

Stefan Waidele
Immatrikulationsnr. 1028171
Ensisheimer Straße 2
79395 Neuenburg am Rhein
Stefan.Waidele@AKAD.de

Matthias Vongerichten
Immatrikulationsnr. 1038859
Hauptstraße 96
76877 Offenbach a. d. Queich
matthias.vongerichten@akad.de

Modul INT02 — Einführung in die Internetprogrammierung
Assignment

ERSTELLUNG EINER WEBSITE FÜR EIN FIKTIVES BUSUNTERNEHMEN

Betreuer: André Langbein

28. August 2013



AKAD Hochschule Stuttgart

Inhaltsverzeichnis

| | | |
|----------|--|-----------|
| 1 | Einleitung | 4 |
| 1.1 | Ziel der Arbeit | 4 |
| 1.2 | Vorgehensweise | 4 |
| 1.3 | Abgrenzung | 4 |
| 2 | Anforderungsanalyse | 5 |
| 2.1 | Ziele der Website | 5 |
| 2.2 | Funktionale Anforderungen | 6 |
| 2.3 | Nicht-funktionale Anforderungen | 6 |
| 2.4 | Technische Voraussetzungen | 7 |
| 3 | Redaktionelles Konzept | 7 |
| 3.1 | Start | 7 |
| 3.2 | Über uns | 7 |
| 3.3 | Reiseziele | 8 |
| 3.4 | Reisedetails | 8 |
| 3.5 | Die Busse | 9 |
| 3.6 | Kontakt | 9 |
| 3.7 | Impressum | 9 |
| 3.8 | AGB | 9 |
| 3.9 | Social Media | 10 |
| 4 | Navigationskonzept | 10 |
| 4.1 | Technische Umsetzung einheitlicher Navigation | 10 |
| 4.2 | Seitenhierarchie | 11 |
| 4.3 | Hauptmenü | 11 |
| 4.4 | Breadcrumb Navigation | 11 |
| 4.5 | Verwandte Seiten | 11 |
| 4.6 | Suchmaschinenoptimierung - SEO | 11 |
| 5 | Designkonzept | 13 |
| 5.1 | Einheitliche Darstellung durch CSS | 13 |
| 5.2 | Gliederung der Seiten durch DIVs | 13 |
| 5.3 | Farbkonzept | 14 |
| 5.4 | Richtlinien für Grafiken | 14 |
| 5.5 | Responsive Layout | 14 |
| 5.6 | Animationen, JavaScript und sonstige Hilfsmittel | 15 |
| 5.7 | Browserkompatibilität | 15 |
| 6 | Beispielseite: Kontakt | 16 |
| 7 | Fazit | 17 |
| 7.1 | Evt. Gesamtfazit | 18 |
| | Literatur | 21 |

Abbildungsverzeichnis

| | | |
|---|---|----|
| 1 | Quellcode: .htaccess (Apache Konfiguration) | 12 |
| 2 | Screenshot: Kontaktformular | 16 |
| 3 | Quellcode: Formular (HTML) | 17 |
| 4 | Quellcode: HTML5 oder JavaScript-Fallback (JavaScript) | 17 |
| 5 | Quellcode: Fokussteuerung bei fehlerhaften Eingaben (JavaScript) | 18 |
| 6 | Quellcode: Abfrage: E-Mail Adresse gültig? (JavaScript) | 18 |
| 7 | Quellcode: Regulärer Ausdruck: E-Mail Adresse (JavaScript) . . . | 19 |
| 8 | Screenshot: Performance | 19 |
| 9 | Screenshot: Mobile Geräte | 20 |

1 Einleitung

STEFAN WAIDELE

1.1 Ziel der Arbeit

Ziel dieser Arbeit ist die Erstellung einer Website für ein fiktives Busunternehmen ohne Zuhilfenahme von speziellen WYSIWYG Website-Editoren oder CMS-Systemen.

Für die Website sind jeweils ein redaktionelles, ein Gestaltungs- und ein Navigationskonzept zu erstellen. Von jedem Teammitglied ist eine Einzelseite des Internetauftritts zu erstellen.

