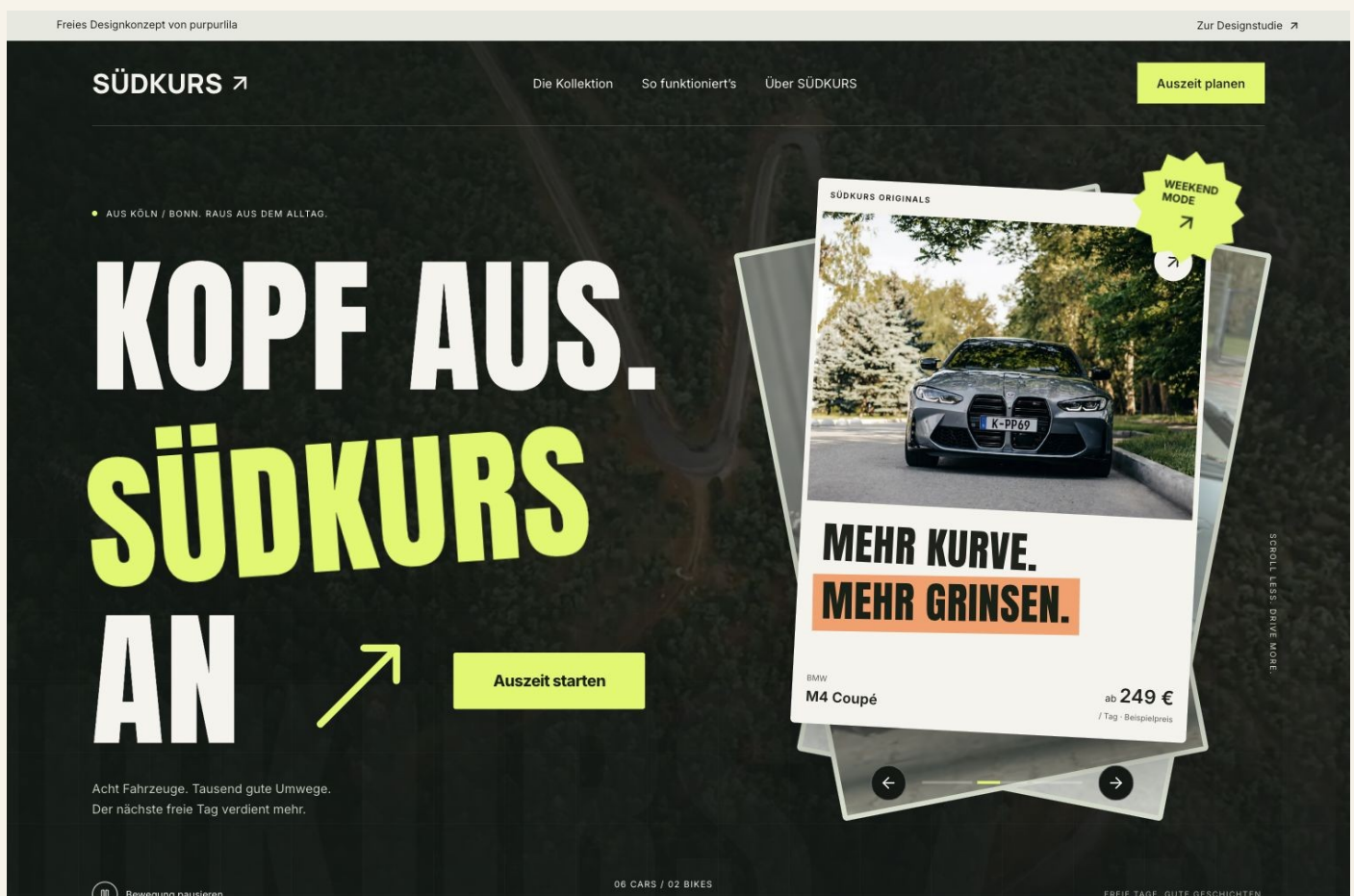


Magazin

Von Hero bis Hosting.

Websites verstehen mit SÜDKURS.

Die Begriffe hinter einer Website - erklärt an echten Seitenausschnitten. Mit Ideen für dein eigenes Projekt.



Eine freie Designstudie von purpurlila. Mit Originalansichten, einfachen Erklärungen und Fragen für dein eigenes Projekt.

SO Liest DU DIESES MAGAZIN

Ein Beispiel. Viele Aha-Momente.

Du brauchst kein Fachwissen. Jeder Abschnitt verbindet einen Begriff mit einer konkreten Entscheidung in der SÜDKURS-Website.

