

DIPLOMA

Private staatlich anerkannte Hochschule
University of Applied Sciences

diploma.de

Neubert

Webdesign

Studienheft Nr. 1490
1. Auflage 06/2023

Verfasserin

Christina Neubert (M.A. Creative Direction, B.A. Grafik Design)

Selbstständige Kommunikationsdesignerin - Konzeption, Beratung und Gestaltung im Bereich Kommunikation und Gestaltung (Schwerpunkte: Print, Web, Markengestaltung)

Wissenschaftliche Mitarbeiterin im Fachbereich Gestaltung und Medien an der DIPLOMA Hochschule

Leseprobe

© by DIPLOMA Private Hochschulgesellschaft mbH

Das Werk ist urheberrechtlich geschützt. Die dadurch begründeten Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und Verbreitung sowie der Übersetzung und des Nachdrucks, bleiben, auch bei nur auszugsweiser Verwertung, vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form ohne schriftliche Genehmigung reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

DIPLOMA Hochschule

University of Applied Sciences

Am Hegeberg 2

37242 Bad Sooden-Allendorf

Tel. +49 (0) 56 52 58 77 70, Fax +49 (0) 56 52 58 77 729

Hinweise zur Arbeit mit diesem Studienheft

Der **Inhalt** dieses Studienheftes unterscheidet sich von einem Lehrbuch, da er **speziell für das Selbststudium aufgearbeitet** ist.

In der Regel beginnt die Bearbeitung mit einer Information über den Inhalt des Lehrstoffes. Diese Auskunft gibt Ihnen das **Inhaltsverzeichnis**.

Beim Erschließen neuer Inhalte finden Sie meist Begriffe, die Ihnen bisher unbekannt sind. Die **wichtigsten Fachbegriffe** werden Ihnen übersichtlich in einem dem Inhaltsverzeichnis nachgestellten **Glossar** erläutert.

Den einzelnen Kapiteln sind **Lernziele** vorangestellt. Sie dienen als Orientierungshilfe und ermöglichen Ihnen die Überprüfung Ihrer Lernerfolge. Setzen Sie sich **aktiv** mit dem Text auseinander, indem Sie sich Wichtiges mit farbigen Stiften kennzeichnen. Betrachten Sie dieses Studienheft nicht als „schönes Buch“, das nicht verändert werden darf. Es ist ein **Arbeitsheft, mit und in dem Sie arbeiten sollen**.

Zur **besseren Orientierung** haben wir Merksätze bzw. besonders wichtige Aussagen durch Fettdruck und/oder Einzug hervorgehoben.

Lassen Sie sich nicht beunruhigen, wenn Sie Sachverhalte finden, die zunächst noch unverständlich für Sie sind. Diese Probleme sind bei der ersten Begegnung mit neuem Stoff ganz normal.

Nach jedem größeren Lernabschnitt haben wir Übungsaufgaben eingearbeitet, die mit „**SK = Selbstkontrolle**“ gekennzeichnet sind. Sie sollen der Vertiefung und Festigung der Lerninhalte dienen. Versuchen Sie, die ersten Aufgaben zu lösen und die Fragen zu beantworten. Dabei werden Sie teilweise feststellen, dass das dazu erforderliche Wissen nach dem ersten Durcharbeiten des Lehrstoffes noch nicht vorhanden ist. Gehen Sie diesen Inhalten noch einmal nach, d. h., durchsuchen Sie die Seiten gezielt nach den erforderlichen Informationen.

Bereits während der Bearbeitung einer Frage sollten Sie die eigene Antwort schriftlich festhalten. Erst nach der vollständigen Beantwortung **vergleichen Sie Ihre Lösung mit dem** am Ende des Studienheftes **angegebenen Lösungsangebot**.

Stellen Sie dabei fest, dass Ihre eigene Antwort unvollständig oder falsch ist, müssen Sie sich nochmals um die Aufgabe bemühen. Versuchen Sie, jedes behandelte Thema vollständig zu verstehen. **Es bringt nichts, Wissenslücken durch Umblättern zu übergehen**. In vielen Studienfächern baut der spätere Stoff auf vorhergehendem auf. Kleine Lücken in den Grundlagen verursachen deshalb große Lücken in den Anwendungen.

Zudem enthält jedes Studienheft **Literaturhinweise**. Sie sollten diese Hinweise als ergänzende und vertiefende Literatur bei Bedarf zur Auseinandersetzung mit der jeweiligen Thematik betrachten. Finden Sie auch nach intensivem Durcharbeiten keine zufriedenstellenden Antworten auf Ihre Fragen, **geben Sie nicht auf. Wenden Sie sich** in diesen Fällen schriftlich

oder fernmündlich **an uns**. Wir stehen Ihnen mit Ratschlägen und fachlicher Anleitung gern zur Seite.

Wenn Sie **ohne Zeitdruck** studieren, sind Ihre Erfolge größer. Lassen Sie sich also nicht unter Zeitdruck setzen. **Pausen** sind wichtig für Ihren Lernfortschritt. Kein Mensch ist in der Lage, stundenlang ohne Pause konzentriert zu arbeiten. Machen Sie also Pausen: Es kann eine kurze Pause mit einer Tasse Kaffee sein, eventuell aber auch ein Spaziergang an der frischen Luft, sodass Sie wieder etwas Abstand zu den Studienthemen gewinnen können.

Abschließend noch ein formaler Hinweis: Sofern in diesem Studienheft bei Professionsbezeichnungen und/oder Adressierungen aus Gründen der besseren Lesbarkeit ausschließlich die männliche Form Verwendung findet (z. B. „Rezipienten“), sind dennoch alle sozialen Geschlechter, wenn kontextuell nicht anders gekennzeichnet, gemeint.

Wir wünschen Ihnen viel Erfolg bei der Bearbeitung dieses Studienheftes.

Ihre

DIPLOMA
Private Hochschulgesellschaft mbH

Leseprobe

Inhaltsverzeichnis	Seite
<i>Hinweise zur Arbeit mit diesem Studienheft</i>	3
<i>Glossar</i>	7
<i>Abbildungsverzeichnis</i>	11
1 Grundlagen	12
1.1 HTML	13
1.2 CSS	14
1.3 Code-Elemente	15
1.4 Webseite erstellen	15
2 Webseiten planen und einrichten	17
2.1 Das Gestaltungskonzept	18
2.2 Die Zielgruppe	20
2.3 Wireframe, Prototyp, User Flow Map	21
3 Usability und User Experience	24
3.1 Usability als Erfolgsfaktor	24
3.2 User Experience – Wie erlebt der Nutzer die Webseite?	25
3.3 Differenzierung zwischen Usability und User Experience	26
3.3.1 Usability anhand von Beispielen	27
3.3.2 User Experience anhand von Beispielen	28
3.4 Was ist User Interface Design?	30
3.5 User Experience Design	31
4 Server und Hosting	35
4.1 Was ist MySQL?	38
4.2 Was ist php?	39
4.3 Webseite erstellen ohne Kenntnisse in php und MySQL?	40
4.4 Was ist ein ftp-Server?	40
4.5 Was ist ein SSL-Zertifikat?	42
4.6 Was ist SSH?	43
4.7 Auswahl der Domain	43
5 Content-Management-Systeme	46
5.1 Webbaukasten oder Content-Management-System?	46
5.2 WordPress	47
5.3 Drupal	50
5.4 Joomla	52
5.5 Typo3	54
5.6 Weitere Content-Management-Systeme	56

Webdesign

5.7	Webbaukästen	57
5.8	Zusammenfassung	59
6	<i>Responsive und Adaptive Webdesign</i>	61
6.1	Erfolgsfaktoren	61
6.2	Fazit	63
7	<i>Gestaltung und Design einer Webseite</i>	65
7.1	Grundlayout	65
7.1.1	Header	65
7.1.2	Body	66
7.1.3	Footer	67
7.1.4	Sitemap	68
7.2	Schrift	69
7.3	Farben	70
7.4	Logos, Bilder, Videos, Icons usw.	72
7.5	Animationen	73
7.6	Informationsarchitektur	74
7.7	Onepager vs. Klassische Webseite (Multipager)	76
7.8	Landingpages	77
7.9	Die 404-Seite	77
8	<i>Cookie Banner, Datenschutz, Impressum und Co.</i>	80
8.1	Cookies und Cookie Banner	80
8.2	Datenschutzerklärung	84
8.3	Impressum	85
8.4	Weitere rechtliche Bestandteile	86
9	<i>Suchmaschinenoptimierung</i>	87
9.1	Keyword-Recherche	89
9.2	On- und Off-Page-Optimierung	94
9.3	Content-Optimierung	97
9.4	Mobile Optimierung	98
9.5	Social Media Marketing	99
9.6	Google Ads	100
9.7	SEO-Tools	100
9.8	Zusammenfassung	102
10	<i>Barrierefreie Webseiten</i>	104
	<i>Lösungen der Übungsaufgaben LÖ</i>	108
	<i>Literaturverzeichnis</i>	124