Das Ziel dieser Arbeit ergibt sich direkt aus der Aufgabenstellung im Rahmen des AKAD-Studienmoduls „INT02 – Einführung in die Internetprogrammierung“

1.2 Vorgehensweise

- Im Kapitel „Anforderungsanalyse“ werden die Grundlagen für die zu erarbeitenden Konzepte kurz beschrieben. Es handelt sich hierbei aufgrund der rein fiktiven Aufgabenstellung eher die Beschreibung der von den Autoren getroffenen Annahmen als um eine tatsächliche Analyse.
- In den folgenden Kapiteln wird die Website bezüglich den Inhalten, der Navigation und des Designs geplant.
- Jeder der beiden Autoren realisiert eine konkrete Seite und beschreibt die hierzu eingesetzten Methoden.

1.3 Abgrenzung

Lediglich zwei Seiten des Internetauftritts werden im Rahmen dieser Arbeit im Detail betrachtet. Die übrigen werden lediglich in den zu erarbeitenden Konzepten besprochen, ohne jedoch tatsächlich erstellt zu werden.

Ebenfalls wird nicht die gesamte Planung der Internetpräsenz¹ in dieser Arbeit besprochen. Des Weiteren sollten die hier erarbeiteten Konzepte im Einklang mit den Vorgaben der Marketingstrategie stehen. Da hier lediglich ein fiktives Unternehmen betrachtet wird, besteht eine solche Strategie nicht.

Die komplette Realisierung einer echten Unternehmenswebsite würde hier noch weitere Analyse– Planungs– und Arbeitsschritte erfordern.

Es wird kein Social–Media–Konzept erstellt, da dies den Rahmen der Arbeit überschreiten würde. Allerdings wird die Einbindung von Web 2.0 Komponenten im Rahmen des Redaktionellen Konzepts betrachtet.

2 Anforderungsanalyse

STEFAN WAIDELE

2.1 Ziele der Website

Die Unternehmenswebsite fügt sich in die große Bandbreite der Werbemaßnahmen eines Unternehmens ein. Daher muss diese sich auch nach den Grundsätzen der Werbung und des Marketings richten.

Die allgemeinen Ziele der Website sind die Gewinnung neuer Kunden sowie die Erhöhung des Bekanntheitsgrades des Unternehmens.

Für diese Arbeit gehen wir von folgendenden Vorgaben² aus:

- **Zielgruppe:**

Das Unternehmen betrachtet Alleinreisende und Paare im Alter zwischen 40 und 65 Jahren als die Hauptzielgruppe für die angebotenen Städtereisen. Außerdem sollen Vereine und Reisegruppen gemischten Alters angesprochen werden. Altersunabhängig ist die Zielgruppe hauptsächlich den Sinus-Charakteristiken „Bürgerliche Mitte“, „Traditionelle“ oder „Konservativ-etablierte“ zuzuordnen³.

¹vgl. Kyas 2001, S274

²Kloss 2007, S. 183ff

³Sinus–Institut Heidelberg 2011

- **Phase der Buchungsentscheidung:**

Die Website soll dem Kunden zu jedem Zeitpunkt des Entscheidungsvorgangs⁴ etwas bieten können. Es ist jedoch besonders auf die Informations- und Handlungsphase zu achten, da hier der Einfluss des Unternehmens am direktesten ist.

2.2 Funktionale Anforderungen

Folgende Funktionen sollten dem Besucher der Seite angeboten werden:

- Vermitteln von Informationen über das Unternehmen
- Darstellung der Reiseziele und deren Details
- Buchung von Reisen
- Kontaktaufnahme mit dem Unternehmen

2.3 Nicht-funktionale Anforderungen

Folgenden nicht-funktionalen bzw. qualitativen Kriterien soll die Website entsprechen:

Abgestimmtes Erscheinungsbild, kurze Ladezeiten, einfaches Zurechtfinden, einfache Kontaktaufnahme, wenig Administrationsaufwand, mehrsprachigkeit (Deutsch, Englisch)

Darüber hinaus sind die Dialoggrundsätze für interaktive Systeme gemäß ISO 9241-110 zu beachten⁵:

Aufgabenangemessenheit, Selbstbeschreibungsfähigkeit, Erwartungskonformität, Fehlertoleranz, Steuerbarkeit, Individualisierbarkeit, Lernförderlichkeit

⁴vgl. Freyer 2009, S105

⁵Britta Hofmann 2008

2.4 Technische Voraussetzungen

Zum Betreiben der Website wird ein Webspaces mit mindestens 50MB Speicherplatz, vorzugsweise unlimitiertem Traffic, FTP-Zugang, und der Möglichkeit der `mod_rewrite`-Aktivierung benötigt. Außerdem muss der verwendete Webserver PHP interpretieren können. Eine Datenbank ist nicht erforderlich. Für das Bearbeiten der Seiteninhalte genügt ein Text-Editor. Zur besseren Auffindbarkeit der Website wird eine Top-Level-Domain empfohlen. Diese kann dem Webspaces oft einfach zugebucht werden.

