

Gestaltungsempfehlungen zur Portalentwicklung

Im Rahmen des Projektes ProXLab wurden Angebote geschaffen, um den Dialog zwischen IT-Studierenden, AbsolventInnen und ArbeitgeberInnen aus der Region zu stärken. Als Mittel zur Kommunikation und Interaktion mit diesen Zielgruppen, sowie zur Sichtbarmachung der Angebote, wurde ein Webportal erstellt.

Nachfolgend geben wir Empfehlungen zur Gestaltung ähnlicher Portale auf Basis unserer Erfahrungen mit den verschiedenen Webportal-Versionen im Rahmen von ProXLab.¹

Für jede Gestaltungsempfehlung geben wir einen prägnanten Titel mit Nummer, dazu ein Designprinzip inklusive Umsetzungsbeispielen auf dem ProXLab-Portal, sowie schließlich Weiterentwicklungsideen für die Zukunft.

¹ Dazu siehe auch Dokument EG4.2 Zwischenversionen des Webportals.

#1 Projektauftrag und Zielgruppen in Einklang bringen

Um ein nützliches Webportal zu gestalten, sollte vorab geklärt werden, wie das Webportal mit dem Projektauftrag, in den es eingebettet ist, und den anvisierten Zielgruppen in Verbindung steht. Es muss klar sein was für wen erreicht werden soll mit dem Webportal. Ohne diese Vorarbeit ist es nicht sinnvoll möglich mit der Gestaltung eines Webportals zu beginnen.

Wir haben in ProXLab dazu eine Reihe von Interviews, Gruppengesprächen und MIRO-Brainstorming-Workshops mit Studierenden, Dozierenden und Arbeitgeber:innen durchgeführt. Auf dieser Basis haben wir zunächst die Projektvision und –mission geschärft, auf deren Basis wir Ziele für das Projekt weiter definiert haben. Für diese Ziele haben wir dann beurteilt, inwiefern das Webportal dessen Erreichung unterstützen kann. Schließlich war so klar, an welcher Stelle das Webportal das ProXLab als Projekt unterstützen kann und welche Zielgruppe dabei jeweils im Fokus sein sollte.

#2 Anforderungen an das Webportal ableiten

Um ein zielgruppenrelevantes und nützliches Webportal zu gestalten, sollten Anforderungen an Webportale primär auf Basis des Projektauftrags und der anvisierten Zielgruppen erhoben werden. So kann im Sinne nutzer:innenzentrierten Designs gestaltet werden, d. h. es werden nur solche Merkmale gestaltet, die Relevanz für Nutzer:innen der Zielgruppen haben.

Dazu eignen sich verschiedene Methoden des User Experience Designs und der qualitativen Forschung. Das heißt aber auch, dass kontinuierlich gestaltet werden muss und Nutzer:innenforschung betrieben werden muss.

#3 Sichtbarkeit der Zielgruppen füreinander schaffen

Um IT-Studierende und regionale Arbeitgeber:innen bei der Vernetzung zu unterstützen, sollten Webportale die beiden Zielgruppen füreinander sichtbar machen. Wenn die beiden Gruppen nicht aufeinander aufmerksam gemacht werden, dann kann folglich kein Austausch und Vernetzung stattfinden.

Auf unserem Webportal haben wir dieses Prinzip mehrfach umgesetzt:

Sichtbarkeit für IT-Studierende, u. a. durch

- Durchführung von ProXLab-Events durch Studierende (Events, IT-Studienprojekte, Befragungen)
- Vorstellung als Testimonials in der Kategorie Profilerhebung mittels kurzer Interviews mit Bildern

Sichtbarkeit für Arbeitgeber:innen, u. a. durch

- Anzeige der Logos aller Partner:innen auf der Startseite als Carousel
- Nennung der Firma und deren Aufgaben sowie benutzten Tools in Berichten von IT-Studierenden und Expert:innen in den Kategorien Wissenswertes und Tools & Tipps
- Verweis auf aktuelle Stellenausschreibungen (Praktika, Werkstudenten-Tätigkeit, Festanstellung) auf der Stellenbörse der Uni-Hildesheim in der Kategorie Wissenswertes
- Eigene Kategorie Netzwerk, in der potentielle Arbeitgeber:innen zum Mitmachen aufgerufen werden und Studierenden die Vorteile der Vernetzung erläutert werden; Aufzeigen aller Partner:innen-Logos mit Verlinkung zu Firmen-Websites

Weiterentwicklungsideen zur Steigerung der gegenseitigen Sichtbarkeit sind u. a.

