

Mambo

Websites organisieren und gestalten
mit dem Open Source-CMS





3 Ein Rundgang durch Ihre neue Homepage

Nachdem Sie nun Ihre Homepage installiert und vorsichtig erkundet haben, können wir uns das Ergebnis gemeinsam ansehen. Auf den ersten Blick sehen diese Seiten ein wenig verwirrend aus. Grundsätzlich teilen sie sich in ein Frontend und ein Backend. Das Frontend sieht der Kunde, der Websurfer und das Backend nur die Mitarbeiter, bzw. Administratoren.

3.1 Frontend

Wenn Sie sich ein wenig Zeit nehmen, werden Sie feststellen, dass viele verschiedene Funktionen in die Seite integriert sind.

Um eine bessere Übersicht zu erhalten, habe ich die Bereiche auf der Seite markiert und beschriftet (Abbildung 3.1).

Die Kunst des Webdesigns besteht jetzt darin, die für Ihre Homepage wichtigen Elemente zu erkennen, die unwichtigen wegzulassen und alles in einer für den Benutzer logischen, schnell überschaubaren und ansehnlichen Form darzustellen. Das Ergebnis ist immer ein Kompromiss aus Funktionsvielfalt und Gestaltung.

Vom Aufbau her erinnert diese Struktur an eine Tageszeitung oder eine Portalseite wie Yahoo! oder Freenet. Es gibt Kästen links und rechts mit genau definierten Inhalten. In der Mitte stehen Nachrichten.

Das Layout der Seite bestimmt ein so genanntes *Template*. Templates sind austausch- und änderbar, das heißt, sie können die gleichen Inhalte in verschiedenen Layouts anzeigen. Jede Tageszeitung würde Sie um diese Möglichkeit beneiden.



Abbildung 3.1: Struktur der Beispiel-Homepage

Gehen wir das Beispiellayout mal genauer durch. Es gibt vier verschiedene Kategorien von Bereichen auf der Seite:

- Menüs
- Funktionen
- Inhalte
- Dekorative Elemente

3.1.1 Menüs

Menüs sollen dem Benutzer die Navigation in der Seite so leicht wie möglich machen. Für verschiedene Aufgaben gibt es verschiedene Menüs. Mambo hat in den Beispieldaten vier Menüarten vordefiniert. Sie können beliebig viele weitere Menüs hinzufügen. Das vierte Menü wird in unserem Beispiel übrigens nicht gezeigt. Es handelt sich um das so genannte *Usermenu*, das der registrierte Benutzer sieht, nachdem er sich eingeloggt hat.

Oberes Menü



Abbildung 3.2: Top Menu

Das obere Menü heißt in Mambo *Top Menu* (Abbildung). Es befindet sich möglichst weit oben und soll dem Benutzer einen Schnellaufgriff auf die wichtigsten Inhalte der Seite geben. In Deutschland stehen in solchen Menüs oft die Begriffe *Produkte, Kontakt, Impressum*.

Hauptmenü

Das Hauptmenü (*Main Menu*) ist der zentrale Navigationspunkt der Seite (Abbildung 3.3). Hier sollte es immer eine Möglichkeit geben, wieder auf die erste Seite zurückzukommen. Das Menü sollte auf jeder Seite der Homepage an genau derselben Stelle wieder erscheinen. Das Hauptmenü ist ein wichtiger Orientierungspunkt für den Benutzer.

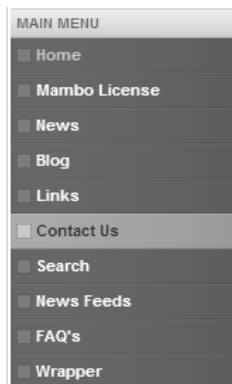


Abbildung 3.3: Hauptmenü

Zusätzliches Menü

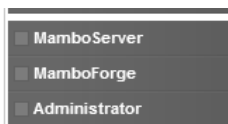


Abbildung 3.4: Zusätzliches Menü

Ein zusätzliches Menü (*Other Menu*) kann an verschiedenen Stellen auftauchen (Modulpositionen). Abhängig vom Inhalt und Kontext der Seite kann es sinnvoll sein, zusätzliche Menüpunkte anzubieten, beispielsweise in einer Shopkomponente.

