

Martin Hahn

Webdesign

Das Handbuch zur Webgestaltung

Inhalt

| | |
|---------------|----|
| Vorwort | 19 |
|---------------|----|

1 Prinzipien des modernen Webdesigns

| | | |
|-------|--|----|
| 1.1 | Aspekte modernen Webdesigns | 23 |
| 1.1.1 | Die Entwicklung des Webdesigns | 23 |
| 1.1.2 | Gute Seiten, schlechte Seiten | 26 |
| 1.1.3 | Mehr als hübsch – das Design | 28 |
| 1.1.4 | Übersichtlich und lesbar | 29 |
| 1.1.5 | Struktur, Inhalte und Verhalten | 30 |
| 1.2 | Guter Quellcode – Webstandards | 33 |
| 1.3 | Webseiten für alle – Zugänglichkeit und Barrierefreiheit | 35 |
| 1.3.1 | Zugänglichkeit und Technik | 35 |
| 1.3.2 | Zugänglichkeit und Inhalte | 36 |
| 1.3.3 | Zugänglichkeit und Design | 36 |
| 1.4 | Modernes Webdesign ist flexibel | 37 |
| 1.4.1 | Flexible und anpassungsfähige Webseiten | 37 |
| 1.4.2 | Benutzerfreundlich und bedienbar | 39 |
| 1.4.3 | Moderne Workflows | 39 |
| 1.5 | Das Webdesign und sein Umfeld | 40 |
| 1.5.1 | Die Märkte und der Wettbewerb | 41 |
| 1.5.2 | Content Marketing und die Informations- überflutung der Konsumenten | 42 |
| 1.5.3 | Werteveränderung in der Gesellschaft | 42 |
| 1.6 | Fazit: Webdesign ist Coden, und Code ist Design | 43 |

2 Projektmanagement

| | | |
|-------|---|----|
| 2.1 | Das Projekt | 47 |
| 2.1.1 | Was macht ein Projekt zu einem Projekt? | 48 |
| 2.1.2 | Die Online-Branche | 48 |
| 2.1.3 | Das Projektdreieck | 50 |
| 2.1.4 | Die Aufgaben des Projektmanagers | 52 |

| | | |
|------------|--|----|
| 2.2 | Projektphasen | 53 |
| 2.2.1 | Der Projektstart | 53 |
| 2.2.2 | Das Lastenheft – die Sicht des Auftraggebers | 54 |
| 2.2.3 | Das Angebot | 55 |
| 2.2.4 | Alternative Leistungen | 56 |
| 2.2.5 | Projekte kalkulieren | 57 |
| 2.2.6 | Das Pflichtenheft – der Plan des Auftragnehmers | 59 |
| 2.2.7 | Der Zeitplan | 60 |
| 2.2.8 | Umsetzung | 61 |
| 2.2.9 | Spätere Änderungswünsche | 61 |
| 2.2.10 | Projektabschluss und Auswertung | 62 |
| 2.2.11 | Rechnung stellen | 63 |
| 2.3 | Projektkommunikation – wie sag ich es dem Kunden? | 64 |
| 2.3.1 | Erwartungshaltung an den Kunden | 64 |
| 2.3.2 | Erwartungshaltung des Kunden – Wünsche und Vorstellungen | 65 |
| 2.3.3 | Erstkontakt – Beratung vs. Verkauf | 66 |
| 2.3.4 | Präsentation | 68 |
| 2.3.5 | Externe/freie Mitarbeiter | 69 |
| 2.3.6 | Der Projektabschluss | 69 |
| 2.4 | Erfolg oder Misserfolg | 69 |
| 2.4.1 | Erfolgsfaktoren | 70 |
| 2.4.2 | Risikomanagement | 71 |
| 2.4.3 | Gründe für ein erfolgloses Webprojekt | 71 |

