

In diesem Kapitel:

- Was macht gutes Design aus?
- Das Layout organisieren
- Die Navigation gestalten
- Maß nehmen
- Eine Layoutstrategie wählen

Die Oberfläche skizzieren

Die Logik Ihrer Site steht ungefähr fest. Sie haben die Inhalte in Kategorien und Unterkategorien unterteilt. Nun sollten Sie darüber nachdenken, wie Sie Ihre Inhalte präsentieren möchten. Wie soll Ihre Website aussehen? Und spielt das eine Rolle?

Oh je, jetzt ist es passiert. Sie haben eine der großen Fragen des Webdesigns gestellt. Jeder Webautor muss sie sich irgendwann stellen. Es gibt kein Zurück mehr und Ihr Terminplan ist eng, deshalb gibt dieses Kapitel Ihnen einige praktische Antworten.

Was macht gutes Design aus?

Spielt Webdesign eine Rolle? Die Antwort ist ein klares *Ja*. Die Art und Weise, wie Sie Ihre Inhalte präsentieren, ist genauso wichtig wie der Content selbst. Stellen Sie sich vor, Sie haben den größten Roman aller Zeiten geschrieben, aber Ihr Verlag druckt ihn auf Butterbrotfolie statt auf Papier, verwendet einen Meter breite Seiten mit Miniaturschrift oder druckt den Text spiegelverkehrt. Nach Ihrer ersten Tantiemenabrechnung fällt Ihnen wahrscheinlich auf, dass auch das Äußere zählt.

Gleichzeitig muss der Inhalt der Star der Vorstellung sein. Die Leute besuchen Ihre Site wegen der Informationen, die sie zu bieten hat, nicht wegen der künstlerischen Innovationen Ihres Grafikdesigns. Webdesign ähnelt eher der Architektur als der Malerei, da das Endergebnis funktional sein muss. Die Durchgänge müssen hoch genug sein, dass Menschen hindurchgehen können. Die Fußböden müssen ein bestimmtes Mindestgewicht aushalten, weil die Möbel sonst durchfallen würden. Als Architekt müssen Sie in Ihrem Design bestimmte physikalische Gegebenheiten berücksichtigen. Wenn das Ihre Kreativität einschränkt, dann muss das eben so sein. Genau wie Architektur ist auch Webdesign keine freie Kunst, die nach Belieben aus dem Rahmen fällt. Änderungen sind nur zulässig, soweit die Funktion erhalten bleibt. Der kreative Aspekt des Webdesigns besteht also nicht darin, den Rahmen zu zertrümmern, nach außen zu stülpen oder alle seine Perspektiven gleichzeitig zu

zeichnen. Es geht eher darum, die Inhalte eines gegebenen Rahmens so klug wie möglich zu arrangieren.

Was die Probleme mit Ihrem Verlag angeht, könnten Sie geneigt sein, die Künstlerabteilung an die Leine zu legen. Niemand legt sich für ein neues Buchformat ins Zeug. Das in den letzten paar Jahrhunderten genutzte funktioniert prima. Ihr Verlag sollte seine Kreativität besser in Möglichkeiten investieren, die Wirkung Ihrer Prosa zu steigern – sie zu ergänzen und zu unterstützen – und dabei die Lesefreundlichkeit für den Leser zu erhalten.

Gutes Webdesign lässt sich in einem einzelnen Wort zusammenfassen: *Benutzerfreundlichkeit* oder *Usability*. Der Grad, bis zu dem Ihr Design Ihre Website leicht benutzbar macht, ist der Grad, bis zu dem Ihr Design Erfolg hat. Es ist eine sehr einfache Formel:

Navigation

Ihre Besucher müssen in der Lage sein, zu den gewünschten Inhalten zu gelangen.

Barrierefreiheit

Wenn sie angekommen sind, müssen sie in der Lage sein, den Inhalt in einer Form aus der Seite zu extrahieren, die ihnen sinnvoll erscheint.

Wenn Ihre Site leicht navigierbar ist und die Inhalte jederzeit bereit sind, dann haben Sie Ihre Aufgabe als Designer vorbildlich gelöst.



Barrierefreiheit ist der Grad, bis zu dem der Inhalt Ihrer Site für Ihre Besucher verfügbar ist. Manchmal bezieht sich dieser Begriff speziell auf Content, der für Menschen mit bestimmten Behinderungen nicht nutzbar ist. Beispielsweise können Blinde einen Flash-Film nicht wahrnehmen, so dass der Film selbst nicht zugänglich ist. Aber Barrierefreiheit oder auch Zugänglichkeit im weiteren Sinne bezieht sich auch auf diejenigen ohne Behinderungen. Dunkelgraue Schrift vor schwarzem Hintergrund ist auch für Sehende nicht besonders gut lesbar.

Eine der besten Methoden, eine benutzerfreundliche Website zu erstellen, besteht darin, das Layout je nach Zweck oder Funktion in spezielle Bereiche zu unterteilen. Ob Sie es glauben oder nicht, dieser Trick funktioniert auf Grund der menschlichen Psychologie. Er basiert auf dem Prinzip der *Gruppierung*, die das menschliche Gehirn Ähnlichkeiten zwischen Dingen erwarten lässt, die sich in unmittelbarer Nähe zueinander befinden. Die Gruppierung ist der Grund, warum alle Zifferntasten auf Ihrer Fernbedienung zusammenhängen, warum alle Bildtasten in einer anderen Gruppe liegen und warum sich die DVD-Tasten, die nie zu funktionieren scheinen, wieder in einer anderen befinden.

Wie funktioniert Gruppierung also in einem Weblayout? Auf der einfachsten Stufe haben Sie Navigation und Inhalt. Die Gruppierung lässt es vernünftiger erscheinen,

die Seite in zwei unterschiedliche Gruppen oder Bereiche zu unterteilen: Einen für die Navigation und einen für den Inhalt. Solange Sie Ihre Navigation im Navigationsbereich und Ihren Inhalt im Inhaltsbereich platzieren, haben Sie ein benutzerfreundliches Design, bevor Sie auch nur ein einziges Layout skizziert haben. Da Ihre Besucher Menschen sind, werden sie die physische Unterscheidung zwischen den beiden Bereichen bemerken und daraus zwei verschiedene Zwecke ableiten. Wenn Ihr Inhalt so aussieht, als solle er gelesen werden, während Ihre Navigation so aussieht, als solle sie angeklickt werden, ist das um so besser – es verstärkt einfach die zu Grunde liegende Logik der Gruppen.



Gruppierung ist nicht nur ein visuelles Phänomen. Wenn Sie zwei Dinge in kurzem zeitlichem Abstand hören, neigt Ihr Gehirn dazu, sie zu verknüpfen. Deshalb ist die Gruppierung eine effektive Design-Strategie, sogar für Benutzer, die Ihre Website nicht mit ihren Augen sehen können. Wenn ein Screenreader oder Text-Sprach-Konverter den Inhalt Ihrer Seite vorliest, assoziiert Ihr Besucher die Navigationsmöglichkeiten, die er direkt hintereinander hört, als Gruppe mit gemeinsamer Bedeutung oder Funktion.

Das Layout, das Ihnen vorschwebt, ist wahrscheinlich komplexer als eine einfache Trennung zwischen Navigation und Inhalt. Vielleicht möchten Sie oben auf der Seite ein Banner oder einen Kopfbereich für Ihr Logo, das Datum, wichtige Neuigkeiten oder andere Kopfzeileninhalte haben. Vielleicht möchten Sie am unteren Rand der Seite eine Fußzeile für einen Copyright-Hinweis einfügen. Je nach Art Ihrer Site brauchen Sie vielleicht eine spezielle Sidebar für Links oder einen prominenten Platz für Werbung. Wenn das so ist, fügen Sie einfach zusätzliche Bereiche zu Ihrem Layout hinzu. Sie brauchen ein Banner? Fügen Sie einen Banner-Bereich hinzu. Sie brauchen eine Sidebar für Links? Fügen Sie einen Sidebar-Bereich ein.

Bevor Sie dann zu zeichnen beginnen, erstellen Sie eine kurze Liste der Bereiche, die Sie in Ihr Layout einfügen müssen. Gehen Sie nicht zu weit über sechs oder sieben hinaus. Bildschirmplatz ist rar, und wenn Sie zu viele Bereiche in zu wenig Platz hineinquetschen, riskieren Sie Konflikte mit dem Prinzip der Gruppierung.

Das Layout organisieren

Angenommen, Sie haben letztendlich eine Liste mit fünf Bereichen für Ihr Layout erstellt: Navigation, Inhalt, Kopfbereich, Fußbereich und Sidebar. Nehmen Sie ein Blatt Schmierpapier zur Hand und fangen Sie an zu kritzeln. Das sind die Regeln:

Denken Sie in Rechtecken

Hier soll nicht zu weit vorgegriffen werden, aber beide Hauptmethoden für Weblayout – Tabellen und Ebenen – basieren auf rechteckigen Bereichen, also denken Sie nicht in Kreisen oder Dreiecken. Ihre Formen sind Rechtecke und

Quadrate. Alle Elemente Ihres Designs – Textblöcke, Bilddateien, Flash-Filme – sind ebenfalls rechteckig, so dass sie sich perfekt an Ecken und Seiten Ihres Layouts entlang einpassen lassen.



