

# Contao

## Das umfassende Praxisbuch



# Teil I

## Contao verstehen

### In diesem Teil:

- **Kapitel 1**  
Ein paar grundsätzliche Überlegungen ..... 35
- **Kapitel 2**  
Die Installation und ihre Zutaten ..... 51
- **Kapitel 3**  
Erste Orientierung ..... 71
- **Kapitel 4**  
Inhaltliches: Seitenstruktur und Seiten ..... 103
- **Kapitel 5**  
Themes: Layout und Funktion ..... 121
- **Kapitel 6**  
Artikel: Inhalte erstellen und verwalten ..... 143
- **Kapitel 7**  
Weitere Inhaltselemente ..... 169
- **Kapitel 8**  
Navigation und andere Module ..... 195



# Ein paar grundsätzliche Überlegungen

Vielleicht werden Sie sich fragen, warum ich mich bei einem Buch über Contao mit ganz allgemeinen »Selbstverständlichkeiten« aufhalten möchte, und ertappen sich gerade dabei, wie Sie einige Seiten weiterblättern möchten. Ganz einfach und damit auch die Bitte, nicht weiterzublätern: Ein CMS wie Contao ist ein tolles Werkzeug, um Websites zu bauen und am Leben zu erhalten. Gerade, wenn man die erste richtig gute Idee für die neue Website entwickelt hat oder aber auch, wenn man sich unter Zeitdruck befindet, ist man vor allem als der engagierte Einsteiger versucht, *einfach mal so* anzufangen.

Ein verlockender Gedanke, der sich allerdings in der Praxis nicht wirklich bewährt, denn es lauern unterwegs technische und konzeptuelle Fallstricke, die nicht nur zu Frustrationserlebnissen, sondern auch zu massiver Zeitverzögerung führen können. Wer also lieber auf der sicheren Seite bleiben möchte, kennt die einzelnen Aspekte, die auf dem Weg zur eigenen Website zu beachten sind, und plant sein Projekt mit gewissem vorausschauendem Blick (während er sich dabei auch von ungeduldigen, gespannten Mitmenschen nicht aus der Ruhe bringen lässt). Tun Sie es auch, Sie können nur gewinnen!

Ich möchte Ihnen genau aus diesem Grund einige bedenkenswerte und aus meiner Erfahrung wichtige Aspekte zur Planung und Durchführung von Webprojekten vorstellen, die helfen sollen, Fehler zu vermeiden und schneller zum Erfolg zu kommen. Diese bilden auch die Basis des Buchs – ich werde an geeigneter Stelle immer wieder darauf zurückkommen.

## 1.1 Testsysteme und Produktivumgebung

Der Hosting-Vertrag beim Provider der Wahl ist abgeschlossen, der FTP-Server eingerichtet. Was liegt also näher, als Contao gleich dort zu installieren, um von überall Zugriff auf die stetig wachsende Baustelle zu haben oder möglichst vielen anderen Beteiligten sofort die ersten Ergebnisse vorführen zu können?

**Tipp**

Im Forum der Contao Community finden Sie einige Erfahrungsberichte zu Contao-Installationen bei verschiedenen Hostern.

Obwohl dieser Wunsch durchaus verständlich ist, sollte man die ersten Schritte idealerweise auf einem lokal installierten Webserver, dem *localhost* – der ganz persönlichen Spielwiese für Webanwendungen auf dem eigenen Rechner – machen und sich dann Punkt für Punkt bis zur fertigen, für alle Welt zugänglichen Website hangeln. Testsysteme kann man also nie genug haben!

**Mehr zum Thema**

Gleich in Kapitel 2 geht es um die erste Installation von Contao auf einem lokalen Testsystem mit Hilfe der Softwarezusammenstellung XAMPP. Natürlich werden Sie Contao später auch auf einem öffentlichen Server wollen oder eine bereits lokal entwickelte Umgebung umziehen. All das erfahren Sie in Kapitel 14.

**Der lokale Webserver**

Der lokale Webserver ist die ideale Umgebung, um sich mit Contao vertraut zu machen, die ersten Experimente mit Layout, Seitenstrukturen und Inhalten durchzuführen und zum ersten Mal mit den vielen Einstellungsmöglichkeiten Ihres neuen CMS zu spielen. Lokal ist also genau der richtige Ort, um Contao samt seinen Anforderungen kennen zu lernen. Wer gerade erst in das Thema CMS einsteigt und damit vielleicht auch zum ersten Mal einen eigenen Webserver nutzt, lernt gleichzeitig ein paar typische und ganz alltägliche Fragestellungen zum Thema Webserver.

**Hinweis**

Machen Sie sich trotz allem bewusst, dass Sie ab sofort die Rolle des »Webmasters« übernehmen und damit die Verantwortung nicht nur für die Funktion und das Look&Feel des neuen Webauftritts, sondern auch für alle Sicherheitsaspekte bei Ihnen liegt. Auch ein lokaler Webserver ist grundsätzlich »von außen« erreichbar und benötigt daher einige Sicherheitseinstellungen, damit Ihre Spielwiese nur von Ihnen und nicht auch von ungebetenen Besuchern genutzt werden kann.