3 Konzeption und Strategie

| | | |
|------------|--|----|
| 3.1 | Briefing und Recherche | 73 |
| 3.1.1 | Das Briefing | 74 |
| 3.1.2 | Die Recherche | 76 |
| 3.1.3 | Briefing und Angebot | 76 |
| 3.1.4 | Das Treffen mit dem Kunden | 77 |
| 3.1.5 | Das Grobkonzept | 77 |
| 3.1.6 | Ziele und Strategie | 78 |
| 3.2 | Unternehmens- und Kundenanalyse | 78 |
| 3.2.1 | Produkte und Dienstleistungen | 80 |
| 3.2.2 | Die Vermarktung | 80 |

| | | |
|------------|---|------------|
| 3.2.3 | Der Kundenkreis | 80 |
| 3.2.4 | Branche und Umfeld | 81 |
| 3.3 | Konkurrenten und Vorbilder | 82 |
| 3.3.1 | Vorbilder | 82 |
| 3.4 | Eine Strategie fürs Webprojekt entwickeln | 83 |
| 3.4.1 | Rahmenbedingungen für die strategische Ausrichtung | 83 |
| 3.4.2 | Mehr als Anfang und Ende | 84 |
| 3.4.3 | Corporate Identity und Image | 84 |
| 3.4.4 | Positionierung | 85 |
| 3.4.5 | Alleinstellungsmerkmal | 86 |
| 3.4.6 | Die Rolle des Webauftritts im Marketing-Mix | 87 |
| 3.4.7 | Fazit: Warum eine Strategie so wichtig ist | 88 |
| 3.5 | Webdesign ist Kommunikation | 89 |
| 3.5.1 | Das Kommunikationsmodell | 89 |
| 3.5.2 | Kommunikationsmodell für das Webdesign | 90 |
| 3.6 | Ziele der Webseite | 94 |
| 3.6.1 | Ziele formulieren | 95 |
| 3.6.2 | Aus Zielvorgaben Maßnahmen ableiten ... | 95 |
| 3.6.3 | Den Anwender nicht aus den Augen verlieren | 96 |
| 3.7 | Zielgruppenanalyse | 98 |
| 3.7.1 | Zielgruppenanalyse mit Fingerspitzengefühl | 99 |
| 3.7.2 | Sinus-Milieus | 101 |
| 3.7.3 | Verschiedene Zielgruppen | 102 |
| 3.7.4 | Es menschtelt – die Personas | 104 |
| 3.7.5 | Nutzungsszenarien für Personas | 106 |
| 3.8 | Anforderungen Design | 107 |
| 3.8.1 | Design vs. Content | 107 |
| 3.8.2 | Look & Feel | 108 |
| 3.9 | Anforderungen an die Inhalte | 110 |
| 3.9.1 | Inhaltsarten: Texte, Bilder und Videos | 111 |
| 3.9.2 | Inhaltserstellung | 112 |
| 3.9.3 | Der Qualitätsanspruch | 114 |

| | | |
|-------------|--|-----|
| 3.10 | Anforderungen an Technik und Funktionalitäten | 115 |
| 3.10.1 | Content-Management-Systeme | 115 |
| 3.10.2 | Funktionalitäten | 117 |
| 3.11 | Usability im Webdesign | 118 |
| 3.11.1 | Don't make me think | 118 |
| 3.11.2 | Effektivität, Effizienz und Zufriedenheit | 119 |
| 3.11.3 | Usability in allen Bereichen | 120 |
| 3.11.4 | Usability-Tests und -Tools | 121 |
| 3.11.5 | Technische Analyse | 127 |
| 3.12 | User Experience | 128 |
| 3.12.1 | Die Website als Erlebnis | 128 |
| 3.12.2 | Look & Feel, Joy of Use und die Usability | 129 |
| 3.12.3 | Emotionen wirken | 131 |
| 3.12.4 | Glaubwürdigkeit und Vertrauen | 132 |
| 3.13 | Fazit | 133 |