3.1.2 Inhalte

Da sind sie endlich. Die Inhalte! Der Content, den wir *managen* wollen.

Was ist Inhalt?

Inhalt kann eine Nachricht sein, ein redaktionell bearbeiteter Artikel, eine statische Seite mit Erklärungen. Inhalt kann auch eine dynamische Linkliste¹ sein, ein Shop² oder ein Flohmarkt³.

Inhalt kann auch etwas völlig Dynamisches, für jeden offenes sein. Die freie Enzyklopädie Wikipedia⁴ beispielsweise benutzt zur Verwaltung ihrer Inhalte ein System, das es jedem erlaubt, die Inhalte zu ändern. Diese spezielle Form der Inhaltsverwaltung nennt sich Wiki⁵. Jeder darf die Inhalte verändern und sogar löschen. Es funktioniert bisher erstaunlich gut.

Das Gegenteil von Wikis sind statische Inhalte, die einmal geschrieben, für eine lange Zeit Gültigkeit haben. Dieses Buch beispielsweise. Es wird in Bezug auf die Versionsnummern der behandelten Software veralten, bietet aber den Vorteil, dass es das Thema umfassend im Zusammenhang erklärt und beleuchtet. Ich erzeuge Inhalte in einer bestimmten Form und betreibe somit auch eine Form von Content Management.

Prospekte, Flyer, Aufkleber, Geschäftsberichte, Betriebsanleitungen sind ebenfalls meist statischer Natur. Sie werden für ein bestimmtes Ereignis erstellt und sind dann irgendwann veraltet oder auch schlicht falsch.

Viele ältere Homepages bestehen ausschließlich aus statischen Elementen. Im Internet ticken die Uhren jedoch ein wenig schneller. Was bei Büchern, Prospekten, u. Ä. wohlwollend toleriert wird (schließlich kann ich z.B. das Buch auch am Strand und in der U-Bahn lesen) wird von Homepage Besuchern als Mangel empfunden. Für das Image Ihrer Firma gibt es vermutlich nichts Schlimmeres als eine 4 Jahre alte, statische Homepage auf der auch noch ein »powered by ...«-Button prangt, der auf eine hoffnungslose veraltete Software hinweist.

Die Präsentationsmöglichkeiten von Inhalten sind unerschöpflich. Sie hängen vom verfügbaren Endgerät, der verfügbaren Bandbreite und vielen anderen Dingen ab, die wiederum abhängig vom Benutzer sind. Der Empfänger der Nachricht spielt eine zunehmend wichtigere Rolle. Wer ist eigentlich Ihre Zielgruppe?

Es gibt eine Binsenweisheit, die lautet:

Content ist King!

1 <http://www.google.de/>

2 <http://www.dell.de/>

3 <http://www.ebay.de/>

4 <http://www.wikipedia.de/>

5 <http://de.wikipedia.org/wiki/Wiki/>

Auf den Inhalt kommt es an. Jede Webagentur würde jetzt vermutlich milde lächeln und sich an die tägliche Arbeit zur nächsten Website machen. Millionenschwere Werbeetats für Produkte wie Tiefkühlspinat oder Bier sind der beste Beweis dafür, dass eine erfolgreiche Kommunikation auch ohne speziellen Inhalt funktioniert.

Grundsätzlich ist die Aussage, dass der Inhalt das Entscheidende ist, aber richtig. Wenn Sie nichts zu sagen oder anzubieten haben, wird niemand Ihnen freiwillig zuhören. Da Sie vermutlich keinen millionenschweren Werbeetat haben, können Sie die Menschen auch nicht dazu zwingen. Inhaltsleere Seiten können noch so schön auf noch so vielen Endgeräten zur Verfügung stehen. Kein Mensch wird sie freiwillig besuchen.



Hinweis

Überlegen Sie sich die Inhalte Ihrer Seite genau! Jeder, wirklich jeder auf der Welt kann sie lesen und im Zweifel gegen Sie verwenden. Sie können Opfer von Abmahnungsanwälten oder enttäuschten Kollegen oder anderen unangenehmen Dingen werden.⁶

Auf der anderen Seite ist das natürlich auch ein unschlagbarer Vorteil: Jeder auf der Welt kann Ihre Inhalte lesen, seine Meinung dazu sagen und mit Ihnen Kontakt aufnehmen. Welch eine Chance!

