

# Aus Print mach Web – Was Printdesigner wissen müssen

Dass Webseiten keine Gemälde sind und die Gestaltung für das WWW anderen Regeln gehorcht als für Printlayouts, wurde bereits von vielen Experten ausführlich beschrieben. Trotzdem versuchen viele noch immer, Webauftritte anhand einer Printvorlage zu gestalten. Dieser Beitrag zeigt auf, welche Vorleistungen nicht nur sinnvoll, sondern notwendig sind, um dennoch aus einer Printvorlage ein funktionales, barrierefreies und nachhaltig entwickeltes Webdesign zu erstellen.

immer wieder lassen sich Kunden zuerst von einer Agentur, die auf Printprodukte spezialisiert ist, ein Design erstellen und wollen dieses dann von einem Webdesigner für den Gebrauch im Internet „umarbeiten“ lassen. Worauf muss der Printdesigner achten, um sicherzugehen, dass sein Design später auch webtauglich ist?

## Welche Vorarbeiten muss ein Printdesigner leisten?

Vor der Umsetzung in ein Webdesign sollte eine Printvorlage auf „Herz und Nieren“ geprüft werden: Enthält sie visuelle oder logische Fehler? Gibt es Mängel in Bezug auf Usability und Barrierefreiheit? Im Folgenden sind einige nützliche Regeln zusammengestellt, an denen sich Printdesigner orientieren können.

### Farbkontraste

Barrieren im Web liegen häufig in der farblichen Gestaltung einer Webseite bzw. einzelner Grafiken. Wenn unterschiedliche Farben für Texte und Hintergründe verwendet werden, ist deshalb zu prüfen, ob sie ausreichend kontrastreich sind. Werden Seiten unter ungeeigneten Beleuchtungsverhältnissen betrachtet oder leidet der Betrachter selbst unter einer Farb-Sehchwäche, kann es zu Problemen kommen. Als Anhaltspunkt zur Vermeidung visuell bedingter Barrieren können hier die gängigen Formeln aus der barrierefreien Gestaltung von Webauftritten herangezogen werden: <http://www.einfach-fuer-alle.de/wcag2.0/>



Original-Printvorlage als Ausdruck

Printvorlage, wie sie in digitaler Ansicht bei schlechten Lichtverhältnissen erscheint

### Skalieren und Scrollen

Bei der Angabe von Schriftgrößen sind im Internet relative Werte anstelle absoluter Angaben wie beim Printdesign zu verwenden. Damit kann vermieden werden, dass Texte aus dem Sichtbereich verschwinden, nur weil der Surfer eine größere Schriftart verwendet. Alles in Allem müssen aber nicht nur Schriften skalierbar sein, sondern das gesamte Layout. Wichtig ist also deshalb vorher festzulegen, wie sich das vorgegebene Printdesign im Web verändern soll, wenn die Seite skaliert wird und beispielsweise Überschriften oder Slogans im Kopf der Seite auf zwei oder mehr Zeilen umbrechen. Zu klären ist auch, wie die Inhalte der Printvorlage beim Scrollen dargestellt werden sollen.

### Navigation und aktuelle Position auf der Website

Wie wird bei Unterseiten die aktuelle Position innerhalb des Webauftritts dargestellt? Erkennt man auf den ersten Blick, z.B. durch eine farbige Markierung oder anhand der Brotkrümelnavigation, auf welcher Seite in der Hierarchie man sich befindet? Gibt es eine Printvorlage für eine Inhaltsübersicht in Baumform und eine weitere in alphabetischer Reihenfolge?

### Optische Bedienelemente

Sind rein optische Bedienelemente (Buttons ohne Text) auch als solche erkennbar und von einer einfachen Grafik ohne Funktion zu unterscheiden? Gibt es eine weitere Vorlage, die anstelle der Grafik einen Alternativtext enthält?

## Formulare

Würden die Formulare mit erkennbaren Absendebutons versehen? Ein grafischer Absendebutton kann den Wiedererkennungswert verringern, da die Grafik nicht als Absendebutton identifiziert wird. Grundsätzlich gilt daher, dass Grafiken, die als Absendebutons für Formulare eingesetzt werden, kontrastreich mit angemessen großer Zeichengröße darzustellen sind.

## Vorlagen für unterschiedliche Seitentypen

Ein Webauftritt setzt sich aus unterschiedlichen Seitentypen zusammen. Wird aus einem Printdesign ein Webdesign entwickelt, müssen dabei auch alle unterschiedlichen Seitentypen berücksichtigt werden, d.h. jeder Seitentyp bedarf einer separaten Printvorlage. Für den Printdesigner bedeutet das nicht nur eine ganze Menge Arbeit, sondern auch, dass er sich ausreichend mit der Materie „Webdesign“ auskennen sollte; denn wie so oft steckt auch hier „der Teufel im Detail“.