4 Responsive Webdesign

| | | |
|------------|--|-----|
| 4.1 | Einleitung – und sie bewegen sich doch | 135 |
| 4.1.1 | Neue Geräte und Bildschirmgrößen | 136 |
| 4.1.2 | Zurück in die Zukunft – von flexibel zu statisch zu flexibel | 138 |
| 4.1.3 | Ganzheitliche Flexibilität – es betrifft alle | 138 |
| 4.2 | Responsive Strategie – Mobile first und Content first | 140 |
| 4.2.1 | Adaptive Layout vs. Responsive Layout | 140 |
| 4.2.2 | Mobile oder Content – wer ist der Erste? | 142 |
| 4.2.3 | Graceful Degradation vs. Progressive Enhancement | 143 |
| 4.3 | Ein neuer Workflow | 144 |
| 4.3.1 | Der traditionelle Workflow | 145 |
| 4.3.2 | Der responsive Workflow | 146 |
| 4.4 | Bestandteile einer responsiven Webseite | 149 |
| 4.4.1 | Flexible Raster | 149 |
| 4.4.2 | Media Queries | 151 |
| 4.4.3 | Flexible Bilder, Typografie und Weiteres ... | 159 |
| 4.5 | Tipps zur Umsetzung | 161 |
| 4.5.1 | HTML-Prototyping | 161 |
| 4.5.2 | Testen | 162 |

5 Informationsarchitektur

| | | |
|-------|---|-----|
| 5.1 | Einführung | 165 |
| 5.1.1 | Ein Alltagsbeispiel und sein Webseitenpendant | 166 |
| 5.1.2 | Darum geht es | 168 |
| 5.2 | Die Bedeutung der Informationsarchitektur | 168 |
| 5.2.1 | Die drei Aspekte – Inhalte, Nutzer, Kontext | 169 |
| 5.2.2 | User first | 170 |
| 5.2.3 | Pageflow | 171 |
| 5.2.4 | Findability – vom Suchen und Finden von Informationen | 172 |
| 5.3 | Die Bedeutung der Navigation | 173 |
| 5.3.1 | Aufgaben einer gelungenen Navigation | 173 |
| 5.4 | Content-Strategie | 176 |
| 5.4.1 | Guter Content | 176 |
| 5.4.2 | Guter Content und die Rolle des Webdesigners | 177 |
| 5.4.3 | Sammeln und Strukturieren | 178 |
| 5.4.4 | Produktion und Aktualität | 181 |
| 5.4.5 | Storytelling | 182 |
| 5.5 | Inhaltsstruktur entwickeln | 184 |
| 5.5.1 | Methoden und Tools | 185 |
| 5.5.2 | Wording | 188 |
| 5.5.3 | Case Studies | 189 |
| 5.5.4 | Navigationsprinzipien – den Erwartungen entsprechen | 192 |
| 5.6 | Durch Inhalte navigieren | 196 |
| 5.6.1 | Navigationsmenüs | 196 |
| 5.6.2 | Alternative Navigationswege | 200 |
| 5.7 | Fazit | 206 |

6 Gestaltungsgrundlagen

| | | |
|-------|--|-----|
| 6.1 | Webdesign und die menschliche Wahrnehmung | 208 |
| 6.1.1 | Sehen statt Lesen | 208 |
| 6.1.2 | Zwei Personen, zwei Meinungen | 211 |
| 6.1.3 | Selektive Wahrnehmung | 211 |

| | | |
|------------|---|-----|
| 6.2 | Die äußere Form | 214 |
| 6.2.1 | Das Format | 214 |
| 6.2.2 | Formen | 216 |
| 6.2.3 | Die gute Gestalt | 222 |
| 6.2.4 | Texturen | 223 |
| 6.2.5 | Proportionen | 224 |
| 6.3 | Anordnung und Gewichtung | 225 |
| 6.3.1 | Das Gesetz der Nähe | 225 |
| 6.3.2 | Das Gesetz der Geschlossenheit | 227 |
| 6.3.3 | Symmetrie und Asymmetrie | 229 |
| 6.3.4 | Goldener Schnitt | 231 |
| 6.3.5 | Die Drittel-Regel | 234 |
| 6.3.6 | Der Rhythmus | 235 |
| 6.3.7 | Die Leserichtung | 237 |
| 6.3.8 | Visuelles Gewicht und Kontrast | 239 |
| 6.4 | Wahrnehmung und Gestaltung | 245 |
| 6.4.1 | Gesetz der Ähnlichkeit | 245 |
| 6.4.2 | Gesetz der Erfahrung | 248 |
| 6.4.3 | Gesetz der Kontinuität | 249 |
| 6.4.4 | Figur-Umfeld-Beziehung | 250 |
| 6.4.5 | Schwerkraft | 252 |
| 6.4.6 | Gesetz der Gleichzeitigkeit | 252 |
| 6.5 | Gute Webgestaltung | 253 |
| 6.5.1 | Einheit | 254 |
| 6.5.2 | Angemessenheit | 255 |
| 6.5.3 | Einfachheit | 256 |
| 6.5.4 | Die Liebe zum Detail | 257 |

