator)

In der Vergangenheit ist der Illustrator von Adobe zu einem leistungsstarken Werkzeug gereift, das mit zahlreichen Features aufwartet. Die Software verfügt über Eingabe- und Zeichenfunktionen. Sie eignet sich besonders gut für das Sketching eines Designs. Es gibt nicht viel, was Illustrator von Adobe nicht kann.

**PRO:** Ein flüssiger Workflow und komplette Vektorunterstützung zeichnen Adobe Illustrator aus.

**CONTRA:** Es gibt hier nicht annähernd so viele Plugins von Drittherstellern, die sie mit Adobe Illustrator verwenden können.



### SKETCH

[bohemiancoding.com/sketch](http://bohemiancoding.com/sketch)

Bei Sketch handelt es sich um eine schöne, leichte und sehr leistungsfähige Design-App. Die nur für Mac erhältliche Software begann als Zeichenprogramm, wurde aber schnell von Web- und UI-Designern aufgrund ihrer Flexibilität und Feature-Liste übernommen. Sie ermöglicht Exporte.

**PRO:** Vorgegebene UI-Element-Stile erleichtern das Erstellen von Buttons.

**CONTRA:** Nach Jahren mit Adobe kann es schwer sein, sich an Sketch zu gewöhnen.

## Schöne Hintergründe für Ihre Webseiten erstellen

Erstellen Sie in Photoshop ein eigenes, perfekt kachelbares Bild.

**Z**u den Grundbausteinen eines Webdesigns zählt das Hintergrundbild. Es ist also erforderlich, ein kachelbares Bild mit nahtlosen Seitenübergängen erstellen zu können, da man nie weiß, wie lang die Seiten werden. Inspirationsquelle für wiederholbare Muster kann vieles sein, was uns umgibt, etwa alte Tapeten, Parkett oder Honigwaben. Obwohl es prinzipiell stimmt, dass Designstile kommen und gehen – oft in rasantem Tempo –, gibt es auch welche, die nie aus der Mode zu kommen scheinen: zeitlose Designs, die

in jeder Ära bestehen und die Eleganz vergangener Tage mit sich bringen.

In diesem Photoshop-Tutorial erarbeiten wir ein klassisches Fleur-de-Lys-Design. Wir beginnen mit einer Skizze und erstellen daraus eine tolle, nahtlos kachelbare Retro-Tapete für den Webseiten-

Hintergrund. Wir geben dem Design einen verwitterten Look und speichern die Datei webgerecht ab. Sollte Ihnen das Fleur-de-Lys-Design nicht gefallen, gibt es Wege, mit Photoshops benutzerdefinierten Formen einfache, leicht anzuwendende wiederholbare Muster zu erstellen, die zu Ihrer Website passen.

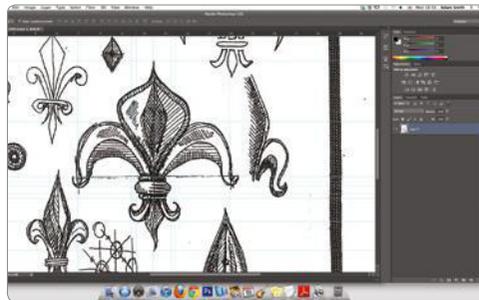
„Inspirationsquelle für wiederholbare Muster kann vieles sein, was uns umgibt.“





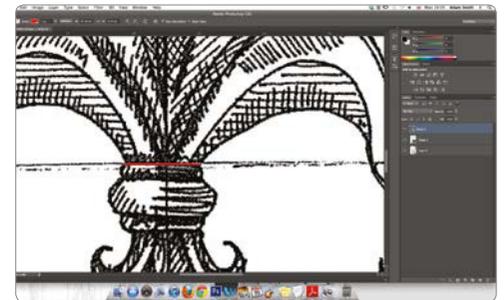
## 01 Recherchieren

Es lohnt sich, zu recherchieren und alltägliches Material aufzutreiben. Leihen Sie sich Bildbände zum Thema Raumgestaltung aus der Bibliothek, besuchen Sie eine Tapetenhandlung oder nutzen Sie den einfachen Weg, mithilfe einer Suchmaschine ein Motiv zu finden.



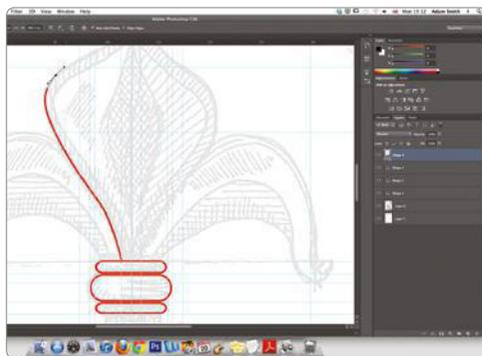
## 02 Skizzieren und scannen

Wir skizzieren einen Entwurf auf dem Papier, erstellen einen Scan und öffnen die Bilddatei in Photoshop. Es lassen sich auch Elemente aus zwei Entwürfen in einem Design zusammenfügen: Dazu legen wir fest, welchen Ausschnitt wir zuerst zeichnen möchten und zoomen nah heran.



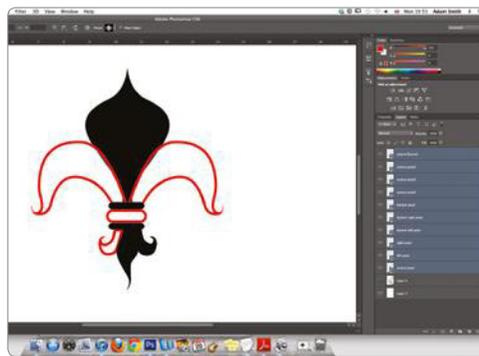
## 03 CS6-Stift/Form-Tool

Wir nutzen in CS6 das Stift-Tool, um einen Umriss zu zeichnen. Die neuen Form/Kontur-Funktionen sind ein idealer Ersatz für Pfade. Die Konturbreite stellen wir auf 1 px und klicken danach an der Kante entlang. Zwischen den Punkten entsteht nun eine Linie.



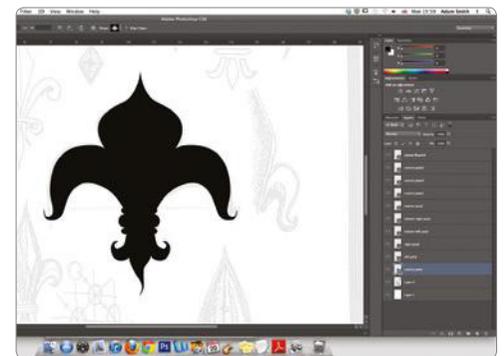
## 04 Kurven zeichnen

Um eine Kurve zu erstellen, klicken, halten und ziehen wir eine Fläche auf. Nun arbeiten wir den Umriss des Motivs Punkt für Punkt ab, bis wir wieder am Startpunkt angekommen sind. Danach lassen sich die Konturen ausfüllen.



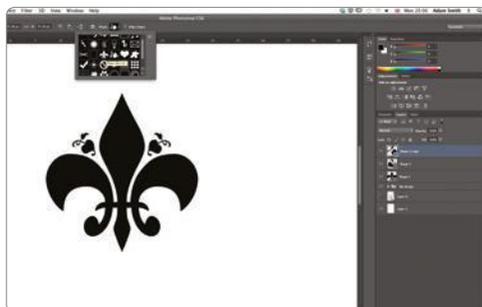
## 05 Pfade fertigstellen

Wir haben insgesamt zehn Pfade gemacht. Nun stellen wir die Kontur auf farblos und den Strich auf Schwarz – je ein Strich für die Blütenblätter, die drei Ringe und die Blüte. Danach müssen wir die Formen innerhalb der Pfade ausfüllen.



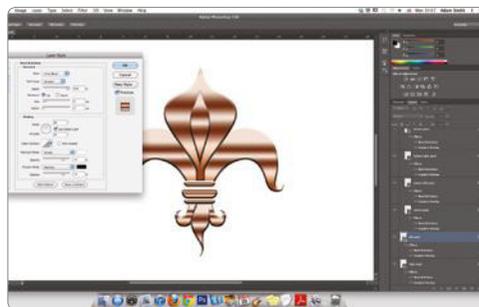
## 06 Jeden Pfad füllen

Pfade zu füllen ist leicht mit den neuen Form/Kontur-Funktionen. Wir müssen nur die Pfadebene aktivieren, den Strich auf farblos setzen, die Fülloptionen aktivieren und die Farbe Schwarz wählen. Nun ist die Form schwarz.



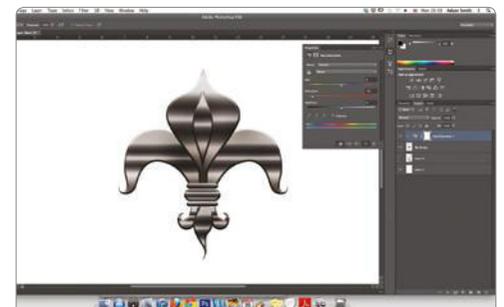
## 07 Benutzerdefinierte Form

Erwartungsgemäß bietet Adobe Photoshop kurze Wege, Formen zu erstellen. Wir drücken einfach „U“ und wählen im Werkzeugmenü „Eigene Form“ aus. Eine Fleur-de-Lys finden wir unter den Standard-Optionen. Diese lässt sich mit anderen Formkategorien zu einem eigenen Design kombinieren.



## 08 Stilebenen hinzufügen

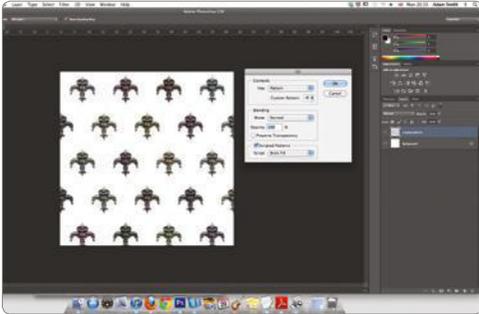
Wir aktivieren eine Ebene und gehen dann zu Ebene auswählen>Ebenenstil>Verlaufsüberlagerung. Danach wählen wir „Kupfer“ und haken die Kästchen für „Kissenprägung“ sowie für „Textur“ an. Nach einem Rechtsklick auf die Ebene im Ebenenmenü lässt sich der Ebenenstil auf jede Ebene kopieren.



## 09 Zusammenfügen

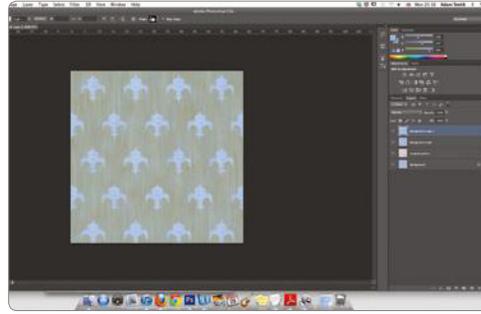
Nachdem wir alle Hintergrundebenen ausgeschaltet haben, reduzieren wir die Ebenen über Ebenenmenü>Sichtbares auf eine Ebene. Für ein abgenutztes Aussehen brennen wir per Nachbelichter-Werkzeug Schatten ein und reduzieren mit der Korrektorebene für Farbe und Sättigung den Kupfertönen durch Entsättigung des Bildes auf Silber.

# Photoshop & Grafikdesign



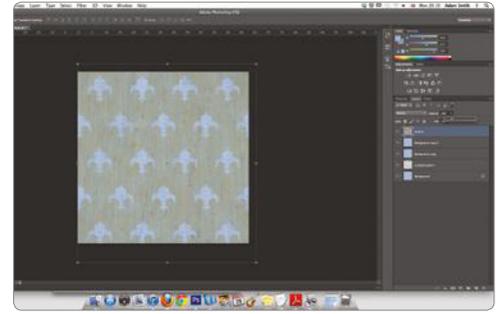
## 10 Muster anlegen

Wir verkleinern die Größe des Entwurfs und treffen unter Objekt>Muster eine Auswahl. Über Datei>Neu ziehen wir eine quadratische Arbeitsfläche 1.800 px breit auf und erstellen ein Muster indem wir auf Shift+F5 drücken. Unter Musteroptionen>Ziegel wählen wir Zeile/Spalte.



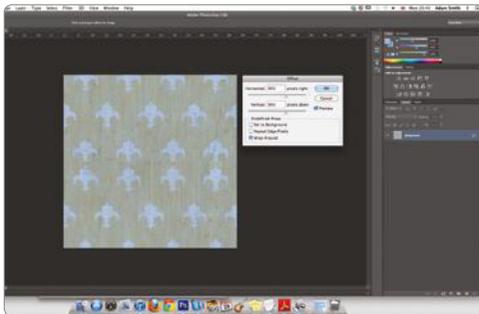
## 11 Textur anhängen

Wir entsättigen das Muster, wählen Blau als Vordergrundfarbe und Dunkelblau für den Hintergrund. Danach aktivieren wir die Hintergrundebene, wählen Filter>Rendern>Wolken, duplizieren diese und hängen sie an die Ebene oben. Den Füllmodus stellen wir auf „Ausschluss“.



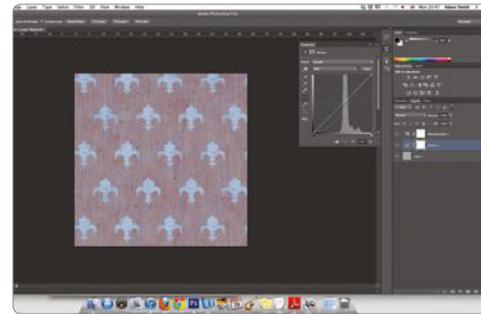
## 12 Abnutzungseffekt

Wir laden von [www.bittbox.com/freebies/free-texture-tuesday-concrete](http://www.bittbox.com/freebies/free-texture-tuesday-concrete) eine Betontextur herunter und fügen diese dem Bild hinzu. Im Füllmodus wählen wir eine dunklere Farbe mit 20% Deckkraft, und schon wirkt alles etwas abgenutzter.



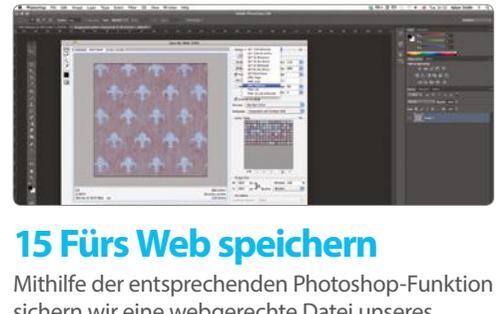
## 13 Verschiebungseffekt

Alle sichtbaren Ebenen reduzieren wir auf eine reduzieren und wählen Filter>Sonstige>Verschiebungseffekt. Horizontal und vertikal setzen wir den Wert auf 900 px; halb so groß wie die Arbeitsfläche. Die Naht in der Bildmitte lässt sich mit dem Kopierstempel-Tool verwischen.



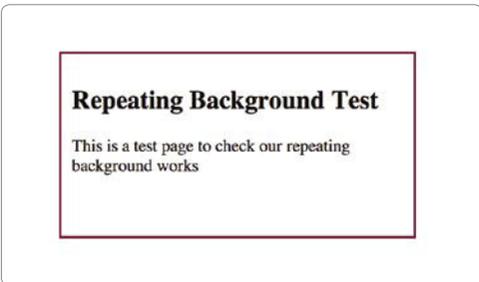
## 14 Optimieren, speichern

Das Bild ist nun perfekt kachelbar. Wir hängen eine Gradationskurven-Korrektur-Ebene an und erhöhen unter Farbe/Sättigung den Kontrast. Das Bild lässt sich für die Website passend neu kolorieren. Danach speichern wir die Datei als .psd ab, damit wir auf das Quellenmaterial zurückgreifen können.



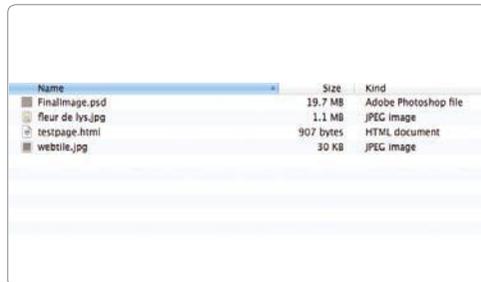
## 15 Fürs Web speichern

Mithilfe der entsprechenden Photoshop-Funktion sichern wir eine webgerechte Datei unseres Designs. Wenn wir unter Datei>Für Web und Geräte speichern>.jpg>Medium anhängen, können wir unseren raffinierten Hintergrund speichern – ohne Leerzeichen im Dateinamen.



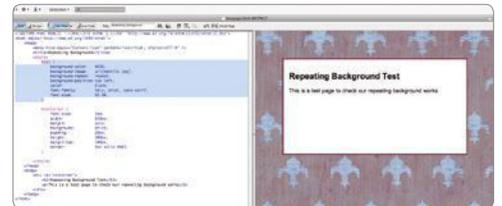
## 16 Bild verwenden

Nachdem wir das Bild abgespeichert haben, wird es Zeit, es in die Webseite zu integrieren. Dafür brauchen wir eine funktionierende Webseite, eine CSS-Stilvorlage und ein Element, dem wir den kachelbaren Hintergrund anhängen möchten. Wer noch nicht so weit sein sollte, kann auch später an diese Stelle zurückkehren.



## 17 Bild importieren

Mithilfe von CSS ein Hintergrundbild einzubinden ist einfach. Zuerst bestimmen wir das Seitenelement, für das eine CSS-Regel erstellt werden soll, indem wir dieses benennen (durch Name, Klasse oder ID). Jetzt legen wir die Eigenschaften des Hintergrundbildes fest und wählen das zu verwendende Bild aus.



## 18 Andere Eigenschaften

Ein Bild muss sich im selben Ordner wie die CSS-Stilvorlage befinden. Wir können über das Hintergrundeigenschaften-Menü die Position des wiederholbaren Hintergrundbildes festlegen sowie Farbe und Wiederholung bestimmen.

```
001 body {  
002 background-color: #ccc;  
003 background-image: url(background.jpg);  
004 background-repeat: repeat;  
005 background-position: top left;  
006 }
```

# Wiederholbare Hintergrundbilder

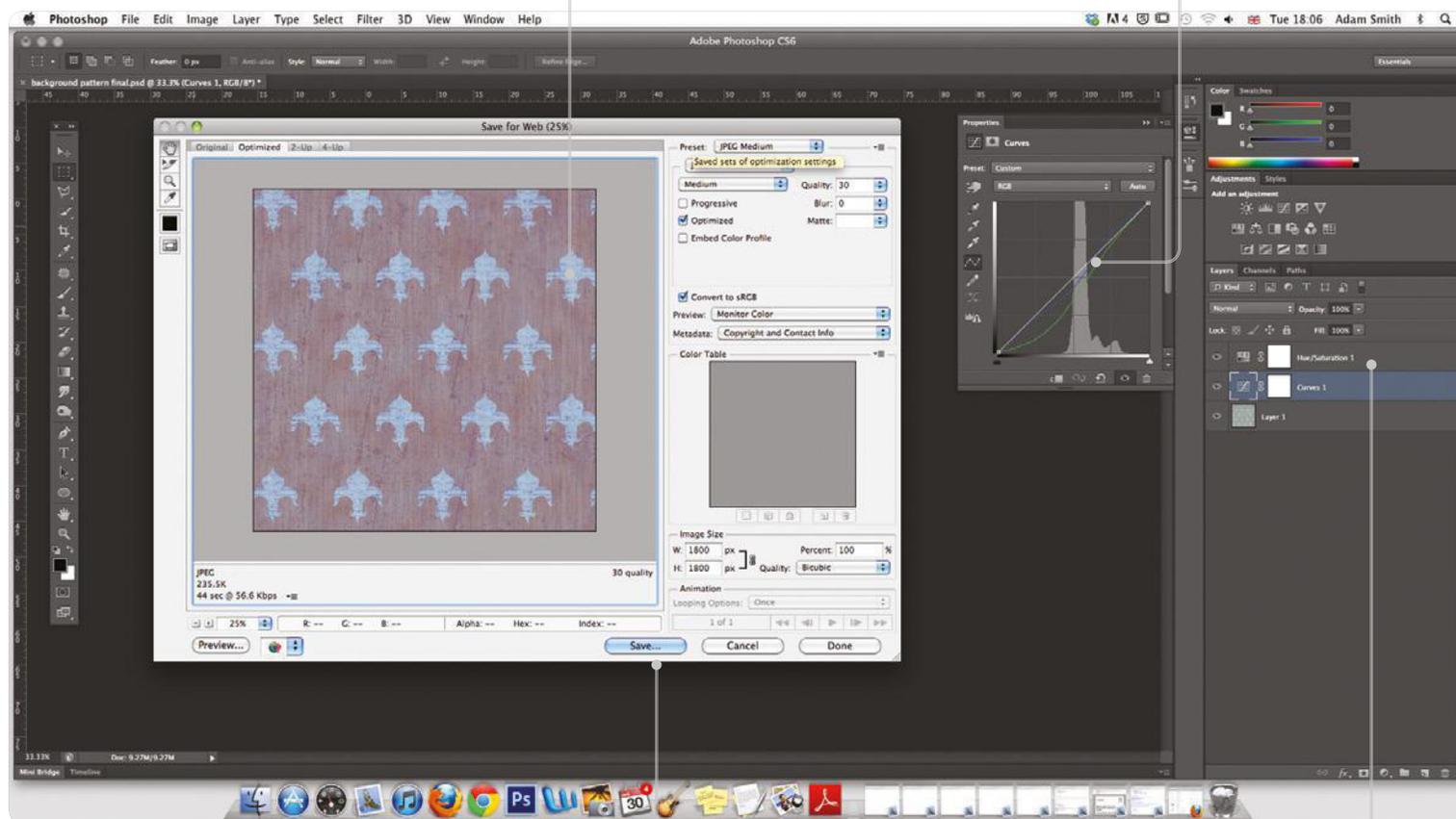
So haben wir unser kachelbares Hintergrundbild konstruiert.

## Grunge hinzufügen

Wir haben als Spezialeffekt eine Beton-Textur für einen herben Charakter angehängt. Das ist das komplette Gegenteil des momentanen ultra-akkuraten Trends im Webdesign. Aber es zahlt sich aus, eigene Wege zu gehen – vor allem wenn Ihre Website ein Hingucker sein soll.

## Dynamische Kurve

Mit einer Gradationskurvenkorrektur haben wir den Kontrast erhöht. Unsere Kurve hat eine S-Form, die die dunklen Pixel abdunkelt, die hellen aufhellt und damit mehr Dynamik ins Bild bringt.



## Als JPEG speichern

Da unser Bild aus vielen Farbtönen und Texturen besteht, ist JPEG das Format der Wahl für dieses spezielle Hintergrundbild. Wir haben eine ziemlich große Kachel erstellt, das Gleiche kann man aber auch mit zwei diagonal arrangierten Motiven erreichen.

## Korrektur von Farbe/Sättigung

Da unser Bild aus vielen Farbtönen und Texturen besteht, ist JPEG das Format der Wahl für dieses spezielle Hintergrundbild. Wir haben eine ziemlich große Kachel erstellt, das Gleiche kann man aber auch mit zwei diagonal arrangierten Motiven erreichen.

# Wiederholbare Hintergründe Kacheln sind ein tolles Webdesign-Werkzeug

Da man im Voraus nicht sagen kann, wie lang eine Webseite genau sein wird, ist es sinnvoll, einen Hintergrund zu erstellen, der so skaliert werden kann, dass er die Fläche füllt, egal wie groß oder klein diese ist. Deshalb sind nahtlos kachelbare Hintergrundbilder so immens wichtig fürs Webdesign – die Notwendigkeit, verschiedene Versionen für einzelne Seiten anlegen zu müssen, entfällt. Der Photoshop-Verschiebungseffekt macht es leicht, perfekt kachelbar zu arbeiten und gegebenenfalls Korrekturen vorzunehmen. Bevor Sie sich für einen Hintergrund entscheiden,

lohnt es sich, mal zu schauen, was andere machen. Eine Kombination aus einem teils transparenten Bild (.png wegen variabler Transparenzeinstellungen) und einer Hintergrundfarbe mit CSS3-Verlauf ermöglicht es, den visuellen Eindruck riesiger Bilddimensionen zu schaffen. CSS3 erlaubt Ihnen, mehr als ein Hintergrundbild pro Seitenelement zu verwenden, und eröffnet dadurch ungeahnte Möglichkeiten. Scheuen Sie sich nicht davor, so lange herumzuexperimentieren, bis Sie etwas gefunden haben, das Ihnen zusagt.

## Eindrucksvolle Designs für Seitenkopf und Seitenfuß

Mit einem benutzerdefinierten Seitenkopf und -fuß können Sie überzeugen.