- Kurze Vorstellungsvideos von IT-Studierenden und Angestellten lokaler Organisationen
- Erfolgs- und Misserfolgsgeschichten aus Studium und Beruf als Podcast-Reihe

#4 Attraktive Angebote zur Nutzung bereitstellen

Um IT-Studierende, IT-Expert:innen, regionale Arbeitgeber:innen und weitere Interessent:innen zur Nutzung des Webportals zu motivieren, sollten Webportale neben Information auch Möglichkeiten zur Inter-/Aktion bieten. Wenn das Webportal kein Bedürfnis adressiert und/oder keinen Nutzen bzw. Mehrwert für Besucher:innen verschiedener Zielgruppen bietet, dann wird das Webportal nur schwerlich seine Ziele erreichen.

Auf unserem Webportal haben wir dieses Prinzip mehrfach umgesetzt, u. a. mit

- VERA – Digitales, zentrales Verzeichnis dezentraler Raum- und Arbeitsressourcen; insbesondere interessant für Arbeitgeber:innen, aber auch andere Zielgruppen
- Thesis Designer – Eine Webanwendung zur Unterstützung von Abschlussarbeiten; sehr interessant für IT-Studierende, aber auch Betreuer:innen aus Organisationen, die das Format der betrieblichen Abschlussarbeit als Werkzeug der Innovation und Rekrutierung nutzen wollen
- Aufruf zur Kooperation über ProXLab-Events
- Tools & Tipps mit Ressourcen für den eigenen Einsatz in studentischen und betrieblichen Projekten
- Feedbackmöglichkeiten über Kontaktformular und Feedback-Button

Weiterentwicklungsideen zur Steigerung der Motivation zur Nutzung des Webportal sind u. a.

- Mini-Spiele zur beruflichen Orientierung
- Ein kostenloser, virtueller Raum zur Erprobung für Interessierte aller Art

#5 Nützlichen Eventkalender anbieten

Um IT-Studierende, IT-Expert:innen, regionale Arbeitgeber:innen und weitere Interessent:innen für die Teilnahme an Events zu motivieren, sollten Webportale einen nützlichen Kalender bereitstellen, der Nutzer:innen das Auffinden relevanter Events auf eine angenehme Art ermöglicht. Wenn Events nicht angemessen beschrieben, beworben und gefunden werden, dann sinkt die Wahrscheinlichkeit einer hohen Zahl an Teilnehmenden bei Durchführung des Events.

Auf unserem Webportal haben wir dieses Prinzip mit dem Eventkalender umgesetzt:

- Über Kategorien kann ausgewählt werden, ob man direkt nach Workshops, Gastvorträgen oder ähnlichem sucht. Das verkürzt die Zeit der Suche für Nutzer:innen.
- Über eine weitere Kategorie kann gefiltert werden, ob man nur online-Events suchen möchte.
- Über Schlagwortsuche können Suchergebnisse kompetenzorientiert eingrenzt werden. Nutzer:innen finden so nur Events, die für ihr jeweiliges Kompetenzziel relevant sind.
- Die Ansicht eines Einzelevents bietet alle notwendigen Informationen für Nutzer:innen, um sich für oder gegen eine Teilnahme zu entscheiden. Sie enden stets mit einem Aktionsaufruf zur Anmeldung per Mail.

Weiterentwicklungsideen des Eventkalenders sind u. a.

- Echte Kalenderansicht, d. h. nicht wie aktuell als Timeline. Wir gehen davon aus, dass Nutzer:innen das eher erwarten aufgrund der Erfahrungen mit Mail-Programmen, Smartphone-Kalendern und ähnlichen Anwendungen.