## Startseite

Die Eingangsseite der Webpräsenz ist meist die Mustervorlage, die der Printdesigner dem Webdesigner als Referenzseite präsentiert – optisch ansprechend gestaltet, Bild und Text im geeigneten Verhältnis und alles wohl platziert. Die eigentlichen Inhaltsseiten stellen allerdings weit höhere Ansprüche an ein gutes und funktionales Design. Sie enthalten mal viel Text, mal wenig, mal viele Bilder, mal wenige, zusätzliche Objekte oder auch einfach nur unterschiedliche Schriftgrößen. Der Printdesigner wird also nicht umhinkönnen, die mannigfachen Anforderungen in ein Design umzusetzen.

## Inhaltsübersichten / Inhaltsindex

Bei komplexen Webauftritten reicht eine Navigation allein meist nicht aus. Es muss zusätzlich eine Inhaltsübersicht und/oder ein alphabetischer Seitenindex als Orientierungshilfe erstellt werden, um schnell die Seite zu finden, auf der sich ein gesuchter Inhalt befindet. Die optische Darstellung dieser oft sehr umfangreichen Listen sollte ebenfalls definiert sein.

## Fehlerseiten

Fehlerseiten werden benötigt, wenn im URL-Eingabefeld ungültige Adressen aufgerufen werden, der Zugriff fehlschlug oder es zu einer anderen Art von Fehler kam.

## Ausgabeseiten für Suchergebnisse

Falls der Webauftritt eine Suchmaske anbietet, muss definiert werden, wie das Ergebnis der Suche aussehen soll.

## Seiten mit Formularen

Enthält der Webauftritt Eingabeformulare, müssen diese in vollem Umfang definiert und dargestellt werden: Texteingabemasken (sowohl mit aktivem Cursor als auch ohne), Auswahllisten, Checkboxes, Radioboxen und Absendebutons. Sind Texteingabemasken und Auswahllisten nicht aktiv, muss darüber hinaus festgelegt sein, ob stattdessen ein Default-Element sichtbar wird.

## Seiten mit viel oder wenig Text

Einen Mustertext fügt ein Printdesigner in seine Vorlage meist in einer Länge ein, die optisch optimal passt. In der Praxis hat ein Webdesigner jedoch mit unterschiedlich langen Texten zu tun. Ihre Länge hat Einfluss darauf, ob man auf einer Seite scrollen muss oder nicht. Daher werden Vorlagen für Seiten mit viel Text und Seiten mit sehr wenig Text benötigt. Die Vieltextvariante muss dabei so viel Text enthalten, dass dieser nicht auf einer Bildschirmseite darstellbar ist. Nur so kann der Webdesigner erkennen, wie die Seite mit Scrollbalken auszusehen hat.

## Seiten mit kleiner oder großer Schriftgröße

Mindestens vier Varianten sollte ein Printdesigner zum Thema „Schriftgröße“ erstellen:

1. Startseite mit Schriftvergrößerung auf 150%
2. Startseite mit Schriftverkleinerung auf 75%
3. Inhaltsseite mit Schriftvergrößerung auf 150%
4. Inhaltsseite mit Schriftverkleinerung auf 75%

## Seiten mit Bild-Text-Kombinationen

Bild-Text-Kombinationen sind in Größe, Position und Textfluss äußerst variabel. Der Printdesigner sollte auch hier mit seinen Entwürfen die vielfältigen Ausführungen der Bild-Text-Kombination abdecken. Angefangen bei Varianten mit kleinen Bildern (bis zu einer Größe von 300px in Höhe und Breite) bis hin zu Varianten mit großen Bildern (bis zu einer Größe von 1024px in der Breite)

und 800px in der Höhe) in verschiedenen Bild-Text-Positionen. Zusätzlich können diese Vorlagen auch mit der Vieltextrvorlage kombiniert werden.

### Sonstige Inhaltsobjekte und „Web 2.0“-Elemente

Enthält eine Webseite verschiedene eingebettete Objekte, wie beispielsweise YouTube-Videos, Werbebanner und Werbetextfelder, diverse Web 2.0-Bookmarklets, Feeds aus Blogs oder anderen Medien, dann muss auch hier die Position und die Art der Darstellung definiert sein.