7 Screendesign

| | | |
|------------|--|-----|
| 7.1 | Grundlagen Screendesign | 259 |
| 7.1.1 | Aufgaben eines Screendesigns | 259 |
| 7.1.2 | Elemente eines Screendesigns | 265 |
| 7.1.3 | Screendesign-Prinzipien | 269 |
| 7.1.4 | Die Design-Prinzipien der »Großen« | 273 |
| 7.2 | Der Gestaltungsprozess | 275 |
| 7.2.1 | Der kreative Prozess | 275 |
| 7.2.2 | Moodboards | 280 |
| 7.2.3 | Style Tiles | 283 |
| 7.2.4 | Die Arbeit mit Design-Programmen | 285 |
| 7.2.5 | Design-Feedback | 287 |

| | | |
|------------|---|-----|
| 7.3 | Vom Design zur Umsetzung | 288 |
| 7.3.1 | Modulares Design | 289 |
| 7.3.2 | Design-Styleguide | 292 |
| 8 | Layout und Raster | |
| 8.1 | Anatomie einer Webseite | 297 |
| 8.1.1 | Der Header-Bereich | 298 |
| 8.1.2 | Der Inhaltsbereich | 300 |
| 8.1.3 | Die Fußleiste | 302 |
| 8.1.4 | Der umgebende Block | 302 |
| 8.2 | Wireframes erstellen | 303 |
| 8.2.1 | Papier-Wireframes | 304 |
| 8.2.2 | Gezeichnete Wireframes | 304 |
| 8.2.3 | Digitale Wireframes | 305 |
| 8.2.4 | Die Graue-Box-Methode | 307 |
| 8.2.5 | Vorteile und Grenzen von Wireframes | 308 |
| 8.3 | Raster – Grundlagen | 309 |
| 8.3.1 | Bedeutung | 310 |
| 8.3.2 | Layoutgrundlagen | 311 |
| 8.3.3 | Rastersysteme | 321 |
| 8.4 | Ein eigenes Raster anlegen | 323 |
| 8.4.1 | Spalten und Spaltenabstand | 324 |
| 8.4.2 | Rastergestaltung in Photoshop | 325 |
| 8.4.3 | Raster mit HTML und CSS umsetzen | 329 |
| 8.4.4 | Eigene Webseitenlayouts | 339 |
| 8.4.5 | Interaktive Prototypen | 342 |
| 8.5 | Layouts gestalten | 343 |
| 8.5.1 | Komposition und Hierarchie | 343 |
| 8.5.2 | Layoutstrukturen | 344 |
| 8.5.3 | Weißraum | 351 |
| 8.5.4 | Above the Fold | 353 |
| 8.5.5 | Scrollen oder klicken – das ist hier die Frage | 356 |
| 8.5.6 | Das Raster brechen – out of the Box | 358 |
| 8.5.7 | Layoutprinzipien | 360 |