03 Der erste Eindruck

Hero, Header und CTA

04 Gestaltung mit Ordnung

Grid, Typografie und Weißraum

05 Mobil denken

Responsive Design und Bedienung

06 Der Weg durch die Seite

UI, UX und User Journey

07 Schritt für Schritt

Formulare, Auswahl und Rückmeldung

08 Unter der Oberfläche

HTML, CSS und JavaScript

09 Die richtige Technik

CMS, API und Datenbank

10 Gefunden werden

SEO, Metadaten und Indexierung

11 Schnell und ruhig

Ladezeit und Core Web Vitals

12 Die Website im Netz

Domain, DNS und Hosting

13 Dein eigenes Projekt

Sechs Fragen für ein gutes Briefing

14 Weiterlesen

Quellen, Bildnachweise und Kontakt

AUSSERDEM: BEIDE ARTIKEL VOLLSTÄNDIG

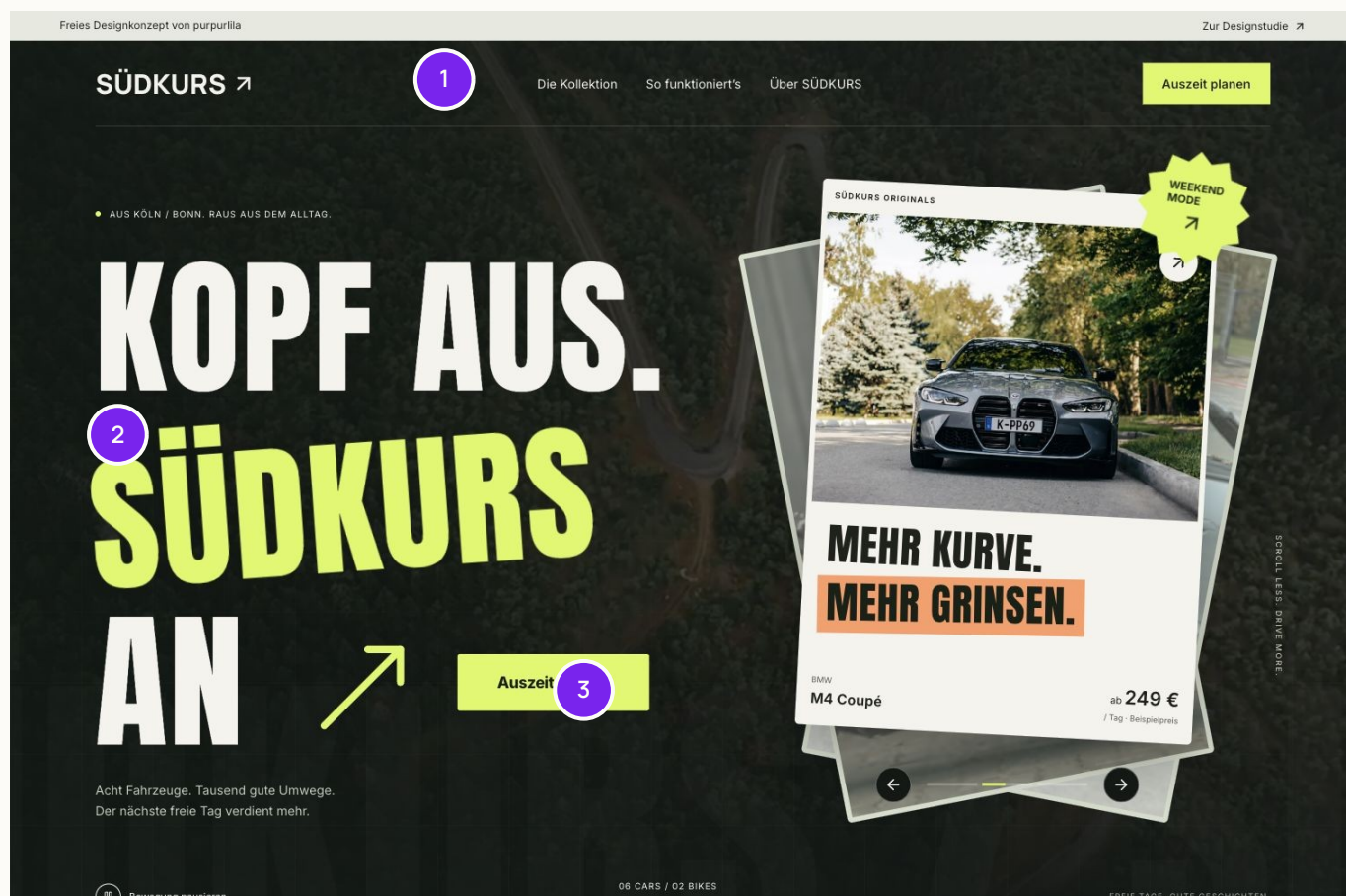
SÜDKURS: Vom Gefühl zur digitalen Markenwelt

Von Hero bis Hosting: Website-Begriffe einfach erklärt

01 / HERO, HEADER & CTA

Der erste Eindruck braucht eine Richtung.