## Vorlagen für unterschiedliche Ausgabeformate

Neben den Vorlagen für die Darstellung mit Webbrowsern benötigt der Webdesigner ebenso Vorlagen für die Darstellung derselben Seite mit den Medien Drucker, Handheld und Screenreader. Je nach Ausgabeformat sind eventuell Teile der Webseite überflüssig oder aber zusätzliche Bereiche, die in der Monitoranwendung fehlen, müssen erst definiert werden:

- So sind beispielsweise bei der Printausgabe manche Links nicht mehr erforderlich und sollten daher unsichtbar sein.
- Ebenso könnte es gewollt sein, dass die Druckversion einer Webseite sich z.B. beim Kopfteil wieder am Corporate Design für Printpublikationen orientiert.
- Bei der Handheld- und Screenreader-Darstellung sind vorher unsichtbare Skiplinks (englisch: to skip, deutsch: überspringen) sichtbar zu machen. Skiplinks sind Links, die es ermöglichen, größere Bereiche einer Webseite zu überspringen. Sie unterstützen Nutzer, die nur mit der Tastatur arbeiten, zum Beispiel blinde Personen.



Ansicht einer Seite im Handheld: Links wurde die Darstellung für kleine Bildschirme vernachlässigt, rechts ist der Text dagegen optimal angepasst

## Verwendete Bilder

Alle in der Designvorlage verwendeten Bilder (auch Logos) müssen als Einzeldateien möglichst im Originalzustand (Größe und Auflösung) und in einem der gängigen Bildformate JPG, GIF, PNG, TIFF vorhanden sein. Bilder, die in ein Word- oder PDF-Dokument eingebettet sind, sind nicht nutzbar.

Um einer Webseite ein Hintergrundmuster zu verleihen, verwendet man möglichst kleine Bilder, die so zugeschnitten sein müssen, dass sie nahtlos aneinander passen und auf diese Weise ein durchgängiges Gesamtmuster (seamless pattern) ergeben. Auch eine solche Vorlage sollte der Printdesigner anlegen.

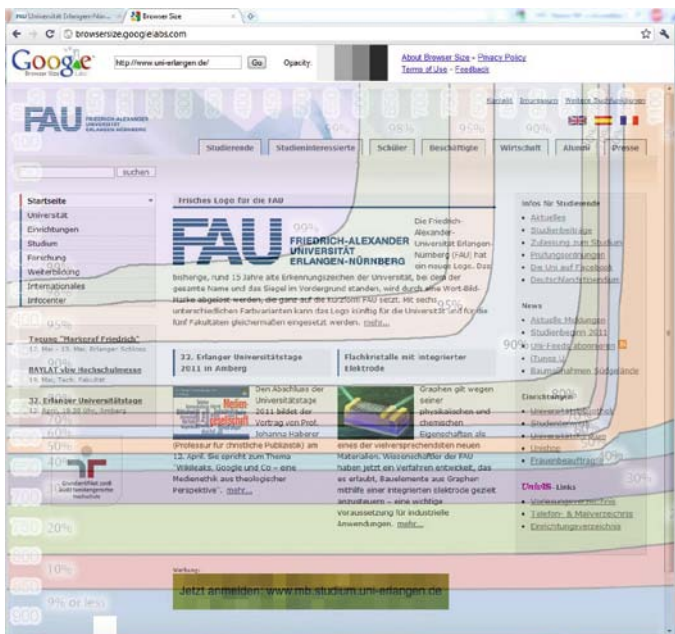
## Vorlagen für unterschiedliche Bildschirmauflösungen

Die Tests mit unterschiedlichen Bildschirmauflösungen sind schließlich die Feuerprobe. Wie brauchbar ist das Design?

Folgende Vorlagen sollten zum Test bereitgestellt werden:

- Startseite mit Auflösungen von
  1. 1.600 × 900 Pixel (neuer 16:9-Bildschirm)
  2. 1.024 × 800 Pixel
  3. 950 × 500 Pixel
  4. 600 × 320 Pixel und 320 × 600 Pixel (für ältere Handhelds)
- Textseite, die auch Bilder enthält mit Auflösungen von

1. 1.600 × 900 Pixel (neuer 16:9 Bildschirm)
2. 1.024 × 800 Pixel
3. 950 × 500 Pixel
4. 600 × 320 Pixel und 320 × 600 Pixel (für ältere Handhelds)



Anzeige der Sichtbarkeit der Bereiche einer Webseite für verschiedene Bildschirmauflösungen mit Hilfe von Browsersize von Google

Einen Anhaltspunkt und Hintergrundinformationen liefert u.a. die Seite <http://browsersize.googlelabs.com/>

## Verwendete Schriften

Verwendet die Webseite verschiedene Schriften, müssen zusätzlich zu jeder Schrift mindestens zwei weitere Alternativschriften definiert werden, die dann zum Einsatz kommen, wenn die favorisierte Schrift nicht verfügbar ist. Hier ist auch festzulegen, ob es sich um eine Serifenschrift handelt oder nicht.

## Schriftgrößen

Der Haupttextbereich (=Inhaltsbereich) muss in der Größenangabe Pixel oder Point fest definiert werden. Die Schriftgrößen aller anderen Textbereiche werden dagegen proportional zu der Größe des Haupttextbereiches definiert.