3 Redaktionelles Konzept

MATTHIAS VONGERICHTEN

3.1 Start

UPDATEZYKLUS: JÄHRLICH

Die Startseite heißt den Besucher auf der Website willkommen. Hierfür wird ein mehrzeiliger Fließtext angezeigt. In diesem wird die Vision und die Leidenschaft der Unternehmung beschrieben. Zusätzlich wird im Fließtext ein Foto einer kürzlich durchgeführten Reise angezeigt.

3.2 Über uns

UPDATEZYKLUS: BEI NOTWENDIGKEIT

Diese Seite wird auf 3 Abschnitte unterteilt.

3.2.1 Abschnitt: Was uns auszeichnet

Gefordert ist hier, dass herauskristallisiert wird was einem von der Konkurrenz unterscheidet bzw. abhebt. Auf was wird besonderen Wert gelegt? Für was ist man bekannt?

3.2.2 Abschnitt: Das Team ...

Ein Gruppenbild des Teams genügt hier.

3.2.3 Abschnitt: ... und unsere Geschichte

Historische Entwicklung des Unternehmens. Was waren die „Meilensteine“? Wie kam es zur Gründung? Auf was hatte man sich am Anfang spezialisiert und welchen Umfang bietet man heute?

3.3 Reiseziele

UPDATEZYKLUS: BEI NOTWENDIGKEIT

Hier findet eine erste Gliederung nach Ländern statt. Je Land werden die angebotenen Städtereisen als kleiner Ausschnitt dargestellt. Der Ausschnitt zeigt ein aussagekräftiges Bild, eine kurze Beschreibung sowie ein Hyperlink zu den Reisedetails.

3.4 Reisedetails

UPDATEZYKLUS: BEI NOTWENDIGKEIT

Hier erhält man genauere Informationen über eine Städtereise. Auf der linken Seite sind mindestens 2 kleine Bilder vorhanden, welche vom Beschreibungstext umflossen werden. Der Text besteht aus einer kurzen Einführung am Anfang und geht in die Tagesplanung über. In der Sidebar auf der rechten Seite erfolgt eine detaillierte Auflistung der Reisedaten. Folgende Elemente ⁶, die die Entscheidungsphase maßgeblich unterstützen, sollen auf der Seite Erwähnung finden:

Reisezeitpunkt, Reisedauer, Reisegebiet, Reisegestaltung (Hier handelt es sich immer um Pauschalangebote), Kosten der Reise pro Person, Reisekomfort (Angabe der verwendeten Busklasse, Unterkunftsart, Nebenleistungen und -ausgaben.

⁶Freyer 2009, S103

Zusätzlich wird ein Hyperlink zur Buchungsanfrage angezeigt. Der Link verweist auf das übliche Kontaktformular und übergibt hierbei noch die ausgewählte Städtereise als Parameter.

3.5 Die Busse

UPDATEZYKLUS: BEI NOTWENDIGKEIT

Hier kann sich der potenzielle Kunde einen Überblick über den Fuhrpark des Unternehmens verschaffen. Ein Bild je Bus sowie dessen besonderen Merkmale stellen ein Minimum dar.

3.6 Kontakt

UPDATEZYKLUS: BEI NOTWENDIGKEIT

Die Seite ermöglicht es dem Anwender auf verschiedene Weise mit dem Unternehmen in Kontakt zu treten. Angeboten wird:

Ein Kontaktformular, die E-Mail Adresse, Telefonnummer, Faxnummer, Links zu Social Media Plattformen

3.7 Impressum

UPDATEZYKLUS: BEI NOTWENDIGKEIT

Nach Paragraph 5 des Telemediengesetz⁷ sind folgende Angaben notwendig:

Name und Anschrift, E-Mail Adresse, Telefon, ggf. Register und Registernummer, ggf. Umsatzsteuer- oder Wirtschaftssteueridentifikationsnummer