#6 Aktiv auf Kooperationspotenziale aufmerksam machen

Um die Vernetzung zwischen den verschiedenen Zielgruppen zu erhöhen, sollten Webportale an verschiedenen Stellen auf Möglichkeiten zur Kooperation hinweisen und die Vorteile einer Kooperation unterstreichen. Für Nutzer:innen ist es nicht immer direkt ersichtlich, an welcher Stelle sie mitmachen können und welche Möglichkeiten sich dafür bieten. Das Webportal kann hier mit seinen Inhalten und Funktionen unterstützen.

Auf unserem Webportal haben wir dieses Prinzip mehrfach umgesetzt, u. a. mit

- Beschreibung der Veranstaltungformate in der Kategorie Angebot mit Hinweisen zu Mitwirkungsmöglichkeiten. Studierende und Arbeitgeber:innen erfahren hier schnell und übersichtlich, welche Möglichkeiten es für Kennenlernen, Austauschen, Erproben und Kooperieren es gibt. Insbesondere Arbeitgeber:innen soll hier ein Spektrum niederschwelliger bis umfangreicher Kooperationsmöglichkeiten geboten werden. Für jedes Format wird direkt klar, welchem Zweck dieses dient und welcher Mehrwert für jede Zielgruppe geboten wird.
- VERA – Digitales, zentrales Verzeichnis dezentraler Raum- und Arbeitsressourcen; insbesondere interessant für Arbeitgeber:innen, aber auch andere Zielgruppen. Hier wird potenziellen Ressourcen-Bereitstellern mit Text, Bild, Video und einer Anwendung das Mitmachen attraktiv gemacht.
- Auf der Netzwerk-Unterseite werden Studierende und Arbeitgeber:innen sowie weitere potentielle Partner:innen direkt zur Nutzung und Vernetzung aufgerufen. Insbesondere für eher unsichere Interessierte haben wir hinzugefügt, dass auch gemeinsam neue Kategorien und Formate geschaffen werden können und auch Ideen ohne großen Aufwand, zeitlich und finanziell, möglich sind. Dadurch sollen die Hürden möglichst gering gehalten werden, um Interessent:innen nicht direkt abzuschrecken.
- Unten auf der Netzwerk-Seite haben wir ein Formular angelegt, das engagierte Organisationen adressiert. Sie können damit auf schnelle und einfache Art mit ProXLab in Kontakt treten und erste Ideen für gemeinsame Events oder ganz einfach Fragen mit uns teilen.

Weiterentwicklungsideen, um noch besser auf Kooperationspotenziale aufmerksam zu machen, u. a.

- Erfolgsgeschichten über Kooperationen im ProXLab-Projekzeitraum, um interessierten Unternehmen und Organisationen Beispiele zu liefern, die so oder so ähnlich auch für sie spannend und durchführbar sein könnten. Damit sollen weitere Hürden abgebaut werden und Organisationen zur Kooperation angeregt werden.

#7 Zielgruppenorientiertes Design und Angebot schaffen

Um IT-Studierende, IT-Expert:innen, regionale Arbeitgeber:innen und weitere Interessent:innen optimal zu adressieren, sollten Webportale gesonderte Inhalte für jede Zielgruppe bieten, die einen besonderen Mehrwert für genau diese Gruppe bieten. Das kann sich inhaltlich, räumlich, gestalterisch oder funktional äußern. Wenn Zielgruppen sich nicht beachtet fühlen, nicht das Gefühl haben, dass deren Bedürfnisse adressiert werden, dann sinkt die Zufriedenheit mit dem Webportal. Zielgruppen könnten empfinden, dass das Webportal keinen Wert für sie hat, und es findet keine Nutzung mehr statt.