Der Einstieg verbindet Marke, Stimmung und einen verständlichen nächsten Schritt.



1 / Header

Der Kopfbereich bündelt Logo und Navigation. Bei SÜDKURS führen „Die Kollektion“ und „Auszeit planen“ zu klar benannten Zielen.

2 / Hero

Der erste große Inhaltsbereich. „Kopf aus. SÜDKURS an“ und die Fahrzeugkarte vermitteln hier die Idee einer Auszeit.

3 / CTA

Call to Action heißt Handlungsaufforderung. „Auszeit starten“ führt direkt zur Mietplanung. Der große Pfeil daneben ist ein Gestaltungselement.

Die Startseite selbst erleben

02 / GRID, TYPOGRAFIE & WEISSRAUM

Starke Bilder. Klare Ordnung.

Auch eine ausdrucksstarke Website braucht wiederkehrende Abstände und eine nachvollziehbare Rangfolge.

Alle 8

Automobile 6

Motorräder 2

Performance 4

Luxury 2

Sortieren Unsere Reihenfolge

8 Fahrzeuge - Die ganze Kollektion

01



Fahrzeug entdecken

PORSCHE

911 CABRIOLET

Carrera · 992.2

349 €

/ Tag

AUTOMOBIL · PDK

4 PLÄTZE

02



Fahrzeug entdecken

BMW

M4 COUPÉ

Coupé · G82

249 €

/ Tag

AUTOMOBIL · AUTOMATIK

4 PLÄTZE

Grid / Raster

Die Fahrzeugkarten stehen in gemeinsamen Spalten. Dadurch lassen sich unterschiedliche Modelle schneller vergleichen.

Typografie

Schmale, große Überschriften geben SÜDKURS Charakter. Kleinere, ruhigere Texte übernehmen Modelle, Fakten und Bedienhinweise.

Weißraum

Die freien Flächen zwischen Bild, Name und Preis trennen Informationen. Weißraum kann auch dunkel sein: Gemeint ist Abstand, nicht die Farbe.

[Die Kollektion ansehen](#)

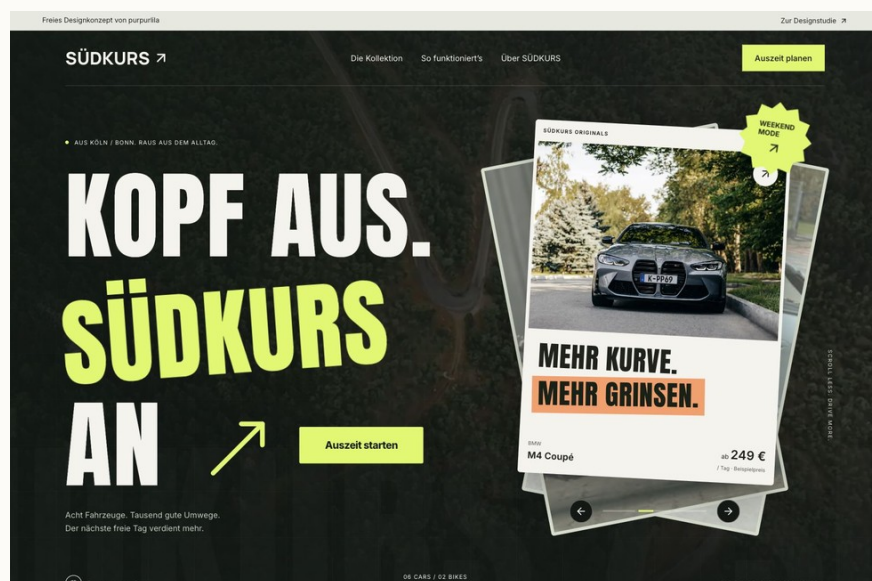
SÜDKURS / Websites verstehen

04

03 / RESPONSIVE DESIGN

Gleiche Idee. Anderer Raum.

