



HTML & CSS

Erfolgreich Websites
gestalten & programmieren

JON DUCKETT





HTML & CSS

Erfolgreich Websites gestalten & programmieren

JON DUCKETT

WILEY

1. Auflage 2014

© 2014 WILEY-VCH Verlag GmbH & Co. KGaA, Weinheim

Englischsprachige Originalausgabe »HTML & CSS«. Copyright © 2011 John Wiley & Sons, Inc., Indianapolis, Indiana.

All Rights Reserved. This translation published under license with the original publisher John Wiley & Sons, Inc., Indianapolis, Indiana.

This Ebook published under license with the original publisher John Wiley and Sons, Inc.

Alle Rechte vorbehalten. Diese Übersetzung wird mit Genehmigung von John Wiley & Sons, Inc., Indianapolis, Indiana publiziert.

Dieses E-Book wird mit Genehmigung des Original-Verlages John Wiley and Sons, Inc. publiziert.

Wiley, das Wiley-Logo und das Wrox-Logo sind Marken oder eingetragene Marken von John Wiley & Sons, Inc., USA, Deutschland und in anderen Ländern und dürfen nicht ohne schriftliche Genehmigung genutzt werden. Alle anderen Marken sind Eigentum

ihrer jeweiligen Inhaber. John Wiley & Sons, Inc. und WILEY-VCH Verlag GmbH & Co. KGaA stehen in keiner Verbindung zu den in diesem Buch erwähnten Produkten und Herstellern.

Das vorliegende Werk wurde sorgfältig erarbeitet. Dennoch übernehmen Autoren und Verlag für die Richtigkeit von Angaben, Hinweisen und Ratschlägen sowie eventuelle Druckfehler keine Haftung.

Wir möchten Sie mit diesem Buch optimal unterstützen und freuen uns daher über Ihre Anregungen und Verbesserungsvorschläge. Notwendige Korrekturen veröffentlichen wir im Interesse aller Leser umgehend unter www.wrox-press.de und berücksichtigen sie bei der nächsten Auflage. Herzlichen Dank für Ihre Unterstützung!

Ihr Wrox-Lektoratsteam
lektorat@wrox-press.de

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

ePDF ISBN 978-3-527-68753-4

Umschlaggestaltung Emme Stone, Susann Bauer

Übersetzung G&U Language & Publishing Services GmbH

Korrektur Volkmar Gronau, G&U Language & Publishing Services GmbH

Satz inmedialo, Plankstadt, G&U Language & Publishing Services GmbH

Den Code für alle Beispiele aus diesem Buch finden Sie unter:
<http://www.htmlandcssbook.com/code/>

INHALT

	Einleitung	7
Kapitel 1:	Struktur	17
Kapitel 2:	Text	45
Kapitel 3:	Listen	67
Kapitel 4:	Links	79
Kapitel 5:	Bilder	99
Kapitel 6:	Tabellen	131
Kapitel 7:	Formulare	149
Kapitel 8:	Besonderes Markup	181
Kapitel 9:	Flash, Video & Audio	205
Kapitel 10:	Einführung in CSS	231
Kapitel 11:	Farbe	251
Kapitel 12:	Text	269
Kapitel 13:	Kästen	305
Kapitel 14:	Listen, Tabellen & Formulare	335
Kapitel 15:	Layout	363
Kapitel 16:	Bilder	411
Kapitel 17:	Layout in HTML5	433
Kapitel 18:	Arbeitsablauf & Gestaltung	457
Kapitel 19:	Veröffentlichung im Web	481
	Index	499

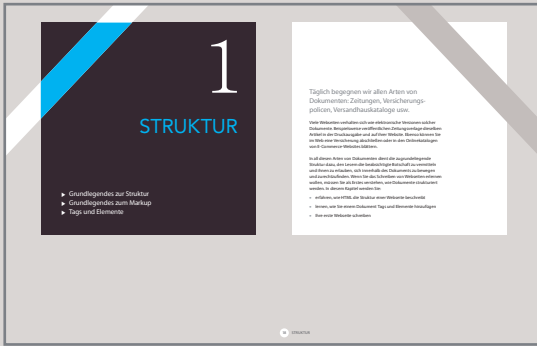
EINLEITUNG

- ▶ Über dieses Buch
- ▶ So funktioniert das Web
- ▶ Von anderen Seiten lernen

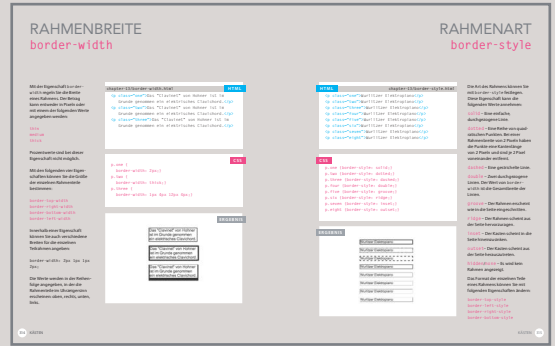
Zunächst einmal vielen Dank dafür, dass Sie sich für dieses Buch entschieden haben. Es wurde für zwei sehr unterschiedliche Personengruppen geschrieben:

- Für diejenigen, die lernen wollen, wie sie Websites von Grund auf gestalten und erstellen
- Für diejenigen, die bereits eine Website haben (möglicherweise mithilfe eines Content-Management-Systems, einer Blogsoftware oder einer E-Commerce-Plattform erstellt) und das Erscheinungsbild ihrer Seiten genauer bestimmen möchten

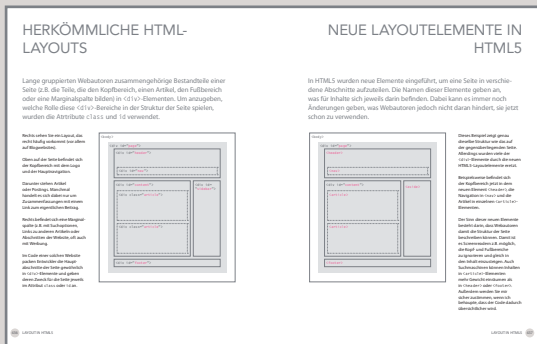
Das Einzige, was Sie mitbringen müssen, um dieses Buch nutzen zu können, sind ein Computer mit Webbrowser und ein Texteditor (z.B. der bei Windows mitgelieferte Editor oder das auf einem Mac mitgelieferte Programm TextEdit).