9 Farbe im Webdesign

| | | |
|------------|--|-----|
| 9.1 | Welche Rolle spielt die Farbe? | 363 |
| 9.1.1 | Farbe und Webdesign | 364 |
| 9.2 | Farbe: eine Wissenschaft für sich | 365 |
| 9.2.1 | Licht und Farbe | 365 |
| 9.2.2 | Wie unsere Farbwahrnehmung funktioniert | 366 |
| 9.2.3 | Farbpsychologie | 367 |
| 9.3 | Farbsysteme | 368 |
| 9.3.1 | Farbkreise | 369 |
| 9.3.2 | RGB – das additive Farbmodell | 371 |
| 9.3.3 | CMYK – das subtraktive Farbmodell | 372 |
| 9.3.4 | Farbtiefe | 373 |
| 9.3.5 | Farbdefinition | 373 |
| 9.3.6 | Farbton, Sättigung, Helligkeit | 375 |
| 9.4 | Das Web-Farbmanagement | 381 |
| 9.4.1 | Mit Farbräumen & Farbprofilen arbeiten | 381 |
| 9.5 | Farbwirkung | 385 |
| 9.5.1 | Warme Farben | 386 |
| 9.5.2 | Rot | 387 |
| 9.5.3 | Orange | 392 |
| 9.5.4 | Gelb | 395 |
| 9.5.5 | Kalte Farben | 399 |
| 9.5.6 | Blau | 399 |
| 9.5.7 | Grün | 402 |
| 9.5.8 | Violett/Lila | 406 |
| 9.5.9 | Neutrale Farben | 408 |
| 9.5.10 | Schwarz | 410 |
| 9.5.11 | Weiß | 412 |
| 9.5.12 | Grau | 414 |
| 9.5.13 | Grell, greller, Neon | 416 |
| 9.5.14 | Zusammenfassung Farbwirkung | 417 |
| 9.6 | Farbkontraste | 417 |
| 9.6.1 | Farbe-an-sich-Kontrast | 418 |
| 9.6.2 | Hell-Dunkel-Kontrast | 419 |
| 9.6.3 | Kalt-Warm-Kontrast | 420 |
| 9.6.4 | Komplementärkontrast | 421 |
| 9.6.5 | Quantitätskontrast | 422 |
| 9.6.6 | Qualitätskontrast | 423 |

| | | |
|-------------|---|------------|
| 9.6.7 | Simultankontrast | 424 |
| 9.6.8 | Bunt-Unbunt-Kontrast | 424 |
| 9.7 | Farbschemata | 425 |
| 9.7.1 | Monochromes Farbschema | 426 |
| 9.7.2 | Analoges Farbschema | 427 |
| 9.7.3 | Komplementäres Farbschema | 427 |
| 9.7.4 | Teilkomplementäre, triadische und tetradische Farbschemata | 428 |
| 9.7.5 | Tool-Empfehlung: Unterstützung bei der Farbfindung | 429 |
| 9.8 | Gelungener Farbeinsatz im Webdesign | 430 |
| 9.8.1 | Farbe, Corporate Design & Identität | 430 |
| 9.8.2 | Farbverläufe | 433 |
| 9.9 | Farbe und Usability | 437 |
| 9.9.1 | Hürden bei der Farbwahrnehmung | 438 |
| 9.10 | Ein eigenes Farbschema entwickeln | 440 |
| 9.10.1 | Inspiration sammeln und Vorbilder finden | 441 |
| 9.10.2 | Farbtrends und Inspirationsquellen | 441 |
| 9.10.3 | Tools, um Farbkombinationen zu erzeugen | 442 |
| 9.10.4 | Praktische Umsetzung: Farbschemata selbst gestalten | 444 |
| 9.11 | Fazit | 449 |

10 Typografie

| | | |
|-------------|--|------------|
| 10.1 | Typografie im Web | 451 |
| 10.1.1 | Neue Möglichkeiten | 452 |
| 10.1.2 | Und was ist gute Typografie? | 452 |
| 10.2 | Leseverhalten im Web | 454 |
| 10.2.1 | Prozess des Lesens | 455 |
| 10.2.2 | Lesen am Bildschirm | 456 |
| 10.3 | Schriftarten | 457 |
| 10.3.1 | Serifenschriften | 458 |
| 10.3.2 | Serifenlose Schriften | 461 |
| 10.3.3 | Andere Schriften | 463 |
| 10.4 | Schriftdarstellung im Web | 465 |
| 10.4.1 | Fontrendering – das Runde muss ins Eckige | 465 |
| 10.4.2 | Websichere Schriften | 468 |