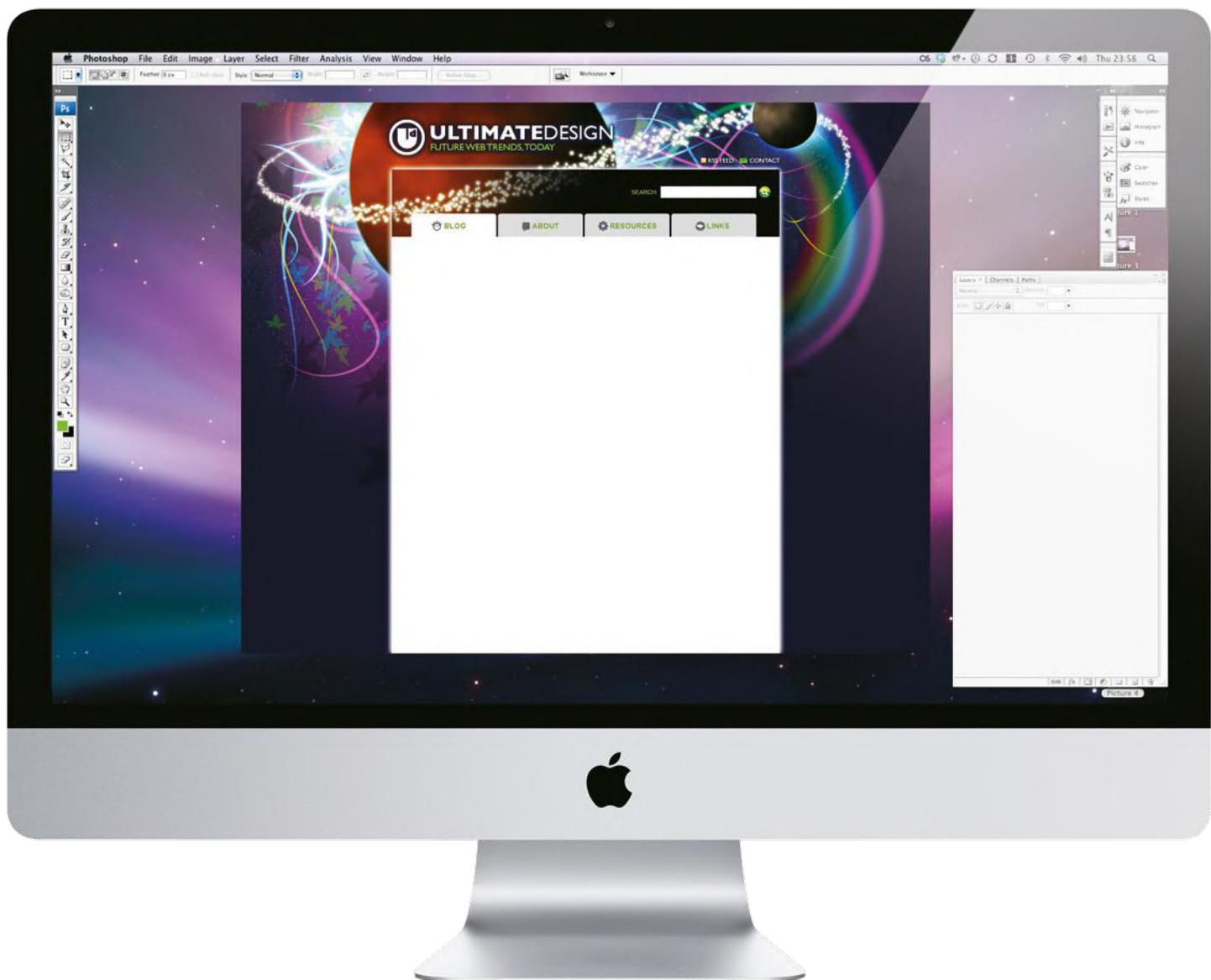
**S**ind Sie nicht auch schon mal beim Browsen über eine Website mit außergewöhnlichem Seitenkopf „gestolpert“? Und haben sich gewünscht, dass etwas ebenso Atemberaubendes Ihre Seite krönen möge? Eine einprägsame Erkennungsmarke im Web vermag zu beeindrucken, und der User schaut gerne wieder vorbei. Die wichtigste Regel besteht darin, darauf zu achten, dass der Content Ihrer Seiten von zwingendem Interesse ist. Vor die Wahl gestellt, wünschen sich die meisten dazu aber auch eine schöne Website.

Das birgt vor allem für diejenigen eine Herausforderung, die von sich glauben, nicht über ausreichendes Können oder Inspiration zu verfügen – glücklicherweise geht es auch ohne!

Wenige Grundkenntnisse reichen schon aus, um ein einfaches Konzept in etwas richtig Besonderes zu verwandeln. Dieselben

Techniken, die wir Ihnen hier zeigen, lassen sich auf verschiedenste Projekte übertragen. Folgen Sie einfach den Einzelschritten und wenden Sie das Erlernte auf Ihr Projekt an. Nachdem der Seitenkopf gestaltet ist, können Sie das Gleiche für den Seitenfuß tun und ein einheitliches Design layouts.

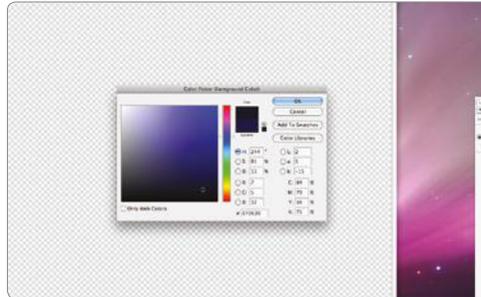
„Wenige Grundkenntnisse reichen aus, um etwas richtig Besonderes zu machen.“





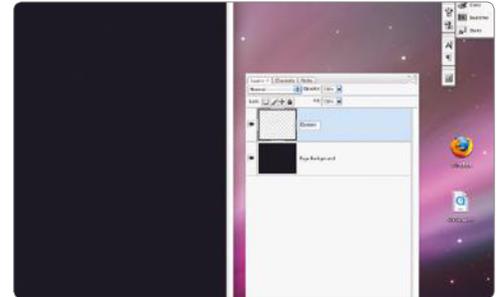
## 01 Dokument erstellen

Erstellen Sie ein neues Photoshop-Dokument erstellen. Wählen Sie dann die Web-Voreinstellungen oder richten Sie eine Dokumentgröße von 1.280 x 1.024 px mit 72 dpi und transparentem Hintergrund ein. Die Hintergrundebene lässt sich mit Doppelklick in eine normale konvertieren.



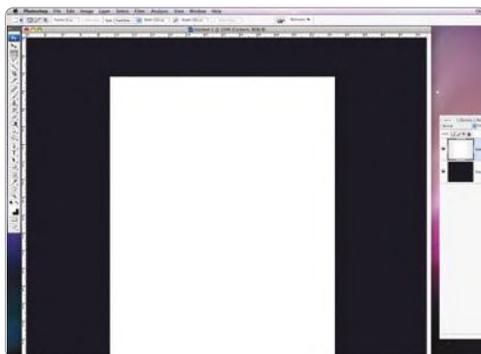
## 02 Grundton

Wir benötigen eine Farbe, auf deren Grundton wir aufbauen können. Da wir eine Grafik mit Planeten und Sternen erstellen möchten, ist es sinnvoll, einen dunklen Grundton zu wählen: In der Werkzengleiste klicken wir auf das Vordergrund-Tintenfaß und wählen ein dunkles Blau, hier #070520.



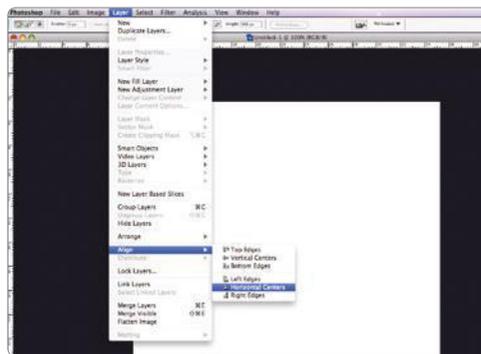
## 03 Ebenen organisieren

Die Ebene füllen wir mit dem Farbeimer-Tool (oder Alt+Entf beziehungsweise Option+Backspace) farbig und benennen sie sinnvoll: Einfach auf die Ebene, in der wir gerade arbeiten, doppelt klicken und Ebenennamen mit „Seitenhintergrund“ überschreiben. Gute Benennungen sind sehr praktisch!



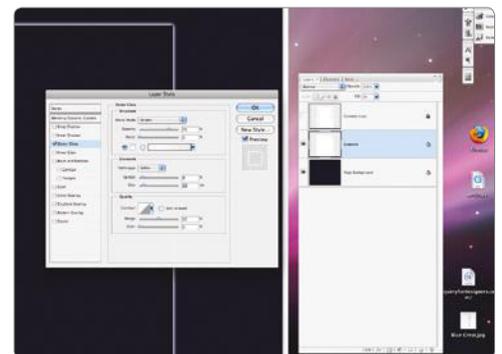
## 04 Inhaltsbereich anlegen

Wir wählen das rechteckige Maskenwerkzeug (Stil: Feste Größe) aus und geben als Breite 720 px sowie als Höhe 900 px ein. Ein Klick ans Ende des Dokuments markiert einen Bereich. In einer neuen Ebene füllen wir diesen Bereich mit Weiß aus.



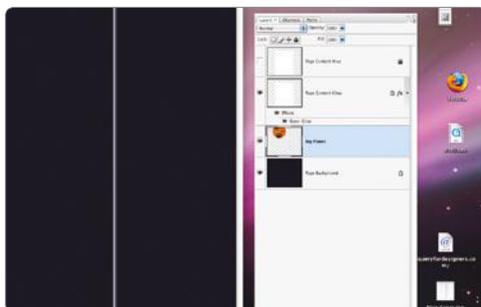
## 05 Content ausrichten

Um den Content-Bereich zu zentrieren, wählen Sie beide Ebenen aus, indem Sie zuerst auf eine und dann per Shift-Klick auf die zweite Ebene klicken. Nun wählen Sie Ebenen>Ausrichten>Horizontale Mitten. Jetzt ist der 720-px-Content-Bereich perfekt zentriert.



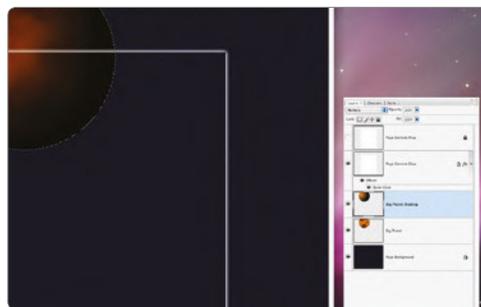
## 06 Schein nach innen/außen

Nach dem Duplizieren der Inhaltsebene, wählen wir unter Ebene>Ebenenstil>Schein außen. Wir setzen die Farbe auf Weiß, überfüllen mit 8 % und wählen die Größe 13 px. Die andere Inhaltsebene machen wir unsichtbar. Jetzt ist allein der Schein sichtbar.



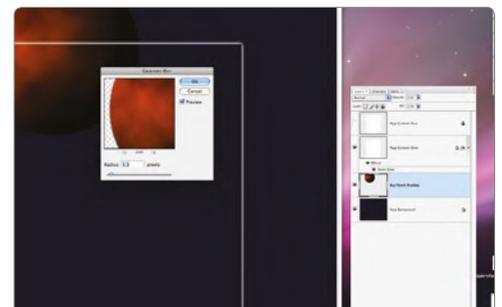
## 07 Ein Planet entsteht

Wir erstellen die neue Hintergrundebene „Big Planet“, wählen Orange für den Vorder- und Dunkelrot für den Hintergrund. Mit dem Kreismasken-Tool (Shift gedrückt halten) ziehen wir einen großen Kreis. Dann wählen wir Filter>Render>Wolken (Alt/Strg gedrückt halten für höheren Kontrast).



## 08 Schatteneffekt

Nun verschatten wir den Planeten. Der aktivierten Hintergrundebene hängen wir eine neue Ebene an und färben mit dem Verlaufswerkzeug (> radial) den Bereich von Orange zu Schwarz. Dazu gehen wir ins Menü Ebenenfüllmodus>Multiplizieren.



## 09 Reduzieren/weichzeichnen

Nun aktivieren wir die Planeten-Ebene sowie die Schattenverlaufe Ebene und reduzieren im Ebenenmenü auf eine Ebene, um beide Ebenen zusammenzuführen. Weichzeichnen lässt sie sich unter Filter>Weichzeichner>Gaußscher Weichzeichner. Wir geben als Wert 1,3 px ein.

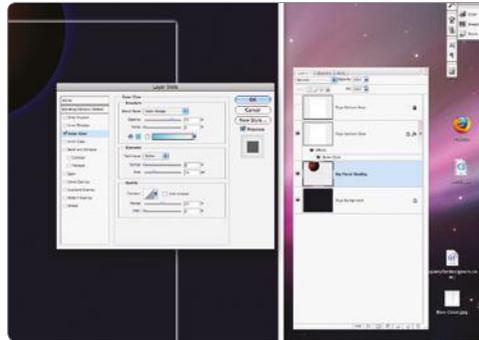
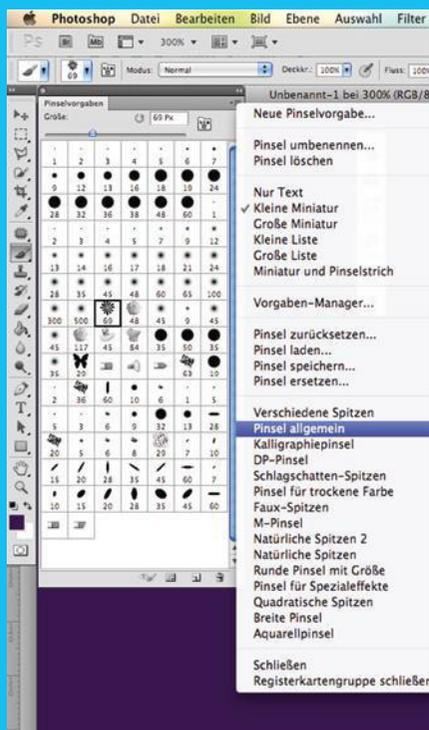
## Photoshops Pinselmaschine anwerfen

Mit Pinseln können Sie eine große Vielfalt an Effekten erzeugen.

Photoshop wartet mit einem Sortiment vielseitiger Pinselfunktionen auf. Nach dem Öffnen des Pinsel-Werkzeugs lassen sich in der Werkzeugleiste Stil, Größe und Härtegrad auswählen. Obwohl man nun verführt ist zu glauben, mit diesen breitgefächerten Optionen ließe sich fast alles erreichen: Es gibt noch viel mehr zu entdecken.

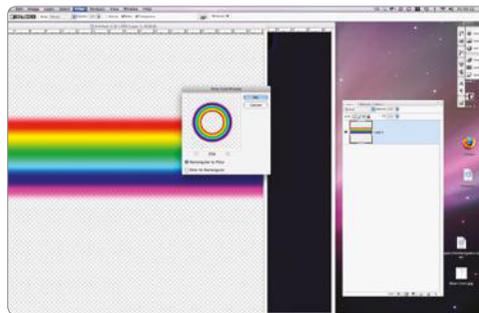
Zunächst ist es so, dass dieses Set aus Standardvorgaben nur eins von vielen ist, die von Adobe dankenswerterweise mitgegeben wurden. Neue Pinsel-Sets werden über das Drop-down-Menü im Pinsel-Menü geladen. Es erwartet Sie eine ergiebige Auswahl. Nachdem Sie sich für eines entschieden haben, bietet Photoshop die Option, das alte mit dem neuen Set zu ersetzen oder das neue hinzuzufügen. Übersichtlicher ist es, nur ein Set zu verwenden und das Standard-Set zu ersetzen.

Darüber hinaus können Sie aus dem Netz ganze Pinsel-Sets herunterladen und importieren. Wenn Sie die Begriffe „Photoshop kostenlose Pinsel“ googeln, stoßen Sie auf Tausende von Ergebnissen. Alle erdenklichen Pinsel finden sich hier, von einfachen Formen hin zu komplett-integrierten Illustrationsstilen. Einfach herunterladen und das Pinsel-Set Ihrer Wahl im Pinsel-Menü mit „Pinsel einfügen“ importieren.



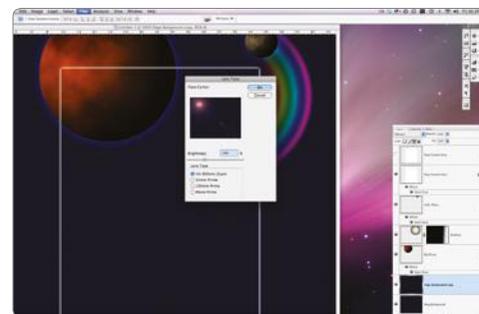
### 10 Lassen Sie es leuchten

Das sphärische Leuchten des Planeten erzeugen wir mithilfe einer weiteren Ebene>Ebenenstil>Schein nach außen. Als Farbe wählen wir ein helles Cyan und dann Fülloption>Farbig. Die Einstellungen justieren wir so lange, bis uns das Ergebnis gefällt.



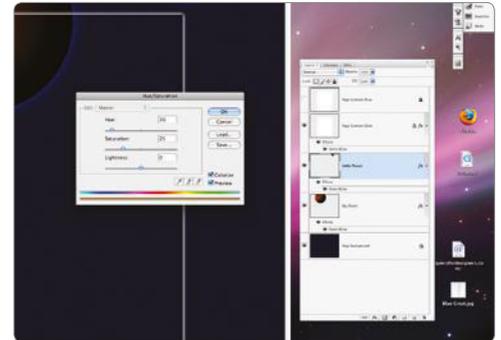
### 12 Regenbogen erstellen

Erstellen Sie ein neues Dokument (1.280 x 1.024 px, 72 dpi, transparent). Nehmen Sie das Verlaufswerkzeug und wählen Sie „Transparenter Regenbogen“. Ziehen Sie einen linearen Verlauf nach unten, der das mittlere Drittel der Arbeitsfläche bedeckt. Wählen Sie dann Filter>Verzerren>Polarkoordinaten (auf rechteckig zu polar setzen).



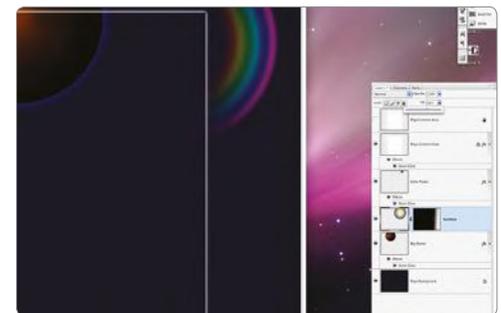
### 14 Blendenfleck erstellen

Wir simulieren eine den Planeten von hinten anstrahlende Sonne, duplizieren die Hintergrundebene und wählen Filter>Rendern>Blendenfleck. Oben links öffnen wir das Filter-Vorschaufenster, um den Blendenfleck zu positionieren. Mit dem Radiergummi-Tool lässt sich der Fleck ausbessern.



### 11 Kopieren und umfärben

Lassen Sie uns einen zweiten Planeten hinzufügen. Aktivieren Sie „Big Planet“-Ebene, wählen Sie dann Ebenen>Ebene duplizieren. Gehen Sie auf Bearbeiten>Transformieren>Skalieren und Größe verringern. Danach setzen Sie einen Haken bei Objekt>Anpassen>Farbton/Sättigung und Färben.



### 13 Jetzt der Regenbogen

Wählen Sie in der Regenbogen-Ebene Bearbeiten>Auf eine Ebene reduziert kopieren und gehen Sie dann zurück zum Hauptdokument. Wählen Sie Bearbeiten>Einfügen und hängen Sie eine Ebenenmarke an die Regenbogen-Ebene. Zeichnen Sie den Schwarzweiß-Verlauf ein und verdecken Sie damit die linke Hälfte des Regenbogens.



### 15 Sterne ins All

In einer neuen Ebene legen wir Sterne an, wählen die Vordergrundfarbe Weiß. Mit dem Verlaufswerkzeug (>radial>Vordergrund-zu-transparent-Verlauf) zeichnen wir kleine überlappende Verläufe ins obere Drittel der Arbeitsfläche. Sie können später weitere Sterne hinzufügen.

# Eigenes Seitenkopf-Design aufbauen

Mit verschiedenen Effekten und Techniken sorgen wir für ein vollkommenes Design.

## Sternschnuppen

Einen Sternschnuppen-Effekt erzielen Sie mit Konturpfaden und „Druck simulieren“, der Pinsel ist auf Sprenkeln eingestellt: Die Elemente verwandeln sich in einen Meteor oder einen Kometenschweif. Mit „Schein nach außen“ wurde dieser Effekt vollendet.

## Regenbogen-Effekt

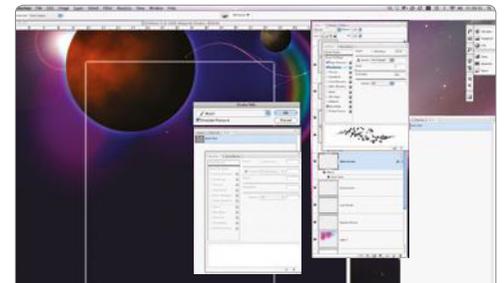
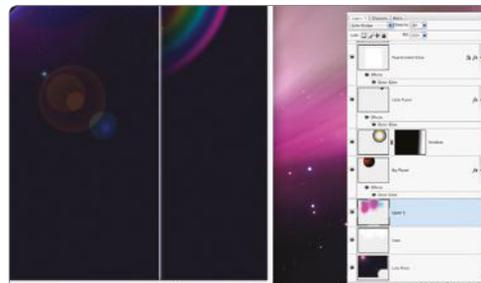
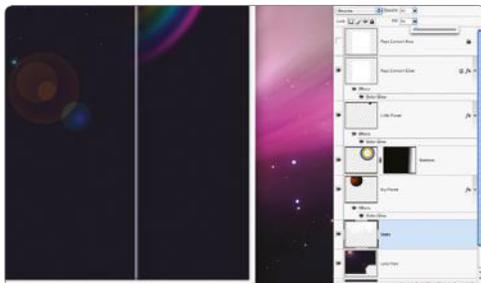
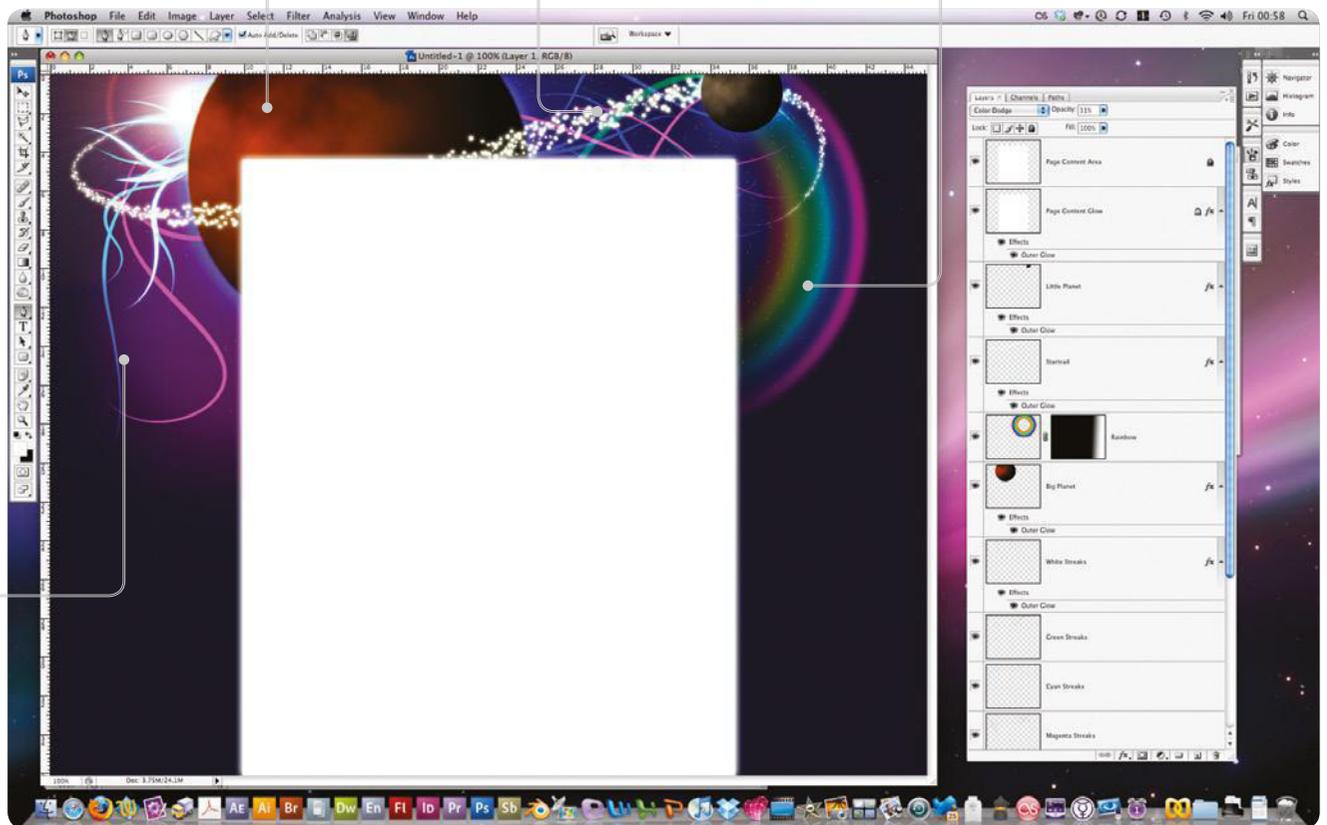
Den Regenbogen-Effekt erzeugen wir mithilfe von Verlaufswerkzeug und Polarkoordinaten-Filter. In Kombination mit Sternen, Planeten und Streiflichtern verschmilzt alles zu einem kohärenten Design.