Am Anfang jedes Kapitels stehen Einleitungsseiten, auf denen Sie in das jeweilige Thema eingeführt werden.



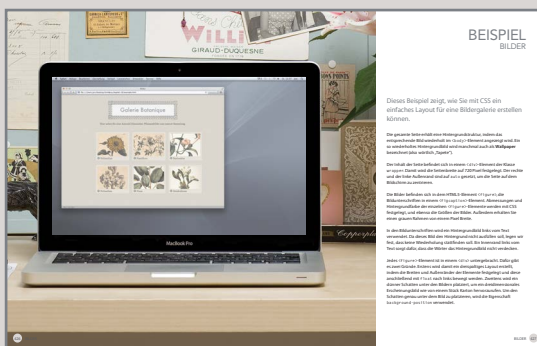
Referenzseiten geben eine Einführung in wichtige Elemente des HTML- und CSS-Codes. HTML-Code wird blau dargestellt, CSS-Code rosa.



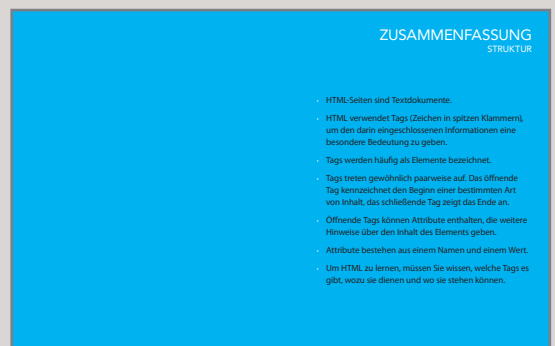
Hintergrundseiten sind weiß dargestellt und erklären den Zusammenhang der Themen, die in dem Kapitel behandelt werden.



Diagramme und Infografiken haben einen dunklen Hintergrund. Sie zeigen eine einfache, grafische Darstellung des behandelten Themas.



Beispielseiten dienen dazu, die angesprochenen Themen zusammenzufassen und zu veranschaulichen, wie Sie sie anwenden können.



Zusammenfassungen stehen am Ende des Kapitels und geben einen Überblick über die Kernpunkte, die in dem Kapitel behandelt wurden.

SIND HTML UND CSS SCHWER ZU LERNEN?

Viele Lehrbücher zu HTML und CSS sind langweilige Anleitungen. Um Ihnen das Lernen zu erleichtern, haben wir die übliche Vorgehensweise über Bord geworfen und dieses Buch ganz neu gestaltet.

Wenn jemand auf meinen Bildschirm blickt und darauf einen Haufen Code sieht, muss ich mir häufig Kommentare anhören, wie furchtbar kompliziert das aussieht oder wie schlau ich doch sein muss, dass ich so etwas verstehe. In Wirklichkeit ist es gar nicht schwer, Webseiten zu schreiben und den Code zu lesen. Mit Sicherheit muss man dazu kein „Programmierer“ sein.

Kenntnisse in HTML und CSS sind für jeden sinnvoll, der mit dem Web arbeitet. Designer können attraktivere und nützlichere Websites erstellen, Redakteure können bessere Inhalte schreiben, Werbetreibende können besser mit ihrem Zielpublikum kommunizieren, und Manager können bessere Websites in Auftrag geben und von ihren Teams bessere Ergebnisse erhalten.

Ich habe mich hier auf den Code konzentriert, den Sie in 90% der Fälle brauchen, und den Code außen vor gelassen, den Sie selbst dann nur selten benötigen, wenn Sie Websites hauptberuflich programmieren. Wenn Sie auf die restlichen 10% stoßen, werden Sie nach der Lektüre dieses Buches in der Lage sein, in Google danach zu suchen und herauszufinden, was es damit auf sich hat.

Ich habe außerdem Informationen über einige Themen hinzugefügt, nach denen ich häufig gefragt werde, z. B. über die Vorbereitung von Bilder-, Audio- und Videodaten für das Web, die Vorgehensweise zum Gestalten und Erstellen einer neuen Website, über Suchmaschinenoptimierung (SEO) und die Verwendung von Google Analytics, um mehr über Ihre Besucher zu erfahren.

DER AUFBAU DIESES BUCHES

Dieses Buch ist in drei Abschnitte aufgeteilt:

1: HTML

Im ersten Kapitel sehen wir uns an, wie Webseiten mit HTML erstellt werden. Hier erfahren Sie, dass Sie als Erstes den Text schreiben, der auf der Seite erscheinen soll, und dann Tags oder Elemente hinzufügen, um dem Browser mitzuteilen, was eine Überschrift ist, wo die einzelnen Absätze beginnen und enden usw.

Im weiteren Verlauf dieses Abschnitts werden die Tags vorgestellt, die Ihnen zum Erstellen von Webseiten zur Verfügung stehen. Die einzelnen Kapitel widmen sich dabei jeweils verschiedenen Themen wie Text, Listen, Links, Bildern, Tabellen, Formularen, Video-, Audio- und Flashinhalten sowie zusätzlichen Elementen.

Ich muss Sie vorwarnen, dass die Beispiele in den ersten neun Kapiteln dieses Buches nicht besonders spannend aussehen, allerdings bilden sie die Grundlage für alle Webseiten. In den folgenden Kapiteln über CSS erfahren Sie, wie Sie diese Seiten interessanter gestalten können.