Eine mobile Website braucht ein passendes Layout - keine verkleinerte Kopie des großen Bildschirms. [1]



DESKTOP

Botschaft und Fahrzeugkarte stehen nebeneinander. Beide haben Platz, um gleichzeitig zu wirken.



SMARTPHONE

Layout reagiert

Auf dem Smartphone folgt das Fahrzeug unter der Überschrift. Der CTA bleibt davor sichtbar und einzigartig. Inhalt und Identität bleiben erkennbar.

Bedienung mitdenken

Gut erreichbare Flächen und lesbarer Text zählen mehr als ein bestimmtes Gerätemodell. Prüfe schmale Breiten, längere Texte und vergrößerte Schrift.

04 / UI, UX & USER JOURNEY

Von Interesse zu einer Entscheidung.

UI beschreibt die sichtbare Oberfläche. UX beschreibt, wie verständlich und angenehm sich der gesamte Weg anfühlt.

01**Startseite**

Interesse wecken

02**Kollektion**

Auswahl ordnen

03**Fahrzeug**

Details erklären

04**Mietplanung**

Auswahl festhalten

Ein möglicher Weg. Wer schon weiß, was er möchte, kann über „Auszeit starten“ direkt in die Mietplanung einsteigen.



Jede Station beantwortet eine Frage.

Was wird angeboten? Welches Fahrzeug passt?
Welche Informationen brauche ich vor der Planung?

Auf der Detailseite stehen Bild, Modell und Beispielpreis im Zusammenhang. Die Auswahl führt zum nächsten sinnvollen Schritt.

[Die Fahrzeugseite erleben](#)

05 / AUSWAHL, VALIDIERUNG & FEEDBACK

Ein Formular ist ein Gespräch.

In der SÜDKURS-Mietplanung folgen Fahrzeug, Zeitraum und Übersicht aufeinander. Der Fortschritt bleibt sichtbar.

FREIE TAGE. GUTE WEGE.
06 CARS / 02 BIKES

01 Fahrzeug

02 Zeitraum

03 Übersicht

WELCHER CHARAKTER PASST ZU IHNEN?



Porsche
911 Cabriolet
349 € / Tag



BMW
M4 Coupé
249 € / Tag





IHRE AUSZEIT

IHR FREIER TAG BEGINNT MIT EINEM FAVORITEN.

Wählen Sie links oder oben ein Fahrzeug aus der Kollektion.

Freies Designkonzept. Keine Buchung, keine Zahlung, keine Verfügbarkeitszusage.

Auswahl

Zuerst wird ein Fahrzeug gewählt. Ein sichtbarer Zustand zeigt, welches Modell aktiv ist. Vorher bleibt „Weiter zum Zeitraum“ gesperrt.

Validierung

Die Demo prüft den eingegebenen Zeitraum und meldet unpassende Angaben. Eine Fehlermeldung sollte immer erklären, was zu ändern ist.

Rückmeldung

Die Übersicht zeigt einen berechneten Beispielpreis. „Planung kopieren“ legt die Zusammenfassung in die Zwischenablage. Es wird nichts gebucht.

[Die Mietplanung ausprobieren](#)

SÜDKURS / Websites verstehen

07

06 / FRONTEND, HTML, CSS & JAVASCRIPT

Drei Bausteine. Eine Oberfläche.

Frontend heißt: der Teil einer Website, den Menschen im Browser sehen und bedienen. Drei Technologien arbeiten dabei zusammen. [2]

HTML

Struktur und Bedeutung

Überschriften, Links, Bilder und Formularfelder erhalten eine erkennbare Funktion. „Auszeit starten“ ist ein Link; die Auswahl eines Fahrzeugs ist eine Bedienaktion.

CSS

Form, Farbe und Anordnung

CSS gestaltet Raster, Schrift und Abstände. Hier entstehen das dunkle Grün, die limettenfarbenen Akzente und die unterschiedlichen Layouts für breite und schmale Ansichten.

JavaScript

Reaktion und Zustand

Es reagiert auf Eingaben: Ein Filter ändert die Auswahl, die Galerie wechselt das Motiv und die Mietplanung berechnet aus Fahrzeug und Zeitraum einen Beispielpreis.

Ein Framework ist ein Werkzeug.

SÜDKURS ist mit React-Komponenten aufgebaut. Das hilft, wiederkehrende Teile zu entwickeln. Ob eine Website gut funktioniert, entscheidet trotzdem ihre Umsetzung.

07 / BACKEND, CMS, API & DATENBANK

Technik folgt der Aufgabe.