Glossar

Alt-Tag	Der Alt-Tag ist ein HTML-Attribut, das für Bilder verwendet wird. Der Text im Alt-Tag wird angezeigt, wenn das Bild nicht geladen werden kann oder wenn der Benutzer eine assistive Technologie wie einen Screenreader verwendet, um die Webseite zu navigieren. Der Alt-Tag kann auch von Suchmaschinen zur Indexierung von Bildern verwendet werden, um den Inhalt der Bilder zu verstehen und relevante Suchergebnisse bereitzustellen. In der Regel sollte der Alt-Tag kurz und prägnant sein und den Inhalt des Bildes beschreiben, z. B. „Mann mit Hund im Park“ für ein Bild eines Mannes mit einem Hund im Park.
Backend	Das Backend ist der Teil einer Webanwendung oder Webseite, der sich mit der Verarbeitung der Daten, der Datenbankabfrage und der Datenverarbeitung befasst. Es ist der unsichtbare Teil der Webseite, der sich hinter den Kulissen abspielt und den Benutzern normalerweise nicht direkt zugänglich ist. Das Backend besteht aus verschiedenen Komponenten wie Servern, Datenbanken und Anwendungsprogrammen, die zusammenarbeiten, um die Funktionalität der Webseite oder Anwendung zu ermöglichen. Entwickler arbeiten normalerweise im Backend, um die Logik und die Datenverarbeitung der Anwendung zu programmieren und sicherzustellen, dass die Webseite oder Anwendung richtig funktioniert.
Backlink	Ein Backlink, auch Rückverweis oder Inbound-Link genannt, ist ein Link, der von einer anderen Website auf eine bestimmte Webseite zeigt. Ein Backlink wird von Suchmaschinen als Empfehlung für die verlinkte Webseite gewertet und kann dadurch das Ranking der verlinkten Seite in den Suchergebnissen verbessern. Backlinks sind daher ein wichtiger Faktor für die Suchmaschinenoptimierung (SEO) von Webseiten. Es gilt jedoch zu beachten, dass nicht alle Backlinks gleichwertig sind. Backlinks von hochwertigen und themenrelevanten Webseiten haben in der Regel eine größere positive Wirkung auf das Ranking einer Webseite als Backlinks von minderwertigen oder themenfremden Seiten.
CMS	CMS steht für Content-Management-System. Es handelt sich dabei um eine Software, die zur Erstellung und Verwaltung von digitalen Inhalten, wie beispielsweise Webseiten, eingesetzt wird. Ein CMS ermöglicht es, Inhalte auf der Webseite einfach und ohne Programmierkenntnisse zu erstellen, zu bearbeiten und zu veröffentlichen. Dazu bietet es meist eine grafische Benutzeroberfläche an, über die Inhalte eingefügt, formatiert und strukturiert werden können. Ein weiterer Vorteil von CMS ist, dass sie oft über zahlreiche Erweiterungen verfügen, um die Funktionalität der Webseite zu erweitern, z. B. durch die Integration von Online-Shops, Foren oder Bildergalerien. Beliebte CMS-Systeme sind beispielsweise WordPress, Drupal und Joomla.
CTA	CTA steht für Call-to-Action, auf Deutsch Handlungsaufforderung. Ein CTA ist ein interaktives Element auf einer Webseite, das die Nutzer dazu auffordert, eine bestimmte Aktion auszuführen, wie beispielsweise das Ausfüllen eines Formulars, das Abonnieren eines Newsletters oder das Herunterladen einer Datei. Die Gestaltung und Platzierung des CTA ist dabei sehr wichtig, da er einen großen Einfluss auf die Conversion-Rate einer Webseite hat, also wie viele Besucher tatsächlich zu Kunden oder Leads werden. Ein guter CTA sollte

1 Grundlagen

Nach diesem Kapitel wissen Sie,

- wann die erste Webseite online geschaltet wurde,
- welche Elemente wichtig sind, um eine Webseite zu erstellen, und
- wie Code-Elemente strukturiert werden.

Merke: Jede Webseite basiert auf HTML- und CSS-Codes, egal ob sie mit einem Webbaustein, Content-Management-System oder komplett programmiert wurde.

Die erste Webseite wurde am 6. August 1991 von Tim Berners-Lee, einem britischen Informatiker, online gestellt. Die Webseite war eine einfache Seite mit Text und einigen Links, die Informationen über das World-Wide-Web-Projekt enthielt. Die Webseite wurde auf einem NeXT-Computer gehostet und hatte die Adresse <http://info.cern.ch/hypertext/WWW/TheProject.html>. Diese Webseite gilt als die erste öffentliche Webseite im World Wide Web.

Seit dieser ersten Webseite im Jahr 1991 haben sich Webseiten erheblich weiterentwickelt. In den Anfangstagen des Webs waren Webseiten hauptsächlich textbasiert und enthielten nur wenige Bilder und keine Multimedia-Inhalte. Heute sind Webseiten oft voller Bilder, Videos, Animationen und anderen Multimedia-Inhalten, die das Surferlebnis für Benutzer verbessern.

Eine der wichtigsten Entwicklungen im Bereich der Webseiten ist die Interaktivität. Moderne Webseiten ermöglichen es Benutzern, auf vielfältige Weise mit Inhalten zu interagieren. Dies kann von einfachen Mausklicks bis hin zu komplexen Anwendungen reichen, die eine Interaktion mit anderen Benutzern erfordern.

Die mobile Optimierung von Webseiten war eine weitere maßgebliche Weiterentwicklung. Mit der Verbreitung von Smartphones und Tablets haben sich Webseiten an die kleineren Bildschirme angepasst. Viele moderne Webseiten sind mobiloptimiert, was bedeutet, dass sie sich automatisch an die Größe des Geräts anpassen und eine benutzerfreundliche Erfahrung auf mobilen Geräten ermöglichen.

Soziale Medien haben das Web ebenfalls verändert, indem sie den Benutzern ermöglichen, Inhalte mit anderen zu teilen und zu kommentieren. Viele Webseiten haben heute Social-Media-Integrationen, die es Benutzern ermöglichen, Inhalte auf verschiedenen Plattformen zu teilen.

Suchmaschinenoptimierung (SEO) ist einer der wichtigsten Bereiche der Webseitenentwicklung. Webseiten müssen heute für Suchmaschinen optimiert werden, damit sie von potenziellen Besuchern gefunden werden können. Dies hat zur Entwicklung von Techniken für die Suchmaschinenoptimierung und zur Pay-per-Click-Werbung geführt.

Diese Entwicklungen haben dazu beigetragen, das Web zu dem zu machen, was es heute ist: ein dynamischer und vielfältiger Ort, an dem Benutzer auf eine Fülle von Informationen und Dienstleistungen zugreifen können.

Webseiten werden in der Regel mit einer Vielzahl von Programmiersprachen, Frameworks und Technologien entwickelt. HTML, CSS und JavaScript sind die grundlegenden Sprachen und Technologien, die zur Entwicklung von Webseiten verwendet werden.

HTML ist die Sprache, die verwendet wird, um die Struktur und den Inhalt einer Webseite zu definieren. CSS wird verwendet, um das Aussehen und das Layout der Webseite zu definieren, während JavaScript verwendet wird, um Interaktivität und Dynamik auf der Webseite hinzuzufügen.

Backend-Entwicklung bezieht sich auf den Teil der Webseitenentwicklung, der sich mit der Verarbeitung von Daten und der Kommunikation mit anderen Systemen beschäftigt. Programmiersprachen und Frameworks wie PHP, Python, Ruby on Rails und Node.js werden häufig für die Backend-Entwicklung verwendet.

Webseiten speichern Daten in Datenbanken. Es gibt verschiedene Arten von Datenbanken, die für die Webentwicklung verwendet werden können, wie MySQL, MongoDB und PostgreSQL.

Webseiten müssen auf einem Webserver gehostet werden, damit sie im Internet zugänglich sind. Apache, Nginx und Microsoft IIS sind einige der beliebtesten Webserver. Einige Tools und Frameworks, die Webentwickler verwenden können, um ihre Arbeit zu erleichtern, sind Texteditoren, Integrated Development Environments (IDEs) und Content-Management-Systeme (CMS).

Testing und Debugging sind wichtige Schritte in der Webentwicklung, um sicherzustellen, dass die Webseite auf verschiedenen Geräten und Browsern gut funktioniert. Es gibt viele Tools und Frameworks, die Webentwickler verwenden können, um ihre Arbeit zu erleichtern und eine effiziente und reibungslose Webseitenentwicklung zu ermöglichen.



Abbildung 1: Beispiel für eine Webseite (Quelle: design-diploma.de).

1.1 HTML

HTML (Hypertext Markup Language) ist eine Programmiersprache, die zur Erstellung von Webseiten verwendet wird. Es handelt sich um eine Auszeichnungssprache, die dazu dient, den strukturellen Aufbau einer Webseite zu definieren. HTML wird verwendet, um Texte, Bilder, Links, Formulare, Videos und andere Elemente auf der Webseite zu erstellen und zu formatieren.

HTML besteht aus sogenannten Tags oder Elementen, die den Inhalt der Webseite definieren. Ein Tag besteht aus einem öffnenden und einem schließenden Tag. Beide werden in spitzen Klammern geschrieben und umschließen den Inhalt zwischen ihnen. Beispielsweise wird ein Textabschnitt in HTML mit dem <p>-Tag definiert, während ein Bild mit dem -Tag definiert wird. HTML ist eine grundlegende Sprache in der Webentwicklung und wird häufig in Kombination mit CSS (Cascading Style Sheets) und JavaScript verwendet, um das Aussehen und die Funktionalität von Webseiten zu verbessern. Webbrowser interpretieren HTML, um die Inhalte einer Webseite darzustellen und dem Benutzer eine interaktive Erfahrung zu ermöglichen.

1.2 CSS

CSS (Cascading Style Sheets) ist eine Programmiersprache, die verwendet wird, um das Aussehen und Layout von Webseiten zu definieren. Mit CSS kann der Webentwickler das visuelle Erscheinungsbild der HTML-Elemente wie Text, Bilder, Tabellen und Formulare kontrollieren.

CSS verwendet Regeln, die beschreiben, wie ein Element auf der Webseite dargestellt werden soll. Eine CSS-Regel besteht aus einem Selektor und einer Menge von Eigenschaften. Der Selektor gibt an, welches HTML-Element auf der Webseite betroffen ist, während die Eigenschaften definieren, wie das Element dargestellt wird. Beispielsweise kann der Entwickler mit CSS die Schriftart, -größe und -farbe des Textes auf einer Webseite steuern, den Hintergrund einer Webseite gestalten oder das Layout der Webseite anpassen.

CSS wird oft in Kombination mit HTML und JavaScript verwendet, um Webseiten zu erstellen, die visuell ansprechend und benutzerfreundlich sind. Es ermöglicht den Entwicklern, das Aussehen einer Webseite von ihrem Inhalt zu trennen, was die Wartung und Änderung von Webseiten erleichtert.

CSS kann in einer separaten Datei geschrieben werden oder innerhalb des HTML-Dokuments eingebettet sein. Moderne Webentwicklungs-Frameworks wie Bootstrap oder Foundation bieten vorgefertigte CSS-Stile, die den Entwicklungsprozess beschleunigen können.