2: CSS

Am Anfang dieses Abschnitts steht ein Kapitel, in dem Sie erfahren, wie CSS-Regeln eingesetzt werden, um Formatierung und Layout Ihrer Webseiten zu beeinflussen. Dann sehen wir uns die breite Vielfalt der CSS-Eigenschaften an, die Sie in diesen Regeln verwenden können. Diese Eigenschaften fallen gewöhnlich unter die beiden folgenden Kategorien:

Präsentation: Damit legen Sie Aspekte wie die Textfarbe, die Schriftart und -größe, die Hintergrundfarbe der Seite (oder einzelner Teile der Seite) und Hintergrundbilder fest.

Layout: Damit bestimmen Sie, wie die einzelnen Elemente auf dem Bildschirm platziert werden. Außerdem lernen Sie verschiedene Techniken kennen, mit denen Profis ihre Seiten attraktiver machen.

3: ANWENDUNG

Als Letztes geben wir Ihnen einige hilfreiche Informationen, um bessere Websites zu erstellen.

Wir sehen uns einige der neuen Tags an, die in HTML5 eingeführt werden, um die Seitenstruktur zu beschreiben. HTML5 ist die neueste Version von HTML (die zurzeit noch in der Entwicklung begriffen ist). Bevor Sie diese Elemente kennenlernen, müssen Sie jedoch gut damit vertraut sein, wie Sie die Gestaltung von Webseiten mit CSS beeinflussen.

Es gibt auch ein Kapitel, in dem Ihnen ein Arbeitsablauf für die Gestaltung vorgeführt wird. Beim Erstellen neuer Websites ist es günstig, dieser Vorgehensweise zu folgen.

Zu guter Letzt sehen wir uns die Dinge an, die wichtig werden, nachdem Sie Ihre Website erstellt haben, beispielsweise die Veröffentlichung im Web, die Suchmaschinenoptimierung (SEO) und die Verwendung von Analysesoftware, um herauszufinden, wer Ihre Website besucht und was er dort macht.

WIE MENSCHEN AUF DAS WEB ZUGREIFEN

Bevor wir uns den Code ansehen, mit dem Websites erstellt werden, müssen wir verstehen, wie Menschen auf das Web zugreifen, und einige Terminologie klären.

BROWSER

Der Zugriff auf Websites erfolgt in einem Programm, das als **Webbrowser** bezeichnet wird. Bekannte Beispiele dafür sind Firefox, Internet Explorer, Safari, Chrome und Opera.

Um eine Webseite aufzusuchen, können die Besucher eine Webadresse in den Browser eingeben, einem Link von einer anderen Seite folgen oder ein Lesezeichen aufrufen.

Softwarehersteller veröffentlichen ständig neue Versionen ihrer Browser mit neuen Funktionen und umfangreicherer Sprachunterstützung. Denken Sie jedoch immer daran, dass viele Computerbesitzer immer noch ältere Versionen dieser Browser verwenden. Sie können sich daher nicht darauf verlassen, dass alle Benutzer die neuesten Funktionen nutzen können, die von den Browsern angeboten werden.

Wie Sie herausfinden, mit welchen Browsern die Besucher auf Ihre Website zugreifen, erfahren Sie in Kapitel 19.

WEBSERVER

Wenn Sie in Ihrem Browser eine Webseite aufrufen, wird diese Anforderung über das Internet an einen besonderen Computer gesandt, nämlich den **Webserver**, der Ihre Website beherbergt.

Webserver sind ständig mit dem Internet verbunden und senden Webseiten an die Personen, die sie angefordert haben.

Einige große Unternehmen unterhalten ihre eigenen Webserver, üblicherweise aber werden die Dienste eines **Hostinganbieters** in Anspruch genommen, der ihre Website dann gegen eine Gebühr bereitstellt.

GERÄTE

Die Palette der verschiedenen Geräte für den Zugang zu Websites wächst immer weiter an – Desktop-Computer, Laptops, Tablets und Mobiltelefone. Denken Sie daran, dass diese verschiedenen Geräte unterschiedliche Bildschirmgrößen und unterschiedlich schnelle Verbindungen mit dem Web aufweisen.

SCREENREADER

Screenreader sind Programme, die den Inhalt von Webseiten vorlesen. Sie werden von Personen mit Sehbehinderungen eingesetzt.

In vielen Ländern ist es gesetzlich vorgeschrieben, dass öffentliche Gebäude barrierefrei, also für Behinderte zugänglich sein müssen, und ebenso wurden in einigen Ländern auch Gesetze erlassen, die einen ebensolchen Zugang zu Websites vorschreiben.

Überall in diesem Buch werden Sie daher auf Hinweise zu Screenreadern stoßen. Dadurch können Sie sicherstellen, dass Ihre Website auch für Menschen zugänglich ist, die solche Software verwenden.

Ähnliche Technologien, wie sie in Screenreadern zum Einsatz kommen, werden übrigens auch in anderen Bereichen verwendet, in denen die Benutzer nicht in der Lage sind, den Inhalt auf dem Bildschirm zu lesen, z. B. beim Autofahren oder beim Joggen.

WIE WERDEN WEBSITES ERSTELLT?

Allen Websites liegen HTML und CSS zugrunde, aber Content-Management-Systeme, Blogsoftware und E-Commerce-Plattformen steuern zusätzliche Technologien bei.

WAS SIE SEHEN

Wenn Sie sich eine Website ansehen, empfängt der Browser den HTML- und CSS-Code von dem Webserver, auf dem diese Website liegt, und interpretiert ihn, um die Seiten so anzuzeigen, wie Sie sie sehen.

Die meisten Websites enthalten auch zusätzliche Inhalte wie Bilder, Audio- und Videodateien oder Animationen. In diesem Buch erfahren Sie, wie Sie solche Inhalte für die Verwendung im Web vorbereiten und wie Sie sie in ihre Webseiten einbetten.

Manche Websites senden auch JavaScript- oder Flash-Code an Ihren Browser. Wie Sie diese Technologien auf Ihren Webseiten verwenden, werden Sie ebenfalls noch sehen. Dabei handelt es sich jedoch um Themen für Fortgeschrittene, mit denen Sie sich erst beschäftigen können, wenn Sie HTML und CSS beherrschen.

WIE ES ERSTELLT WIRD

Kleine Websites werden häufig nur mit HTML und CSS geschrieben.