## Planeten

Für die Planeten haben wir zu nichts Ausgeklügeltem gegriffen, sondern mit Wolken-Filter und Kreisform gearbeitet. Objektschatten geben Tiefe, und der Ebenenstil „Schein nach außen“ bindet den Planeten visuell ein.

## Bunt leuchtende Tentakeln

Die farbigen Streiflichter erzeugen wir mit Konturpfaden und der Funktion „Druck simulieren“. Die Farben aus dem Regenbogen wirken vor den anderen Elementen sehr schön.



## 16 Sterne leuchten lassen

Noch leuchtet kein Sternenhimmel, wählen Sie dafür Ebenen-Füllmodus>Sprenkeln und schon sehen Sie den Sterne-Effekt, jedoch mit viel zu vielen Sternen. Deren Anzahl reduzieren Sie durch Korrektur der Deckkraft und der Fülloption (auf je 5%).

## 17 Polarlicht erzeugen

Erstellen Sie eine neue Ebene und setzen Sie diese auf „Farbig abwedeln“. Mit dem Verlaufswerkzeug (Vordergrund-zu-transparent-Verlauf) malen Sie Verläufe in Magenta und Cyan für einen Polarlicht-Effekt ins obere Drittel der Arbeitsfläche. Mithilfe der Deckkraft regeln Sie die Wirkung des Polarlichts.

## 18 Streiflichter hinzufügen

Legen Sie eine neue Ebene mit der Vordergrundfarbe Magenta an. Im Pinselmenü wählen Sie den kleinen runden Pinsel und aktivieren das Stift-Tool. Zeichnen Sie durch Klicken und Ziehen Kurvenpfade an drei Positionen ein. Nach einem Rechtsklick im Pfad-Menü auf „Arbeitspfad“, wählen Sie „Konturpfad“ aus (Druck simulieren anhängen).

# Websites anpassen

- 138** Farben richtig einsetzen  
Finden Sie eine ansprechende Farbpalette
- 144** Mittels CSS ein Ausklapp-Menü bauen  
Platzsparend für alle Displaygrößen
- 148** Bieten Sie auf Ihrer Website einen Newsletter an  
Ein effizienter Weg, Leser zu erreichen
- 150** Schaltflächen für Twitter & Co.  
Buttons für soziale Netzwerke
- 152** Twitter Cards auf Ihrer Website  
Updates in Echtzeit anzeigen lassen
- 154** Zeitgemäße Texte  
So erstellen Sie ansprechende CSS-Texte

154  
CSS-  
Texte

## IN DIESEM KAPITEL ...

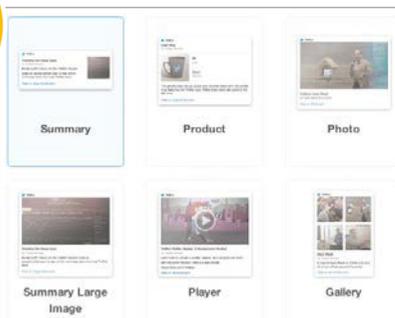
In diesem Kapitel kommen wir zu den Schmankerln, mit denen Sie Ihr Webprojekt verfeinern und es genauer an Ihre Vorstellungen anpassen können. Hier erfahren Sie, wie Sie an das Farbschema Ihrer Internetpräsenz herangehen, wie Sie Warenkörbe und Newsletter einbinden und wie Sie mittels CSS noch mehr Interaktivität erzielen können.

„Richten Sie Ihre Website an den Bedürfnissen Ihrer Besucher aus.“

138  
Farben

152  
Twitter  
Cards

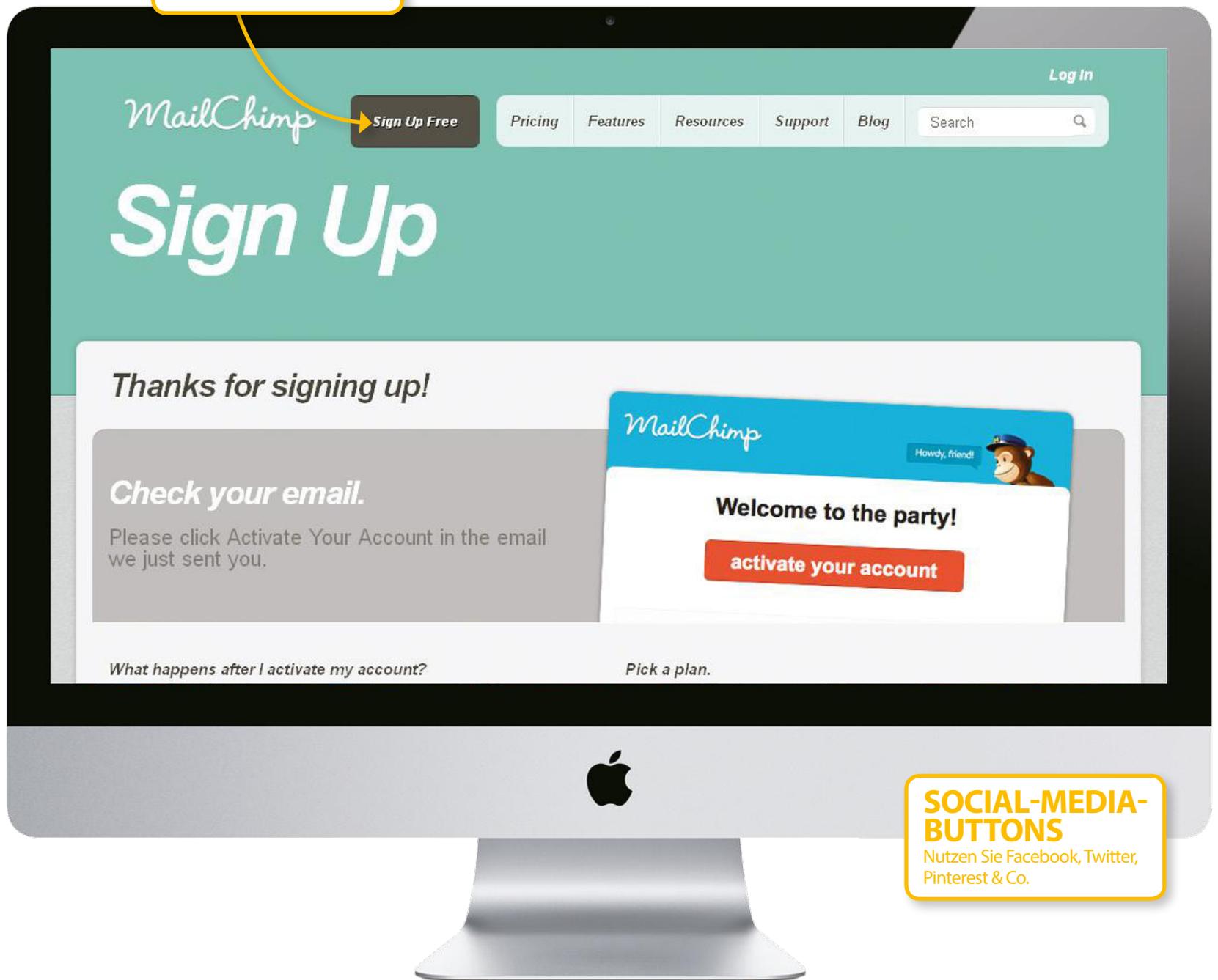
right to  
more about them.  
to use a layout.





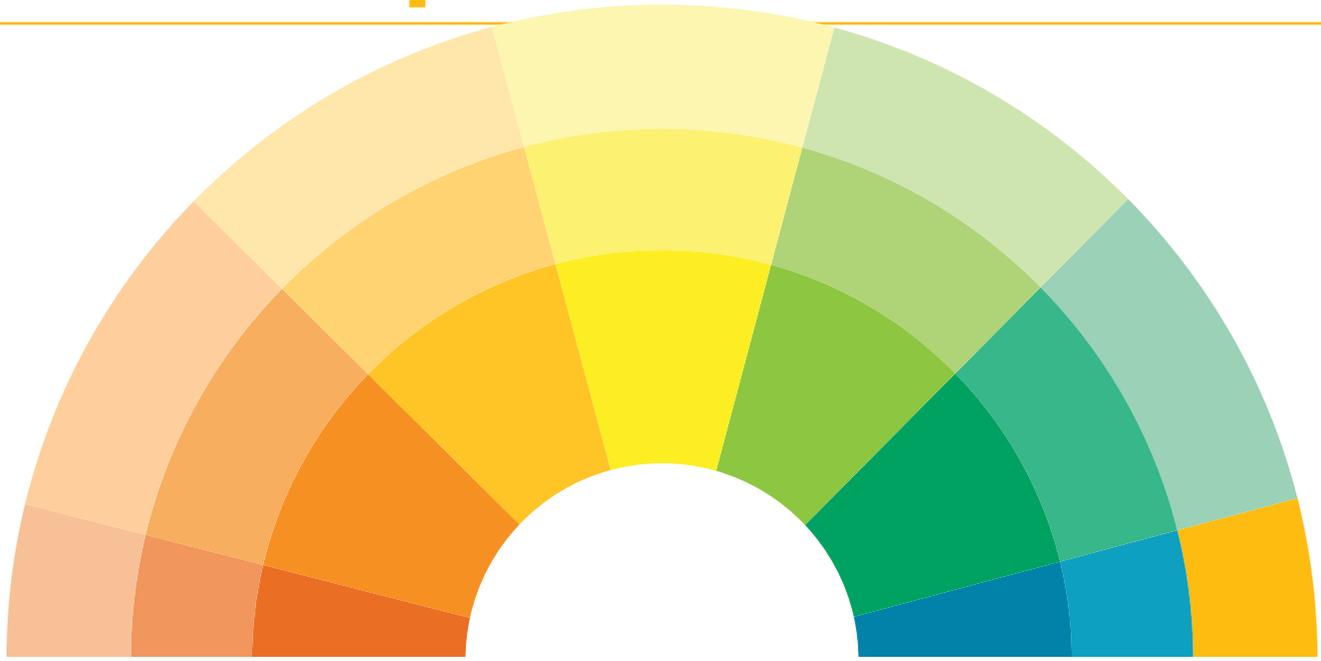
### E-MAIL-NEWSLETTER

Treten Sie mit den Besuchern Ihrer Website in Kontakt.



### SOCIAL-MEDIA-BUTTONS

Nutzen Sie Facebook, Twitter, Pinterest & Co.



# FARBEN RICHTIG EINSETZEN

WIE BEEINFLUSSEN FARBSCHATTIERUNG, FARBTON UND  
ABSTUFUNG DAS USER-ERLEBNIS? FINDEN SIE DIE FARB-  
PALETTE, MIT DER IHRE DESIGNS IHR PUBLIKUM ANSPRECHEN.



# Was Farbe bewirkt

**Warum sind Farben in unserem Leben so bedeutsam?** Nun, man könnte darauf zunächst einfach antworten, dass die Welt wohl ein trister Ort wäre, wenn es in ihr nur Schwarz und Weiß gäbe. Die Wirkungen von Farbe sind vielfältig. Auch Vertrautheit gehört dazu: Wir wissen, dass eine Erdbeere rot, der Himmel blau und Schnee weiß ist, und würde sich das ändern, wären wir wohl ziemlich verwirrt. In der Natur ist das unwahrscheinlich, doch was wäre, wenn plötzlich

auf dem Wasserhahn Grün für heiß und Gelb für kalt stünde? Oder wenn man eine Ampel bei Rot passieren dürfte?

Wir wissen aus Erfahrung, dass Blau kalt und Rot heiß bedeutet, auch ohne weitere Hinweise. Derlei Farbcodes geben uns alle nötigen Informationen, und das ganz oft weltweit einheitlich.

Und jenseits funktionaler Aspekte beeinflusst die Farbe auch Stimmungen: Jede Schattierung kann andere Emotionen auslösen. Einfach gesagt gibt Farbe Dingen ihre Bedeutung. Wenn etwas eine Farbe hat, hat es einen eigenen Stil – allein aufgrund seiner Farbgebung weckt ein Objekt bestimmte Vorstellungen in den Köpfen der Menschen.

Farbe bestimmt die Persönlichkeit eines Designs und wirkt stärker als Formen, Symbole und Worte. Sie ist subjektiv, also lernen Sie Ihr Publikum kennen. Wählen Sie gezielt eine simple und einprägsame Farbpalette.

MARK SEPHTON,  
CREATIVE DIRECTOR  
WWW.MARKSEPHTON.CO.UK



# Was Farbe im Internet bewirkt

In unserem aktuellen goldenen Zeitalter des Internets sind wir in puncto Farbwahl sehr verwöhnt. Es gibt mehr Optionen, als wir überhaupt physikalisch wahrnehmen können (und zwar genau 16.777.216). Man vergisst dabei leicht, dass vor nicht allzu langer Zeit noch 216 Farben genügen mussten. Das liegt daran, dass Rechner historisch nur 256 Farben unterstützten und für eine standardisierte Farbanzeige diese 216 ausgewählt wurden. Trotz der enormen Erweiterung der Farbpalette auf über 16 Millionen ist die Methode zur Anzeige im Internet noch immer dieselbe: die Mischung der drei Grundfarben Rot, Grün und Blau. Jede Farbe hat 256 Abstufungen, die in Kombination fast alle vor- und darstellbaren Farben erzeugen können.

Im Internet werden Farben durch einen simplen Hexadezimalwert spezifiziert: ein dreiteiliger Algorithmus, der aus verschiedenen hohen Werten von Rot (R), Grün (G) und Blau (B) besteht, beginnend mit der Abwesenheit sämtlicher Farbe, auch als Schwarz bekannt (oder 00), bis hin zu deren sämtlicher Anwesenheit, Weiß (oder FF).

Bevor Sie nun allerdings eifrig Ihren Pinsel in die 16 Millionen Farben tunken, denken Sie daran, dass alle Bildschirme Farben unterschiedlich wiedergeben.

Diese Kluft tritt besonders drastisch zutage, wenn Sie auf einem 24-Zoll-Breitbildmonitor ein Design entwerfen, nur um festzustellen, dass dieses auf dem vier Jahre alten Arbeitsnotebook Ihres Kunden vollkommen anders aussieht. Je ausgefallener Ihre Farbwahl, desto größer die Gefahr, dass der Effekt auf anderen Bildschirmen verloren geht. Neonfarben können an Glanz verlieren, dezente Pastell- oder Grauschattierungen ganz verschwinden. Testen Sie immer auf verschiedenen Bildschirmen, bevor Sie eine Farbe endgültig festlegen.



## So nutzt man Farbe

Die Site [bevisionare.com](http://bevisionare.com) ist ein Beispiel aussagekräftiger Farbverwendung, wobei die Navigation schlicht in Graustufen belassen wird. Die natürlichen Farbtöne erzeugen eine erdige Wärme, die sich gut mit den runden Formen ergänzt. Die Illustrationen sind auf den ersten Blick nicht sehr auffällig, zeugen aber von einem gewissen Sinn für Humor.



## Und so lieber nicht

Nur weil es 16 Millionen Farben gibt, müssen Sie diese nicht alle verwenden! Die Seite [lingscars.com](http://lingscars.com) ist zwar mit Absicht so überkandidelt gestaltet, aber ein gutes Beispiel dafür, wie Sie Farben nicht verwenden sollten. Bewundern Sie also das schreckliche Neon, den verwirrend gemusterten Hintergrund und die sich beißenden Rot- und Orangetöne der Seite.

# Websites anpassen

## Wofür Farben stehen

Welche Assoziationen wecken die einzelnen Farben? Die Spanne reicht von persönlichen Vorlieben bis hin zu symbolischer Repräsentation, die zur kulturellen Norm werden kann.

Farbpsychologie wird schon lange heiß diskutiert, doch Farben eine bestimmte Bedeutung oder Emotion zuzuordnen, käme dem Versuch gleich, Geschmäcker nach ihrer Wirkung zu klassifizieren. Es kommt auf persönliche Vorlieben und Erfahrungen an, jeder Mensch nimmt Farben

unterschiedlich wahr. Es gibt also keine Garantie dafür, dass Sie den gewünschten Effekt erzielen, aber durch geschickte Farbgestaltung haben Sie dennoch größere Chancen – das zeigt die Forschung –, bestimmte Verknüpfungen in den Köpfen Ihres Publikums zu aktivieren.

### GRÜN

*NATÜRLICH, FRISCH, EHRlich*

Es wurde festgestellt, dass Menschen positiv auf Farben reagieren, die denen ähneln, die sie auch in der Natur erfahren. Grün steht für die Erde, Natur, Wachstum und Ehrlichkeit. In China ist Grün ein Symbol für Gesundheit und Reichtum. Es gilt auch als Farbe der Eifersucht.

*Lieblingsfarbe von 14 % der Frauen  
Lieblingsfarbe von 14 % der Männer*



### SCHWARZ

*ELEGANT, MÄCHTIG, TÖDLICH*

In westlichen Kulturkreisen wird Schwarz traditionell mit Verzweiflung, Verfall, Tod und Trauer assoziiert, aber ebenso mit Macht und Obrigkeit. Schwarz wird auch häufig dazu verwendet, um Raffinesse, Luxus und Eleganz zu vermitteln.

*Lieblingsfarbe von 6 % der Frauen  
Lieblingsfarbe von 9 % der Männer*



### GELB

*KECK, GÜNSTIG, OPTIMISTISCH*

Obwohl Gelb normalerweise mit Licht, Spaß und Mut verbunden wird, haben Studien gezeigt, dass die meisten Menschen Gelb (und Orange) auch die Attributen billig oder günstig zuordnen. Zudem gaben nur wenige Menschen Gelb als Lieblingsfarbe an.

*Lieblingsfarbe von 9 % der Frauen  
Lieblingsfarbe von 7 % der Männer*



### WEISS

*UNSCHULDIG, REIN, SAUBER*

Weiß ist eigentlich keine Farbe, sondern die Anwesenheit aller Farben. Wir verbinden es mit einer weißen Weste, mit Frische, Neuanfängen, positiver Energie und Leben. Es kann Verwirrung in Klarheit auflösen, doch zu viel Weiß kann auch ein Gefühl von Isolation und Kälte wecken.

*Lieblingsfarbe von 1 % der Frauen  
Lieblingsfarbe von 2 % der Männer*



### ROT

*LEIDENSCHAFT, WÄRME, AGGRESSION*

Rot hat einiges mit Schwarz gemeinsam, führt aber widersprüchliche Assoziationen mit. Es kann einerseits die Farbe des Herzens, der Liebe und der Sicherheit sein, verkörpert andererseits aber auch Warnbotschaften wie Gefahr oder Stop, und es ist die Farbe des Zorns.

*Lieblingsfarbe von 9 % der Frauen  
Lieblingsfarbe von 7 % der Männer*



### BLAU

*KÜHL, RUHIG, VERLÄSSLICH*

Häufig assoziiert mit Einheitlichkeit und Hoheit, transportiert Blau ein Gefühl von Vertrauen und Autorität. Viele große Firmen wie IBM, Barclays oder Facebook verwenden die Farbe Blau. Blaufilter im Film können hingegen auch Kälte und Einsamkeit vermitteln.

*Lieblingsfarbe von 35 % der Frauen  
Lieblingsfarbe von 57 % der Männer*



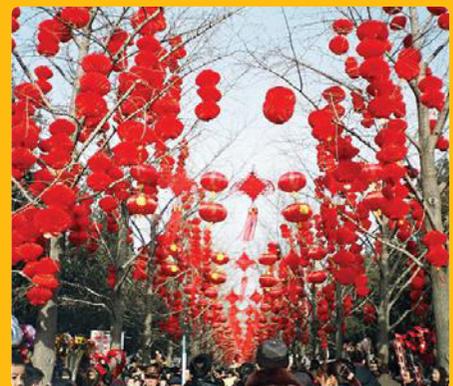
*Quelle: Joe Hallock, Colour Assignment (2003).*

## Kulturelle Unterschiede

Vor einigen Jahren zeigte ein Werbespot der Bank HSBC, dass in China Rot die Farbe des Glücks und der Hochzeiten ist, während Weiß Tod und Trauer symbolisiert. Das steht in Kontrast zur westlichen Tradition, wo Weiß für die Braut und am anderen Ende des Spektrums Schwarz für den Tod steht.

Kulturelle Unterschiede in der Farbwahrnehmung sind komplex. In Deutschland wird Gelb verwendet, um reduzierte Preise im Supermarkt zu markieren,

in Thailand hingegen ist Gelb die Farbe des Königs. In Belgien zieht man weiblichen Babys blaue und männlichen Babys pinkfarbene Kleidung an, was die Gepflogenheiten hierzulande auf den Kopf stellt. Denken wir als Bewohner der westlichen Hemisphäre an Fruchtbarkeit, Frische und Frühling, denken wir sicher an die Farbe Grün. In Südamerika wiederum lässt das Grün der endlosen Regenwälder Menschen eher an Tod denken. In Teilen Indonesiens ist Grün sogar verboten.



# Wie eine Marke entsteht

Menschen entscheiden sich oft anhand von Farben. Präzise Farbwahl ist daher der Schlüssel zum Aufbau einer Marke.

**Wem gehört Rot, wem Orange oder Violett – wenn eine Marke es schafft, allein durch ihre Farbgebung bereits identifizierbar zu sein, zeigt das, wie effektiv Farbe im Marketing sein kann.**

Dabei geht es nicht nur um eine schöne Verpackung oder schicke Werbeanzeigen im Fernsehen oder in Magazinen. Die richtige Farbe zu finden, ist für viele Marken beinahe eine Kunst und vor allem ein großer, nachhaltiger Schritt.

Ein gutes Beispiel für eine farblich sofort erkennbare Marke ist easyJet. Mit ihren schlichten und günstigen Angeboten mischte das Unternehmen die Welt der Fluggesellschaften auf. Ein einfacher, aber gewagter Schachzug, der von einer Farbe begleitet werden sollte, die Effizienz und Wirtschaftlichkeit vermittelt – ein kräftiges Orange. Schnell wurde diese Farbe zum Synonym für easyJet und andere Marken, die dieselbe Farbe verwendeten, wurden davon überstrahlt – sogar die Telefongesellschaft Orange.



Die Fluggesellschaft easyJet verwendet ein kräftiges Orange.



Orange ist inzwischen untrennbar mit der Marke verbunden.

# Warum ist Facebook blau?

Twitter, Tumblr, LinkedIn, Skype und WordPress – sie alle verwenden Blauschattierungen als Hauptfarbe. Haben sie einfach von Facebook abgekupfert, oder steckt mehr dahinter?

In den 1940er Jahren führte Faber Birren eine Studie zur Farbwahrnehmung durch, die 2003 von Joe Hallock wiederholt wurde. Dabei kamen interessante Zusammenhänge zum Vorschein.

Manche Farben vermitteln demnach spezielle Gefühle und Assoziationen besser als andere, was auch erklärt, warum Marken ganz bestimmte Farben bevorzugen.

Die größte Überraschung, die bei dieser Studie sichtbar wurde, war, dass Männer und Frauen Blau als Lieblingsfarbe angaben – und das sogar mit großem Vorsprung vor allen anderen Farben. 35 % aller Frauen wählten Blau als Lieblingsfarbe, gefolgt von Violett mit 23 %. Und ganze 57 % der Männer favorisierten Blau unter allen möglichen Farben, Grün folgte mit 14 % bereits abgeschlagen auf dem zweiten Platz.

Blau stand dabei in allen Altersklassen an der Spitze, wobei Menschen ab 20 tendenziell eher kurzweilige Farben bevorzugen (Blau, Grün, Violett), während ein jüngeres Publikum (19 und



jünger) auch gut auf hellere, poppigere Farben (Rot, Orange, Gelb) anspricht.

Sehen wir uns die demographische Verteilung auf Facebook an, zeigt sich ein Verhältnis von 60:40 zugunsten weiblicher User und ein Durchschnittsalter von 40. Es ist also ein logischer

Schritt – und es ist dazu auch kaum Recherche notwendig –, eine Farbe zu finden, die eine möglichst große Schnittmenge des Publikums der Plattform abdeckt.

