

Fachhochschule Köln
Cologne University of Applied Sciences

Institut für Informationswissenschaft

Bachelorarbeit

Erstprüferin: Prof. Dr. Petra Werner

Zweitprüfer: Prof. Dr. Konrad Scherfer

Wintersemester 2013

„Konzeption und Umsetzung des Relaunchs der Website der BVB | Fan- und Förderabteilung“

Studiengang: Online-Redakteure

6. Fachsemester

Clemens Boisserée

Matrikelnummer: 1180846

Karolingerring 38

50678 Köln

Tel. 0177 2917258

info@clemens-boisseree.com

Vorlage am: 13. Januar 2014

Abstract

Meine Bachelorarbeit steht unter dem Titel „Konzeption und Umsetzung des Relaunchs der Website der BVB | Fan- und Förderabteilung“ und beschäftigt sich in Form einer medienpraktischen Arbeit mit der Strukturierung und Gestaltung einer neuen Website für die BVB | Fan- und Förderabteilung.

Die BVB | Fan- und Förderabteilung ist eine offizielle Abteilung im BV. Borussia 09 Dortmund e.V., der sich darüber hinaus aus einer Fußball-, Tischtennis- und Handballabteilung zusammensetzt. Über 13.000 der insgesamt knapp 100.000 Vereinsmitglieder sind Mitglied der BVB | Fan- und Förderabteilung.

Der Website-Auftritt der Fan- und Förderabteilung soll sich im Design eng am Web-Auftritt der Fußball-Abteilung unter www.bvb.de orientieren. Hier erfolgte am 14. November 2013 ein umfassender Relaunch. In diesem Zuge wurde von Seiten des Fanabteilung-Vorstands eine Neugestaltung der eigenen Website nach Vorbild der Fußball-Website beschlossen.

Der Fokus der neuen Website liegt auf dem responsiven Webdesign, da immer mehr Zugriffe von mobilen Endgeräten erfolgen und die bisherige Website keinerlei optimierte Darstellung bietet. Außerdem offeriert die neue Website ein flexibel anpassbares zweispaltiges Seitenlayout, eine schlanke, übersichtliche Haupt-Navigation und eine verbesserte Fotogalerie.

Die Website wurde nach ihrer Fertigstellung hinsichtlich Browser-Kompatibilität, Usability und Verständlichkeit getestet und basiert auf einem validen Quellcode, dessen Bestätigung durch den W3C-Validator erfolgte. Voraussichtlich im Februar 2014, im Anschluss an die nächste Jahreshauptversammlung, wird die Website auf den Server der BVB | Fan- und Förderabteilung übertragen und anschließend online gestellt.

Schlagworte: Konzeption, Relaunch, Responsive Webdesign, Wordpress als CMS, BVB-Fanabteilung-Website

Eidesstaatliche Erklärung

Hiermit versichere ich, die Arbeit selbstständig verfasst und keine anderen als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel benutzt zu haben.

Ort, den _____ pers. Unterschrift

Inhaltsverzeichnis

Abstract	2
Eidesstaatliche Erklärung	3
Abbildungsverzeichnis	6
1. Einleitung	7
2. Analyse des Website-Nutzung durch die User	8
2.1 <i>Analyse der Zugriffszahlen</i>	8
2.1.1 Website-Aufrufe auf mobilen Endgeräten.....	9
2.1.2 Browser-Nutzung der User	9
2.1.3 Zugriffszahlen auf statische Seiten.....	10
2.1.4 Geographische Herkunft der User.....	11
2.2 <i>Analyse der Suchbegriffe</i>	12
3. Konzeption des Seitenlayouts	14
3.1 <i>Einflüsse des Webauftritts von Borussia Dortmund</i>	15
3.1.1 Website-Layout.....	15
3.1.1.1 Hintergrund	15
3.1.1.2 Navigationsliste	15
3.1.1.3 Content-Bereich der Startseite	16
3.1.1.4 Seitliche Spalte	17
3.1.1.5 Fußbereich	17
3.1.1.6 Artikellayout	18
3.1.2 Schriftarten	18
3.1.3 Farbgestaltung.....	19
3.2 <i>Verwendung weiterer Schrifttypen</i>	20
3.3 <i>Schriftgrößen und Abstände</i>	21
3.4 <i>Responsive Webdesign</i>	22
3.4.1 Desktop-Optimierung.....	22
3.4.2 Tablet-Optimierung.....	23
3.4.3 Smartphone-Optimierung	23
4. Struktur der Website	24
4.1 <i>Die Seitennavigation</i>	25
4.2 <i>Content-Hierarchie</i>	26
4.3 <i>Navigation auf den Unterseiten</i>	26
5. Die Umsetzung mit Wordpress	27
5.1 <i>Wieso Wordpress?</i>	27
5.1.1 Simple Bedingung	27
5.1.2 Große Auswahl an Templates und Erweiterungen	29
5.2 <i>Sahifa als Seiten-Template</i>	29
5.2.1 Startseite im Baukasten-Prinzip	30
5.2.2 Flexible Spalten-Gestaltung	30
5.2.3 Responsive Design.....	32
5.3 <i>Content-Verwaltung mit Wordpress</i>	33
5.3.1 Die Funktion von Seiten, Artikeln und Kategorien	33
5.3.1.1 Beiträge	33
5.3.1.2 Kategorien	33
5.3.1.3 Seiten	34
5.3.2 URL-Struktur.....	35
5.4 <i>Verwendung von Plugins</i>	36
5.4.1 Contact Form 7	36
5.4.2 Events Manager	37
5.4.3 Justified Image Grid.....	38

5.4.4 Media Library Assistant	39
5.4.5 NextGEN Gallery by Photocrati	39
5.4.6 Redirection	40
5.4.7 SlideDeck 2	40
5.4.8 Snazzy Archives	41
5.4.9 WP-Filebase	41
5.5 Optimierung durch PHP, Java, CSS und HTML	44
5.5.1 Anpassung der Website-Elemente	45
5.5.1.1 Kopfbereich	45
5.5.1.2 Content-Bereich	46
5.5.1.2 Fußbereich	48
5.5.2 Optimierung von Beitrags-, Haupt- und Unterseiten.....	49
5.5.3 Umgestaltung der 404 Error-Seite	51
5.5.4 Anpassungen für ältere Browser-Modelle	51
6. Neu generierte und übernommene Inhalte	52
6.1 Übernommene Artikel- und Bild-Inhalte	52
6.2 Neu erstellte Artikel- und Bild-Inhalte.....	53
7. Fazit	54
Literaturverzeichnis	56

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Anzahl Besuche je Endgerät zwischen dem 1. Januar 2013 und 31. Dezember 2013	9
Abbildung 2: Anzahl der Besuche je Web-Browser zwischen dem 1. Januar 2013 und 31. Dezember 2013.....	10
Abbildung 3: Seitenaufrufe je Seitentitel zwischen dem 1. Januar 2013 und 31. Dezember 2013.	11
Abbildung 4: Anzahl der Besuche zwischen dem 1. Januar 2013 und 31. Dezember 2013 nach Sprache.....	12
Abbildung 5: Auflistung der Suchbegriffe, durch die User am häufigsten auf die FA-Website gelangen.	13
Abbildung 6: Photoshop-Entwurf des Seitenlayouts der späteren Startseite der FA-Website.	14
Abbildung 7: Hierarchie und Struktur der Website-Inhalte.	25
Abbildung 8: Startseite der FA-Website vor der Optimierung	45

1. Einleitung

Die BVB | Fan- und Förderabteilung (FA) zählt über 13.000 Mitglieder und ist eine der wichtigsten Anlaufstellen für Fans des Fußball-Bundesligisten. Eine entsprechend hohe Bedeutung hat ein moderner, zeitgemäßer Webauftritt für die öffentliche Darstellung und Informationsverbreitung der Abteilung, die offizieller Bestandteil des BV. Borussia 09 Dortmund ist.

Die derzeitige Website ging am 25. August 2011 ins Netz und genügt mittlerweile in ihrer Aufmachung und ihren Funktionen weder den Ansprüchen der User, noch dem Corporate Design des BV. Borussia 09 Dortmund, der sich in dieser Hinsicht mit einem Website-Relaunch am 14. November 2013 neu aufgestellt hat. So verfügt die aktuelle Website über keinerlei Optimierung für mobile Endgeräte, Informationen werden in unterschiedlichen Schrifttypen und Schriftgrößen publiziert, die Seiten-Navigation ist stellenweise irritierend. Inhaltlich sind wichtige Funktionen – wie die Bestellmöglichkeit von Fanartikeln – unzureichend technisch umgesetzt. Das Design entspricht in Schrifttyp und Farbgestaltung nicht länger dem Webauftritt der Fußball-Abteilung unter www.bvb.de.

Diese Bachelorarbeit beschäftigt sich daher in ihrer Konzeptionsphase mit den Bedürfnissen der Zielgruppe und der Abteilungsleitung an eine neue Website. Dabei stehen die optimierte Darstellung von Inhalten für den User, die vereinfachte Verwaltung von Artikeln für die redaktionelle Arbeit und die Überarbeitung von vorhandenen Funktionen im Fokus. In der späteren Umsetzung liegt die Herausforderung in der Umsetzung der vereinbarten Anpassungen der neuen FA-Seite an die Website der Fußball-Abteilung des BV. Borussia 09 Dortmund, der übersichtlichen Seiten- und Navigationsstruktur und der Browserkompatibilität.

Im Verlauf dieser Dokumentation meiner praktischen Arbeit analysiere ich die User-Nutzung der bisherigen FA-Website und deren Auswirkung auf die Relaunch-Planungen. Anschließend erkläre ich die Einflüsse der Website der Fußball-Abteilung des BV. Borussia 09 Dortmund auf die Neu-Konzeption und stelle die Layout-Planungen des Projekts vor. Im Anschluss erläutere ich die Überlegungen zur neuen Website-Struktur. Das darauf folgende Kapitel skizziert die Umsetzung der

Konzeption mit „Wordpress“ als Content Management. In diesem Zusammenhang wird erklärt, welche Änderungen im Formatierungsbereich nötig waren, welche Funktionen durch Plugins übernommen wurden und welche Inhalte von der alten Website übernommen bzw. neu erstellt wurden.

Die praktische Umsetzung wird im Anschluss an die kommenden Vorstandswahlen am 3. Februar unter www.bvb-fanabteilung.de veröffentlicht. Bis dahin ist die Relaunch-Version mit allen Funktionen im Web unter www.clemens-boisseree.de/Test/FA/ einzusehen, die Zugangsdaten sind dieser Arbeit beigelegt.

2. Analyse des Website-Nutzung durch die User

Borussia Dortmund ist einer der erfolgreichsten Fußballvereine des Landes, das Stadion mit 80.126 Plätzen das größte Deutschlands, entsprechend viele Fans zieht der BVB an, entsprechend groß ist das Interesse an Informationen rund um die Borussia. Die BVB | Fan- und Förderabteilung stellt aktuell verschiedene Informationen auf ihrer Website bereit. Anhand der Analytik-Programme „Google Analytics“ und „Google Webmaster-Tools“ kann für die Planung der neuen Website erschlossen werden, welche Inhalte bei den Usern besonders gefragt und daher zu optimieren sind, auf welchen Endgeräten die User die Website der FA nutzen, in welchem Umfang die Seite auch von internationalen Usern genutzt wird und über welche Suchbegriffe die User auf die Website gelangen.

2.1 Analyse der Zugriffszahlen

Die Website der BVB | Fan- und Förderabteilung ist eine bekannte Anlaufstelle für Fan-Informationen rund um den BVB. Zwischen dem 1. Januar 2013 und dem 1. Januar 2014 verzeichnete die Seite über 1,57 Millionen Seitenaufrufe und über 818.000 Besuche¹ von knapp 357.000 eindeutigen Besuchern. Diese Zahlen lassen sich mit Hilfe von Google Analytics analysieren und waren somit für die Relaunch-Planungen von großem Wert.

¹ Vergleich: Abbildung 1

2.1.1 Website-Aufrufe auf mobilen Endgeräten

Für die strukturelle Planung der Website ist zunächst interessant, auf welchen Endgeräten die Seite aufgerufen wird, da die aktuelle Variante lediglich für die Desktop-Ansicht optimiert ist. Die Analyse zeigt jedoch, dass im oben genannten Zeitraum 30,7 Prozent aller Besuche über ein mobiles Endgerät erfolgten². Entsprechend wird für den Relaunch ein responsives Webdesign eingeplant, welches die Optimierung der Inhalte für fünf Bildschirmgrößen vorsieht³.

<input type="checkbox"/>	Geräteklasse	Besuche	Seitenaufrufe
		818.862 % des Gesamtwerts: 100,00 % (818.862)	1.570.217 % des Gesamtwerts: 99,86 % (1.572.470)
<input type="checkbox"/>	1. ■ desktop	567.426	74,42 %
<input type="checkbox"/>	2. ■ mobile	203.351	19,85 %
<input type="checkbox"/>	3. ■ tablet	48.085	5,73 %

Abbildung 1: Anzahl Besuche je Endgerät zwischen dem 1. Januar 2013 und 31. Dezember 2013.

Quelle: Google Analytics

2.1.2 Browser-Nutzung der User

Die neue Website soll nicht nur für eine größtmögliche Zahl an Endgeräten optimiert, sondern auch in unterschiedlichen Browsern fehlerfrei dargestellt werden. Um zu überprüfen, welche Web-Browser die Mehrzahl der FA-Website-Besucher nutzt, hilft erneut Google Analytics. Das Ergebnis zeigt, dass die Website insbesondere für vier Browser-Typen geeignet sein muss: Mozilla Firefox, Google Chrome, Safari und Internet Explorer (IE)⁴. Auswirkungen auf die Neugestaltung hat die noch immer hohe Anzahl an Internet Explorer-Nutzern, da das geplante Layout mit einer horizontal aufsteigende Navigationsliste, nach Vorbild des BVB-Corporate Designs, ein Problem für ältere Versionen des Internet Explorers darstellt (*Can I use - CSS 3 Transforms?*). Zur Behebung dieses Problems verwende ich später ein Plugin⁵.

² Vergleich: Abbildung 1

³ Mehr dazu im Kapitel 3.4: Responsive Webdesign

⁴ Vergleich: Abbildung 2

⁵ Mehr dazu in Kapitel 5.4: Verwendung von Plugins

Browser [?]	Akquisition
	Besuche [?] ↓
	818.862 % des Gesamtwerts: 100,00 % (818.862)
1. Firefox	295.037
2. Chrome	125.582
3. Safari	122.508
4. Internet Explorer	122.489
5. Android Browser	85.615
6. Safari (in-app)	48.787
7. Opera	13.078
8. Mozilla	2.336
9. Opera Mini	924
10. BlackBerry	558

Abbildung 2: Anzahl der Besuche je Web-Browser zwischen dem 1. Januar 2013 und 31. Dezember 2013.
Quelle: Google Analytics

2.1.3 Zugriffszahlen auf statische Seiten

Für die Planung der Relaunch-Inhalte ist besonders interessant, welche statischen Seiten – also Seiten, die „einmal erstellt, sich nicht mehr oder kaum verändern und in eine starre Linkstruktur eingebettet sind“ (*WordPress als CMS System einsetzen*) – am häufigsten aufgerufen werden. Somit ließ sich herausfinden, welche festen Inhalte auch auf der neuen Seite vorhanden sein sollten. Im Fall der FA-Website wurden im oben genannten Zeitraum folgende statische Seiten am häufigsten aufgerufen⁶:

⁶ Vergleich: Abbildung 3

- Fotos (242.436)
- Unser Stadion (39.950)
- Mitgliedschaft (34.005)
- Aktuelles (20.019)
- Fragen und Antworten (19.972)
- Auswärtsinfos (19.301)
- Fanartikel (13.791)

Diese Inhalte wurden entsprechend auch für die neue Version der FA-Website eingeplant.