Für umfangreiche Websites – vor allem für diejenigen, die regelmäßig aktualisiert werden und ein Content-Management-System (CMS), ein Blogprogramm oder E-Commerce-Software nutzen – werden auf dem Webserver häufig kompliziertere Technologien eingesetzt, die letzten Endes aber dazu dienen, den HTML- und CSS-Code zu erzeugen, der an den Browser gesendet wird. Wenn auf Ihrer Website also solche Technologien zum Einsatz kommen, können Sie Ihre neuen Kenntnisse in HTML und CSS nutzen, um das Erscheinungsbild der Website genauer zu steuern.

Bei solchen großen, komplizierten Websites werden auf dem Webserver auch Datenbanken sowie Programmiersprachen wie PHP, ASP.Net, Java oder Ruby verwendet. Aber diese Technologien müssen Sie nicht kennen, um das Erscheinungsbild der Seiten zu verbessern. Was Sie in diesem Buch lernen, reicht aus, um Sie auf den Weg zu bringen.

HTML5 & CSS3

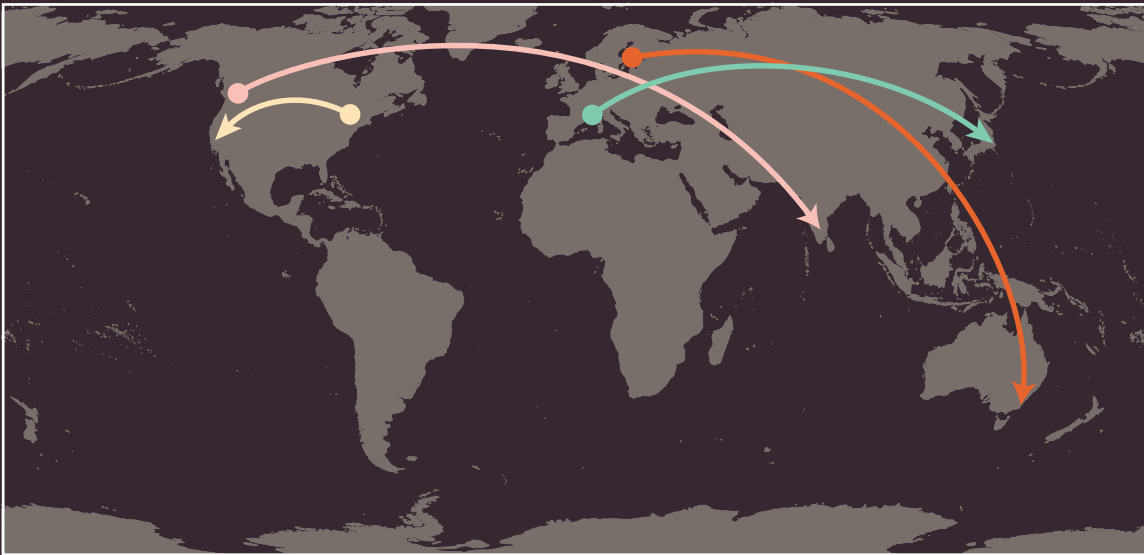
Seit dem Aufkommen des Webs gab es mehrere Versionen von HTML und CSS, die jeweils eine Verbesserung gegenüber der Vorgängerversion darstellten.

Zurzeit werden HTML5 und CSS3 immer noch entwickelt. Obwohl es noch keine endgültige Version gibt, unterstützen viele Browser bereits einige Funktionen dieser Sprachen, und eine Menge Entwickler verwenden den jüngsten Code auf ihren Websites. Daher habe ich mich entschieden, Ihnen diese neuesten Versionen beizubringen.

Da HTML5 und CSS3 auf den vorherigen Versionen aufbauen, werden Sie auch mit diesen vertraut, wenn sie die neuesten lernen. Ich habe deutlich gemacht, welcher Code neu ist und welcher in älteren Browsern möglicherweise nicht funktioniert.

WIE FUNKTIONIERT DAS WEB?

Der Webserver, auf dem die von Ihnen besuchte Website liegt, kann sich irgendwo auf der Erde befinden. Um diesen Webserver zu finden, wendet sich der Browser zunächst an den DNS-Server (Domain Name Service).



Die Beispiele auf dieser Seite zeigen, dass sich der Server mit der Website, die Sie besuchen, irgendwo auf der Welt befinden kann. Es sind die DNS-Server, die dem Browser mitteilen, wo er die Website finden kann.

- Ein Benutzer in Barcelona besucht `sony.jp` in Tokio
- Ein Benutzer in New York besucht `google.com` in San Francisco
- Ein Benutzer in Stockholm besucht `qantas.com.au` in Sydney
- Ein Benutzer in Vancouver besucht `airindia.in` in Bangalore

Rechts sehen Sie, was geschieht, wenn ein Benutzer in England die Website des Louvre in Frankreich unter `www.louvre.fr` aufruft. Zunächst wendet sich der Browser in Cambridge an einen DNS-Server in London, der ihm dann den Standort des Webserver mit der gewünschten Website in Paris mitteilt.

1

Die Verbindung mit dem Web erfolgt über einen Internetprovider. Um eine Website zu besuchen, geben Sie deren Domännennamen oder Webadresse in den Browser ein, z.B. `google.com`, `bbc.co.uk` oder `microsoft.com`.

2

Der Computer nimmt Kontakt mit dem Netzwerk der DNS-Server (Domain Name System) auf. Diese fungieren als eine Art Telefonbuch und teilen Ihrem Computer die IP-Adresse mit, die zu dem angeforderten Domännennamen gehört. Eine IP-Adresse besteht aus zwölf Ziffern, die durch Punkte getrennt sind. Jedes mit dem Web verbundene Gerät hat eine eigene IP-Adresse, die so etwas wie die Telefonnummer des Computers darstellt.

3

Über die eindeutige Nummer, die der DNS-Server an Ihren Computer zurückgibt, kann der Browser Kontakt mit dem Webserver aufnehmen, der die angeforderte Website beherbergt. Ein Webserver ist ein ständig mit dem Web verbundener Computer, der eigens dazu dient, Webseiten bereitzustellen.