Sie sollten sich beider Dinge bewusst sein, wenn Sie die Inhalte konzipieren.

Erste Seite/Frontpage

Inhalte werden auf der ersten Seite Ihrer Website angekündigt (Abbildung 3.5, nächste Seite).

Inhalte haben einen Autor, ein Erstellungsdatum, eine Überschrift, einen Aufmacher und vielleicht noch ein Bild. Der Aufmacher soll den Besucher neugierig machen und ihn dazu bringen, auf einen *read more ...*-Link zu klicken, um die gesamte Nachricht zu lesen.

Neueste Nachrichten/Am meisten gelesene Nachrichten

Die Nachricht kann jetzt in verschiedener Form angezeigt werden. Die Menschen interessieren sich meist dafür, was das *Neueste* ist und was *die Anderen* so lesen (Abbildung 3.6, nächste Seite).

Also hat unser Beispiellayout einen entsprechende Bereich, in dem immer die letzten fünf Nachrichten stehen, und einen weiteren mit den am meisten gelesenen Nachrichten. Dieser zweite Bereich wird möglich, weil Mambo sich jeden Aufruf einer Nachricht in der Datenbank merkt und die Zugriffe zählt.

⁶ <http://www.internetfallen.de/Homepagebetreiber/homepagebetreiber.html>

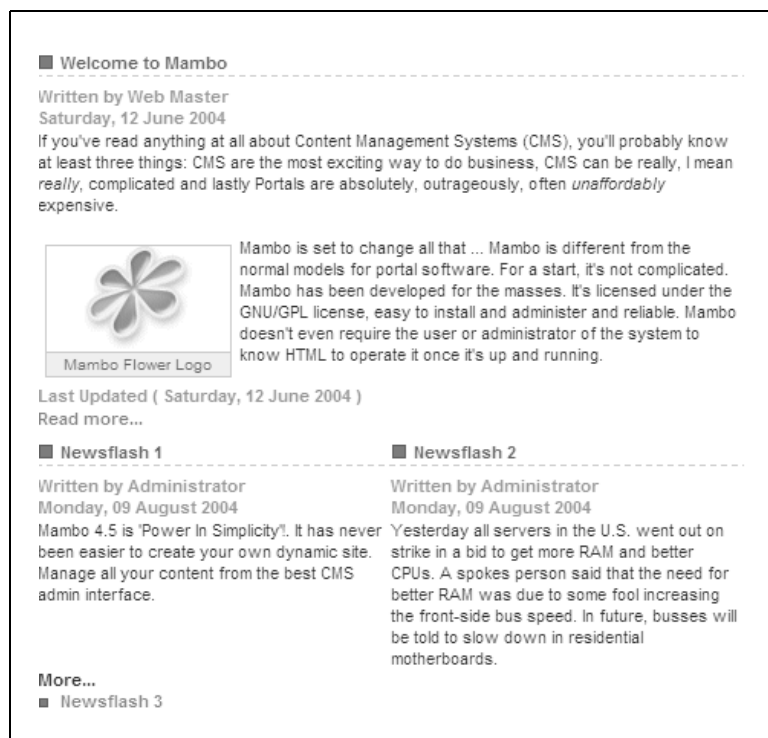


Abbildung 3.5: Frontpage

LATEST NEWS	POPULAR
■ Newsflash 1	■ Example FAQ Item 2
■ Newsflash 2	■ Example FAQ Item 1
■ Newsflash 3	■ Example News Item 4
■ Example News Item 2	■ Example News Item 1
■ Example News Item 1	■ Example News Item 2

Abbildung 3.6: Letzte Nachrichten/Am meisten gelesene Nachrichten

3.1.3 Werbung

Wenn Ihre Homepage beliebt ist und die Inhalte stimmen, können Sie Werbeplatz verkaufen. Werbeplatz bedeutet meist Bannerschaltungen. Banner sind kleine Grafiken im gif-, jpg-, png- oder swf-Format, die den Besucher dazu bringen sollen, durch einen Klick auf das Banner Ihre Homepage zu verlassen. Wenn Sie das wirklich wollen, suchen Sie sich einen Platz in Ihrem Layout und denken Sie daran, ihn als Werbung zu kennzeichnen.