**Umzug in die Testumgebung**

Die lokale Umgebung ist für mich persönlich vor allem nicht nur ein Testsystem, sondern auch der Bereich, in dem ich ganz individuell, ohne in irgendeiner Form

»beobachtet« zu werden, arbeiten kann. Aus meiner Sicht daher ganz klar: Erst wenn die Contao-Website so weit fertiggestellt und vorzeigbar ist, sollte der Umzug auf den eigenen Server oder zunächst auf ein Testverzeichnis des Zielseervers passieren (also auch hier nicht sofort für alle Welt, sondern nur für »gute Freunde« sichtbar).

Hat der Umzug wirklich geklappt? Wahrscheinlich müssen Sie zunächst einige Konfigurationseinstellungen vornehmen und die Funktionalität Ihres Systems testen. Wenn hier alles passt, kommt der nächste Schritt: die Feinabstimmung mit dem Auftraggeber oder weiteren Beteiligten, vor allem aber die Fertigstellung der Inhalte und gegebenenfalls auch erste Schulungen für Redakteure. Natürlich sind auch browserübergreifende Layoutchecks und Usability-Tests *spätestens* auf dem Testsystem fällig und nicht erst in der Produktivumgebung, denn nichts ist unschöner als die Rückmeldung, in diesem und jenem Browser gäbe es da noch Probleme, oder E-Mails verzweifelter Nutzer, die sich einfach nicht zurechtfinden.

Eventuell werden Sie übrigens genau bei dieser Gelegenheit erstmalig feststellen, dass nicht jeder Server ist wie der andere. Sie werden sich daher vielleicht glücklich schätzen, einen zusätzlichen Umzug in ein Testverzeichnis in Kauf genommen zu haben. Sie können einfach nicht erwarten, dass der Testserver bei Ihrem Provider so konfiguriert ist wie der, auf dem Ihre Contao-Seite später veröffentlicht wird. Genau das kann dann schon mal Nerven kosten, vor allem aber sollte man ausreichend Zeit für die Systemumzüge und die nach jedem Umzug wirklich unumgänglichen Testphasen einplanen. Ein Tipp, den ich daher immer wieder gerne gebe, ist:

#### Tipp

Lassen Sie sich bei der Auswahl des Providers nicht (nur) vom Preisgefüge leiten, sondern setzen Sie sich auch mit technischen Fragen auseinander. Bauen Sie auf Erfahrungswerte und informieren Sie sich eingehend. Sollten Sie unsicher sein, lassen Sie sich von einem Profi beraten.

Ein parallel jederzeit verfügbares Testsystem übrigens kann gute Dienste leisten. Es wird erfahrungsgemäß immer wieder kleine Wünsche geben, obwohl die Website längst erfolgreich online gestellt wurde. Achten Sie also wenn möglich darauf, Testsystem und Produktivumgebung in wesentlichen Zügen aktuell zu halten.

#### **Das Produktivsystem**

Alles fertig? Erst, wenn sich alle Inhalte so präsentieren wie gewünscht und erst wenn alle Tests erfolgreich durchgeführt wurden, ist der Zeitpunkt zum eigentlichen Launch, also der Live-Schaltung, gekommen und die Website kann der Öffentlichkeit präsentiert werden.

Hier noch einmal die wesentlichen Punkte zum Abhaken:

- Sind Ihr HTML- und CSS-Code fehlerfrei?
- Haben Sie die gängigen Browser geprüft?
- Wurde das Thema Usability ausreichend berücksichtigt?

Zwischen den ersten Schritten mit Contao und dem Launch der Website stehen also eine komplette Erstinstallation und mindestens ein Umzug des Systems.

Keine Sorge, sollten Sie sich bis dahin noch nie mit dem Thema lokaler Webserver auseinandergesetzt haben oder sich fragen, wie man den Umzug einer Contao-Website bewerkstelligt: Diese Themen werden in den folgenden Kapiteln ausführlich Schritt für Schritt erklärt. Und auch die Frage nach der Sicherheit ist gar nicht so dramatisch, wenn man sich einige grundsätzliche Fragen vorab gestellt hat.

## 1.2 Webdesign: mehr als nur die Optik

Der zeitliche und organisatorische Umfang von den ersten Schritten bis zur Fertigstellung eines Internetauftritts wird von allem von Einsteigern immer wieder unterschätzt. Auch wenn es sich bei der Internetpräsenz, die Sie vor Augen haben, um eine kleine Website handelt – eine schrittweise und durchdachte Umsetzung Ihres Internetauftritts sind das A und O. Dazu gehören grob die Bereiche

- Planung
- Design und Realisierung
- Betrieb und Pflege

Sie sehen richtig: Die Website ist mit der Realisierung zwar zunächst fertig, dennoch gehören auch Wartung und Pflege des bestehenden Internetauftritts zu den Fragen, die von Beginn an berücksichtigt und durchdacht werden sollten, damit später alle Beteiligten ihre Freude an der neuen Internetpräsenz haben.

Ich möchte Ihnen im Folgenden die einzelnen Punkte näher vorstellen und dann natürlich im Verlauf des Buchs auch beschreiben, welche Aspekte insbesondere bei Contao interessant und beachtenswert sind.

### 1.2.1 Planung von Inhalten und Seitenstrukturen

Während man beim Thema Webdesign gerne vorwiegend an das reine *Design* denkt, beginnt die Arbeit an einer Website bereits mit der Planung von Inhalten und Seitenstrukturen. Eine Aufgabe, die weniger trocken ist, als sie vermuten lässt.