Seitentitel ?	Seitenaufufe ? ↓	Eindeutige Seitenaufufe ?
	1.572.470 % des Gesamtwerts: 100,00 % (1.572.470)	1.311.903 % des Gesamtwerts: 100,00 % (1.311.903)
1. BVB Fanabteilung - Borussia Dortmund - Fan- und Förderabteilung des Ballspielverein Borussia Dortmund 09 e.V.	656.430	509.927
2. BVB Fanabteilung - Fotos	242.436	202.083
3. BVB Fanabteilung - Unser Stadion	39.950	34.419
4. BVB Fanabteilung - Mitgliedschaft	34.005	27.395
5. BVB Fanabteilung - Aktuelles	20.019	17.114
6. BVB Fanabteilung - Fragen und Antworten	19.972	18.353
7. BVB Fanabteilung - Noch immer einige Plätze frei: FA-Charterflug zum "Final"-Spiel nach Marseille	19.314	18.363
8. BVB Fanabteilung - Auswärtsinfos	19.301	14.584
9. BVB Fanabteilung - CL-Finale: 1. Buchungsphase "Nur Busreise" ab sofort gestartet!	14.088	12.369
10. BVB Fanabteilung - Fanartikel	13.791	12.439

Abbildung 3: Seitenaufufe je Seitentitel zwischen dem 1. Januar 2013 und 31. Dezember 2013.

Quelle: Google Analytics

2.1.4 Geographische Herkunft der User

Die aktuelle Variante der FA-Website hält keine Informationen für User bereit, die der deutschen Sprache nicht mächtig sind. Dabei kamen im analysierten Zeitraum immerhin 6,8 Prozent aller Zugriffe von Usern aus dem Ausland. Insbesondere englisch- und polnischsprachige Nutzer versuchten über die Seite der BVB | Fan-

und Förderabteilung an Informationen zu gelangen⁷. Für den Website-Relaunch wurden daher Informationsseiten für insgesamt fünf Sprachen (Englisch, Türkisch, Spanisch, Polnisch und Japanisch) eingeplant. Eine komplette Übersetzung der Website hätte jedoch die vorhandenen Kapazitäten überstiegen, so dass lediglich ein Informationstext in der jeweiligen Landessprache eingerichtet wurde, der für weitere Fragen an eine zentrale E-Mail-Adresse verweist.

<input type="checkbox"/>	Sprache	Besuche	Besuche
		818.862 % des Gesamtwerts: 100,00 % (818.862)	818.862 % des Gesamtwerts: 100,00 % (818.862)
<input type="checkbox"/>	1. ■ de-de	546.555	66,75 %
<input type="checkbox"/>	2. ■ de	216.761	26,47 %
<input type="checkbox"/>	3. ■ en	22.653	2,77 %
<input type="checkbox"/>	4. ■ en-us	15.715	1,92 %
<input type="checkbox"/>	5. ■ pl	2.067	0,25 %
<input type="checkbox"/>	6. ■ zh-cn	1.583	0,19 %
<input type="checkbox"/>	7. ■ en-gb	1.417	0,17 %
<input type="checkbox"/>	8. ■ fr	1.026	0,13 %
<input type="checkbox"/>	9. ■ nl	962	0,12 %
<input type="checkbox"/>	10. ■ es	864	0,11 %

Abbildung 4: Anzahl der Besuche zwischen dem 1. Januar 2013 und 31. Dezember 2013 nach Sprache.

Quelle: Google Analytics

2.2 Analyse der Suchbegriffe

Die Suchmaschinenoptimierung war für die neue Website BVB | Fan- und Förderabteilung ebenfalls ein Planungspunkt, um entsprechende Begriffe später in den Inhalten zu berücksichtigen. Dafür analysierte ich vorab die Suchanfragen, mit der User zwischen dem 4. Oktober 2013 und dem 1. Januar 2014 die aktuelle Website aufrufen.

⁷ Vergleich: Abbildung 4

Die Ergebnisse zeigen, dass die aktuelle Website besonders häufig durch gezielte Suche der User nach der BVB | Fan- und Förderabteilung bzw. der „BVB Fanabteilung“⁸ besucht wird. Erst an fünfter Stelle kommt mit „BVB Mitgliedschaft“ ein Suchbegriff, der nicht das Wort „Fanabteilung“ oder „FA“ beinhaltet. Dennoch brachte die Analyse der Suchanfragen aufschlussreiche Erkenntnisse: So wird die Website der BVB | Fan- und Förderabteilung oftmals im Zusammenhang mit den Begriffen „Mitgliedschaft“, „BVB Fanartikel“, „BVB Bilder“ und „Gästeblock“ gefunden und hoch indexiert⁹. Daraus folgte, dass die Inhalte BVB-Mitgliedschaft, FA-Fanartikel, Bilder der BVB | Fan- und Förderabteilung und Informationen zum Gastbereich des Dortmunder Stadions auf der neuen Seite eingebunden werden.

Suchanfrage	Impressionen	Klicks ↗	CTR	Durchschn. Pos.
☆ bvb fanabteilung	12.000	10.000	83 %	1,0
☆ fanabteilung bvb	2.500	2.500	100 %	1,0
☆ bvb fa	1.600	1.300	81 %	1,0
☆ bvb-fanabteilung	1.000	900	90 %	1,0
☆ bvb mitgliedschaft	6.500	600	9 %	2,6
☆ bvb fanartikel	8.000	500	6 %	5,5
☆ bvb mitgliedschaft kosten	700	320	46 %	1,1
☆ fanabteilung	600	320	53 %	1,0
☆ bvb fan und förderabteilung	320	320	100 %	1,0
☆ bvb fan	1.000	200	20 %	2,5
☆ signal iduna park gästeblock	700	170	24 %	1,1
☆ fa bvb	170	170	100 %	1,0
☆ fanartikel bvb	2.500	150	6 %	4,3
☆ bvb bilder	6.500	110	2 %	6,3
☆ bvb stadionplan	3.500	110	3 %	4,5
☆ mitgliedschaft bvb	1.600	110	7 %	2,6
☆ mitgliedschaft bvb kosten	250	110	44 %	1,1
☆ fa dortmund	250	110	44 %	1,0
☆ www.bvb-fanabteilung.de	150	110	73 %	1,0
☆ bvb fans	2.500	90	4 %	3,7
☆ bvb mitglied werden	900	90	10 %	2,7
☆ bvb fanclubs	500	90	18 %	4,1
☆ gästeblock dortmund	320	90	28 %	1,9
☆ bvb gästeblock	200	90	45 %	1,1
☆ gästeblock signal iduna park	200	90	45 %	1,1

Abbildung 5: Auflistung der Suchbegriffe, durch die User am häufigsten auf die FA-Website gelangen.

Quelle: Google Analytics

⁸ Vergleich: Abbildung 5

⁹ Vergleich: Abbildung 5

3. Konzeption des Seitenlayouts

Im Anschluss an die Vorab-Planung durch die Analyse der Website-Nutzung folgt die Planung des Seitenlayouts. Neben den Analyseergebnissen haben grafische und stilistische Vorgaben des Webauftritts der Fußball-Abteilung sowie individualisierende Elemente Einfluss auf die Überlegungen, wie die neue FA-Website aufgebaut sein soll. Ziel der Layoutkonzeption ist eine Website, die dem Design der bvb.de-Website ähnelt, wichtige Regeln des Corporate Designs von Borussia Dortmund einhält und dabei dennoch ein individuelles Auftreten der BVB | Fan- und Förderabteilung verkörpert. Auf Grundlage aller hier dargestellten Überlegungen und Einflüsse entstand letztlich eine in Photoshop konzipierte Vorlage des Seitenlayouts, an der sich die spätere Umsetzung orientiert¹⁰.



Abbildung 6: Photoshop-Entwurf des Seitenlayouts der späteren Startseite der FA-Website.

¹⁰ Vergleich: Abbildung 6

3.1 Einflüsse des Webauftritts von Borussia Dortmund

Für die Planungen von großer Bedeutung ist die Anpassung der neuen Website an die im November veröffentlichte Website der Fußball-Abteilung von Borussia Dortmund. Übernommen wird nach gemeinsamen Überlegungen des Fanabteilungsvorstands und der Öffentlichkeitsabteilung von Borussia Dortmund ein fester Schrifttyp für Navigation und Überschriften, eine einheitliche, den Vorgaben der Fußball-Website entsprechende Farbgebung der jeweiligen Website-Elemente, sowie der Darstellung zweier zentraler Elemente des Corporate Designs von Borussia Dortmund: einem horizontal aufsteigenden Balken, der als Kopf- und Fußelement der Website dient und einer gelben Betonwand als Hintergrund. Diese Vorgaben sind dem internen Corporate Design-Handbuch von Borussia Dortmund entnommen. Außerdem orientiert sich die Seitenstruktur am Layout der Inhaltsbereich der BVB.de-Website.

3.1.1 Website-Layout

3.1.1.1 Hintergrund

Die „gelbe Wand“ nimmt in der Bildsprache von Borussia Dortmund eine besondere Rolle ein, gilt sie als doch Synonym für die Fantribüne, der Südtribüne im Dortmunder Stadion. Der Hintergrund der Website der Fußball-Abteilung ist dementsprechend eine gelbe Betonwand, diese Grafik wird auch für die FA-Website übernommen.

3.1.1.2 Navigationsliste

Ein zweites zentrales Element im Corporate Design von Borussia Dortmund ist ein um neun Grad horizontal aufsteigender Balken, der auf der Website als Hintergrund für Kopf- und Fußbereich fundiert. Die Navigationspunkte sind im gleichen Winkel horizontal angeordnet. Lediglich die Schriftgröße wird dem schmaleren Seitenlayout angepasst. Das Logo sitzt rechts der Navigationsliste. Diese Vorgabe wird für die FA-Website komplett übernommen. Ergänzt wird das Kopf-Layout der FA-Seite durch ein Suchfeld im oberen rechten Bereich. Diese Funktion fehlt auf bvb.de gänzlich. Links neben der Suchbox wird horizontal eine Flaggen-Liste angeordnet, die internationale User sofort auf ihre Zielseiten führen soll.

Verzichtet wird auf der FA-Website auf eine erweiterbare Navigationsliste, die durch das Klicken auf einen Navigationspunkt vertikal Unterpunkte bereithält. Das soll die Übersichtlichkeit der Seite verbessern, indem der User durch das Aufrufen des Navigationspunkts nicht noch auf derselben Seite eine Fülle weiterer Auswahlmöglichkeiten erhält, sondern sofort auf die nächste Ebene der Website weitergeleitet wird, wo dann die nächsten Inhalte zur Auswahl bereitgestellt sind.

3.1.1.3 Content-Bereich der Startseite

Die Inhalte der Fußball-Website sind auf der Startseite in drei Spalten aufgeteilt: Einem Haupt-Contentbereich, der 50 Prozent der gesamten Darstellungsfläche einnimmt, und zwei Spalten links des Hauptbereichs, die jeweils 25 Prozent der Breite einnehmen.

Für die BVB | Fan- und Förderabteilung reicht hier ein zweiseitiges Layout, da keine vergleichbare Menge an Informationen dargestellt wird. Allerdings werden, wie auf der Vorbild-Seite, die Spalten mit einem acht Pixel hohen Balken und einem Spaltentitel überschrieben.

Der erste Artikel im Hauptcontent-Bereich der Fußball-Website wird durch eine veränderte Schriftgröße, einem Teaser-Bild über die gesamte Spaltenbreite und einer horizontalen Trennlinie von den nachfolgenden Artikel-Teasern abgehoben. An diesen Veränderungen orientiert sich auch die FA-Website: Die Überschrift wird als zentrales Element unter das Teaser-Bild und über dem Text angeordnet, hebt sich in der Größe stark von den folgenden Artikel-Überschriften ab und sorgt somit für die gesteigerte Aufmerksamkeit der User auf den ersten Artikel. Anders als auf bvb.de wird auf der Website der Fanabteilung nicht täglich neuer Inhalt publiziert, sodass der User beim Blick auf die Artikel-Boxen sofort sehen soll, wann der jeweilige Artikel erschienen ist. Das Veröffentlichungsdatum wird deshalb im ersten Artikel anders als auf bvb.de unter der Überschrift und neben dem Teaserbild positioniert, damit es, nicht übersehen werden kann. Das Teaserbild wird dem Layout dahin gehend angepasst, dass es nicht über die komplette Breite verläuft. Es erhält wie Überschrift, Datum und Teaser-Text einen Innenabstand, um seine Zugehörigkeit zur entsprechenden Box zu verdeutlichen.

Das Layout der Fußball-Site hält unter dem Haupt-Teaser Platz für weitere acht Artikel-Teaser mit festgeschriebener Höhe bereit. Diese Layout-Vorgabe wird für die Fanabteilungsseite geändert. Zwar wird, ähnlich der Vorbild-Site, das Teaser-Bild links und der Teaser-Text rechts angeordnet, allerdings haben die Boxen auf der FA-Seite eine flexible Höhe für den Teaser-Text, damit ein plötzliches Auslaufen mangels weiterer Zeilen ausbleibt und dieser vollständig angezeigt wird. Der Text läuft in diesen Fällen mit 18 Pixeln Abstand unter dem Teaser-Bild weiter. Das Veröffentlichungsdatum wird in diesen Artikeln über dem Teaser-Bild und somit an höchster Stelle der jeweiligen Box positioniert.

Im Anschluss an die Artikel-Teaser folgt auf beiden Homepages eine verlinkte Box auf ein Artikel-Archiv, auch hier orientiert sich das Layout der FA-Seite am Aufbau vom bvb.de.

3.1.1.4 Seitliche Spalte

Wie oben bereits erwähnt, orientiert sich der Relaunch in der Mehrspaltigkeit an der bvb.de-Website, kommt jedoch mit einer statt zwei zusätzlichen Spalten neben der linken Hauptspalte aus. Die dort erscheinenden Boxen sind ähnlich denen auf der Fußball-Site gestaltet, mit einem farblich getrennten Element zur Darstellung des Box-Titels und einer unmittelbar anschließenden Content-Box. Unterschiede liegen lediglich in der Spaltenbreite, die beträgt 300 statt 270 Pixel, was mit dem mehr vorhandenen Platz durch den Wegfall der dritten Spalte zu erklären ist. Da auch die Teaser-Boxen höher als auf bvb.de sind und die Seite dadurch länger wird, wird auch der Abstand zwischen den Boxen in der rechten Spalte größer. Die Höhe der Boxen dort kann, ähnlich wie auf bvb.de, variieren.

3.1.1.5 Fußbereich

Der Fußbereich auf beiden Seiten schließt die Website im Corporate Design-Stil des BVB mit einem horizontal ansteigenden Balken ab. Nach Vorbild der BVB-Site sind dort die Sponsoren der Abteilung, ein Kontaktformular und das Impressum aufgeführt.

3.1.1.6 Artikellayout

Weniger Einfluss hat die Website der Fußball-Abteilung auf Artikelseiten. Die Website der Fanabteilung besitzt aus Usability-Gründen über der Artikelbox eine Brotkrümelnavigation, auf die bvb.de verzichtet. Wie auf der Startseite steht das Veröffentlichungsdatum über dem Text. Aus Gründen der Transparenz – und da Artikel oftmals nach Erscheinen nochmals aktualisiert werden – wird nicht nur das Erscheinungsdatum, sondern zusätzlich das Datum der letzten Überarbeitung angezeigt. Die Website bvb.de behält, ebenfalls wie auf der Startseite, das Datum im Bild. Dieses Bild ragt jedoch auf der bvb.de-Seite über die Breite des Artikelbereichs hinaus, was ein Stilbruch ist, da ansonsten alle Inhalte der jeweiligen Spaltenbreite angepasst sind. Diesen Stil soll die FA-Website einhalten, so dass das Artikelbild auf mit einem Innenabstand von 10 Pixeln bündig zu Überschrift und Text läuft und unmittelbar an den Artikelbereich ansetzt.

Die Artikelbreite variiert im Vergleich zur Fußball-Seite: Während dort der Artikelbereich 75 Prozent der Seitenbreite einnimmt und eine rechte Spalte mit 25 Prozent Seitenbreite erhalten bleibt, nimmt der FA-Artikelbereich die gesamte Spaltenbreite ein, um keinerlei Ablenkungen von sonstigen Inhalten zu bieten. Bilder sind auf der BVB-Website ohne zusätzlichen Umrandung vom eigentlichen Text angeordnet und lediglich durch Abstände ober- und unterhalb sowie seitlich des Fließtextes zu sehen. Dies wird für die FA-Website übernommen. Social Media-Buttons sind in Artikeln auf bvb.de seitlich des Artikels angeordnet, während sie auf der Fanabteilungsseite unter dem Artikel angeordnet sind. So bleibt der Fokus während des Lesens auf dem Artikel, der Aufbau systematisch: Das Artikelbild wird abgelöst durch die Überschrift, es folgt der Text und zum Schluss die Möglichkeit zur Verbreitung über die sozialen Netzwerke oder die Möglichkeit über einen „Zurück“-Button auf die übergeordnete Hauptseite zurück zu kehren. Auch diese Möglichkeit fehlt auf bvb.de. Übernommen wird lediglich die Möglichkeit, beim Scrollen im Artikel durch einen mitlaufenden „Top“-Button sofort zum Anfang des Textes zu springen.