Bannerbereich

Der Bannerbereich ist von der Größe her vorgegeben durch die gängigen Banner. In unserem Fall 468 * 60 Pixel (Abbildung 3.7).



Abbildung 3.7: Bannerbereich

3.1.4 Funktionen

Unter Funktionen versteht man Elemente, die benötigt werden, um Interaktivität zu ermöglichen. In Mambo werden diese Funktionen mit dem Begriff Modul bezeichnet. Ein Modul ist etwas, das auf der Webseite einen Platz einnimmt und eine bestimmte Funktion erfüllt.

Login-Bereich

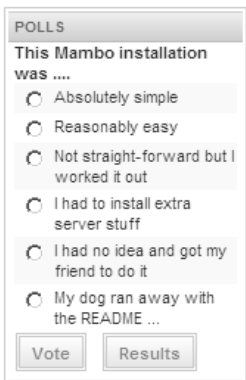
Ein Login-Modul ist wichtig, wenn Sie Ihre Homepage in einen öffentlichen und einen geschützten Bereich aufteilen wollen. Der Besucher muss dann die Möglichkeit haben, sich zu registrieren und anzumelden. Vielleicht vergisst er auch mal sein Passwort. Das Login-Modul sollte alle Situationen berücksichtigen können (Abbildung 3.8).

Abbildung 3.8: Login-Modul

Umfragen

Da es hier um Inhalte für gewisse Zielgruppen geht, sollten wir die Gruppe, die sich wirklich auf unserer Homepage bewegt, hin und wieder nach ihrer Meinung befragen. Das ist die einfachste Art, an verwertbare Meinungen über Ihre Homepage zu kommen.

Mambo hat eine Umfragekomponente integriert, deren Anzeigemodul sich auf der Beispielseite befindet (Abbildung 3.9).



POLLS

This Mambo installation was

- ☐ Absolutely simple
- ☐ Reasonably easy
- ☐ Not straight-forward but I worked it out
- ☐ I had to install extra server stuff
- ☐ I had no idea and got my friend to do it
- ☐ My dog ran away with the README ...

Abbildung 3.9: Umfrage-Modul

Wer ist online?

Dieses Modul geht klar in die Richtung Kommunikation, Community. Nachdem der Benutzer gesehen hat, welche Nachrichten neu und besonders beliebt sind, möchte er natürlich wissen, wer gerade noch so auf der Homepage unterwegs ist. In diesem Fall wird unterschieden zwischen Gästen und angemeldeten Benutzern (Abbildung 3.10).



Überlegen Sie sich gut, ob Sie solche Features auf Ihrer Homepage anbieten wollen. Wenn Sie im Inhalt behaupten, dass Sie die größte Klingelton-Community in Deutschland sind und sich auf Ihrer Homepage nur ein Gast tummelt, wirken Sie unglaubwürdig.

Wenn Sie dagegen wirklich ständig 10-20 Besucher und angemeldete Benutzer haben, so ist das ein gutes Mittel, um Dynamik zu demonstrieren.



WHO'S ONLINE

We have 1 guest online

Abbildung 3.10: Wer ist online?

Feeds

News-Feeds werden immer beliebter. Es sind standardisierte Sammlungen von Inhalten, die dann weiterverarbeitet werden können. Also gewissermaßen der Inhalt Ihrer Homepage ohne den Ballast der Webseite drumherum. Das Modul *Syndication* (Abbildung 3.11) bietet verschiedenste Feeds an. Mehr über diese Technik erfahren Sie in Abschnitt 4.7.7.

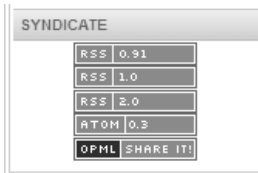


Abbildung 3.11: Syndication-Modul

Zurück

Ein kleines Wort mit einer großen Bedeutung und einer Riesenportion Benutzerfreundlichkeit. Nachdem man auf einen Link gedrückt hat, ist es manchmal gar nicht so einfach, wieder genau dahin zurückzukommen, wo man vorher war.