### **Die inhaltliche Ebene**

- Welche Inhalte soll die Website umfassen?
- Wie werden die Inhalte gegliedert?
- Welche Inhalte und Botschaften sollen besonders herausgestellt werden?

### **Die strukturelle Ebene**

- Wie sieht die spätere Navigation aus?
- Welche und wie viele Navigationsebenen gibt es?

#### **Mehr zum Thema**

Inhalt und Struktur behandeln Kapitel 4, das sich mit der so genannten *Seitenstruktur* beschäftigt, Kapitel 6 beziehungsweise 7, in denen ich Ihnen *Artikel* und verschiedene *Inhaltselemente* vorstelle, und Kapitel 8, dem Einstieg in *Module* und Navigationsmenüs.

### **Die funktionale Ebene**

- Welche Zusatzfunktionalitäten werden benötigt? (Suche, Formulare, Bildergalerien, Kalender, ...)
- Wie werden verfügbare Seitenelemente auf den einzelnen Seiten positioniert?
- Gibt es kontextsensitive Elemente, also solche, die nur in bestimmtem Kontext angezeigt werden sollen?
- Gibt es wiederverwendbare Inhalte, die mal hier, mal da eingebunden und an anderer Stelle ausgeblendet werden sollen, beispielsweise Ankündigungen für Veranstaltungen?

#### **Mehr zum Thema**

In den Kapiteln 5, 10 und 12 wird es um das *Seitenlayout* gehen. Der vierte Teil des Buchs widmet sich verschiedenen Erweiterungen, die Contao bereits im Basissystem mitbringt.

### **An wen wenden Sie sich eigentlich? Die Zielgruppe**

- Was suchen die Besucher Ihrer Website?
- Wer sind diese Menschen?
- Gibt es besonders beachtenswerte Aspekte hinsichtlich dieser Zielgruppe?

Ziel dieses konzeptionellen Schrittes ist es, ein Bild der zukünftigen Website zu bekommen, ohne dabei bereits Detailüberlegungen zum Design gemacht zu haben, grundsätzliche Überlegungen zu den zukünftigen Besuchern anzustellen und Strategiefindung zu betreiben.

Machen wir uns nichts vor: Es ist aus meiner Erfahrung unmöglich, eine Website im Vorhinein *vollständig* zu planen. In vielen Projekten wird allerdings der Fehler begangen, inhaltliche und strategische Überlegungen ganz bewusst hinten anzustellen und das Design in den Vordergrund zu rücken. Es ist eben schön, wenn man baldmöglichst erst einmal irgendetwas sieht. Nur: Genau dann kann es passieren, dass es dem Projekt an Flexibilität mangelt. Die Änderungswünsche werden kommen, egal ob es sich um ein eigenes oder ein in Auftrag gegebenes Projekt handelt. Das Buch widmet sich unter anderem der Frage, wie Sie die Stärken von Contao nutzen, um vor allem diese beiden typischen Anforderungen nach Skalierbarkeit und Flexibilität zu sichern.

### Mehr zum Thema

In Kapitel 4 können Sie unter anderem lesen, wie Sie flexible Seitenstrukturen entwerfen, der fünfte Teil des Buchs beschäftigt sich mit Contao in der Praxis: gezielt Anforderungen und Wünsche realisieren und das System an den Benutzer anpassen.

## 1.2.2 Design und Template

Natürlich nimmt der Designprozess als das kreative Element einen wesentlichen Teil der Arbeit ein. Er gibt dem bisherigen Konzept sein *Gesicht* und vereint die Anforderungen an Seitenstruktur, inhaltliche Überlegungen und – nicht zu vergessen – die Analyse der Zielgruppe miteinander. Jetzt wird es also bunt und lebendig.

Was gehört alles zum Design, abgesehen vom grafischen Entwurf? Bei den ersten Schritten werden Sie sicherlich erst einmal fertige Layouts nach Ihren Wünschen anpassen oder sich von bestehenden Layouts inspirieren lassen. Ja, das ist auch der richtige Weg, um sich mit den grundsätzlichen Konzepten eines Systems zurechtzufinden. Ganz allgemein beginnt Design aber mit dem grafischen Entwurf, der zunächst durch HTML, CSS und schließlich als »Template« für das CMS umgesetzt wird.

Ich gehe davon aus, dass die Begriffe HTML und CSS auch für Contao-Neulinge grundsätzlich keine Unbekannten sind. Unter Umständen haben Sie sich ja auch sehr bewusst für Contao entschieden, weil Contao die Trennung von Inhalt und Design sehr strikt und standardkonform vollzieht. Eine Liste interessanter Webressourcen und Literaturtipps finden Sie im Anhang.

Die technische Umsetzung eines Screendesigns als CMS-»Layout« ist eine von System zu System unterschiedliche, individuelle Aufgabe – auch Contao hat hier natürlich seine eigenen Mechanismen und Konventionen. Der erste Schritt im Umgang mit einem CMS ist daher zunächst, die »Anatomie« eines Layouts zu verstehen, um im nächsten Schritt selbst Änderungen, Anpassungen und Ergänzungen vornehmen zu können. Später werden Sie vielleicht feststellen, dass das Verständnis für die Layoutmechanismen eines Content-Management-Systems schon während des Designprozesses in einem Grafikprogramm das gesamte Templatdesign erheblich vereinfachen kann.