Cambridge

LONDON

PARIS

4

Der Webserver sendet die angeforderte Seite an den Browser.

1

STRUKTUR

- ▶ Grundlegendes zur Struktur
- ▶ Grundlegendes zum Markup
- ▶ Tags und Elemente

Täglich begegnen wir allen Arten von Dokumenten: Zeitungen, Versicherungspolicen, Versandhauskataloge usw.

Viele Webseiten verhalten sich wie elektronische Versionen solcher Dokumente. Beispielsweise veröffentlichen Zeitungsverlage dieselben Artikel in der Druckausgabe und auf ihrer Website. Ebenso können Sie im Web eine Versicherung abschließen oder in den Onlinekatalogen von E-Commerce-Websites blättern.

In all diesen Arten von Dokumenten dient die zugrundeliegende Struktur dazu, den Lesern die beabsichtigte Botschaft zu vermitteln und ihnen zu erlauben, sich innerhalb des Dokuments zu bewegen und zurechtzufinden. Wenn Sie das Schreiben von Webseiten erlernen wollen, müssen Sie als Erstes verstehen, wie Dokumente strukturiert werden. In diesem Kapitel werden Sie:

- erfahren, wie HTML die Struktur einer Webseite beschreibt
- lernen, wie Sie einem Dokument Tags und Elemente hinzufügen
- Ihre erste Webseite schreiben



Dies ist die Hauptüberschrift

Dieser Text kann eine Einführung in den Rest der Seite sein. Bei einer langen Seite kann er durch mehrere Zwischenüberschriften aufgeteilt sein.

Dies ist eine Zwischenüberschrift

Viele lange Artikel weisen Zwischenüberschriften auf, damit die Leser dem Text besser folgen können. Es kann auch noch Zwischenüberschriften tieferer Ebenen geben.

Eine weitere Zwischenüberschrift

Hier sehen Sie noch eine Zwischenüberschrift.

WIE SIND SEITEN STRUKTURIERT?

Betrachten Sie die Artikel in einer Zeitung: Sie weisen jeweils eine Überschrift, etwas Text und möglicherweise einige Bilder auf. Lange Artikel sind durch Zwischenüberschriften aufgeteilt. Außerdem können Zitate eingefügt sein. Diese Struktur macht den Artikel für die Leser verständlicher.

Wird der Artikel online veröffentlicht, weist er eine sehr ähnliche Struktur auf (wobei es zusätzlich auch Audio- oder Videoelemente geben kann). Das können Sie auf der rechten Seite erkennen, auf der ein Zeitungsartikel und die zugehörige Onlineveröffentlichung dargestellt sind.

Nehmen wir als nächstes Beispiel eine ganz andere Art von Dokument, nämlich ein Versicherungsformular. Formulare weisen häufig Überschriften für die einzelnen Abschnitte auf, wobei jeder Abschnitt eine Liste von Fragen mit Feldern zum Ausfüllen oder mit Kästchen zum Ankreuzen enthält. Auch hier behält das Dokument online eine sehr ähnliche Struktur bei.

Read more on MediaGuardian.co.uk

Digital economy or bust Part 33. In which the team turn up the volume with inside track on The X Factor – and get a glimpse of the future

Coming up this week Monday: Shortlists for Student Media Awards announced Wednesday to Friday: Coverage of the RTS Cambridge Convention

Interview Rio Caraeff

Vevo revolutionary

Universal's former mobile chief is leading the music industry's fight to shake up online video. He reveals his frustration with MTV, and says why no one need own music if his site succeeds. Interview by **Mark Sweney**

If Rio Caraeff succeeds, perhaps only diehard fans will need to own music. His online music video site, part-owned by the two largest record companies, also hopes to have the same impact as MTV and to be an answer to YouTube. Check those goals in with that of making the industry less dependent on the purchase of recordings, and for Caraeff there is clearly plenty to do.

Caraeff is the youthful chief executive of Vevo – launched in late 2009 with the backing of three of the four major groups, Sony Music, Universal Music and EMI – who is taking the venture international with a rollout starting in the UK and continental Europe. “Sex, music and sports are the only entertainment categories on the planet that people love that can build audiences at the scale of billions of people,” he says. “I’m in the business of connecting billions of people to music,” is his modestly stated aim.

With global CD sales plummeting by \$1.5bn last year, Caraeff’s mission is clear. “We wouldn’t have created Vevo if we didn’t need it,” he says. “The industry felt it was necessary. If MTV was doing a great job paying royalties, if YouTube [was], there would have been no need. We have invested tens of millions to be responsible for our competition. We can’t sit back and say ‘I love Apple or whoever figures this out’.”

Vevo’s relationship with Google, the owner of the world’s largest video-sharing platform YouTube, is clearly critical. Michael Ondaatje called the company a “parasite” and Sir Martin Sorrell described it as a “freemium”. Despite the combative relationship the music industry has historically had with players in the digital space, Caraeff prefers to characterise Vevo’s dealings with YouTube as “symbiotic”, although “declaration of independence” would be more appropriate.

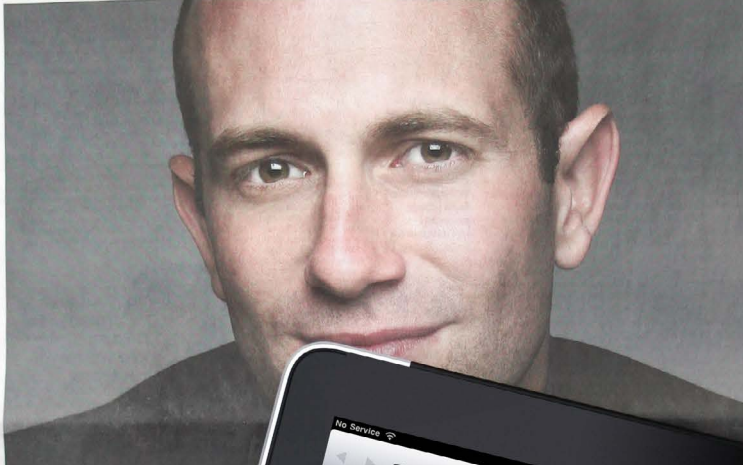
“We said ‘let’s figure out how to work with them,’” he explains. “There are no duplicate copies [of music videos] on YouTube, there were thousands before, the official versions are only available from us. They don’t threaten us. YouTube is a place where people can upload any video in the world, we’re not trying to compete.” Caraeff points out that 50% of Vevo traffic comes from YouTube search, and 30% comes from recommendations of videos that users might like to watch that appear on the side of the YouTube web pages when a user is viewing clips.