3.1.2 Schriftarten

Nicht alle Schriftelemente der neuen FA-Website sollen der Fußball-Website angepasst sein, die Auftragsvorgaben des FA-Vorstands im Bereich Schriften

reduzieren sich auf Überschriften. Borussia Dortmund verwendet hier Schrifttypen der serifenlosen Schriften-Family DIN. Alle Überschriften werden in der verstärkten Variante, also in „DIN Bold“ dargestellt. Dieser Schrifttyp wird mir von Borussia Dortmund zur Verfügung gestellt und anschließend im Stylesheet als grundsätzliche Schriftart für die FA-Seite festgelegt. Genutzt wird „DIN Bold“ für die Navigationsliste, den Fußbereich und alle Überschriften-Typen: In Spalten-, Teaser-, Box-, Artikel- und Seitenüberschriften.

3.1.3 Farbgestaltung

In der Farbgestaltung passt sich die Website der Fanabteilung dem grundsätzlichen Farbbild des BVB an: schwarz auf gelb und gelb auf schwarz. So sind die Navigationspunkte genau wie die Überschriften im Artikel- und linken Bereich der Startseite und der Landing Pages in derselben gelben Schriftart mit dem Hexadezimal-Code #ffe600 gehalten, wie sie auch die Fußball-Abteilung auf ihrer Website nutzt. Selber Farbcode wird auf beiden Seiten auch für Verlinkungen innerhalb von Texten genutzt.

Dort orientiert sich die FA-Website ebenfalls an bvb.de, so sind Teaser- und Artikel-Text in weißer Schrift auf schwarzen Hintergrund gehalten. Durch die Kombination schwarze Box auf gelben Seiten-Hintergrund bleibt so die Konzentration auf die Farbkombination schwarz-gelb erhalten. „Ausschlaggebend für die Lesbarkeit von Schrift ist ein guter Kontrast zwischen Schriftfarbe und Hintergrundfarbe“ (Müller, 2014). Weiß ist daher als Kontrast zu schwarz gut geeignet, da so die Lesbarkeit für den User verbessert und gleichzeitig eine Abhebung des Textes von den sonstigen schwarz-gelben Elementen der Seite erreicht wird.

Eine individuellere Farbgestaltung erhält die Brotkrümelnavigation auf der FA-Site, die sich jedoch den verwendeten Farben auf bvb.de anpasst: Aktive Seiten werden im normalen Schwarz gehalten, Verlinkungen sind im selben Grauton mit dem Hexadezimal-Code #444 dargestellt, wie er auf bvb.de für den Hover-Effekt des Hintergrunds der Teaser-Boxen verwendet wird.

Weitere Einflüsse hat bvb.de auf die Farbgestaltung der rechten Spalte. Dort werden weiß gehaltene Überschriften durch einen Hintergrund mit dem Hexadezimal-Code

#333 von folgenden getrennt. Dieses Element wird für die FA-Site übernommen. Textliche Inhalte in dieser Spalte variieren in ihrer Farbgestaltung auf beiden Seiten. Unverlinkter Text passt sich dem Weiß der Artikel-Schriftfarben an, Links werden im bekannten Gelbton gehalten. Eine einzige Ausnahme in dieser Farbgestaltung ist auf der FA-Startseite für die Foto-Box vorgesehen: Hier passt sich die Link-Gestaltung der Linkfarbe der Brotkrümelnavigation an, da eine gelb-schwarze Farbgestaltung die Optik der Box stören würden.

Im Fußbereich wird die Farbgestaltung ebenfalls nach Vorbild von bvb.de gehalten. So wird die Überschrift für den Sponsorenbereich auf beiden Seiten mit dem Hexadezimal-Code #4d4d4d überschrieben, die Sponsorenlogos werden eingegraut dargestellt.

3.2. Verwendung weiterer Schrifttypen

Losgelöst vom bvb.de-Layout ist die Schriftart für Teaser- und Artikeltexte. Die Fußball-Abteilung wechselt von einer serifenlosen Schrift auf die Serifenschrift 'PT Serif'. Ein Schriftenwechsel von der Überschrift zum Text macht Sinn, ist die für Überschriften verwendete „Din Bold“-Schriftart zu wuchtig und groß. Für die Fanabteilung wird beim Wechsel der Schriftart jedoch der Stil einer serifenlosen Schrift beibehalten.

„In Lesbarkeitsstudien hat sich gezeigt, dass die meisten Menschen gedruckten Serifentext schneller lesen können, als serifenlosen Text. Leider bieten Computerbildschirme nicht die gleiche typografische Qualität wie der Druck und deshalb sehen die feinen Details der Serifenschrift am Monitor ganz und gar nicht fein aus. Studien zum Lesen von Bildschirmtexten haben demzufolge ergeben, dass serifenloser Text am schnellsten gelesen werden kann – genau anders herum wie in gedruckten Medien.“ (Jakob Nielsen, 2008, S. 230)

Aus diesem Grund wird für Artikel- und Teasertexte die gängige Schriftart Verdana genutzt. „Konzipiert ist sie speziell für den Bildschirm. Kleines „l“ und großes „l“ zum Beispiel sind gut zu unterscheiden.“ (Pahlke KunstWebDesign) Das gibt den Ausschlag für Verdana, einer Schriftart die von allen Browsern unterstützt und auch auf älteren Monitoren komfortabel gelesen werden kann.

3.3 Schriftgrößen und Abstände

Für die Schriftgröße gibt es im Webdesign allgemein keine feste Mindestschriftgröße (Hellbusch, 2012), stattdessen gilt es zu beachten, dass die Textgröße auch auf kleineren Monitoren gut lesbar ist. Auch für die Schriftgrößen und Zeilenabstände der FA-Website ist der Lesekomfort entscheidend. Die Größe der Überschriften wird nach Bedeutung gewichtet. Herausstechend sind die Überschriften zur Artikel-Kategorie über den Spalten, die jeweils 37 Pixel groß sind und somit deutlich Inhalte voneinander abgrenzen sollen. Die Überschrift über dem ersten Artikel auf der Startseite ist mit 28 Pixeln nochmals deutlich größer als die Überschriften der folgenden Artikel, die mit 20 Pixel gesetzt sind. Artikel-Überschriften werden alle mit 28 Pixeln dargestellt.

Bedeutsam ist die Schriftgröße auch für die Artikel- und Teasertexte. Letztere sind in einer Schriftgröße von 14 Pixeln ausgeführt, in Artikel wird der Text auf 16 Pixel vergrößert, um einen höheren Lesekomfort zu gewährleisten. In der gleichen Größe wird die Brotkrümelpfad-Navigation veröffentlicht, die sich jedoch durch Großbuchstaben dem Leser bei der Suche nach einer schnellen Navigationsmöglichkeit aufdrängen soll.

Für den Abstand zwischen den Zeilen gilt:

„Der Zeilenabstand sollte immer grob nach dem eigenen Empfinden eingestellt werden. Bei einem Blick auf einen Text entscheidet unser Auge sehr schnell ob ein Text angenehm zu lesen ist oder nicht. Beispielsweise sind lange Zeilen schwerer zu lesen, wenn der Zeilenabstand (ZAB) dazu noch sehr klein ist. Denn entscheidend ist beim Abstand zwischen den einzelnen Zeilen, das es dem Leser möglichst einfach gemacht wird den nächsten Zeilenanfang zu finden.“
(Soyter, 2014)

Entsprechend großzügig werden in Teaser- und Artikeltexten die Zeilenabstände gesetzt. Die Zeilenhöhe beträgt 150 % der Schriftgröße, um den Lesekomfort zu steigern. Zusätzlich sind für die Fließtexte Zwischenüberschriften vorgesehen, die eine Schriftgröße von 24 Pixeln und einen entsprechend hohen Zeilenabstand haben, welche dem Leser die nötigen Pausen im Lesefluss bringen.

Alle hier genannten Größenangaben beziehen sich auf das Layout am PC-Desktop. Für das responsive Design sind die Schriftgrößen entsprechend des Endgeräts angepasst.¹¹

3.4 Responsive Webdesign

Die Nutzungsanalyse der bisherigen FA-Website hatte ergeben, knapp 30 Prozent aller Seitenaufrufe über ein mobiles Endgerät erfolgte. Jeder vierte Zugriff erfolgte mit dem Smartphone oder Tablet auf bvb-fanabteilung.de. Deshalb wird mit dem Relaunch ein Responsiv Webdesign eingeführt, das die optimierte Wiedergabe nahezu aller Website-Inhalte für die verschiedenen Endgeräte ermöglicht.

„Responsive Webdesign stellt eine aktuelle Technik zur Verfügung, welche es ermöglicht mit Hilfe von HTML5 und CSS3 Media-Queries das einheitliche Anzeigen von Inhalten auf einer Website zu gewährleisten. Hierbei wird das Layout einer Website so flexibel gestaltet, dass dieses auf dem Computer- Desktop, Tablet und Smartphone eine gleichbleibende Benutzerfreundlichkeit bietet und der Inhalt gänzlich und schnell vom Besucher aufgenommen werden kann.“
(wendweb)

Insgesamt wird die Website für drei Arten von Endgerät in fünf unterschiedlichen Bildschirmgrößen konzipiert: Dem Desktop, dem Tablet und dem Mobiltelefon.

3.4.1 Desktop-Optimierung

Die Website am Computer wird für alle Bildschirme ab 1024 Pixeln Breite konzipiert. Die Breite des Inhaltsbereichs liegt bei 1045 Pixeln und wird von einem drei Pixel breiten Rand umgeben, sodass klar zwischen Inhaltsbereich und Seitenhintergrund getrennt werden kann. Monitore mit geringerer Auflösung als 1024 Pixeln erhalten automatisch die erste Optimierungsbreite von 768 bis 1024 Pixeln. Alle oben angegebenen Elementangaben gelten für dieses Layout.

¹¹ Siehe Kapitel 3.4: Responsive Webdesign

3.4.2 Tablet-Optimierung

Die Tablet-Version wird in zwei Optimierungen geteilt. Zum einen die Version für größere Bildschirme bis 1024 Pixel wie das Apple iPad im Querformat und zum anderen für Geräte ab 768 Pixeln Breite wie das Apple iPad im Hochformat (*Scholz, 2010*). Während die 1024 Pixel-Version bis auf einem schmaleren Content-Bereich nahezu identisch mit der Desktop-Version ist, enthält die Version ab 768 Pixeln einige Änderungen: Zunächst erhält sie eine veränderte Navigationsleiste, da die bisherige Leiste für diese Geräte zu breit ist und letztlich schlecht bedienbar wird, wenn die Schriftart verkleinert wird. Stattdessen können User auf einen zentralen Bereich im Kopfbereich tippen und erhalten im Drop-Down-Menü alle Navigationspunkte. Die Flaggenliste für internationale Angebote rutscht auf die linke Seite, damit rechts weiterhin Platz für die Suchfunktion ist. Mittig zwischen Flaggen und Suche erscheint das FA-Logo. Außerdem wird das Layout einspaltig, die bisherigen Inhalte der rechten Spalten rutschen unter den Inhalt der bisherigen linken Spalte. Das hängt mit dem Layout der Endgeräte zusammen, die, anders als ein PC-Bildschirm, durch ihr Hochformat mehr Platz im vertikalen als im horizontalen Bereich haben. Aus demselben Grund werden auch die Sponsoren im Fußbereich nicht mehr nebeneinander angeordnet, sondern stehen ab sofort untereinander. Der Fußbereich verlängert sich in der Vertikalen, um dort genügend Platz für Inhalte zu haben. Im Artikellayout ändert sich in beiden Versionen nichts, es bleibt bei den von der Desktop-Version eingestellten Schriftgrößen und Abständen.

3.4.3 Smartphone-Optimierung

Auch für das Smartphone sind zwei Optimierungsstufen vorgesehen. Die erste richtet sich an größere Telefon-Displays zwischen 480 und 767 Pixeln Breite wie das iPhone im Querformat, die zweite Version bietet eine Optimierung für Geräte mit einer Breite zwischen 320 und 479 Pixeln wie beispielsweise das iPhone im Hochformat (*M.Gieron*). Hier treten Veränderungen sowohl im Schriftbild als auch in Funktionen auf. So fallen für die mobilen Websites das Such- und Sprachen-Angebot weg, da der Kopf-Bereich nicht genügend Breite bietet, um Navigation, Logo und diese Elemente anzubieten. Im Fußbereich sind Kontakt und Impressum unter die Sponsoren-Logos verschoben, da auch hier im Vergleich zur Tablet-Variante kein Platz in der Breite vorhanden ist. Um diese Seiten auf den kleinen Displays dennoch

problemlos anzuklicken, werden die Elemente nicht verkleinert, sondern verschoben sich.

Außerdem wird bei der Optimierung für Smartphones der Sachverhalt beachtet, dass die Downloadgeschwindigkeit des mobilen Internets geringer ist als im stationären Netz. Aus diesem Grund wird für die mobile Site auf Teaser- und Artikelbilder verzichtet, um den Seitenaufruf zu beschleunigen.

Zur verbesserten Lesbarkeit wird in der 320 Pixel-Version die Schriftgröße im Teaser- und Artikelbereich angepasst. Überschriften werden von 20 auf 16 Pixel verkleinert, Text wird mit 14 statt bislang 16 Pixeln angezeigt, was gleichzeitig auch die Zeilenhöhe verringert. Auf kleineren Geräten reicht diese Schriftgröße noch immer aus, da man das Gerät in der Regel näher vor Augen hat als in der Regel einen PC-Bildschirm. Dafür kann durch die geringere Zeichengröße nun mehr Inhalt auf einmal angezeigt werden, der User muss weniger scrollen.

4. Struktur der Website

Im Anschluss an die gestalterische Planung folgt die Überlegung, auf welche Weise die Website-Inhalte strukturiert werden sollen. Zentrale Überlegung dabei ist der Aufbau der Seitennavigation durch die Navigationsleiste und die Tiefe der Inhaltsebenen. Außerdem müssen bei der inhaltlichen Strukturierung spezielle Anforderungen an die Website bedacht werden. Nach abschließender Überlegung habe ich die geplante Site-Struktur per Mindmap-Programm „FreeMind“ skizziert¹².

¹² Vergleich: Abbildung 7

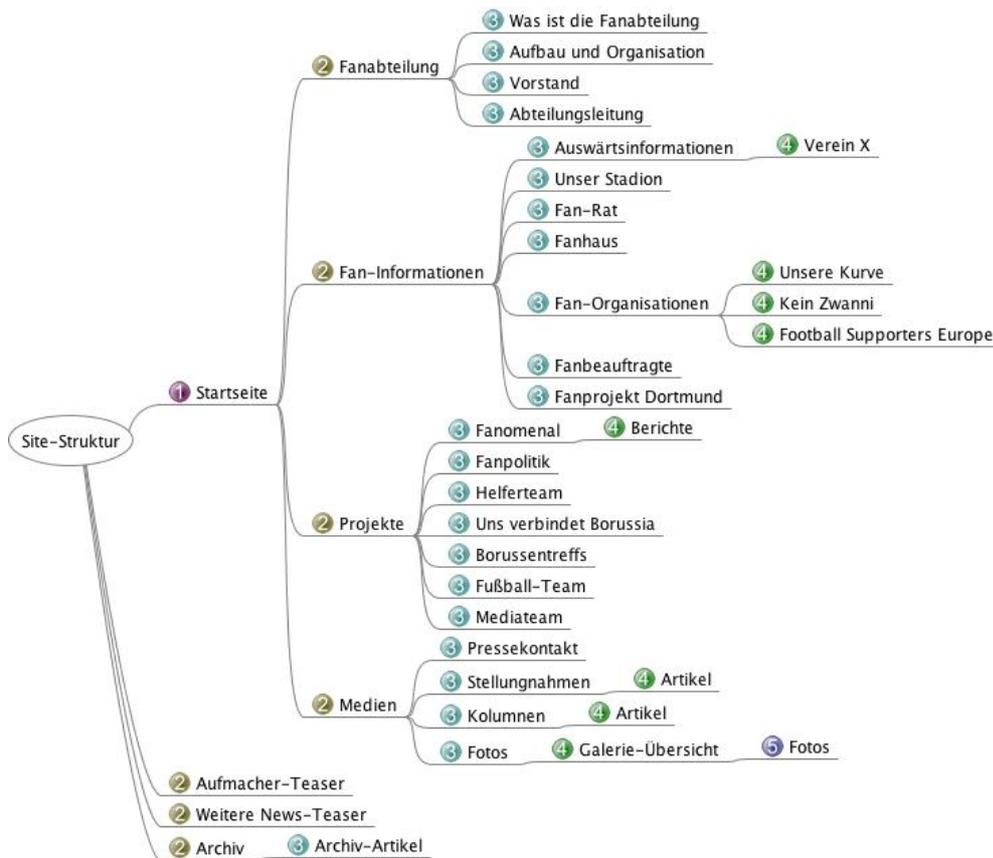


Abbildung 7: Hierarchie und Struktur der Website-Inhalte.