Sie werden eventuell bemerkt haben, dass ich die Begriffe Template und Layout teilweise bewusst in Anführungszeichen gesetzt habe: Die Welt der Content-Management-Systeme ist groß und damit variiert auch die Welt der Begrifflichkeiten. Sie erfahren in Kapitel 3, was sich bei Contao hinter den einzelnen Begriffen und Konzepten verbirgt, darunter auch das neue Konzept *Theme*, unter dem Contao mit Version 2.9 verschiedene Layout-Elemente so zusammenfasst, dass diese unabhängig vom Inhalt im- und exportiert werden können.

### Mehr zum Thema

Der zweite Teil des Buchs, die Kapitel 9 bis 12, sind reine »Layout-Kapitel«, vom ersten Einstieg bis hin zu fortgeschrittenen Techniken.

### 1.2.3 Usability ist Pflichtprogramm

Es ist längst kein Geheimnis mehr: Der erste Eindruck, den der Besucher von einem Webauftritt bekommt, entscheidet, und der Schritt zur Konkurrenz ist immer nur einen Klick entfernt. Es reicht also bei Weitem nicht aus, auf sich aufmerksam zu machen – die eigene Website muss leicht bedienbar sein und die Erwartungen des Besuchers erfüllen können.

### Tipp

Auch wenn Sie mit Contao eine private Website planen, freuen Sie sich sicherlich darüber, wenn sich neue Besucher auf Ihrer Website wohlfühlen.

Das wichtige Thema Usability, also Benutzerfreundlichkeit oder auch Gebrauchstauglichkeit, zieht sich durch den gesamten Webdesignprozess, angefangen bei der Analyse der Website-Besucher über Seitenstruktur und Inhalt bis hin zum eigentlichen Screendesign. Entgegen leider immer noch gelegentlich vorherrschender Meinungen hört Usability nicht bei der Wahl lesbarer Schriftgrößen oder dezenter Farbgebung auf. Es geht dabei um weit mehr, das sich zwischen Suchen und Finden und der emotionalen Ebene des »Sich-als-Besucher-Wohlfühlen-Könnens« bewegt.

Denken Sie über Benutzer Ihrer Website (oder der Ihres Auftraggebers) nach und versetzen Sie sich während der Planungs- und Umsetzungsphase immer wieder in die Rolle der zukünftigen User. Planen Sie idealerweise umfangreiche Usability-Tests ein. Glücklicherweise wird im Web inzwischen eine große Palette teils kostenpflichtiger und auch freier Tools angeboten, mit deren Hilfe verschiedene Usability-Tests durchgeführt werden können. Sie müssen also nicht sofort zum ausgeklügelten Testscenario greifen oder einen Usability-Experten beauftragen. Wenn wir mal ganz ehrlich sind, übersteigen derartige Usability-Tests dann auch das Budget manch eines »kleinen« Projekts.

### Mehr zum Thema

Kapitel 22 beschreibt zusammenfassend einiges, was Sie im Hinblick auf barrierefreie Websites mit Contao wissen sollten.

#### 1.2.4 Überlegungen zu SEO und Online-Marketing

Das führt zum nächsten Thema: Eine schöne Website ist etwas Wunderbares, aber noch schöner ist es, wenn auch der Rest der Welt dieses Erlebnis mit Ihnen teilen kann.

Ihre Website ist, so sehr Sie sich das auch wünschen, leider nicht der Nabel der Welt, vielmehr ist sie erst einmal vergleichbar mit einer Nusschale auf dem Ozean, wo man sie einfach nicht wahrnehmen wird. Sie müssen sich also positionieren und auf sich aufmerksam machen.

##### **Kommerzielle Websites**

»Gefundenwerden« im Netz ist ein selbstverständlicher Anspruch jedes Website-Betreibers, egal ob im geschäftlichen oder im non-profitären Umfeld, denn genau das bringt neue Besucher auf die eigene Seite. Suchmaschinenoptimierung und Marketingstrategien stellen mit der wachsenden Größe des Internets eine zunehmende Herausforderung dar und erfordern besondere Beachtung, insbesondere aber auch eine Portion Fantasie und Engagement und allem voran eine Strategie. SEO (das Akronym für *Search Engine Optimization*, also Suchmaschinenoptimierung) beginnt beim Code, also beim gültigen HTML und CSS, und führt weiter über eine geeignete Auszeichnung durch Meta-Tags bis hin zum Wesentlichen: dem Text.

Immer wieder werde ich von Kunden gebeten, ihnen nun »endlich« die letztendlichen Tricks der Suchmaschinen zu verraten – leider kann auch ich das nicht. Bleiben Sie dran, machen Sie das Beste daraus, wahrscheinlich gibt es schon wieder Neuerungen, wenn dieses Buch gedruckt ist.

Gerade aber mit dem, was unter dem großen Schlagwort »Web 2.0« in aller Munde ist, eröffnen sich neben klassischen Online-Marketing-Methoden wie

E-Mail-Marketing, Newsletter oder auch AdWords-Kampagnen zusätzlich eine Vielzahl neuer Möglichkeiten, um den eigenen Webauftritt zu promoten – Social Media heißt das Zauberwort und Mitmachen ist die Devise.

Beides also *keine* Themen, die kurz vor der Veröffentlichung eines Internetauftritts auch noch schnell in Angriff genommen werden sollten. Im Gegenteil haben SEO und Online-Marketing durchaus einen prominenten Platz während des gesamten Erstellungsprozesses verdient.