Auf Grund der rechteckigen Form von HTML-Elementen könnten Sie Millimeterpapier verwenden, um Ihr Design zu skizzieren.

Stapeln Sie die Bereiche nicht aufeinander

Ihre Bereiche sollten sich nicht überlappen und Sie sollten auch nicht einen Bereich in einen anderen hineinsetzen. Im Fall von Tabellen sind überlappende Bereiche technisch unmöglich. Im Fall von Ebenen sind überlappende Bereiche möglich, aber nicht wünschenswert, weil Sie leicht wichtige Inhalte verdecken können.

Die Bereiche sollten sich nahtlos aneinander einfügen

Lassen Sie keine Allees oder Korridore mit freiem Platz zwischen den Bereichen offen. Den Raum zum Atmen werden Sie später hinzufügen.

Verwenden Sie den ganzen verfügbaren Platz

Lassen Sie keine Löcher im Layout. Ihre Bereiche sollten die gesamte Webseite abdecken.

Platzieren Sie die wichtigsten Bereiche weit oben im Layout

Eine Webseite liest sich wie eine Zeitung: Sie fangen immer mit den wichtigsten Dingen an. Das Logo Ihres Unternehmens gehört in diese Kategorie, genau wie Werbung und besonders Ihre Navigation.



Um Ihnen zu helfen, den besten Nutzen aus dem verfügbaren Platz zu ziehen, fangen Sie mit einem großen Rechteck an, das das Browserfenster darstellt. Unterteilen Sie es dann in kleinere Bereiche, die Ihre Inhalte repräsentieren.

Wenn Sie diese Vorschläge im Kopf behalten, könnten Sie zu einem Layout für Ihre Site gelangen, das etwa so aussieht wie Abbildung 4-1. Es ist genauso gut möglich, dass Ihre Zeichnung eher dem Geist von Abbildung 4-2 entspricht.



In einem Layout mit Seiten-Navigation verläuft der Navigationsbereich am Rand der Seite entlang. In einem Layout mit Top-Navigation erstreckt sie sich über den Seitenkopf.

Die Skizze in Abbildung 4-1 ist ein Layout mit *Seiten-Navigation*, weil der Navigationsbereich am Rand der Seite entlang verläuft. Im Gegensatz dazu erstreckt sich der Navigationsbereich in Abbildung 4-2 über den Kopfbereich der Seite, so dass Sie ein Layout mit *Top-Navigation* erhalten. Seiten-Navigation und Top-Navigation

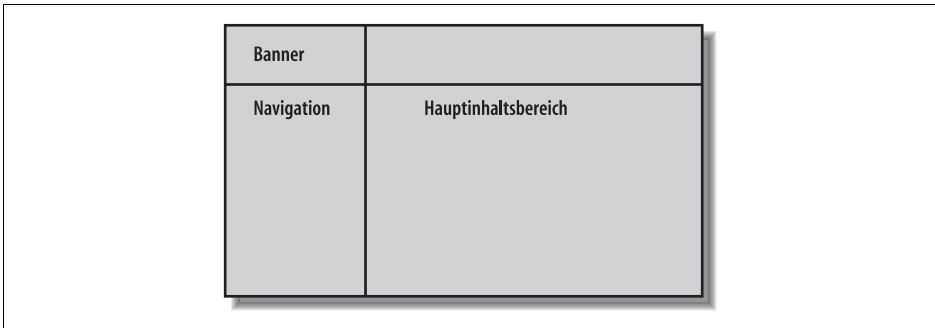


Abbildung 4-1: Dies ist ein klassisches Layout mit Seiten-Navigation.

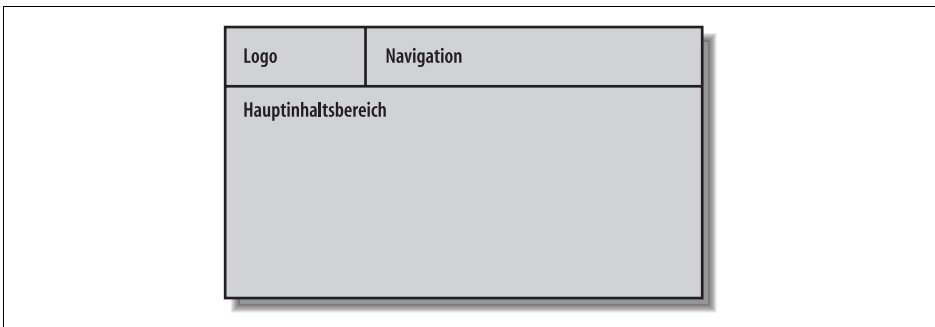


Abbildung 4-2: Dies ist ein klassisches Layout mit Top-Navigation.

sind die beiden häufigsten Layouts im Web, und das aus gutem Grund: Ob aus Instinkt oder aus Gewohnheit – Ihre Besucher neigen dazu, die Navigation am linken oder oberen Rand der Seite zu suchen. Egal was der Grund sein mag, es ist überaus sinnvoll. Die Steuerung ist an einem bequemen Platz auf dem Bildschirm immer leicht zu finden. Es kommt noch besser: Wenn Ihre Besucher sich auf den Inhalt konzentrieren möchten, können ihre Augen die Seitenmitte absuchen und die Navigation ganz ignorieren.

Layouts mit Seiten-Navigation im Überblick

In einem Layout mit Seiten-Navigation liegen die Navigationsoptionen untereinander, normalerweise oben im Navigationsbereich. Dieser Stapel von fünf oder sechs Elementen addiert sich normalerweise nicht zu einer großen Höhe, so dass Layouts mit Seiten-Navigation zu einer gesunden Menge von eingebautem Leerraum neigen. Der zusätzliche visuelle Puffer hilft, den Navigationsbereich von den anderen Bereichen des Layouts zu unterscheiden, was Ihr Design benutzerfreundlicher macht.



Eine andere Überlegung bezüglich Layouts mit Seiten-Navigation ist, dass der Rand der Seite, der sich »natürlicher« für die Navigation anfühlt, auf kulturellen und biologischen Faktoren basiert. Rechtshänder und Menschen aus Kulturen, in denen geschriebene Sprache von links nach rechts gelesen wird, bevorzugen die Navigation am linken Rand der Seite. Linkshänder und Menschen, die von rechts nach links lesen, wünschen sich ihre Navigation rechts. Wenn Sie große Mengen von Besuchern aus beiden Gruppen erwarten, ist ein Layout mit Seiten-Navigation vielleicht nicht die beste Wahl.

Gleichzeitig können Sie im Vergleich von Abbildung 4-1 und Abbildung 4-2 sehen, dass der Inhaltsbereich bei einem Layout mit Seiten-Navigation nicht so breit ist wie der Inhaltsbereich eines Layouts mit Top-Navigation, weil der Navigationsbereich daneben liegt und daher einen bestimmten Anteil der Seitenbreite für sich beansprucht. Ein schmalerer Inhaltsbereich bedeutet, dass weniger Inhalt hineinpasst, bevor der Besucher scrollen muss. Besonders im Fall von Abbildung 4-1, wo der Link-Bereich dem Inhalt zusätzliche Breite wegnimmt, müssen Sie aufpassen, welche Art von Inhalt Sie zu Ihren Seiten hinzuzufügen vorhaben. Text und Bilder sollten ohne Schwierigkeiten hineinpassen. Ihre Besucher erhalten wahrscheinlich vertikale Rollbalken, aber das ist in Ordnung. Vertikales Scrollen, die Seite hinauf und hinunter, ist kein Problem. Es lässt sich wirklich nicht vermeiden. Aber wenn der Inhalt – beispielsweise ein Bild – breiter ist als der verfügbare Platz, erhält der Besucher horizontale Rollbalken im Browserfenster, die Sie um jeden Preis vermeiden sollten. Sie könnten den Wechsel zu einem Layout mit Top-Navigation in Erwägung ziehen, oder vielleicht kommen Sie in Ihrem aktuellen Layout auch ohne den Sidebar-Bereich zurecht.



Der Navigationsbereich in Layouts mit Seiten-Navigation lässt sich oft leichter nutzen, aber seien Sie vorsichtig bezüglich der Arten von Inhalten, die Sie zu Ihren Seiten hinzufügen. Breite Bilder und Ähnliches können zu horizontalen Rollbalken führen.

Layouts mit Top-Navigation im Überblick

Wenn der Navigationsbereich am oberen Bildschirmrand entlang verläuft, streitet er nicht mit dem Inhaltsbereich um Seitenbreite, was es unwahrscheinlicher macht, dass der Inhalt horizontale Rollbalken in den Browserfenstern erzeugt – ein definitiver Vorteil.