Free access
Vevo’s business model is all about providing music videos that fans can access free, funded by advertising – or to put it another way – give consumers an alternative to owning songs. “I believe the future is access, not ownership, not iTunes as it is today,” he says. “We’re not trying to sell people music, our customers are not the small amount of people that want to buy music. We are about providing access: it is the only scalable model for the music industry, the question is, how do you do that and make money?”

Which raises the question of how well Vevo is actually doing. Caraeff doesn’t want to give away too much commercially but says it is already making “hundreds of millions of dollars” in revenue, although there are hosting costs to pay. More than half of gross revenue goes to content owners – the label, artist or licensor – with the remainder being kept by Vevo or paid to partners such as YouTube. He says that Vevo is “significantly ahead” of its original business plan – about as ahead as to be precise – and is on track to achieve profitability “in the very early part of next year”.

Yet there are problems. Caraeff’s business is dependent on advertising, and he is frustrated by the low rates that companies pay to run campaigns around music content. His contention is that advertisers treat music content as inferior and that Vevo’s role is to “convert” the prime content and then be able to position it as a premium product. Think the free-to-access equivalent of BSkyB’s owning Premier League football.

“The audience that loves music is vast and promising: it should be treated as



Video vexations ... Rio Caraeff says 'if MTV was doing a

‘We are about access: it is the only scalable model for the music industry, the question is, how do you do that and make money?’

if it were lauded TV content demand to revert to low. I want music as a TV

Curriculum vitae

Age 36
Education Did not go to university because “I started my first company at 16”
Career 2004 vice-president, Pictures 2005 general manager, Universal Music Mobile vice-president, Umi division, responsible for new technologies, Vevo



Rio Caraeff: Vevo revolutionary

The former Universal mobile chief reveals his frustration with MTV, and explains why no one need own music if his site succeeds

Mark Sweney guardian.co.uk, Sunday 11 September 2011 20:00 BST



Vevo's Rio Caraeff: "Music should be treated as if it were as valuable as the World Cup or as premium TV content"

If Rio Caraeff succeeds, perhaps only diehard fans will need to own music. His online music video site, part-owned by the two largest record companies, also hopes to have the same impact as MTV and to be an answer to YouTube. Check those goals in with that of making the industry less dependent on the purchase of recordings, and for Caraeff there is clearly plenty to do.

Caraeff is the youthful chief executive of Vevo – launched in late 2009

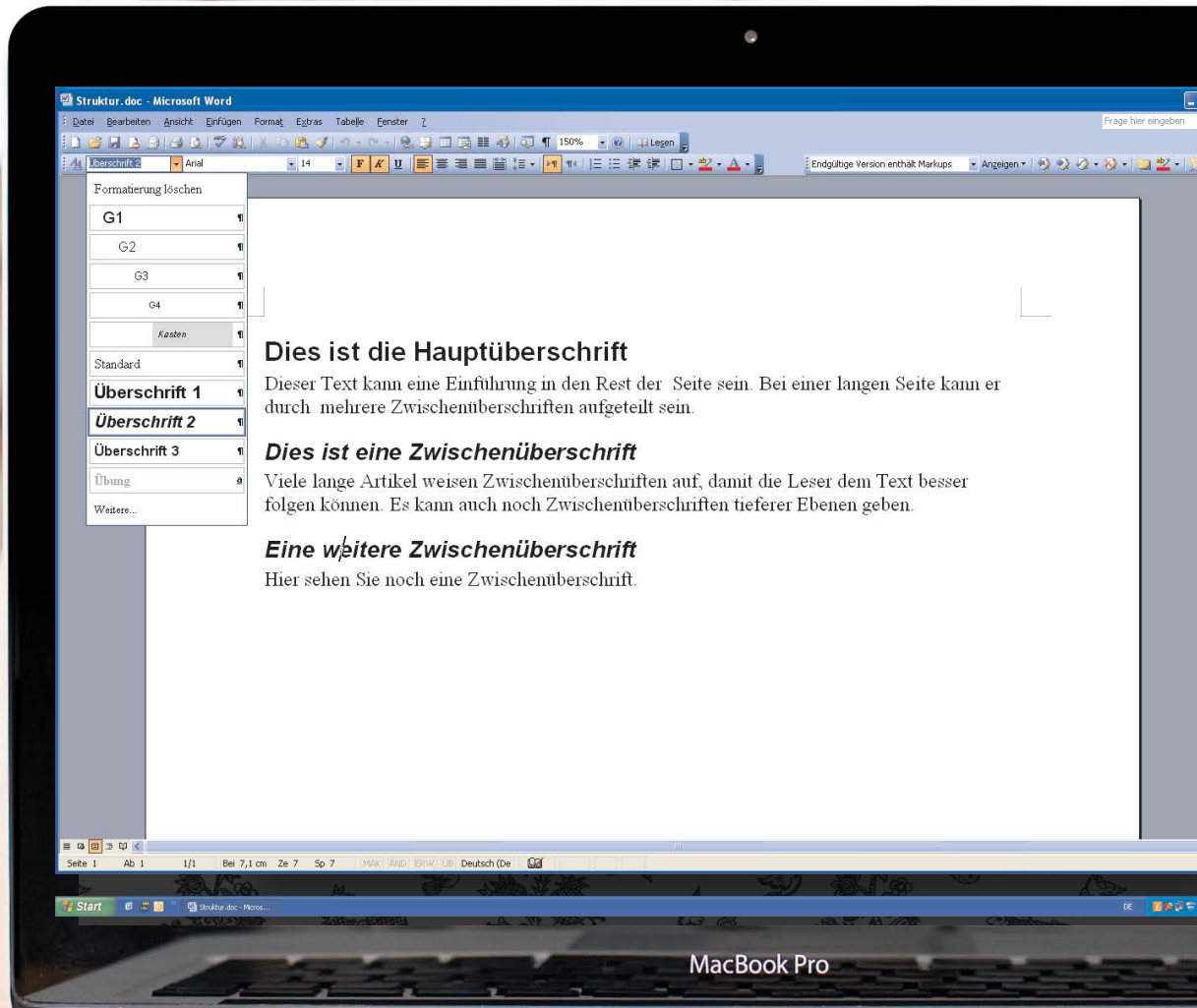
01:07
www.guardian.co.uk/media/2011/sep/11/ra...
BBC clip
the guardian
News Sport Comment Culture Business Money Life & style Travel Environment TV
Rio Caraeff: Vevo revolutionary | Media | The Guardian
News > Media > Vevo
The former Universal mobile chief reveals his frustration with MTV, and explains why no one need own music if his site succeeds
Mark Sweney guardian.co.uk, Sunday 11 September 2011 20:00 BST
Article history
A larger | smaller
Media
Vevo - Online TV
Television industry - Digital media
Technology
Rio Caraeff - Internet
More interviews
More features
See also
31 Jul 2009
Rihanna set to make P!nk's own debut chief venture
26 Apr 2011
Music video website Vevo launches in UK
27 Aug 2010
YouTube UK to launch free movie service
14 Jul 2011
Online TV service Servo saved