4.1 Die Seitennavigation

Die Seitennavigation soll bewusst schlank und übersichtlich gehalten werden. Die User sollen sich von der Startseite aus schnell einen Überblick über weitere Hauptkategorien der Website machen können. Dazu wird ein griffiges Wording verwendet, das dem User einen Eindruck davon vermittelt, welche Inhalte er auf der entsprechenden Seite findet. Auf weitere Auswahlmöglichkeiten durch Unterpunkte in der Navigation wird verzichtet, stattdessen führt ein Klick auf den Navigationspunkt den User direkt auf die Zielseite. Dadurch bleibt die Navigation übersichtlich und nachvollziehbar, da nicht mehrere Ebenen auf einmal übersprungen werden.

Auch im Fußbereich der Website findet sich eine Navigationsliste, sie führt den User auf das Impressum und das Kontaktformular. Insgesamt hält die Website also lediglich fünf Navigationspunkte im Kopf- und zwei weitere Punkte im Fußbereich bereit und richtet sich damit an die Vorgaben von Webdesign-Experten: „Generell sollte die Navigation Ihrer Webseite so aufgebaut sein, dass sie der Besucher leicht nachvollziehen kann. Wenn dieses der Fall ist, wird auch der Crawler einer

Suchmaschine keine größeren Probleme haben, jede einzelne Seite Ihrer Internetpräsenz zu finden.“ (*SEO-united.de*)

4.2 Content-Hierarchie

„Eine Webseite ist stets in mehrere Ebenen unterteilt. Die erste Ebene ist die Startseite. Auf der Startseite werden in der Regel alle wichtigen Hauptkategorien verlinkt.“ (*SEO-united.de*) Die Navigationspunkte der FA-Website führen zu insgesamt vier Hauptkategorien, ein zusätzlicher Punkt führt zurück zur ersten Ebene auf die Startseite. Die vier Hauptkategorien sind die zweite Ebene. Hier findet der User eine Liste mit weiteren Artikel-Teasern, deren Inhalte der Kategorie entsprechen. Dem Nutzer wird so die Möglichkeit gegeben, schnell den für ihn interessanten Text zu finden. Dieser Text ist dann die dritte und in den meisten Fällen auch letzte Ebene. Die Website ist also in einer hierarchischen Site-Struktur aufgebaut (*Bucher, 2003*). Für einzelne Kategorien, besonders im Bereich Medien, wird jedoch eine vierte Ebene geschaffen. In diesen Fällen folgt auf die Übersicht der Hauptseite, eine weitere Übersichtsseite für die beworbene Kategorie. Das macht Sinn, wenn zu einer Kategorie regelmäßig neue Texte erstellt werden und diese nicht im Hauptarchiv, sondern in einer eigenen Übersichtsseite angezeigt werden sollen. Außerdem lassen sich so auch Foto-Verzeichnisse in mehrere Kategorien einteilen. So stellt die Übersicht der Galerie-Kategorien die dritte Ebene der Website dar. Von dort erhält der User auf einer vierten Ebene die Übersicht aller zur Kategorie gehörenden Foto-Galerien. Die Fotos selbst sind die fünfte Ebene, so tief ist die Website ausschließlich im Bereich Foto.

4.3 Navigation auf den Unterseiten

In einer Site-Struktur mit mehreren Ebenen ist es wichtig, dass der Nutzer jederzeit seinen Standpunkt auf der Website finden, nachvollziehen und navigieren kann. Die erste ersichtliche Navigationshilfe sind dabei die Kategorien der Navigationsleiste. Diese werden auf allen Seiten angezeigt, sodass der User, gleichgültig in welcher Ebene er sich aufhält, sich über die Leiste führen kann.

Doch wie oben angemerkt, bietet die Navigationsleiste lediglich eine direkte Verlinkung auf die entsprechenden Hauptseiten. Eine Navigation auf eine der

unteren Ebenen ist bewusst nicht möglich. Dennoch hat der User die Möglichkeit, zielgerichtet durch die Ebenen zu steuern. Dafür findet sich auf jeder Seite, irrelevant ob Übersicht oder Artikel, eine Brotkrümelnavigation. Diese zeigt an , auf welcher Ebene sich der User aktuell aufhält und ermöglicht durch Verlinkungen ein gezieltes Aufrufen der übergeordneten Ebenen.

Eine weitere Möglichkeit, nicht erst auf eine der Hauptseiten oder die Startseite zurückkehren zu müssen, sind „zurück“-Buttons rechts unterhalb der jeweiligen Seiten. Vom aufgerufenen Artikel führt dieser zurück auf die Übersichtsseite bzw. die nächst höhere Ebene der Website. Der Button wird erst ab der dritten Ebene ersichtlich, da zuvor lediglich die Startseite oder Hauptkategorie eine höhere Ebene darstellt. Diese kann wiederum über die Navigationsleiste leicht erreicht werden.

5. Die Umsetzung mit Wordpress

5.1 Wieso Wordpress?

Nachdem die theoretischen Planungen für Seitenlayout und Inhalt abgeschlossen sind, muss im letzten Schritt ein geeignetes Content Management System (CMS) gefunden werden. Hier einigten sich der FA-Vorstand und ich uns schnell auf Wordpress als geeignetes System zur Verwaltung der Website-Inhalte. Wordpress ist eine kostenlose Open Source-Software und kann problemlos in wenigen Minuten installiert und eingerichtet werden. Laut Autor Moritz Sauer bietet Wordpress:

- „eine schnelle und unkomplizierte Installation,
- ein gut strukturiertes Redaktionssystem samt hilfreicher Benutzeroberfläche für Autoren,
- eine große aktive (auch deutschsprachige Community),
- zahlreiche freie Layouts und Erweiterungen (...).“ (*Sauer, Blogs, Video & Online-Journalismus, 2010, S. 5*)

5.1.1 Simple Bedingung

Die FA-Website wird durch mehrere Redaktionsmitarbeiter betreut, die mit komplizierten technischen Programmen nicht affin sind. Die aktuelle Website basiert auf dem ebenfalls kostenlosen CMS „Joomla“, dessen Funktionsweise für einige Mitarbeiter nicht zu beherrschen ist. Die Darstellung von Artikelbildern, das Anzeigen

von Artikeln in speziellen Kategorien und Website-Segmenten oder die Einstellung einer geeigneten URL bedarf in „Joomla“ Kenntnisse, die nicht alle Redaktionsmitglieder der FA besitzen. Der primäre Grund für den Umstieg auf Wordpress ist deshalb die einfache und intuitive Arbeit mit dem Backend. Hier können Artikel mühelos durch das Ziehen mit der Maus an entsprechende Stellen verschoben werden. Kategorien sind mit einem Klick aktiviert und Artikelbilder werden den durch den Administrator vorab festgelegten Größen automatisch zugeschnitten, können notfalls aber auch bequem von Hand angepasst werden. Durch übersichtlich gestaltete, aber funktionsreiche Texteditoren können Redakteure Artikel und Texte aus anderen Schriftprogrammen, bspw. aus Microsoft Office Word, einfach per „Copy&Paste“ eingefügt werden, ohne das deren, für das Web oftmals fehlerhafte, Formatierungen übernommen werden müssen.

Auch für den Administrator stellt Wordpress einige wichtige Funktionen vereinfacht dar. Unter Einstellungen lässt sich variabel der Blogtitel angeben. Unter diesem Titel wird die Website anschließend unter anderem in Suchmaschinen indexiert, in diesem Fall als „BVB | Fan- und Förderabteilung“ und der Zusatz im Untertitel „Offizielle Website“. Statt ihn aufwändig im Quellcode der Website formatieren zu müssen, übernimmt Wordpress dies in den Einstellungen. Gleiches gilt für die Zeit- und Datumseinstellungen, die der Herkunftsregion individuell angepasst werden können. Außerdem wird über den Punkt „Lesen“ bestimmt, wie viele Artikel auf einer Blogseite angezeigt werden. Für die FA-Website ist dies von Bedeutung, da die vier Hauptseiten in Form von Kategorie-Seiten dargestellt werden. Das bedeutet: auf der entsprechenden Seite werden mehrere Artikel einer bestimmten Kategorie in Teaser-Form sichtbar gemacht. Die hier bestimmte Einstellung besagt, wie viele dieser Teaser maximal pro Seite angezeigt werden. Für die FA-Website wird dies auf maximal sieben Beiträge beschränkt, da keine der Hauptseiten mehr Artikel-Teaser vorsieht und die Seite dadurch gleichzeitig nicht zu lang wird.

Wordpress lässt den Administrator über die Einstellungen bestimmen, ob User die Artikel kommentieren dürfen. Dies ist auf der FA-Website grundsätzlich nicht vorgesehen. Unter Permalinks kann bestimmt werden, wie die Url-Struktur der Website aufgebaut ist¹³.

¹³ Mehr dazu in Kapitel 5.5.1: URL-Struktur

Ein weiterer Einstellungspunkt im Wordpress-Backend ermöglicht die Verwaltung von Benutzern. Hier ist an erster Stelle der Administrator, der Zugang zu allen Bereichen des Backends hat. Es lassen sich jedoch neue Benutzer mit verschiedenen Zugangsstufen einrichten. Für die FA-Website wird den mitarbeitenden Redakteuren die Rolle „Mitarbeiter“ vergeben. Dies bietet ihnen Zugang zur Erstellung von Beiträgen, Medien und Seiten, gewährt jedoch keinen Zugriff auf die administrativen Einstellungen oder das Plugin-Verzeichnis. Dadurch lassen sich die Website-Funktionen übersichtlich verwalten und kontrollieren.

5.1.2 Große Auswahl an Templates und Erweiterungen

Nach dem Wordpress-Download auf den Webserver und der „Fünf Minuten Installation“ (*Wordpress*) erfolgt im ersten Schritt die Auswahl eines für Layout und Funktionen grundlegendes Theme, welches später durch Erweiterungsprogramme (Plugins) und Formatierungen das in der Planung vorgesehene Layout und entsprechende Funktionen erhält.

Das Plugin-Verzeichnis für Wordpress umfasst aktuell knapp 28.700 Programme, mit denen Wordpress nicht standardisierte Funktionen erhalten kann. Auch im Theme-Verzeichnis bietet Wordpress eine große Auswahl, in dem über 2180 sowohl kostenlose als auch gebührenpflichtige Website-Grundlage zur Auswahl stehen. Die Einstellungen der Themes und Plugins können im Backend anschließend individuell eingestellt und angepasst werden. Wie diese Möglichkeit für den Website-Relaunch der FA-Site verwendet wird, behandeln die Kapitel 5.2: Sahifa als Seiten-Template und 5.5: Verwendung von Plugins.

5.2 Sahifa als Seiten-Template

Als Grundlage des Seitenlayouts dient das kostenpflichtige Theme „Sahifa“. Für 55 Dollar ist dieses bereits von etwa 7.700 Nutzern erworben worden. Auf seiner Grundlage wird auch die neue FA-Website aufgebaut. Die Entscheidung für Sahifa liegt an den guten Erfahrungen, die ich bereits für andere Web-Projekte mit diesem Theme gesammelt habe und seinen vorhandenen Grundfunktionen, von denen einige essentiell für die Umsetzung der Planungen sind.

5.2.1 Startseite im Baukasten-Prinzip

Wie in den Planungen zur inhaltlichen Struktur ausgeführt, soll der Content-Bereich auf der Startseite im rechten Bereich aus mehreren Modulen bestehen: dem Aufmacher-Teaser an erster Position, den sieben weiteren News-Teasern in einem separaten Element darunter und eine dritte Box, die die Verlinkung zum Archiv beinhaltet. Sahifa bietet zudem die Funktion, die Startseite komplett individuell aufzubauen. Dazu stehen vier Module bereit, die entsprechend nach Kategorien, Artikel-Anzahl und Artikelbild eingestellt werden können.

Durch die „News Box“ wird nun der Aufmacher-Teaser dargestellt. Dazu erhält dieses Modul den Auftrag, einen Artikel der Kategorie „Aktuell“ inklusive des dazugehörigen Titelfotos anzuzeigen. Der als Haupttext bestimmte Artikel erhält also die Kategorie „Aktuell“ und wird automatisch an erster Stelle auf der Startseite publiziert. Sahifa übernimmt an dieser Stelle den Kategorienamen als Haupt-Überschrift für die gesamte Box.

Unter einer anderen Überschrift und separat vom Aufmacher sollen bis zu sieben weitere aktuelle Artikel angekündigt werden. Dazu bietet Sahifa die „Recent Posts“-Box. Mit ihr kann ausgewählt werden, wie viele Artikel und aus welchen Kategorien diese stammen sollen. Außerdem lässt sich die Anzahl der darzustellenden Artikel und der Box-Titel festlegen, angezeigt werden die aktuellsten Texte der jeweiligen Kategorie. Unter „Weitere News“ werden nun also die aktuellsten sieben Artikel der Kategorie „Neuigkeiten“ publiziert.

Für die Verlinkung des Archivs wird abschließend die Scrolling Box genutzt. Auch hier lässt sich wieder eine bestimmte Kategorie zur Darstellung und die Anzahl der anzuzeigenden Texte bestimmen. Durch dieses Baukastenprinzip kann die Startseite den Planungen entsprechend in drei separat formatierte Bereiche unterteilt werden.

5.2.2 Flexible Spalten-Gestaltung

Für die FA-Website wird ein zweispaltiges Format eingerichtet. Dies erlaubt das Theme durch Einstellungen im Backend. Hier kann der Nutzer bestimmen, wo der Hauptbereich und wie viele Seitenspalten angezeigt werden sollen. Für die FA-

Website wird entsprechend der Planungen der Hauptbereich für Artikel links und eine schmalere Spalte für zusätzliche Angebote rechts angeordnet. Der wichtigste Vorteil an Sahifa an der Stelle ist im Vergleich zu anderen Themes, dass das Verwendete unterschiedliche Inhalte für diese rechte Spalte ermöglicht. Der Administrator kann im Backend ganz einfach mehrere so genannte Sidebars erstellen, deren Inhalte individuell anpassen und sie einer Seite seiner Wahl zuordnen. Mit dieser Funktion werden für die FA-Website insgesamt sieben unterschiedliche Sidebars angelegt, die den Haupt- und Unterseiten zugeteilt werden und sich in ihren Inhalten am Content der jeweiligen linken Spalte orientieren.

Auf der Startseite erscheint somit die Sidebar „Angebote“, in der zunächst die Social Media-Angebote der Fanabteilung sichtbar werden. Deren Buttons sind auf allen Sidebars zu finden, um den User auf diese Seiten, über die der direkte Austausch mit den Nutzern erfolgen soll, aufmerksam zu machen. Im weiteren folgen Teaser-Boxen für die aktuellste Bildergalerie, den Mitgliedsantrag, das FA-Forum und den FA-Fanshop. Diese Inhalte stellten sich in der Nutzungsanalyse als besonders gefragt heraus, sodass sie auf der neuen Seite schon auf der Startseite eingegliedert werden. Alle diese Boxen sind verlinkte Bilder, die den User auf externe Seiten, Unterseiten und Landing Pages der Website führen. Erstellt werden sie im Wordpress-Backend unter dem Punkt Design->Widgets. Durch Widgets lassen sich die Inhalte Sidebar Box für Box generieren. Für durch Plugins hergestellte Inhalte, wie beispielsweise die Foto-Box auf der Startseite, gibt es vorinstallierte Widgets, andere Inhalte müssen durch HTML-Formatierungen selbst erstellt werden. Auf der Startseite trifft das auf alle Widgets mit Ausnahme der Foto-Box zu.