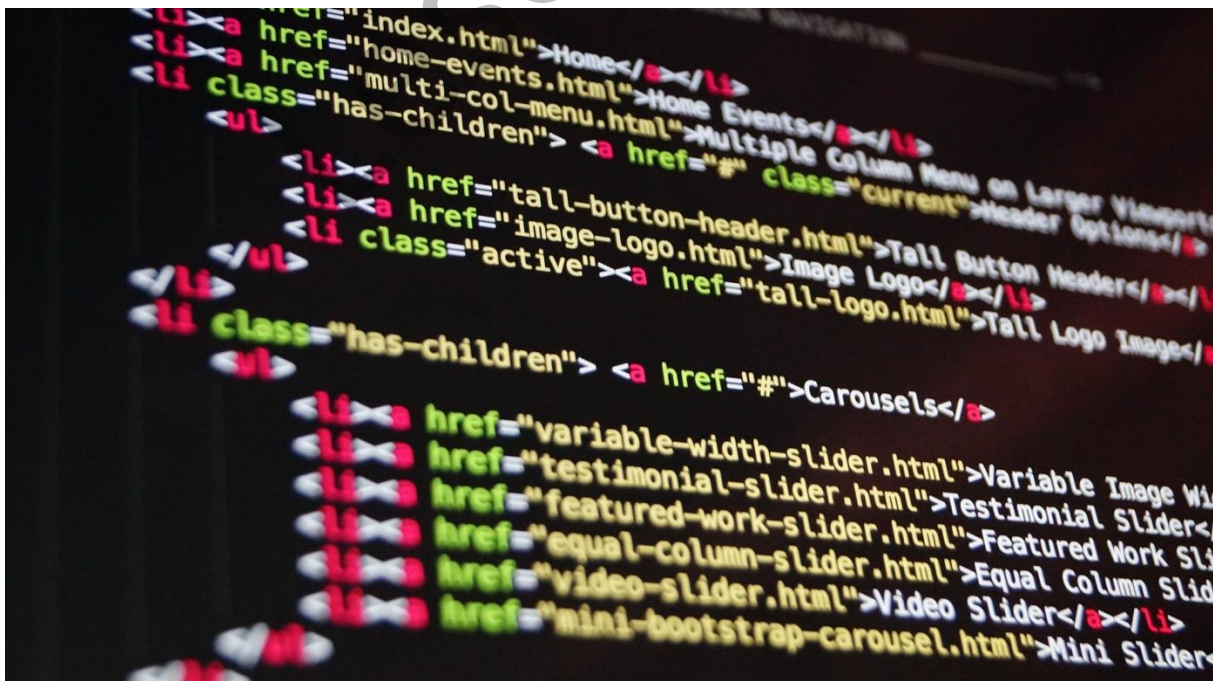


Abbildung 2: HTML-Code (Quelle: pixabay.com, James Osborne).

1.3 Code-Elemente

Attribute geben zusätzliche Informationen über ein HTML-Element an. Einige häufig verwendete Attribute sind zum Beispiel „src“ für die Quelle eines Bildes, „href“ für den Ziel-Link eines Links oder „class“ für das Styling eines HTML-Elements mit CSS. Attribute werden in einem HTML-Tag als Paar von Attributname und -wert geschrieben, wie zum Beispiel `<img src=„bild.jpg“ alt=„Ein Bild“>`.

Bei CSS sind die wichtigsten Elemente Selektoren und Eigenschaften. Selektoren werden verwendet, um HTML-Elemente auszuwählen, auf die CSS-Stile angewendet werden sollen. Ein Selektor kann ein HTML-Tag sein, aber auch eine ID oder Klasse, die einem HTML-Element zugewiesen ist.

Eigenschaften definieren, wie ein HTML-Element dargestellt werden soll. Einige häufig verwendete Eigenschaften sind zum Beispiel „color“ für die Schriftfarbe, „font-size“ für die Schriftgröße oder „background-color“ für den Hintergrund eines HTML-Elements. Eigenschaften werden in einer CSS-Regel zusammen mit ihrem Wert geschrieben, wie zum Beispiel `p {color: blue;}` für das Festlegen der Schriftfarbe auf Blau für alle Textabschnitte auf der Seite.

In beiden Sprachen ist es wichtig, sauberen und semantischen Code zu schreiben, um die Lesbarkeit und Wartbarkeit zu verbessern und die Barrierefreiheit für Benutzer mit Behinderungen zu erhöhen.

1.4 Webseite erstellen

Grundsätzlich kann jeder eine Webseite bauen. Es gibt zahlreiche Tools und Plattformen, die es auch Anfängern ohne Programmierkenntnisse ermöglichen, eine einfache Webseite zu erstellen. Zum Beispiel bieten Website-Baukästen wie Wix, Weebly oder Jimdo eine benutzerfreundliche Oberfläche und vorgefertigte Vorlagen, die es einfacher machen, eine Webseite herzustellen.

Allerdings erfordert die Erstellung einer professionellen und funktionalen Webseite, die alle Anforderungen erfüllt, etwas mehr Wissen und Erfahrung. In diesem Fall sind Kenntnisse in HTML, CSS und möglicherweise auch JavaScript erforderlich. Es gibt jedoch zahlreiche Online-Ressourcen und Schulungen, die diese Sprachen und ihre Anwendung auf Webseiten erklären.

Darüber hinaus gibt es auch Content-Management-Systeme (CMS) wie WordPress, die es auch Anfängern ermöglichen, eine professionelle Webseite zu erstellen. Diese CMS bieten eine Vielzahl von vorgefertigten Designs und Plugins, um die Funktionalität der Webseite zu erweitern.

Es ist wichtig zu beachten, dass eine erfolgreiche Webseite nicht nur aus dem Design und der Funktionalität besteht, sondern auch aus relevantem Inhalt, SEO-Optimierung und einer effektiven Marketingstrategie. Es erfordert also eine gewisse Menge an Arbeit und Engagement, um eine erfolgreiche Webseite zu erstellen.

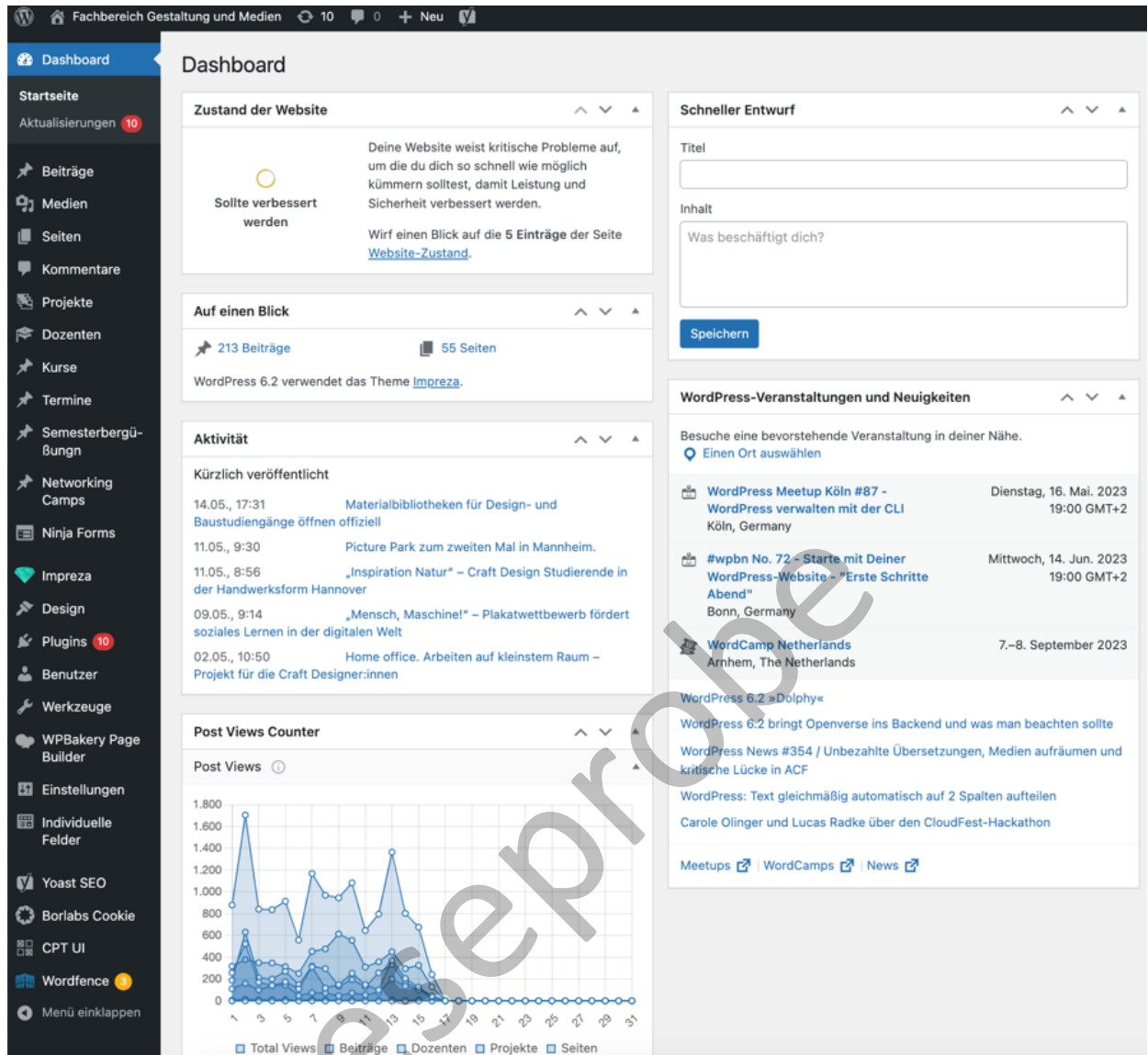


Abbildung 3: Dashboard WordPress Backend (Quelle: design-diploma.de).

Übungsaufgaben zur Selbstkontrolle

SK

1. Was bedeutet CSS und wofür wird es verwendet?
2. Was ist eine Webseite?

2 Webseiten planen und einrichten

Die Konzeption einer Webseite ist ein wichtiger Schritt bei der Entwicklung eines erfolgreichen Online-Auftritts. Bei der Konzeption geht es darum, die Ziele und Anforderungen der Webseite zu definieren und eine klare Strategie zu entwickeln, um diese Ziele zu erreichen.

Zu Beginn sollte eine umfassende Analyse durchgeführt werden, um den Zweck der Webseite zu bestimmen. Sollen beispielsweise Informationen bereitgestellt, Produkte verkauft oder Dienstleistungen beworben werden? Es ist wichtig, dass die Ziele klar definiert sind und als Grundlage für die gesamte Konzeption dienen.

Ein wichtiger Schritt bei der Konzeption ist die Identifizierung der Zielgruppe. Wer sind die potenziellen Besucher der Webseite? Welche Bedürfnisse, Interessen und Erwartungen haben sie? Indem man die Zielgruppe kennt und versteht, kann man das Design und den Inhalt der Webseite entsprechend anpassen und sicherstellen, dass sie die Bedürfnisse der Zielgruppe anspricht. Die Struktur der Webseite ist ein weiterer wichtiger Aspekt der Konzeption. Hierbei geht es darum, die Hauptseiten und Unterkategorien festzulegen und eine sinnvolle Organisation der Informationen zu gewährleisten. Eine klare und intuitive Struktur erleichtert es den Besuchern, sich auf der Webseite zu orientieren und die gewünschten Informationen schnell und einfach zu finden.