## Schriftgrafiken

Auch bei Schriftgrafiken müssen die verwendeten Schriftarten und Schriftgrößen definiert werden. Einfache Textgrafiken, die bereits als JPG, GIF, PNG oder TIFF vorliegen, erstellt der Webdesigner lieber noch einmal neu als Text, dessen Optik mit Hilfe von CSS an die Vorlage angepasst wird.

## Farben

Alle Farben, die das Design für Texte, Links, Hintergründe etc. verwendet, müssen in RGB-Werten angegeben werden. Für Farbverläufe sind die Start- und Endfarbe zu definieren.

## Hovereffekt (Mouseover-Effekt)

Damit der Webseitenbesucher jederzeit lokalisieren kann, welche Links (Elemente oder Textfelder) er gerade mit dem Mauszeiger überfährt, wird z.B. der auf der Webseite aktuell angesteuerte Link durch eine veränderte Schriftfarbe oder einen farblich veränderten Hintergrund(-balken) dargestellt. Die verschiedenen Varianten sollten dem Webdesigner als Vorlage zur Verfügung gestellt werden. Dies gilt für:

- Links in der Navigation,
- Links in Textbereichen,
- Links auf Grafiken,
- mit der Tastatur angesteuerte aktive Skiplinks
- weitere mit Maus oder Tastatur angesteuerte reaktive Bereiche, die zu einer Aktion führen (Buttons, Ajax-Schaltflächen usw.).

## Verwendete Mustertexte

Wie bereits beschrieben, sollten Designvorlagen sowohl kurze als auch lange Texte enthalten. Zur Arbeitserleichterung wird häufig auf den bekannten Platzhaltertext „Lorem ipsum“ zurückgegriffen. Leider fehlt es diesem Text jedoch an variierenden Textarten wie Tabellen, Zitaten oder Listen. Ein idealer Mustertext sollte daher folgende Elemente enthalten:

- Tabellen (mit mindestens drei Zeilen und einer zusätzlichen Überschriftenzeile sowie mindestens drei Spalten und einer zusätzlichen Bezeichnungsspalte)
- Zitate (sowohl innerhalb eines Absatzes als auch in Form eines eigenen Absatzes)
- Akronyme und Abkürzungen
- Listen (ungeordnete Listen, geordnete Listen sowie Listen in Listen)
- Zitate oder Absätze in anderen Sprachen

## Rechtliche Aspekte

Viele Printdesigner greifen auf eine große Auswahl an Bildern aus verschiedenen Quellen zurück, die als Hintergründe, als Schmuckgrafiken oder zur emotionalen Ansprache dienen. Grundsätzlich ist immer zu klären, ob die im Printdesign verwendeten Bilder auch für die Nutzung im Internet freigegeben sind und über entsprechende Lizenzen verfügen. Dies gilt insbesondere dann, wenn nur einzelne oder wenige Personen abgebildet sind. Eine Nutzungslizenz, die für eine begrenzte Auflage an Printpublikationen erworben wurde, autorisiert nämlich keinesfalls die Veröffentlichung der Bilder im Internet.

## Auf die Liste, fertig, los!

Wenn es der Printdesigner bis hierhin geschafft hat, die Liste abgearbeitet ist und die Vorlagen im Kasten sind, kann sich der Webdesigner an die Arbeit machen und das Design für den neuen Webauftritt umsetzen. Wichtig ist, bereits in der Gestaltungsphase die Ausgabe für verschiedene Auflösungen und Anzeigemedien zu berücksichtigen. Eine nachträgliche Korrektur wird ansonsten sehr schnell teuer. Noch besser wäre es aber, gleich mit einer digitalen Version (einem Webdesign) zu beginnen und die Printausgabe daraus abzuleiten.

## Weitere Informationen

Responsive Web Design: What It Is and How To Use It

<http://www.smashingmagazine.com/2011/01/12/guidelines-for-responsive-web-design/>

HTML – Lorem ipsum Deutsch

<http://buelte.de/test/html-ipsum.php>

Webkrauts: Webseiten sind keine Gemälde

<http://www.webkrauts.de/2006/09/01/webseiten-sind-keine-gemaelde/>

Web ≠ Print (Marc Hinse)

<http://www.mademyday.de/web-ist-nicht-print.html>

EfA: Reine Formsache

<http://www.einfach-fuer-alle.de/artikel/barrierefreie-formulare-mit-html-css-und-javascript/>

EfA: Benimmregeln für Datentabellen

<http://www.einfach-fuer-alle.de/artikel/barrierefreie-datentabellen/>

## Kontakt

Wolfgang Wiese, Webteam

[webmaster@rrze.uni-erlangen.de](mailto:webmaster@rrze.uni-erlangen.de)