Der Hauptseite „Fanabteilung“ wird wiederum eine spezifische rechte Seite zugeordnet, die unter der Überschrift „Mitgliedschaft“ die Punkte „Häufige Fragen“, „Mitgliedsantrag“ und „Kontakt“ aufweist. Hier erkennt man einen weiteren Vorteil an Sahifa und der Sidebar-Verwaltung: die „Mitgliedschaft“-Box wird sowohl auf der Startseite als auch unter „Fanabteilung“ genutzt. Dazu wird im Backend einfach der Inhalt des auf der Startseite genutzten Widgets dupliziert und in ein Element der Mitgliedschaft-Sidebar kopiert. Auf diese Weise lassen sich Sidebar-Inhalte beliebig oft duplizieren und in mehreren Sidebars verwenden.

Eine weitere Sidebar wird „Fan-Informationen“ zugeordnet. Hier finden sich unter dem Titel „Service“ die kommenden Termine mit FA-Bezug, also beispielsweise die kommende Mitgliederversammlung. Das Termin-Widget wurde durch ein Plugin automatisch installiert und lässt sich im Backend den Vorstellungen des Administrators entsprechend konfigurieren¹⁴. Weitere Inhalte sind die Forum- und Kontakt-Box, deren Inhalte von den vorherig angelegten Sidebars dupliziert werden. Auf dieselbe Art und Weise werden auch die rechtsspaltigen Inhalte auf der Hauptseite „Projekte“ generiert. Hier erscheinen die Boxen „Kontakt“ und „Treffen“. Jedoch wird das Widget für „Treffen“ in dieser Kategorie modifiziert, sodass nicht alle Termine, sondern nur projektspezifische Veranstaltungen angezeigt werden. Außerdem erhält die Unterseite „Fan-Organisationen“ eine eigene Sidebar, auf der Links zu den verschiedenen Fan-Organisationen veröffentlicht werden. Diese Widgets werden über HTML im Backend erstellt. Unter „Medien“ findet sich in der rechten Spalte eine Sidebar, die Angebote für Pressevertreter bieten soll. Neben FA-Terminen werden hier durch HTML Widgets mit Verlinkungen auf den Download- und Pressekontaktbereich erschaffen. Eine eigene Sidebar erhält außerdem die Unterseite „Fanomenal“. Dort werden durch das Plugin „Youtube Channel“ die aktuellsten Filme des FA-Videokanals eingestellt. Insgesamt existieren für die rechten Spalten 15 verschiedene Widgets, mit Ausnahme von Fotos, Termine und Youtube sind alle diese Boxen per HTML im Backend selbst erstellt.

5.2.3 Responsive Design

Wie in der Layout-Planung erklärt, nimmt das Responsive Design eine zentrale Rolle für den Relaunch der FA-Website ein. Aus diesem Grund ist diese Funktion bei der Theme-Auswahl priorisiert. Sahifa bietet standardmäßig insgesamt fünf unterschiedliche Layoutgrößen für drei Endgeräte, die im Stylesheet noch manuell angepasst werden können. Einziger Nachteil ist, dass Sahifa im Stylesheet mit fixen Größenangaben statt mit prozentualen Werten arbeitet. Dadurch wird die Website auf manchen Geräten mit zu breitem Hintergrund dargestellt, also nicht passend für den Bildschirm. Dem User wird in diesen Fällen die Möglichkeit gezeigt, nach rechts zu scrollen, dort befindet sich jedoch nur ein einige Pixel breiter Hintergrund. Dies manuell zu korrigieren war leider aus Komplexitätsgründen nicht möglich.

¹⁴ Siehe Kapitel 5.5: Verwendung von Plugins

Grundsätzlich ist die vorinstallierte Responsive-Funktion aber vollkommen funktional und den Anforderungen entsprechend.

5.3 Content-Verwaltung mit Wordpress

5.3.1 Die Funktion von Seiten, Artikeln und Kategorien

Zur Darstellung und Verwaltung von Inhalten bietet Wordpress die Möglichkeit, Seiten und Artikel anzulegen. Seiten und Beiträge unterscheiden sich dabei voneinander: Beiträge erhalten eine Taxonomie, die, wie im Fall der FA-Website, einer Kategorie und einem Veröffentlichungsdatum zugeordnet werden. Außerdem bietet Wordpress die Möglichkeit, Beiträge nach Autoren zu ordnen (*Sauer, Das Wordpressbuch, 2013, S. 51*). Da diese für das Frontend der FA-Site, also die Darstellung des Beitrags, jedoch keine Funktion übernimmt und nicht sichtbar ist, ist dies für das Projekt ohne Bedeutung.

5.3.1.1 Beiträge

Durch die Zuordnung einer Kategorie lassen sich Beiträge im Backend übersichtlich verwalten. Der Redakteur kann sich in der Übersichtsliste zeigen lassen, welche Artikel welcher Kategorie zugeordnet sind. Die Artikelreihenfolge wird in ihren Kategorien festgelegt und verläuft meist nach Veröffentlichungsdatum. Für die FA-Website wird jedoch ein Plugin verwendet, das die flexible Anordnung der Artikel in ihren Kategorien erlaubt.

5.3.1.2 Kategorien

Die Kategorisierung ist für die Website der Fanabteilung von Bedeutung, da Artikel ihrer Kategorie entsprechend auf den Seiten angekündigt werden. Kategorien dienen also zur Aufteilung von Artikeln und helfen dadurch bei der Artikel-Verwaltung. Sie können wiederum Unterkategorien besitzen. Dies ist für das Fanabteilung-Projekt wichtig, wenn mehrere Artikel auf einer Unterseite veröffentlicht werden sollen.

Als Beispiel ziehe ich die Hauptseite „Medien“ heran: Hier werden alle Artikel-Teaser dieser Kategorie aufgelistet. Einer dieser Artikel heißt „Fanomenal“ und verlinkt auf eine Unterseite, auf der alle Artikel der Kategorie „Fanomenal“ angezeigt werden. Um diese Hierarchie auch im Navigationspfad darzustellen, muss die Kategorie

„Fanomenal“ eine Unterkategorie der Kategorie „Medien“ sein. Ruft der User einen Artikel der Kategorie Fanomenal auf, befindet er sich in der Ebenenstruktur der Website an vierter Stelle, nämlich: Startseite -> Medien -> Fanonemal -> Artikel. Will er nun über den Brotkrümelpfad zurück zur Übersichtsseite von „Fanomenal“ gelangen, kann er dort einfach die entsprechend verlinkte Kategorie aufrufen. Die Verlinkung führt ihn zurück auf die entsprechende Übersichtsseite.

5.3.1.3 Seiten

Seiten besitzen in Wordpress keinerlei Taxonomie, können also nicht in Kategorien unterteilt werden. Für das FA-Projekt dienen sie zum einen zur Wiedergabe von Inhalten, die in den Sidebars verlinkt werden:

- Download
- FAQ – Häufig gestellte Fragen
- Fanshop
- Kontakt
- Termine

Da diese Inhalte flexibel auf mehreren Seiten nutzbar sein sollen, erhalten sie keine Kategorie. Die Navigation führt sie lediglich über die Startseite als nächst höhere Ebene auf. Dies ist sinnvoll, da beispielsweise die mehrfach genutzte Seite „Kontakt“ so keine falsche Überordnung erhält, wenn sie sowohl auf der Kategorie-Seite „Fan-Informationen“ und „Fanabteilung“, als auch im Fußbereich der Website verlinkt wird. Diese Funktion übernehmen Seiten auf der FA-Website außerdem für die einzelnen Informationstexte in anderen Sprachen, das Impressum und die Archivseite.

Zum anderen können Seiten jedoch genauso wie Kategorien hierarchisiert werden. Für die FA-Website ist dies nützlich für den Bereich „Fotos“. Fotogalerien werden mit dem verwendeten Tool auf Seiten sichtbar und in eigene Kategorien unterteilt. Jede Kategorie erhält eine eigene Übersichtsseite, auf der alle ihr zugeordneten Galerien in Form eines Teaser-Bild angezeigt werden. Auch die Bilder-Galerie selbst erhält eine eigene Seite. Auf der FA-Website ordnen wir jedoch noch der Kategorie-Seite eine Übersichtsseite zu, so dass der User beispielsweise beim Aufrufen der Foto-Seite die Auswahlmöglichkeit aus „Saison 2013/2014“, „Amateure“, „Veranstaltungen“ und „Archiv“ hat, die ansprechend auf die gleichnamigen Foto-Kategorie verlinken.

Um nun die Navigation übersichtlich zu halten, ist die Reihenfolge der Seiten sinnvoll. So ist die Foto-Übersichtsseite nach der Startseite die höchste Ebene. Es folgen die Kategorie-Seiten und in der tiefsten Ebene ist die Foto-Galerie zu finden. Über den „zurück“-Button und den Brotkrümelpfad kann der User zur jeweils übergeordneten Seite zurückkehren.

Einzigster Nachteil: hier kann die eigentliche Gliederungsplanung nicht eingehalten werden. Ursprünglich war vorgesehen, die Foto-Übersicht der Anordnungsseite „Medien“ unterzuordnen. Da Seiten jedoch nicht kategorisiert werden können, verliert „Fotos“ die Zuordnung zur Kategorie-Seite „Medien“, entsprechend ist im Navigationspfad keine Verlinkung auf „Medien“ möglich. Eine vollkommen befriedigende Lösung ist jedoch nicht möglich, da die Galerien automatisch in Seiten, nicht in Beiträgen erstellt werden. Um dennoch unter „Medien“ auf die Foto-Seite zu teasern, wird ein Beitrag erstellt, der lediglich Teaser-Text und Teaser-Foto enthält und beim Aufrufen auf die Foto-Seite verlinkt.

5.3.2 URL-Struktur

Bei der Seiten-Strukturierung ist auch die richtige URL-Struktur von Bedeutung. „Eine saubere interne URL-Struktur ist hilfreich für Menschen und Suchmaschinen. Menschen erkennen hinter einem sinnvollen Link, was sich dahinter verbirgt und Suchmaschinen erhalten eine weitere nicht zu vernachlässigende Keywordquelle.“ (Zogalla, *ranking-check.de*, 2009) Wordpress bietet die individuelle Gestaltung von Permalinks, der URL auf „einer Website, unter der ein Beitrag dauerhaft zu finden ist“ (Sauer, *Das Wordpressbuch*, 2013, S. 111). In seinen Grundeinstellungen verwendet Wordpress Zahlen für die URL-Gestaltung. Dies wird für die FA-Website geändert. Auf die First-Level-Domain, also *bvb-fanabteilung*, und die Top-Level-Domain *.de*, folgt ein Verzeichnispfad auf die Text-Kategorie und anschließend der Artikel-Titel. Diese Link-Struktur soll dem User eine zusätzliche Orientierungshilfe bieten und eine Idee geben, welcher Inhalt sich hinter dem Link verbirgt. Auch für die Suchmaschinenoptimierung ist eine solche Struktur sinnvoll. „Dadurch wird einer Suchmaschine wie Google recht schnell ersichtlich wie Ihre Seiten strukturell zusammenhängen. Somit ist es erheblich einfacher eine solche Webseite zu indexieren und zu bewerten.“ (Zogalla, *ranking-check.de*, 2009)

5.4 Verwendung von Plugins

Nachdem die Standard-Einstellungen in Wordpress und Theme eingerichtet und Artikel, Kategorien und Beiträge angelegt sind, fehlen der Website jedoch noch wichtige Funktionen. Diese werden durch Plugins übernommen, die für das Relaunch-Projekt eine wichtige Rolle spielen, denn sie übernehmen Funktionen, die weder Wordpress noch das verwendete Theme standardisiert anbieten. Insgesamt werden für die FA-Website rund 30 solcher Erweiterungstools zum Ausbau der Funktionspalette installiert. Die wichtigsten Plugins und ihre Funktion für die Website stelle ich im Folgenden vor:

5.4.1 Contact Form 7

Kontaktformulare nehmen für die neue Website in zwei wichtigen Thematiken eine Rolle ein: dem Kontaktbereich für den User und dem Fanshop. Entsprechend umfangreiche und individuell anpassbare Funktionen müssen dem Formular gegeben werden können. Das hierfür ausgewählte Plugin bietet genau das und zusätzlich die äußerst einfache Verwendung in Form eines API-Shortcodes, der in Seiten oder Artikel kopiert wird. „Contact Form 7“ bietet im Backend die Möglichkeit der individuellen Konzeption eines Formulars. Für die FA-Website werden zwei Formulare mit unterschiedlichen Funktionsweisen benötigt: Zum einen das Kontaktformular, das sowohl im Fußbereich als auch in den Sidebar-Boxen mit dem Titel „Kontakt“ verlinkt wird und zum anderen das Bestellformular für den Fanshop-Bereich.

Zunächst wird festgelegt, an welche E-Mail-Adresse das Formular weitergeleitet wird. Anschließend lässt sich durch den Administrator einstellen, welche Nachrichten der User nach dem Absenden des Formulars oder bei Fehlern angezeigt bekommt. Die Standardeinstellungen sind hier bereits vollkommen ausreichend und müssen in der Regel nicht bearbeitet werden.

Für die Anzeige im Frontend lassen sich mit „Contact Form 7“ unterschiedliche Felder individuell definieren und anordnen. So sind im Kontaktformular für die FA-Website die Text-Felder Name und E-Mail-Adresse Pflichtfelder, um den Absender nach Erhalt der Nachricht antworten zu können. Der User kann außerdem gezielt

auswählen, wer das Ziel seiner Kontaktaufnahme sein soll: Vorstand, Abteilungsleitung, Mediateam, Fanshop oder Allgemein werden ihm durch Radio-Buttons zur Auswahl gestellt. Dadurch kann das Formular auf mehreren Seiten genutzt werden, sowohl im Bereich „Fanabteilung“ als auch unter „Projekte“ ist ein Ansprechpartner im Formular angegeben. Die Nachrichten laufen allesamt im Sekretariat der BVB | Fan- und Förderabteilung ein. Aus diesem Grund wird im Betreff angezeigt, wer der gewünschte Ansprechpartner ist, sodass Nachrichten schnell sortiert und weiterverarbeitet werden können. Abschließend wird dem User die Möglichkeit gegeben, seiner Nachricht eine Datei anzuhängen. Dessen Größe ist durch das Backend auf 10 Megabyte beschränkt. Der User soll hier die Gelegenheit haben, Anregungen, Fragen oder Probleme durch entsprechende Dateien spezifizieren zu können.

Für das Fanshop-Formular wird eine neue Vorlage angelegt und neu aufgebaut. Hier sind mehr Pflichtfelder (Vor- und Nachname, E-Mail, Bezeichnung des Fanartikels und die Anschrift) formatiert. Außerdem kann der User bei der Bestellung von Kleidungsstücken seine Kleidergröße angeben. Die Bezeichnung des Fanartikels und optional die Kleidergröße werden dem Empfänger der Mail im Betreff angezeigt. Der Empfänger, der Fanshop der BVB | Fan- und Förderabteilung, behält somit die Übersicht und kann Bestellungen entsprechend des Artikel sortieren. Für beide Formulare ist ein Spam-Filter in Form eines Captcha-Codes eingerichtet.

5.4.2 Events Manager

Regelmäßige Veranstaltungen und lange im Voraus geplante Termine sollen auch dem User der Fanabteilung-Website nicht verborgen bleiben. In Form von Widgets in den rechten Spalten sollen diese Termine nach Kategorien geordnet und in Seiten aufrufbar dargestellt werden. Das Plugin der Wahl heißt „Events Manager“ und bietet alle gerade beschriebenen Funktionen. Im Backend lassen sich Veranstaltungen anlegen, in Kategorien sortieren und unterschiedliche Veranstaltungsorte hinzufügen, die auf der Termin-Seite auf einer eingebauten Google-Map dargestellt werden. Anschließend werden die Termine durch ein Widget in der Sidebar angezeigt. Dabei kann eingestellt werden, welche Termin-Kategorien verwendet werden. So werden unter „Fan-Informationen“ alle Termin-Kategorien angezeigt, während im Bereich „Projekte“ nur Termine für AG-Treffen aufgeführt sind. Insgesamt sind für die FA-

Website aktuell fünf Kategorien vorgesehen: FA-Termine, Spiele, BORUSSEUM-Termine (das BORUSSEUM ist das Vereinsmuseum von Borussia Dortmund, das mit der Fanabteilung bei vielen Veranstaltungen kooperiert), AG-Termine und sonstige Termine. Die Veranstaltungstitel sind in der Sidebar verlinkt, sodass der User für mehr Informationen zum jeweiligen Termin dort klicken kann und anschließend auf die jeweilige Veranstaltungsseite weitergeleitet wird.