Diese Begriffe beschreiben verschiedene Aufgaben. Eine Website braucht nicht automatisch alle davon.

Backend

Logik auf dem Server.

Ein realer Verleih müsste Verfügbarkeit, Buchungen und Berechtigungen zuverlässig im Hintergrund verarbeiten.

CMS

Ein System zum Pflegen von Inhalten.

Wenn Mitarbeitende Fahrzeuge, Preise und Texte regelmäßig selbst ändern sollen, kann ein Redaktionssystem sinnvoll sein.

API

Eine definierte Schnittstelle zwischen Systemen.

Eine echte Vermietungssoftware könnte freie Termine über eine API liefern. Das wäre eine eigene Integration.

Datenbank

Strukturierte und dauerhaft gespeicherte Daten.

Ein realer Dienst könnte darin Fahrzeuge und Reservierungen verwalten. Speicherung und Zugriffe müssen geplant werden.

So ist es in der gezeigten Studie

Die Fahrzeugdaten kommen aus den Projektdateien. Die Mietplanung rechnet im Browser. Sie ruft kein Buchungssystem ab und speichert keine reale Reservierung. Die Beispiele oben beschreiben mögliche Erweiterungen.

08 / SEO & METADATEN

Verständlich für Menschen. Einordbar für Suchmaschinen.

SEO unterstützt das Finden und Verstehen von Inhalten. Gute Struktur und hilfreiche Texte bilden die Grundlage; eine Platzierung lässt sich nicht versprechen. [3]

BEISPIEL AUS DEN SEITEN-METADATEN

Auszeit planen - SÜDKURS

Fahrzeug auswählen, Zeitraum festlegen, Beispielpreis berechnen. Interaktive Mietplanung im freien SÜDKURS-Designkonzept.

Keine Vorschau eines tatsächlichen Google-Suchergebnisses.

Title & Description

Der Title benennt die Seite. Die Meta Description beschreibt ihren Inhalt; Suchmaschinen können einen anderen Ausschnitt verwenden.

Sitemap & Canonical

Eine Sitemap nennt wichtige URLs. Ein Canonical kennzeichnet die bevorzugte Adresse bei gleichen oder sehr ähnlichen Inhalten.

Nicht jede Seite soll in den Suchergebnissen stehen.

Die Unterseiten des SÜDKURS-Konzepts, etwa die Mietplanung, sind bewusst auf „noindex“ gesetzt. Das ist eine redaktionelle Entscheidung. Eine Sitemap oder ein Canonical garantiert keine Indexierung.

Für dein Projekt: Welche Seiten beantworten echte Kundenfragen? Welche sollten auffindbar sein - und welche dienen nur einem internen oder demonstrativen Zweck?

09 / PERFORMANCE & ZUGÄNLICHKEIT

Schnell laden. Ruhig bleiben.

Eine starke Bildwelt braucht passende Bilddateien. Eine schöne Oberfläche braucht zugleich verständliche Bedienung.

LCP

Wird der Hauptinhalt zügig sichtbar?

INP

Wie schnell reagiert die Seite auf eine Eingabe?

CLS

Verschiebt sich Inhalt unerwartet beim Laden?

Die Core Web Vitals betrachten Laden, Reaktion und visuelle Stabilität. Ein Labortest wie Lighthouse ergänzt reale Nutzungsdaten; er ersetzt sie nicht. Hier werden keine gemessenen Werte oder Testergebnisse behauptet. [4]

Am SÜDKURS-Beispiel

Fahrzeugbilder werden in mehreren Größen ausgeliefert. Bilder weiter unten können später laden. Das spart unnötige Übertragung, ohne den Inhalt wegzulassen.

Bedienung gehört dazu

Beschriftete Felder, verständliche Überschriften, sichtbarer Tastaturfokus und eine logische Reihenfolge helfen beim Navigieren. Dekorative Bilder brauchen keinen vorgelesenen Inhalt. [5]

Bewegung ist optional.

SÜDKURS bietet einen Schalter zum Pausieren der Bewegung. Nutze Animation gezielt und berücksichtige die Einstellung für reduzierte Bewegung. Ein Screenshot allein belegt keine vollständige Barrierefreiheit.

10 / DOMAIN, DNS, HOSTING & HTTPS

Von der Adresse bis zur fertigen Seite.

Die Website wird erst erreichbar, wenn Adresse und technische Bereitstellung zusammenpassen. [6, 7]

DIE ADRESSE DES BEISPIELS

purpurlila.de / konzepte / suedkurs /

Die Domain ist purpurlila.de. SÜDKURS liegt darunter in einem Pfad; die Studie benötigt dafür keine eigene Domain.