Der Hauptnachteil von Layouts mit Top-Navigation ist, dass die Navigationsoptionen horizontal verlaufen, nebeneinander statt untereinander, was nicht sonderlich effizient ist. Wenn Sie zu viele Navigationsoptionen zusammenbekommen, können Sie an die Grenze der Seitenbreite stoßen und doch wieder horizontale Rollbalken riskieren.

Um die Wahrscheinlichkeit horizontaler Rollbalken zu verringern, gibt es zwei Methoden:

Kürzen Sie die Namen der Navigationsoptionen

Wählen Sie kurze Namen mit wenigen Silben wie *Shop* anstatt *Durchsuchen Sie unseren Katalog*.

Gestalten Sie die Navigation klein

Erstellen Sie kleine grafische Schaltflächen oder verwenden Sie kleine Text-Hyperlinks in Ihrem Navigationsbereich. Aber Vorsicht! Wenn Ihre Navigation zu klein wird, riskieren Sie es, sie durch das restliche Layout zu erdrücken, und Ihre Besucher könnten sich »verlaufen«.



Layouts mit Top-Navigation lassen mehr Raum für den Inhaltsbereich frei, aber die Navigationsoptionen dürfen nicht viel Platz einnehmen, weil Sie sonst die Wahrscheinlichkeit horizontaler Rollbalken vergrößern.

Wenn keine dieser Optionen für Ihre Site zu funktionieren scheint, dann sollten Sie ein Layout mit Seiten-Navigation in die engere Wahl ziehen.

Die Navigation gestalten

Sie stellen in Ihrem Layout einen Bereich für die Navigation bereit. Nun, was genau werden Sie in diesen Bereich hineinsetzen? Grafische Schaltflächen? Text-Hyperlinks? Etwas anderes? Dieser Abschnitt gibt Ihnen eine kurze Übersicht über Ihre Optionen.

Die Hauptnavigation in Angriff nehmen

Streng genommen ist die *Hauptnavigation* das, was in Ihrem Navigationsbereich erscheint. Die Hauptnavigation ist die bevorzugte Methode, sich auf Ihrer Site fortzubewegen. Insofern ist es besonders wichtig, dass Sie diese Navigation richtig anpacken.

Es ist kein Fehler, die Navigationsoptionen direkt aus Ihrer Gliederung zu entnehmen. Nehmen Sie Ihr Blatt aus Kapitel 3 zur Hand und lesen Sie die übergeordneten Inhaltskategorien ab. Bei Ihnen sind es vielleicht Produkte, Service, Presse, Über uns und Kontakt. Das sind die Punkte, die Sie in Ihre Hauptnavigation einfügen sollten. Welche Form sollen diese Punkte nun haben?

Text-Hyperlinks

Die guten alten Text-Hyperlinks funktionieren gut als Hauptnavigation, solange Sie sie klar vom Text im Inhaltsbereich trennen (siehe Abbildung 4-3).



Abbildung 4-3: Text-Hyperlinks sind gut für Ihre Hauptnavigation geeignet.

Ein Vorteil von einfachem Text ist, dass er praktisch sofort in den Browser des Besuchers geladen wird, so dass Ihre Website schnell lädt. Außerdem ist reiner Text für Leute, die auf Screenreader oder Text-Sprach-Konverter angewiesen sind, unmittelbar zugänglich, und es ist erwähnenswert, dass Sie Text-Hyperlinks aller Art in jedem vorstellbaren visuellen Stil mit Dreamweaver selbst erstellen können – Sie brauchen keine externen Autorenwerkzeuge.

Der Hauptnachteil der Textnavigation besteht darin, dass sie nicht allzu interessant anzuschauen ist. Aber vielleicht braucht Ihre Site auch gar keine zusätzlichen Effekte. Denken Sie daran, dass der Inhalt der Star der Show sein sollte. Stellen Sie nur sicher, dass Sie die Textnavigation vom Fließtext Ihrer Seite trennen. Sie möchten nicht, dass der Besucher die beiden verwechselt.

Statische Bilder verwenden

An Stelle normaler Text-Hyperlinks können Sie Bilder in den Navigationsbereich einfügen und sie anklickbar machen (siehe Abbildung 4-4). Diese werden üblicherweise als *Schaltflächen* (englisch *Buttons*) bezeichnet, auch wenn sie nicht notwendigerweise so aussehen.

Anders als reinen Text können Sie grafische Schaltflächen gestalten, um ihnen jedes beliebige Aussehen zu verleihen. Sie können ihnen ein offensichtliches Schaltflächen-Erscheinungsbild geben oder jede Spur der Schaltflächenmetapher entfernen. Sie können Symbole neben oder auf ihnen platzieren. Sie können sie mit schrägen oder seltsamen Schriftarten beschriften (siehe Kapitel 6 für weitere Informationen über Schriftarten im Web). Ihr guter Geschmack und die Bedürfnisse des Publikums sind die einzigen Begrenzungen für Ihre Kreativität.

Gleichzeitig gibt es einige Gründe, die gegen Bilder sprechen. Sie werden nicht so schnell geladen wie reiner Text, so dass Ihre Website Performance-Einbußen erleiden kann, wenngleich die Verzögerung in der heutigen Zeit der schnellen Breitband-Internetzugänge nicht mehr so ins Gewicht fällt. Weiterhin sind Bilder nicht unmittelbar für Screenreader und Text-Sprach-Konverter zugänglich. Aktuelle Technologien können noch nicht den Inhalt eines Bildes untersuchen und in gesprochener Sprache wiedergeben, was das Bild darstellt, also müssen Sie zu jeder Schaltfläche in

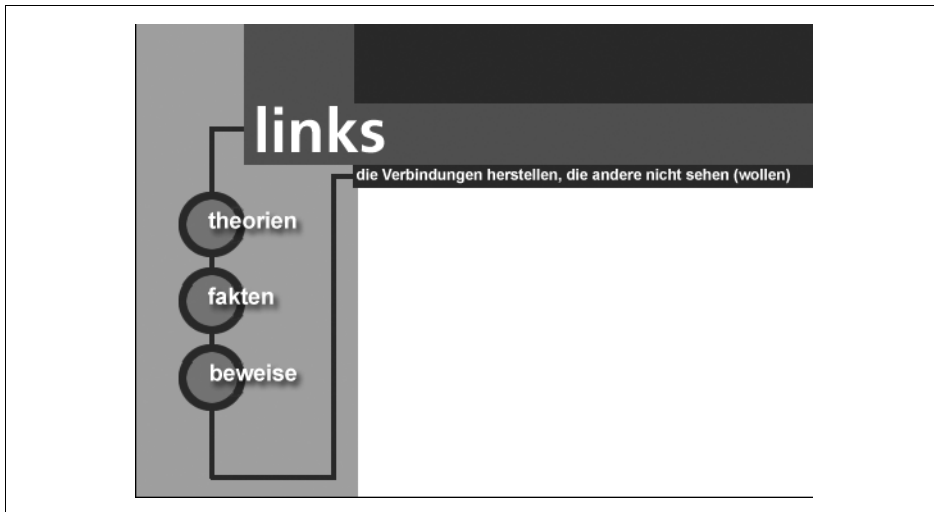


Abbildung 4-4: Grafische Schaltflächen sind eine alte Option für die Hauptnavigation.

Ihrer Navigation eine kurze *Textentsprechung* – eine Beschreibung – hinzufügen. Diese Prozedur ist nicht schwierig, aber Sie müssen sie eben einkalkulieren. Der Hauptnachteil grafischer Schaltflächen besteht für Anfänger allerdings darin, dass Sie die Bilder nicht in der Software Dreamweaver erstellen können. Sie brauchen ein dediziertes Grafikwerkzeug, vorzugsweise ein hochwertiges wie Adobe Photoshop oder Macromedia Fireworks, um Bilder für Ihre Site zu gestalten.



Eine Textentsprechung ist eine Beschreibung eines rein grafischen Elements in Textform. Sie verwenden Textentsprechungen, um inhaltsgebende Bilder für Menschen mit Sehbehinderungen zugänglich zu machen.

Rollover-Bilder verwenden

Ein *Rollover-Bild* scheint sein Aussehen zu ändern, wenn der Besucher es mit dem Mauszeiger berührt (siehe Abbildung 4-5). Was in Wirklichkeit passiert, ist, dass der Webbrowser einen Zaubertrick namens *Austauschen* einsetzt. Wenn der Besucher das Bild berührt, ersetzt der Browser es durch ein anderes. Der Austausch geht so schnell vonstatten, dass er einem Animationseffekt gleicht – das Auge nimmt wahr, dass sich das ursprüngliche Bild in etwas anderes verwandelt hat. Wenn der Besucher den Mauszeiger wegbewegt, wechselt der Browser wieder zum ursprünglichen Bild, und das Rollover scheint in den Normalzustand zurückzukehren.

Sie können Rollover-Bilder an Stelle der statischen, alltäglichen Webgrafik in Ihrem Navigationsbereich verwenden, und das ist in der Tat sehr sinnvoll. Nichts sagt deutlicher »Klick mich an« als das intuitive Aufblinken eines Rollover-Effekts.