Doch warum zieht die Farbe Blau die Menschen so an? Auch hier gibt die Forschung Auskunft. Die Frage „Welche Farbe assoziieren Sie mit hoher Qualität, Vertrauen, Sicherheit, Zuverlässigkeit und Mut?“ wurde zu großen Teilen mit „Blau“ beantwortet. Wengleich Blau also nicht unbedingt originell ist, ist es anhand statistischer Daten erwiesenermaßen eine solide, nützliche Farbe, die bereits vielen der weltweit erfolgreichsten Marken gute Dienste leistet.

Blau ist nicht originell, aber statistisch gesehen solide und präsent.

# Websites anpassen

## Die Wahl der perfekten Farbpalette

Sind Sie in der glücklichen Lage, für die Farbwahl Ihres Projekts keine Markenrichtlinien berücksichtigen zu müssen, können Sie sich hiervon für Ihre Paletten inspirieren lassen.

### ROT ODER TOT

Rot ist eine der kompliziertesten Farben, bleibt aber im Erfolgsfall auch sehr lange im Gedächtnis. Das beste Beispiel dafür ist Coca-Cola. Überlegen Sie es sich reiflich, bevor Sie Rot für Ihr Design verwenden, und wählen Sie den genauen Farbton gut aus. Vor allem in der Druckgrafik macht Rot oft Probleme mit der Lesbarkeit – es kann aber wie keine andere Farbe Energie verkörpern.



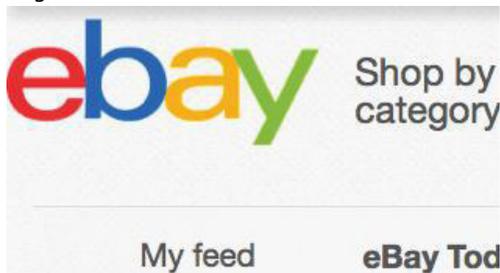
### NEON DER NEUNZIGER

Die Mode der 1990er Jahre gibt gerade ein Comeback, entsprechend finden auch Neonfarben wieder ihren Weg zurück in die Farbpaletten der Designbüros. Brutale Kollisionen von Leuchtreklameblau und Sonnenbrillenpink sind an der Tagesordnung. Ein Stil, der jede Menge Spaß und Lebenslust ausstrahlt, dessen Farbwahl aber doch seriös und aufmerksam vorgenommen werden muss, damit Ihr Design nicht am Ende aussieht wie die Altkleidersammlung nach einer Love Parade.



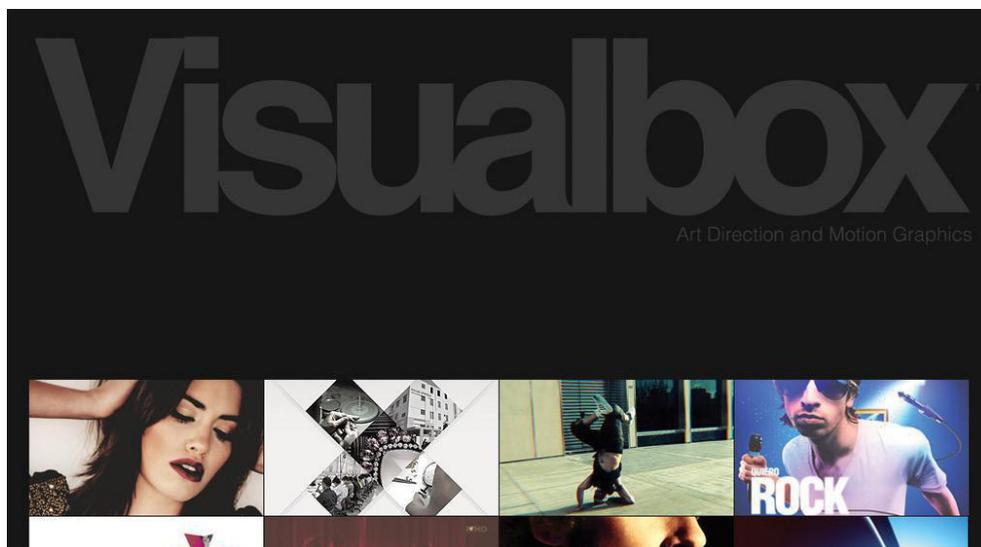
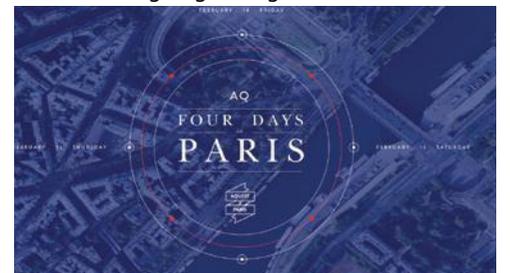
### GUTER GRUND

Umsichtig eingesetzt, kann die starke Ausstrahlung der Grundfarben – Rot, Blau und Gelb – einen bleibenden Eindruck hinterlassen. Google und Ebay sind erfolgreiche Beispiele dafür. Die kräftigen, kontrastreichen Farben erfordern allerdings, dass alles andere dahinter zurücktritt. Arbeiten Sie also minimalistisch. Klare Linien, gut lesbare, schlichte und serifenlose Schriftarten wirken hier gleichermaßen stilsicher wie spritzig.



### DER BLUES

Wie wir bereits festgestellt haben, gilt Blau als die beliebteste Farbe der Welt. Sie stehen vielleicht vor der Entscheidung, diese Popularität zu nutzen oder aber gegen den Strom zu schwimmen. In jedem Fall können Sie auch mit Blau noch einzigartige Designs erstellen, indem Sie die verschiedenen Schattierungen abseits der großen Firmen erkunden. Erwägen Sie für einen moderneren Ansatz auch Türkis, Himmelblau und Navy.



### SCHWARZ UND WEISS

Der Klassiker. Sobald Sie allerdings ein monochromes Design erstellen, wird es schwierig, es mit Farben zu kombinieren, ohne dadurch den minimalistischen Stil zu beeinträchtigen. Bei schwarz-weißen Designs sollten Sie versuchen, durch Bilder Farbe einzubringen. Neben großformatigen Fotos wird das Design dann lediglich ein Rahmen für die Bilder, die wiederum bei guter Farbwahl die Seite wirklich hervorstechen lassen.

☞ Klare Linien und gut lesbare serifenlose Schriftarten wirken stilsicher. ☞

# Werkzeuge Ihres Vertrauens

Eine Farbpalette muss Ihnen nicht wie durch Zauberei vor dem geistigen Auge erscheinen – dafür gibt es Inspirationswerkzeuge.

## ADOBE KULER

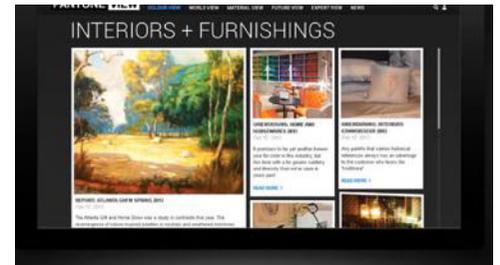
Das Designer-Helferlein Kuler (ausgesprochen wie „colour“) hat sich über die Jahre hinweg von einer schwergewichtigen Flash-Website zu einer flotten HTML5-Anwendung gemausert, die sogar direkt mit vielen Desktopprogrammen von Adobe zusammenarbeitet. Zugleich ist es eine Crowdsourcing-Plattform für Farbpaletten, die per Stichwortsuche navigiert werden kann, sowie ein regelbasierter Palettengenerator.

Auch wenn Ihnen jeweils nur fünf Farben zur Auswahl stehen, können Sie sich auf der Suche nach Inspiration durch die beliebtesten Paletten klicken – das Schöne an Kuler ist die Variation und Intensität seiner Farbpaletten. Kuler ist quasi unverzichtbar in Ihrem kreativen Arsenal, wenn Sie eine absolut bestechende Farbpalette für Ihr Designprojekt erstellen möchten – und es liefert nicht nur garantiert Resultate, es ist dabei auch noch wirklich einfach zu bedienen.



## PANTONES TRENDVORSCHAU

Pantone, seit langem Vorreiter in Sachen Farbe, versorgt Sie mit Farbvorhersagen für das kommende Jahr. Die Aufteilung nach Kategorien wie etwa Nutzung, Geschlecht oder Land hilft Ihnen dabei, die richtige Farbe für Ihr Publikum zu finden. Sogar die Inspiration lässt sich zurückverfolgen.



## FARBWÄHLER COLORZILLA

ColorZilla ist unschätzbar wertvoll, um Farbideen zu stibitzen und Designs zu testen. Dieses Browser-Plugin ermöglicht es, mit einem einfachen Klick sämtliche Farben auf Websites zu ermitteln.



# Farbtrends folgen?

Nur weil Farben in sind, sind sie noch lange nicht richtig – oder?

Designtrends kommen und gehen, Farben tun es ihnen gleich – wenngleich seltener. Die Klassiker Schwarz und Weiß, Blau und Grau, Grün und Gelb halten sich beständig. Gutes Design sollte keinem Trend folgen, sondern immer den Fokus auf den aktuellen Kontext des Projekts legen. Wenn etwa fluoreszierendes Pink die momentan angesag-

teste Farbe ist, die in allen Magazinen, Plakaten und sogar für Autos verwendet wird, dann ist es sicher keine schlechte Idee, einen Party-Flyer in dieser Farbe zu gestalten. Wenn Sie dieselbe Farbe allerdings einem Investmentfond-Kunden anbieten, erscheint die Idee vielleicht plötzlich nicht mehr so gut.

## Jüngste Farbtrends



Radiant Orchid war Pantones Farbe für 2014.

Weissagungen für zukünftige Trendfarben bewegen sich auf dünnem Eis, aber auf genau diesem bewegt Pantone sich meisterlich. Jedes Jahr sagen sie dort die Farbe des nächsten Jahres voraus – damit schlagen sie natürlich gleichzeitig Designern vor, welche Farbe sie verwenden könnten. Die Farbe des Jahres 2014 von Pantone war Radiant Orchid, eine Schattierung von Purpur/Violett, die noch nicht ganz im Webdesign angekommen ist.

# Was kommt?

Wie der Aktienmarkt sind auch Farbtrends kaum vorherzusagen: Es kann stets in jede Richtung Ausschläge geben. Das Wichtigste für Sie als Designer ist, offen für Entwicklungen und Chancen zu sein und sich nicht auf einen spezifischen Stil festzulegen, nur weil er Ihnen persönlich gefällt. Denken Sie immer dem Trend voraus, recherchieren Sie gut, wen Sie ansprechen möchten, und behalten Sie den Zweck und das Publikum im Auge.



Marsala war Pantones Farbe für 2015.

## Mittels CSS ein Ausklapp-Menü bauen

Erschaffen Sie mithilfe von CSS und Font Awesome ein platzsparendes Menü für alle Bildschirmgrößen.

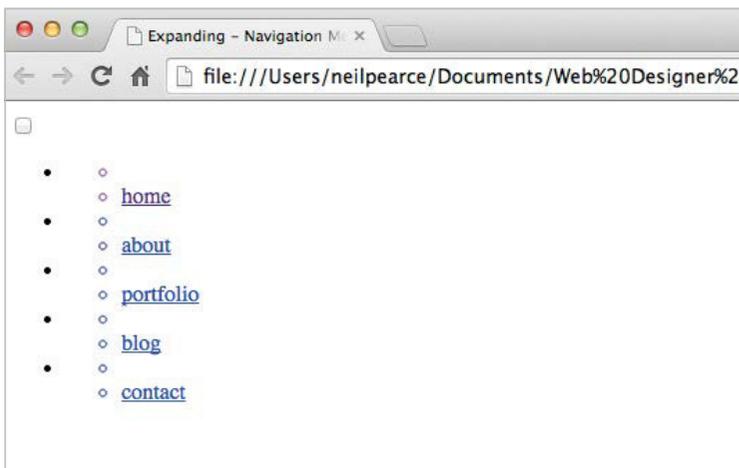
**M**enüs sind ein entscheidender Faktor für den Erfolg einer Website. Die Navigation auf einer Website ist wie ein Verkehrsschild auf der Straße oder der Etagenplan in einem Einkaufszentrum. Man weiß nicht, wo man hin will, ohne überhaupt die Möglichkeiten zu kennen, und das Ankommen am Ziel wäre unmöglich, ohne zu wissen, wo man gerade ist. Auch im Webdesign ist Orientierung sehr wichtig, weshalb das Navigationsmenü eine tragende Rolle für die Benutzbarkeit einer Website spielt.

Heutzutage findet man unzählige Arten von Navigationsmenüs mit interessanten, kreativen und ungewöhnlichen Designs. In dieser Anleitung werden wir uns ansehen, wie Sie ein einfaches, sauberes Navigationsmenü entwickeln können. Das Menü wird horizontal ausklappbar sein und im

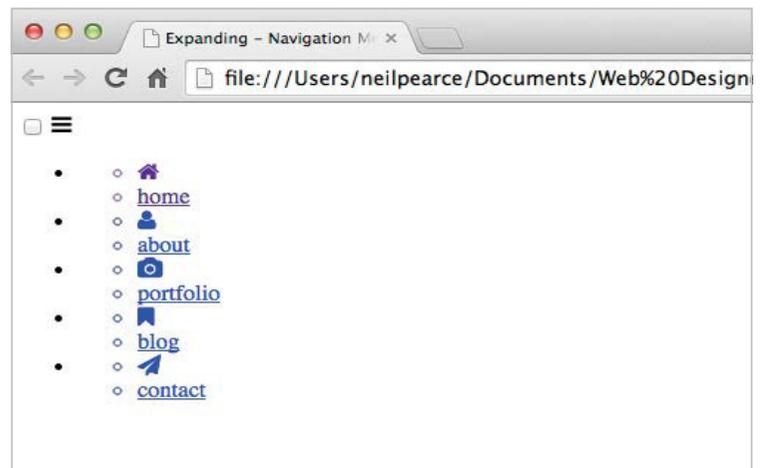
geschlossenen Zustand nur das oft verwendete Navigations-Symbol zeigen. Dieses Symbol, das aus drei horizontalen oder vertikalen Streifen besteht, ist weithin bekannt.

Außerdem werden wir uns Font Awesome zunutze machen, einen Icon-Font samt CSS-Toolkit, mit dem wir jedem Menüpunkt ein Icon hinzufügen können.

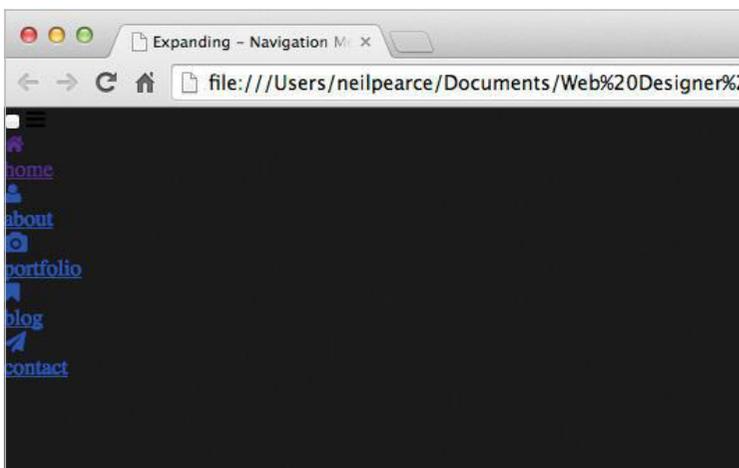
„Das Menü ist sehr wichtig für die Benutzbarkeit der Website.“



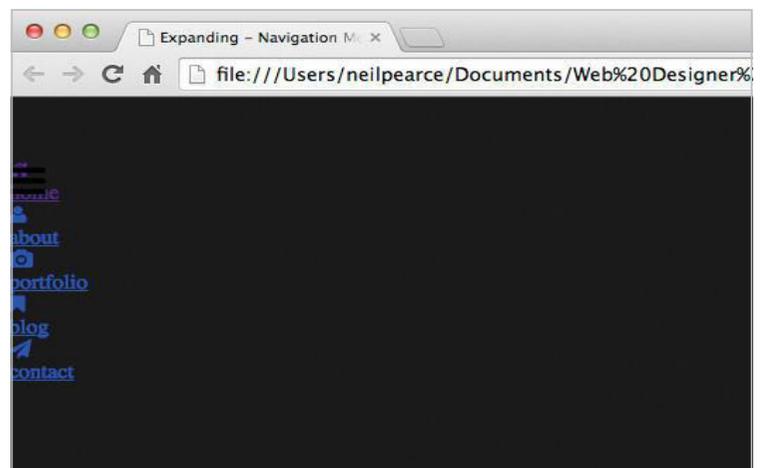
Wenn wir mit dem HTML-Code fertig sind, haben wir zunächst eine unspektakuläre ungeordnete Liste.



Mit dem importierten CSS von Font Awesome sehen wir, wie die Icons zusammen mit dem Text aussehen.



Nun haben wir das CSS-Reset eingefügt und die Hintergrundfarbe geändert, damit der Text besser zur Geltung kommt.



Jetzt ist alles versteckt, um Platz zu sparen, und wird erst gezeigt, wenn wir auf das Navicon klicken.

## 01 Font Awesome verwenden

In dieser Anleitung werden wir die skalierbaren Vektor-Symbole von Font Awesome benutzen, die mit CSS gestylt werden können. Es gibt zwei Möglichkeiten, Font Awesome einzubinden: Sie können entweder dessen Content Delivery Network (CDN) benutzen oder das gesamte Paket von [fontawesome.github.io/Font-Awesome](https://fontawesome.github.io/Font-Awesome) herunterladen – was wir hier tun werden, damit wir einen Blick in die CSS-Datei werfen können.

```
001 <link href="//maxcdn.bootstrapcdn.com/font-awesome/4.2.0/css/font-awesome.min.css" rel="stylesheet">
```

## 02 Menü erstellen

Unser erstes Stück HTML ist ein div mit fünf verschiedenen Klassen, die wir verwenden werden, um unser Menü zu positionieren und zu stylen. Fügen Sie in dem div ein Input-Feld und ein Label-Element ein. Diese werden wir benutzen, um das Menü zu animieren. Das erste Icon aus dem Font, den wir hier benutzen wollen, ist das beliebte Navicon, das den Klassennamen „fa-bars“ besitzt:

```
001 <div class="menu top left horizontal blue">
002 <input id="slide" name="slide"
003 type="checkbox">
004 <label for="slide" class="icon open">
005 <i class="fa fa-bars"></i>
006 </div>
```

## 03 Menü-Buttons

Erstellen Sie nun in dem div aus dem letzten Schritt die Menü-Buttons. Dazu benutzen wir das HTML5-Element `<nav>` und geben ihm die Klasse „navigation“. Innerhalb dieses Elements fügen wir eine ungeordnete Liste ein. Diese lassen wir zunächst leer, sie wird in den nächsten Schritten gefüllt werden.

```
001 <nav class="navigation">
002 <ul>
003 </ul>
004 </nav>
005
```

## 04 Home-Button

Im nächsten Schritt wenden wir uns dem Home-Button zu. Innerhalb unserer ungeordneten Liste werden wir jetzt unsere Buttons hinzufügen, wofür wir eine Kombination von Listenelementen und weiteren ungeordneten Listen benutzen. Eine Klasse namens „active“ für unser erstes Listenelement erlaubt es uns, dies als einen Schalter für unsere CSS-Animation zu verwenden, die wir später einbauen werden. Das Icon bekommt die Klasse „fa-home“, die dafür sorgt, dass das richtige Icon aus der Font-Awesome-CSS-Datei angezeigt wird.

```
001 <li class="active">
002 <a href="">
003 <ul>
004 <li><i class="fa fa-home"></i></li>
005 <li><span>home</span></li>
006 </ul>
007 </a>
008 </li>
```

## 05 About-Button

Unterhalb des schließenden `</li>`-Tags unseres Home-Buttons erstellen wir nun eine weitere, von einem Anchor-Tag umschlossene Gruppe von Listen. Diesmal benutzen wir das Font-Icon namens „fa-user“, welches perfekt zu unserem About-Button passt.

```
001 <li>
002 <a href="#">
003 <ul>
004 <li><i class="fa fa-user"></i></li>
005 <li><span>about</span></li>
006 </ul>
007 </a>
008 </li>
```

## 06 Die restlichen Buttons

Abschließend fügen wir noch drei weitere Buttons hinzu. Für unseren Portfolio-Button nehmen wir ein Kamerasymbol, für das Blog ein Lesezeichen-Icon und einen Papierflieger für den Kontaktknopf. Diese Icons passen in dem Kontext recht gut, aber Sie können natürlich auch die anderen verfügbaren Symbole ausprobieren.

```
001 <li>
002 <a href="#">
003 <ul>
004 <li><i class="fa fa-camera"></i></li>
005 <li><span>portfolio</span></li>
006 </ul>
007 </a>
008 </li>
009 <li>
010 <a href="#">
011 <ul>
012 <li><i class="fa fa-bookmark"></i></li>
013 <li><span>blog</span></li>
014 </ul>
```

## CSS-Kombinator ~

In einigen Schritten dieses Tutorials haben wir einen sehr praktischen kleinen Selektor verwendet: den General-Sibling-Selektor. Der Kombinator, der durch das Tilde-Zeichen „~“ ausgedrückt wird, verbindet zwei einfache Selektoren und selektiert alle Elemente, die sich auf derselben hierarchischen Ebene wie das durch den ersten Selektor spezifizierte Element befinden.

```
015 </a>
016 </li>
017 <li>
018 <a href="#">
019 <ul>
020 <li><i class="fa fa-send"></i></li>
021 <li><span>contact</span></li>
022 </ul>
023 </a>
024 </li>
025 </ul>
026 </nav>
027 </div>
028
```

## 07 Font Awesome importieren

Erstellen Sie eine neue CSS-Datei und öffnen Sie diese mit einem beliebigen Texteditor. Falls Sie das noch nicht getan haben, erstellen Sie ein neues Verzeichnis namens „css“ und verschieben Sie sowohl Ihre neue CSS-Datei als auch die Datei `font-awesome.css` dorthin. Nun importieren wir ganz einfach das `font-awesome.css` mithilfe der `@import`-Regel:

```
001 @import url(font-awesome.css);
002
```

## 08 CSS-Reset

Ein Reset am Anfang des CSS-Codes hinzuzufügen, ist heute gängige Praxis. Wir wählen hier der Einfachheit halber mit dem Stern-Selektor alle Elemente aus und entfernen alle Ränder sowie Innen- und Außenabstände.

```
001 * {
002   border: 0;
003   padding: 0;
004   margin: 0;
005 }
006
```

## 09 Grundlegendes CSS

Ein weiterer Teil unseres CSS-Resets besteht darin, sowohl dem „html“- als auch dem „body“-Element jeweils eine Höhe von 100 % zu geben. Dies erlaubt es unserer Seite, sich auf die Größe des gesamten Browserfensters auszudehnen. Da unser Menü blau werden soll, setzen wir schließlich den Hintergrund der Seite auf einen dunklen Farbton, was das Menü besser zur Geltung bringen wird als ein weißer Hintergrund.

```
001 html,
002 body {
003   height: 100%;
004 }
005 body {
006   background: #1b1b1b;
007 }
```

# Websites anpassen

## 10 Menüposition

Das Menü an einer bestimmten Stelle zu fixieren, schützt vor dem Aufploppen einer vertikalen Scrollleiste. Mit dem z-Index sorgen wir dafür, dass das Menü im Vordergrund bleibt. Danach geben wir dem Menü nach oben hin noch 50 Pixel Platz.

```
001 .menu {  
002 position: fixed;  
003 z-index: 9999;  
004 margin: 50px 0 0 0px;  
005 }
```

## 11 Menü verstecken

Bevor wir auf unserer Seite irgendetwas animieren können, müssen wir Platz schaffen. Dies erreichen wir durch das Verstecken aller Menü-Buttons. Dazu wählen wir das nav-Element aus und stellen seine Deckkraft auf null. Der nächste Selektor greift, wenn unsere Checkbox, die ja unser Navicon zeigt, aktiviert ist. In diesem Fall möchten wir die Deckkraft des Menüs wieder auf „1“ stellen, sodass es hinter dem Navicon eingeblendet wird.

```
001 .menu nav {  
002 opacity: 0;  
003 }  
004 .menu input#slide:checked ~ nav {  
005 opacity: 1;  
006 }
```

## 12 Labels stylen

Nun bekommt unser Navicon (die drei horizontalen Linien) ein paar Standard-Eigenschaften. Wir positionieren es ebenfalls „fixed“, wodurch die Icons nach oben rutschen und sich in einer Linie mit dem Navicon einreihen. Dann fügen wir „cursor: pointer“ hinzu, damit es sich wie ein Button verhält, und machen die kleine Checkbox unsichtbar, indem wir dem Input-Feld „display: none“ mitgeben.

```
001 .menu label {  
002 position: fixed;  
003 font-size: 30px;  
004 cursor: pointer;  
005 z-index: 9999;  
006 }  
007 .menu input#slide {  
008 display: none;  
009 }  
010 }
```

## 13 Rotation des Navicons

Um das Menü ansprechender zu machen, sorgen wir mithilfe der Transform-Eigenschaft dafür, dass das Navicon sich um 90° dreht, wenn es angeklickt wird, und das Menü sich dann darunter ausfährt. Im Moment ist die Drehbewegung aber noch viel zu schnell, was wir im nächsten Schritt beheben werden.

```
001 .menu input#slide:checked ~ label.open i {  
002 -webkit-transform: rotate(90deg);  
003 -ms-transform: rotate(90deg);  
004 transform: rotate(90deg);  
005 }
```

## 14 Navicon- und Button-Transitions

Das Navicon rotiert etwas zu schnell für unsere Augen. Wir können aber Abhilfe schaffen, indem wir die momentan lineare Bewegung ein bisschen weicher machen – das Stichwort lautet „Easing“. Dasselbe gilt für die Menü-Buttons. Sie kommen im Moment recht unvermittelt heruntergefallen, was nicht so angenehm anzusehen ist, also erhalten auch sie etwas Easing.

```
001 .menu label i,  
002 .menu nav,  
003 .menu nav ul li span {  
004 transition: all 0.2s ease-in-out;  
005 }
```

## 15 Spationieren der Buttons

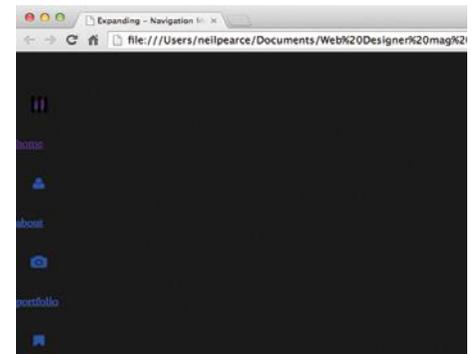
Jetzt, wo Menü und Navicon besser ausschauen, können wir noch etwas Platz zwischen den Buttons schaffen. Nach dem Spationieren entfernen wir noch die Aufzählungspunkte. Zuletzt stellen wir die Overflow-Eigenschaft auf „hidden“, und erhöhen dann die Schriftgröße auf 20 Pixel. Das Großartige an Font Awesome ist, dass wir auf simple Weise die Größe der Icons steuern können.

```
001 .menu label,  
002 .menu nav ul li a i,  
003 .menu nav ul li a span {  
004 line-height: 60px;  
005 text-align: center;  
006 width: 60px;  
007 height: 60px;  
008 }  
009 .menu nav ul {  
010 list-style: none;  
011 overflow: hidden;  
012 }  
013 .menu nav ul li a i {  
014 font-size: 20px;  
015 }  
016 }
```

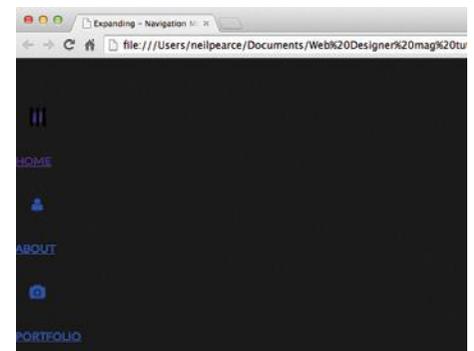
## 16 Button-Text

In diesem Schritt wollen wir den Button-Text etwas verschönern. Wir verwenden hier einen Google-Font namens Lato, aber Sie können natürlich auch jede andere Schrift, die Ihnen gefällt, ausprobieren. Als Nächstes stellen wir die Schriftgröße auf 16 Pixel und sorgen dafür, dass alles in Großbuchstaben angezeigt wird. Schließlich setzen wir die Breite auf null.

