

X . media . press



Philipp Gutheim

Der Webdesign- Praxisguide

Professionelle Konzeption
von der Planung bis zur Promotion

 Springer

Philipp Gutheim
München
p.gutheim@gmx.de

Die Zeichnungen von Peter Bruckner wurden von Katherine Gailer erstellt.

Bibliografische Information der Deutschen Bibliothek
Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie;
detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

ISBN 978-3-540-77081-7

e-ISBN 978-3-540-77082-4

DOI 10.1007/978-3-540-77082-4

ISSN 1439-3107

© 2008 Springer-Verlag Berlin Heidelberg

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt. Die dadurch begründeten Rechte, insbesondere die der Übersetzung, des Nachdrucks, des Vortrags, der Entnahme von Abbildungen und Tabellen, der Funksendung, der Mikroverfilmung oder der Vervielfältigung auf anderen Wegen und der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen, bleiben, auch bei nur auszugsweiser Verwertung, vorbehalten. Eine Vervielfältigung dieses Werkes oder von Teilen dieses Werkes ist auch im Einzelfall nur in den Grenzen der gesetzlichen Bestimmungen des Urheberrechtsgesetzes der Bundesrepublik Deutschland vom 9. September 1965 in der jeweils geltenden Fassung zulässig. Sie ist grundsätzlich vergütungspflichtig. Zuwiderhandlungen unterliegen den Strafbestimmungen des Urheberrechtsgesetzes.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Cover design: KünkelLopka, Heidelberg

Typesetting and production: le-tex publishing oHG, Leipzig, Germany

Gedruckt auf säurefreiem Papier

9 8 7 6 5 4 3 2 1

springer.com

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	IX
Einleitung	XI
Die drei Säulen dieses Buches	XI
Die Planung	XII
Die Gestaltung	XIII
Die Promotion	XIV
Die Planung	1
Regel Nr. 1 – Die Thematik	5
1.1 Der Dialog mit dem Kunden	5
Die Funktion der Website – Definition einer Zielgruppe ..	7
Die besonderen Features der Website	12
Das spezifische Design	12
Die inhaltliche Ausgestaltung	14
Das Anlegen einer Sitemap	14
Die Herkunft der Materialien	16
Das Releasedatum	20
Der finanzielle Rahmen	20
1.2 Zurück im Büro – Das Brainstorming	21
Zusammenfassung	25
Regel Nr. 2 – Ein durchdachter Aufbau	27
2.1 Struktur des Standardtemplates	28
Das Banner	28
Das Menü	30
Die Page	34
Der Footer	36

2.2	Variationen von Templates	37
2.3	Kompatibilität und Marktanteile von Browsern	42
2.4	Die Bildschirmauflösung	44
2.5	Layouten mit Tabellen und Normierung der Darstellung ..	45
2.6	Normieren der Website durch CSS	47
2.7	Alternativtext und Hintergründe	52
2.8	No Frames	53
2.9	Wo platziere ich die Websiteelemente?	56
2.10	Exkurs: rechtliche Fragen zum Impressum	57
	Zusammenfassung	60
	Regel Nr. 3 – Eine einfache Bedienung	61
3.1	Flash mit Bedacht	61
3.2	Optimiert für	62
3.3	Formulare mit Lebenslauf	64
	Zusammenfassung	65
	Regel Nr. 4 – Nutze die Macht der Farben	67
4.1	Die Wirkung von Farben auf den Menschen	67
4.2	Jpg versus Gif	74
4.3	Qualität von Grafiken	76
	Zusammenfassung	79
	Regel Nr. 5 – Verständliche Texte	81
	Nutzen für den Kunden	83
	Aussagekräftige Überschriften	83
	Schreiben Sie verständlich	83
	Kurz und reich an Illustrationen	84
	Weniger Links sind oft mehr	84
5.1	Lesbarkeit und Aufnahmefähigkeit	85
	Vergleich der Lesbarkeit	85
5.2	Fehler in der Typografie	87
	Falsche Anführungsstriche	88
	Falsche „Allgemeine Geschäftsbedingungen“	88
	Die Telefon- und Faxnummern	89
	Kontonummer und Bankleitzahl (BLZ)	89
	Auslassungspunkte	90
5.3	Typografie manuell	90
	Zusammenfassung	93

