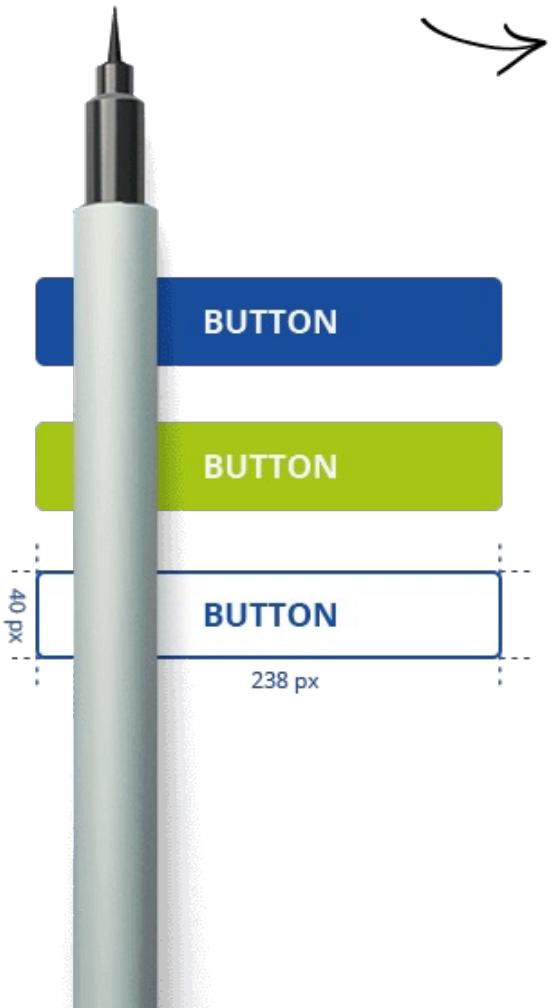


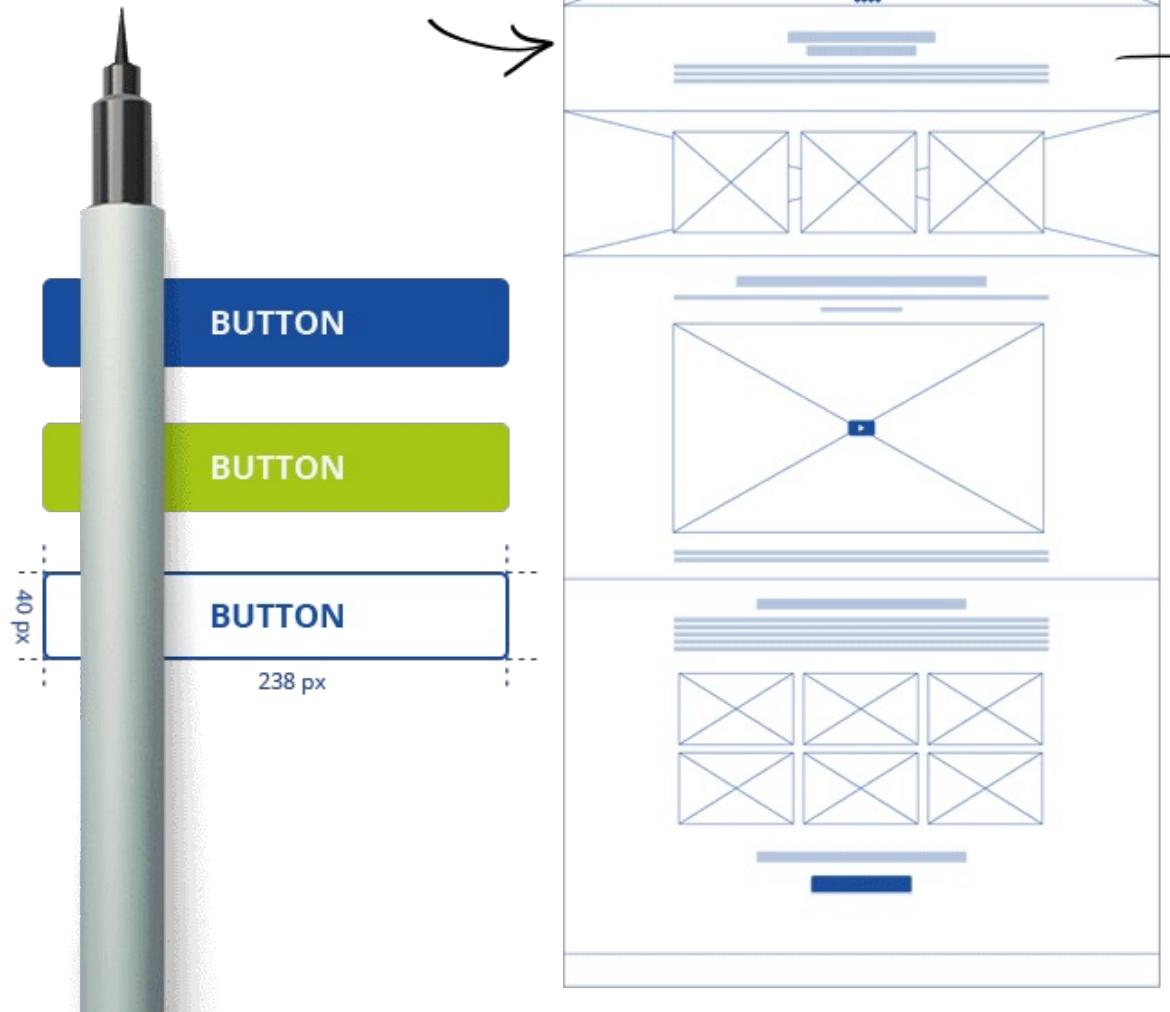
# // Das perfekte Screendesign gibt es nicht.