Die Benutzererfahrung (UX) spielt eine entscheidende Rolle bei der Konzeption einer Webseite. Es ist wichtig, dass die Webseite benutzerfreundlich ist und den Besuchern eine angenehme und intuitive Navigation ermöglicht. Die Anordnung der Inhalte, die Lesbarkeit des Textes, die Verwendung von Grafiken und Multimedia-Elementen sowie die Reaktionsfähigkeit der Webseite auf verschiedene Geräte und Bildschirmgrößen sind allesamt wichtige Aspekte, die bei der Gestaltung der Benutzererfahrung berücksichtigt werden sollten. Design und Layout der Webseite sollten zum Charakter der Marke passen und die Zielgruppe ansprechen. Die Auswahl von Farben, Schriftarten, Bildern und anderen visuellen Elementen sollte sorgfältig durchdacht werden, um eine ansprechende und konsistente visuelle Darstellung zu gewährleisten.

Ein wichtiger Aspekt der Konzeption ist die Content-Erstellung. Das Zusammenstellen hochwertiger Inhalte ist wichtig, um die Zielgruppe anzusprechen und relevante Informationen zu liefern. Bei der Erstellung von Inhalten sollte auch die Suchmaschinenoptimierung (SEO) berücksichtigt werden, um sicherzustellen, dass die Webseite in den Suchergebnissen gut platziert wird. Regelmäßige Aktualisierungen und die Integration von dynamischen Inhalten wie Blog-Beiträgen können dazu beitragen, die Besucherbindung zu fördern. Darüber hinaus sollten die erforderlichen Funktionalitäten identifiziert werden. Je nach Art der Webseite können dies beispielsweise Kontaktformulare, Einkaufswagen, soziale Medienintegration oder Anmeldeformulare sein. Die Webseite sollte die erforderlichen Funktionen bereitstellen, um die gewünschten Aktionen der Besucher zu unterstützen.

In der Konzeption spielt das responsive Design ebenfalls eine wichtige Rolle. Angesichts der Vielfalt an Geräten und Bildschirmgrößen, auf denen Webseiten angezeigt werden, muss gewährleistet werden, dass die Webseite auf verschiedenen Geräten optimal funktioniert und angezeigt wird. Das responsive Design ermöglicht eine flexible Anpassung der Webseite an die Bildschirmgröße und gewährleistet eine optimale Benutzererfahrung unabhängig vom Endgerät.

Nachdem die Webseite konzipiert wurde, ist es wichtig, umfangreiche Tests durchzuführen, um mögliche Fehler und Schwachstellen zu identifizieren. Dabei sollte auch die Benutzerfreundlichkeit der Webseite überprüft werden. Anhand von Testergebnissen können Anpassungen vorgenommen werden, um die Benutzererfahrung und die Leistung der Webseite zu verbessern.

Sobald die Webseite fertiggestellt ist, erfolgt die Veröffentlichung auf einem Webserver, damit sie online zugänglich ist. Es ist ratsam, die Webseite regelmäßig zu überwachen und Wartungsarbeiten durchzuführen, um sicherzustellen, dass sie optimal funktioniert. Dies beinhaltet das Aktualisieren von Inhalten, das Überprüfen von Links, das Beheben von Fehlern und das Durchführen von regelmäßigen Backups, um Datenverlust zu vermeiden.

Die Konzeption einer Webseite erfordert sorgfältige Planung und Abstimmung verschiedener Elemente, um eine erfolgreiche und effektive Webseite zu schaffen. Durch die Berücksichtigung der Zielgruppe, der Inhaltsstruktur, des Designs, der Funktionalitäten und der Benutzererfahrung kann bewirkt werden, dass die Webseite den Anforderungen entspricht und die gewünschten Ziele erreicht.

2.1 Das Gestaltungskonzept

Die Entwicklung eines guten Gestaltungskonzepts für eine Webseite erfordert Kreativität, ein tiefgreifendes Verständnis der Zielgruppe und ein gutes Gespür für Designprinzipien. Der Prozess umfasst mehrere Schritte, die dazu beitragen, ein effektives und ansprechendes Design zu schaffen. Zunächst einmal ist es wichtig, die Anforderungen der Webseite genau zu analysieren. Dies beinhaltet das Verständnis der Ziele, des Zwecks und der gewünschten Funktionalitäten. Eine klare Analyse bildet die Grundlage für das Gestaltungskonzept und hilft dabei, den Fokus und die Ausrichtung der Webseite zu bestimmen.

Darüber hinaus ist es entscheidend, die Zielgruppe der Webseite zu kennen und zu verstehen. Durch eine gründliche Recherche und Analyse können die Bedürfnisse, Erwartungen und Vorlieben der Zielgruppe identifiziert werden. Dieses Wissen ist entscheidend, um ein Design zu entwickeln, das die Zielgruppe anspricht und ihr eine positive Benutzererfahrung bietet.

Um das Gestaltungskonzept weiterzuentwickeln, können Designelemente wie Farbpaletten, Schriftarten, Grafiken und Bilder in einem Moodboard gesammelt werden, die zur Marke und zum gewünschten Stil der Webseite passen könnten. Diese Elemente dienen als Referenz und helfen dabei, eine visuelle Ästhetik zu definieren.

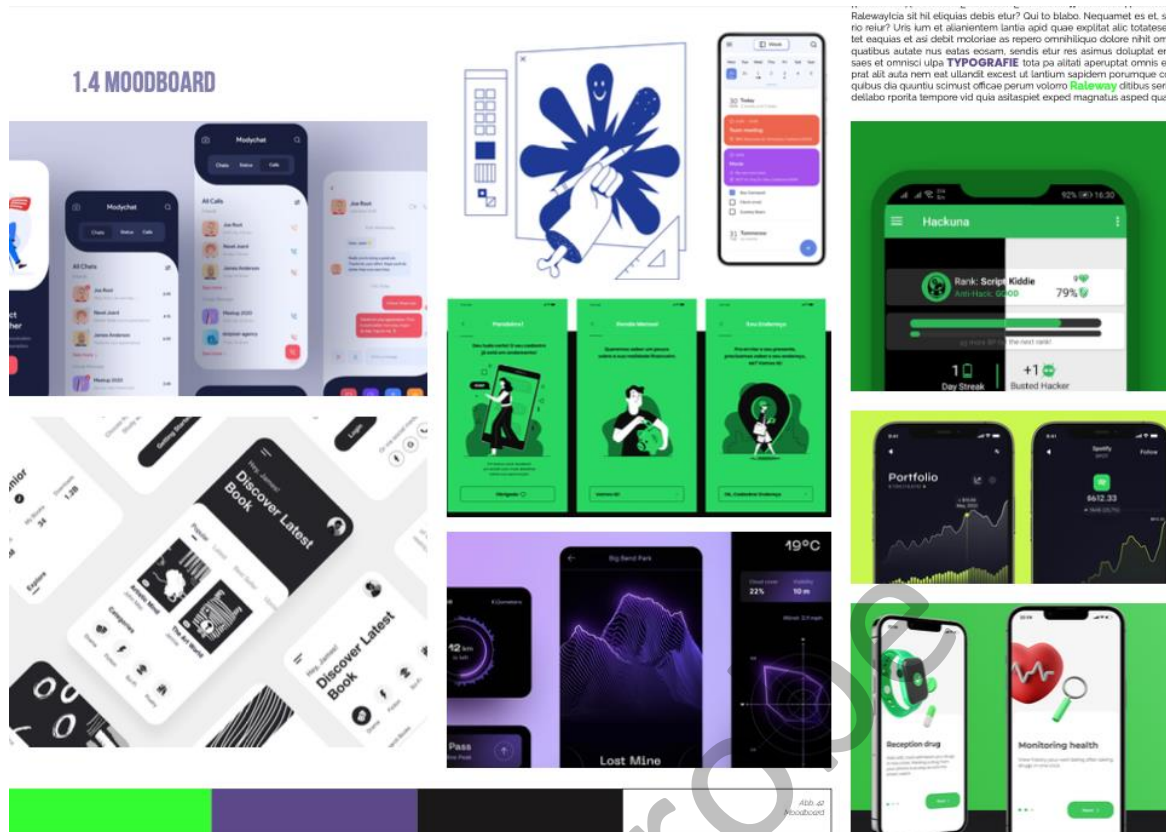


Abbildung 4: Beispiel für ein Moodboard (Quelle: Bachelorarbeit Nina Rötters).

Skizzen und Wireframes sind hilfreiche Werkzeuge, um Ideen zu visualisieren und das Layout der Webseite zu planen. Durch Skizzieren grober Entwürfe und Erstellen von Wireframes können verschiedene Layouts, Inhaltsplatzierungen und Navigationsstrukturen erkundet und ausgewertet werden.

Bei der Entwicklung des Gestaltungskonzepts sollten grundlegende Designprinzipien berücksichtigt werden. Dazu gehören die visuelle Hierarchie, der Einsatz von Kontrasten, die Ausrichtung von Elementen, die Verwendung von Weißraum und die Fokussierung auf Benutzerfreundlichkeit. Diese Prinzipien helfen dabei, ein ästhetisch ansprechendes und funktional durchdachtes Design zu schaffen. Es ist wichtig, Iterationen des Gestaltungskonzepts zu erstellen und diese zu testen. Durch das Einholen von Feedback und das Durchführen von Tests können Stärken und Schwächen des Konzepts erkannt und Verbesserungen vorgenommen werden. Der iterative Prozess ermöglicht eine schrittweise Optimierung des Designs, um das bestmögliche Ergebnis zu erzielen.

Es gibt verschiedene Möglichkeiten, sich Inspiration für ein Gestaltungskonzept zu suchen. Neben dem Durchsuchen von Webseiten und Designportfolios können auch andere Quellen genutzt werden. Durch die Betrachtung ähnlicher Webseiten können Trends und bewährte Designpraktiken erkannt werden. Plattformen wie Dribbble, Behance und Pinterest bieten eine Vielzahl von Designbeispielen und können als Inspirationsquellen dienen. Auch Designmagazine, Online-Communitys und soziale Medien können eine Fülle von Designideen und aktuellen Trends bieten. Es kann auch hilfreich sein, sich mit anderen Designern auszutauschen und an Diskussionen oder Designwettbewerben teilzunehmen, um neue Perspektiven und Feedback zu erhalten.