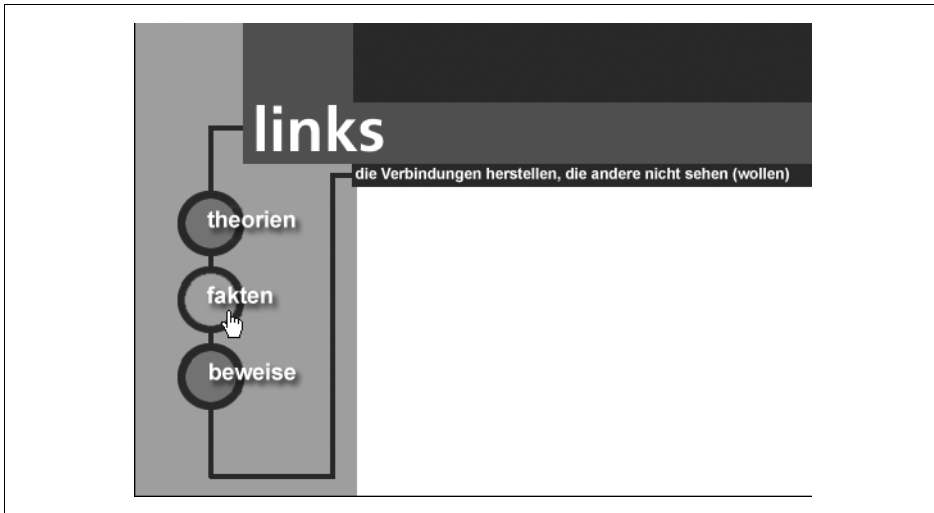


Abbildung 4-5: Ein Rollover-Bild in Aktion

Einem Bild, das zum Leben zu erwachen scheint, kann man nur schwer widerstehen. Während Dreamweaver den nötigen JavaScript-Code einfügt, um den Austausch zu ermöglichen, bleibt es Ihnen überlassen, die Bilder bereitzustellen, und da jedes Rollover zwei Bilddateien benötigt (oder je nach Interaktivitätsgrad noch mehr), muss der Besucher zusätzliche Inhalte herunterladen. Auch alle anderen Beschränkungen von Standard-Bildern treffen auf Rollover zu.



In einem einfachen Rollover gibt es zwei Zustände: Den Normalzustand, in dem das Bild zunächst erscheint, und den Rollover-Zustand, in dem das Bild angezeigt wird, wenn der Besucher es mit dem Mauszeiger berührt. Eine gute Strategie zum Gestalten von Rollover-Bildern ist, den Rollover-Zustand dynamischer aussehen zu lassen als den Normalzustand. Die Berührung sollte das Bild mit anderen Worten wie eingeschaltet oder mit zusätzlicher Energie versorgt wirken lassen. Wenn Sie es andersherum machen – den Rollover-Zustand weniger dynamisch aussehen zu lassen als den Normalzustand – dann riskieren Sie, Ihre Besucher zu verwirren, weil der Button ausgeschaltet zu werden scheint.

Ein hoher Kontrast zwischen den beiden Zuständen der Schaltfläche ist ein weiterer guter Trick. Versuchen Sie nicht, bei ihrer Gestaltung zu viel Zurückhaltung walten zu lassen. Einer sollte sich deutlich vom anderen unterscheiden.

Flash-Schaltflächen verwenden

Eine *Flash-Schaltfläche* ist eine kurze, interaktive Flash-Animation, die genauso funktioniert wie eine Rollover-Grafik: Wenn der Besucher die Flash-Schaltfläche

berührt, wird das Bild ausgetauscht. Der Schmuckfaktor dieser Elemente ist hoch. Der Benutzerfreundlichkeitsfaktor ist so lala.

Anders als normale Rollover-Grafiken können Sie Flash-Schaltflächen direkt in Dreamweaver erstellen. Sie brauchen keine externen Autorenwerkzeuge, was ein definitives Plus ist. Allerdings neigen die Minuspunkte unglücklicherweise dazu, diese Option als ernsthaften Kandidaten für Ihre Navigation auszuschließen. Das Problem ist nicht, dass Flash-Schaltflächen nicht interaktiv genug wären. Tendenziell sind sie sogar interaktiver als normale Rollover. Das Problem ist vielmehr, dass jede Flash-Schaltfläche in einer separaten Instanz des Flash Player-Plugins ausgeführt wird. Wie Sie noch aus Kapitel 1 wissen, gehört der Flash Player auf der großen Mehrzahl der Computer zur Standardausstattung, so dass auch hier Kompatibilität kein Problem ist. Allerdings dauert es Zeit, den Flash Player zu laden, und fünf oder sechs Flash Player auf einer Seite, von denen jeder seinen eigenen Film abspielt, können die Performance erheblich bremsen. Darüber hinaus sind Flash-Schaltflächen selbst nicht für Screenreader und Text-Sprach-Konverter zugänglich, und anders als bei Bildern gibt es auch keine schnelle und einfache Möglichkeit, Textentsprechungen hinzuzufügen. Fazit: Wenn Sie Flash-Schaltflächen als Hauptnavigation einsetzen, sollten Sie wissen, woran Sie sind und mit Bedacht vorgehen.



Navigationsschaltflächen aller Art, seien es statische Bilder, Rollover-Bilder oder Flash-Schaltflächen, sollten stets Textbeschriftungen besitzen. Verlassen Sie sich nicht auf Symbole oder andere rein grafische Methoden, den Zweck der Schaltflächen zu offenbaren, da diese leicht fehlinterpretiert werden.

Zu Referenzzwecken fasst Tabelle 4-1 die vier Auswahlmöglichkeiten für Ihre Hauptnavigation zusammen.

Tabelle 4-1: Design-Optionen für die Hauptnavigation

Element	Download-Geschwindigkeit	Barrierefreiheit	Rollover-Effekt?	Zusätzliche Software erforderlich?
Text-Hyperlinks	Nahezu sofort	Voll zugänglich	Ja	Nein
Statische Bilder	Nahezu sofort bis zu wenigen Sekunden	Zugänglich durch Textäquivalente	Nein	Ja
Rollover-Bilder	Wenige Sekunden oder etwas länger	Zugänglich durch Textäquivalente	Ja	Ja
Flash-Schaltflächen	Einige Sekunden oder länger	Zugänglich, wenn Sie Ihre Schaltflächen in Flash 8 bearbeiten	Ja	Nein

Eine Sekundärnavigation hinzufügen

Alle guten Websites stellen eine Alternative zur Hauptnavigation zur Verfügung, für den Komfort des Besuchers und als Mittel der Ausfallsicherheit. Nennen Sie dies die *Sekundärnavigation*. Die Sekundärnavigation unterstützt die Hauptnavigation, aber sie erscheint nicht in der Navigationsleiste. Stattdessen platzieren Sie sie woanders im Layout, üblicherweise ganz unten im Inhaltsbereich.

Nach dieser langen Vorrede über die Gruppierung könnten Sie es für ein Sakrileg halten, navigationsartigen Inhalt zum Inhaltsbereich hinzuzufügen, aber so schlimm ist das gar nicht: Solange Sie den Hauptinhaltsbereich klar von der Sekundärnavigation abgrenzen (siehe Abbildung 4-6), behalten Sie die Integrität Ihrer Gruppen bei.



Abbildung 4-6: Sekundärnavigation unter dem Hauptinhaltsbereich

Die Sekundärnavigation sollte textbasiert sein – verwenden Sie keine Bilder, Roll-over, Flash-Schaltflächen oder andere Arten interaktiver Spielerei. Das verstärkt die Idee der Ausfallsicherheit für die Sekundärnavigation. Wenn Ihr Besucher aus irgendwelchen Gründen Probleme mit dem Zugriff auf Ihre Hauptnavigation hat, ist die Sekundärnavigation, solange sie Textform besitzt, so zugänglich, wie sie nur sein kann.



Das übliche Format für eine Sekundärnavigation ist eine horizontale Liste Ihrer Hauptinhaltskategorien, in der Pipes (|) die Navigationsoptionen trennen.

Mit mehreren Strukturebenen arbeiten

Als Sie Ihre Gliederung erstellt haben, haben Sie einige Inhalte Ihrer Site möglicherweise in mehreren Ebenen organisiert. Die Hauptkategorie *Produkte* könnte beispielsweise Unterkategorien wie *CDs* und *DVDs* enthalten, und jede von ihnen könnte zu weiteren Unterteilungen nach Genre oder Künstler führen. Wenn die übergeordneten Kategorien diejenigen sind, die in die Hauptnavigation kommen, wo präsentieren Sie dann die Kategorien der zweiten und dritten Ebene? Wo platzieren Sie sie in Ihrem Layout?

Eine Lösung besteht darin, im allgemeinen Seitenlayout weitere Navigationsbereiche zu eröffnen. Auf diese Weise wissen Sie stets, wo die Ebenen der Navigation hinkommen, und die Navigationsoptionen stehen dem Besucher jederzeit offen. Noch besser ist, dass die Navigation für die diversen Ebenen stets an derselben Stelle auf der Seite erscheint, was die Konsistenz und somit die Benutzerfreundlichkeit Ihres Designs verbessert.