Screendesign, Konzeption, Text, Design | v1 - bfi | Oktober 2022

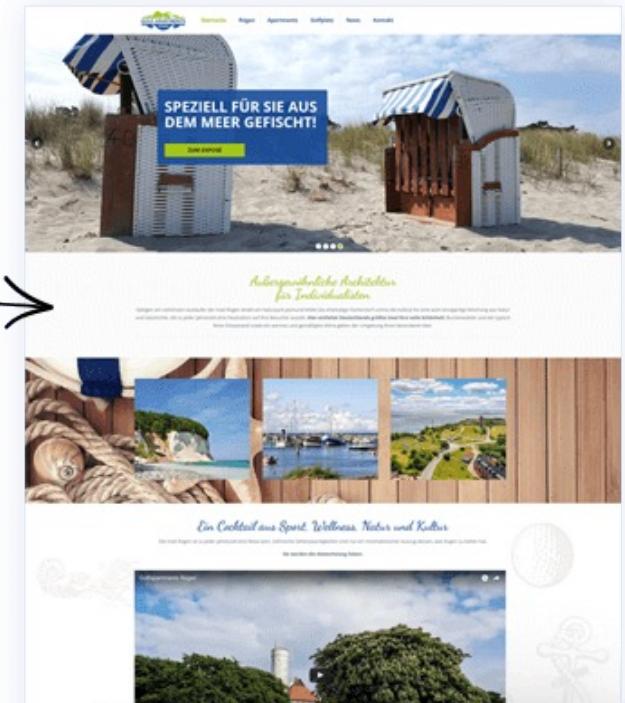