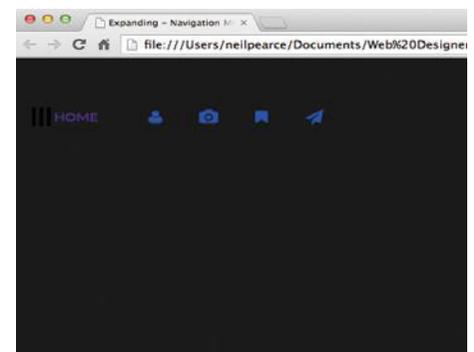
```
001 .menu nav ul li a span {
```



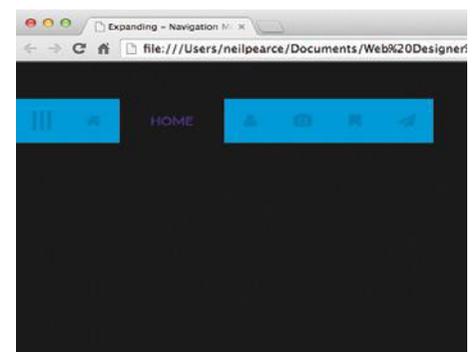
Die Buttons wurden mithilfe von Margins spationiert und die Größe der Icons wurde erhöht.



Hier haben wir den Google-Font Lato bei 16 px eingesetzt, um den Text etwas eindrucksvoller zu machen.



Per CSS wurde das Menü horizontal oben auf der Seite positioniert, wo es die Besucher erwarten.



Die Hintergrundfarbe des Menüs ist gesetzt, nur der Hintergrund der Buttons fehlt noch.



Im letzten Schritt fügen wir beim Überfahren mit der Maus einen kleinen Effekt hinzu – fertig ist unser horizontales Ausklapp-Menü!

```
002 font-family: 'Lato', sans-serif;
003 font-size: 16px;
004 text-transform: uppercase;
005 width: 0;
006 }
```

## 17 Buttons animieren

Nun wird es etwas interessanter. Wir werden uns die Padding-Eigenschaft zunutze machen, um die Buttons zu animieren. Dies sorgt dafür, dass sie sich beim Überfahren mit der Maus um 10 px nach rechts bewegen. Dann kümmern wir uns noch um den .active-Zustand und geben ihnen eine Breite von 100 px.

```
001 .menu nav ul li a: hover span {
002 width: 100px;
003 padding: 0 10px;
004 }
005 .menu nav ul li.active a span {
006 width: 100px;
007 padding: 0 10px;
008 }
```

## 18 Horizontales Menü

Unser Hauptziel in dieser Anleitung besteht darin, ein horizontales Menü zu erzeugen. Dazu werden wir über die Klasse „horizontal“ die Listenelemente nach links floaten, sodass sie sich, am linken Rand beginnend, nebeneinander anordnen. Außerdem machen wir das Menü etwas schmaler, indem wir eine negative margin-left von 50 Pixeln hinzufügen.

```
001 .menu.horizontal nav ul li,
002 .menu.horizontal nav ul li a span {
003 float: left;
004 }
005 .menu.left.horizontal nav {
006 margin-left: -50px;
007 }
```

## 19 Home-Button

Im Moment ist das Icon für unseren Home-Button hinter dem Navicon versteckt. Daher fügen wir ein paar Margins hinzu, um alle unsere Buttons ein Stück nach rechts zu schieben, sodass das Home-Icon sichtbar wird. Ein weiteres Feature ist, dass sich das Menü nun sowohl beim Klick auf das Navicon als auch auf das Home-Icon schließt.

```
001 .menu.left.horizontal input#slide:checked ~
nav {
002 margin-left: 60px;
003 }
004 .menu.right.horizontal nav {
005 margin-right: -50px;
006 }
007 .menu.right.horizontal input#slide:checked ~
nav {
008 margin-right: 60px;
009 }
```

## 20 Menüfarben

In den letzten Schritten dieser Anleitung werden wir unserem Menü und den Buttons etwas Farbe verleihen. Zuerst geben wir dem Hintergrund des Menüs ein schönes Hellblau. Die Icons bekommen einen etwas dunkleren Blauton.

```
001 .menu.blue label,
002 .menu.blue nav ul li a ul li {
003 background-color: #3498db; /* bg */
004 color: #2980b9; /* icons */
005 }
```

## 21 Buttonfarben

Es bleibt noch, unsere Menü-Buttons einzufärben. Hier verwenden wir dieselben Farben in umgekehrter Weise, sodass die Hintergrundfarbe unserer Buttons dieselbe ist wie der Icons

und der Text die Farbe des Menü-Hintergrundes erhält. Zuguterletzt legen wir noch fest, dass der Text beim Darüberfahren mit der Maus weiß werden soll.

```
001 .menu.blue nav ul li a span {
002 background-color: #2980b9;
003 color: #3498db;
004 }
005 .menu.blue nav ul li a span: hover {
006 color: white;
007 }
```

## 22 Fazit

Vermutlich werden Ihnen, jetzt da Responsive Design heutzutage nicht mehr wegzudenken ist, noch eine ganze Menge solcher oder so ähnlicher Menüs begegnen. Die Benutzung von Vektor-Icons wie Font Awesome kann Ihnen die Entwicklung von Navigationsmenüs wesentlich erleichtern.



## Warum Icon-Fonts?

In dieser Anleitung haben wir Font Awesome verwendet, eine skalierbare Vektor-Icon-Schrift mit eigenem CSS-Toolkit. Was genau sind aber die Vorteile davon, einen Vektor-Icon-Font anstelle von Grafiken zu verwenden? Der größte Vorteil ist, dass es eben nur eine Schrift ist. Das heißt, Ihnen stehen alle Gestaltungsmöglichkeiten von normalem Text zur Verfügung. Die Größe und Farbe eines Icons können Sie zum Beispiel ganz einfach mit etwas CSS ändern. Und alles wird so scharf gerendert, wie es Ihr Gerät zulässt, sodass Sie sich keine Sorgen über Grafiken für Retina-Bildschirme zu machen brauchen.

Ein weiteres Plus von Icon-Fonts liegt in deren Performance. Alle Icons befinden sich in einer Datei, was bedeutet, dass auch nur ein HTTP-Request notwendig ist, um sie zu laden. Dies kann die Ladezeit Ihrer Seite durchaus verbessern, wenn Sie viele verschiedene Icons verwenden.

Der beste Weg, Font Awesome in Ihre Website einzubinden, besteht darin, es einfach über den folgenden Link im Kopf Ihrer HTML-Datei aus dem CDN zu laden:

```
001 <link href="//maxcdn.bootstrapcdn.com/font-awesome/4.2.0/css/font-awesome.min.css" rel="stylesheet">
```

Die andere Möglichkeit ist, so wie wir es in dieser Anleitung getan haben, die CSS-Datei herunterzuladen und sie wie jede andere CSS-Datei zu verlinken.

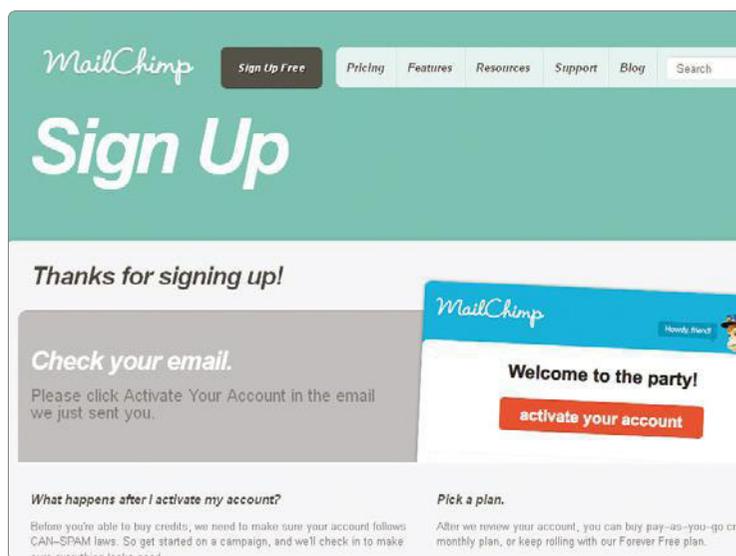
## Bieten Sie auf Ihrer Website einen Newsletter an

Mithilfe eines benutzerfreundlichen Dienstes wie MailChimp wird ein Newsletter zum Kinderspiel.

Um das Interesse an Ihrer Website zu fördern und Besucher auf dem Laufenden zu halten, könnten Sie einen E-Mail-Newsletter anbieten. Die Abonnenten des Newsletters lassen sich zum Beispiel regelmäßig auf Neuigkeiten auf Ihrer Webpräsenz hinweisen.

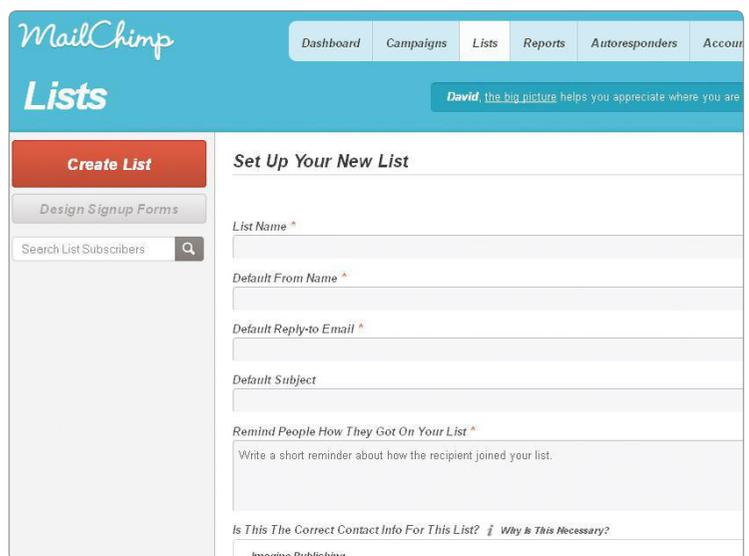
Eine elegante Lösung, einen solchen Newsletter bereitzustellen, ist es, ein entsprechendes Skript in Ihre Website einzubinden. Das Skript generiert ein Formular, in welches Besucher ihre Mailadressen eintragen und sich so für den Newsletter anmelden können. Es ist hinsichtlich der Benutzerfreundlichkeit eine gute Idee, daneben auch noch eine Möglichkeit zum unkomplizierten Abmelden von dem Dienst anzubieten.

Ein Service, der es Ihnen leicht macht, ein Newsletter-Skript in Ihre Website zu integrieren, ist MailChimp. Für bis zu 2.000 Abonnenten und 12.000 E-Mails pro Monat ist der Dienst gratis, aber es gibt auch kostenpflichtige Tarife, mit denen Sie noch mehr Newsletter versenden können. Um sich für die Gratisversion anzumelden, benötigen Sie lediglich eine gültige E-Mailadresse. Einen Benutzernamen und ein Passwort können Sie selber festlegen. Zur Verhinderung von Missbrauch wird jedoch auch die Angabe Ihres Namens sowie Ihrer Anschrift verlangt. MailChimp hat eine übersichtliche, leicht zu bedienende Benutzeroberfläche. Sie müssen keine Software herunterladen, sondern erledigen alles bequem online.



### 01 MailChimp-Konto anlegen

Gehen Sie auf [mailchimp.com](http://mailchimp.com) und klicken Sie auf „Sign Up Free“. Geben Sie Ihre E-Mailadresse ein, legen Sie Benutzernamen und Passwort fest. Daraufhin erhalten Sie eine E-Mail, in der Sie einen Aktivierungslink anklicken müssen. Danach haben Sie noch Namen und Anschrift anzugeben.



### 02 Liste erstellen

Um einen Newsletter einzurichten, müssen Sie zunächst eine Liste dafür erstellen. Geben Sie in die Felder von oben nach unten Listennamen, Standard-Absendernamen/Mailadresse sowie einen Standard-Betreff für den Newsletter an. In das Feld unten können Sie einen Infotext schreiben.

# Das Design-Interface

So erstellen und gestalten Sie ein Anmeldeformular.

## Formular

Im Dropdown-Menü „Signup Form“ finden Sie eine Auswahl von Formulartypen. Die Optionen beinhalten beispielsweise Abmelfunktionen und Bestätigungsmails.

## E-Mailadresse

Das einzige Pflichtfeld – markiert durch ein Sternchen \* – ist das für die E-Mailadresse. Ohne diese Angabe würden Ihre Newsletter ja nicht ans Ziel gelangen.

## CAMPAIGN BUILDER

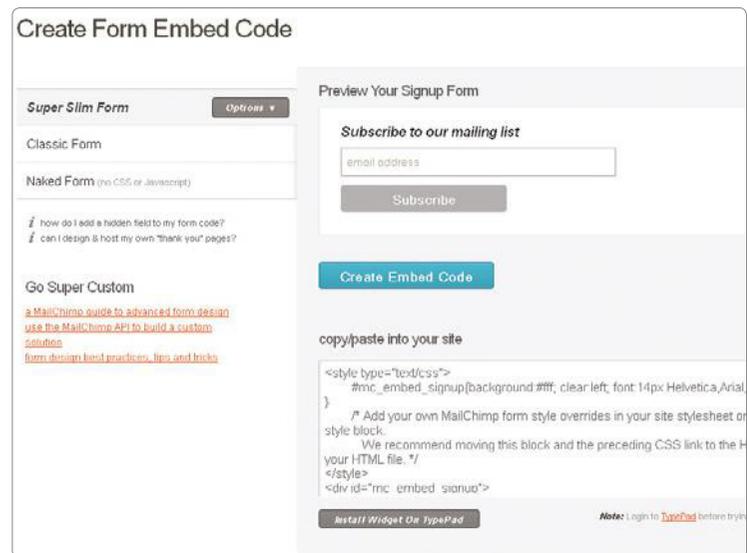
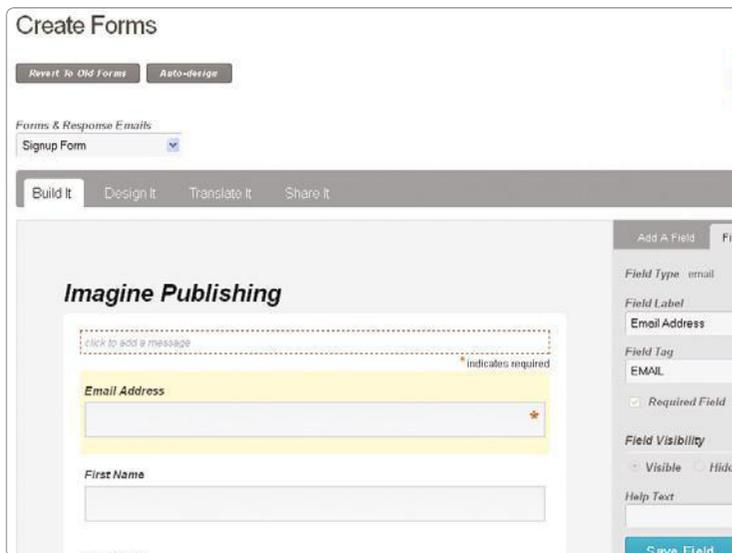
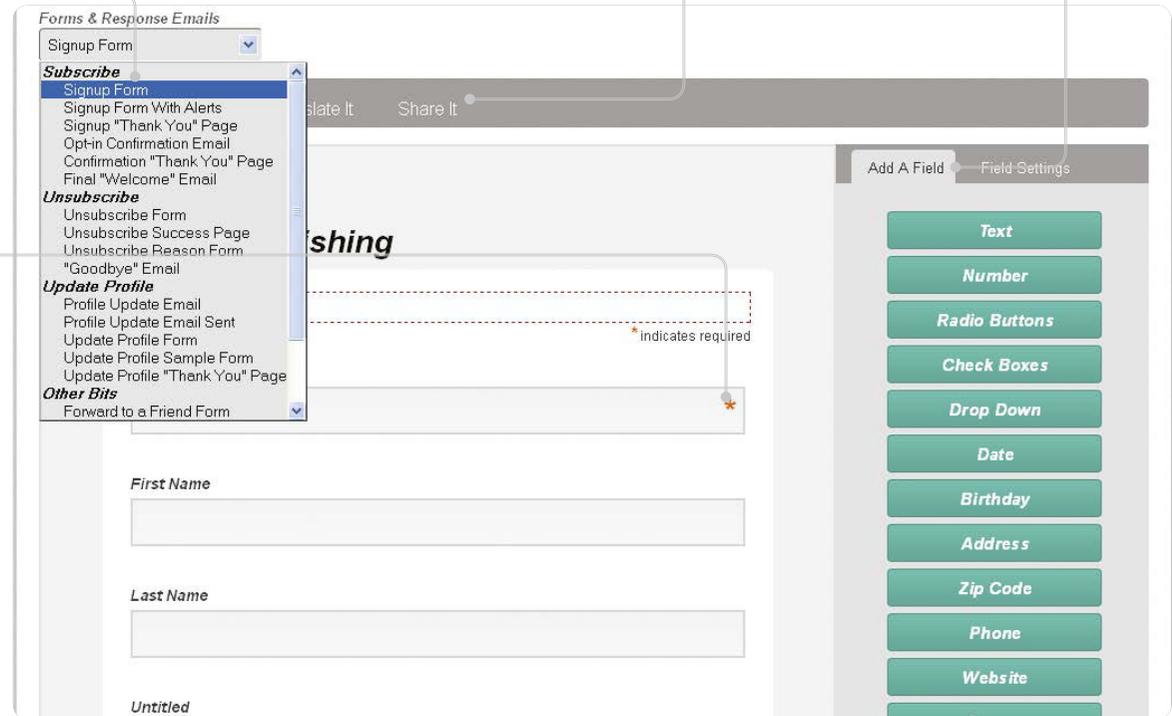
Mit dem „Campaign Builder“ bietet MailChimp Ihnen die Möglichkeit, auch die zu versendenden Newsletter mithilfe des Online-Dienstes zu erstellen. Templates finden Sie unter <https://us5.admin.mailchimp.com/templates>. Die entsprechenden E-Mails bekommen alle Empfänger, die sich für Ihren Newsletter angemeldet haben.

## Teilen

Wenn Sie die „Share It“-Option anklicken, erhalten Sie die Möglichkeit, sich den HTML-Code für das Formular generieren zu lassen. Diesen können Sie dann in den Code der entsprechenden Webseite einfügen.

## Feld hinzufügen

Die grünen Schaltflächen auf der rechten Seite repräsentieren einzelne Felder, die Sie Ihrem Formular nach Belieben hinzufügen können, darunter etwa die Abfrage von Geburtsdatum oder Adresse.



## 03 Anmeldeformular designen

Als Nächstes können Sie das Newsletter-Anmeldeformular gestalten, indem Sie die Funktion „Design Signup Forms“ aufrufen. Im Reiter „Build It“ lassen sich Felder editieren oder neue hinzufügen, etwa für die Angabe des Geburtsdatums des jeweiligen Abonnenten.

## 04 Code abrufen

Im Reiter „Design It“ können Sie anschließend die grafische Darstellung des Formulars wählen. Sind Sie mit Ihrem Entwurf zufrieden, klicken Sie auf „Share It“ und dann auf „Create Embed Code“. Es wird ein Stück Code erzeugt, das Sie in das HTML Ihrer Seite einfügen müssen.

## Schaltflächen für Twitter & Co.

So binden Sie Buttons für die sozialen Medien ein und machen Ihre Website dadurch interaktiver.

In den letzten Jahren hat sich das Web zu einer echten sozialen Plattform entwickelt. Für alle, die gerade dabei sind, eine Website zu gestalten, bieten sich hier tolle Möglichkeiten. Soziale Netzwerke demokratisieren das Teilen von Inhalten, sodass die Netzwerke selbst zu einer effektiven Werbepattform für Sie werden, wenn Ihre Website den Nerv der Netzwerknutzer trifft.

Nichts hält Sie davon ab, regelmäßig Links zu Beiträgen auf Ihrer Website zu posten und Freunde oder Follower dazu zu ermuntern, Ihren Link zu teilen. Doch damit ist das Potential der sozialen Netzwerke noch längst nicht ausgeschöpft. Statt die Inhalte selber zu teilen, kann es viel effektiver sein, Besucher Ihrer Website zu ermutigen, Reaktionen auf Ihre Beiträge in deren Facebook-Chronik oder auf Twitter zu posten.

Natürlich kann jeder einen Link zu Ihrer Seite in seinem Netzwerk veröffentlichen, und einige engagierte Nutzer sozialer Netzwerke werden dies auch tun, aber die Mehrheit braucht eine Erinnerung sowie eine einfache Ein-Klick-Lösung zum Teilen. Webmaster können dies durch die Integration von Schaltflächen für soziale Medien lösen – mit erkennbaren Logos der verschiedenen Netzwerke, um das Teilen in den Netzwerken, das Hinzufügen zu YouTube-Kanälen und Tweets zu vereinfachen.



## Erklärung im Einzelnen

Es existiert ein ziemlich breites Spektrum sozialer Netzwerke.

### Standard-Schaltflächen

Alle gängigen sozialen Netzwerke wie Twitter oder Facebook sind hier verfügbar, sodass Sie wählen können, welche davon Sie in Ihrem Schaltflächen-Menü einbinden möchten. In unserem Beispiel haben wir uns für Facebook entschieden.