Auf unserem Webportal haben wir dieses Prinzip mehrfach umgesetzt, u. a.

für Studierende:

- können mit Veranstaltungsangeboten sehen, ob etwas interessantes für sie dabei ist. In konkreten Event-Details sehen sie beteiligte Unternehmen und adressierte Kompetenzen
- können sich über aktuelle Stellen-, Praktikums- und Abschlussarbeitsstellen im IT-Sektor in Hildesheim informieren, auf die sie meistens nicht direkt aufmerksam werden. So sind Aushänge unter Kontakt-/Ausgangsbeschränkungen in Universitätsgebäuden nicht effektiv, ein Verweis auf digitale Angebote hingegen schon.
- werden über aktuelle IT-Trends und Herausforderungen in lokalen Unternehmen informiert, bspw. in Meet & Talks oder in Tools&Tipps-Berichten
- erhalten mit VERA und Thesis Designer sehr nützliche Werkzeuge für studentische Gruppen-, Seminar- und Abschlussarbeiten sowie IT-Studienprojekte.
- erfahren im Austausch mit Arbeitgeber:innen, welche Erwartungen an Absolvent:innen gestellt werden, was sonst in Stellenausschreibungen nicht wirklich effektiv und sinnvoll vermittelt wird.

für ArbeitgeberInnen:

- können auf verschiedenste Wege und Formaten ihr Unternehmen und Beschäftigungsmöglichkeiten IT-Studierenden vorstellen. Das erhöht die Chancen der Fachkräfteakquise eventuell.
- werden in Events auf andere innovative Unternehmen aus der Region aufmerksam, können sich vernetzen und voneinander lernen, u. a. im Kontext von Digitalisierungsproblemen.
- können über verschiedene, niedrighschwellige Angebote mit Studierenden in Kontakt treten können, sie kennenzulernen und ggf. weitere Potenziale einer Zusammenarbeit ausloten.

Weiterentwicklungsideen zur spezifischen Adressierung von Zielgruppen sind u. a.

- Verbesserte zielgruppenspezifische Navigation, sodass jede Gruppe noch schneller an für sie relevante Inhalte und Funktionen gelangt
- Filter nach Zielgruppen im Eventkalender, um ggf. explizit an Arbeitgeber:innen gerichtete Events für Studierende auszublenden

#8 Fokus auf Inhalte und Präsentation legen und Mehrwerte bieten

Um das Webportal erfolgreich zu machen, sollten diese auf gängige Content-Management-Systeme setzen, um nicht unnötig Ressourcen zu binden. Der Mehrwert für die Zielgruppen entsteht nicht primär durch Technik hinter dem Webportal, sondern durch relevante Inhalte und eine optimale Unterstützung der Bedürfnisbefriedigung bzw. Zielerreichung der Zielgruppen. Wenn zu wenig Zeit in das Verstehen und Adressieren von Zielgruppen investiert wird, dann läuft das Webportal Gefahr nicht fokussiert zu sein. Das merken Zielgruppen und wandern ab.

Auf unserem Webportal haben wir dieses Prinzip mehrfach umgesetzt, u. a.

- Responsive Design; Inhalte passen auf jedem Bildschirm, d. h. auch wenn Nutzer:innen zwischen Smartphone, Tablet und Laptop bzw. Monitor wechseln.
- Konsistentes Design, d. h. Farben, Formen und Schriften sind stets im Einklang und bieten eine harmonische, einheitliche Erfahrung über Kategorien hinweg und auch mit anderen digitalen, Berührungspunkten neben dem Webportal. Das schafft Vertrauen und Komfort für Nutzer:innen.
- Keine überflüssigen Inhalte, d. h. wir haben nichts gemacht, weil es technisch möglich ist, sondern uns immer gefragt, welches Ziel/Bedürfnis für welche Zielgruppe mit einem Inhalt adressiert wird und ob es wirklich Nutzen stiftet. Kann diese Frage nicht beantwortet werden, dann scheint es ein irrelevanter Inhalt zu sein.
- Kontinuierliche Nutzer:innen-Tests sollten durchgeführt werden, um stets zu ermitteln, ob man mit seinen Designhypothesen richtig liegt.
- Templates, die eine einfache Erweiterung der Webseite ermöglichen. So wird sichergestellt, dass man mehr Zeit für Inhalte aufbringen kann und nicht für Technik. Ebenso kann der Betrieb des Webportals dann auch teilweise von Nicht-Expert:innen bewältigt werden, was Zeit und Kosten gering hält.