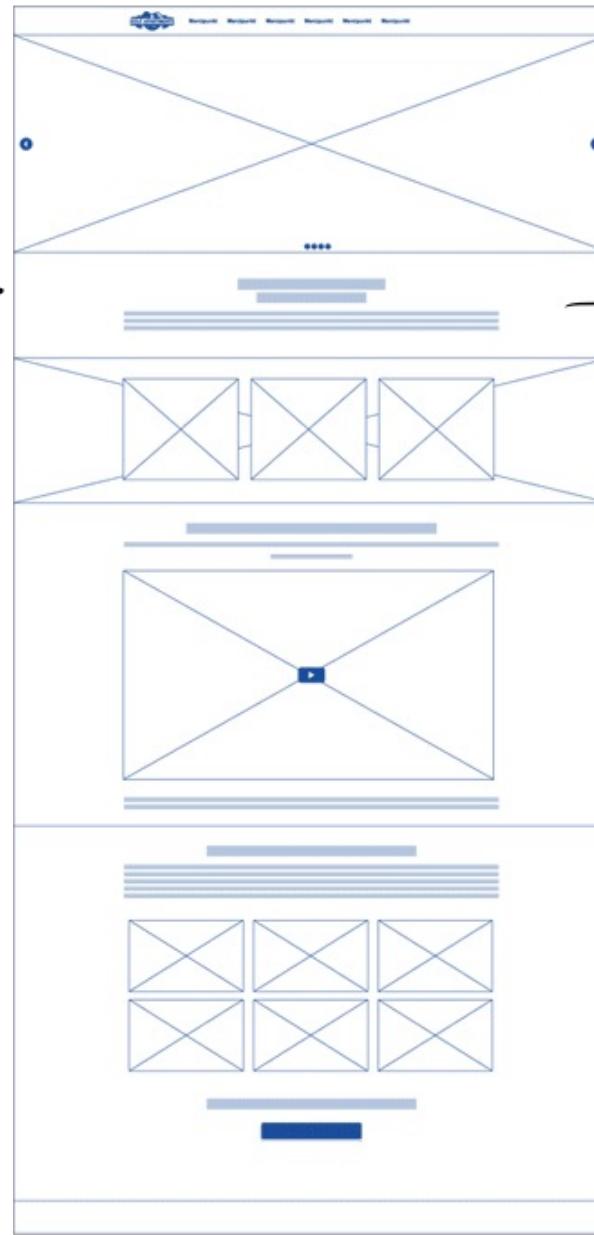
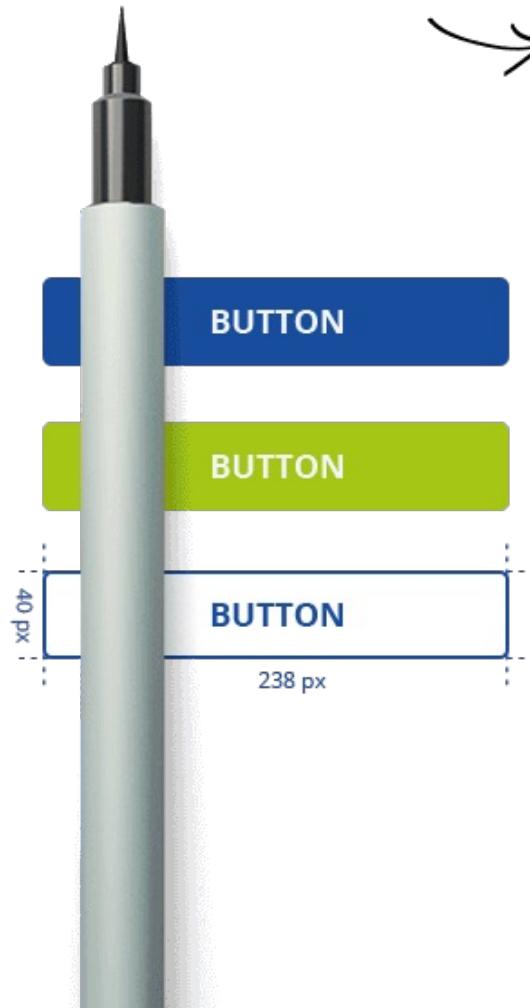
## 1. Von der Idee und den Anforderungen hin zum Entwurf.