5.4.3 Justified Image Grid

Eine wichtige Funktion auf der FA-Website nehmen Fotos ein. Die FA ist laut Google-Analyse eine der ersten sechs Seiten, die als Suchergebnis für die Anfrage „BVB Bilder“ angezeigt werden, für die Suche nach „BVB Fotos“ wird die FA-Website sogar unter den ersten vier Ergebnissen verlinkt¹⁵. Entsprechend nimmt eine gute Foto-Galerie auch für den Relaunch eine wichtige Rolle ein. Dazu wird das Plugin „NextGEN Gallery by Photocrati“ verwendet, doch zur Optimierung dessen Möglichkeiten ist „Justified Image Grid“ von Nutzen. Durch dieses Plugin kann das Layout von Bildergalerien komplett verändert und justiert werden. An erster Stelle steht für die FA-Website eine optische Aufwertung der Bildergalerie. Dazu bietet das Plugin die Möglichkeit, Vorschaubilder zu vergrößern, die Galerie-Titel und Beschreibung durch Hover-Effekte ein- und auszuklappen und die Vorschaubilder ihrem Format entsprechend zu zeigen. Ein Bild im Hochkant-Format wird so ohne Rand auch hochkant dargestellt, der Standard des Galerie-Plugin würde hier einen Hintergrund setzen, um das Bild dem Querformat anzupassen. Außerdem lässt sich mit „Justified Image Grid“ bestimmen, mit welchem Lightbox-Typ Bilder-Slideshows präsentiert werden können. Dazu nutzt die FA-Website nun „PhotoSwipe“, das Bilder der Desktop-Größe anpasst und einfache Navigationselemente besitzt. Außerdem wird durch dieses Plugin dem User die Möglichkeit genommen, Bilder per Rechtsklick zu speichern. Die Fotografen der Fanabteilung arbeiten ehrenamtlich und wollen verhindern, dass ihre urheberrechtlich geschützten Werke ohne ihre Zustimmung weiterverwendet werden. Bislang wurden FA-Fotos daher mit einem Wasserzeichen versehen, damit Fotos auch nach dem Download als FA-Material gekennzeichnet waren. Auf der neuen Website werden Bilder im Großformat nicht länger downloadbar sein, somit kann künftig auf das Wasserzeichen verzichtet werden.

¹⁵ *Vergleich: Abbildung 3, S.6*

Diese Änderung wird jedoch erst in den ersten Galerien nach der Winterpause und dem Relaunch kommen.

5.4.4 Media Library Assistant

Jeder Artikel der neuen FA-Website hat ein Artikelfoto und oftmals weitere Bilder im Fließtext. Wordpress verwaltet diese Bilddateien im Backend im Bereich „Medien“, sieht jedoch keine Kategorisierungsmöglichkeit vor. Letzteres erschwert die Verwaltung, da auf einer solch ausführlichen Website schnell mehrere hundert Fotodateien vorhanden sind. Um diese Funktion zu erhalten, wird das Plugin Media Library Assistant verwendet. Mit seiner Hilfe können Fotos individuell erstellten Kategorien zugeordnet werden. Für die FA-Website gibt es zum Zeitpunkt des Relaunch sieben: Auswärts, Fanomenal, Gesichter, Slider, Teaser-Fotos, Text-Fotos und Website-Dateien. Auf diese Weise können Autoren bei der Bebilderung ihrer Artikel gezielt in der jeweiligen Kategorie nach einem passenden Bild suchen. Die Standard-Einstellung von Wordpress hätte das Durchsuchen der gesamten Medien-Bibliothek verlangt. Außerdem lassen sich mit diesem Plugin Medien-Dateien im Bereich „Assistant“ einfach verwalten, das heißt umbenennen, beschriften oder Kategorien zuzuordnen, da auch hier die unterteilte Auflistung möglich ist.

5.4.5 NextGEN Gallery by Photocrati

NextGen Gallery ist eines der meistbenutzten Plugins, das für Wordpress angeboten wird (wordpress.org). Mit seiner Hilfe wird auf der FA-Website der Fotobereich verwaltet. Die Benutzung ist problemlos: Zunächst werden Bilder im Backend hochgeladen, dazu bietet NextGen entweder den Upload einzelner Fotos, ganzer ZIP-Dateien oder ein Server-Verzeichnis, sodass auch große Bildermengen schnell importiert werden können. Die hochgeladenen Bilder können entweder in einer neuen Galerie erstellt oder einer bereits existierenden hinzugefügt werden. Die Galerien werden anschließend im Bereich „Album“ einem Galerie-Album zugeordnet. Für die FA-Website gibt es aktuell fünf solcher Alben: Saison 2013/2014 für Galerien der aktuellen Saison, Saison 2012/2013 als Archiv-Galerie, Veranstaltungen, Amateure und Sonstiges sind auf Seiten eingebunden und verlinken anschließend in Form von Teaser-Bildern auf die einzelnen ihnen zugeordneten Galerien. Das Album „Saison 2013/2014“ zeigt folgerichtig Teaser-Bilder zu den einzelnen Bilder-Galerien

der Saisonspiele. Die Standard-Einstellungen von NextGen Gallery werden durch das Plugin Justified Image Grid überschrieben und haben keine Bedeutung für die FA-Website.

5.4.6 Redirection

Ein Problem wird die oben beschriebene Linkstruktur bei der Verwendung von Kategorien, deren Übersichtsseiten nicht aufrufbar sein sollen, in Kombination mit dem Brotkrümelpfad – wie auf der neuen FA-Website vorgesehen. Kategorie-Seiten listen Artikel einer bestimmten Aussageart auf. Ruft der User einen Artikel auf, führt die Navigation ihn auf den gewünschten Artikel, verlinkt jedoch im Pfad auch die Übersichtsseite der Kategorie. Der User könnte nun versucht sein, diese Verlinkung im Brotkrümelpfad anzufordern und gelangt dadurch auf eine Seite, die er nicht angezeigt bekommen soll. Im Fall der FA-Website gilt das für die Artikel der Themenbereiche „Aktuell“ und „Neuigkeiten“, die ausschließlich auf der Startseite angezeigt werden sollen. Aus diesem Grund wird ein Plugin genutzt, dass die Kategorie-Seite automatisch auf die Startseite weiterleitet. Gleiches geschieht mit Artikeln, die der Überschrift „Archiv“ zugeordnet sind. Hier wird eine Seite eingerichtet, die alle Artikel der Rubrik in Form eines jQuery-Karussells auflistet. Bei rund 800 Artikeln dieser Gruppierung wäre eine normale Kategorie-Seite, die alle Artikel in Teaser-Form auflistet, zu unübersichtlich. Stattdessen sortiert das Karussell alle Archiv-Artikel nach Datum und zeigt beim Aufrufen des entsprechenden Datums die Überschrift und drei Zeilen Teaser-Text. Die Problematik beim Verlinken besteht nun wieder in der Kategorie-Seite, die nicht aufrufbar sein soll. Klickt der User auf einen Archiv-Text, soll der Link „Archiv“ im Brotkrümelpfad zurück auf die Archiv-Seite und nicht die Kategorie-Seite führen. Auch hierfür wird das Plugin „Redirection“ genutzt, um die Verlinkung von der Kategorie- auf die Archiv-Seite umzuleiten.

5.4.7 SlideDeck 2

Die neue FA-Website soll vor allem durch ihre Übersichtlichkeit bestechen. Aus diesem Grund werden lange Seiteninhalte vermieden. Das gilt insbesondere für die Seiten: Vorstand, Abteilungsleitung, Fanbeauftragte, Fotos und Foto-Archiv. Diese Seiten sollen eine Vielzahl an Inhalten darstellen, überwiegend ergänzt durch große Fotos. Aus diesem Grund wird für hier mit Hilfe des Plugins SLideDeck2 ein Slider-Karussell eingerichtet. Das Plugin stellt unterschiedliche Karussell-Varianten zur

Verfügung, die allesamt auch responsiv wiedergegeben werden können. Um eine einheitliche und somit Usability-freundliche Darstellung zu wahren, wird jedoch für alle fünf Seiten das „Tool Kit“-Theme verwendet. Mit dieser Methode können mehrere Fotos auf einer Seitenhöhe dargestellt werden, der User kann sich mit Hilfe der jQuery-Funktion im Bild oder seitlich/unterhalb des Fotos von Bild zu Bild weiterklicken. Unter „Vorstand“ und „Abteilungsleitung“ ist links oder rechts des Bildes eine längere Textbox angeordnet, auf der später ein Vorstellungstext der sichtbaren Personen erscheint. Aktuell wird dort lediglich ein Mustertext angezeigt. Auch die Fotos sind zurzeit lediglich Platzhalter, nach der nächsten Wahl im Februar werden die Inhalte dieser beiden Rubriken aktualisiert und durch einheitliche Fotos ersetzt. Im Text „Fanbeauftragte“ erscheint diese Infobox im Karussell unterhalb der Fotos, da auf dieser Seite wesentlich weniger Inhalt erscheint. Gleiches gilt für die Slider im Bereich „Fotos“ und „Foto-Archiv“.

5.4.8 Snazzy Archives

Das Artikel-Archiv der FA-Website reicht bis in den Januar 2010 zurück. Über 800 Artikel sind dort bislang zu finden. Um alle diese Artikel geordnet zu verwalten und wiederzugeben, sind sie in der Kategorie „Archiv“ gesammelt und werden auf der Seite „Archiv“ durch das Plugin „Snazzy Archives“ angezeigt. Das Tool bietet die Funktion, alle Artikel dem Erscheinungsdatum nach zu ordnen und in Form einer jQuery-Navigation übersichtlich wiederzugeben. Dazu wird ein Kalender angezeigt, durch den der User mit der Maus oder Tastatur horizontal scrollen kann. Die Monate und Tage klappen sich beim Anklicken auf, um die am entsprechenden Tag erschienenen Artikel in Form von Überschrift und dreizeiligen Teaser-Text anzuzeigen.

Der Style ist manuell dem der Website angepasst, so werden Links im gängigen Gelbton angezeigt, unverlinkter Text hingegen in Weiß. Außerdem wurden die Schrift und Navigationspfeile vergrößert.

5.4.9 WP-Filebase

Eine letzte wichtige Funktion die von einem Plugin übernommen wird, ist die Verwaltung und Darstellung downloadbarer Dokumente, Grafiken und Bilder. Dies

wird durch das Plugin WP-Filebase organisiert. Das Plugin bietet für die FA-Website die Möglichkeit, im Wordpress-Backend Download-Angebote zu kategorisieren, ein Datei-Vorschaubild einzurichten und die Datei zu beschreiben. Anschließend werden die Inhalte in Form eines API-Shortcodes auf der Seite „Download“ eingebaut. Auf diese Weise bietet die neue FA-Website dem User folgenden Dateien zum Download:

- Mitgliedsantrag
- Abteilungsordnung
- Geschäftsordnung
- Konzept
- Ummeldeantrag
- Plakat-Grafik: „Wir sind schwarz-gelb“ in schwarz
- Plakat-Grafik: „Wir sind schwarz-gelb“ in gelb
- Plakat-Grafik: „Abpiff für Rechts“
- das FA-Logo im PNG-Format
- Jahrbuch 2011
- Jahrbuch 2012

Nach der nächsten Vorstandswahl sind außerdem Fotos der aktuellen Abteilungsleitung in Druckqualität geplant. Diese Dateien sollen Interessierten und Journalisten die Möglichkeit geben, sich zusätzlich zu den Website-Inhalten über die Fan- und Förderabteilung zu informieren. Außerdem ermöglichen sie interessierten Nicht-Mitgliedern noch einmal den aktuellen Mitgliedantrag zum Download.

Dem User bietet sich durch WP-Filebase im Frontend die Möglichkeit über den Details-Button eine genauere Beschreibung vom angebotenen Dokument oder Bild zu erhalten, des Weiteren wird die genaue Datei-Größe angezeigt. Per CSS-Formatierung wird außerdem die fixe Breite des Anzeigebereichs in Prozentangaben umgewandelt, sodass sich auch der Download-Bereich für schmalere Endgeräte in seiner Breite anpasst.

Darüber hinaus wurden weitere Plugins verwendet, deren Funktionen marginaler waren. Im Folgenden die Liste aller verwendeten Erweiterungsprogramme:

- **2 Click Social Media Buttons:** Fügt die Buttons für Facebook, Twitter und Google entsprechend dem deutschen Datenschutz unter jeden Artikel ein.

- **Admin Management Xtended:** Vereinfacht die Verwaltung von Artikeln im Backend, in dem Artikel Aktionen wie Veränderungen der Überschrift oder das Online- und Offline-Stellen direkt in der Verwaltungsliste durchgeführt werden kann und für diese Funktionen ein Aufrufen des Artikels unnötig gemacht wird.
- **Admin Menu Editor:** Verwaltung des Menüs im Wordpress-Backend. Einige dort standardisiert aufgelistete Programme werden nicht verwendet und können mit diesem Plugin aus der Liste ausgeblendet werden, was diese übersichtlich hält.
- **Google Analytics Dashboard for WP:** Anzeige aktueller Nutzungszahlen im Backend.
- **Members Only:** Sperrung der Website für nicht-registrierte User, da die Website vor ihrer Veröffentlichung zwar im Web aufrufbar, der Zugriff jedoch nur einzelnen Personen möglich sein soll.
- **NextGEN Gallery Sidebar Widget:** Sidebar-Widget zur Anzeige der aktuellsten Bilder-Galerie in der rechten Spalte der Startseite.
- **Page Links to:** Verlinkt Seiten auf eine frei wählbare URL. Verwendung lediglich auf der Seite „Start“, um eine Verlinkung zur Startseite im Navigationsmenü zu schaffen.
- **pageMash:** Verbessert die Verwaltung von Seiten im Backend. Unterseiten können durch ein- und ausklappen sichtbar bzw. unsichtbar gemacht werden, was die Übersichtlichkeit erhöht. Außerdem können Seiten-Überschriften und der Veröffentlichungsstatus sofort in der Seiten-Verwaltung geändert werden.
- **Post Types Order:** Überschreibt die Standard-Einstellung von Wordpress, Artikel ihrem Erscheinungsdatum nach zu ordnen und ermöglicht die individuelle Anordnung per „Drag&Drop“ durch den Backend-User. Sowohl auf der Startseite im „weitere News“-Bereich, als auch auf Kategorie-Seiten in Verwendung, um Artikel ihrer Priorität nach zu ordnen.
- **Really Simple CAPTCHA:** Ergänzung zum Plugin „Contact Form 7“, zur Verwendung von Captchas vor dem Versenden von Kontakt-Nachrichten, als Schutz gegen Spam-Nachrichten.
- **Relevanssi:** Sortiert Suchergebnisse nach ihrer Relevanz und färbt Suchbegriffe in gefundenen Texten und Überschriften.

- **Simple Custom Post Order:** Ergänzung zum Plugin „Post Types Order“, lässt Artikel in einer Übersichtsliste schneller anordnen, da zusätzliche Informationen wie Autor, Schlagworte oder Kategorie ausgeblendet werden.
- **TinyMCE Advanced:** Erweiterung des Artikel-Editors, fügt zusätzliche Funktionen wie das Einfügen von Tabellen oder die Formatanpassung von Word-Texten ein.
- **WP IE Enhancer and Modernizer:** Ein Plugin für User des Internet Explorers unterhalb der Version 9, für die das verwendete Theme nicht alle Inhalte kompatibel darstellt. Dieses Plugin fixed automatisch bekannte Kompatibilitätsfehler die durch HTML5 verursacht werden, außerdem konvertiert es für ältere Internet Explorer-Varianten nicht kompatible CSS-Elemente und macht dadurch viele Teile der Website auch für ältere Browser lesbar.
- **WP No Category Base:** Wordpress setzt Kategorien bei der Permalink-Struktur standartmäßig ein „category“ voraus. Also beispielsweise: bvb-fanabteilung.de/category/fanabteilung. Das bietet keinerlei User-Vorteile, noch ist es suchmaschinenfreundlich, dieses Plugin löscht die Bezeichnung aus der Verlinkung.
- **YouTube Channel:** Ein Widget-Plugin, das auf der „Fanomenal“-Seite die aktuellsten Videos vom FA-Youtube-Kanal anzeigt. Die Zahl der dargestellten Videos kann in den Widget-Einstellungen individuell angepasst werden.