### Erkennbare Logos

Nutzer sozialer Netzwerke kennen die Standard-Schaltflächen ihrer bevorzugten Plattform. Das heißt, Sie sollten das Aussehen des Facebook-„Gefällt mir“-Buttons nicht verändern – es sei denn, Sie sind der Ansicht, es lohnt sich das Risiko einzugehen, dass Nutzer die Schaltfläche eventuell nicht sofort erkennen.

### Erweiterte Funktionalität

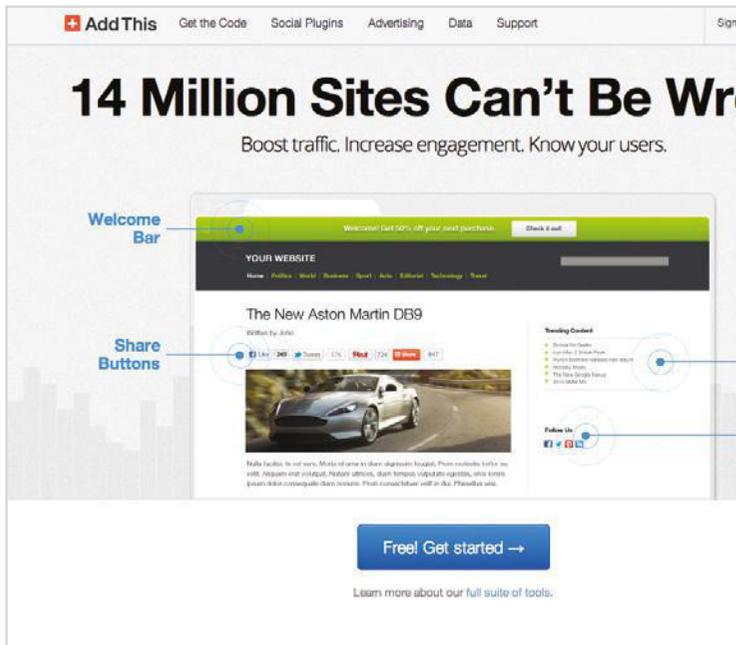
Einige Services erlauben die Erstellung von eigenen, maßgeschneiderten Schaltflächen für zusätzliche Aktionen auf der Webseite, beispielsweise Drucken oder Umwandlung in PDF.

### Integration in die Seite

Social-Media-Buttons sind großartige Verbreitungstools, allerdings sollten sie nicht den Inhalt Ihrer Seite überschatten. Stellen Sie sicher, dass die Buttons eine passende Größe haben – nicht zu groß, aber auch nicht derart klein, dass man sie nicht findet.

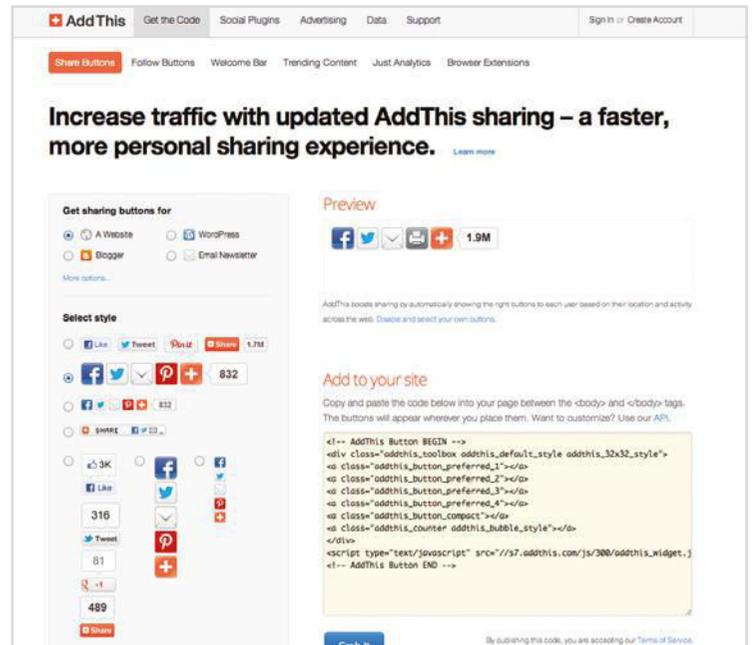
**SOZIALE NETZWERKE**

In den letzten Jahren haben sich soziale Netzwerke massiv verbreitet. Statt auf wenige große Plattformen beschränkt zu sein, hat man mittlerweile Dutzende Alternativen. Das macht es oft schwer, über alle Netzwerke auf dem Laufenden zu bleiben und auf alle ausgerichtet zu sein. Um ein Durcheinander zu verhindern, konzentrieren Sie sich auf einige Hauptoptionen, es sei denn, Ihre Website nutzt ein ganz bestimmtes Netzwerk.



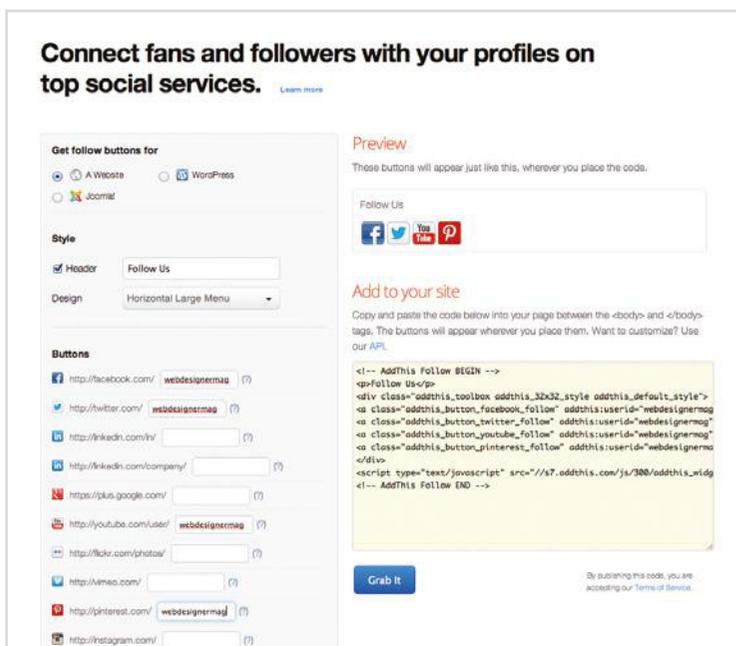
## 01 Einloggen oder anmelden

Wir benutzen den freien Service **addthis.com**, um unsere Schaltflächen zu generieren und zu installieren. Sie brauchen nicht unbedingt ein Nutzerkonto, aber wenn Sie sich registrieren, können Sie sehen, wie beliebt Ihre Buttons sind, und deren Nutzung verfolgen.



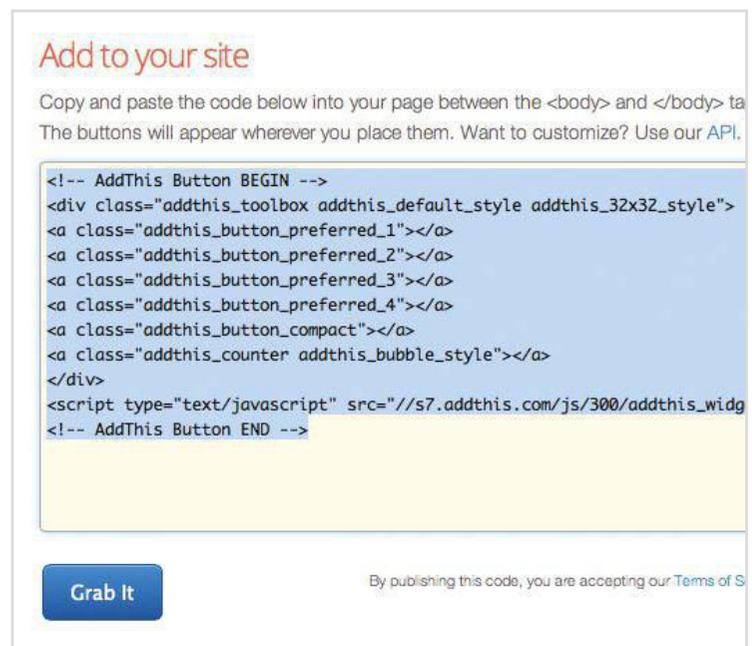
## 02 Design auswählen

Wenn Sie möchten, dass Nutzer Ihren Inhalt teilen, gehen Sie zum Bereich „Share Buttons“. Wählen Sie aus den unterschiedlichen Button-Designs in der linken Spalte, um den Code unterhalb der Vorschau rechts auf der Seite zu generieren. Hier müssen keine Daten eingegeben werden.



## 03 Follower ermuntern

Wenn Sie lieber Ihr eigenes Social-Network-Konto in den Vordergrund stellen möchten, gehen Sie stattdessen zu „Follow Buttons“. Hier können Sie wiederum den Schaltflächen-Typ auswählen. Sie müssen hier den Benutzernamen für jedes Netzwerk angeben, das Sie hinzufügen möchten.



## 04 Kopieren und Einfügen

Wenn Sie mit der Auswahl der Schaltflächen zufrieden sind, kopieren Sie den Code aus der rechten Spalte der Seite und fügen Sie ihn in den HTML-Code Ihrer Webseite ein. Die Buttons erscheinen genau dort, wo Sie den Code eingefügt haben, also Vorsicht bei der Platzierung.

## Twitter Cards auf Ihrer Website

Twitter lässt Sie spezielle Cards anzeigen, wenn Ihre Website in einem Tweet verlinkt wurde.



**T**witter ist ein großartiges Mittel, um mit Ihren Besuchern zu interagieren, und kann helfen, Ihren Traffic zu steigern. Besonders effektiv ist es, Besucher durch Twitter-Buttons auf Ihrer Website zu einem Tweet zu verleiten. Doch ein Short-Link in einem Tweet ist nicht gerade eine attraktive Werbung. Zum Glück können Sie Tweets, die auf Ihre Website verlinken, ein bisschen aufhübschen (dabei ist es egal, ob Sie selbst tweeten oder einer Ihrer Besucher), und zwar mithilfe von Twitter Cards.

Was sind Twitter Cards? Damit können Sie zusätzliche Informationen anzeigen lassen, wenn Ihre Website verlinkt wird. Diese Cards können verschiedene Formate annehmen und je nach Art des Zugriffs auf Twitter (ob über die Website oder eine App) unterschiedlich aussehen.

Sechs verschiedene Card-Typen stehen insgesamt zur Auswahl. Am wichtigsten sind die Summary Card (mit Titel, Beschreibung, Thumbnail und einem Link zum Twitter-Account) sowie die Large Image Summary Card (welche der Summary Card ähnelt, allerdings stattdessen mit einem großen Bild ausgestattet ist). Dann gibt es noch die Photo Card (die lediglich ein Bild bietet), die Gallery Card (mit Platz für mehrere Bilder) sowie die Player Card (Video, Audio) und die Product Card.

In dieser Anleitung erläutern wir Ihnen, wie Sie eine der einfachen Card-Typen erstellen, in Ihre Website einbinden und das Resultat mit dem „Card Validator“ testen können. Mit diesem Wissen dürfen Sie dann auch weitere Cards in Ihre Seite integrieren. Entscheiden Sie sich je nach eigenem Website-Layout für die passenden Angebote.

### Cards analysiert

Twitter Cards sind schnell erstellt und installiert.

#### Thumbnail-Bild

Ein Bild sorgt sofort für wesentlich mehr Aufmerksamkeit seitens der Nutzer und lässt einen Tweet aus dem Twitter-Stream herausstechen. Wählen Sie ein Bild, das zu Ihrer Website passt.

#### Card-Titel

Der Titel kann sich entweder am Namen Ihrer Website oder – wesentlich besser – am Namen der verlinkten Beitrags-Webseite orientieren. Seien Sie konkret bei der Titelwahl, das sorgt für mehr Aufmerksamkeit.

#### Card-Beschreibung

Als Beschreibung Ihrer Card sollten Sie einen knackigen Text verfassen, der die Philosophie hinter Ihrer Website attraktiv für den Twitter-User zusammenfasst. Nutzen Sie die maximal zulässige Zeichenzahl aus.

#### Twitter-Konto

Dieser Teil lässt sich so einstellen, dass er auf den Twitter-Account Ihrer Website verlinkt. Damit können Sie Twitter-Nutzer ermutigen, einer Ihrer Follower zu werden.

### Card Validator

**Try Cards** **Validate & Apply**

**Standard Tags**

- twitter:card**  
summary
- twitter:site**  
@webdesignermag
- twitter:title**  
Web Designer: defining the internet through
- twitter:description**  
Web Designer Magazine is a monthly publi
- twitter:creator**  
@creator\_username
- twitter:image:src**  
http://www.webdesignermag.co.uk/wp-cor
- twitter:domain**  
http://www.webdesignermag.co.uk

**Mobile App Integration** optional

- twitter:app:name:iphone**  
Vine
- twitter:app:name:ipad**  
Vine

**Card Preview**

**Twitter Card Tester** @twittercards  
The card for your website will look a little something like this!

**Web DesignerMag**

**Web Designer: defining the internet through beautiful design**

Web Designer Magazine is a monthly publication for professional and aspiring web designer and developers.

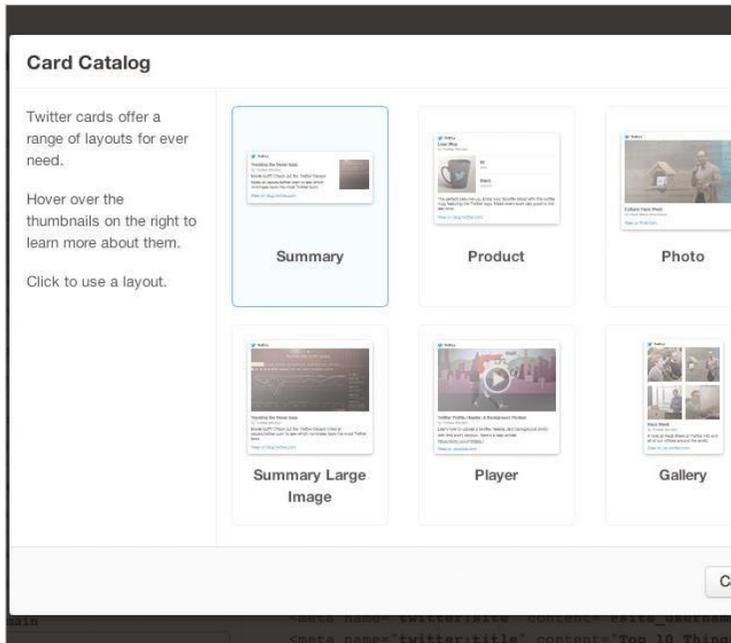
[View on http://www.webdesignermag.co.uk](http://www.webdesignermag.co.uk)

**Sample Embed Code**

```
<meta name="twitter:card" content="summary">
```

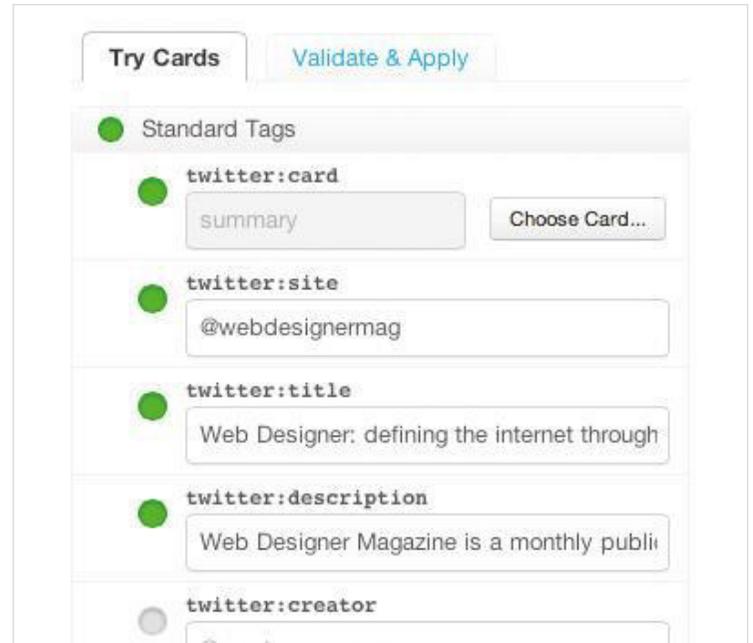
**FREIGABE BENÖTIGT**

Alle Cards benötigen eine Freigabe durch Twitter. Nutzen Sie den „Card Validator“, um Ihre Cards testen und freischalten zu lassen. Die speziellen Twitter-Cards sind einem umfangreicheren Freigabeprozess unterworfen, und einige Card-Typen sind noch in der Entwicklung. Den aktuellen Stand dazu erfahren Sie auf <https://developer.twitter.com>. Beschränken Sie sich im Notfall auf die vier einfacheren Cards.



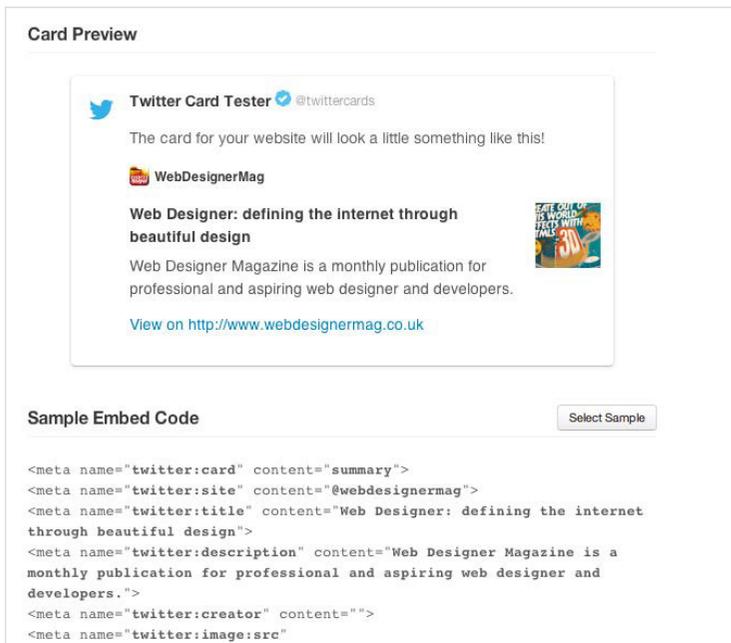
## 01 Typ wählen

Mit dem Specialist-Tool auf der Twitter-Entwickler-Seite lässt sich am einfachsten eine Twitter-Card generieren. Gehen Sie auf <https://developer.twitter.com> und melden Sie sich an. Starten Sie das Tool.



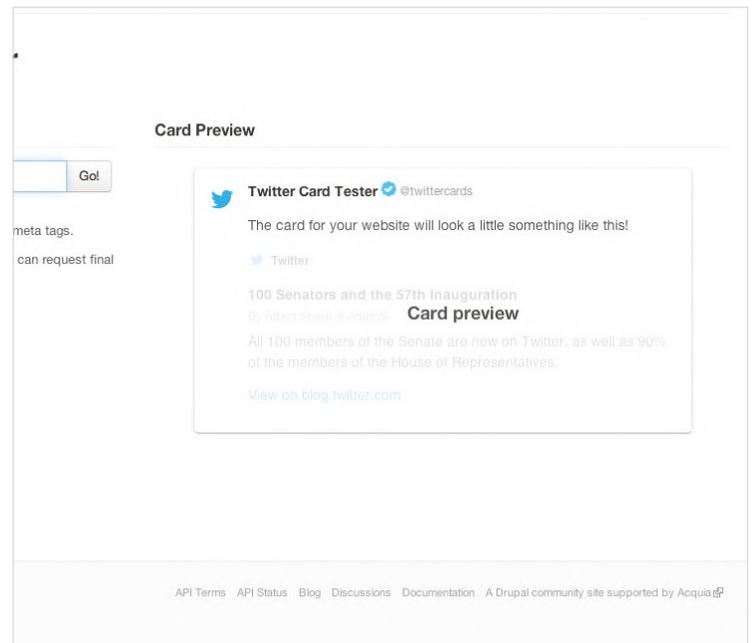
## 02 Daten eingeben

Ist der Card-Typ gewählt, füllen Sie alle nötigen Felder aus, die im „Try Cards“-Reiter erscheinen. Halten Sie sich an das vorgegebene Format und halten Sie die Zeichenbegrenzungen ein, damit Ihr Inhalt nicht beschnitten wird.



## 03 Update und Vorschau

Sind alle Felder ausgefüllt, klicken Sie auf den „Update Preview“-Button am unteren Ende für eine Vorschau auf der rechten Seite. Bedenken Sie, dass die Card im Live-Betrieb ein wenig anders aussehen kann. Kopieren Sie den Code, wenn Ihnen die Vorschau gefällt.



## 04 Installieren und freigeben

Bearbeiten Sie den HTML-Code der entsprechenden Webseite und fügen Sie den Code zusätzlich zu bereits vorhandenen Meta-Tags in den Head-Bereich ein. Prüfen Sie den Code und speichern Sie ab. Anschließend laden Sie die HTML-Datei auf Ihren Webservice hoch. Geben Sie Ihre URL in den „Card Validator“ und warten Sie auf die Freigabe.

## Zeitgemäße Texte mit CSS-Effekten

So erstellen Sie optisch ansprechende und einfach zu implementierende Texteffekte.

**D**as Design einer Website soll im Grunde dabei helfen, Informationen zu transportieren. Meist denken wir beim Design lediglich an Bilder und machen uns keine Gedanken über das Aussehen des eigentlichen Inhalts. Obwohl Besucher visuelle Informationen meist als Erstes wahrnehmen, sind es doch die (möglichst informativen) Inhalte, die einer Website

die Existenzberechtigung verleihen. Vor diesem Hintergrund sollten wir als Website-Designer intensiv über die Rolle der Typografie nachdenken.

Vor der Geburt von CSS3 war es nur mithilfe von grafischen Elementen möglich, visuelle Effekte zu integrieren. Auf diese Weise erhöht man jedoch unnötig die Größe der Seiten-Downloads, macht die Website wartungsintensiver und schwerer

für Suchmaschinen zu lesen. Außerdem wird die Website unbrauchbar für Leute, die auf Text-to-Speech-Software für das Web angewiesen sind.

Dieses Tutorial zeigt, wie modernes CSS3 dazu verwendet werden kann, HTML-Texte mit visuellen Typografie-Effekten auszustatten, ohne dass Bilder eingebettet werden müssen und ohne SEO-Probleme oder erhöhten Wartungsaufwand.



## 01 Initialisierung

Wie üblich müssen wir die HTML-Dokumentstruktur so initialisieren, dass sie bereit ist, den Inhalt sowie zusätzliche Informationen (wie Titel, und Beschreibungen) zu laden.

```
001 <!DOCTYPE html>
002 <html>
003 <head>w
004 ** STEP 2 CODE HERE**
005 </head>
006 <body>
007 <article>
008 **STEP 3 CODE HERE **
009 </article>
010 </body>
011 </html>
```

## 02 Zusätzliche Ressourcen

Im HTML-Kopf lassen sich externe Ressourcen verlinken, die nicht zum Standard-HTML-Inhalt gehören. Dies hilft, die Seite wartungs- und suchmaschinenfreundlich zu halten. Wir geben folgenden Code in den <head> der vorherigen HTML-Initialisierung ein und verlinken damit auf ein externes CSS-Stylesheet.

```
001 <title>Typography</title>
002 <link rel="stylesheet" type="text/css"
href="styles.css" />
```

## 03 Textstile

Wir verwenden <h1>Titel-Tags, um einige Textstil-Beispiele zu präsentieren. In diesem Fall hat jedes <h1>-Tag ein Klassenattribut, um festzulegen, welcher Schriftstil angewendet werden soll.

```
001 <section>
002 <h1 class="metallic">Hello World</h1>
003 <h1 class="blur">Hello World</h1>
004 <h1 class="glowIntro">Hello World</h1>
005 <h1 class="fire">Hello World</h1>
006 </section>
007 *** STEP 4 CODE HERE ***
```

## 04 Bessere Lesbarkeit

Einige Stile wirken auf einem helleren Hintergrund besser, daher die Verwendung der lightBg-Klasse im <section>-Tag. Mit solchen Containern können wir Inhaltsgruppen steuern, die auf helle oder dunkle Hintergründe gestellt werden sollen.

```
001 <section class="lightBg"><h1>
class="threeDimension">Hello World</h1>
002 <h1 class="pop">Hello World</h1>
003 <h1 class="retro">Hello World</h1>
004 </section>
```

## 05 Styling initialisieren

Nun beginnen wir mit der Definition der CSS-Stile. Erstellen Sie eine neue Datei mit dem Namen „styles.css“ – hier werden alle Stilregeln platziert. Wir beginnen mit einer Regel zur Definition des Dokumentkörpers, um Standardeigenschaften für Textfarbe, Hintergrundfarbe und Füllung festzulegen.