Dass Sie Bereiche für die Navigation der zweiten und dritten Ebene eingerichtet haben, heißt noch nicht, dass Sie sie ausfüllen müssen, wenn Sie sie nicht brauchen. Wahrscheinlich haben Sie sogar sehr gute Gründe, sie nicht auszufüllen. Wenn Ihr Besucher sich auf einer Inhaltsseite der höchsten Ebene befindet – *Produkte* beispielsweise –, was kommt dann in den Navigationsbereich der dritten Ebene? Wenn der Besucher beispielsweise der Verzweigung *CDs* von der *Produkte*-Seite folgt, dann könnten die Auswahlmöglichkeiten der dritten Ebene *Rock*, *Pop*, *Jazz* und *Klassik* sein. Aber wenn der Besucher der Verzweigung *DVDs* folgt, dann finden sich in der Navigation der dritten Ebene *Horror*, *Science-Fiction*, *Komödie* und *Drama*.

Eine gute Faustregel für die Feinjustierung des Navigationsflusses ist diese: »Eine Ebene nach unten und alle Ebenen nach oben verlinken«. Das bedeutet, dass Sie die Besucher auf der Startseite Ihrer Site auf die Inhalte der obersten Ebene verweisen sollten. Die Links im Hauptnavigationsbereich tun genau das, also brauchen Sie in diesem Fall nichts zu Ihren Navigationsbereichen der zweiten und dritten Ebene hinzuzufügen – lassen Sie sie einfach leer. Auf einer Seite mit Inhalt der obersten Ebene sollten Sie Ihre Besucher zu den Inhalten der zweiten Ebene führen (»Eine Ebene nach unten verlinken ...«), also machen Sie Gebrauch vom Navigationsbereich der zweiten Ebene, aber lassen Sie die dritte Ebene leer. Die Hauptnavigation bleibt gleich. Das einzige andere Element, das Sie brauchen, ist ein Link zurück zur Homepage (»... und alle Ebenen nach oben verlinken«).

Eine weitere Lösung besteht darin, Pop-up-Menüs zu erstellen (siehe Abbildung 4-7). Ein Pop-up-Menü erscheint, wenn der Besucher einen Link im Hauptnavigationsbereich berührt. Das Pop-up stellt Links auf die Inhaltsseiten der zweiten Ebene in dieser speziellen Kategorie der Hauptnavigation bereit. Wenn der Besucher einen Link im Pop-up-Menü berührt, erscheint ein weiteres Pop-up-Menü mit Links auf die Inhaltsseiten der dritten Ebene.



Abbildung 4-7: Pop-up-Menüs präsentieren mehrere Strukturebenen auf einmal.

Pop-up-Menüs sind praktisch, weil sie Ihr Layout nicht zupflastern. Sie brauchen keinen Platz für die Navigationsbereiche der zweiten und dritten Ebene zu suchen. Stattdessen klappen diese Bereiche auf, wenn der Besucher sie braucht. Der Effekt ist äußerst raffiniert, es ist daher keine Überraschung, dass Pop-up-Menüs eine beliebte Wahl unter den heutigen Webautoren sind.

Das Erstellen von Pop-up-Menüs in Dreamweaver (in der deutschen Version »Sprungmenüs« genannt) ist recht einfach. Sie füllen ein Dialogfeld aus und sind fertig. Der zu Grunde liegende Code, der die Dreamweaver-Pop-up-Menüs antreibt, ist jedoch ziemlich komplex, so dass Kompatibilitätsprobleme auftreten können. Für beste Ergebnisse müssen Ihre Besucher den Internet Explorer benutzen. Alle anderen Browser neigen zum Versagen, und nicht-traditionelle Browsergeräte wie Handys, PDAs und MSNTV erst recht. Außerdem verlieren Sie bis zu einem gewissen Grad die Kontrolle über das Aussehen der Pop-up-Menüs. Verschiedene Browser

interpretieren die Dreamweaver-Pop-up-Menüs unterschiedlich, so dass Ihre Menüs möglicherweise nicht genau dort erscheinen, wo Sie sie haben möchten; auch andere Formatierungsfehler können auftreten.



Da Pop-up-Menüs Sie vor lauter Kompatibilitäts-Kopfschmerzen von der Arbeit abhalten, wird in diesem Buch nicht näher beschrieben, wie Sie sie zu Ihrer Site hinzufügen. Wenn Sie wirklich interessiert sind, rufen Sie *Hilfe* → *Dreamweaver-Hilfe* auf und suchen Sie nach *Sprungmenüs*.

Wenn Sie beschließen, Pop-up-Menüs zu verwenden, testen Sie Ihre Site gründlich in einer Vielzahl von Browsern und machen Sie sich in manchen Fällen auf Kompromisse bezüglich des Aussehens gefasst. Denken Sie vor allem daran, dass Ihre Navigation projektentscheidend ist. Sie ist nicht der beste Ort, um bis an die Grenzen des technischen Machbaren zu gehen. Je nach Zielen und Zielgruppe Ihrer Site sollten Sie Pop-up-Menüs ganz umgehen und stattdessen ein paar zusätzliche neue Navigationsbereiche zum Layout hinzufügen.



Eine andere Lösung des Pop-up-Menü-Problems besteht darin, Pop-ups mit anderem Code zu implementieren. Es sind Hunderte freier Pop-up-Menü-Skripten verfügbar, von denen viele denjenigen von Dreamweaver überlegen sind.

Den Code in Ihre Seiten zu übernehmen, ist nicht schwer – im Prinzip brauchen Sie nur zu kopieren und einzufügen –, aber Sie sollten wirklich ein wenig Erfahrung mit der Codeseite des Webseitenaufbaus haben, um sicherzustellen, dass alles korrekt funktioniert. Sie müssen den Code an der richtigen Stelle in das HTML-Dokument einfügen und seine Formatierung bis zu den letzten Semikola und geschweiften Klammern beibehalten, was über den Rahmen dieses Buches hinausgeht.

Wenn Sie damit vertraut sind, sich Ihren Weg durch HTML-Code zu bahnen, dann können Sie Ihren Lieblingsbrowser starten, Ihre bevorzugte Suchmaschine aufrufen und nach »pop-up menu script« oder Ähnlichem suchen, um zu sehen, was online verfügbar ist. Sie könnten sich auch mein Buch *Web Design Garage* (Prentice Hall PTR) anschauen, aber es liegt nur auf Englisch vor; dort finden Sie ein Pop-up-Menü-Skript und spezielle Anweisungen darüber, wie Sie es zu den Seiten Ihrer Site hinzufügen.

Maß nehmen

Die Monitorbreite des Besuchers ist ein wichtiger Gesichtspunkt, weil sie direkt die Breite Ihres Layouts beeinflusst. Unglücklicherweise liegt dieses Maß völlig außerhalb Ihrer Kontrolle. Ihr Besucher entscheidet selbst über die Größe der Monitore, die sie kaufen, welche Bildschirmstellungen sie vornehmen und ob sie es bevor-

zugen, das Web mit einem Vollbild-Browserfenster zu besuchen. Wenn Ihr Layout für den Bildschirm des Besuchers zu breit ist, dann erzeugt Ihre Site horizontale Rollbalken, die niemals gut sind.

Die beste Möglichkeit voranzukommen, besteht darin, eine informierte Schätzung vorzunehmen. Tabelle 4-2 listet gängige Monitoreinstellungen und die zugehörigen Layoutbreiten auf. In jedem Fall ist die Layoutbreite kleiner als die Bildschirmbreite, weil Sie Elemente wie vertikale Rollbalken einrechnen müssen, die einigen verfügbaren Bildschirmplatz für sich beanspruchen.



Ein Pixel ist ein sehr kleines farbiges Kästchen. Er ist die kleinste Komponente einer Bitmap-Grafik – der Name ist eine Kurzfassung für *Picture Element*. Er ist auch die Standardmaßeinheit für Längen und Breiten im Webdesign. Auf einem typischen Windows-Bildschirm werden 96 Pixel pro Inch eingesetzt, auf Macintosh-Monitoren 72 Pixel pro Inch.¹

Tabelle 4-2: Gängige Bildschirmbreiten

Bildschirmbreite (in Pixeln)	Layoutbreite (in Pixeln)	Kommentar
640	600	Sicher für praktisch jedes Layout
800	760	Die derzeitige Standardbreite
1024	955	Die aufkommende neue Standardbreite

Wenn Sie gemäß Tabelle 4-2 absolut sichergehen wollen, sollten Sie Ihr Layout mit einer Breite von 600 Pixeln gestalten. Nahezu jedes Gerät im Web kann heutzutage mit einer Auflösungsbreite von 640 Pixeln umgehen (mit der erwähnenswerten Ausnahme von MSNTV, vormals WebTV, das an 544 Pixeln festhält). Allerdings haben die meisten Besucher genügend Rechenkapazität, um über 640-Pixel-Bildschirme hinauszugehen, und 600 Pixel Breite lassen Ihnen nicht viel Platz für Design, so dass sich das 760-Pixellayout als Standard etabliert hat. Die breite Mehrheit der Webbesucher kommt damit zurecht.