5.5 Optimierung durch PHP, Java, CSS und HTML

Nachdem alle Inhalte konfiguriert sind, bleibt die Bearbeitung des Layouts als letzter Schritt zur Umsetzung der neuen FA-Website. Das Standard-Design des ausgewählten Themes besitzt kaum Ähnlichkeiten mit der geplanten Konzeption¹⁶. Über den FTP-Server und mit Hilfe des ASCII Texteditors „Text Wrangler“ werden daher unterschiedliche Dateien grundlegend überarbeitet und dem Planungsentwurf entsprechend angepasst.

¹⁶ *Vergleich: Abbildung 8*

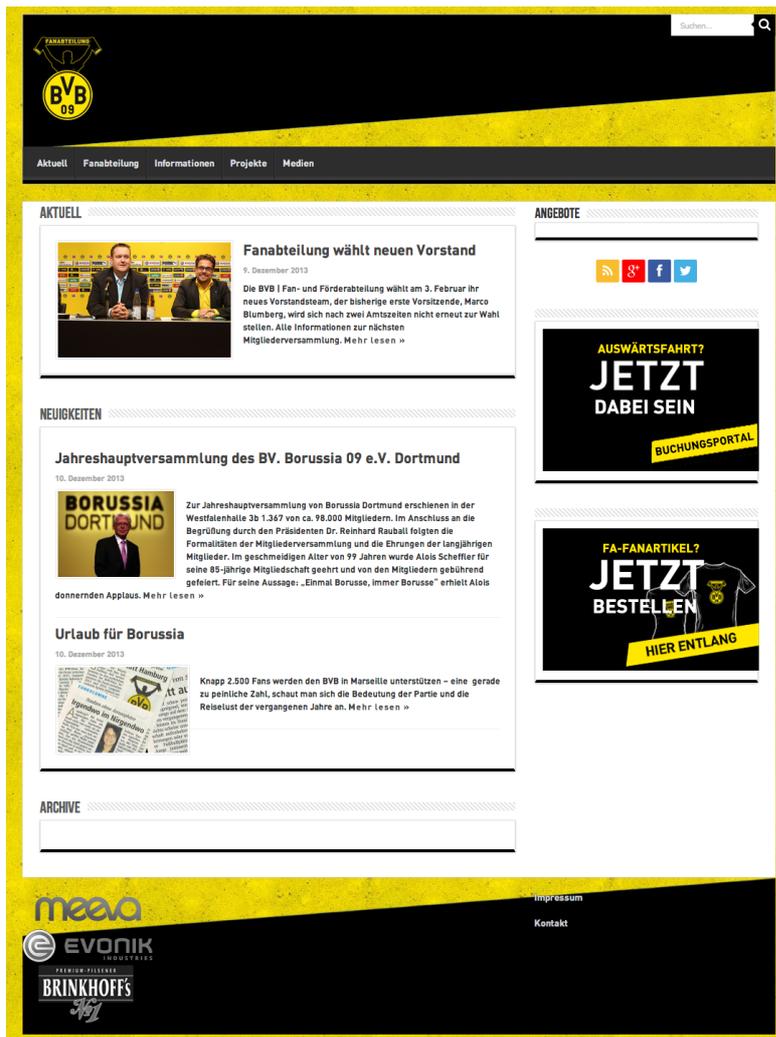


Abbildung 8: Startseite der FA-Website vor der Optimierung

5.5.1 Anpassung der Website-Elemente

Im ersten Schritt der Gestaltung werden die wichtigsten Seitenelemente, also Kopf-, Hauptcontent- und Fußbereich angepasst. Dazu muss jeweils die PHP-Formatierung und die entsprechende Gestaltung im CSS-Stylesheet verändert werden.

5.5.1.1 Kopfbereich

Im Kopfbereich füge ich zunächst der header.php-Datei im Bereich der Class „Header-Content“ die Liste der internationalen Sprach-Angebote hinzu. Dazu werden vorab Flaggen im FTP-Verzeichnis auf den Server geladen und diese nun in der Datei rechts neben der Suchleiste verlinkt. Anschließend erhalten die verlinkten Flaggen-Symbole im CSS einen Hover-Effekt, sodass die zunächst grauen Flaggen beim Überfahren mit der Maus in Farbe erscheinen. Anschließend steht das Styling der Suchleiste an. Diese erhält im CSS einen transparenten Hintergrund und einen

Rahmen im Standard-Gelbton, Gleiches gilt für die Schriftfarbe. In der PHP-Datei entferne ich außerdem das Lupen-Symbol, da bereits durch die Beschriftung „Suchen...“ dem User die Funktion des Feldes bekannt ist. Im letzten Formatierungsschritt des Kopfbereichs wird die Navigationsliste angepasst. Diese ordne ich zunächst in der php-Datei der Class „Header-Content“ zu, damit alle im Kopfbereich verwendeten Elemente (Logo, Sprachen, Suchfeld und Navigationsleiste) dieser Klasse angehören und voneinander abhängig angeordnet werden können. So sitzt das Logo mit der Float-Left-Funktion am linken Rand, während sich das Suchfeld durch ein Float-Right am rechten Rand anordnet. Das Sprachenfeld wird durch ein Float-Right neben das Suchfeld positioniert, während die Navigationsliste ohne Float-Funktion seitlich des Logos erscheint. Dies sorgt für eine klare Struktur und verhindert auf diese Weise ein Überdecken der Elemente. Die Navigationsliste muss nun noch gestylt werden. Zunächst wird der vorgegebene Hintergrund entfernt, damit die Liste den Kopf-Hintergrund annimmt. Die gesamte Navigationsliste dreht sich, denn sie soll den selben horizontalen Anstieg erhalten wie der Kopf-Hintergrund. Dazu erhält sie im CSS-Sheet die Funktion „Transform“ und eine Drehung um -4,5 Deg. Im letzten Style-Schritt wird die Schriftgröße der Navigationspunkte nach Platzmöglichkeit vergrößert und letztlich auf 22 Pixel festgelegt. Die Navigationspunkte bekommen außerdem die Funktion, als aktiv ausgewählte Punkte denselben Gelbton beizubehalten, der auch als Hover-Effekt eingestellt ist. Dadurch soll der User eine zusätzliche Orientierungshilfe erhalten, weiß er doch auf diese Weise, in welchem Bereich der Navigationsleiste er sich aktuell befindet.

5.5.1.2 Content-Bereich

Nachdem der Kopfbereich angepasst ist, wird im nächsten Schritt der Content-Bereich als der Bereich zwischen Kopf- und Fußbereich, dem Planungsentwurf entsprechend bearbeitet. Im ersten Schritt bearbeite ich die linke Spalte mit der Class „Content“ und stelle deren Hintergrund im CSS-Sheet von Weiß auf Transparent, sodass der Bereich außerhalb der Teaser-Boxen den Seitenhintergrund annimmt. Im folgenden Schritt wird auch der Hintergrund der Teaser-Boxen im Bereich „Aktuelles“ und „weitere News“ der Layout-Vorlage angepasst und schwarz eingefärbt. Anschließend erhält der Box-Titel des Aufmachers im CSS einen neuen Style und Aufbau: die Schriftgröße wird der Vorgabe von bvb.de entsprechend auf 37 Pixel

vergrößert, der verlangte Abtrennbalken mit einen acht Pixel breiten Rahmen unter der Beschriftung dargestellt und die vorgegebene Linie rechts neben der Schrift entfernt.

Anschließend wird die erste Kategorie-Box bearbeitet. Standardmäßig steht die Überschrift neben dem 240 Pixel breiten Artikelbild, unterhalb das Erscheinungsdatum und darunter wiederum der Artikel-Vorspann. Für die FA-Website wird die Box jedoch umgestaltet. Der Bereich des Artikelbilds wird in der PHP-Datei über die Überschrift angeordnet und anschließend im CSS der Breite der gesamten Box auf 660 Pixel angepasst. Da die Box für alle in ihr befindlichen Elemente einen Innenabstand von 10 Pixeln ausweist, wird das Bild in einer Breite von 640 Pixeln ausgegeben. Um ein passendes Bildformat zu gewährleisten, passe ich die Bildhöhe auf 315 Pixel. So erscheint das Bild im Verhältnis von 2:1 Die Überschrift wird in PHP unter das Bild gesetzt und anschließend in CSS den Farb- und Schriftgrößenplanungen entsprechend angepasst. Der Vorspann-Text wird den Planungen entsprechend in Weiß und der Schriftart Verdana gehalten, die „Mehr Lesen“-Zeile als Link im vorgesehenen Gelbton gekennzeichnet, das Erscheinungsdatum gefettet.

Im folgenden Schritt geht es um die Gestaltung der zweiten Artikel-Box. Zunächst wird dazu der Titel den oben genannten Angaben der Aufmacher-Box auf 37 Pixel Schriftgröße und acht Pixel Unterstrich angepasst. Die Überschrift setze ich in PHP von oberhalb des Artikel-Bilds neben das Bild und über den Anreißer-Text. Das Teaser-Bild wird im CSS-Stylesheet von 150 auf 180 Pixel Breite vergrößert, außerdem der Abstand zwischen Bild und Text um fünf Pixel unterhalb des Bildes angepasst, um den User einen angenehmeren Lesefluss zu verschaffen. Abschließend werden die Schriftgrößen und Farben angepasst.

Im abschließenden Schritt für den linken Content Bereich wird die Archivbox erstellt. Dafür wird das Sahifa-Template für die sogenannte Scrollbox verwendet und diese entsprechend in PHP und CSS umgestaltet. Anders als in ihrer eigentlichen Funktion soll die Box nicht mehrere Teaser-Texte anzeigen, sondern lediglich den festgelegten Titel „Archiv“ samt einer Verlinkung auf die entsprechende „Archiv“-Seite, das Ganze durch den bekannten schwarzen Box-Hintergrund umrahmt. Um dies zu erreichen,

wird in der Datei „home-cat-scroll.php“ jeglicher Inhalt der Klasse „cat-box-content“ gelöscht und lediglich die Verlinkung und ihr Titel eingefügt. Anschließend erhält die oben genannte Klasse im CSS-Sheet die Gestaltung mit dem schwarzen Hintergrund. Durch diesen Vorgang wird zum einen die ursprünglich vorgesehene Überschrift über der Box und zum anderen das Listen-Format genommen, welches in der eigentlich vorgesehenen Funktion bis zu zwölf Teaser-Texte einer festgelegten Kategorie angezeigt hätte. Durch diesen Vorgang erspare ich mir die Erstellung einer neuen Funktion und ihre Integration ins Sahifa-Theme. Stattdessen funktioniere ich ein bereits vorhandenes Template den Anforderungen entsprechend um und positioniere es über das Wordpress-Backend in den Theme-Einstellungen an der gewünschten Stelle.

In der linken Spalte des Content-Bereichs muss ebenfalls umgestaltet werden. Auch hier wird zunächst der Spalten-Titel den Planungen entsprechend angepasst. Dadurch stehen nun die Spalten-Titel der rechten und linken Spalte wie geplant auf einer Höhe. Anschließend geht es an die Veränderungen der einzelnen Widgets. Hier wird zunächst im Wordpress-Backend jedem Widget ein Titel verliehen, der anschließend im CSS wie geplant mit einer weißen Schrift auf grauem Hintergrund erscheint. Außerdem werden die Linkfarben der Planung entsprechend gestaltet und die Social Media-Icons per Photoshop und FTP ausgetauscht. So werden die Standard-Icons über das Bildbearbeitungsprogramm ausgeschnitten und neu eingefärbt und anschließend im FTP-Ordner „Widgets“ neu hochgeladen.

5.5.1.2 Fußbereich

Über das Backend sind für den Fußbereich zwei Spalten als Layout-Vorgabe vorgesehen. Deren Inhalte werden per HTML im Menü-Bereich „Widgets“ bestimmt. Auf der FA-Website lege ich für den linken Bereich des Footers ein DIV mit der ID „Unterstützer“ an und füge anschließend in einer Liste die verlinkten Grafiken der FA-Sponsoren hinzu. Diese Liste muss nun per CSS formatiert werden, liegen die Logos standardmäßig untereinander und sollen horizontal angeordnet werden. Dafür erhält jedes Logo die Anweisung „margin:0 auto“, außerdem wird den schwarz-weiß gehaltenen Logos per Hover-Effekt eine Farbversion hinzugefügt. Identisch läuft der Vorgang für die rechte Spalte im Fußbereich, in der die Kontakt- und Impressumseite angezeigt werden. Auch hier wird der Inhalt durch Widgets erzeugt

und die erstellte Liste anschließend in CSS horizontal angeordnet. Außerdem erhalten die Verlinkungen per Hover-Effekt einen dunkleren Gelbton, fährt der User mit der Maus über sie.

Eine Besonderheit stellt der Fußbereich jedoch für das Responsive Design dar. Die regulär für den Hintergrund im Fußbereich verwendete Balkengrafik ist lediglich 220 Pixel hoch, für schmalere Bildschirme soll der Fußbereich jedoch bis zu 400 Pixel hoch sein, um alle Elemente vertikal anordnen zu können. Dazu wird dem Stylebereich jeder responsiven Variante eine neue Hintergrundgrafik mit entsprechend angepasster Höhe hinzugefügt.

5.5.2 Optimierung von Beitrags-, Haupt- und Unterseiten

Nachdem das Layout der Start-, Haupt- und Unterseiten angepasst wurde, muss nun noch das Layout für Artikel- und Seitentexte optimiert werden. Zunächst wird der Brotkrümelpfad in seiner Schriftgröße und Linkfarbe angepasst. Diese Formatierung unter der ID „Crumbs“ wirkt sich auch auf die Darstellung auf Haupt- und Unterseiten aus. Den Abstand zum Content-Bereich der linken Spalte gleiche ich in der Höhe so an, dass die Teaser-Box und der Balken des Sidebar-Titels bündig verlaufen.

Anschließend wird das Artikel-Layout angepasst. Als erster Schritt wird dazu sowohl im Seiten-Template `page.php` als auch im Artikel-Template `single.php` das Kommentarfeld entfernt, da für die FA-Website keine Kommentarfunktion vorgesehen ist. Sahifa bietet standardmäßig eine Auswahlmöglichkeit für die Layout-Breite. So kann der Artikel-Ersteller entscheiden, ob der Text über die gesamte Box-Breite verlaufen, oder eine Sidebar rechts oder links der Artikel-Box angeordnet werden soll. Diese Möglichkeit nutze ich zum Festlegen der Seiten- und Artikelbreite. Standardmäßig ist eine rechte Sidebar vorgesehen, dieser Standard lässt sich nicht in die gewünschte volle Seitenbreite umstellen, also muss dies über das PHP-Template manuell erfolgen. Dazu erhalten beide Templates eine neue Klasse. Im Fall des Beitrags heißt diese „content-artikel“, Seitentexte erhalten die Klasse „page-content“, beide Klassen bekommen im CSS die Breite 100% zugewiesen und nehmen dadurch die gesamte sich bietende Breite ein. Anschließend werden der Layout-Planung entsprechend die Schriftfarbe weiß und Links gelb gestylt. Bilder im Text erhalten einen Standard-Außenabstand von `margin: 5px, 30px, 15px und 0px`. In der

Backend-Einstellung des Themes wird standardmäßig ein Artikelbild für den Kopfbereich des Artikels festgelegt, das sich in der Breite dem Fließtext anordnet und maximal 460 Pixel hoch ist, um beim Aufrufen des Artikels nicht den gesamten Bildschirm einzunehmen und dadurch allzu wuchtig zu wirken. Außerdem stellen 460 Pixel bei einer Bildbreite von 940 Pixeln ein angenehmes Verhältnis da.