Weitere Orientierungspunkte für die Gestaltung von Webportalen

Bei der Umsetzung der Prinzipien und Ableitung von Handlungsempfehlungen wurden wir u. a. von diesen Webportalen/Webseiten inspiriert. Wir haben teilweise Gestaltungsideen adaptiert, da Nutzer:innen Seiten bevorzugen, die sie in ähnlicher Weise bereits kennen bzw. die ähnlich funktionieren²

Netzwerk der Digitalwirtschaft

(<https://www.nik-nbg.de/>)

Das *NIK* versteht sich als eine Plattform für Unternehmen aus dem Raum Nürnberg, welche durch Workshops und Netzwerktreffen einen Austausch und Impulse für den Digitalen Wandel schafft. Der Hauptfokus der Webseite liegt auf der Darstellung und Motivation des Netzwerks. Dieses grundsätzliche Design mit großen PartnerInnen-Logos und der Verlinkung fanden wir nützlich und übersichtlich. Es hatte teils Einfluss in unserer eigenen Umsetzung.

Your Goal Your Action

(<https://www.uni-hildesheim.de/deinprojekt/>)

Your Goal Your Action ist ein Projekt der Universität Hildesheim und bietet Studierenden Informationen und Beratungsangebote zur Umsetzung von eigenen Projekten. Hier hat uns insbesondere interessiert, wie die Zielgruppe der Studierenden angesprochen wird. Dabei wurde eine sehr lockere und direkte Sprache verwendet sowie geduzt, wodurch die Seite sehr sympathisch und das Team nahbar wirkt.

t3n.de

(<https://t3n.de/>)

t3n ist ein Blog zu verschiedensten Themen der Digitalisierung und hat zwar nicht direkt etwas mit Vernetzung zutun, diente aber als Inspiration für die „Tools & Tipps“-Sektion der ProXLab Seite. Zwar ist die Umsetzung ggf. erst in Folgenden Iterationen der Webseite sichtbar, allerdings hat hier die Einteilung in Oberkategorien und das Filtern über obenstehende Buttons auf einem eigenen Prototypen Anwendung gefunden.

Vision10!

(<https://vision10.org/>)

Vision10! ist eine Initiative der sympacon Beratungsgesellschaft mbH und gleichzeitig auch eine Partnerin vom ProXLab. Sie verbindet landesübergreifend Studierende, Unternehmen und Hochschulen durch eine reale und virtuelle Veranstaltungsangebote. Auf der Website werden die verschiedenen Zielgruppen auf drei voneinander getrennten, zielgruppenbezogenen Unterseiten angesprochen. Das ist etwas, was in der Zukunft auch noch interessant werden kann. Zunächst haben wir uns dazu entschieden die Zielgruppen nur auf den Angebotsseiten selbst, wie auf der Netzwerkseite, getrennt zu adressieren.

² <https://lawsofux.com/en/jakobs-law/> (zuletzt aufgerufen am 20.09.2022)

Konkrete Gestaltungstipps und Erfahrungen aus ProXLab-Webportal – Gestaltung und Betrieb mit Wordpress und Co.

Wie ich die ProXLab-Webseite mitgebaut habe: <https://www.proxlab.winf.uni-hildesheim.de/>



Nächste Veranstaltungen.

Screenshot von der ProXLab Startseite

Als wissenschaftliche Hilfskraft in ProXLab gehörte es zu meinen Hauptaufgaben das [neue Webportal](#) des Projektes mitzugestalten. Dadurch hatte ich die Möglichkeit meine erste Webseite mit WordPress zu bauen und konnte einige Erfahrungen sammeln. Was ich dabei gelernt habe, möchte ich nun gerne in diesem kurzen Post mit euch teilen. Worauf ich nicht eingehen werde, ist das Hosting und Aufsetzen der WordPress-Seite. Dazu gibt es aber ausreichend Tutorials im Internet. Hier also ein paar meiner Learnings.

Kenne deine Ziele.