3.8 AGB

UPDATEZYKLUS: BEI NOTWENDIGKEIT

⁷Impressum: Anbieterkennzeichnungspflicht nach § 5 TMG

Allgemeine Geschäftsbedingungen erweitern gesetzliche Regelungen nach eigenem Ermessen (innerhalb „der wesentlichen Grundgedanken“) und sind daher freiwillig anzugeben. Im Falle dieses Busunternehmens könnte grundsätzlich auf eine AGB verzichtet werden, jedoch bietet diese Seite auch die Möglichkeit sonstigen Informationspflichten bei Internetangeboten nachzugehen⁸:

Widerrufsbelehrungspflichten gegenüber Verbrauchern, Hinweise wie der Vertrag zustande kommt, Informationspflichten betreffend Preisangaben, Datenschutzhinweise, Hinweise nach der Dienstleistungs-Informationspflichten-Verordnung

3.9 Social Media

Eine Präsenz in den sozialen Netzwerken gehört heutzutage in jedes erfolgreiche Website-Konzept. Neben der einfachen Möglichkeit von Kunden offiziell „empfohlen“ zu werden bietet sich die Möglichkeit, als Alternative zu einem Weblog, potenzielle Kunden mit Neuigkeiten zu versorgen und mit Ihnen schnell in Kontakt zu treten. Aufgrund seiner aktuell noch dominierenden Stellung wird ein Account bei Facebook empfohlen - bei steigender Nutzeranzahl später auch ein Google+-Account, welcher ggf. mit Facebook integriert werden kann.

Im header der Site kann die Facebook-Page besucht und „geliked“ sowie bei Google+ - solange dort noch kein eigener Account existiert - die Domain „+1“-ed werden.

4 Navigationskonzept

MATTHIAS VONGERICHTEN

4.1 Technische Umsetzung einheitlicher Navigation

Für jede Seite existiert eine PHP-Datei (Content) mit dem jeweiligen Inhalt, die außerdem den Header und den Footer einbindet. Header und Footer werden somit für alle Seiten vereinheitlicht dargestellt und können zentral bearbeitet werden.

⁸Thomas Schwenke 2013

4.2 Seitenhierarchie

Die Website besteht aus max. 2 Ebenen. Lediglich die Reisedetails gehören der zweiten Ebene an. Auf diese gelangt man über die Reiseziele.

4.3 Hauptmenü

Das Hauptmenü ist im Header angesiedelt und beinhaltet Hyperlinks zu Seiten der ersten Ebene. Lediglich der Menüpunkt "Reiseziele" wird durch ein Popup-Menü mit den einzelnen Zielen erweitert um eine zielgerichtete Navigation zu ermöglichen.

4.4 Breadcrumb Navigation

Zur besseren Orientierung wird über dem Titel einer Seite eine „Brotkrümel“-Navigation angezeigt. Diese ist im Content angesiedelt und muss wegen des Verichts auf ein Content-Management-System von Hand aktuell gehalten werden.

4.5 Verwandte Seiten

Je Reiseziel werden in einem gesonderten Abschnitt Hyperlinks zu relevanten Internetseiten angezeigt. Diese beziehen sich immer auf die ausgewählte Reise und werden daher im Content realisiert.

4.6 Suchmaschinenoptimierung - SEO

Um die Popularität der Site zu erhöhen werden heutzutage kaum noch META-tags verwendet⁹. Sinnvoll sind diese nur noch als Vorgabe des Beschreibungstextes in den Suchergebnissen („description“-tag) und bei einer gewünschten Einschränkung der Suchmaschinen-Robots („robots“-tag). Da eine Einschränkung der Suchmaschinen nicht erwünscht ist, sollte lediglich das „description“-tag verwendet werden.

⁹vgl. Kevin Vertommen 2012

Um die Relevanz der Site zu erhöhen¹⁰, sollte(n)

- der Inhalt regelmäßig aktualisiert werden (siehe redaktionelles Konzept)
- die Reisen ausführlich beschrieben sein
- die URL gut lesbar sein (Einsatz von `mod_rewrite`)
- dafür gesorgt werden, dass die Website auf anderen, qualitativ hochwertigen Seiten verlinkt wurde
- es die Möglichkeit geben die Site zu teilen (Social Media: Facebook, Google+ usw.)

