



Vorwort

Florence Maurice

Mobile Webseiten

Strategien, Techniken, Dos und Don'ts für Webentwickler

ISBN (Buch): 978-3-446-43118-8

ISBN (E-Book): 978-3-446-43279-6

Weitere Informationen oder Bestellungen unter

<http://www.hanser-fachbuch.de/978-3-446-43118-8>

sowie im Buchhandel.

Vorwort

„Eine mobile Webseite? Das brauchen unsere Kunden nicht. Wir testen, ob es auch auf dem iPhone okay aussieht, und ansonsten raten wir ihnen zu einer App.“

Das ist eine typische Meinung, die man in Zusammenhang mit mobilem Web und Webseiten für mobile Geräte häufig zu hören bekommt. Diese Aussage basiert auf drei Grundannahmen:

- Zuerst einmal wird die Vielfalt an mobilen Geräten, mit denen man heute ins Internet gehen kann, auf ein einziges reduziert: das iPhone. All die anderen und teilweise höchst unterschiedlichen Geräte werden ignoriert.
- Zum Zweiten werden native Apps als Ersatz für eine mobile Webseite angesehen. Native Apps sind zwar eine gute Strategie, um Inhalte auf Smartphones zu bekommen, aber sie ersetzen keine Strategie für die mobile Webseite. Wie heißt es so schön: Man klickt auf Links und nicht auf Apps.
- Zum Dritten wird davon ausgegangen, dass „gutes Aussehen“ reicht, obwohl es vielleicht mehr auf „gutes Funktionieren und angenehmes Bedienen“ ankäme.

Es gibt nicht nur eine Strategie für die Konzeption einer „mobilen Webseite“, sondern eine ganze Reihe von Techniken und grundlegenden Strategien; das reicht von kleinen allgemeinen Optimierungen über Responsive Webdesign und eine WebApp bis hin zur separaten Webseite. Darüber, was die richtige Strategie ist, lässt sich vortrefflich streiten – so geschehen im April 2012, als der Usability-Guru Jakob Nielsen die separate mobile Webseite mit reduziertem Inhalt und gekappten Features als einzig richtige Herangehensweise für mobile Webseiten pries. Das rief einen Sturm der Entrüstung auch seitens vieler Vertreter des Responsive Webdesign hervor. Wie schon gemäßigte Stimmen bei dieser Diskussion betonten, gibt es nicht *die* eine richtige Strategie und *den* einen immer angemessenen Weg, wie man mobilen Benutzern Webinhalte zugänglich macht. Alle Herangehensweisen haben Vor- und Nachteile, je nach Situation ist die eine oder die andere besser oder schlechter geeignet. Schließlich kommt es auf die konkrete Implementierung an, denn durch die richtigen Herangehensweisen lassen sich bestimmte klassischerweise mit einem Ansatz verbundene Nachteile auch mindern. Nicht zuletzt kann man auch unterschiedliche Ansätze kombinieren oder bestimmte Features von anderen Ansätzen in den eigenen integrieren. Dafür muss man aber die verschiedenen Ansätze kennen. Und genau darum, also um die grundlegenden Techniken und die verschiedenen Strategien für mobile Seiten, geht es in diesem Buch.

Was am Ende zählt, ist nicht, die Schlacht um die richtige Strategie/Technik zu gewinnen, sondern Inhalte optimal nutzbar zu präsentieren. Das heißt, am Anfang stehen Überlegungen zu Techniken und Strategien, aber letztlich geht es um die Inhalte und die Nutzer, für die diese Inhalte verfügbar gemacht werden sollen.

Prominente Beispiele zeigen, dass derzeit noch einiges in Richtung mobiler Optimierung zu tun ist:

- Im Januar 2012 ging die neue Seite von Barack Obama (<http://www.barackobama.com>) online. Es handelt sich um eine Webseite, die unter anderem auf dem Prinzip des Responsive Webdesign beruht (mehr dazu in Kapitel 10). Sehr elegant ist das Einblenden des Menüs bei kleinen Bildschirmen gelöst. Das Menü ist zuerst nicht zu sehen und wird dann langsam in den sichtbaren Bereich eingeblendet, wenn ein Benutzer auf den entsprechenden Button klickt. Allerdings nur dann, wenn der Besucher ein neues iPhone oder ein brandneues Android-Handy hat. Bei allen anderen erscheint das Menü nicht – und damit ist die Seite nicht benutzbar. Die Probleme, die bei der ersten Version der Seite auftraten, beschreibt Stephanie Rieger unter <http://stephanierieger.com/a-plea-for-progressive-enhancement>.