Die Gestaltung	95
Regel Nr. 6 – Innovation in Design und Layout	99
6.1 Sammeln von Inspirationen	99
6.2 Skalierung der Layoutvorlage	101
6.3 Fülloptionen und Ebeneneffekte in Photoshop	105
Der plastische Button	105
Motivverläufe und Übergänge	110
Ein reales Gemälde	113
Antialiasing	118
6.4 Erstellen und Anwenden von Brushes und Shapes	121
Brushes	122
Shapes	126
6.5 Effekte für professionelles Design	131
Der Spiegeleffekt	131
Der Glanzeffekt	134
Der Reflexionseffekt	135
Die animierte Silhouette	136
6.6 Das Interface – Ein Anwendungsbeispiel	142
Das Banner	144
Das Menü	154
Die Animation	169
6.7 Slice-Werkzeuge und andere Hilfen	169
6.8 Makromania	171
Das Set	172
Die Funktionstaste	173
Die Farbe	173
Zusammenfassung	176
Die Promotion	177
Regel Nr. 7 – Abrunden mit Extras	181
7.1 Fehler 404 – Seite nicht gefunden	181
Designen Sie eine Fehlermeldungsseite	182
Erstellen Sie eine .htaccess-Datei	182
7.2 Das Favicon	184
7.3 Google-Search	185
7.4 Die Hintergrundgrafik platzieren	187
7.5 URL-Design	188
Zusammenfassung	189

Regel Nr. 8 – Intensive Kontrolle	191
8.1 Eigenkontrolle	191
8.2 Die Fremdkontrolle	192
8.3 Der Browser-, Auflösungs- und Syntaxcheck	192
Zusammenfassung	193
Regel Nr. 9 – Breit angelegte Promotion	195
9.1 Eintragung in Suchmaschinen	195
9.2 Metatags als PR-Antrieb	197
9.3 Suchmaschinenoptimierung von dynamischen Websites	201
9.4 Bannerwerbung und Co	205
Als Werbender (Advertiser)	205
Als Websiteinhaber (Publisher)	206
Zusammenfassung	207
Übung macht den Meister: www.visualcontact.de	209
Schlusswort	210
Anhang A	211
A.1 Beispiele für Kontaktdaten	213
A.2 Beispiele für Allgemeine Geschäftsbedingungen	215
A.3 Auszug aus den Unicodeblöcken	218
Bibliographie B	219
B.1 Buchempfehlungen	221
B.2 Informationen und Software im Internet	223
Quellenverzeichnis C	227
C.1 Studien	229
C.2 Abbildungen	231
Glossar D	233
Index E	241

Vorwort

Bücher über Webdesign füllen Regale. Zu Recht werden Sie jetzt fragen: Warum sollte man noch ein weiteres hinzufügen?

Viele Webdesigner verfügen zwar über ein umfangreiches Fachwissen im Bereich der Scriptsprachen, Datenbanksysteme und anderer technischer Fragen, sehen jedoch die Notwendigkeit, ihren bestehenden Kenntnisse in anderen Bereichen, wie z. B. der Gestaltung, der Usability und der Promotion, weiter auszubauen. Auf der Suche nach einem passenden Fachbuch stoßen sie allerdings auf zwei problematische Aspekte.

Einerseits findet man auf dem Markt eine Vielzahl von Büchern, die mit recht umfangreichen Ausführungen über HTML, Scriptsprachen und Grafikformaten im World Wide Web primär den Webdesignneinsteiger ansprechen und dadurch dem fortgeschrittenen Webdesigner keine neuen Informationen bieten. Andererseits gibt es ein breites Spektrum an spezialisierten Büchern zu den unterschiedlichsten Themen, die es dem Leser ermöglichen einen bestimmten Teilaspekt des Webdesign sehr genau zu betrachten. Ein Buch, das dem ambitionierten Webdesigner mit Hilfe von Praxistipps, wissenschaftlichen Studien und konkreten Gestaltungsbeispielen die Bereiche der Planung, Gestaltung und Promotion auf fortgeschrittenem Niveau näher bringt, war jedoch bisher schwer zu finden.

Primäres Ziel des „Webdesign-Praxisguide“ ist es, diese Lücke zu füllen. Da bei dem angesprochenen Leserkreis sowohl Grundkenntnisse in Adobe Photoshop als auch Basiswissen rund um HTML, Grafikformate und Server vorausgesetzt werden können, wurde zugunsten der gewünschten Informationsschwerpunkte bewusst auf umfangreiche Grundlagen im Hinblick auf technische Fragen verzichtet.

Vielmehr wird dem Leser der gesamte Prozess einer professionellen Websiteentwicklung näher gebracht – von der Planung über das Layout bis

zur Promotion – mit nützlichen Praxistipps, Tricks und anschaulichen Beispielen. Viele Sachverhalte werden in Bezug auf einen potentiellen Kunden dargestellt und behandelt und geben zahlreiche Einblicke in weitere interessante Aspekte des Webdesigns.