1 / Domain	Die lesbare Adresse, die jemand eingibt.
2 / DNS	Liefert die zur Adresse passenden technischen Einträge, etwa die Serveradresse.
3 / Hosting	Stellt HTML, Bilder und weitere Dateien bereit. Ein Server beantwortet die Anfrage.
4 / Browser	Lädt die Dateien und stellt daraus die Seite dar.

HTTPS schützt die Verbindung.

HTTPS verwendet TLS zur Verschlüsselung zwischen Browser und Server. „SSL“ ist dafür noch ein verbreiteter älterer Begriff. Caching hält Dateien zur Wiederverwendung bereit; Backups helfen bei der Wiederherstellung.

DEIN BRIEFING / SECHS GUTE FRAGEN

Jetzt wird es dein Projekt.

Übertrage die Prinzipien auf dein Angebot. Dafür brauchst du weder Fahrzeuge noch die Farben von SÜDKURS.

01 Was soll sofort klar werden?

Formuliere das Angebot und den wichtigsten Nutzen in zwei Sätzen.

02 Was ist der nächste sinnvolle Schritt?

Kontakt, Termin, Auswahl oder Kauf? Benenne die Handlung konkret.

03 Welche Informationen braucht die Entscheidung?

Ordne Inhalte nach den Fragen deiner Besucher, nicht nach internen Abteilungen.

04 Wer pflegt die Website nach dem Start?

Kläre, was sich wie oft ändert. Daraus ergibt sich, ob und welches CMS hilft.

05 Was muss wirklich angebunden werden?

Nenne konkrete Systeme und Datenflüsse. Eine API ist ein Mittel, kein Selbstzweck.

06 Wer kümmert sich um den Betrieb?

Vereinbare Domain, Hosting, Updates, Backups und Zuständigkeiten.

Dein Projekt mit Artur besprechen

Oder zuerst den Preiskompass nutzen: eine erste Orientierung zu Umfang und Investition.

QUELLEN, BEISPIEL & KONTAKT

Weiterdenken. Weiterklicken.

Die Erläuterungen verbinden Grundlagen mit dem dokumentierten lokalen Stand der SÜDKURS-Studie vom 6. Oktober 2026.

[1] [MDN: Responsive web design](#)

[2] [MDN: Structuring content with HTML](#)

[3] [Google Search Central: SEO Starter Guide](#)

[4] [web.dev: Web Vitals](#)

[5] [W3C WAI: Developing for Web Accessibility](#)

[6] [MDN: How does the Internet work?](#)

[7] [MDN: HTTPS](#)

Alle Quellen zuletzt aufgerufen am 6. Oktober 2026. Die verlinkten Dokumentationen führen die Grundlagen weiter aus.

Bilder & Einordnung

Die Screenshots zeigen die echte Oberfläche der freien SÜDKURS-Designstudie. Die Fahrzeugfotografie und ihre Herkunft sind in deren Bildnachweisen dokumentiert. Das Beispiel ist kein Kundenauftrag und keine reale Vermietung; es liefert keine gemessenen Geschäftsergebnisse.

[SÜDKURS: Bild- und Filmnachweise](#)

Artur Zittel / purpurlila

Boutique Design Studio / Troisdorf · Köln/Bonn

hello@purpurlila.de

purpurlila.de/magazin

PERSPEKTIVEN / MARKE

SÜDKURS: Vom Gefühl zur digitalen Markenwelt

Vom ersten Eindruck bis zur Fahrzeugauswahl: eine freie Designstudie mit echten Website-Ausschnitten, eigenständiger Typografie und einer klaren gestalterischen Idee.

Ein Gefühl als Ausgangspunkt

SÜDKURS ist eine freie Designstudie für eine fiktive Fahrzeugvermietung. Die Frage dahinter: Wie lässt sich die Vorfreude auf eine Fahrt in einen digitalen Auftritt übersetzen, der zugleich Orientierung bietet?

Die Studie gibt Raum für eine eigenständige Bildsprache und eine pointierte Ansprache. Sie zeigt eine gestalterische Möglichkeit - keine reale Vermietung, keinen Kundenauftrag und keine gemessenen Geschäftsergebnisse.

Die Fahrzeuge geben den Ton an

Porsche 911 Cabriolet, Harley-Davidson Fat Boy und die weiteren Fahrzeuge besitzen unterschiedliche Charaktere. Großzügige Bildflächen lassen diese Unterschiede wirken. Die lizenzierte Fahrzeugfotografie bleibt der Ausgangspunkt; Gestaltung und Ausschnitt ordnen sie in eine gemeinsame Welt ein.