### **Im privaten Umfeld**

Auch bei einer privaten beziehungsweise nicht-kommerziellen Website dürfte Suchmaschinenoptimierung interessant sein. Hier zieht aber wahrscheinlich noch etwas mehr die »Mitmach-Devise«: Wer bei Facebook oder Twitter dabei ist und dort (nicht nur, aber auch) auf seine private Website und neue Inhalte aufmerksam macht, hat gute Chancen, mehr »Beachtung« zu finden.

## **1.2.5 Aus Konzept und Layout-Entwurf wird eine Website**

Während sich alles Strukturelle und Inhaltliche bisher vorwiegend auf Papier abgespielt hat, ist ein ganz wesentlicher Schritt, das bisherige Konzept im CMS umzusetzen, das Layout zuzuweisen, die geplante Seitenstruktur im CMS abzubilden, die Seite durch Bilder und Inhalte mit Leben zu füllen und natürlich auch entsprechende Konfigurationseinstellungen vorzunehmen.

Vielleicht ahnen Sie es ja schon, dass dieser Schritt um einiges einfacher geht, wenn man ein CMS und dessen Möglichkeiten wirklich kennt, insbesondere aber auch dessen Grenzen. Contao gehört hier definitiv zu den flexiblen Systemen, manchmal bieten sich sogar mehrere gleichwertige Ansätze an, die ein oder andere Anforderung in die Praxis umzusetzen. Ich finde, man muss hier ein wenig unterscheiden: Im *kommerziellen* Projekt gibt es natürlich Anforderungen, die erfüllt werden müssen, während es im *privaten* Projekt oft *Nice To Haves* sind.

Im Alltag vollzieht sich der Schritt vom Papier ins Web in jedem Fall iterativ und manchmal übrigens auch etwas weniger strukturiert, als es dem Webdesigner lieb ist, denn Änderungen sind im Webdesign an der Tagesordnung, sie sind insbesondere aber auch ganz natürlich, wahrscheinlich, weil es uns leichter fällt, Dinge praktisch zu beurteilen, als einem bisher unbedarften, angehenden Website-Betreiber.

Ron Gagnier verglich vor einiger Zeit in einem wirklich lesenswerten Artikel den Webdesignprozess mit »Kochen nach Rezept«<sup>1</sup>. Ein durchaus realistisches Bild:

---

1 Ron Gagnier: »Follow the Recipe« <http://new.uxmatters.com/mt/archives/2009/05/follow-the-recipe.php>

Manchmal fehlen Zutaten, manchmal hat man die ein oder andere Gerätschaft nicht zur Hand, manchmal muss es auch schnell gehen und damit muss Improvisation bis zu einem gewissen Grad erlaubt sein. Insbesondere aber besteht das Finish oft aus Nachwürzen und Köchelnlassen. Wie im Webdesign auch.

Stellen Sie sich also auf einen Gesamtprozess und auch auf einen Endspurt ein, in dem es immer wieder mal zu kleinen Änderungen und Ergänzungen kommen wird, währenddessen es sowohl am Konzept als auch am Design noch die ein oder andere Modifikation geben wird, sozusagen so lange, »bis die Suppe abgeschmeckt ist«.

Im Privaten haben Sie selbstverständlich ein bisschen mehr Glück: Vielleicht sind Sie dort Ihr eigener Herr und wahrscheinlich machen Sie den neuen Internetauftritt gerade in irgendeiner Form *just for fun* oder zumindest *ehrenamtlich*. Sie können sich in diesem Fall entspannt Ihren Verbesserungsmaßnahmen widmen.

### **1.2.6 Planung, Umsetzung und Qualitätssicherung im täglichen Betrieb**

Eine zentrale Rolle, die gerne unterschätzt wird, spielt neben dem Besucher der Website der *Nutzer* – der Website-Betreiber. Falls Sie gerade einen eigenen Internetauftritt planen, sind Sie womöglich der einzige Nutzer Ihres Systems. Anders im kommerziellen Projekt, von dem Sie sich als Privatanutzer allerdings gerne inspirieren lassen dürfen.

Hier ist es Aufgabe des Webdesigners, die Wartbarkeit des Systems zu garantieren und auch im Administrationsbereich für Benutzerfreundlichkeit zu sorgen.

Wichtige Fragen, die man sich bereits im Frühstadium stellen sollte, sind:

- Wer wird die Website später pflegen?
- Wird es Redaktionsprozesse geben und wenn ja, wie laufen diese ab? Welcher Kenntnisstand kann von Redakteuren erwartet werden?
- Welche Hilfsmittel können und müssen eingesetzt werden, um den laufenden Betrieb so einfach wie möglich zu gestalten?

Contao bringt vom Berechtigungssystem bis hin zu umfangreichen Konfigurationseinstellungen einige mächtige Werkzeuge mit, um verschiedenen Anforderungen gerecht werden zu können, beispielsweise wenn es um Redaktionsprozesse geht. Nutzen Sie diese ruhig aus! Nutzer sind im Allgemeinen experimentierfreudig und nehmen es vielleicht auf die Schnelle eventuell nicht so genau mit dem von Ihnen detailliert geplanten Konzept für die Zukunft des Internetauftritts. Je mehr Sie Nutzer und Redaktionsabläufe berücksichtigen, desto leichter und vor allem problemloser lässt sich der Internetauftritt pflegen und damit die Qualität der Website garantieren.