Ich wünsche Ihnen viel Spaß beim Lesen und viel Erfolg beim Webdesignen.

Philipp Gutheim

Einleitung

Das Internet bietet dem User eine Vielzahl von Möglichkeiten, sich auf multimedialer Ebene zu informieren. Einige dieser User möchten die neuesten Nachrichten abrufen oder suchen aktuelle Angebote in Onlineshops, andere interessieren sich für bestimmte Unternehmen oder sind auf der Suche nach speziellen Produktinformationen.

Allen gemeinsam ist, dass sie möglichst schnell an die gewünschten Informationen kommen wollen. Ein wichtiger Faktor für die erfolgreiche und zeitsparende Suche ist aus diesem Grund ein leicht verständliches und ansprechendes Design der Website. Diese zentrale Erkenntnis werden wir gemeinsam mit Hilfe einer professionellen Websiteentwicklung Stück für Stück erarbeiten. Wir werden hierbei genauer auf Themenbereiche eingehen, die entscheidend für den Erfolg einer solchen Website sind.

Die drei Säulen dieses Buches

Dieses Buch ruht auf drei fundamentalen Säulen: der Planung, der Gestaltung und der Promotion.

Damit Sie sich als Leser zwischen den Säulen nicht verlieren, wird Sie der fiktive Webdesignprofi „Peter Bruckner“ von Beginn des Buches an begleiten. Anhand vieler Beispiele und Praxisbezüge veranschaulicht er Sachverhalte und verdeutlicht auf verständliche Art und Weise potentielle Problem- punkte. Herrn Bruckner, den wir an vielen Stellen des Buches wiederfinden werden, können wir als fachkundigen Begleiter ansehen, der das „Bauwerk“ Webdesign als Großes und Ganzes vorstellt und uns über wichtige Fakten praxisnah aufklärt.

Die Planung

Bevor wir eine komplette Website entwickeln können, müssen wir klare Ziele und Funktionen des geplanten Projekts gemeinsam mit unserem Kunden definieren. Der Schlüssel zu einer erfolgreichen und professionellen Website ist eine gute Planung, die genaue Zielsetzung und die Orientierung an den Bedürfnissen der Besucher der Website. Sind diese Ziele in Zusammenarbeit mit dem Kunden festgelegt, kann mit der Konzeption begonnen werden.

Ein Webdesigner sollte nicht versuchen, ausschließlich mit Hilfe von HTML und Scriptsprachen zu designen bzw. zu layouten. Auch im Internet gelten die Gesetze des Marktes, die zu beachten sind. Ein potentieller Kunde ist schneller verloren als gedacht: Mit einem Klick ist die gesamte Website geschlossen!

Es gilt eine Website zu präsentieren, die in kürzester Zeit die gesuchten Informationen überschaubar darstellt und das Interesse weckt, mehr über ein Produkt zu erfahren.



Laut einer Studie bringen drei von vier Websites, mit denen sich Unternehmen im Internet präsentieren, nicht den gewünschten Erfolg, da sie nicht an den Bedürfnissen der Kunden orientiert sind. Diese fehlende Kundenorientierung kann durch vielerlei Faktoren erzeugt werden. Fehler können während der gesamten Websiteentwicklung entstehen und sich im weiteren Verlauf fortsetzen, sodass das Endprodukt zunächst nicht erkannte Mängel besitzt.

Als Webdesigner muss man sich daher vielerlei Problematiken bewusst sein und ein fundiertes Wissen aufweisen können. Speziell die Websiteentwicklung setzt sowohl Kenntnisse in Typographie als auch in Marketing und Psychologie voraus. Teilaspekte dieser Themen, welche mitunter ausschlaggebend für den Erfolg einer Website sein können, eignen wir uns schrittweise im Verlauf der verschiedenen Kapitel an. Auch wollen wir uns die Frage stellen, wie wir Websiteelemente möglichst verkaufswirksam darstellen bzw. positionieren.

Dies soll jedoch nicht die einzige behandelte Thematik im Bereich der Planung bleiben. In den darauffolgenden Kapiteln gehen wir auf Websites im Allgemeinen ein. Hier untersuchen wir bestehende Websites im Internet und stellen uns die Frage, was sie hinsichtlich ihres Aufbaus gemeinsam haben und inwieweit wir uns dies zu Nutze machen können.