| | | |
|-------------|--|-----|
| 10.4.3 | Webfonts | 470 |
| 10.4.4 | Webfonts-Anbieter | 472 |
| 10.4.5 | Text als Bild | 476 |
| 10.5 | Makrotypografie | 477 |
| 10.5.1 | Linienystem | 478 |
| 10.5.2 | Schriftschnitte | 479 |
| 10.5.3 | Schriftgröße | 482 |
| 10.5.4 | Zeilenabstand | 486 |
| 10.5.5 | Schriftfarbe – Text- & Hintergrund- kontrast | 490 |
| 10.5.6 | Zeilenlänge | 492 |
| 10.5.7 | Grundlinienraster | 494 |
| 10.5.8 | Textausrichtung & Silbentrennung | 495 |
| 10.5.9 | Abstände & Leerraum | 498 |
| 10.5.10 | Schriftdefinition mit CSS | 500 |
| 10.6 | Mikrotypografie | 501 |
| 10.6.1 | Buchstaben- & Wortabstand | 501 |
| 10.6.2 | Anführungszeichen | 502 |
| 10.6.3 | Trenn- und Gedankenstriche | 503 |
| 10.6.4 | Einrückungen Texteinzug | 503 |
| 10.6.5 | Versalien & Kapitälchen | 504 |
| 10.6.6 | Zahlengliederung | 505 |
| 10.6.7 | Sonderzeichen | 507 |
| 10.7 | Gelungene Webtypografie – Textformatierungen und Gestaltungstipps | 507 |
| 10.7.1 | Die Schriftauswahl | 508 |
| 10.7.2 | Die Gestaltung von Überschriften | 513 |
| 10.7.3 | Fließtext | 516 |
| 10.7.4 | Links | 517 |
| 10.7.5 | Listen | 518 |
| 10.7.6 | Tabellen | 519 |
| 10.7.7 | Zitate | 520 |
| 10.7.8 | Kaufmanns-Und | 522 |
| 10.7.9 | »Text-shadow« | 523 |
| 10.7.10 | Typografische HTML-Elemente | 525 |
| 10.8 | Typografische Inspiration: Best Cases | 525 |
| 10.8.1 | Minimalistisch | 525 |
| 10.8.2 | Bold Typo | 528 |
| 10.8.3 | Verspielt | 529 |

11 Bilder und Grafiken

| | | |
|--------|---|-----|
| 11.1 | Einführung: Die Macht der Bilder | 531 |
| 11.1.1 | Eigenschaften von Bildern | 532 |
| 11.1.2 | Konsequenzen für die Auswahl von Bildern | 533 |
| 11.1.3 | Bilder im Einsatz | 535 |
| 11.2 | Bilder im Web | 537 |
| 11.2.1 | Bilder als Layoutelemente | 538 |
| 11.2.2 | Bilder als Orientierungselemente | 539 |
| 11.2.3 | Bilder als Inhaltselemente | 540 |
| 11.2.4 | Bilder als emotionale Elemente | 541 |
| 11.3 | Bilderquellen | 542 |
| 11.3.1 | Urheberrecht | 542 |
| 11.3.2 | Creative-Commons-Bilder | 543 |
| 11.3.3 | Bilder vom Kunden | 544 |
| 11.3.4 | Fotos und Grafiken selbst erstellen | 544 |
| 11.3.5 | Fotoagenturen | 546 |
| 11.3.6 | Fotografen beauftragen | 550 |
| 11.4 | Motive & Bildstimmung | 550 |
| 11.4.1 | Menschen, Mitarbeiter und das Team | 550 |
| 11.4.2 | Porträts | 554 |
| 11.4.3 | Profilbilder | 557 |
| 11.4.4 | Räumlichkeiten | 558 |
| 11.4.5 | Inszenierung von Produktfotos | 559 |
| 11.4.6 | Austauschbare Bilderwelten | 561 |
| 11.5 | Bildgestaltung | 563 |
| 11.5.1 | Der Bildausschnitt | 563 |
| 11.5.2 | »Unrechteckige« Formate und andere geometrische Formen | 564 |
| 11.5.3 | »Out of the Box« | 569 |
| 11.5.4 | Graustufen/Duplexfarben | 570 |
| 11.5.5 | Montagen/Collagen | 573 |
| 11.5.6 | Großformatige Bilder/Hintergrundbilder ... | 574 |
| 11.6 | Icons | 577 |
| 11.6.1 | Icons bringen Inhalte auf den Punkt | 578 |
| 11.6.2 | Aufmerksamkeit steuern und Struktur geben | 579 |
| 11.7 | Icon-Fonts | 580 |
| 11.7.1 | Vor- und Nachteile von Icon-Fonts | 581 |