Der Einsatz von `mod_rewrite` ermöglicht es URLs so zu verändern, dass diese besser lesbar und somit auch einprägsamer werden. Hierzu sind die in Abbildung 1 gezeigten Modifikationen in der Datei `.htaccess` notwendig.

```
RewriteEngine on
RewriteRule ^\.htaccess$ - [F]
RewriteBase /

# Hauptseite "http://int02.10100.de" bzw. "/"
RewriteRule ^$ /index.php

# Reiseziele & Buchungsanfragen
RewriteRule ^reiseziele/([-0-9a-z]+)$ reiseziele/$1.php
RewriteRule ^reiseziele/([-0-9a-z]*)/buchungsanfrage$ kontakt.php?reise=$1

# Sonstige Seiten
RewriteRule ^([-0-9a-z]*)$ $1.php
```

Abbildung 1: Quellcode: `.htaccess` (Apache Konfiguration)

4.6.1 Sitemap

Eine hierarchische Auflistung aller Einzeldokumente der Website erleichtert den Suchmaschinen das Indexieren und bietet den Benutzern außerdem einen schnellen Überblick.

¹⁰vgl. Google Inc. 2011

5 Designkonzept

STEFAN WAIDELE

Im folgenden Designkonzept werden Richtlinien für die Darstellung der redaktionellen Vorgaben und des Navigationskonzepts erarbeitet. Hierfür werden die alternativen Techniken zur Erstellung von Websites mit HTML gegeneinander abgewogen und Anforderungen an die Elemente der Website formuliert.

Diese Richtlinien sollten für alle Einzelseiten des Webauftritts beachtet werden.

5.1 Einheitliche Darstellung durch CSS

Durch den Einsatz von Cascading Style Sheets (CSS) werden die Designvorgaben zentral codiert und können somit leicht und einheitlich bei der Erstellung der Einzelseiten genutzt werden. Änderungen an Details wie Schriftschnitte und –größen, am Farbschema oder auch an den Größenverhältnissen der Seitenelemente sind somit nur an einer zentralen Stelle vorzunehmen und wirken sich direkt auf alle Unterseiten aus.

Außerdem bleibt das tatsächliche Markup der Seiten weitgehend frei von gestalterischen Informationen, was die Übersichtlichkeit deutlich erhöht.

Dies führt zu einer hohen Wartungsfreundlichkeit der Website.

5.2 Gliederung der Seiten durch DIVs

Die in den Anfangszeiten des WWW übliche Seitengliederung durch HTML-Tabellen ist nicht mehr zeitgemäß. Bei dieser Lösung bestehen erhebliche Nachteile bei der Übersichtlichkeit und der Flexibilität. Außerdem ist die Gliederung von Layouts mit dem TABLE-Tag ein Problem für den barrierefreien Zugriff mit Screenreadern.

Die Gliederung des Layouts mithilfe von HTML-Frames bringt auch Nachteile mit sich – speziell bei kleinen Bildschirmgrößen, beim Setzen von Links bzw. Lesezeichen auf Detailseiten, oder auch wiederum bei der Barrierefreiheit.

Die Gliederung der Seiten mit DIV-Elementen hingegen unterstützt ein rein Semantisches Markup des HTML-Codes und erleichtert somit die Anzeige der Webseiten über viele verschiedene Bildschirmauflösungen bis hin zum Screenreader für Blinde.

Durch entsprechend definierte Media-Queries wird ein auf die jeweilige Bildschirmgröße optimiertes Layout (sog. Responsive Layout) möglich.

5.3 Farbkonzept

Die Hauptfarben des Designs sind durch das Corporate Design vorgegeben. Diese sind ein kräftiges Blau (am Bildschirm etwa #004d79¹¹, ein kräftig leuchtendes Gelb (etwa #ff2) sowie ein etwas dunkleres Orange (etwa #fc0). Als Hilfsfarbe werden außerdem Weiß (#fff) sowie ein etwas helleres Blau (etwa #069) eingesetzt.

5.4 Richtlinien für Grafiken

Die eingesetzten Grafiken sollten für die Bildschirmauflösung angemessen sein. Um die Ladezeiten möglichst gering zu halten ist eine Auflösung von 1920x1080 Pixeln (also HDTV) nicht zu überschreiten. Für Grafiken, die nicht die ganze Bildschirmbreite einnehmen, ist eine geringere Auflösung möglich.