WORD-DOKUMENTE STRUKTURIEREN

Die Verwendung von Überschriften und Zwischenüberschriften in Dokumenten spiegelt meistens die Hierarchie der Informationen wider. So beginnt ein Dokument mit einer großen Überschrift, auf die eine Einführung oder die wichtigste Information folgt.

Das Thema wird dann unter den Zwischenüberschriften unten auf der Seite weiter ausgearbeitet. Wenn wir ein Dokument mit einer Textverarbeitung schreiben, teilen wir den Text auf, um ihm Struktur zu geben. Jedes Thema kann mit einem neuen Absatz beginnen, und jeder Abschnitt kann eine Überschrift aufweisen, die beschreibt, worum es in ihm geht.

Auf der rechten Seite sehen Sie ein einfaches Dokument in Microsoft Word. Die einzelnen Formate für das Dokument, z.B. die verschiedenen Überschriftenebenen, werden in dem Dropdownfeld angezeigt. Wenn Sie regelmäßig mit Word arbeiten, haben Sie wahrscheinlich auch schon die Formatsymbolleiste bzw. -Palette dafür verwendet.



- Formatierung löschen
- G1
- G2
- G3
- G4
- Kasten
- Standard
- Überschrift 1**
- Überschrift 2**
- Überschrift 3
- Übung
- Weitere...

Dies ist die Hauptüberschrift

Dieser Text kann eine Einführung in den Rest der Seite sein. Bei einer langen Seite kann er durch mehrere Zwischenüberschriften aufgeteilt sein.

Dies ist eine Zwischenüberschrift

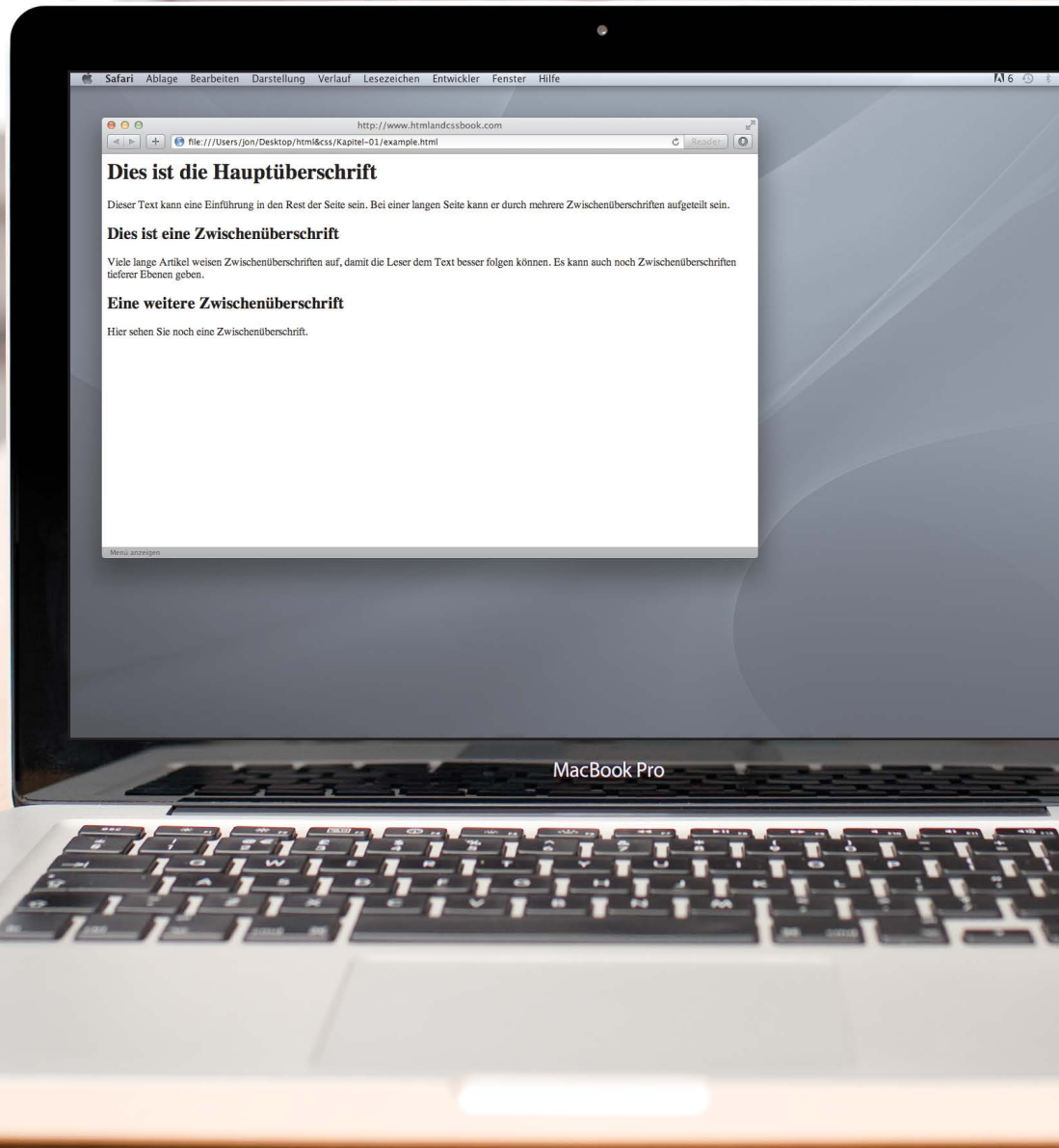
Viele lange Artikel weisen Zwischenüberschriften auf, damit die Leser dem Text besser folgen können. Es kann auch noch Zwischenüberschriften tieferer Ebenen geben.