Es ist jedoch wichtig, bei der Suche nach Inspiration eine ausgewogene Herangehensweise zu haben. Während es legitim ist, sich von anderen Designs inspirieren zu lassen, ist es ebenso wichtig, ein

einzigartiges und authentisches Gestaltungskonzept zu entwickeln, das zur Marke und den Zielen der Webseite passt. Eine bloße Kopie oder Imitation anderer Designs kann dazu führen, dass die Webseite an Originalität und Einzigartigkeit verliert. Aus urheberrechtlicher Sicht kann dies zu zusätzlichen Problemen führen.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die Entwicklung eines guten Gestaltungskonzepts für eine Webseite sorgfältige Planung, Analyse und Kreativität erfordert. Wenn die Anforderungen der Webseite verstanden sind, die Zielgruppe bekannt ist, Inspiration gesammelt ist, Designprinzipien angewendet und iterative Schleifen durchlaufen sind, kann ein ansprechendes und effektives Gestaltungskonzept entwickelt werden. Eine ausgewogene Balance zwischen Inspiration und Originalität ist dabei entscheidend, um ein einzigartiges Design zu schaffen, das die Marke und die Ziele der Webseite bestmöglich repräsentiert.

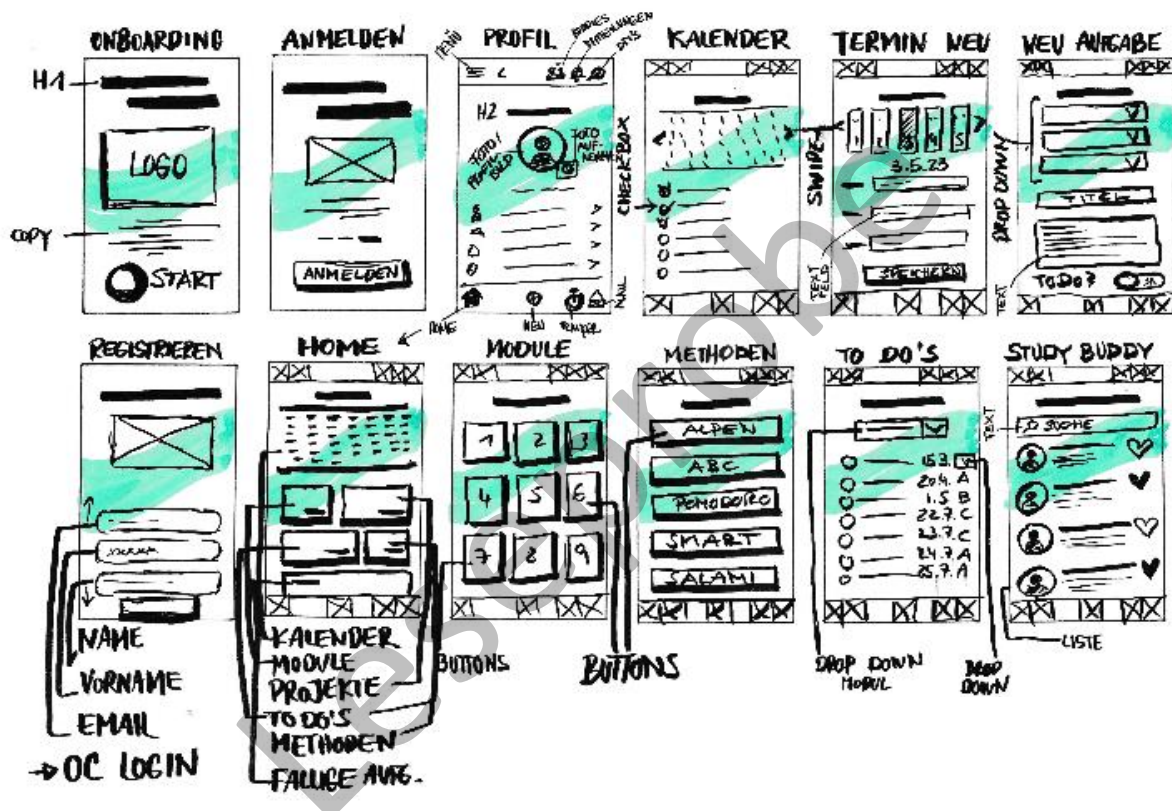


Abbildung 5: Wireframe mit Scribbles (Quelle: Bachelorarbeit Nina Rötters).

2.2 Die Zielgruppe

Die Definition einer Zielgruppe ist ein wichtiger Schritt bei der Entwicklung einer Marketingstrategie oder eines Produkts. Eine Zielgruppe umfasst eine Gruppe von Menschen, die ähnliche Merkmale, Bedürfnisse, Interessen oder Verhaltensweisen aufweisen und somit als potenzielle Kunden oder Nutzer eines Produkts oder einer Dienstleistung in Betracht kommen. Die Identifizierung und die genaue Definition einer Zielgruppe sind entscheidend, um gezielt auf ihre Bedürfnisse eingehen und eine effektive Kommunikation herstellen zu können.

Ein Beispiel für die Definition einer Zielgruppe könnte ein Unternehmen sein, das Sportbekleidung für Frauen herstellt. Um die Zielgruppe zu definieren, könnte das Unternehmen zunächst demografische Merkmale wie Geschlecht, Alter und geografische Lage berücksichtigen. In diesem Fall wäre die

Zielgruppe weiblich und im Alter von 18 bis 35 Jahren angesiedelt. Darüber hinaus könnten psychografische Merkmale wie Lebensstil, Interessen und Werte einbezogen werden. Das Unternehmen könnte feststellen, dass die Zielgruppe sportbegeistert ist, einen aktiven Lebensstil pflegt und Wert auf Fitness und Gesundheit legt. Diese psychografischen Merkmale helfen dabei, die spezifischen Bedürfnisse und Präferenzen der Zielgruppe zu verstehen und darauf einzugehen.

Des Weiteren könnten Verhaltensmuster wie Kaufverhalten und Markenpräferenzen berücksichtigt werden. Das Unternehmen könnte feststellen, dass die Zielgruppe regelmäßig Sportbekleidung kauft, ein Interesse an hochwertigen und funktionalen Produkten hat und bereits bestimmte Sportbekleidungsmarken bevorzugt.

Mit all diesen Informationen kann das Unternehmen eine detaillierte Zielgruppendefinition erstellen. In diesem Beispiel könnte die Zielgruppe als sportbegeisterte Frauen im Alter von 18 bis 35 Jahren definiert werden, die einen aktiven Lebensstil pflegen, Wert auf Fitness und Gesundheit legen, regelmäßig Sportbekleidung kaufen und Interesse an hochwertigen und funktionalen Produkten haben.

Die Definition einer Zielgruppe ist entscheidend, um eine gezielte Marketingstrategie zu entwickeln, Produkte oder Dienstleistungen anzupassen und die Kommunikation auf die Bedürfnisse und Präferenzen der Zielgruppe auszurichten. Eine genaue Zielgruppendefinition ermöglicht es einem Unternehmen, seine Ressourcen effizient einzusetzen und erfolgreich auf dem Markt zu agieren, indem es die richtigen Kunden anspricht und ihnen einen Mehrwert bietet.

2.3 Wireframe, Prototyp, User Flow Map

Bei der Gestaltung und Entwicklung einer Webseite oder einer Anwendung spielen verschiedene Konzepte und Tools eine wichtige Rolle. Dazu gehören Wireframes, Prototypen und User Flow Maps. Jedes dieser Konzepte hat eine spezifische Funktion und wird in unterschiedlichen Phasen des Designprozesses eingesetzt.

Ein Wireframe ist eine schematische Darstellung einer Webseite oder einer Anwendung. Es dient dazu, die grundlegende Struktur, das Layout und die Platzierung der Elemente auf einer Seite zu visualisieren. Ein Wireframe enthält in der Regel keine detaillierten visuellen Elemente wie Farben oder Bilder, sondern konzentriert sich auf die Anordnung von Inhalten, Navigationselementen und Funktionalitäten. Es ist im Grunde genommen ein grober Entwurf, der die räumliche Aufteilung der Webseite veranschaulicht. Wireframes sind eine nützliche Methode, um das Designkonzept zu planen und Feedback zu sammeln, bevor detailliertere Designarbeiten durchgeführt werden.

Ein Beispiel für einen Wireframe könnte eine Webseite sein, auf der ein Onlineshop für Kleidung entwickelt wird. Der Wireframe würde die Positionierung des Logos, des Menüs, der Produktbilder, der Filteroptionen und des Warenkorbs zeigen. Durch den Wireframe kann die räumliche Anordnung der Elemente überprüft und sichergestellt werden, dass die wichtigsten Inhalte und Funktionen prominent platziert sind.

Ein Prototyp ist ein interaktives Modell einer Webseite oder Anwendung, das die Funktionalitäten und das Benutzererlebnis simuliert. Im Gegensatz zu einem Wireframe ist ein Prototyp detaillierter und ermöglicht es den Benutzern, die Webseite oder Anwendung zu testen und zu erleben, bevor sie entwickelt wird. Ein Prototyp kann aus Klick- oder Interaktionsflächen bestehen, die es den Benutzern ermöglichen, durch verschiedene Bildschirme zu navigieren und bestimmte Aktionen auszuführen, wie zum Beispiel das Ausfüllen eines Formulars oder das Durchführen eines Kaufs. Prototypen helfen dabei, das Design und die Benutzerfreundlichkeit zu optimieren, bevor sie in die Entwicklung übergehen. Ein Beispiel für einen Prototypen könnte ein interaktiver Entwurf einer mobilen App sein, die

es Benutzern ermöglicht, Rezepte zu durchsuchen und zu speichern. Der Prototyp würde verschiedene Bildschirme zeigen, wie zum Beispiel die Startseite mit den Kategorien, eine Suchfunktion, eine Detailseite für ein Rezept und die Option, das Rezept zu speichern. Durch den Prototyp können Benutzer das Navigieren und Interagieren mit der App simulieren und Feedback zur Benutzerfreundlichkeit geben.

Eine User Flow Map (auch als User Journey Map oder Customer Journey Map bezeichnet) ist eine visuelle Darstellung des Weges, den ein Benutzer auf einer Webseite oder in einer Anwendung nimmt. Sie zeigt die verschiedenen Schritte und Interaktionen, die ein Benutzer durchläuft, um ein bestimmtes Ziel zu erreichen. User Flow Maps helfen dabei, die Nutzererfahrung zu verstehen, Engpässe oder Unklarheiten zu identifizieren und Verbesserungen vorzunehmen. Ein Beispiel für eine User Flow Map könnte ein E-Commerce-Checkout-Prozess sein. Die Map würde die verschiedenen Schritte darstellen, die ein Benutzer durchlaufen muss, um einen Kauf abzuschließen. Es könnte zeigen, dass der Benutzer zuerst Produkte durchsucht, dann ein Produkt in den Warenkorb legt, zur Kasse geht, Zahlungs- und Versandinformationen eingibt und schließlich den Kauf bestätigt. Eine User Flow Map kann helfen, mögliche Schwachstellen oder Hindernisse in diesem Prozess zu identifizieren, zum Beispiel wenn der Benutzer sich bei der Eingabe der Zahlungsdaten unsicher fühlt oder die Versandoptionen verwirrend sind. Durch das Visualisieren des Benutzerflusses können Verbesserungen vorgenommen werden, um eine nahtlose und intuitive Erfahrung für den Benutzer sicherzustellen.