Sie dürfen aber ruhig einen Schritt weiterdenken: Einen Designentwurf in ein Template zu »pressen«, gelingt mit einer gewissen Erfahrung recht gut. Nur ist es dann auch verständlich und bedienbar für den Redakteur oder muss der vielleicht zu viel bedenken? Es ist empfehlenswert, diesen Aspekt nicht aus den Augen zu verlieren. Der Webdesigner verkünstelt sich ja gerne mal.

### 1.2.7 Zusammengefasst: Eine Art von Checkliste

Meine Checkliste umfasst zweierlei: Zum einen geht es darum, welche Punkte Sie für einen reibungslosen Projektablauf mit dem Auftraggeber besprochen haben sollten, zum anderen geht es aber auch an das, was Sie im Lauf des Projekts bedenken müssen. Fragen also an den zukünftigen Website-Betreiber (und ein bisschen auch an Sie selbst).

#### Hinweis

Die Checkliste richtet sich natürlich vor allem an kommerzielle Projekte. Vielleicht ist sie aber auch hilfreich für Leser, die zunächst mit einem privaten Projekt starten und Gefallen daran finden, Websites zu erstellen.

Sie finden im Internet wahrscheinlich eine ganze Reihe solcher Checklisten. Meine erhebt, wie sicherlich jede andere, keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Insbesondere aber sind Projekte ja recht individuell und damit auch das, was es vorab zu klären gibt. Lassen Sie sich einfach inspirieren und ergänzen Sie die Liste um eigene Punkte. Vielleicht sprechen wir uns mal im Internet und Sie haben weitere Ideen, um eine solche Liste zu ergänzen?

#### ***Um was geht es eigentlich und welche Besucher werden auf der Website erwartet?***

Tja, die erste Frage wird dann sicherlich sein, um was es denn eigentlich geht und was sich die späteren Besucher denn wohl von Ihrer zukünftigen Website erwarten.

- Gibt es bereits eine Website und wenn ja, was war dort gut und was soll anders werden?
- Gibt es bereits Navigationsstrukturen, die übernommen werden sollen oder vorab geplant wurden?
- Gibt es einen besonderen Fokus, sozusagen das thematische Aushängeschild?
- Welche Besucher werden erwartet? Das ist die Frage nach der Zielgruppe, insbesondere sollten Sie versuchen, herauszufinden, ob es sich um eine homogene oder eher inhomogene Zielgruppe handelt.
- Gibt es Inhalte, die für bestimmte Zielgruppen besonders interessant sind?

Die Überlegungen sind denkbar simpel: Je mehr Informationen Sie über die Inhalte und die erwarteten Besucher sammeln, desto leichter fällt es Ihnen, ein Konzept für Navigationsstrukturen zu entwerfen und sich des Themas Usability anzunehmen.

***Kunde, wer sind Sie?***

Ich empfinde es, vor allem wenn es um geschäftliche Websites geht, als enorm wichtig, zu wissen, mit wem ich es da eigentlich zu tun habe. Nein, dahinter verbirgt sich keine ausgeprägte Neugier. Es ist für mich ganz einfach wichtig zu wissen, für was ein Unternehmen steht. Also:

- Versuchen Sie, im Gespräch möglichst viel über die Produkte, Services, Inhalte und die Philosophie hinter einem Unternehmen zu erfahren.
- Gibt es einen Fokus? Das Flaggschiff? Die »Message« schlechthin?

Auch hier ist der Hintergrund eigentlich klar und auch hier geht es um Usability, mehr aber noch um Marketing.

***Optische Fragen***

Meistens werden Sie als reiner *Webdesigner* nicht bei null anfangen. Eine Firma wird vielleicht keinen Internetauftritt, bestimmt aber ein Logo haben (etwas anderes ist natürlich ein Re-Design der Corporate Identity inklusive des Designs und der Website). Bestehende Logos und ähnliche Dinge sind dann natürlich die Basis für alles Optisch-Gestalterische.

- Bringen Sie alles über bestehende Logos und sonstige Design-Elemente in Erfahrung.
- Falls Sie diese Informationen in elektronischer Form bekommen können, keine Scheu – Sie werden diese Dateien brauchen!
- Haben Sie nach Print-Material gefragt? Ein Flyer oder eine Visitenkarte sagen eine Menge aus.
- Falls Sie dann doch gestalterische Freiheiten haben, fragen Sie doch mal nach den Farben (wobei gerade die sich ja auch oft aus den Inhalten ergeben, oder nicht?)
- Gibt es Vergleichsmaterial – beispielsweise die Websites der Konkurrenz? Was gefällt dem angehenden Website-Betreiber, was nicht? Vor allem auch: Was halten Sie für praktikabel?

Versuchen Sie kurz alles, um die aktuellen Gegebenheiten als auch die Präferenzen des Kunden in Erfahrung zu bringen. Nichts ist ärgerlicher, als den Geschmack schon beim ersten Entwurf nicht zu treffen.

**Notwendiges und Nice To Haves**

Ich habe in meiner Tätigkeit rund ums Webdesign Kunden erlebt, die genau wussten, was sie wollen (bis hin zum Content Management und den Erweiterungen, auch wenn ich sagen muss, dass ich auch in diesem Fall immer ein bisschen Unterstützung gebe, weil sich der technische Blick einfach bewährt). Ich habe aber auch die erlebt, die offen auf das Projekt Website zugegangen sind, dabei aber auch offen zugaben, dass das alles absolutes Neuland sei.