Eine weitere Zwischenüberschrift

Hier sehen Sie noch eine Zwischenüberschrift.

MacBook Pro

Auf der vorherigen Seite haben Sie gesehen, wie Sie einem Word-Dokument eine Struktur hinzufügen, um es übersichtlicher zu gestalten. Und genau dies tun Sie auch beim Schreiben von Webseiten.



HTML BESCHREIBT DIE STRUKTUR VON SEITEN

Im Browserfenster sehen Sie eine Webseite mit demselben Inhalt wie das Word-Dokument auf Seite 23. Um die Struktur einer Webseite zu beschreiben müssen wir den Worten, die auf der Seite erscheinen sollen, Code hinzufügen.

Im Folgenden sehen Sie den HTML-Code für diese Seite. Machen Sie sich jetzt noch keine Gedanken über diesen Code. Was er im Einzelnen bedeutet, sehen wir uns auf der nächsten Seite ausführlich an. Der HTML-Code ist hier blau dargestellt, und der Text, der auf der Seite erscheinen soll, schwarz.

```
<html>
  <body>
    <h1>Dies ist die Hauptüberschrift</h1>
    <p>Dieser Text kann eine Einführung in den Rest der
      Seite sein. Bei einer langen Seite kann er durch
      mehrere Zwischenüberschriften aufgeteilt sein.</p>
    <h2>Dies ist eine Zwischenüberschrift</h2>
    <p>Viele lange Artikel weisen Zwischenüberschriften
      auf, damit die Leser dem Text besser folgen
      können. Es kann auch noch Zwischenüberschriften
      tieferer Ebenen geben.</p>
    <h2>Eine weitere Zwischenüberschrift</h2>
    <p>Hier sehen Sie noch eine Zwischenüberschrift.</p>
  </body>
</html>
```

Der (blaue) HTML-Code besteht aus Zeichen in spitzen Klammern, die als Tags bezeichnet werden. **HTML-Elemente** bestehen gewöhnlich aus zwei **Tags**, einem öffnenden und einem schließenden. (Zu Beginn des schließenden Tags steht ein Schrägstrich.) Ein HTML-Element teilt dem Browser etwas über die Informationen mit, die sich zwischen seinem öffnenden und schließenden Tag befinden.

HTML VERWENDET ELEMENTE ZUR BESCHREIBUNG DER SEITENSTRUKTUR

Sehen wir uns den Code auf der letzten Seite genauer an. Es gibt verschiedene Elemente mit jeweils einem öffnenden und einem schließenden Tag.

CODE

```
<html>  
  <body>  
    <h1>Dies ist die Hauptüberschrift.</h1>  
    <p>Dieser Text kann eine Einführung in den Rest der Seite sein. Bei einer langen Seite kann er durch mehrere Zwischenüberschriften aufgeteilt sein.<p>  
    <h2>Dies ist eine Zwischenüberschrift.</h2>  
    <p>Viele lange Artikel weisen Zwischenüberschriften auf, damit die Leser dem Text besser folgen können. Es kann auch noch Zwischenüberschriften tieferer Ebenen geben.</p>  
    <h2>Eine weitere Zwischenüberschrift</h2>  
    <p>Hier sehen Sie noch eine Zwischenüberschrift.</p>  
  </body>  
</html>
```

Elemente sind wie Behälter. Sie teilen Ihnen etwas über die Informationen zwischen ihrem öffnenden und schließenden Tag mit.

BESCHREIBUNG

Das öffnende `<html>`-Tag besagt, dass alles zwischen ihm und dem schließenden `</html>`-Tag HTML-Code ist.

Das Tag `<body>` besagt, dass alles zwischen ihm und dem schließenden `</body>`-Tag im Hauptfenster des Browsers angezeigt werden soll.

Worte zwischen `<h1>` und `</h1>` sind Hauptüberschriften.

Ein Textabsatz steht zwischen den Tags `<p>` und `</p>`.

Worte zwischen `<h2>` und `</h2>` bilden eine Zwischenüberschrift.

Hier steht ein weiterer Absatz mit öffnendem `<p>`- und schließendem `</p>`-Tag.

Eine weitere Zwischenüberschrift zwischen den Tags `<h2>` und `</h2>`.

Noch ein Absatz zwischen den Tags `<p>` und `</p>`.

Das schließende `</body>`-Tag markiert das Ende dessen, was im Hauptfenster des Browsers erscheinen soll.

Das schließende `</html>`-Tag markiert das Ende des HTML-Codes.

TAGS UNTER DER LUPE



Das Zeichen zwischen den Klammern gibt den Zweck des Tags an.

Beispielsweise steht das p in obigem Beispiel für „paragraph“, also Absatz.

Beim schließenden Tag steht ein Schrägstrich hinter dem <.