Computer, die in den letzten vier Jahren gebaut wurden, neigen zu einer Anzeigebreite von 1024 Pixeln (oder höher), so dass auch 955-Pixellayouts im Allgemeinen in Ordnung sind, solange Ihr Publikum keine veraltete Hardware verwendet. Gehen Sie aber nicht über 955 Pixel hinaus. Wenngleich viele Ihrer Besucher dank ihrer brandneuen oder besonders leistungsfähigen Computer keine Probleme mit noch höheren Bildschirmbreiten hätten, könnten diejenigen mit älterer oder weniger hochwertiger Ausstattung die Mehrheit Ihres Publikums ausmachen.

¹ Das hat noch nicht einmal so viel mit den realen Platzverhältnissen auf dem Bildschirm zu tun, da diese je nach realer Monitorgröße und eingestellter Auflösung variieren, beeinflusst aber etwa die Art und Weise, wie auf den beiden Plattformen Schriftgrößen berechnet werden (denn es gilt: 1 Punkt = 1/72 Inch).



Selbst wenn Ihre Besucher mit Layoutbreiten von 955 Pixeln zurechtkommen, sollten Sie 780 Pixel dennoch in Betracht ziehen, schon aus Gründen des Entgegenkommens gegenüber denjenigen, die das Web lieber nicht mit Vollbildfenstern benutzen.

Festbreitenlayouts im Überblick

Ein *Festbreitenlayout* behält ungeachtet der Breite des Browserfensters immer die gleiche Breite bei (siehe Abbildung 4-8). Wenn Sie Ihr Layout mit einer Breite von 760 Pixeln gestalten, dann bleibt die Breite von 760 Pixeln bestehen. Besucher mit 640-Pixel-Bildschirmen erhalten horizontale Rollbalken, wenn sie Ihre Site besuchen, während Besucher mit 1024-Pixel-Bildschirmen oder höher freie Flächen um Ihr Layout herum zu Gesicht bekommen.

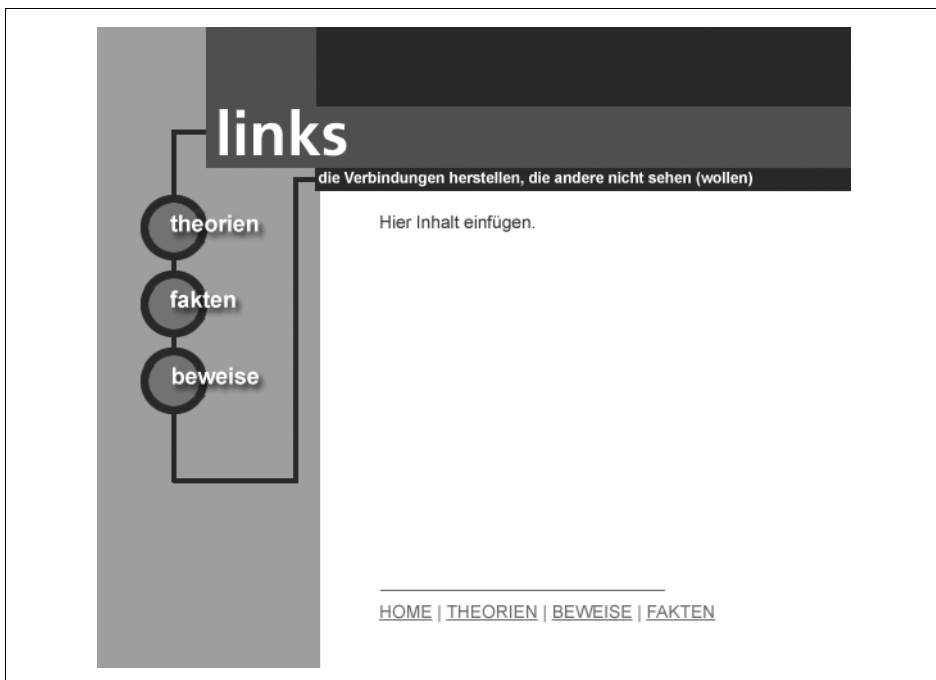


Abbildung 4-8: Ein Festbreitenlayout behält stets seine Breite bei.

Der Vorteil von Festbreitenlayouts besteht darin, dass die Maße der Bereiche stets pixelgenau sind. Sie können exakt ausrechnen, wo ein spezielles Element erscheint, was Ihnen die Realisierung fortgeschrittener Designs erleichtert. Außerdem ist das Erstellen von Festbreitenlayouts in Dreamweaver einfacher, weil es weniger Schritte benötigt, und Sie müssen weniger editieren und Fehler bekämpfen.

Der Hauptnachteil von Festbreitenlayouts ist, dass sie den verfügbaren Bildschirmplatz von Besuchern mit breiteren Bildschirmen nicht voll ausnutzen. Auf den breitesten Bildschirmen kann Ihre Site gequetscht aussehen, was der Benutzerfreundlichkeit nicht unbedingt weiterhilft. Um dies zu umgehen, zentrieren viele Designer ihr Festbreitenlayout auf dem Bildschirm, so dass der gesamte zusätzliche Leerraum sich nicht auf einer Seite auftürmt. Stattdessen erhalten Sie kleinere leere Felder an beiden Seiten des Layouts.



Eine weitere Möglichkeit, dem Überfluss an Leerraum in einem Festbreitenlayout zu begegnen, besteht darin, ein Musterbild auf dem Hintergrund der Seite zu platzieren. Der Browser behandelt das Hintergrundbild wie einen Desktop-Hintergrund, indem er es automatisch kachelt, also wiederholt, um den gesamten verfügbaren Platz aufzufüllen. Auf diese Weise ist der Leerraum nicht ganz leer, und wenn Sie ein Muster wählen, das zum grafischen Thema Ihrer Site passt, können Sie sich so leicht dem Erscheinungsbild eines Liquidlayouts annähern.

Liquidlayouts im Überblick

Bei einem *Liquidlayout* ändert sich die Breite des Layouts, um sich der Breite des Browserfensters anzupassen (siehe Abbildung 4-9). Wenn die Breite des Browserfensters wächst, vergrößert sich die Breite Ihrer Site mit ihm. So wird das Problem eingengter Layouts praktisch gelöst, weil um Ihr Layout herum nie Leerraum entsteht. Ein Besucher könnte mit einem 1.600 Pixel breiten Bildschirm vorbeikommen und Ihr Layout würde den Platz pflichtgetreu ausfüllen.

Liquidlayouts werden zunächst als Festbreitenlayouts erstellt, Sie gestalten Ihr Layout also so, dass es auf eine bestimmte Bildschirmbreite passt. Um dann den Liquid-Effekt zu aktivieren, legen Sie fest, dass bestimmte Bereiche Ihrer Site – beispielsweise der Inhaltsbereich – keine feste Breite haben sollen; sie können sich je nach Bedarf ausdehnen. Die ursprüngliche Festbreite Ihres Layouts wird dadurch zur Mindestbreite. Wenn Sie diese Schwelle unterschreiten, sollten Sie sich auf horizontale Rollbalken einstellen, weil im Browserfenster eventuell nicht genug Platz ist, um all Ihre Inhalte unterzubringen. Aber solange Sie die Minimalbreite einhalten oder überschreiten, funktioniert der Liquid-Effekt wie erwartet. Es gibt keine horizontalen Rollbalken und Sie brauchen auch keine Bereiche leer zu lassen.

Liquidlayouts sind für den Besucher in der Regel einfacher zu nutzen, aber es könnte Ihnen schwerfallen, sie sauber einzurichten, besonders, wenn das Layout designintensiv ist. Einfachere Designs funktionieren in Liquid-Form am besten.