Zwei Unterschiede gibt es in den zusätzlich optimierten Funktionen von Beitrag und Seite. Während in Artikeln durch eine PHP-Formatierung in der single.php-Datei zusätzlich das Erscheinungs- und Aktualisierungsdatum über dem Artikelbild erscheint, fällt diese Funktion auf Seiten weg. Seiten nehmen auf der FA-Website die Funktion von Fließtexten ohne Erscheinungsrelevanz ein, was bedeutet, das Datum spielt für den Leser des Textes keine Rolle, da sein Inhalt zeitunabhängig gültig ist. Eine weitere Änderung gibt es im „zurück“-Button, der für jeden Artikel durch eine PHP-Formatierung in der single.php eingebaut ist. Dieser Button führt den User vom Artikel zurück zur Kategorie-Seite, der er zugeordnete ist. Dies geschieht durch die Funktion:

```
<?php foreach((get_the_category()) as $category) {  
echo '<a class="back_button" href="'.get_category_link($category->cat_ID)."  
title="Link zu Kategorie ' . $category->cat_name.'" />  
Zurück zu: ' . $category->cat_name.' </a> <br/>'; } ?>
```

Für untergeordnete Seiten wird in der page.php-Datei eine ähnliche Funktion eingerichtet. Sie führt den User auf die jeweils übergeordnete Seite zurück. Dies erfolgt durch die Funktion:

```
<?php if($post->post_parent) { $parent = $wpdb->get_row("SELECT post_title  
FROM $wpdb->posts WHERE ID = $post->post_parent");  
$parent_link = get_permalink($post->post_parent); ?>  
<a class="back_button" href="<?php echo $parent_link; ?>">Zurück zu: <?php  
echo $parent->post_title; ?></a> <?php } ?>.
```

Das Ergebnis für den User ist letztlich das Gleiche: er gelangt durch einen verlinkten Button, der in CSS durch die Klasse *back_button* gestylt wurde, zurück zur übergeordneten Seite und kann somit simpel vom Artikel-Text zurück zur Übersichtsseite gelangen.

5.5.3 Umgestaltung der 404 Error-Seite

Nicht immer verwenden User die richtigen URLs oder es schleichen sich Fehler in der Verlinkung von Inhalten ein. In diesen Fällen gelangt der User auf eine Fehler-Seite. Das Sahifa-Theme sieht für diese Fehlerseiten die Auflistung einer Sitemap mit allen veröffentlichten Website-Seiten vor. Die Sitemap wird in der 404.php entfernt, da der User die zentralen Hauptseiten der Website unmittelbar über der 404-Seite in der Navigation angezeigt bekommt. Stattdessen bekommt der User durch das Hinzufügen der php-Funktion ein großes Suchfeld und den Erklärungstext „Entschuldigung, aber die angeforderte Seite konnte nicht gefunden werden. Vielleicht hilft die Suche“ angezeigt. Dadurch wird die 404-Seite übersichtlich gehalten und hilft dem User bei seinem Versuch bestimmte Inhalte der Website aufzurufen.

5.5.4 Anpassungen für ältere Browser-Modelle

Ältere Browser wie der Internet-Explorer 7 haben Probleme in der Darstellung der Transform-Formatierung im CSS. In diesen älteren Web-Browsern wird die horizontal ansteigende Navigationsleiste nicht ansteigend, sondern flach angeordnet. Dies überschneidet sich mit der Hintergrund-Grafik, die ebenfalls um neun Grad horizontal ansteigt. Für ältere Browser-Modelle wurde daher nach Vorbild der bvb.de-Website ein neues Hintergrundbild für den Kopfbereich eingefügt, das keine Ansteigung, sondern lediglich ein Rechteck darstellt. Durch diese Anpassung sollen fehlerhafte Darstellungen in älteren Web-Browsern vorgegriffen werden.

Außerdem wird mit der Schriftart DinBold kein Standard-Schrifttyp genutzt, der von allen Browsern unterstützt wird. Um die Schrift dennoch in allen Browsern darzustellen, bietet CSS die Funktion `@font-face`, mit der Schrifttypen in Browsern automatisch geladen werden. DinBold ist auf dem Server hochgeladen und mit der `@font-face`-Funktion im CSS-Stylesheet für alle von Browsern unterstützten Formate (Embedded Open Type (eot), Web Open Font Format (woff), Scalable Vector Graphics (svg), OpenType Fonts (otf) und TrueType (tff)) verlinkt.

6. Neu generierte und übernommene Inhalte

Knapp 800 Beiträge umfasst die Website der BVB | Fan- und Förderabteilung. Für den Relaunch wurde der größte Teil dieser Artikel von der Vorgängerseite übernommen und nach und nach dem aktuellen Layout angepasst. Für die Start- und Hauptseite wurden für den Relaunch jedoch zahlreiche Inhalte neu erstellt.

6.1 Übernommene Artikel- und Bild-Inhalte

Das Archiv umfasst aktuell rund 750 Texte. Diese habe ich aus dem bisherigen CMS exportiert und in Wordpress in der Kategorie „Archiv“ importiert. Der Impressumstext wurde übernommen und die dort angegebenen Verantwortlichen aktualisiert. Auch Texte von der Start- und den Hauptseiten der bisherigen FA-Website finden sich im Relaunch-Projekt wieder. So sind bis auf eine Ausnahme alle Texte der momentanen Startseite auch auf der Vorgänger-Site zu finden. Auf der Hauptseite „Fanabteilung“ sind die textlichen Inhalte, mit Ausnahme des Textes „Aufbau und Organisation“, von der gleichnamigen Kategorie der alten Website übernommen. Unter „Fan-Informationen“ sind die Texte zu „Auswärtsinformationen“, „Unser Stadion“, „Fan-Organisationen“ und „Fanprojekt Dortmund“ weitgehend übernommen. Auf der Seite „Projekte“ sind alle Texte von der vorherigen Website beibehalten und nur gegebenenfalls durch Ansprechpartner und gegenwärtige Bilder aktualisiert worden. Unter „Medien“ sind sowohl die dort aufgelisteten Stellungnahmen, Kolumnen und Fanomenal-Berichte der alten Website entnommen, lediglich die Teaser-Texte und Bebilderung sind überarbeitet. Gleiches gilt für die Sidebar-Seite „Pressekontakt“. Für die Sprach-Angebote übersetzen externe Helfer die polnischen, türkischen, spanischen und japanischen Texte, die deutsche Vorlage und die englische Übersetzung sind neu durch mich im Rahmen des Relaunch-Projekts entstanden.

6.2 Neu erstellte Artikel- und Bild-Inhalte

Wie eingangs des Kapitels erwähnt, wurden für das Relaunch-Projekte für einen Großteil der Seiten neue Inhalte generiert. Die Flaggen im Kopf- und die Sponsorengrafiken im Fußbereich sind manuell in Photoshop bearbeitet und den Layout-Planungen der Website angepasst. Außerdem wurden sämtliche verlinkte Grafiken in den Sidebars manuell in Photoshop erstellt.

Auf der Startseite werden in einem ausführlichen Text die Funktionen der neuen Website erklärt, das Teaser-Foto dazu wurde mit Photoshop neu angefertigt und zusätzlich gibt es ein kurzes Video, das durch die Website führt. Außerdem ist das Kontaktformular neu entwickelt worden. Auf der Seite „Fanabteilung“ wurde der Text „Aufbau und Organisation“ ausführlich aktualisiert und durch eine selbst eingerichtete Grafik bereichert. Zusätzlich sind die Artikel „Abteilungsleitung“ und „Vorstand“ komplett umkonstruiert, die aktuell dort abgebildeten Fotos und Texte dienen zurzeit lediglich als Platzhalter. Nach den kommenden Vorstandswahlen am 3. Februar wird der Bereich auch inhaltlich überarbeitet. Unter „Fan-Informationen“ erhält der Text „Auswärtsinformationen“ eine von mir gestaltete interaktive Google Map, die Fan-Informationen zu allen Auswärtsgegnern bereithält. Das Teaserbild wurde auf Grundlage dieser Karte neu entworfen. Zusätzlich sind weitere Informationen in Form von Texten im weiteren Artikelverlauf verlinkt, deren Inhalte sind von der Vorgänger-Website übernommen.

Eigens für die neue Website geschrieben sind die Texte „Fan-Rat“ und „Fanhaus“, zwei Thematiken, die auf der alten Seite nicht vorhanden sind. Für den Beitrag „Fanbeauftragte“ wurde eine Slideshow entwickelt und integriert, die kurzen textlichen Inhalte sind redigiert. Der Text zum „Fanprojekt Dortmund“ wurde lediglich durch aktuelle Fotos und Kontaktinformationen ergänzt. Die Hauptseite „Projekte“ enthält leicht modifizierte Texte und Bilder, jedoch keinerlei inhaltliche Eigenarbeit, die ausschließlich für den Relaunch angefertigt wurde. Im letzten Bereich der Website wurden die Teaserbilder für „Stellungnahmen“ und „Kolumnen“ per Photoshop neu geschaffen. Das Fotoportal wurde komplett überarbeitet. Aus Speicherplatz-Gründen auf dem aktuellen Server sind bislang lediglich beispielhafte Teile vom gesamten Umfang des FA-Fotoportals zu sehen. Die Auswahl reicht

jedoch, um den Aufbau und alle Funktionen der Fotoseiten zu erkennen. Zuletzt wurden für die Sidebar-Bereiche die Seiten Download, Pressekontakt, Termine und Mitgliedsantrag neu verfasst. Letztere wurde als PDF eingerichtet und mit Hilfe des Programms Adobe Acrobat Pro als aktives Formular gestaltet. Der Antrag kann nun vom User noch im Browserfenster ausgefüllt und anschließend ausgedruckt werden, sodass Interessierte künftig noch leichter Mitglied der BVB | Fan- und Förderabteilung und somit des BVBs werden können.

7. Fazit

Ziel des Projekts war die Konzeption und praktische Umsetzung eines Website-Relaunchs für die BVB | Fan- und Förderabteilung. Das entstandene Arbeitsergebnis wurde in drei Projektphasen entwickelt: zunächst galt es, die Bedürfnisse des Auftraggebers und seiner Zielgruppe zu analysieren. Diese Analyseergebnisse mussten theoretisch in einem Gestaltungs- und Inhaltskonzept abgebildet werden. Auf Grundlage dieses Konzepts erfolgte in der letzten Phase die praktische Umsetzung mit dem Content Management System Wordpress und dem dazugehörigen Theme Sahifa. Bei der Konzeption und Umsetzung war es wichtig, den Vorgaben hinsichtlich des Corporate Designs von Borussia Dortmund und dem User-Nutzungsverhalten in Form von zunehmend mobilen Aufrufen der Website gerecht zu werden. Diese Vorgaben konnte ich durch den Austausch notwendiger Dateien und der Auswahl einer geeigneten Formatierungsvorlage in Form des Wordpress-Themes umsetzen.

Schwierigkeiten bereitete hingegen die Anpassung der Website an ältere Browsermodelle, da die verwendete Schriftart keine standardisierte Browserschriftart darstellt. Ebenso kann die horizontal ansteigende Navigationsliste von älteren Browsern nicht wiedergegeben werden. Letztlich ist nicht auszuschließen, dass ein kleiner Teil der User durch ältere Web-Browser, wie dem Internet Explorer 6 oder älter, Schwierigkeiten bei der Darstellung der Website haben wird. Diesem Problem soll durch die Verwendung eines spezifischen Plugins und Formatierungen im CSS-Stylesheet vorgegriffen werden. Eine weitere Komplikation lag in der nutzungsgerechten Einstellung des Backends als Content Management System zur

Verwaltung mehrere hundert Fotos und Artikel. Dies ließ sich letztlich dank der zahlreichen Erweiterungsprogramme lösen.

Abschließend stelle ich fest, dass diese beiden Problemfelder nach der Umsetzung des Relaunchs auf einer noch nicht der Öffentlichkeit zugänglichen Website die einzigen größeren Erschwernisse bei der Umsetzung waren. Beim Vergleich der theoretischen Planungen mit dem praktischen Arbeitsergebnis lässt sich eine sehr hohe Umsetzungsrate bilanzieren, mit der alle Beteiligten zufrieden sind. Der dafür notwendige Umfang der Gestaltungs- und Formatierungsarbeit mündet letztlich in zahlreichen Verbesserungen für den Webauftritt der Fan- und Förderabteilung, die ab Februar auch der Öffentlichkeit zugänglich gemacht werden können.

Literaturverzeichnis

- Burk, H.** (kein Datum). *wp-cms-system.de*. Abgerufen am 2.1.2014.
Titel: statische Seiten
<http://wp-cms-system.de/der-anfang/strategische-ueberlegungen/statische-seiten/>
- Bucher, S.** (25. 2 2003). *stefanbucher.net*. Abgerufen am 5.1.2014
Titel: Konzept einer Website
<http://www.stefanbucher.net/tutorial/website/#inhalt>
- Böttcher, S.** (26. 4 2013). *weblarus.de*. Abgerufen am 6.1.2014
Titel: Was ist Wordpress
<http://www.weblarus.de/blog/webentwicklung/was-ist-wordpress-155/>
- Can I use - CSS 3 Transforms?** (kein Datum). *caniuse.com*. Abgerufen am 2.1.2014
Titel: Can I use - CSS 3 Transform?
<http://caniuse.com/transforms2d>
- Gieron, M.** (kein Datum). *www.diagnoseo.de*. Abgerufen am 4. 1 2014 von Wie werden Webseiten für das iPhone optimiert?:
<http://www.diagnoseo.de/artikel/webseiten-fuer-iphone-optimieren.html>
- Hellbusch, J. E.** (2012). *barrierefreies-webdesign.de*. Abgerufen am 4.1.2014
Titel: Minimale Schriftgrößen für das Web
<http://www.barrierefreies-webdesign.de/knowhow/textvergroesserung/mindestschriftgroesse.html>
- Nielsen, H. L. Jakob und Loranger, Hoa** (2008). *Web Usability: Deutsche Ausgabe*. München: Pearson Deutschland GmbH.
- Müller, C.** (30. 06 2014). *die-barrierefreie-website.de*. Abgerufen am 4.1.2014
Titel: Farben im Webdesign
<http://www.die-barrierefreie-website.de/grundlagen/farbwirkung-und-farbklang.html>
- Pahlke KunstWebDesign.** (kein Datum). Abgerufen am 4.1.2014
Titel: Das I ist ein I ist ein...
<http://www.pahlke-kunstwebdesign.de/artikel/typographie.html>
- Sauer, M.** (2010). *Blogs, Video & Online-Journalismus*. Köln: O'Reilly.
- Sauer, M.** (2013). *Das Wordpressbuch*. Köln: O'Reilly Verlag.
- Scholz, T.** (02. 02 2010). *toscho.de*. Abgerufen am 4.12014
Titel: Webdesign fürs iPad
<http://toscho.de/2010/webdesign-fuers-ipad/>
- SEO-united.de.** (kein Datum). *Seo-United.de*. Abgerufen am 5.1.2014
Titel: Seitenaufbau u. Menü
<http://www.seo-united.de/onpage-optimierung/seitenaufbau-menu.html>

Soyter, T. (2014). *webmasterpro*. Abgerufen am 4.1.2014
Titel: 5. Durchschuss und Zeilenabstand - den richtigen Abstand haben
<http://www.webmasterpro.de/design/article/typografie-12-wichtige-grundlagen-fuer-den-richtigen-einsatz-von-schriften.html>

wendweb.de (kein Datum). *responsive-webdesign.mobi*. Abgerufen am 4.1.2014.
Titel: Was ist Responsive Webdesign
<http://www.responsive-webdesign.mobi/>

Wordpress. (kein Datum). *dokupress.de*. Abgerufen am 6.1.2014
Titel: 5 Minuten Installation
<http://dokupress.de/wordpress-benutzerhandbuch/installation/neue-installation/datenbank-verbinding/5-minuten-installation/>

Wordpress. (kein Datum). *wordpress.org*. Abgerufen am 7.1.2014
Titel: NextGEN Gallery
<http://wordpress.org/plugins/nextgen-gallery/>

Zogalla, J. (22.11. 2009). *ranking-check.de*. Abgerufen am 5.1.2014.
Titel: Seo Sunday - Die richtige URL-Struktur
<http://www.ranking-check.de/blog/seo-sunday-die-richtige-url-struktur/>