Ist die „Sitestruktur“, der strukturelle Aufbau der Website, erst einmal analysiert, betrachten wir als nächstes die Siteoptimierung. Hier werden Rahmenbedingungen, die für eine erfolgreiche Website zwingend notwendig sind, definiert. Neben der obligatorischen Betrachtung der geeigneten Bildschirmauflösung und Kompatibilitäten von Browsern wird unter anderem auf die optimale Positionierung von Websiteelementen und in einem Exkurs auf die rechtlichen Fragen des Impressums eingegangen.

Das nun folgende Kapitel steht im engeren Zusammenhang zur Siteoptimierung. In diesem Abschnitt werden Aspekte angesprochen, die sich bei einer Websiteentwicklung im Hinblick auf technische und gestalterische Fragen als recht problematisch erweisen können. Hier werden daher Empfehlungen und nützliche Hinweise zur Vermeidung solcher Problemsituationen formuliert.

„Last but not least“ wird die Thematik der Grafikformate und Texte im Web besprochen. Eine ausführliche Abhandlung über Grafikformate unter dem Motto „Jpg versus Gif“ ist in vielen Webdesignbüchern wiederzufinden und somit obligatorisch. Jedoch soll diese Thematik in diesem Buch sehr knapp behandelt und der Schwerpunkt des Kapitels auf andere Aspekte verlagert werden. Die Gewichtung liegt hier in besonderem Maße auf der Wirkung von Farben auf den Menschen und der Typografie.

Die Gestaltung

Die zweite Säule dieses Buches ist die Gestaltung. Wie im Vorwort bereits angekündigt, werden fundierte Grundkenntnisse in Adobe Photoshop vorausgesetzt. Sie sollten bereits erste Erfahrungen in der Bearbeitung von Ebenen, Fülloptionen und Werkzeugen gesammelt haben.

Mit Hilfe von verschiedensten Bearbeitungstechniken wird Ihnen eine Fülle an möglichen Gestaltungselementen und Effekten an die Hand gegeben. Um es nicht nur bei der Theorie zu belassen, wird ein konkretes Designbeispiel mit Hilfe der zuvor behandelten Anleitungen erstellt. Dabei wird in besonderem Maße Obacht gegeben, dass jeder Leser dieses Buches am Ende des Kapitels ein ähnliches Resultat erhält.

Daher wird zunächst mit nützlichen Tipps der Ideenfindung begonnen und daraufhin Schritt für Schritt auf die verschiedenen Stufen der Gestaltungselemente mit Effekten und Anwendung von Hilfsmitteln eingegangen.

Die Promotion

Nachdem wir die Planung und die Gestaltung hinter uns gelassen haben, behandeln wir die Promotion als letzte Säule dieses Buches.

Dieser Abschnitt beginnt mit dem sehr interessanten Themengebiet „Extras“. Bekanntlich sind es genau diese Nuancen, die Webseiten abrunden und ihnen ein professionelles Äußeres geben. Denn bedenken Sie:

Eine Website wird meist nicht daran gemessen was, sie kann, sondern an dem, was sie nicht kann!

Ist das Sichtbare einer Website ansprechend und abgerundet, werden die möglichen technischen Problematiken behoben. Die sogenannte Debugphase wird im darauf folgenden Kapitel aufgearbeitet. Zunächst wird dies durch die Eigenkontrolle, dann mit Hilfe eines oder mehrerer Unbeteiligter und als letztes mit Hilfe von objektiven Browser-, Auflösungs- und Syntaxchecks untersucht.

Ist das Webprojekt erst einmal fehlerfrei, so kann es „released“ werden. Die beste Website hat jedoch keinen Erfolg, wenn niemand von ihrer Existenz weiß. Daher betrachten wir abschließend im letzten Kapitel die Promotion und die Finanzierung einer Website. An dieser Stelle gehen wir gesondert auf die Suchmaschinenoptimierung von dynamischen Seiten ein und arbeiten die Anbieter von Bannerwerbungen aus zwei verschiedenen Perspektiven auf.

Zusammengefasst bedeutet das:

In diesem Buch werden breit gefächerte Themenbereiche anhand von vielen Beispielen, Fakten und Hinweisen, aber vor allem Erfahrungsberichten, näher betrachtet und praktisch angewandt. Inhaltlich und strukturell separiert in drei Themenbereiche, befasst sich das Buch mit dem gesamten Prozess einer Websiteentwicklung und soll durch Praxistipps rund um das Thema Webdesign neue Aspekte eröffnen, die bei Interesse mit weiterer empfohlener Literatur vertieft werden kann.