| | | |
|--------------|---|-----|
| 11.8 | Illustrationen | 582 |
| 11.8.1 | Thematische Illustrationen | 583 |
| 11.8.2 | Dekorative Illustrationen | 584 |
| 11.8.3 | Illustrativer Text | 585 |
| 11.8.4 | Informative Illustrationen (Infografiken) ... | 585 |
| 11.9 | Bildbearbeitung | 586 |
| 11.9.1 | Die nicht destruktive Bildbearbeitung | 587 |
| 11.10 | Bildformate | 588 |
| 11.10.1 | Die Bildgröße | 589 |
| 11.10.2 | Die Bildkomprimierung | 589 |
| 11.10.3 | Die Auswahl des richtigen Bildformats | 590 |
| 11.10.4 | Für Web speichern | 593 |
| 11.10.5 | Bildgrößen optimieren | 593 |
| 11.11 | Bilder in HTML und CSS | 594 |
| 11.11.1 | Bilder in HTML | 594 |
| 11.11.2 | Bilder in CSS | 596 |
| 11.11.3 | Responsive Bilder | 598 |
| 11.11.4 | Retina-Displays | 601 |
| 11.12 | Weitere Bilder-Tools | 604 |
| 11.13 | Fazit | 605 |

12 Navigations- und Interaktionsdesign

| | | |
|-------------|--|-----|
| 12.1 | Die Gestaltung der Hauptnavigation | 607 |
| 12.1.1 | Position | 608 |
| 12.1.2 | Umsetzung | 612 |
| 12.1.3 | Gestaltung | 615 |
| 12.1.4 | Dropdown-Menü | 616 |
| 12.1.5 | Mega-Dropdown-Menü | 619 |
| 12.1.6 | Kreative Navigationen | 620 |
| 12.1.7 | Feste Navigation | 625 |
| 12.2 | Die Gestaltung der Subnavigation | 628 |
| 12.3 | Die Gestaltung der Metanavigation | 629 |
| 12.4 | Die Gestaltung der Footer-Navigation | 630 |
| 12.5 | Navigation auf mobilen Endgeräten – responsive Navigation | 632 |
| 12.5.1 | Top-Nav – alles so lassen | 633 |
| 12.5.2 | Footer-Navigation – ganz ans Ende | 635 |

| | | |
|-------------|---|------------|
| 12.5.3 | Einfaches Toggle-Menü – Ein- und Ausblenden | 638 |
| 12.5.4 | Multi-Toggle | 641 |
| 12.5.5 | Off-Canvas-Menü – Rein- und Rausfahren | 643 |
| 12.5.6 | Weitere allgemeine Gestaltungstipps für eine mobile Navigation | 644 |
| 12.6 | Weitere Navigationsmittel | 648 |
| 12.6.1 | Links | 648 |
| 12.6.2 | Individuelle Linkunterstriche | 649 |
| 12.6.3 | Buttons | 652 |
| 12.6.4 | Die Suchfeld-Navigation | 656 |
| 12.6.5 | Weitere Navigationselemente | 660 |
| 12.7 | Formulare | 663 |
| 12.7.1 | Die Komponenten eines Formulars | 663 |
| 12.7.2 | Eingabefelder | 664 |
| 12.7.3 | Rückmeldungen | 666 |
| 12.7.4 | Validierung | 666 |
| 12.7.5 | Die User Experience bei Formularen | 667 |
| 12.7.6 | Formulare mit HTML5 | 668 |