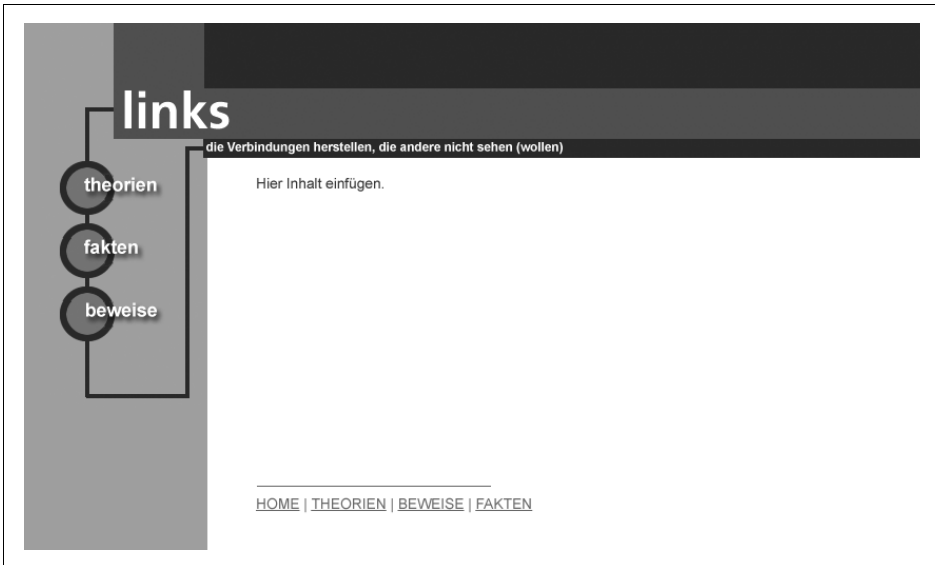


Abbildung 4-9: Ein Liquidlayout dehnt sich aus, um die Breite des Browsers auszufüllen

Die Details hinzufügen

Nachdem Sie sich für eine Layoutbreite entschieden haben, können Sie damit anfangen, den einzelnen Bereichen Pixelmaße zuzuweisen, wie Abbildung 4-10 zeigt. Entscheiden Sie im Zweifelsfall nach Augenmaß. Ihre Maße brauchen nicht präzise zu sein, Ihre Zeichnung muss nicht maßstabsgetreu sein und Sie können Ihre Zahlen später immer noch modifizieren. Hier geht es nur darum, einen Ausgangspunkt für die Konstruktion Ihres Layouts in Dreamweaver zu erhalten. Hier einige Dinge, die Sie sich merken sollten:

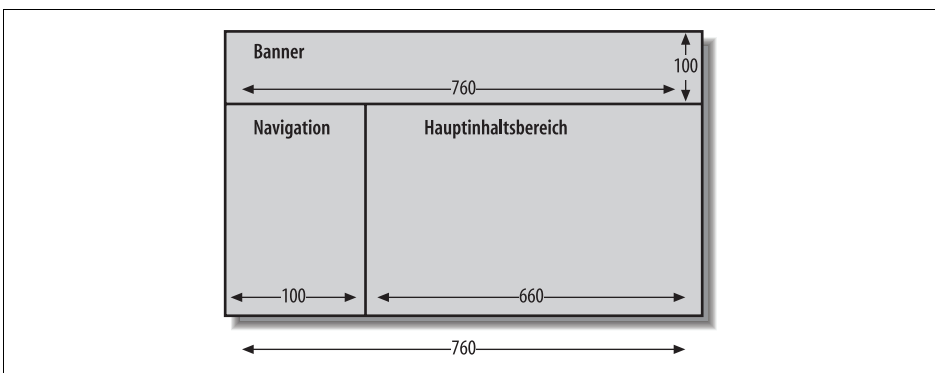


Abbildung 4-10: Benutzen Sie Pixelmaße, um Höhe und Breite Ihres Layouts festzulegen.

Halten Sie die wichtigsten Inhalte Above-the-fold

Der Ausdruck *Above-the-fold* (»über dem Falz«) beschreibt hier alles, was zu Anfang im Browserfenster erscheint, wenn der Besucher die Seite aufruft. (Der Inhalt, den der Besucher nur durch Herunterscrollen erreichen kann, ist *Below-the-fold*, also »unter dem Falz«). Tabelle 4-3 gibt die Above-the-fold-Höhen für unterschiedliche Seitenbreiten an. In einem 760-Pixellayout steht Ihnen beispielsweise eine Maximalhöhe von 420 Pixeln zur Verfügung, bevor der Inhalt vom Bildschirm verschwindet. Sorgen Sie dafür, dass über dem Falz viel Platz für Ihre Hauptnavigation und die wichtigsten Inhaltselemente zur Verfügung steht. Beispielsweise sollten Sie die Höhe Ihres Bannerbereichs beschränken, um mehr Platz für den Inhaltsbereich zu schaffen.



Diese Begriffe stammen aus dem Zeitungswesen. Zeitungen sind natürlich längs gefaltet, damit sie sich leichter transportieren und stapeln lassen. Irgendwann in der guten alten Zeit kam jemand auf die Idee, dass es umsatzsteigernd wirkt, wenn man die aufregendsten Nachrichten und Fotos über dem Falz platziert.

Tabelle 4-3: Above-the-fold-Höhen

Bildschirmbreite (in Pixeln)	Above-the-fold-Höhe (in Pixeln)
640	300
800	420
1024	600

Machen Sie den Inhaltsbereich so groß wie möglich

Der Inhaltsbereich liefert das Wesentliche, so dass er der Hauptbereich Ihres Layouts sein sollte. Zögern Sie nicht, dafür Ihren Navigationsbereich oder andere Bereiche einzuschränken, die um Bildschirmplatz wetteifern.



Wenn Sie ein Layout mit Top-Navigation planen, sollten Sie besonderes Augenmerk auf die Höhe Ihrer Navigationsleiste richten. Da der Bildschirm breiter als hoch ist, kann die Navigationsleiste den Hauptinhaltsbereich leicht unter den Falz verschieben. Eine Höhe von 100 Pixeln ist mehr als genug und könnte sogar zu viel sein, je nachdem, wie Sie den Hauptinhalt präsentieren möchten.

Weisen Sie Liquid-Bereichen keine Breite zu

Wenn Sie ein Liquidlayout erstellen, wählen Sie die Layoutbereiche aus, die sich mit dem Browser ausdehnen sollen. Üblicherweise handelt es sich dabei um Inhaltsbereich, Kopf- und Fußbereich. Weisen Sie diesen Bereichen keine feste Breite zu. Markieren Sie sie stattdessen mit einem Sternchen (*), dem Web-Kürzel für *beliebig* (siehe Abbildung 4-11). Aber weisen Sie den Nicht-

Liquid-Bereichen in Ihrem Design auf jeden Fall feste Breiten zu, beispielsweise dem Navigations- oder dem Sidebar-Bereich.

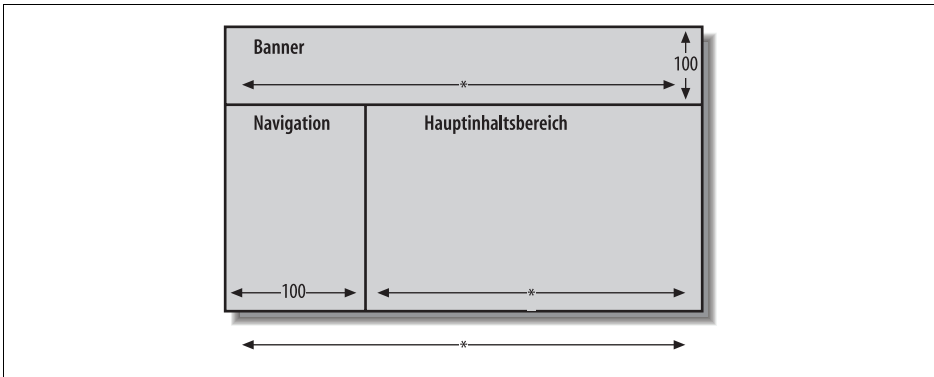


Abbildung 4-11: Sternchen kennzeichnen Bereiche mit variabler Breite.

Weisen Sie nur den Festbreitenbereichen eine Breite zu

Die Navigationsleiste in einem Layout mit Top-Navigation und der Bannerbereich sollen in der Regel eine bestimmte Höhe beibehalten, so dass Sie grobe Höhenmaße für sie eintragen sollten. Andererseits muss der Hauptinhaltsbereich Ihres Designs sich vertikal ausdehnen können, um sich an die darin befindliche Inhaltsmenge anzupassen, also benötigt er keinen festen Breitenwert mehr. Der Browser wird automatisch die richtige Höhe ermitteln, wenn er Ihre Seite anzeigt. Markieren Sie variable Höhen mit dem Sternchen, wenn Sie möchten, oder ignorieren Sie sie einfach.

Eine Layoutstrategie wählen

Wenn Sie Ihr Layout in Dreamweaver konstruieren, haben Sie die Wahl zwischen zwei Strategien: Konstruktion mit Tabellen oder Konstruktion mit Ebenen. In beiden Fällen unterteilen Sie die Webseite in rechteckige Bereiche, genau wie die Bereiche in Ihrer Skizze, und füllen sie mit dem entsprechenden Inhalt. Die Ergebnisse sind meistens nicht zu unterscheiden. Welche Methode sollten Sie also wählen? Dieser Abschnitt hilft Ihnen, die richtige Wahl für Ihre spezielle Site zu treffen.

Konstruktion mit Tabellen

Eine *Tabelle* ist eine HTML-Struktur zur Anordnung von Daten in Zeilen und Spalten. In der Frühzeit des Webs, als Wissenschaftler und Mathematiker die einzigen Leute waren, die Websites erstellten, war die Tabelle eine bequeme Methode zur Darstellung der Ergebnisse des einen oder anderen Experiments. Aber im vielleicht größten Akt der Subversion seit der postmodernen Literaturtheorie entdeckten visu-

ell orientierte Leute, dass man sich die Tabelle »ausborgen« kann, um die Bereiche eines Grafikdesigns abzugrenzen, was zu erheblich komplexeren Layouts im Web führte. Als unmittelbare Folge wurde das Web für Leute interessant, die noch nie von Hypotenusen gehört hatten; die Aktienkurse stiegen und Art-Direktoren bemerkten, dass ihre Diplome hier absolut gefragt waren.