Aus Gründen der Barrierefreiheit ist jeder Grafik ein aussagekräftiges ALT-Attribut zuzuweisen.

5.5 Responsive Layout

An den Übergangspunkten 1920px (HDTV), 960px (Klassischer Desktop), 800px (Beamer, Tablet), 480px (Smartphone) werden durch entsprechende Media-Queries die Stylesheets gewechselt. Durch dieses responsive Layout können die verschiedenen Gerätetypen optimal unterstützt werden.

¹¹Notation nach HTML/CSS Standard in hexadezimalen Anteilen von Rot, Grün und Blau)

Auf die Realisierung eines darüber hinaus „fließenden Layouts“ durch Breitenangaben in Prozentwerten wird zugunsten besserer Kontrolle über Layoutdetails verzichtet.

5.6 Animationen, JavaScript und sonstige Hilfsmittel

Auf Animationen und andere Spezialeffekte wird zugunsten guter Lesbarkeit verzichtet. Lediglich in der Navigationsleiste werden die einzelnen Menüpunkte beim Berühren mit der Maus farblich anders hinterlegt. Dies wird mit Hilfe der CSS-Pseudoklasse “:hover” realisiert und bedarf somit keinem JavaScript.

Für die Plausibilitätsprüfung der Eingaben im Kontaktformular bietet sich JavaScript an, da diese so vor einer Anfrage an den Webserver vorgenommen werden kann. Dies bringt für den Besucher der Website eine schnellere Reaktionszeit und entlastet gleichzeitig den Server.

5.7 Browserkompatibilität

Durch die Verwendung von CSS kann ein modernes und ansprechendes Design bei maximaler Browserkompatibilität realisiert werden. Auch wenn die Website nicht in allen Webbrowsern gleich aussieht, und es bei sehr alten Versionen auch zu sichtbaren Darstellungsfehlern kommen kann (siehe Screenshots im Anhang), so ist die Website trotzdem funktionsfähig.

Manche Funktionen, wie z.B. die ausklappenden Navigationsmenüs, sind in alten Browserversionen nicht zugänglich. In diesem Fall wird dann nur die Hauptkategorie angezeigt, die Unterseiten sind dann erst in einem nächsten Schritt erreichbar.

Auf eine Optimierung dahingehend, auch bei alten Browsern ein identisches Surferlebnis zu bieten wird verzichtet, da der hierfür notwendige Aufwand in keinem wirtschaftlichen Verhältnis zum erzielten Nutzen stehen würde.

6 Beispielseite: Kontakt

MATTHIAS VONGERICHTEN

The screenshot shows the 'Kontakt' page of DeinBus.de. The header includes the logo and navigation links: Start, Reiseziele, Die Busse, Über uns, and Kontakt. The main content area is titled 'Kontakt' and contains a form with the following fields:

- Reise: * (Dropdown menu with 'Allgemein' selected)
- Name: * (Text input with placeholder 'Bitte Name angeben')
- E-Mail: * (Text input with placeholder 'Bitte E-Mail angeben')
- Telefonnummer: (Text input with placeholder 'Bitte Ihre Telefonnummer angeben')
- Nachricht: * (Text area with placeholder 'Bitte Anfragetext angeben')

A yellow button at the bottom of the form says 'Anfrage absenden'. Below the form, there is a note '* benötigt'. The sidebar on the right contains contact information:

- E-Mail: info@deinbus.de
- Telefon: +49 721 764 98 38
- Fax: +49 721 764 98 39
- Social Media: Facebook, Google+

The footer includes links for Impressum, AGB, Sitemap, and a copyright notice for DeinBus 2013.

Abbildung 2: Screenshot: Kontaktformular

Die Seite „Kontakt“ besteht zum größten Teil aus einem Kontaktformular und den alternativen Kontaktmöglichkeiten in der Sidebar.

Das Kontaktformular verwendet das übliche HTML-Tag „Form“ sowie einige HTML5-Funktionen. Erkennbar ist dies z.B. an dem Attribut „required“, welches dem Browser signalisiert, dass dieses Formularelement ausgefüllt werden muss. Versucht der Benutzer das Formular abzuschicken erhält er einen Hinweis über das leere Element und wird aufgefordert es auszufüllen - vorausgesetzt der Browser ist HTML5-kompatibel. Das Formular wird wie in Abbildung 3 gezeigt durch eine übliche Tabelle strukturiert (HTML-Table Tag).