Abbildung 3.12: Zurück!

Der *Zurück* (BACK)-Button versucht genau das zu ermöglichen.

Suchfeld

Ähnlich wie der *Zurück*-Button ist auch das Suchfeld ganz wesentlich für die Benutzerfreundlichkeit einer Website. Viele Seiten haben Suchfelder. Oftmals durchsuchen die Programme hinter den Suchfelder aber eben nicht alle Inhalte der Seite. Bei Mambo ist das natürlich anders: Alle Seiten werden auch wirklich durchsucht.



Abbildung 3.13: Suchfeld

Sie können einen Suchbegriff eingeben und auf der Tastatur auf drücken. Das Ergebnis ist eine Trefferliste, bei der der gesuchte Begriff auch optisch hervorgehoben wird.

3.1.5 Dekorative Elemente

Nach so vielen Funktionen, Modulen und Inhalten stellt sich die Frage nach dem Design, der Corporate Identity, des *Look and Feel* der Homepage.

Ein Template stellt das Layout der Seite dar und wird wie eine Schablone über die Inhalte gelegt. Da sich weder über Geschmack noch Schönheit wirklich streiten lässt, gibt es die Möglichkeit, verschiedene Templates für denselben Inhalt zu erstellen. Beispielsweise könnte Ihre Homepage im Winter anders aussehen als im Sommer oder während der Fußballweltmeisterschaft das Fußball-Outfit haben⁷.

⁷ Kapitel 6 beschäftigt sich mit dem Erstellen eigener Templates.

Grundsätzlich besteht ein Template aus einem oder mehreren Logos, einer bestimmten Farbkombination, ausgewählten Schriftarten und -größen, sowie der möglichst geschickten Anordnung der zur Verfügung stehenden Inhalte. Im Beispieltemplate gibt es zwei Logos (Abbildung 3.14) und eine Fußzeile (Abbildung 3.15).



Abbildung 3.14: Logo 1, Logo 2

Copyright 2000 - 2005 Miro International Pty Ltd. All rights reserved.
Mambo is Free Software released under the GNU/GPL License.

Abbildung 3.15: Fußzeile

3.1.6 Aussichten

Nach diesem Rundgang und eigenen Erfahrungen beim Klicken können Sie vermutlich nachvollziehen, dass das Verwalten von Inhalten doch eine sehr anspruchsvolle Aufgabe darstellen kann. Wichtig ist dabei vor allem, nicht den Überblick zu verlieren.

3.2 Backend

Die Verwaltung der Seite findet im Backend mit dem Namen *Mambo Administration* statt. Sie erreichen die Mambo-Administration unter dem URL

`[Domainname]/administrator/`

Wenn Sie ebenfalls mit der lokalen Installation arbeiten, lautet der URL

`http://localhost/mambo/administrator/`

Melden Sie sich mit Ihrem *admin*-Benutzer an.

Die Benutzerdaten haben Sie bei der Installation im Webinstaller selbst festgelegt.

Sie sehen eine Oberfläche mit Menüs, Icons und Karteireitern. Ganz wie Sie das von der grafischen Benutzeroberflächen Ihres Betriebssystems gewohnt sind.

Die Sprache in Front- und Backend ist momentan noch Englisch. Für das Frontend gibt es deutsche Sprachdateien, das Backend dagegen ist derzeit nur in Englisch verfügbar. Das liegt daran, dass die Texte im Moment noch im Programm Quellcodes des Backends stehen.