Das Problem bestand – und besteht noch immer – darin, dass die HTML-Spezifikation sehr klar ist: Sie identifizieren Elemente gemäß ihrer Bedeutung und nicht gemäß ihres gewünschten Aussehens. Standardorganisationen wie das World Wide Web Consortium (W3C) argumentieren mit voller Überzeugung, dass das Tabellenelement, unabhängig von seinem Aussehen im Browser, explizit für die Auszeichnung von Datenzeilen und -spalten vorgesehen ist. Es hat nichts mit der Definition des Layouts einer Webseite zu tun, weil das nicht seine Aufgabe ist. Das mag trivial erscheinen, aber in der Webtechnologie gilt dieses Prinzip.

Wenn der Browser eine Tabelle in einem HTML-Dokument findet, erwartet er Zeilen und Spalten mit Daten und kein Seitenlayout. Für die meisten Besucher spielt das keine Rolle. Sie interessieren sich mehr für den enthaltenen Content. Aber was ist mit den Besuchern, die Ihr Layout nicht sehen können? Wenn ein nichtgrafisches Browsergerät wie etwa ein Screen-Reader ins Spiel kommt, geht auch dieser von Datenzeilen und -spalten aus und liest sie entsprechend vor. Während Ihre Webseite visuell sinnvoll erscheinen mag, fügt sich ihre Logik möglicherweise nicht in die Tabellenform, so dass der Screen-Reader die Bereiche Ihres Designs leicht durcheinander bringt. Die Navigationsleiste könnte leicht nach dem Inhaltsbereich an die Reihe kommen, und wer möchte Paragraphen über Paragraphen abwarten, nur um an die Links zu kommen?

Abgesehen von Beeinträchtigungen der Barrierefreiheit und den fortgesetzten Protesten des W3C besitzen Tabellen den Hauptvorteil, dass sie ausgesprochen stabil sind. Tabellenbasierte Designs sehen im IE fast genauso aus wie in Firefox, Opera oder jedem anderen Browser, so dass Ihre Besucher ungeachtet des bevorzugten Browsers dasselbe wahrnehmen. Tabellen gehen auch nur selten aus dem Leim; das bedeutet, dass Sie ihre Grenzen stark ausweiten können, ohne dass Ihr Layout an den Nahtstellen auseinanderbricht, besonders, wenn Sie Tabellen verschachteln und Abstandhalterbilder einfügen (mehr darüber in Kapitel 9).

Wenn Stabilität Ihr wichtigstes Entscheidungskriterium ist, was der Fall sein dürfte, wenn Sie eine Site für Ihre Firma gestalten, dann ist die Konstruktion mit Tabellen die bessere Wahl. Sie werden nicht viele Freunde beim W3C gewinnen, aber zumindest befinden Sie sich in guter Gesellschaft, weil ein Großteil des Webs auf Tabellen aufbaut.

Konstruktion mit Ebenen

Sie wissen, dass eine Tabelle Zeilen und Spalten mit Daten enthält, die nur zufällig von vielen Designern zur Aufteilung der Seiteninhalte verwendet werden. Aber eine

Ebene (auch *Layer* oder *Div*) hat genau diese Aufgabe. Es ist eine Unterteilung für Inhalte, ein Abschnitt der Seite, genau wie die Bereiche in Ihrer Design-Skizze.

Hier gibt es keine strenge Aufteilung in Datenzeilen und -spalten. Wenn Sie einen Bereich Ihrer Seite als Ebene kennzeichnen, teilen Sie dem Browser mit, dass diese Gruppe von Inhalten zusammengehört. Der Browser braucht die Ebene auch nicht im Kontext des Grafikdesigns zu betrachten, um dies zu verstehen, weil Sie die rein visuellen Bereiche Ihres Designs in logische, strukturelle Bereiche im HTML-Code umgewandelt haben. Dagegen kann nicht einmal das W3C etwas einwenden.

Tatsächlich sind Ebenen so logisch, dass Sie sie in beliebiger Reihenfolge im HTML-Code anordnen können – beispielsweise in der Reihenfolge, in der ein Screen-Reader sie vorlesen soll –, ohne ihre visuelle Platzierung in Ihrem Design zu beeinflussen. Aber Ebenen haben nicht nur mit dem Code zu tun. Sie verfügen über eine große Auswahl von Formatierungsoptionen und Effekten. Tabellen sind auf ein Gitter aus Zeilen und Spalten beschränkt, während für Ebenen keine derartigen Einschränkungen gelten. Sie können sie überall auf der Seite platzieren. Sie können sie sogar unsichtbar machen.



Auf Grund der Art und Weise, wie Dreamweaver Ebenen zu Ihrer Seite hinzufügt, ist es fürchterlich schwierig, ein ebenenbasiertes Layout mit fester Breite im Browserfenster zu zentrieren. Damit es funktioniert, müssen Sie den Code bearbeiten und beinahe die ganze Ebenen-Formatierung von Hand neu schreiben, was dem Sinn der Verwendung eines WYSIWYG-Editors völlig zuwiderläuft.

Wenn der Künstler in Ihnen Sie zu einem zentrierten Layout mit fester Breite führt, dann verwenden Sie Tabellen als Designstrategie. Es ist unglaublich einfach, ein tabellenbasiertes Layout mit fester Breite in Dreamweaver zu zentrieren, wie Sie in Kapitel 9 sehen werden.

Wenn Sie dagegen mit einem ebenenbasierten Festbreitenlayout leben können, das am linken Browserfensterrand klebt, dann kommt Ihnen die Ebenenimplementierung in Dreamweaver mehr als entgegen.

So funktioniert es zumindest in der Theorie. In der Praxis unterstützen Browser Ebenen nicht so gut, wie sie sollten. Ebenenbasierte Designs variieren tendenziell auf störende Weise von Browser zu Browser – sobald Ihr Layout beispielsweise im IE so aussieht, wie Sie es haben möchten, finden Sie ärgerliche Inkonsistenzen in Firefox oder andersherum. Manchmal interpretiert der Browser Ihre Absichten völlig falsch und das Layout versagt.

Nichtsdestotrotz sind Ebenen aus vielen guten Gründen der letzte Schrei. Ein ebenenbasiertes Design ist zukunftsweisend, standardkonform und barrierefreier. Ebenen sind die Zukunft des Webdesigns. Wenn Sie es sich leisten können, auf ein wenig Stabilität zu verzichten, und mit einem kargen, einfachen visuellen Stil leben können, dann ist ein ebenenbasiertes Design eine kluge Wahl.



Wenn Sie sich nicht entscheiden können, wählen Sie Tabellen. CSS bietet Ihnen mehr in punkto Layout und Barrierefreiheit, ist aber pingeliger und nicht browser- und plattformübergreifend stabil.

Tabelle 4-4 fasst die Vor- und Nachteile von Tabellen und Ebenen für Ihre Überlegungen zusammen. Wenn Sie nach sorgfältiger Abwägung der Argumente noch immer nicht sicher sind, was Sie für Ihre Site benutzen sollten, sind Tabellen die sicherere Wahl – ein Verbrechen vielleicht, aber ein Verbrechen aus Gründen der Zweckmäßigkeit.

Tabelle 4-4: Vergleich zwischen Tabellen und Ebenen

	Tabellen	Ebenen
Standardkonformität	Tabellen sind für Datenzeilen und -spalten da, nicht für Seitenlayouts.	Ebenen dienen der Unterteilung von Inhalten auf einer Seite, sind also perfekt für Seitenlayouts geeignet.
Stabilität	Tabellen sehen über verschiedene Browser, Geräte und Plattformen hinweg gleich aus und verhalten sich fast identisch.	Ebenen sehen über verschiedene Browser, Geräte und Plattformen hinweg verschieden aus und verhalten sich unterschiedlich und unvorhersagbar.
Barrierefreiheit	Screen-Reader können die logische Reihenfolge des Layouts leicht fehlinterpretieren.	Bei einem ebenen basierten Layout geraten Screen-Reader seltener durcheinander.
Flexibilität	Tabellen sind für abenteuerliche Designs verlässlicher und funktionieren auch gut mit einfachen Designs.	Trotz ihrer eindrucksvollen Formatierungsoptionen funktionieren Ebenen auf Grund der uneinheitlichen Unterstützung durch Browser besser mit einfachen Designs.
Dreamweaver-Kompatibilität	Tabellen sind in Dreamweaver einfach zu erstellen und äußerst stabil. Was Sie sehen, bekommen Sie auch.	Ebenen lassen sich in Dreamweaver leicht, aber nicht immer stabil erstellen. Das Dokumentfenster stellt manchmal seltsame Dinge mit ihnen an.