Für den Fall einer fehlenden HTML5-Unterstützung wurde eine Fallback-Lösung mittels JavaScript implementiert. Die Prüfung auf eine HTML5-Unterstützung


```

<tr>
  <td>Name: *</td>
  <td>
    <input id          ="name"
           placeholder ="Bitte Name angeben"
           type         ="text"
           tabindex     ="1"
           required
           autofocus
    >
  </td>
</tr>

```

Abbildung 3: Quellcode: Formular (HTML)

wurde wie in Abbildung 4 gezeigt umgesetzt und wird bei jedem Abschicken des Formulars durchgeführt.

```

var inputs = document.createElement('input');
var supports = {};
supports.required = 'required' in inputs;

if(!supports.required) {
  /*...siehe unten...*/
}

```

Abbildung 4: Quellcode: HTML5 oder JavaScript-Fallback (JavaScript)

Trifft die Prüfung zu und HTML5 wird nicht unterstützt wird jedes auszufüllende Formularelement auf dessen Inhalt geprüft. Bei einem Fehler wird die Formularübermittlung abgebrochen und der Fokus auf das betroffene Element gesetzt (Siehe Abbildung 5).

Da HTML5 auch die Plausibilität von E-Mail-Adressen prüft wurde auch dies im Fallback mit einer entsprechenden Abfrage berücksichtigt (Siehe Abbildung 6).

In der darin aufgerufenen Funktion wurde mithilfe des regulären Ausdrucks in Abbildung 7 auf eine gültige E-Mail Adresse getestet

7 Fazit

MATTHIAS VONGERICHTEN

```

name = document.getElementById("name").value;
/*...*/
if (name == "")
{
    document.getElementById("name").select();
    document.getElementById("name").focus();
    return false;
}

```

Abbildung 5: Quellcode: Fokussteuerung bei fehlerhaften Eingaben (JavaScript)

```

if (!checkEmail(email))
{
    alert('E-Mail ist ungültig.');
```

Abbildung 6: Quellcode: Abfrage: E-Mail Adresse gültig? (JavaScript)

Das redaktionelle Konzept beschreibt die vorgesehenen Inhalte je Seite in Kurzform. Außerdem wird hierbei auch eine Richtlinie zur Aktualisierungshäufigkeit je Seite vorgegeben (unterstützt SEO). Somit wird erreicht, dass der redaktionelle Verantwortliche eine kompakte Anleitung zur Pflege der Website erhält.

Beim Navigationskonzept wurden die wichtigsten Navigationselemente beachtet. Hervorzuheben sind hier die „Breadcrumb“-Navigation und die Implementierung von mod_rewrite (Abbildung 1, Seite 12).

STEFAN WAIDELE

...

7.1 Evt. Gesamtfazit

Die Website erfüllt die gestellten Anforderungen vollständig. So bescheinigt uns woorank.com (SEO-Analyse-Tool), dass z.B. nicht-funktionalen Anforderungen wie die Performance der Site sehr gut erfüllt werden.

Ein nächster möglicher Schritt ist die Verwendung eines Content-Management-Systems (CMS). Dies ermöglicht das einfache Bearbeiten der Seiteninhalte mithilfe eines WYSIWYG-Editors (keine Code-Kenntnisse notwendig) und das Aufrechterhalten eines konsistenten Designs. Die Navigation kann auf mehrere Ebe-

```
function checkEmail(inputvalue) {
    var pattern = /^[a-zA-Z0-9_\.\\-])\
        +\@(([a-zA-Z0-9\\-])+\.)\
        +([a-zA-Z0-9]{2,4})+$/;
    return pattern.test(inputvalue);
}
```

Abbildung 7: Quellcode: Regulärer Ausdruck: E-Mail Adresse (JavaScript)