Insgesamt sind Wireframes, Prototypen und User Flow Maps wichtige Werkzeuge im Designprozess, um eine benutzerzentrierte und effektive Webseite oder Anwendung zu entwickeln. Während Wireframes die grundlegende Struktur und Platzierung der Elemente veranschaulichen, ermöglichen Prototypen eine interaktive Simulation des Designs und zeigen User Flow Maps den Weg, den Benutzer auf der Webseite oder in der Anwendung nehmen. Indem diese Konzepte in den Designprozess integriert werden, können Fehler frühzeitig erkannt, Anpassungen vorgenommen und ein optimales Benutzererlebnis geschaffen werden.



Abbildung 6: Userflow, Bachelor Arbeit, Dokumentation Johann Siemens

3. Welche Bestandteile gehören in ein Konzept?
4. Warum ist die Definition einer Zielgruppe so wichtig?
5. Was ist der Nutzen der Erstellung von Wireframes?
6. Wofür wird der Userflow verwendet?

Leseprobe

7 Gestaltung und Design einer Webseite

Nach diesem Kapitel wissen Sie,

- was alles auf einer Webseite gestaltet werden kann und
- was es alles braucht, um eine Webseite zu gestalten.

Merke: Webdesign umfasst die Gestaltung und Entwicklung von Webseiten, um eine ansprechende und benutzerfreundliche Erfahrung zu bieten. Zu den wichtigsten Aspekten einer gut gestalteten Webseite gehören ein übersichtliches Layout, eine klare Navigation, ein Design mit visuell ansprechenden Elementen und eine hohe Benutzerfreundlichkeit. Eine gute Gestaltung sollte auch responsiv sein, um eine optimale Darstellung und Nutzung auf verschiedenen Geräten zu gewährleisten.

7.1 Grundlayout

7.1.1 Header

In den Header einer Webseite gehören verschiedene Elemente, die dazu beitragen, die Struktur und das Design der Seite zu definieren und dem Nutzer wichtige Informationen zu vermitteln. Zu den wichtigsten Elementen, die normalerweise im Header einer Webseite enthalten sind, gehören:

1. **Titel:** Der Titel der Webseite wird normalerweise im Header platziert und ist der Name der Seite, der im Browser-Tab angezeigt wird. Ein aussagekräftiger Titel ist wichtig, um dem Nutzer zu zeigen, worum es auf der Seite geht.
2. **Navigation:** Die Navigation ist ein wesentlicher Bestandteil des Headers und enthält Links zu den verschiedenen Bereichen und Seiten der Webseite. Eine klare und intuitive Navigation erleichtert es dem Nutzer, sich auf der Seite zurechtzufinden und schnell zu den gewünschten Informationen zu gelangen.
3. **Logo:** Das Logo ist ein visuelles Element, das oft im Header platziert wird und das Markenimage oder den Namen der Webseite repräsentiert. Ein gut gestaltetes Logo kann dazu beitragen, die Wiedererkennung der Webseite zu erhöhen und das Vertrauen der Nutzer zu stärken.
4. **Kontaktinformationen:** Im Header können auch Kontaktinformationen wie Telefonnummern, E-Mail-Adressen und soziale Medien-Links platziert werden, um dem Nutzer einen schnellen und einfachen Zugang zu wichtigen Informationen zu ermöglichen.
5. **Suchfunktion:** Eine Suchfunktion im Header ermöglicht es dem Nutzer, schnell und effizient nach spezifischen Inhalten auf der Webseite zu suchen.

Insgesamt gibt es keine feste Regel, welche Elemente genau im Header einer Webseite platziert werden sollten, da dies von Art und Zweck der Webseite abhängt. Es ist jedoch wichtig, dass der Header klar und einfach gestaltet ist, damit der Nutzer schnell und einfach navigieren und auf die wichtigsten Informationen zugreifen kann.



Abbildung 26: Header der Homepage eines landwirtschaftlichen Betriebes (Quelle: hartenauer-hof.de).

7.1.2 Body

Der Body einer Webseite enthält normalerweise den Hauptinhalt der Seite, der dem Nutzer angezeigt wird. Hier sind einige Beispiele für Elemente, die im Body einer Webseite platziert werden können:

1. **Überschriften:** Überschriften werden verwendet, um verschiedene Abschnitte oder Teile der Webseite zu kennzeichnen. Sie können in verschiedenen Größen und Stilen formatiert werden, um ihre Bedeutung zu betonen.
2. **Text:** Der Text ist der Hauptinhalt der meisten Webseiten und kann in verschiedenen Formaten und Stilen formatiert werden, um die Lesbarkeit und Verständlichkeit zu verbessern. Er kann auch Bilder, Videos und andere Medien enthalten, um den Inhalt zu veranschaulichen und zu unterstützen.
3. **Bilder:** Bilder können verwendet werden, um den Inhalt der Webseite zu veranschaulichen und zu unterstützen. Sie können in verschiedenen Größen und Formaten platziert werden und können auch mit Text oder Links verknüpft werden.
4. **Links:** Links ermöglichen es dem Nutzer, von einer Seite zur anderen zu navigieren oder zu externen Ressourcen zu gelangen. Sie können in Text oder Bilder eingebettet werden und sollten klare und aussagekräftige Beschriftungen haben.
5. **Formulare:** Formulare können verwendet werden, um Informationen von Nutzern zu sammeln, wie z.B. Kontaktinformationen, Feedback oder Bestellungen. Sie können Textfelder, Dropdown-Menüs, Kontrollkästchen und andere Eingabeoptionen enthalten.
6. **Listen:** Listen können verwendet werden, um Informationen zu organisieren und zu strukturieren, wie z.B. Produktmerkmale, Preisinformationen oder Schritt-für-Schritt-Anleitungen. Es gibt verschiedene Arten von Listen, wie z.B. ungeordnete Listen, geordnete Listen und Definitionslisten.

7. **Tabellen:** Tabellen können verwendet werden, um Informationen in einem strukturierten Format anzuzeigen, wie z. B. Preisvergleiche, Zeitpläne oder Spezifikationen. Sie bestehen aus Zeilen und Spalten und können verschiedene Formatierungen und Stile verwenden.

Insgesamt gibt es viele verschiedene Elemente, die im Body einer Webseite platziert werden können, je nach Art und Zweck der Webseite. Es ist wichtig, dass sie klar und einfach zu verstehen und zu navigieren sind, um dem Nutzer ein positives Erlebnis zu bieten.

Inhalt

Wir starten mit den Grundlagen:

- Wie sind Buchstaben aufgebaut und was ist der Unterschied zwischen Typografie, Kalligrafie, Hand Lettering und Brush Lettering?
- Locker machen mit Schwungübungen! Danach schreiben wir ein Alphabet und verbinden Buchstaben zu Worten.
- Layout: Ich zeige Euch, wie man Letterings geschickt zusammensetzt und sie mit kleinen Schmuckelementen verzieren. Am Ende des Workshops hält garantiert jeder Teilnehmer sein erstes, selbsterstelltes Handlettering in den Händen.

Jeder Workshop Teilnehmer enthält außerdem:

- ein ausführliches Brush Lettering Workbook
- personalisiertes Starterkit mit Stiften, damit direkt losgelegt werden kann

Zusätzlich hierzu gibt es bei jedem Workshop:

- einen großen Testtisch mit vielen Stiften und Papieren zum ausgiebigen Testen
- Anschauungsmaterial (Bücher, Letterings etc.)



Sende mir eine Anfrage:

Name

E-Mail

Text

SENDEN

Abbildung 27: Body-Beispiel der Homepage einer Firma, die Handlettering anbietet (Quelle: stickynote-lettering.de/workshops-2).

7.1.3 Footer

Der Footer einer Webseite wird normalerweise am Ende der Seite platziert und enthält oft Informationen, die für den Nutzer nützlich sein können, aber nicht unbedingt im Hauptinhalt der Seite stehen müssen.

Ein wichtiges Element im Footer sind Kontaktinformationen, die dem Nutzer die Möglichkeit geben, mit dem Betreiber der Webseite in Kontakt zu treten. Dazu gehören Telefonnummern, E-Mail-Adressen oder Links zu sozialen Netzwerken.

In vielen Ländern ist es gesetzlich vorgeschrieben, dass Webseiten ein Impressum enthalten müssen.

Webdesign

Dieses kann ebenfalls im Footer platziert werden und enthält die Kontaktdaten des Betreibers sowie andere rechtlich relevante Informationen.

Der Footer kann auch Copyright-Informationen enthalten, um zu zeigen, wer das geistige Eigentum an der Seite besitzt und welche Rechte geschützt sind.

Navigationslinks zu wichtigen Seiten auf der Webseite, die nicht unbedingt im Hauptmenü oder in der Seitenleiste erscheinen müssen, können ebenfalls im Footer platziert werden. Dazu gehören z. B. die Datenschutzerklärung oder die Nutzungsbedingungen.

Wenn die Webseite ein Abonnement oder einen Newsletter anbietet, können entsprechende Formulare im Footer platziert werden, um den Nutzern eine einfache Möglichkeit zu geben, sich anzumelden.

Eine Sitemap ist eine Übersicht aller Seiten einer Webseite und kann im Footer platziert werden, um es dem Nutzer zu erleichtern, auf alle Teile der Webseite zuzugreifen.

Insgesamt ist der Footer einer Webseite eine nützliche Möglichkeit, um dem Nutzer weitere Informationen und Optionen anzubieten, die nicht unbedingt Teil des Hauptinhalts der Seite sein müssen.



Abbildung 28: Footer-Beispiel auf der Homepage einer Design-Firma (Quelle: blackcreekdesign.de).

7.1.4 Sitemap

Eine Sitemap ist eine strukturierte Liste aller Seiten einer Webseite, die dem Nutzer eine Übersicht über die gesamte Seitenstruktur gibt. Die Sitemap kann als HTML-Seite erstellt werden und enthält normalerweise eine Hierarchie aller Seiten und deren Beziehungen zueinander.

Eine Sitemap kann dem Nutzer helfen, schnell und einfach auf alle Teile einer Webseite zuzugreifen, insbesondere wenn die Webseite viele Seiten oder tiefe Hierarchien hat. Darüber hinaus kann eine Sitemap auch von Suchmaschinen-Crawlern verwendet werden, um die Struktur und Inhalte der Webseite zu verstehen und zu indexieren.