## 06 Schrift laden

Damit unsere gewünschten Schriften auch verfügbar sind, verwenden wir @font-face. Dazu nutzen wir einfach den Google-Fonts-API-Dienst, der die Schriftart bereitstellt und auch den

@font-face-Code generiert. Mit @import binden wir die von Google generierte CSS ein.

## 07 Standard-Styling

Die Präsentation von Inhalten wirkt am professionellsten, sobald eine Einheitlichkeit gegeben ist. Auch wenn jede Überschrift auf unserer Beispielseite anders aussieht, gibt es dennoch Eigenschaften, die alle gemeinsam haben, wie zum Beispiel die Standardschriftart, Größe und Textausrichtung.

```
001 h1{
002 font-family: serif;
003 <font-size: 4em;
004 text-align: center;
005 }
```

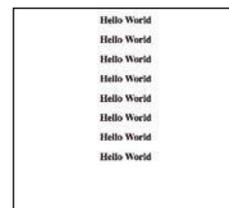
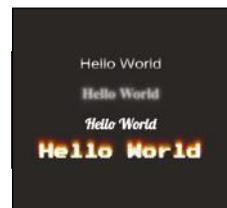
## 08 Inhaltscontainer

Manche Inhalte benötigen einen helleren Hintergrund, damit die Eigenschaften der Schrift voll zum Tragen kommen. Dazu nutzen wir eine Klassenreferenz von lightBg im HTML-Code und definieren eine CSS-Regel für die Hintergrundfarbe.

```
001 .lightBg{
002 background: #777;
003 }
004
```

## TEXTEREIGNISSE

Texteffekte werden nicht wie bei einem Printprodukt statisch präsentiert, sondern können auf Ereignisse reagieren, etwa auf das Laden einer Seite oder auf eine User-Interaktion.



### Links

Manche Texte benötigen für eine perfekte Lesbarkeit einen helleren Hintergrund. Dies lässt sich ideal mithilfe von Inhaltscontainern verwalten.

### Oben links

Andere Texte wiederum können nur auf dunklen Hintergründen ihre Effekte richtig zur Geltung bringen. Auch hier leisten Inhaltscontainer gute Dienste.

### Oben rechts

Hier sind die Texte ohne CSS-Styles angezeigt. So sehen auch Suchmaschinen oder barrierefreie Browser die Seiteninhalte.

# Websites anpassen

## 09 Metallic-Effekt

Ein metallischer Effekt entsteht durch einen Farbverlauf auf dem Text. Obwohl CSS Farbverläufe beherrscht, lässt sich diese Fähigkeit nicht auf Texte anwenden. Bei WebKit-basierten Browsern können wir dies umgehen, indem wir die Textfüllfarbe auf „transparent“ stellen und den Hintergrundverlauf auf den Text anwenden.

```
001 .metallic{
002 font-family: Muli;
003 position: relative;
004 margin-top: 0;
005 color: #fff;
006 background: linear-gradient(0deg, #000 0%,
007 #fff 50%, #000 100%);
007 -webkit-text-fill-color: transparent;
008 -webkit-background-clip: text;
009 }
```

## 10 Wolkeneffekt

Eine Kombination aus transparenter Farbe und Textschatten sorgt für Wolken- oder Schleiereffekte. Dazu legen wir mehrere weiße Schatten mit unterschiedlicher Transparenz auf den Text und stellen den Haupttext für einen Wolkeneffekt vollständig transparent ein.

```
001 .blur {
002 transition: text-shadow 2s;
003 text-shadow: 0px 0px 10px
004 rgba(255,255,255,0.6), 0px 0px 30px
```

### BARRIEREFREIER TEXT

Denken Sie daran, dass Einschränkungen wie Legasthenie oder Sehbehinderungen dazu führen können, dass Benutzer Schwierigkeiten haben, ausgefallene Textdesigns zu lesen.

```
rgba(255,255,255,0.4),
0px 0px 50px rgba(255,255,255,0.3),
0px 0px 180px rgba(255,255,255,0.3);
004 color: rgba(255,255,255,0);
005 }
```

## 11 Wolkige Interaktion

Das Hinzufügen einer Interaktionsmöglichkeit mit dem Wolkeneffekt aus Schritt 10 ist ganz einfach. Wir hatten ja durch das Transition-Attribut eine Textschatten-Animation erzeugt. Indem wir nun einen Schwebefeffekt hinzufügen, wirkt es so, als würde die Wolke verschwinden.

```
001 .blur:hover {
002 text-shadow: 0 0 1px rgba(255,255,255,1);
003 }
```

## 12 Text mit Glow-Effekt

Für die Glow-Animation lassen sich über die glowIntro-Klasse Eigenschaften festlegen. Dazu gehören die Schriftart, der Name der Animation, die Dauer sowie die Anzahl der Wiederholungen aller ausgewählten Animationen.

```
001 .glowIntro{
002 font-family: lobster;
003 animation-name: glowAnim;
004 animation-duration: 2s;
005 animation-iteration-count: infinite;
006 }
```

## 13 Glow-Text animieren

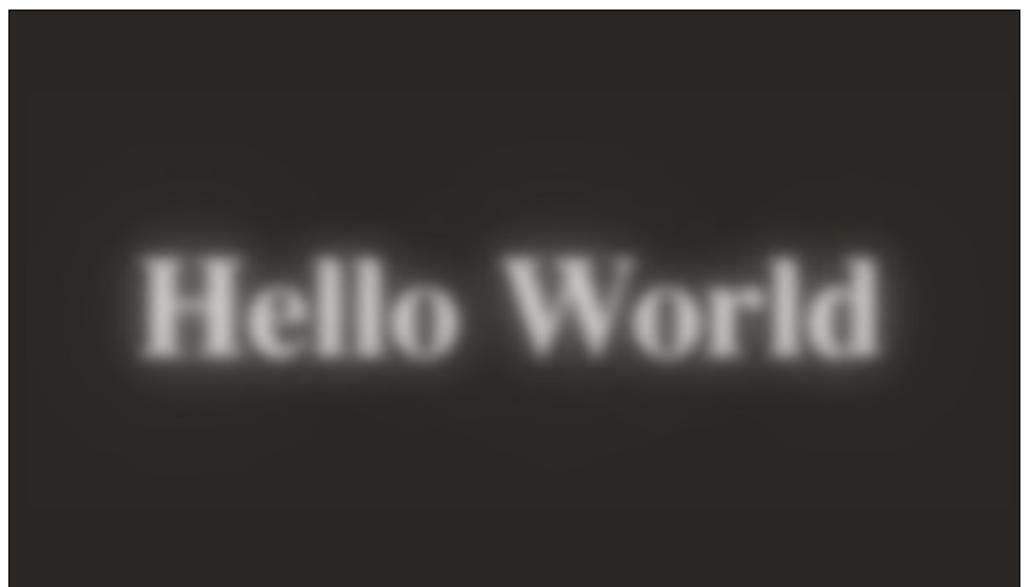
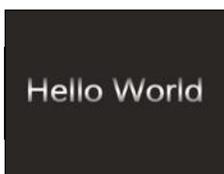
Für die Animation gilt es einige Attributzustände zu definieren. Halten Sie das Ganze einfach, indem Sie zwei Glow-Zustände festlegen: „from“ und „to“. Glow-Effekte sind im Grunde Wolkeneffekte, jedoch mit Textfarbe versehen, die standardmäßig vollständig sichtbar ist.

```
001 @keyframes glowAnim {
002 from {
003 text-shadow: 0px 0px 10px
004 rgba(255,255,255,0),
005 0px 0px 30px rgba(255,255,255,0.3),
006 0px 0px 50px rgba(255,255,255,0.6),
007 0px 0px 180px rgba(255,255,255,0.9);
008 color: #fff;
009 }
010 to {
011 text-shadow: 0 0 5px rgba(0,5px,5px,1);
012 }
013 }
```

## 14 Texte mit 3D-Effekt

Wie bei den vorherigen Stilen wird der 3D-Effekt mittels Textschatten erzeugt. Der wichtigste Unterschied besteht darin, dass jeder der Schatten ein Pixel näher beieinander platziert wird, ohne einen Unschärfefeffekt. Lediglich die äußeren Schatten nutzen die Unschärfe, um einen echten Schatteneffekt zu erzielen. Wir verwenden dazu die Lobster-Schriftart von Google.

```
001 .threeDimension{
002 font-family: lobster;
003 font-size: 50px;
004 text-shadow: 0px 0px 0 rgb(221,221,221)
005 1px 1px 0 rgb(206,206,206),
006 2px 2px 0 rgb(192,192,192),
007 3px 3px 0 rgb(177,177,177),
008 4px 4px 0 rgb(163,163,163),
009 5px 5px 0 rgb(148,148,148),
010 6px 6px 0 rgb(134,134,134),
011 7px 7px 6px rgba(0,0,0,0.8),
012 7px 7px 1px rgba(0,0,0,0.4),
013 0px 0px 6px rgba(0,0,0,.2);
014 }
015 }
016 }
```



### Oben links

Der Metallic-Effekt besteht aus einem Farbverlauf, der von Schwarz über Weiß bis hin zu Schwarz reicht. So wirkt es, als würde Licht auf den Text scheinen.

### Oben rechts

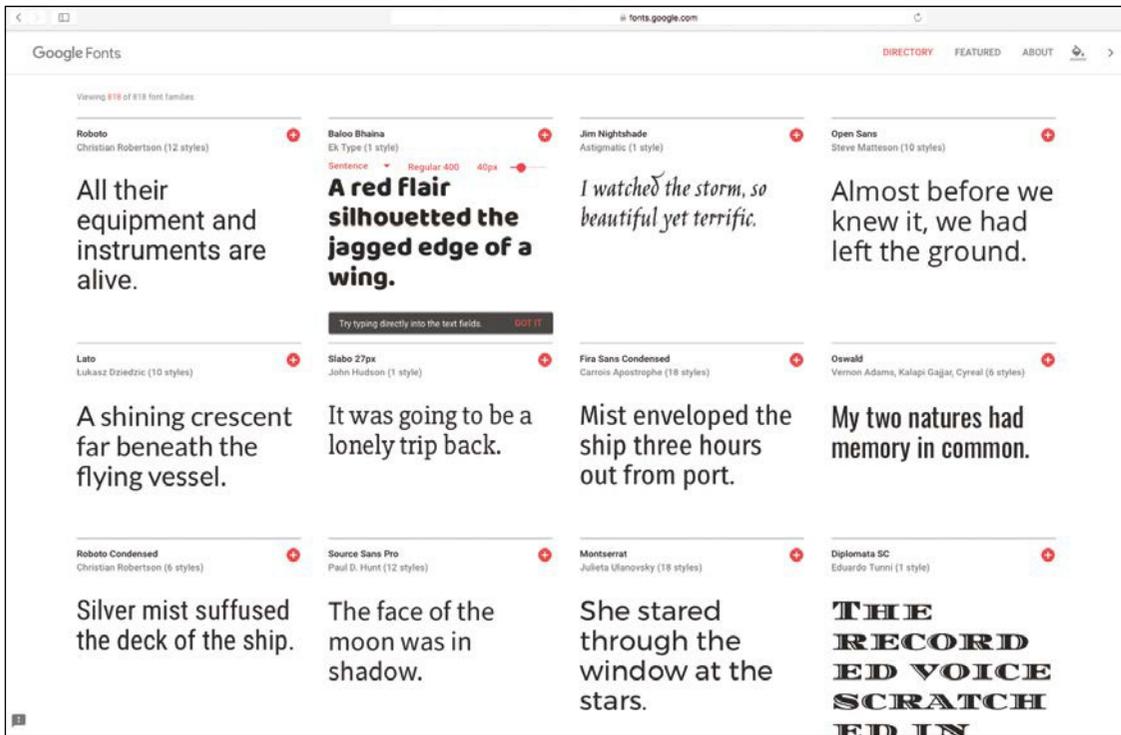
Der Pop-Effekt wird in erster Linie durch die Verwendung des Schattens ermöglicht. Dadurch entsteht die Illusion, der Text würde schweben.

### Rechts

Der Wolkeneffekt wird dadurch erzielt, dass der Text unsichtbar gemacht und nur die Schatten des Textes angezeigt werden – und zwar mit Schatten, deren Farbe auf weiß gesetzt sind.

# Schriften und Styling

Im Gegensatz zu altemodischem CSS oder HTML ist man mit CSS3 nicht auf Schriften beschränkt, die auf dem Computer des Benutzers verfügbar sind. Man kann neue Schriften von seiner Website oder von einem anderen Ort im Internet, zum Beispiel Google-Fonts, mit @font-face laden. Es ist auch möglich, Schriften mithilfe eines HTML-Tags zu laden – das bedeutet jedoch, dass die Darstellung von Ihrem Stylesheet getrennt ist, weshalb Sie zukünftige Aktualisierungen an mehr als einer Stelle vornehmen müssten. Modernes CSS-Styling ermöglicht es, mehrere Stile zu kombinieren, um neue Arten von Effekten zu erschaffen, etwa die Verwendung von farbigen Textschatten, um einen 3D-Flammeneffekt zu erzeugen.



## 15 Flammen-Effekt

Ähnlich wie beim Glow-Effekt werden hier die Flammen durch die Verwendung mehrerer Schatten hinter dem Text und um ihn herum erzeugt. Die Unterschiede liegen in der Positionierung und auch in der Verwendung verschiedener Farben, um die Schatten wie Flammen aussehen zu lassen.

```
001 .fire{
002 font-family: 'Press Start 2P';
003 color:#fff;
004 text-shadow: #fff 0 0 4px,
005 }
006 3px 3px 0 rgb(177,177,177),
007 text-shadow: 0 0 5px rgba(0,5px,5px,1);
008 yellow 0 -5px 10px,
009 orange 0 -15px 20px,
010 red 0 -25px 50px;
011 }
```

## 16 Pop-up-Text

Pop-up-Text wirkt, als würde er über der Seite schweben. Dieser Effekt wird durch die Schattenpositionierung erreicht. Die erste Gruppe lässt den Text leicht dreidimensional erscheinen, während der letzte Schatten für die Tiefenillusion sorgt.

```
001 .pop{
002 text-shadow: 0px 3px 0px #2c2e38,
003 0px 14px 10px rgba(0,0,0,0.2),
004 0px 24px 2px rgba(0,0,0,0.1),
005 0px 34px 30px rgba(0,0,0,0.1);
006 }
007 }
008 }
```

## 17 Retro-Effekt

Hauptelement des Retro-Effekts ist die Schriftart, die in Schritt 6 über Google geladen wurde. Durch die Verwendung von Schatten und Buchstabenabständen wirkt die Schrift weniger schlicht.

```
001 .retro{
002 font-family: Raleway;
003 color: #d7ceb2;
004 text-shadow: 3px 3px 0px #2c2e38,
005 5px 5px 0px #5c5f72;
006 letter-spacing: .2em;
007 }
```

## 18 Text-Extrusion

Der Extrusionseffekt ähnelt anderen 3D-Effekten, da er einen Schatten verwendet, um Tiefe zu erzeugen. Wir beginnen die Initialisierung mit den grundlegenden Attributen.

```
001 .extruded{
002 color: #888;
003 font-weight: bold;
004 position: relative;
005 color: #fff;
006 transition: text-shadow 1s, color 1s;
007 }
```

## 19 Text-Extrusion in 3D

Die Schatten sind hier so gestaltet, dass sie vollkommen transparent erscheinen. Die Positionierung des Textes wird an die Schatten angepasst – durch die relative Positionierung, die im vorherigen Schritt definiert wurde.

```
001 .extruded{
002 text-shadow: blue 1px 1px,
003 blue 2px 2px,
004 blue 3px 3px,
005 blue 4px 4px, w
006 blue 5px 5px,
007 blue 6px 6px;
008 left: -6px;
009 top: -6px;
010 }
```

## 20 Mit Text-Extrusion interagieren

Sie können auch die Tiefe des Effektes verringern, wenn eine User-Interaktion erkannt wird. Dazu genügt es, das Schattenattribut zu überschreiben, um nur einen Schatten anzuzeigen.

```
001 .extruded: hover{
002 text-shadow: #fff 1px 1px;
003 color: #aaa;
004 }
```

## 21 Fontauswahl für Extrusion

Nun gilt es nur noch, die Schriftart festzulegen, die mit dem von Ihnen erstellten Texteffekt verwendet werden soll. Dieses Beispiel zeigt, wie der Font auf die von Google geladene Lobster-Schriftart geändert werden kann.

```
001 .extruded{
002 font-family: lobster;
003 }
```

# Webdesign-Glossar

Wie die meisten Fachgebiete hat auch das Webdesign sein eigenes Vokabular. Wir geben einen Überblick über die häufigsten Fachbegriffe.

## Above the fold

Der Bereich, der nach dem ersten Laden einer Seite im Webbrowser sichtbar ist. Die Bezeichnung stammt von Tageszeitungen, bei denen er den Bereich der Titelseite oberhalb der Faltung benennt.

## Adressleiste

Auch URL-Leiste genannt. Der Bereich des Webbrowsers, in dem Sie eine Webadresse eingeben.

## AJAX

Abkürzung für Asynchronous JavaScript and XML. Diese Gruppe von Techniken ermöglicht einer Website, einzelne Seitenbereiche im Hintergrund nachzuladen.

## Backlink

Ein Link, der von einer anderen Website auf Ihre Site verweist. Suchmaschinen ermitteln unter anderem anhand solcher Links die Relevanz und Beliebtheit einer Seite. Daher finden sich insbesondere in Web-Foren automatisch erzeugte Backlinks.

## Bandbreite

Die Menge der Daten pro Zeitintervall, die Ihre Webseite den Benutzern zur Verfügung stellt. Wenn Ihr Webserver eine limitierte Bandbreite hat, bittet Ihr Provider Sie vermutlich zur Kasse – oder Benutzeranfragen werden einfach nicht beantwortet.

## Barrierefreiheit

Drückt aus, ob oder in welchem Umfang eine Website für Nutzer mit Behinderungen geeignet

ist. Idealerweise ist jeder Inhalt einer Seite auch für solche Nutzer wahrnehmbar, bedienbar und verständlich, die blind und taub sind oder körperliche Einschränkungen haben.

## Blog

Website-Variante, in der häufig kurze Nachrichten oder Meinungen veröffentlicht werden.

## Breadcrumb

Bezeichnet die Navigationselemente im oberen Bereich einer Seite. Sie listen alle übergeordneten Seiten der aktuellen Page bis hin zur Startseite auf und ermöglichen so, mit wenigen Klicks zu denjenigen Bereichen zu gelangen, von denen man vermeintlich kommt.

## Captcha

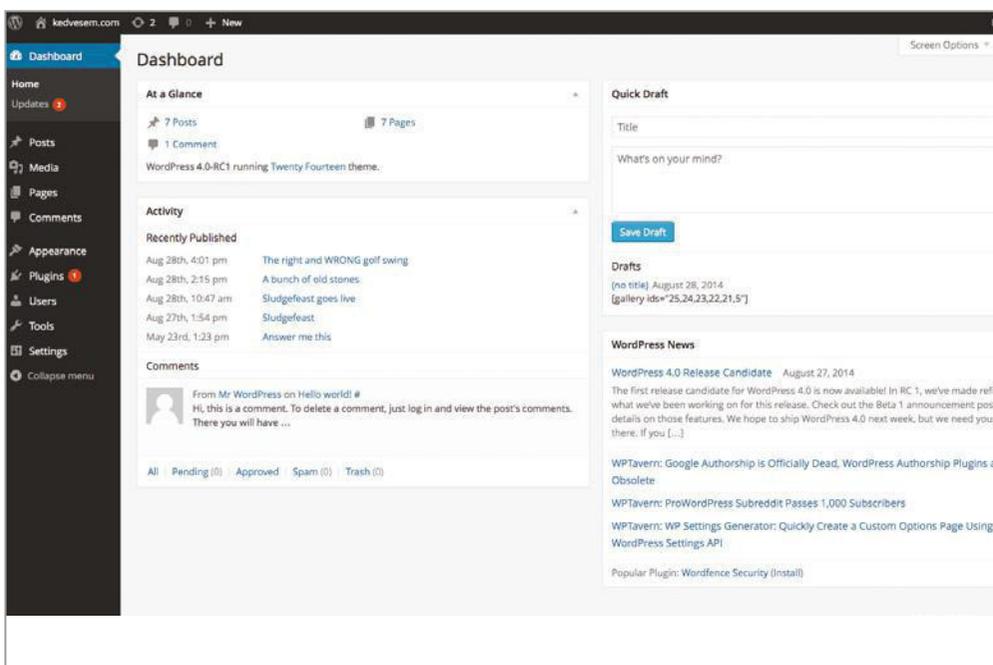
Captchas sind die immer unleserlicher werdenden Wörter, die sich auf vielen Web-Formularen finden. Ist man in der Lage, diese Wörter abzutippen, dann ist man angeblich ein Mensch und darf seine Formulare Daten absenden. Anderenfalls wird man für einen Bot gehalten und vom Webserver ignoriert.

## Content-Management-System (CMS)

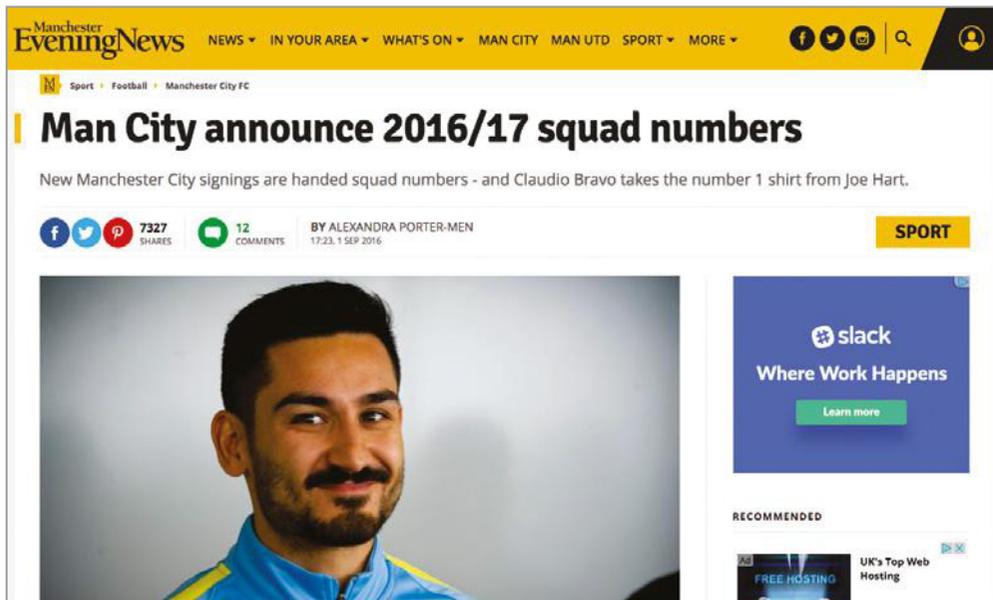
Ein CMS verwaltet als serverseitige Software alle Medien (Texte, Bilder, Videos etc.) einer Website und ermöglicht es dem Webdesigner, diese Inhalte auf einer individuellen Seitenstruktur zu veröffentlichen. Die Seiten erhalten dabei (mehr oder weniger) automatisch ein einheitliches Design. Ein populäres Beispiel ist WordPress.

## Cookie

Cookies sind kleine Dateien, die eine Website auf einem Browser speichert oder ausliest. Diese Dateien ermöglichen, dass sich eine Seite an einen Benutzer erinnert oder er (ohne sich bei der Website anzumelden) einen Warenkorb füllt.



Content-Management-Systeme wie WordPress übernehmen die Erstellung und das Update der einzelnen Seiten.



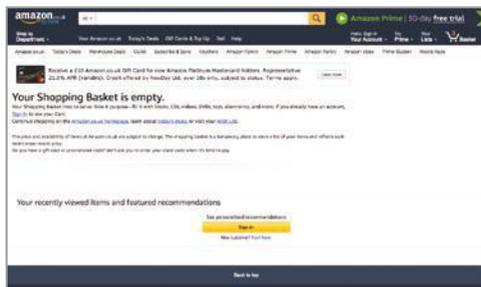
Auf dieser Seite ermöglicht eine Leiste mit Breadcrumbs die schnelle Navigation zu Sport oder Fußball.

## CSS

Die Cascading Style Sheets definieren, wie bestimmte HTML-Elemente auszusehen haben. Je nach Name, Klasse oder Position in der Seitenstruktur können ansonsten identische HTML-Elemente individuelle Größen, Schriftarten, Rahmen, Hintergrundbilder und vieles mehr aufweisen.

## Domain

Eine Domain ist der weltweit eindeutige Name oder die Adresse einer Website. Bei der Adresse [www.spielefilmtechnik.de](http://www.spielefilmtechnik.de) ist „de“ die Top-Level-Domain, „spielefilmtechnik“ die Second-Level-Domain etc.