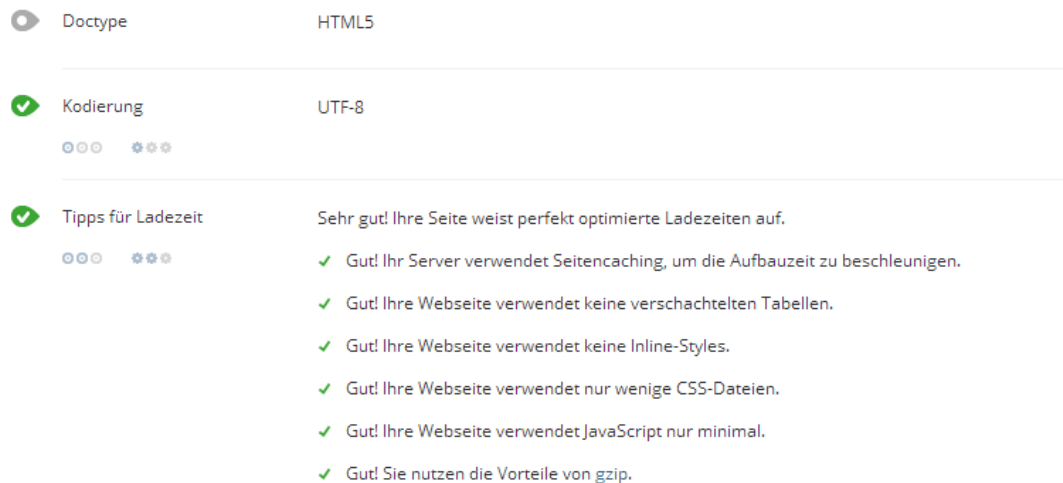


Abbildung 8: Screenshot: Performance

nen und Elemente verteilt werden und aktualisiert sich selbständig. Der Administrationsaufwand wird somit stark reduziert und trotzdem fällt es erstaunlich leicht die Funktionen der Website durch vorgefertigte Module zu erweitern. So ist es ebenfalls möglich einen Weblog zu betreiben welcher mit Facebook und anderen Social-Media-Diensten integriert werden kann. Ursprünglich als Weblog-System zu großer Bekanntheit gelangt, kann Wordpress heute als einfaches und komfortables CMS genannt werden. Für komplexere Anwendungsfälle eignet sich Drupal oder Typo3.

Mobil-Netzwerke



Abbildung 9: Screenshot: Mobile Geräte

Literatur

- Britta Hofmann (2008). *Einführung in die ISO 9241-110*. Stand 24.08.2013.
URL: <http://www.fit-fuer-usability.de/archiv/einfuehrung-in-die-iso-9241-110/>.
- Freyer (2009). *Tourismus – Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie*. 9. Auflage. München: Oldenburg Wissenschaftsverlag.
- Google Inc. (2011). *Einführung in Suchmaschinenoptimierung*. Stand 08.08.2013. URL:
http://static.googleusercontent.com/external_content/untrusted_dlcp/www.google.de/de/de/webmasters/docs/einfuehrung-in-suchmaschinenoptimierung.pdf.
- Kevin Vertommen (2012). *Meta Tags and SEO*. Stand 08.08.2013. URL:
<http://webdesign.tutsplus.com/articles/seo-articles/meta-tags-and-seo/>.
- Kloss (2007). *Werbung – Handbuch für Studium und Praxis*. 4. Auflage. München: Vahlen Verlag.
- Kyas (2001). *Internet professionell*. 2. aktualisierte und erweiterte Auflage. Bonn: MITP-Verlag.
- Sinus-Institut Heidelberg (2011). *Die Sinus-Milieus in Deutschland 2010, Soziale Lage und Orientierung*. Stand 04.08.2013. URL:
http://www.sinus-institut.de/fileadmin/dokumente/Infobereich_fuer_Studierende/Kartoffel_Studentenversion_2010.pdf.
- Thomas Schwenke (2013). *Kann man wegen fehlender AGB abgemahnt werden?* Stand 17.08.2013. URL: <http://rechtsanwalt-schwenke.de/kann-man-wegen-fehlender-agb-abgemahnt-werden/>.
- just law Rechtsanwälte. *Impressum: Anbieterkennzeichnungspflicht nach § 5 TMG*. Stand 14.08.2013. URL: <http://www.internetrecht.justlaw.de/Anbieterkennzeichnungspflicht-Impressum.htm>.

EIDESSTATTLICHE ERKLÄRUNG

Ich versichere, dass ich das beiliegende Assignment selbstständig verfasst, keine anderen als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel benutzt sowie alle wörtlich oder sinngemäß übernommenen Stellen in der Arbeit gekennzeichnet habe.

Wherever, 28. August 2013

(Matthias Vongerichten)

Neuenburg am Rhein, 28. August 2013

(Stefan Waidele)