- Was darf es denn so an Funktionalität sein? Was ist notwendig, was ist Gim-mick?
- Was erwarten sich alle Beteiligten von einem Content-Management-System?

**Die Frage nach den Suchmaschinen, dem Marketing und sowas wie Social Media**

Suchmaschinenoptimierung ist nichts, womit man nach Fertigstellung der Website anfangen sollte. Leider gehört hier neben der Abklärung einiger Fragen auch *Aufklärung* dazu ... die Erwartungshaltung ist hoch und die Resignation gelegentlich ebenso. Man sollte einfach mal darüber gesprochen haben,

- welche Maßnahmen hinsichtlich der Suchmaschinenoptimierung gewünscht sind
- ob Marketing-Tools wie Google AdWords oder Ähnliches ein Thema sind
- wie Social Media-begeistert das Gegenüber ist

**Was Sie vom angehenden Website-Betreiber erwarten dürfen**

Kommen wir zu wichtigen Punkten: der Erwartungshaltung und dem Kenntnisstand des Website-Betreibers.

- Klären Sie frühzeitig Zuständigkeiten: Wer liefert Texte, wer liefert Bilder und vor allem, wer wird sich in Zukunft um die Website kümmern?
- Wie umfangreich werden wohl die Schulungen werden?

**Technisches**

Das müssen Sie natürlich individuell von Kunde zu Kunde anpassen. Ist es wirklich sinnvoll, sofort mit Begriffen wie Usability oder Barrierefreiheit »um sich zu werfen«?

- Gibt es bereits eine Zieldomain als Adresse der Website? In jedem Fall brauchen Sie irgendwann Zugangsdaten, auch wenn Sie sich nicht um die Bestellung gekümmert haben.
- Gibt es ein Testsystem bei Ihnen und wie planen Sie den Ablauf? Hier geht es weniger um Fragen, sondern darum, dem Kunden den Projektablauf so transparent wie möglich zu beschreiben.

Was ich Ihnen hier nicht aufliste, sind Fragen zum Code oder zum Browser. Für mich ist klar, dass ich mich so weit wie möglich an Standards halte und damit versuche, so weit wie möglich »barrierefrei« zu bleiben. Viele Neulinge unter den Website-Betreibern kann man darauf ansprechen, überfordert sie aber auf die Schnelle.

Ähnlich verhält es sich mit dem Browser. Ist es nicht klar, dass wir für verschiedene Browser designen? Es ist eigentlich wichtiger, auf einen Aspekt hinzuweisen: Browser ist nicht gleich Browser.

### 1.3 Ein fiktives Projekt

Als Basis für dieses Buch habe ich mir ein fiktives, in erster Linie aber ein ganz alltägliches Projekt ausgedacht, dessen (wenn auch nicht ernsthaft fertiggestelltes und an einigen Stellen natürlich auch inhaltlich nicht so ganz ernst zu nehmendes) »Ergebnis« Sie auf der beiliegenden CD als Contao-Template finden.

Nach ziemlich langen Überlegungen und einigen eher »abgedrehten« Ideen habe ich mich dann doch für etwas grundsätzlich Konventionelles entschieden: ein kleines kommerzielles Projekt, das sich überall dort abspielen kann, wo eine kleine Firma einen Internetauftritt benötigt. Die Beteiligten sollten Menschen sein wie Sie und ich, mit Spaß an ihrer Arbeit und Lust auf Internet.

Von seiner Schokoladenseite möchte sich mit *chocolat* ein kleines, modernes Unternehmen im Internet präsentieren. Fiktiv versteht sich. Das Unternehmen: der Chef und zwei Mitarbeiter, allesamt engagiert, Web-2.0-affin und voller Tatendrang, was die neue Website betrifft. Hier sollen Produkte vorgestellt und der Vertrieb vorangetrieben werden. Klar, es gibt auch eine Reihe an Services, die das fiktive Unternehmen gerne darstellt, und es gibt außerdem eine Reihe an Veranstaltungen, mit denen man die Öffentlichkeitsarbeit verbessern möchte. Ob es dieses kleine Unternehmen wirklich gibt und ob sich das genauso abspielen könnte, sei dahingestellt. Sie ahnen es: Die Beispielwebsite soll Ihnen natürlich alle Contao-Funktionalitäten vorstellen, mein fiktives Szenario muss sich also ein wenig an diese Anforderung anpassen.

Auch wenn Sie keine kommerzielle Website, sondern ein privates Projekt mit Contao umsetzen möchten, hoffe ich, dass Sie sich in der ein oder anderen Anforderung wiederfinden.

#### 1.3.1 Die Beteiligten

Natürlich gibt es im fiktiven Projekt eine Reihe an Beteiligten. Wir träumen vielleicht alle vom durch und durch strukturierten Projekt mit verschiedenen Phasen und kompetenten, spezialisierten Ansprechpartnern. Das ist aber nur in großen Unternehmen möglich.

Im »kleinen Projekt« gibt es nur die »kleine Runde«. Die Anforderungen sind vielleicht klar, vielleicht weniger klar, manche Pläne lassen sich gut, manche weniger gut durchziehen, so wie im ganz normalen Alltag.