Tiefes Grün, warmes Off-White und Limette bilden die Grundpalette. Große, schmale Versalien treffen auf ruhige Informationstexte. Die leicht versetzten Karten erinnern an gesammelte Reisebilder; Filter und Faktenzeilen halten die Auswahl übersichtlich.

Vom Schauen zum Auswählen

Auf den ersten Eindruck folgen konkrete Informationen. Fahrzeugauswahl, Detailansichten und eine interaktive Mietplanung machen aus der Bildwelt einen nachvollziehbaren Ablauf. Der nächste Schritt soll erkennbar bleiben, auch wenn das Layout bewusst ausdrucksstark ist.

Auf dem Smartphone wird dieselbe Geschichte in einer schmaleren Reihenfolge erzählt. Bilder, Inhalte und Bedienelemente brauchen dort ihren eigenen Rhythmus. Die Demo macht diese Entscheidungen direkt erlebbar.

Was davon in echte Projekte gehört

Nicht jedes Unternehmen braucht eine automobiler Bildwelt. Übertragbar ist der Zusammenhang: Zuerst wird die Positionierung geklärt, dann werden Bilder, Sprache und Struktur darauf abgestimmt. Wiedererkennung entsteht aus dieser Konsequenz.

SÜDKURS hat deshalb seinen Platz im Magazin: als Einblick in gestalterische Entscheidungen. Reale Kundenprojekte wie K.P.-Transporter zeigen an anderer Stelle, wie Gestaltung mit einem konkreten Angebot und echten Kontaktwegen zusammenkommt.

[Artikel online weiterlesen](#)

PERSPEKTIVEN / WEBSITES

Von Hero bis Hosting: Die wichtigsten Website- und Webdesign-Begriffe einfach erklärt

Ein verständlicher Guide durch die Begriffe, Entscheidungen und technischen Grundlagen, die eine gute Website prägen.

Eine Website ist kein Wörterbuch

Eine Website entsteht aus Gestaltung, Technik und vielen Entscheidungen, die in Angeboten und Projektgesprächen selbstverständlich klingen. Hero, responsive, CMS oder SEO sind dabei keine Dekoration. Sie beschreiben, wie Menschen einen Auftritt verstehen, bedienen und später nutzen.

Du musst kein Entwickler sein, um eine gute Website zu beauftragen. Es hilft aber, die wichtigsten Begriffe einordnen zu können. Dann wird aus Fachsprache ein gemeinsames Gespräch über Ziele, Aufwand und sinnvolle Lösungen.

Was Besucher zuerst sehen

Der Hero ist der erste große Inhaltsbereich einer Seite. Er sollte nicht alles erzählen, sondern schnell klären, worum es geht und welcher nächste Schritt sinnvoll ist. Der Header hält Marke und Navigation zusammen. Die Navigation führt durch die wichtigsten Fragen; der Footer nimmt die Informationen auf, die am Ende noch gebraucht werden.

Ein CTA, ein Call to Action, ist die konkrete Handlung, die du anbietest. „Projekt besprechen“ sagt mehr als „Mehr erfahren“, weil der Besucher besser einschätzen kann, was nach dem Klick passiert. Gute

Gestaltung beginnt deshalb mit einer klaren Reihenfolge, nicht mit möglichst vielen Elementen.

Wie Gestaltung Ordnung schafft

Ein Grid ist das unsichtbare Raster, an dem Spalten, Abstände und Textbreiten ausgerichtet werden. Weißraum ist dabei kein leerer Rest. Er trennt Gedanken, schafft Ruhe und lenkt den Blick. Typografie bestimmt, welche Information zuerst gelesen wird und wie sicher sich eine Seite anfühlt.

Responsive Design bedeutet nicht, eine Desktopseite kleiner zu machen. Inhalte, Spalten und Bedienflächen passen sich an den verfügbaren Raum an. Eine gute mobile Version erzählt dieselbe Geschichte in einer anderen Reihenfolge, wenn das für Lesbarkeit und Bedienung nötig ist.

Wie sich eine Website anfühlt

UI steht für User Interface: die sichtbaren Bedienelemente einer Website. UX, User Experience, beschreibt das gesamte Nutzungserlebnis - vom ersten Verständnis bis zum abgeschickten Formular. Die User Journey macht diese Schritte sichtbar. Sie zeigt, welche Frage ein Besucher an jeder Stelle beantwortet haben muss.