Wer als Smartphone-Nutzer auf Obamas Seite den großen roten CALL-Button klickt, wird sonst wohin geleitet, aber das Naheliegendste funktioniert nicht, nämlich eine Telefonverbindung herzustellen. Dass Telefonieren immer noch eine Grundfunktion von Smartphones ist, wird offenbar ganz vergessen (siehe hierzu <http://bradfrostweb.com/blog/mobile/a-tel-tale-sign>).

- Im Januar 2012 ging auch die neue Seite der Bundesregierung (<http://www.bundesregierung.de>) online. Ein responsives Layout suchen Sie hier beinahe vergebens, und es gibt auch keine eigene Version für mobile Geräte. Die Seite ist hübsch designet, aber eben ganz klassisch für den Desktop. Damit Smartphones normale Desktop-Seiten darstellen können, die auf eine Breite von 960 px oder ähnlich angelegt sind, zoomen sie diese automatisch klein. Somit bekommt der Besucher eine Webseite in der Gesamtbreite auf den kleinen Bildschirm, er erhält einen Überblick und kann in die für ihn interessanten Dinge hineinzoomen. Auf Webseiten, die speziell auf die schmalen Displays von Handys zugeschnitten sind, deaktiviert man diesen Anfangszoom. Allerdings ist der Anfangszoom auch auf der Seite der Bundesregierung deaktiviert. Ruft der Besucher die Webseite beispielsweise auf einem Android-Device auf, so sieht er nur einen lächerlich kleinen Ausschnitt und muss das Ganze erst großzoomen, um sich zu orientieren und zu entscheiden, was er genauer ansehen möchte. Schuld daran ist eine meta-Angabe, die im Kopf des Dokuments eingeführt wird. Sie ist wichtig bei Webseiten, die für mobile Geräte optimiert sind, in anderen Fällen, wie in diesem Beispiel, schadet sie mehr als sie nutzt.

Wenn die Voraussetzungen stimmen, dass schon 2015 die Anzahl an mobilen Zugriffen diejenigen von anderen Zugriffen übersteigen wird (http://www.itu.int/newsroom/press_releases/2010/06.html), bleibt also noch eine Menge zu tun.

Diese Voraussetzungen sollten Sie mitbringen

Das Buch ist kein Einstieg in die Erstellung von Webseiten; es setzt voraus, dass Sie solide HTML- & CSS-Kenntnisse besitzen. Außerdem ist es von Vorteil, wenn Sie über grundlegende JavaScript-Kenntnisse verfügen, da JavaScript die Programmiersprache auf dem Client ist

und die neuen APIs auf JavaScript basieren. Bei den Beispielen, in denen es um die serverseitige Erkennung von mobilen Geräten geht, wird PHP eingesetzt.

Das erwartet Sie in diesem Buch

Teil I des Buches führt Sie ins Thema ein. Es wird auf die Besonderheiten von mobilen Geräten, sowohl hinsichtlich ihrer Beschränkungen als auch ihrer neuen Möglichkeiten, eingegangen. Außerdem erhalten Sie einen Überblick über die benutzten Browser und Geräte, mit denen wir es im Folgenden zu tun haben werden.

Kapitel 2 stellt kurz die verschiedenen Strategien bei der Erstellung von mobilen Webseiten vor – vom Responsive Webdesign über die mobile WebApp bis hin zur separaten Webseite mit ihren jeweiligen Vor- und Nachteilen.

Kapitel 3 beschäftigt sich mit den grundlegenden Möglichkeiten zur Inhaltsanordnung von mobilen Webseiten.

Teil II des Buches befasst sich ausführlich mit den bei mobilen Webseiten notwendigen Techniken.

Kapitel 4 beschreibt das richtige Markup, d.h. die HTML-Version, die Sie wählen sollten. Nach einer knappen Einführung in XHTML MP widmen wir uns ausführlicher HTML5, das interessante Erweiterungen für mobile Webseiten mit sich bringt. Wir beschäftigen uns genauer mit HTML5-Formularen und den speziellen `meta`-Angaben für mobile Webseiten.

In Kapitel 5 geht es um CSS. Sie erfahren, was Sie CSS-technisch bei mobilen Webseiten berücksichtigen müssen, und lernen auch konkret wichtige CSS3-Features für WebApps kennen wie Farbverläufe, Schatten und abgerundete Ecken. Im Weiteren wenden wir uns den Transformations und Transitions/Animations zu, die entscheidende Zutaten für App-like animierte Seitenübergänge sind.