Auf E-Commerce-Seiten sind Warenkörbe zur Selbstverständlichkeit geworden.

## DPI

Die „dots per inch“ geben an, wie viele Bildpunkte nebeneinander 1 Zoll (2,54cm) breit sind. Die Auflösung von Bilddateien wird in dpi angegeben. Webbrowser erwarten meist Bilder mit 72dpi, Zeitschriften verwenden höhere Werte wie 300dpi.

## E-Commerce

Seiten, auf denen ein Benutzer Waren und Dienstleistungen kaufen oder anbieten kann, sind Beispiele für E-Commerce-Seiten.

## Einbettungs-Code

Seiten wie YouTube, Facebook oder Twitter ermöglichen es, Ihre Inhalte auf anderen Webseiten einzubetten. Dazu stellen Sie einen HTML-Code bereit, den man einfach in den HTML-Code seiner eigenen Webseite kopiert. Sobald die Seite geladen wird, zeigt sie automatisch das Video, die Freundesliste oder den Tweet an.

## Externe Links

Ein Hyperlink, der Besucher Ihrer Website an eine andere Seite weiterleitet.

## Favicon

Das winzige Symbol, das im Webbrowser meist neben der Adressleiste oder dem Seitentitel steht.

## Fokusbereich

Der Bereich einer Seite, der automatisch die Aufmerksamkeit des Auges auf sich zieht. Hierbei kann es sich um ein beliebiges Seitenelement handeln, aber sinnvollerweise ist es der Ihnen wichtigste Teil der Seite. Setzen Sie Farben, leere Flächen oder große Schriften ein, um diesen Teil in den Fokus zu rücken.

## Formular

Wenn eine Website interaktiv mit Benutzerdaten versorgt werden soll, dann bieten sich Formulare beziehungsweise „Forms“ an. Meist nimmt der Server diese Daten entgegen und speichert sie oder verarbeitet sie weiter. Alternativ können Formulare mit Third-Party-Tools erstellt und in die eigene Seite eingebettet werden; die Daten werden beim Betreiber des Tools gespeichert.

## GIF

Bildformat, das sich dank geringer Dateigrößen gut für das Internet eignet. Da es mehrere Einzelbilder in einer Datei speichern kann, sind damit auch Animationen möglich.

## Hosting

Eine Website muss auf einem Computer gespeichert sein und zum Abruf bereitliegen. Dieser Computer nennt sich Server. Ein Server muss mit dem Internet verbunden sein – jederzeit und möglichst schnell. Hosting-Firmen geben Servern ein Zuhause und sorgen für die passende Infrastruktur.

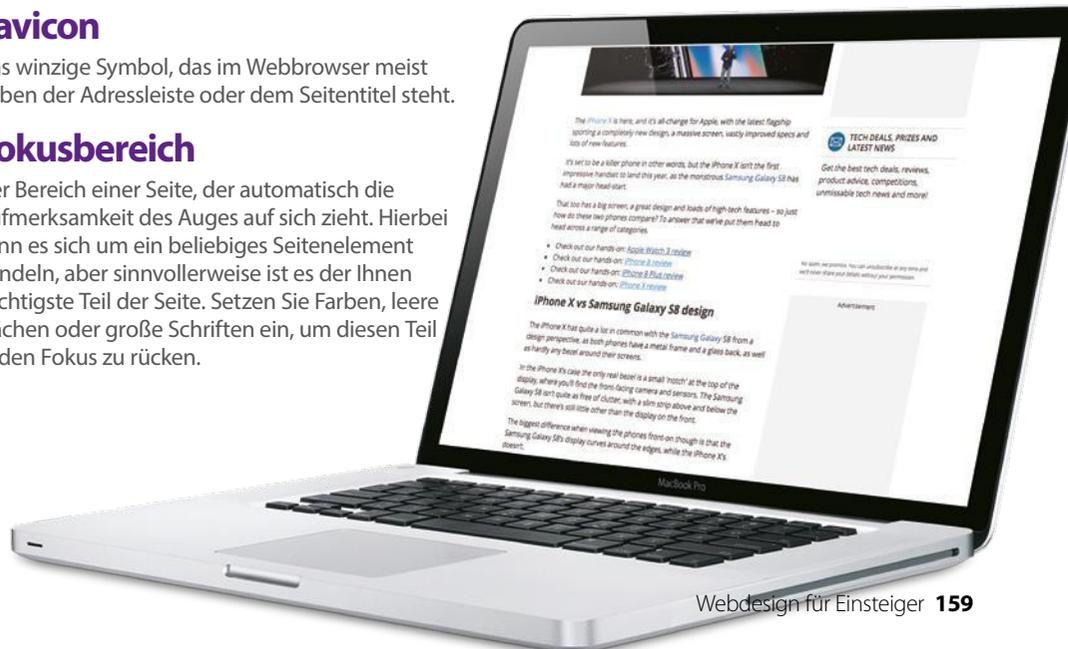
## HTML

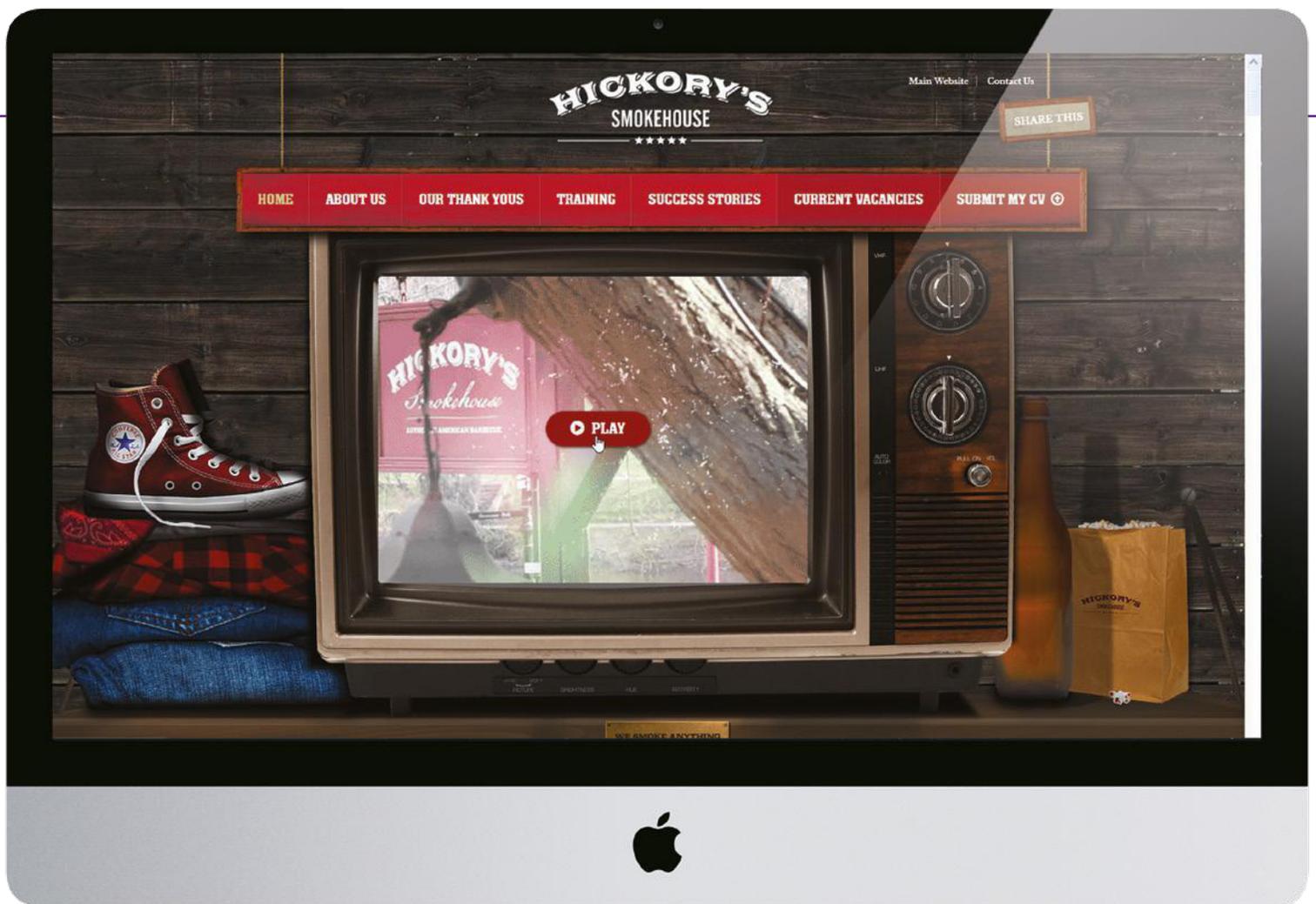
Die Hypertext Markup Language definiert die einzelnen Bausteine einer Webseite, wie Textbereiche, Bilder und Hyperlinks. HTML5 ist die aktuellste Version und stellt Neuerungen wie `<video>` und `<audio>` vor.

## HTTP

Das Hypertext Transfer Protocol ist das Protokoll, mit dem Browser und Webseiten miteinander kommunizieren. HTTPS ist die sichere Variante, die sämtliche Daten verschlüsselt und sich daher für die Übermittlung persönlicher Daten oder für Bankgeschäfte eignet.

Hyperlinks sind das Rückgrat des Webs. Sie weisen den Benutzer auf weitere relevante Stellen der Website oder des Internets hin.





## Hyperlink

Wenn ein Text oder ein Bild angeklickt werden kann und den Benutzer auf eine andere Seite leitet, dann steckt ein Hyperlink dahinter. Erkennbar sind diese Links, wenn Text unterstrichen oder andersfarbig ist, aber auch wenn sich der Maus-Cursor in eine Hand verwandelt.

## iframe

Ein `<iframe>`-Element wird verwendet, um eine Webseite in einer anderen Seite einzubetten. Auf diese Weise werden beispielsweise YouTube-Videos auf den unterschiedlichsten Webseiten angezeigt.

## Image-Map

Eine Image-Map teilt ein Bild in viele kleine Bereiche auf, die mit einem jeweils individuellen Hyperlink auf weitere Seiten verweisen.

## Jpeg

Ein Dateiformat mit sehr geringen Dateigrößen und daher sehr gut für das Internet geeignet. Die geringe Größe geht allerdings mit vergleichsweise niedriger Bildqualität einher.

## Liquid Layout

Eine Webseite mit Liquid Layout passt die Darstellung der physischen Größe eines Webrowsers an. Während eine Seite mit starrem Layout immer die gleiche Breite oder Höhe hat, werden



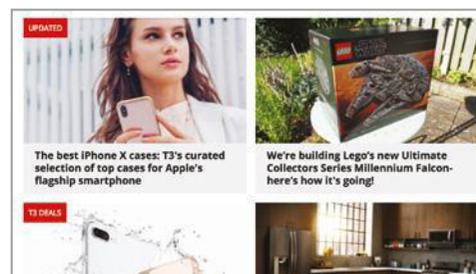
die einzelnen Elemente auf einer Seite mit Liquid Layout anhand der aktuellen Browsergröße verändert oder neu arrangiert.

## Metadaten

Im `<heads>`-Element einer HTML-Seite können Metadaten hinterlegt werden. Diese sind für menschliche Seitenbesucher nicht sichtbar, aber die Crawler von Suchmaschinen lesen diese aus.

## Navigation

Bezeichnet einerseits die Art und Weise, in der sich ein Besucher auf einer Website bewegt, und



*Dies ist ein Beispiel für eine Seite mit statischem Layout: Der Inhalt wird vom Browser seitlich überdeckt. Liquid Layout passt sich an die Browserbreite an.*

andererseits der Bereich einer Seite, der die Links zu den wichtigsten Nachbarseiten beherbergt. Beides sollte so einfach wie möglich sein, damit der Besucher sich nicht verirrt.

## Non-Breaking-Space

Das HTML-Element `&nbsp;` bricht auch bei engen Platzverhältnissen einen Text nicht um und wird im Gegensatz zu einfachen Leerzeichen niemals ignoriert. Dies ist beispielsweise für Menüs oder Texteinrückungen geeignet.

## PDF

Eine Dokumenten-Datei, die unveränderliche Texte und Bilder in einem festen Layout darstellt. Gut geeignet für Broschüren und Handbücher, die zu umfangreich sind, um sie als Webseite darzustellen.

## Plug-in

Software, die für die Darstellung und Bearbeitung bestimmter Daten separat installiert werden muss. Beispielsweise benötigen Browser Plug-ins, um Flash und Quicktime darzustellen. WordPress hingegen setzt auf Plug-ins, um E-Commerce-Systeme in eine Seite einzubinden.

## Podcast

Ein Podcast ist – obwohl er auch ein Video enthalten kann – ein Audiokanal, den Besucher einer Webseite abonnieren, aber auch einfach herunterladen können.

## Responsive Design

Eng verwandt mit Liquid Design und prominentester Begriff für die Anforderung an eine Webseite, auf jedem Gerät immer „richtig“ auszusehen – egal ob ein Browser nun auf einem Desktop-PC, einem Tablet oder einem Smartphone läuft.

## RSS

Diese bei einer Website hinterlegten XML-Dateien ermöglichen es, aktuelle Meldungen in anderen Webseiten und News-Readern anzuzeigen. Die sogenannten Feeds enthalten meist Bild, Überschrift und Link zur eigentlichen Nachrichtenseite.

## SEO

Unter Search Engine Optimization versteht man alle Maßnahmen, um in Suchmaschinen gut gefunden zu werden. Metadaten, externe und interne Links sowie RSS füttern die Crawler von Google oder Bing. Noch wichtiger sind mittlerweile ein gutes Layout, lesbare Texte und natürlich relevante Inhalte.

## Sitemap

Wenn Ihre Site sehr umfangreich ist und eine komplexe Struktur hat, dann hilft eine Sitemap der Navigation. Sie zeigt die gesamte Seitenstruktur an und verlinkt direkt zu jeder Seite.

## Schlüsselwörter

Die Begriffe, mit denen ein Besucher Ihre Seite in einer Suchmaschine findet. Suchmaschinen ermitteln mit komplexen Algorithmen, welche Wörter dies auf Ihrer Seite sind und ahnen dabei das Auge eines menschlichen Benutzers nach.

## Schriftfamilie

Eine Schrift legt fest, wie die einzelnen Buchstaben einer Webseite dargestellt werden. In einer Schriftfamilie sind alle ähnlichen Schriften gruppiert, beispielsweise Arial, Arial Fett, Arial Kursiv usw.

## Schriftschnitt

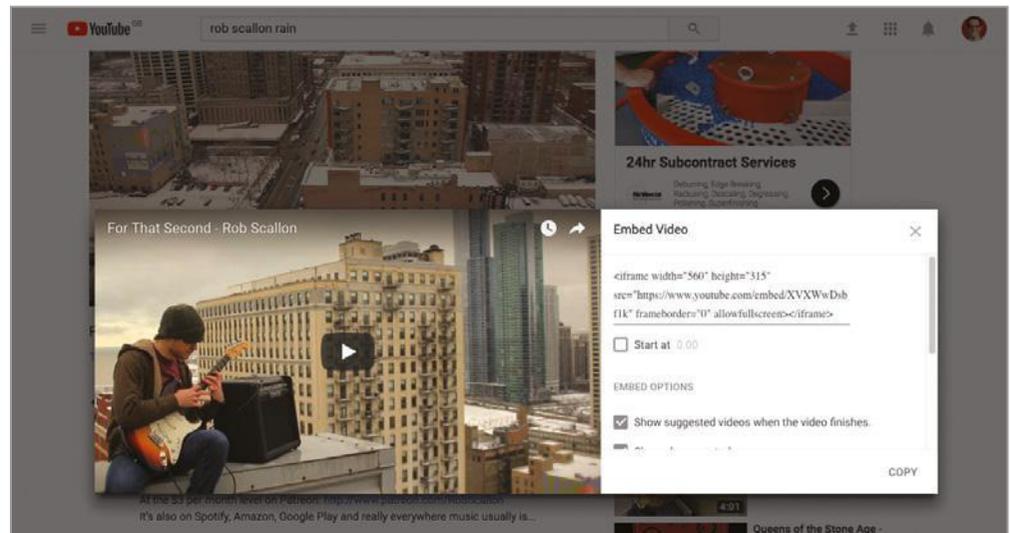
Format einer Schrift, wie Bold, Light, Italic etc.

## Skript

JavaScript ist die einzige browserübergreifende Skriptsprache. Das Skript ist Teil einer HTML-Seite und zeigt im Browser des Seitenbesuchers interaktive oder dynamische Elemente, wie zum Beispiel Pop-ups oder Dia-Shows.

## Soziale Medien

Von Facebook über Blogger und Twitter bis hin zu YouTube – es gibt zahlreiche Dienste, auf denen Benutzer Daten miteinander teilen. Oft sind



Viele Dienste lassen sich mit wenig Code einfach in andere Webseiten einbetten – hier das Paradebeispiel YouTube.

diese Daten selbsterstellte Videos oder Bilder, oftmals aber auch einfache Links auf im Internet gefundene Seiten. All diese Dienste können in eine Webseite integriert werden, womit die Seite selbst in den sozialen Diensten geteilt werden kann.

## Texteditor

Um HTML-Code zu schreiben, eignet sich ein einfacher Texteditor wie Notepad. Erst für wirklich große Projekte sind Webdesign-Pakete empfehlenswert.

## Traffic

Der gesamte Datentransfer der HTML- und Bilddaten vom Server zu den Webbrowsern der Besucher nennt sich Traffic. Wie auch die vorhandene Bandbreite wird der nutzbare Traffic mit dem Hosting-Service vereinbart.

## Vorlage

CMS-Programme verwenden Vorlagen (auch Templates genannt), um Inhalte mit einem bestimmten Layout darzustellen. Je weniger Vorlagen es gibt, desto eher wird sich ein konsistentes Look & Feel einstellen.



Captchas verhindern, dass Bots die Webseite überfallen und deren Formulare automatisch mit Spam ausfüllen.

## Warenkorb

Online-Shops ermöglichen es, mehrere Waren einzusammeln und diese vor dem Kaufabschluss zu sichten. Hierzu dient der sogenannte Warenkorb.

## WYSIWYG

„What you see is what you get“ beschreibt Programme, bei denen die Erstellung von Webseiten exakt so aussieht wie deren Konsum – der Benutzer also ohne HTML-Code auskommt. Bekanntestes Beispiel für einen solchen Webeditor ist Apples iWeb, das bestens für schnelle Ergebnisse geeignet ist.

## XHTML

Bezeichnet HTML, der nach den Regeln von XML formatiert wurde.

## XML

Die Extensible Markup Language ist eine Auszeichnungssprache, die nahezu alle Daten in maschinenlesbarer Form darstellen kann.



Der Bereich einer Website, der ohne Scrollen sichtbar ist, wird als „Above the fold“ bezeichnet und prägt den Ersteindruck.

TOP-FILME AUF HEFT-DVD

# SFT

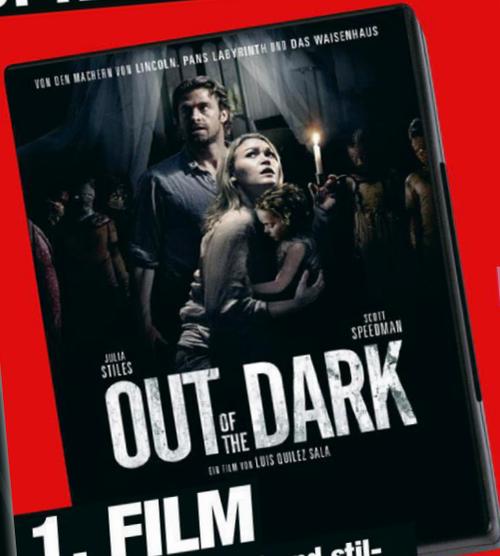
SPIELE | FILME | TECHNIK



## High-End-Zweikampf

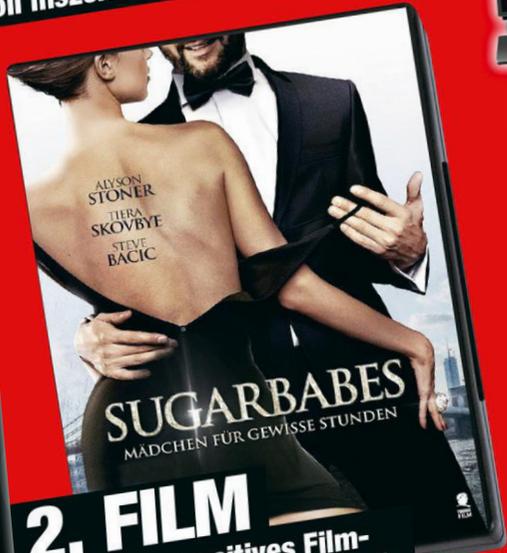
Sonys Xperia XZ Premium und HTCs U11 fordern das Galaxy S8 zum Kampf um die Handy-Krone.

Hisense H55N6800



## 1. FILM

„Schön umgesetzt und stilvoll inszeniert“ (gamona.de)



## 2. FILM

„Durchweg positives Film-erlebnis“ (blu-ray-rezensionen.net)

LG 55SJ8509

Panasonic TX-65EZW1004

Sony KD-65A1

# Die neuen Flaggschiff-TVs

Panasonic, LG, Sony und Hisense schicken ihre Spitzenmodelle ins SFT-Testlabor.

## Tolle Tablets

**TEST** Vier aktuelle Modelle für Einsteiger und Profis im Test. Kann Amazons 100-Euro-Flunder mit den Rechnern von Huawei, Medion und Lenovo konkurrieren?



## Soundtastisch

**TEST** Starker Klang, hochwertige Haptik, clevere Technik: Das Magnat-Tempus-5.1-System hat das Zeug zur echten Preis-Leistungs-Granate.



## TEST: GAMING-PERIPHERIE

Drei hochwertige mechanische Tastaturen, zwei klangstarke Headsets, zwei präzise Mäuse und ein günstiges Einsteigerlenkrad im SFT-Zocktest



## WEITERE HIGHLIGHTS

- Logan
- Valerian
- Spider-Man: Homecoming
- ARMS
- Dirt 4
- Injustice 2
- John Wick 2



FSK ab 16 freigegeben



152. AUSGABE 07/17 | Juli

€ 5,90  
Erhältlich auch ohne DVD für € 4,90

Deutschland € 5,90;  
Österreich € 6,50;  
Schweiz sfr 9,90;  
Holland, Belgien,  
Luxemburg € 6,80;  
Frankreich, Italien,  
Spanien, Portugal,  
Griechenland € 7,80

# DAS TEST-MAGAZIN FÜR DIGITALE UNTERHALTUNG

**DAS BESTE AUS ALLEN TECHNIK-WELTEN:**

Flat-TVs | Smartphones | Tablets | Notebooks | Digitalkameras | Video | HiFi  
plus: **DIE COOLSTEN SPIELE** und **ALLE FILM-BLOCKBUSTER**

**2 TOP-MOVIES**  
AUF HEFT-DVD



◀ Auch als  
Magazin-Variante  
ohne DVD für € 4,90



[WWW.SPIELFILMETECHNIK.DE](http://WWW.SPIELFILMETECHNIK.DE)

SFT bequem online bestellen:  
[shop.spielefilmetchnik.de](http://shop.spielefilmetchnik.de)

Oder einfach digital lesen:  
[epaper.spielefilmetchnik.de](http://epaper.spielefilmetchnik.de)





# Webdesign für Einsteiger

Alles, was Sie für das Gestalten von Webseiten wissen müssen



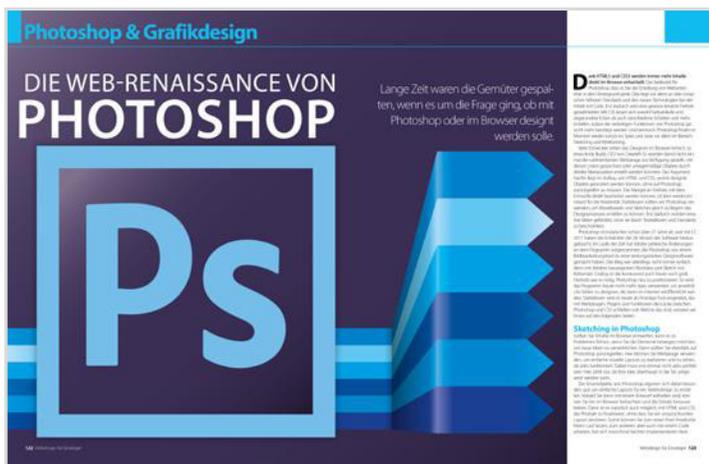
## Internetseiten erstellen

Entdecken Sie die Welt von HTML und CSS!



## Mit WordPress arbeiten

Die aktuelle Version der Blogging-Software



## Photoshop & Grafikdesign

Gestalten Sie optisch ansprechende Seiten!



## Individuelle Funktionen

Optimieren Sie die Benutzererfahrung!