Eine Sitemap sollte normalerweise in den Footer der Webseite eingebettet werden, um dem Nutzer einen einfachen Zugang zu bieten, ohne den Hauptinhalt der Seite zu stören. Sie kann auch als separater Link in der Navigation oder im Footer aufgeführt werden. In der Regel wird eine Sitemap jedoch nur bei größeren Webseiten oder Webseiten mit komplexen Hierarchien benötigt.

7.2 Schrift

Schriften auf einer Webseite werden normalerweise mithilfe von CSS programmiert. Es gibt verschiedene Möglichkeiten, Schriftarten auf einer Webseite zu verwenden. Eine Möglichkeit ist die Verwendung von Webfonts, die speziell für die Verwendung im Web optimiert sind und über CDN (Content Delivery Network) gehostet werden können.

Bei der Wahl von Schriften für eine Webseite ist es wichtig, die Lesbarkeit und die Zielgruppe im Hinterkopf zu behalten. Es ist auch ratsam, eine begrenzte Anzahl von Schriften zu verwenden, um ein konsistentes und professionelles Erscheinungsbild zu gewährleisten. Die Verwendung von zu vielen verschiedenen Schriften kann eine Webseite unruhig und verwirrend machen.

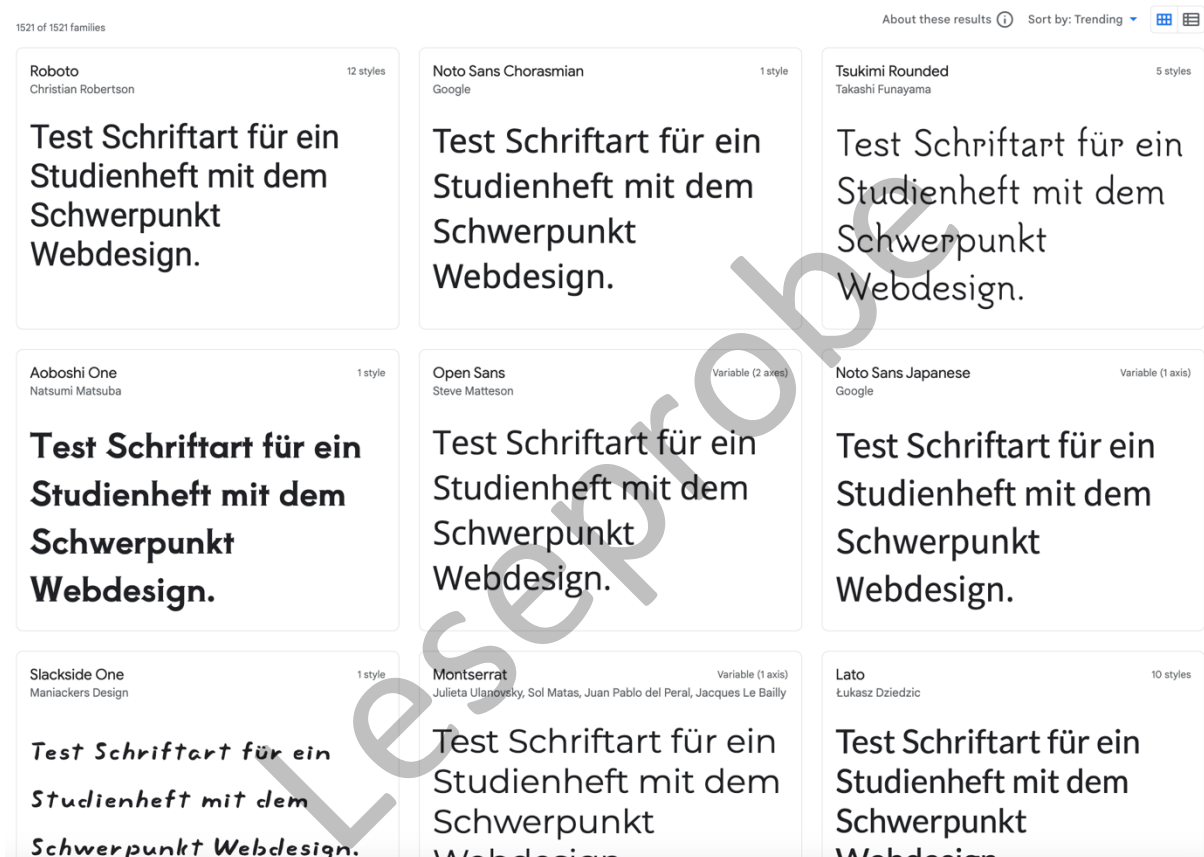


Abbildung 29: Schrifteneinblick Google Fonts. Es kann ein freier Text eingegeben werden, die Vorschau zeigt die direkte Darstellung des Textes. Dadurch gelingt die Schriftauswahl deutlich schneller und einfacher (Quelle: <https://fonts.google.com/>).

Eine gute Regel ist es, nicht mehr als drei verschiedene Schriften zu verwenden: eine für den Haupttext, eine für Überschriften und eine für Akzenttexte oder Call-to-Actions. Es ist auch wichtig, sicherzustellen, dass die gewählten Schriften gut lesbar sind, insbesondere auf mobilen Geräten und bei verschiedenen Größen. Ein weiterer wichtiger Aspekt bei der Schriftauswahl ist die Lesbarkeit der Schriftart. Serifenschriften haben kleine Linien an den Enden der Buchstaben und sind traditionell besser für den Druck geeignet, während serifenlose Schriften (Sans-Serif) in der Regel besser für digitale Anwendungen geeignet sind. Es ist auch wichtig, die Größe und das Gewicht der Schriftart zu berücksichtigen, um sicherzustellen, dass sie gut lesbar ist.

1. Was bedeutet CSS und wofür wird es verwendet?

CSS – Cascading Style Sheets – ist eine Gestaltungssprache für Webseiten, die in Kombination mit HTML verwendet wird. Es ermöglicht die Definition und Steuerung des visuellen Erscheinungsbilds von Webinhalten. Mit CSS können Webentwickler verschiedene Aspekte einer Webseite anpassen, wie z. B. Farben, Schriftarten, Abstände, Ausrichtung und Hintergrundbilder. Durch die Trennung von Inhalt und Design können Änderungen am Design einer Webseite leicht vorgenommen werden, ohne den HTML-Code zu beeinflussen. CSS bietet auch die Möglichkeit, responsives Design umzusetzen, sodass sich Webseiten automatisch an unterschiedliche Bildschirmgrößen und Geräte anpassen. Es ist ein grundlegendes Werkzeug für Webentwickler, um ästhetisch ansprechende und gut strukturierte Webseiten zu gestalten und eine konsistente Benutzererfahrung zu gewährleisten.

2. Was ist eine Webseite?

Eine Webseite ist ein elektronisches Dokument, das im World Wide Web veröffentlicht und über einen Webbrowser aufgerufen werden kann. Sie besteht aus einer Kombination von HTML-, CSS- und manchmal auch JavaScript-Code, der den Inhalt, das Design und das Verhalten der Webseite definiert. Eine Webseite kann Texte, Bilder, Videos, interaktive Elemente, Links zu anderen Seiten und weitere multimediale Inhalte enthalten. Sie dient als Informationsquelle, Kommunikationsmedium oder als Plattform zur Präsentation von Dienstleistungen, Produkten oder persönlichen Inhalten. Webseiten können statisch sein und sich selten ändern oder dynamisch sein und sich basierend auf Benutzerinteraktionen oder Datenbankabfragen anpassen. Sie sind über eine eindeutige URL (Uniform Resource Locator) erreichbar und ermöglichen es Benutzern, Informationen abzurufen und mit ihnen zu interagieren.

3. Welche Bestandteile gehören in ein Konzept für eine Webseite?

Ein Konzept für eine Webseite sollte folgende Bestandteile umfassen:

- Zielsetzung: Eine klare Definition der Ziele und Zwecke der Webseite. Zum Beispiel: Informationsvermittlung über ein Produkt, Verkaufsförderung, Bereitstellung von Dienstleistungen oder Unterhaltung.
- Zielgruppe: Eine detaillierte Beschreibung der Zielgruppe der Webseite. Dies beinhaltet demografische Merkmale, Interessen, Bedürfnisse und Verhaltensweisen der potenziellen Nutzer.
- Inhalte und Struktur: Eine Aufstellung der Hauptinhalte, die auf der Webseite präsentiert werden sollen, wie Texte, Bilder, Videos und interaktive Elemente. Darüber hinaus sollte eine logische Struktur festgelegt werden, um die Navigation und Hierarchie der Inhalte zu organisieren.
- Design und Ästhetik: Festlegung des visuellen Erscheinungsbilds und des Layouts der Webseite. Hier werden Farbschemata, Schriftarten, Grafikelemente und andere ästhetische Entscheidungen getroffen, um eine ansprechende und konsistente Darstellung sicherzustellen.

- Benutzererlebnis (UX): Planung einer benutzerfreundlichen und intuitiven Benutzererfahrung. Dies umfasst die Gestaltung der Navigation, Interaktionsmöglichkeiten, Suchfunktionen, Responsivität für verschiedene Geräte und die Gewährleistung einer schnellen Ladezeit.
- Technische Umsetzung: Auswahl der geeigneten technischen Lösungen für die Entwicklung der Webseite, wie Content-Management-Systeme (CMS), Programmiersprachen, Frameworks oder Plug-ins. Auch die Integration von Funktionen wie Kontaktformularen, Social-Media-Verknüpfungen oder E-Commerce-Systemen sollte berücksichtigt werden.
- Suchmaschinenoptimierung (SEO): Berücksichtigung von SEO-Prinzipien, um die Sichtbarkeit der Webseite in Suchmaschinen zu verbessern. Dies beinhaltet die Auswahl relevanter Keywords, die Optimierung von Metadaten, URL-Strukturen und die Gewährleistung einer benutzerfreundlichen Indexierung durch Suchmaschinen.
- Content-Strategie: Entwicklung einer Strategie für die Erstellung und Aktualisierung von Inhalten auf der Webseite. Dies kann die Planung von regelmäßigen Blogbeiträgen, Neuigkeiten, Produktaktualisierungen oder anderen relevanten Inhalten umfassen.
- Analyse und Tracking: Implementierung von Analysetools wie Google Analytics, um das Besucherverhalten, die Conversion-Raten und andere wichtige Kennzahlen zu überwachen. Dadurch können basierend auf den gesammelten Daten Optimierungen und Anpassungen vorgenommen werden.
- Zeitplan und Ressourcen: Erstellung eines Zeitplans, um die Entwicklung und Veröffentlichung der Webseite zu planen. Die Ressourcen, einschließlich des Entwicklerteams, der Designer, Inhaltsautoren und anderer beteiligter Personen, sollten ebenfalls berücksichtigt werden.