Kapitel 6 konzentriert sich ganz auf die Performance-Optimierung, also darauf, dass Ihre Seiten schnell laden und gut funktionieren – ein ganz wichtiger Punkt gerade bei mobilen Webseiten.

Ein eigenes Kapitel (Kapitel 7) beschäftigt sich mit Strategien für Bilder, welche von der Möglichkeit, Bilder einzusparen, bis hin zu Lösungen für hochauflösende Displays reichen.

Die beiden nächsten Kapitel behandeln das Thema JavaScript. Kapitel 8 vermittelt die Basics: Es stellt die Essentials bei der JavaScript-Programmierung für mobile Seiten vor, von der Performance über die Verwendung von Bibliotheken bis hin zur Abfangung von Touchereignissen und Gesten.

Kapitel 9 widmet sich den neuen JavaScript-APIs, die besonders für mobile Geräte attraktiv sind: OfflineCache ermöglicht Webseiten, die auch ohne Verbindung funktionieren; WebStorage ist eine Technik, um Daten auf dem Client zu speichern. Außerdem wird die Geolocation-API vorgestellt, mit der Sie ermitteln können, wo sich ein Benutzer befindet.

In Teil III machen wir uns dann an die Umsetzung.

In Kapitel 10 erfahren Sie alles Wesentliche übers Responsive Webdesign, von den Grundlagen über nützliche Tipps bis zu konkreten Realisierungen. Wir befassen uns außerdem mit dem Mobile First- und Desktop First-Ansatz sowie mit Lösungen für besondere Herausforderungen wie Navigationen, Bilder und Tabellen.

Kapitel 11 und 12 zeigen zwei JavaScript-Frameworks zur Erstellung von WebApps, die unterschiedlicher nicht sein könnten: jQuery Mobile (Kapitel 11) folgt dem Prinzip des Progressive Enhancement. Es führt bei einer einfachen HTML-Basis Verbesserungen per JavaScript durch und zaubert die richtige Oberfläche mit den gewünschten Komponenten hin. Die HTML-Basis funktioniert ohne Verbesserung auch in älteren Browsern und Geräten. Sehr überzeugend ist zudem die Liste an Geräten/Systemen, die unterstützt werden, wobei jedoch nach dem Grad der Unterstützung unterschieden wird – Progressive Enhancement eben. Eine so erstellte Anwendung kann beispielsweise über PhoneGap auch in unterschiedliche native Anwendungen umgewandelt werden.

Während Sie bei der Arbeit mit jQuery Mobile erst einmal HTML-Dokumente erstellen, schreiben Sie bei Sencha Touch, das in Kapitel 12 vorgestellt wird, JavaScript-Konfigurationsdateien, die das Aussehen Ihrer App bestimmen. Vieles geht aber auch hier automatisch: So können Sie sich befehls gesteuert eine Projektbasis erstellen lassen, diese dann mit JavaScript-Konfigurationsbefehlen anpassen, und am Schluss generiert Ihnen Sencha Touch die für den Webeinsatz optimierten Dateien oder auch native Anwendungen. Im Gegensatz zu jQuery Mobile ist die Browserunterstützung jedoch auf Webkit-Browser beschränkt, und bei deaktiviertem JavaScript geht gar nichts.

Kapitel 13 beschreibt einen weiteren möglichen Ansatz zur Erstellung von mobilen Webseiten. Sie erfahren, wie Sie separate Webseiten für den mobilen Zugriff erstellen und auf welche Weise man ermitteln kann, ob ein mobiles Gerät zugreift oder nicht. Hier gehen wir sowohl auf die Basis für die Erkennung ein – das Auslesen des User-Agent-Strings – als auch auf nützliche Skripte sowie auf die grundlegende Arbeit mit WURFL, um detaillierte Informationen über Geräteeigenschaften zu erhalten.

Den Abschluss bildet Kapitel 14 zum Thema „mobile Webseiten testen“: Sie lernen nützliche Browsererweiterungen kennen, um den User-Agent-String zu manipulieren, erhalten Tipps für die Installation mobiler Browser/Emulatoren und finden dort Tools beschrieben, die Ihnen beim Debuggen auf mobilen Geräten helfen.



Sämtliche Listings aus diesem Buch sowie Aktualisierungen finden Sie unter <http://downloads.hanser.de>.