WEBSITE-BEGRIFFE / ZUM NACHLESEN

Accessibility, also digitale Zugänglichkeit, gehört in dieselbe Planung. Kontraste, Tastaturbedienung, verständliche Beschriftungen und sinnvolle Überschriften helfen nicht nur Menschen mit Einschränkungen. Sie machen eine Website für alle klarer. Animation kann Orientierung unterstützen; sie ist aber kein Qualitätsmerkmal für sich.

Was unter der Oberfläche passiert

Das Frontend ist der Teil, den Besucher im Browser sehen und bedienen. Das Backend verarbeitet Daten und Abläufe im Hintergrund. Ein CMS trennt Inhalte und Darstellung so, dass ein Team Texte oder Bilder selbst pflegen kann. Das ist sinnvoll, wenn sich Inhalte regelmäßig ändern. Für eine kleine Website mit seltenen Anpassungen kann eine statische Lösung einfacher, schneller und wartungsärmer sein.

Eine API verbindet Systeme miteinander. Eine Datenbank speichert strukturierte Informationen. Ein Framework liefert Regeln und Bausteine für die Entwicklung. Kein Begriff ist dabei automatisch ein Qualitätsversprechen. Entscheidend ist, ob die Technik zur Aufgabe, zum Pflegebedarf und zum Budget passt.

Wie eine Website gefunden wird

SEO beginnt nicht mit einem Plugin. Suchmaschinen brauchen verständliche Inhalte, eine saubere Struktur und eine technisch zugängliche Seite. Der Meta Title und die Meta Description beschreiben eine Seite in den Suchergebnissen. Sie sollten präzise sein und nicht mehr versprechen, als der Inhalt hält.

Indexierung bedeutet, dass eine Suchmaschine eine Seite aufnehmen darf. Eine Sitemap hilft bei der Orientierung, ersetzt aber keine gute Seitenstruktur. Alt-Texte beschreiben Bilder dort, wo diese Information für Verständnis oder Zugänglichkeit

relevant ist. Sichtbarkeit entsteht aus vielen kleinen, stimmigen Entscheidungen.

Was nach dem Launch wichtig bleibt

Hosting stellt die Website im Netz bereit. Die Domain ist ihre Adresse. DNS verbindet diese Adresse mit den zuständigen Servern; SSL verschlüsselt die Verbindung zwischen Browser und Website. Caching hält häufig benötigte Dateien näher am Besucher bereit und kann Ladezeiten verkürzen.

Backups, Updates und Wartung gehören zum Betrieb. Sie werden wichtig, sobald Inhalte, Formulare oder Schnittstellen regelmäßig eingesetzt werden. Nicht jedes Projekt braucht denselben Betreuungsumfang. Ein gutes Angebot benennt deshalb, was nach dem Launch dauerhaft läuft und was nur bei Bedarf anfällt.

Die wichtigere Frage ist nicht der Begriff

Eine gute Website besteht nicht aus möglichst vielen Fachbegriffen, sondern aus möglichst wenigen offenen Fragen. Was soll verstanden werden? Wem hilft das Angebot? Welche Handlung ist als Nächstes sinnvoll? Diese Fragen führen zu einer besseren Struktur als eine Sammlung technischer Versprechen.

Jetzt kennst du die wichtigsten Begriffe. Welche davon dein Projekt wirklich braucht, ist die wichtigere Frage. Der Preiskompass gibt dir eine erste Orientierung für Umfang und Investition; im persönlichen Gespräch wird daraus ein passender Plan.

[Artikel online weiterlesen](#)

ZUM SCHLUSS

Dein Auftritt beginnt mit einer guten Idee.

SÜDKURS zeigt eine Möglichkeit. Deine Marke hat ihre eigene Geschichte. Lass uns herausfinden, wie wir sie sichtbar machen.



Artur Zittel

Dein Ansprechpartner. Vom ersten Gedanken an.

Ich gestalte Marken, Websites und digitale Anwendungen. Persönlich, mit einem klaren Blick auf das, was dein Projekt braucht.

Lass uns darüber sprechen.

Mit der Kamera scannen oder im PDF direkt antippen.



WhatsApp

Deine Idee direkt mit Artur besprechen.

SCAN & TAP

Scannen oder antippen



purpurlila.de

Projekte, Leistungen und das Studio.

SCAN & TAP

Scannen oder antippen

hello@purpurlila.de

Troisdorf / Köln-Bonn / deutschlandweit

Danke fürs Lesen. Und für deine Neugier.

[Impressum](#)