13 Webdesign-Stile und -Trends

| | | |
|-------------|---|------------|
| 13.1 | Die Webdesign-Stile | 671 |
| 13.1.1 | Frühere Webdesign-Stile | 671 |
| 13.1.2 | Skeuomorphismus | 674 |
| 13.1.3 | Flat-Design | 675 |
| 13.1.4 | Material-Design | 678 |
| 13.1.5 | Minimalismus | 679 |
| 13.1.6 | Typografie | 681 |
| 13.1.7 | Illustrationen | 682 |
| 13.1.8 | Der Vintage- oder auch Retro-Stil | 683 |
| 13.1.9 | Fazit | 685 |
| 13.2 | Webdesign-Trends | 685 |
| 13.2.1 | Scrollen | 685 |
| 13.2.2 | Versteckte Navigation | 691 |
| 13.2.3 | Grafische Effekte | 692 |

| | | |
|-------------|--|-----|
| 14 | Animationen | |
| 14.1 | Animationen mit CSS | 703 |
| 14.1.1 | »hover«-Effekte mit CSS3-Transitions | 703 |
| 14.1.2 | CSS3-Transform – Verzerren, Skalieren und Drehen | 708 |
| 14.2 | Animationen und Interaktivität mit JavaScript | 711 |
| 14.2.1 | JavaScript-Bibliotheken | 712 |
| 14.3 | Interaktive Elemente | 713 |
| 14.3.1 | Bildergalerie | 713 |
| 14.3.2 | Tabs | 714 |
| 14.3.3 | Accordion | 717 |
| 14.3.4 | Content-Slider | 718 |
| 14.3.5 | Header-Slideshow | 719 |
| 14.3.6 | Modalboxen | 720 |
| 14.3.7 | Tooltip | 722 |
| 14.3.8 | Weitere Animationen und Effekte | 723 |
| 14.4 | Audiovisuelle Elemente | 724 |
| 14.4.1 | Das HTML5-Videoelement | 724 |
| 14.4.2 | Das HTML5-Audioelement | 726 |
| 14.5 | Fazit | 727 |

15 Website-Typen

| | | |
|-------------|-------------------------------------|-----|
| 15.1 | Corporate Website | 729 |
| 15.1.1 | Die Corporate Website als Türöffner | 730 |
| 15.1.2 | Analyse einer Corporate Website | 731 |
| 15.1.3 | Das Website-Branding | 732 |
| 15.2 | Portfolio | 733 |
| 15.2.1 | Der Ausdruck von Persönlichkeit | 734 |
| 15.2.2 | Präsentation der eigenen Arbeit | 735 |
| 15.3 | Shop | 737 |
| 15.3.1 | Vertrauen schaffen | 738 |
| 15.3.2 | Konkurrenz und Shop-Vielfalt | 742 |
| 15.4 | Blog | 742 |
| 15.4.1 | Das Corporate Blog | 743 |
| 15.4.2 | Das Infoblog | 744 |
| 15.4.3 | Aufbau eines Blogs | 744 |
| 15.5 | Landing Page | 746 |
| 15.5.1 | Aufbau einer Landing Page | 747 |

| | | |
|-------------|--|-----|
| 15.6 | Microsite | 749 |
| 15.7 | Web-Apps | 750 |
| 15.8 | Newsletter | 751 |
| | | |
| 16 | Tipps, Tricks und Tools | |
| 16.1 | Wichtiger »Kleinkram« | 755 |
| 16.1.1 | Zum Ausdrucken – Print-Stylesheet | 755 |
| 16.1.2 | Das Webseitensymbol – Favicon | 759 |
| 16.1.3 | Webseite nicht gefunden – die 404-Meldung | 760 |
| 16.2 | Code-Feintuning | 762 |
| 16.2.1 | Responsibility | 762 |
| 16.2.2 | Performance | 762 |
| 16.2.3 | Testen und Debuggen | 766 |
| 16.3 | In Kontakt bleiben | 767 |
| 16.3.1 | Weiterbildung | 768 |
| 16.3.2 | Netzwerk | 768 |
| 16.3.3 | Lesenswert | 769 |
| | | |
| Index | | 773 |