Bevor du mit der konzeptionellen Arbeit beginnst, solltest du dir über deine Ziele bewusst sein und diese in geeigneter Form dokumentieren. Sonst kann es passieren, dass man sich schnell in Details oder Features verliert, die sich später ggf. als wertlos herausstellen. Da du deine Webseite wahrscheinlich nicht nur für dich selbst erstellst, gibt es also immer mindestens eine Zielgruppe, an der sich eben diese Ziele orientieren sollten. Je konkreter diese formuliert sind, desto nützlicher sind sie später bei der Erstellung der Webseite. Ein Hilfsmittel dafür die Anforderungen aus der Sicht der späteren NutzerInnen zu betrachten sind beispielsweise [User-Stories](#). Diese können auch als Anforderungen gelesen und Stück für Stück abgearbeitet werden. Das hilft sehr dabei auf dem richtigen Weg zu bleiben und nicht an den Kundenwünschen „vorbeizudesignen“. Allerdings kann man sich da auch nur sicher sein, solange diese auch mal mit echten KundInnen validiert wurden. Also nicht scheuen auch bei einem groben Entwurf mal Feedback einzuholen.

Wähle das richtige Theme.

In WordPress gibt es über 5.000 verschiedene Themes, also vorgefertigte Designs für deine Webseite. Dabei ändern diese nicht nur das optische Design der Webseite, sondern sind oftmals auch mit sehr hilfreichen Funktionserweiterungen ausgestattet. Tatsächlich würde ich hier sogar den Hauptfokus legen, denn Farben, Schriften und so weiter kannst du später sowieso wieder verändern. Beispielsweise bringen einige gleich einen Header- und Footerbuilder mit, der es deutlich entspannter macht sich einen schönen Header oder Footer zusammen zu klicken. Da sich die Themes in ihren Ausstattungen stark unterscheiden, empfehle ich dir, diese genauer anzuschauen und solange du noch nicht viel gebaut hast, einfach mal ein paar auszuprobieren. Ein späterer Wechsel ist nämlich nicht ohne weiteres möglich und ggf. mit einigen Kopfschmerzen verbunden.

Plug-Ins sind echt wertvoll.

Ebenso können die Funktionalitäten von WordPress durch zahlreiche Plug-Ins erweitert werden. Dabei ist es ganz davon abhängig was du vor hast. Das ProXLab bietet beispielsweise auch Veranstaltungen an. Um diese zu managen und leicht auf der Seite zu integrieren habe ich das Plug-In „Modern Events Calendar Lite“ ausprobiert. Die meisten Plug-Ins finanzieren sich durch ein Freemium-Modell. Das bedeutet den vollen Funktionsumfang bekommt man nur für etwas Geld, allerdings tun es die kostenlosen Varianten in der Regel auch. Weitere Plug-Ins, die wahrscheinlich für die meisten Webseiten interessant sind:

- *Elementor*: Ersetzt den klassischen Gutenberg-Editor von Wordpress durch einen mit deutlich mehr Funktionen – auch schon in der kostenfreien Version. Für ~50€ pro Jahr gibt es dann den vollen Funktionsumfang.
- *WP Forms*: Bietet die Möglichkeit per Drag & Drop Kontaktformulare zu erstellen und diese einfach auf deiner Seite zu integrieren. Die ausgefüllten Formulare kannst du dir dann bspw. auf deine E-Mail schicken lassen.
- *Yoast SEO*: Gibt wertvolle Tipps, um deine Webseite besser für Suchmaschinen lesbar und dadurch bei entsprechenden Suchwörtern weiter oben auf der Ergebnisseite anzuzeigen.
- *Matomo Analytics*: Lässt dich DSGVO-Konform Nutzerdaten erfassen. Diese kannst du dann nutzen, um herauszufinden welche Seiten deine NutzerInnen besonders mögen oder welche Inhalte doch nicht so relevant scheinen.

Für jede dieser Plug-Ins gibt es auch Alternativen. Schau dich einfach mal um, und entscheide dann was am besten zu deinem Vorhaben passt.

Vorsehen ist besser als Nachsehen – Responsive Design.

Das habe ich auf die harte Tour gelernt. Wenn du möchtest, dass deine Webseite nicht nur auf einem Desktop-PC sondern auch auf Handys oder Tablets wunderschön aussieht, solltest du ein paar Dinge am besten von Beginn an beachten.