### **Ein Unternehmer und seine Angestellten**

Eigentlich gäbe es da ja vielleicht nur *Anton Süß*, den Inhaber des Schokoladen- und Pralinenladens und gleichzeitig Auftraggeber und späterer Website-Betreiber. Ich muss Ihnen aber ja nun irgendwie auch die Funktionalität »Teamarbeit mit Contao« erklären. Nehmen wir also einfach an, Herr Süß hätte nicht allzu viel Zeit, sich um seine Website zu kümmern, oder traue seinen beiden jüngeren Mitarbeiterinnen einfach mehr zu.

Es ist dann trotz allem ein realistisches Szenario, dass der Chef jeden freizugebenden Artikel gerne vorab absegnen möchte, weshalb seine Mitarbeiter nur eingeschränkte Freigaberechte bekommen sollen.

Da der Chef nach Fertigstellung seines Internetauftritts eine umfangreiche Schulung absolvieren wird, ist er schnell in der Lage, einige kleinere, auch administrative Aufgaben des täglichen Betriebs selbst zu übernehmen. Zusätzlich wurde jedoch der Webdesigner beauftragt, sich nach Fertigstellung in regelmäßigen Abständen um Wartung und Aktualisierung zu kümmern.

### **Die Webdesignerin**

Das ist Ihre Rolle! Ich weiß nicht, wie ich mir diese Dame vorstelle – außer dass sie mit mir sicherlich wenig Ähnlichkeit hat, ebenso wie das Schokoladen-Projekt mit einem real abgewickelten Projekt. *Lilli Denk*, wie ich sie genannt habe, ist also Webdesignerin mit Hang zu Contao.

Lilli ist, wie ich sie mir vorstelle, bewusst Freelancerin. Sie können sich so vielleicht auch dann ein bisschen mehr in ihre Rolle hineindenken, wenn Sie gerade erst ins Webdesign einsteigen.

## **1.3.2 Ganz typische Anforderungen**

### **Ganz typisch?**

Man möchte nicht »irgendwie« ins Netz, sondern mit Erfolg. Das Ziel ist, das Internet als Kommunikationsmedium zu nutzen und die eigene Lust auf den Internetauftritt auch an die Besucher weiterzugeben. Na klar, gefunden werden möchte *chocolat* natürlich auch. Man hat hier auch schon einiges gehört, aber so recht weiß man es dann doch nicht. Na ja, dafür sind Sie ja jetzt zuständig.

### **Layoutfragen**

Natürlich war *chocolat* auch bisher schon aktiv. Es gibt bereits etwas, das man als Corporate Design im Kleinen bezeichnen könnte: ein Logo. Aufgabe des Webdesi-

gners wird es nun sein, auf Basis dieses Logos und warmer, zum Thema passender Farben, ein neues Design zu erstellen. Flexibel, modern und ansprechend.

Auch eine Praline will ins richtige Licht gerückt werden. Die Startseite, so hat man sich entschlossen, darf daher ruhig ein bisschen *catchy* daherkommen. Ansonsten wünscht man sich ein modulares, funktionales Design.

### **Kommunikation**

Ein Faktor sind die Endkunden. Das Unternehmen ist jedoch zusätzlich, wie auch die Konkurrenz, permanent daran interessiert, neue Vertriebspartner zu gewinnen und diese mit aktuellen Informationen zu versorgen. Händler und Vertriebspartner sind daher als Mitglieder registriert und haben nach Anmeldung Zugriff auf geschützte Dokumente, wie beispielsweise die aktuellen Preislisten.

Theoretisch könnten Sie sich statt Händlern und Vertriebspartnern auch eine freundliche Pralinen-Community vorstellen. Mir geht es in diesem Beispiel im Wesentlichen darum, Ihnen die Funktionalität »registrierter Besucher« vorzustellen.

### **Marketing und mehr**

Natürlich geht es in erster Linie um den Verkauf und um Präsentation. Unser kleines Unternehmen hat sich daher dazu entschlossen, neben Marketingmaßnahmen wie einem Newsletter auch ein Weblog anzubieten. Damit sich diese Maßnahmen wirklich rechnen, gilt es, sich bei Suchmaschinen bekannt zu machen. Suchmaschinenoptimierung ist zwar nicht das Spezialgebiet des fiktiven Webdesigners, sein Anspruch ist jedoch, Contao an dieser Stelle so weit wie möglich ausreizen.

### **1.3.3 Ganz typische Aufgaben**

Wenn Sie Lust haben, schlüpfen Sie doch in die Rolle des Webdesigners und arbeiten Sie das Buch mit der Beispielwebsite durch. Ihre Aufgaben sind typisch:

Nach einer detaillierten Analyse und Projektplanung sowie der Entscheidung für Contao geht es nun darum, das Gesamtkonzept umzusetzen. Im Anschluss an einen erfolgreichen Launch warten weitere Aufgaben: Mitarbeiter müssen geschult werden, ein Handbuch will erstellt werden und vor allem ist ein Wartungsplan nötig, denn der neue Webauftritt soll jederzeit technisch *up to date* sein.

Sie werden vielleicht aber auch merken, dass das ein oder andere Thema für den Kunden noch nicht so klar ist. Web, das ist eventuell Neuland, da ranken sich viele Gerüchte und da sind vielleicht auch die ein oder anderen Ängste.

Im nächsten Kapitel erfahren Sie, wie Sie Contao inklusive des fiktiven Projekts mit Hilfe der beiliegenden CD installieren. Danach geht es so richtig los – lernen Sie Contao kennen (und hoffentlich lieben).