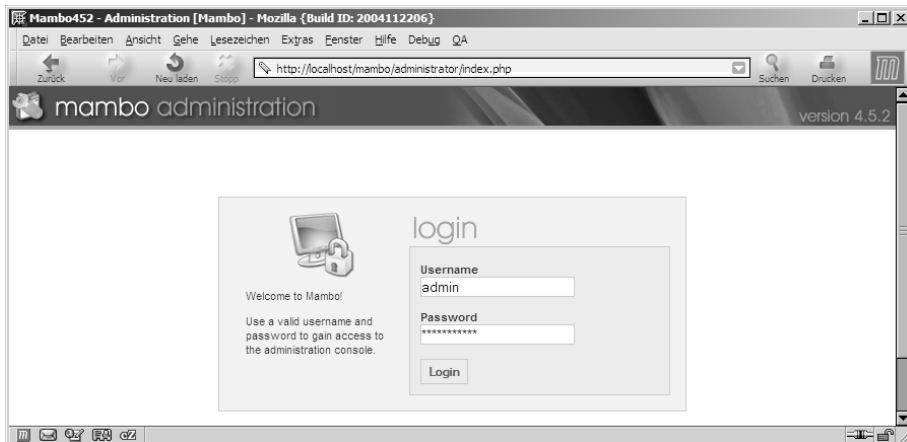


Abbildung 3.16: Mambo-Administration – Login

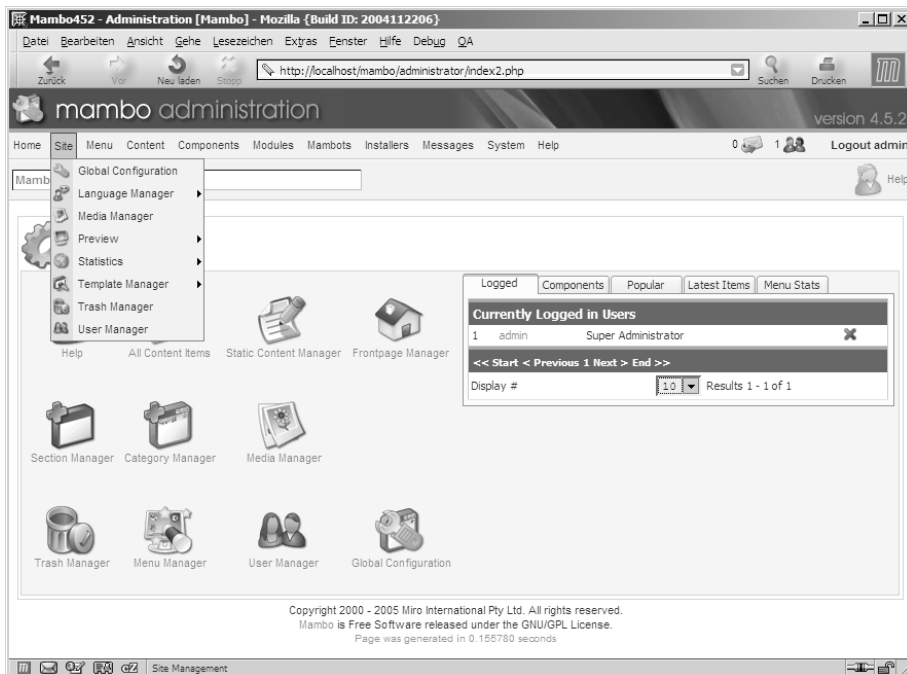


Abbildung 3.17: Mambo-Administration



Hinweis

Im weiteren Verlauf der Mambo-Entwicklung (ab Version 4.5.3) sollen die Texte in separate Sprachdateien wandern und dadurch das Backend mehrsprachig werden lassen. Es gibt bereits heute deutsche Backends, die allerdings bei den weiteren Updates nicht berücksichtigt werden. Ich empfehle daher, die Gelegenheit am Schopfe zu packen und ein wenig Englisch zu lernen.

Außerdem gibt es für solche Fälle noch die Google-Sprachtools⁸: Einfach den zu übersetzenden Text per Copy & Paste ins Formular befördern und dann automatisch übersetzen lassen. Die Übersetzung ist nicht perfekt, hilft aber in 90 % der Fälle, die Bedeutung zu erfassen.



Achtung

In einer produktiven Umgebung sollten Sie aus Sicherheitsgründen das Verzeichnis `[mambo]/administrator/` mit einer `.htaccess`-Datei schützen. Durch die große Verbreitung von Mambo ist anzunehmen, dass bald erste erfolgreiche Versuche unternommen werden, die Administration zu hacken. Eine brauchbare Anleitung für das Erstellen einer solchen Datei finden Sie unter

<http://de.selfhtml.org/servercgi/server/htaccess.htm>

In Ihrer lokalen Installation ist der Schutz nicht notwendig.

⁸ http://www.google.de/language_tools