1. Verwende *keine* absoluten Einheiten (Pixel) als Größen oder Abstandsmaße, es sei denn die Größe des Elements soll sich unabhängig vom Bildschirm niemals ändern. Nutze stattdessen em, rem, % (Prozent), vw (viewport width) oder vh (viewport height). Schau dir zu den Unterschieden am besten mal folgenden Artikel an: <https://publishing.blog/pixel-em-rem-vw-vh-was-ist-der-unterschied/>
2. Im Editor (auch bei Elementor) hast du die Möglichkeit, dir dein Ergebnis auf verschiedenen Endgeräten bzw. Bildschirmgrößen simulieren zu lassen

3. Zumindest mit Elementor kannst du einzelne Elemente nur für bestimmte Endgeräte sichtbar bzw. unsichtbar machen. So kannst du bspw. ein Element, das dir dein Design auf dem Handy kaputt macht ausblenden und ggf. duplizieren, anpassen und dann nur auf dem Handy sichtbar machen.

Bonus: Hat nicht viel mit Responsive Design zutun, allerdings kannst du auch früh anfangen Templates zu nutzen, um Blöcke und Container die du wahrscheinlich wiederholt nutzen möchtest, abzuspeichern. Das spart erstens eine Menge Zeit und stellt zweitens sicher, dass deine Seiten untereinander auch ähnlich aussehen. Spätestens wenn du merkst, dass du gerade ein Element das zweite Mal nachbaust, speichere es dir direkt als Template ab.

Gute Ressourcen für Web-Design.

Abschließend möchte ich dir noch ein paar Ressourcen mit auf den Weg geben, die mir sehr geholfen haben.

- [Google Fonts](#): Eine große Datenbank an verschiedensten Schriftarten.
- [Figma](#): Zum Erstellen von Wireframes.
- [Colors](#): Kann dir dabei helfen coole Farbkombinationen samt Farbcodes für dein Design zu entdecken.
- [Placeholder](#): Falls du mal einen Platzhalter für ein Bild brauchst.
- [Pixabay](#): Hier findest du lizenzfreie (und kostenpflichtige) Fotos, Musik, Videos und mehr.
- [Unsplash](#): Für lizenzfreie Bilder.
- [Thenounproject](#): Finde frei nutzbare Icons und Bilder.
- [Flaticon](#): Finde Icons und Sticker.
- [Lorem Ipsum](#): Generiere dir einfach Beispieltext.

Natürlich musst du für jedes Plugin und jede Erweiterungen prüfen, ob diese in deinem individuellen Kontext sinnvoll und auch zulässig ist. Checke das am besten vor Einbindung in deinem Webportal mit den zuständigen Stellen. Früher ist besser als später.

Mein Vorschlag für einen Fahrplan.

1. Zielgruppen definieren und Anforderungen erheben
2. Ein geeignetes Theme auswählen, das dich anspricht
3. Besorge dir die Plug-Ins, von denen du ggf. jetzt schon weißt, dass du sie nutzen möchtest bzw. schau dich einfach mal um. Stelle sicher, dass du diese auch einsetzen darfst.
4. Eine Seitenstruktur konzipieren und in WordPress umsetzen, indem du einfach erstmal leere Seiten mit Überschriften erstellst und über den Reiter *Design* → *Menüs* diese dann in Haupt- und Unterseiten gliederst
5. Seiten und Unterseiten gerne auch erstmal auf Papier aufmalen und die Inhalte zuordnen
6. Anfangen die Seiten und Unterseiten in WordPress zu bauen, dabei vom Groben ins Feine. Erstmal mit Blöcken und Platzhaltertext (Lorem Ipsum) das Konzept aufbauen und wirken lassen.
7. Hier kannst du auch ggf. schonmal erste NutzerInnen oder Freunde befragen was sie von dem Aufbau halten, bevor du in die Details springst
8. Wenn du mit dem Konzept zufrieden bist, kannst du die Seite mit Leben, also echten Texten füllen und dich in die Details vertiefen. Vergiss nicht Templates zu nutzen, um sich wiederholende Elemente auf anderen Seiten schnell duplizieren zu können.
9. Wenn deine Webseite fertig ist, mach dir ein schönes Getränk auf und erzähle allen von deiner Schöpfung.