Dies sind grundlegende Bestandteile eines Konzepts für eine Webseite, die als Leitfaden für die Planung, Entwicklung und Umsetzung dienen. Je nach Anforderungen und Umfang des Projekts können weitere Aspekte hinzugefügt oder spezifiziert werden. Dazu gehören beispielsweise Datenschutz- und Sicherheitsrichtlinien, Barrierefreiheit für Menschen mit Behinderungen, Integration von Social-Media-Plattformen, Mehrsprachigkeit und die Einbindung von externen Diensten oder APIs.

Darüber hinaus kann es auch sinnvoll sein, Wireframes oder Prototypen zu erstellen, um das visuelle Design und die Benutzerinteraktionen vorab zu skizzieren und zu testen. Ein Konzept für eine Webseite sollte flexibel sein und Raum für iterative Anpassungen und Verbesserungen bieten, um sicherzustellen, dass die endgültige Webseite den Anforderungen der Zielgruppe gerecht wird und die definierten Ziele erreicht. Insgesamt ermöglicht ein umfassendes Konzept für eine Webseite eine strukturierte und zielgerichtete Entwicklung, bei der alle relevanten Aspekte berücksichtigt werden. Es dient als Leitfaden für das gesamte Projektteam, um sicherzustellen, dass alle Beteiligten das gleiche Verständnis und die gleiche Vision für die Webseite haben. Das Konzept legt den Rahmen fest, innerhalb dessen die Webseite entwickelt wird, und erleichtert die effiziente Zusammenarbeit zwischen Designern, Entwicklern, Inhaltserstellern und anderen Projektbeteiligten. Ein gut durchdachtes Konzept ermöglicht es auch, potenzielle Herausforderungen und Probleme im Voraus zu erkennen und entsprechende Lösungen zu finden. Es hilft, den Umfang des Projekts zu definieren, Budgets und Ressourcen angemessen zuzuweisen und einen realistischen Zeitplan festzulegen. Durch die klare Definition von Zielen, Zielgruppe, Inhalten, Design und Funktionalitäten bietet das Konzept eine solide Basis, um eine erfolgreiche Webseite zu entwickeln, die die Anforderungen der Benutzer erfüllt und eine positive Benutzererfahrung bietet. Während des Entwicklungsprozesses ist es wichtig, das Konzept regelmäßig zu überprüfen und anzupassen, um zu gewährleisten, dass es den aktuellen Anforderungen und Trends entspricht. Durch eine kontinuierliche Evaluation und Iteration kann die Webseite kontinuierlich verbessert und optimiert werden, um eine maximale Wirkung und Wirksamkeit zu erzielen.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass ein umfassendes Konzept für eine Webseite die Grundlage für eine erfolgreiche Entwicklung und Umsetzung bildet. Es stellt sicher, dass alle wichtigen Aspekte berücksichtigt werden und bietet Orientierung für das gesamte Projektteam. Mit einem gut durchdachten Konzept kann eine Webseite geschaffen werden, die die Bedürfnisse der Zielgruppe erfüllt, eine ansprechende Benutzererfahrung bietet und die definierten Ziele erreicht.

4. Warum ist die Definition einer Zielgruppe so wichtig?

Die Definition einer Zielgruppe ist von entscheidender Bedeutung, da sie grundlegend für den Erfolg einer Webseite oder eines Projekts ist. Eine klare Zielgruppendefinition ermöglicht es, die Kommunikation gezielt auf die Bedürfnisse, Interessen und Vorlieben dieser spezifischen Gruppe auszurichten. Indem die Zielgruppe im Fokus bleibt, kann erreicht werden, dass die Webseite auf die Bedürfnisse und Erwartungen der potenziellen Benutzer abgestimmt ist. Dies führt zu einer besseren Benutzererfahrung und erhöht die Wahrscheinlichkeit, dass die Besucher auf der Webseite bleiben, mit ihr interagieren und letztendlich die gewünschten Aktionen durchführen. Eine klare Zielgruppendefinition ermöglicht es auch, gezielte Marketingstrategien zu entwickeln, die die richtigen Kanäle, Botschaften und Werbemittel wählen, um die gewünschte Zielgruppe anzusprechen und anzuziehen. Durch die Kenntnis der Zielgruppe ist es möglich, sich von der Konkurrenz zu differenzieren und die einzigartigen Bedürfnisse und Anforderungen in der Gestaltung der Webseite und der angebotenen Inhalte zu integrieren. Die Kenntnis der Zielgruppe ermöglicht es auch, die Webseite kontinuierlich anzupassen und zu optimieren, indem Feedback und Daten über die Zielgruppe gesammelt werden. Dies hilft dabei, Schwachstellen zu identifizieren und gezielte Verbesserungen vorzunehmen, um die Benutzererfahrung und den Erfolg der Webseite zu steigern. Zusammenfassend ist die Definition einer Zielgruppe von großer Bedeutung, um eine effektive Kommunikation, eine kundenzentrierte Herangehensweise, eine gezielte Marketingstrategie und eine kontinuierliche Optimierung der Webseite zu ermöglichen.

5. Was ist der Nutzen von der Erstellung von Wireframes?

Die Erstellung von Wireframes für eine Webseite bietet mehrere Vorteile. Sie ermöglichen eine strukturierte Visualisierung der Webseite, frühzeitiges Feedback von Stakeholdern, einen Fokus auf Funktion und Inhalt, effiziente Kommunikation zwischen Designern und Entwicklern, Kosten- und Zeitersparnis durch Fehlererkennung, Testen von Interaktionsmustern, Unterstützung bei der Planung von Inhalten und die Schaffung einer logischen Benutzererfahrung. Wireframes dienen als Grundlage für die Entwicklung einer Webseite und tragen dazu bei, deren Effektivität und Benutzerfreundlichkeit zu optimieren.

6. Wofür wird der Userflow verwendet?

Der Userflow wird verwendet, um den Weg oder die Abfolge der Aktionen, die ein Benutzer auf einer Webseite oder in einer App nimmt, zu visualisieren. Der Userflow zeigt die verschiedenen Seiten, Bildschirme oder Schritte, die ein Benutzer durchläuft, um ein bestimmtes Ziel zu erreichen. Er dient dazu, das Verhalten und die Interaktionen der Benutzer zu verstehen und zu planen, um eine optimale Benutzererfahrung zu gewährleisten. Der Userflow hilft dabei, potenzielle Hindernisse oder Engpässe zu identifizieren und zu beseitigen, um den Weg des Benutzers intuitiver und reibungsloser zu gestalten. Zudem ermöglicht der Userflow, die Navigation, den Informationsfluss und die Interaktionselemente auf der Webseite zu planen und zu optimieren.

Literaturverzeichnis

- Chlebek, Paul** (2011). *Praxis der User Interface-Entwicklung: Informationsstrukturen, Designpatterns, Vorgehensmuster. Datenbanken und Softwareentwicklung*. Wiesbaden: Vieweg + Teubner.
- Erlhofer, Sebastian** (2023). *Suchmaschinen-Optimierung: Das SEO-Standardwerk in neuer Auflage. Über 1.000 Seiten Praxiswissen und Profitipps zu SEO, Google & Co* (11. Aufl.). Rheinwerk Computing.
- Ertel, Andrea und Laborenz, Kai** (2017). *Responsive Webdesign: Konzepte, Techniken, Praxisbeispiele* (3. Aufl.). Rheinwerk Computing.
- Gingerich, Ruben** (2021). *Guide to UX/UI Design in 45 Minutes for Beginners: A Quick Reference Guide to Intuitive User Experience and User Interface Designs*. Independently published.
- Hahn, Martin** (2020). *Webdesign: Das neue Handbuch zur Webgestaltung. Alles, was Webdesigner wissen müssen* (3. Aufl.). Rheinwerk Design.
- Jacobsen, Jens und Meyer, Lorena** (2022). *Praxisbuch Usability und UX: Bewährte Usability- und UX-Methoden praxisnah erklärt* (3. Aufl.). Rheinwerk Computing.
- Kauer-Franz, Michaela und Franz, Benjamin** (2022). *Usability und User Experience Design: Das umfassende Handbuch zu UI und UX. Ideal für Studium und Beruf*. Rheinwerk Computing.
- Nielsen, Jacob** (2000). *World Leaders in Research-Based User Experience. End of Web Design*. URL: <https://www.nngroup.com/articles/end-of-web-design> (Zugriff am 30. April 2023).
- Poerschke, Wiebke** (2009). *Barrierefreiheit für das Web: Problemstellungen und Lösungen der praktischen Umsetzung von barrierefreien Webseiten im Kontrast zur Theorie*. VDM Verlag.
- Rittmeier, Nikolas** (2021). *Barrierefreiheit von Webseiten*. GRIN Verlag.
- Rohles, Björn und Wolf, Jürgen** (2023). *Grundkurs Gutes Webdesign: Alles, was Sie über Gestaltung im Web wissen müssen. Moderne und attraktive Websites designen*. Rheinwerk Design.
- Spies, Marco und Wenger, Katja** (2018). *Branded interactions: lebendige Markenerlebnisse für eine neue Zeit* (3. überarbeitete und erweiterte Aufl.). Mainz: Verlag Hermann Schmidt.
- Stapelkamp, Torsten** (2010). *Interaction- und Interfacedesign: Web-, Game-, Produkt- und Service-design; Usability und Interface als Corporate Identity*. X.media.press. Berlin, Heidelberg: Springer.
- Tressl, Markus** (2003). *Universelle Benutzbarkeit und Barrierefreiheit bei Webseiten der breiten Masse und der öffentlichen Hand*. Diplomica Verlag.
- Wolf, Jürgen** (2021). *HTML und CSS: Das umfassende Handbuch zum Lernen und Nachschlagen. Inkl. JavaScript, Bootstrap, Responsive Webdesign u. v. m.* (4. Aufl.). Rheinwerk Computing.

DIPLOMA

Private staatlich anerkannte Hochschule
University of Applied Sciences

DIPLOMA Hochschule

Studienservice

Herminenstraße 17f
31675 Bückeburg

Tel.: +49 (0)40 228 988 240
meinstudium@diploma.de
diploma.de



Leseprobe



Du möchtest mehr erfahren?

Unser aktuelles Studienangebot und weitere Informationen sowie unsere Angebote zur Studienberatung findest Du auf **www.diploma.de**