## 1. Von der Idee und den Anforderungen hin zum Entwurf.

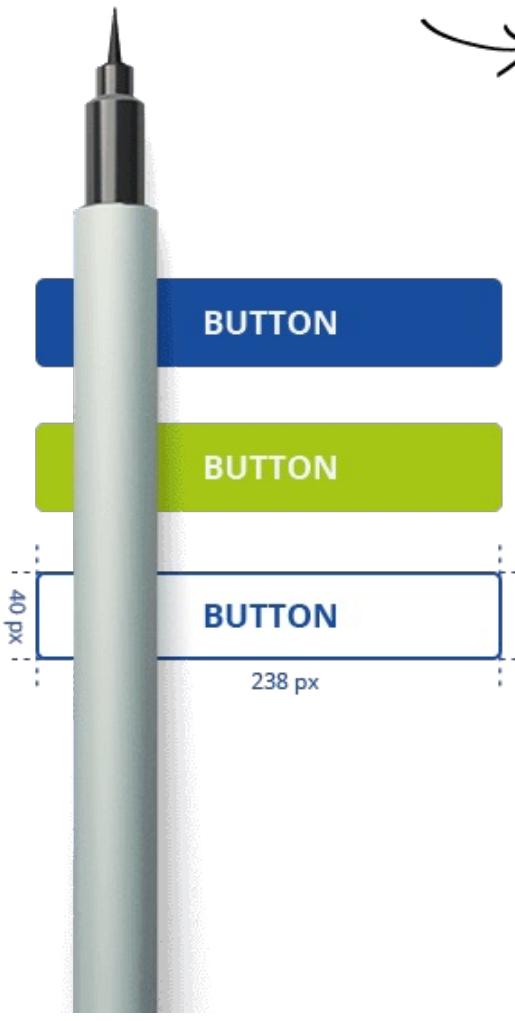


## 1. Von der Idee und den Anforderungen hin zum Entwurf.

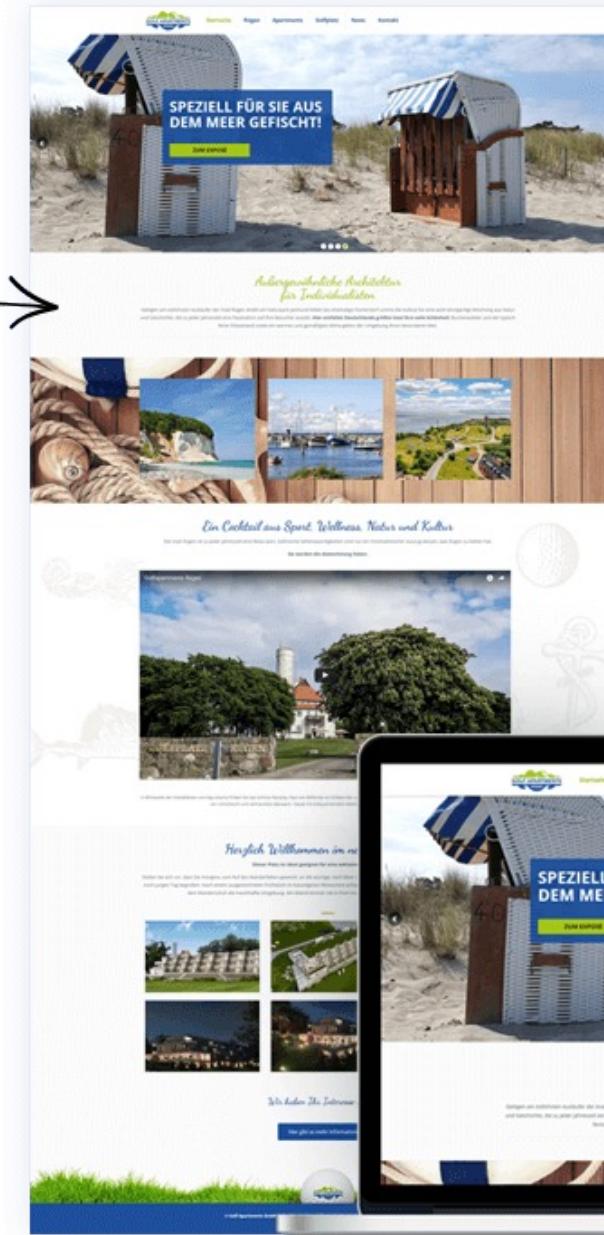
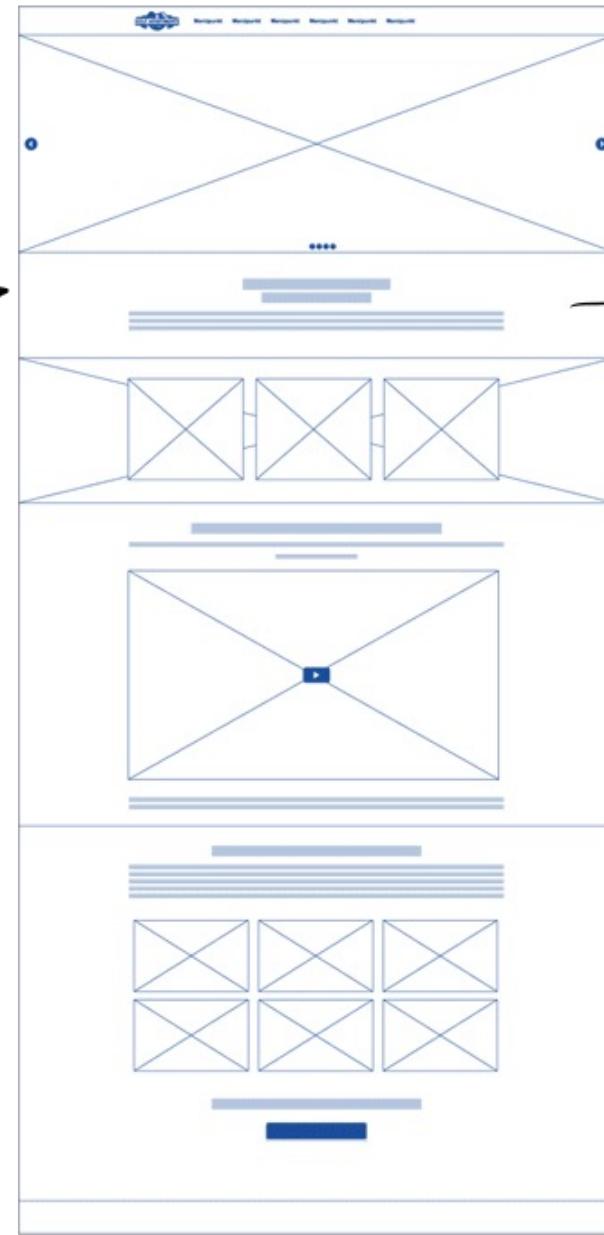


## 2. Aus einer Skizze wird ein Screendesign.





1. Von der Idee und den Anforderungen hin zum Entwurf.



2. Aus einer Skizze wird ein Screendesign.



3. Aus dem Screendesign wird eine Homepage.



# // Setting

für den Workshop.

# Setting.

## Was ich mir von dir erwarte:

- Lernbereitschaft
- Inhaltliches Interesse
- Offene Fragen zu stellen

## Was du dafür bekommst:

- Extrem praxis-orientierte Workshop-Ausrichtung
- Viele Beispiele (gute und schlechte) aus unserer Agentur (vertraulich)
- Beleuchtung ALLER relevanten Teilbereiche eines Screendesigns
- + 1x Mittagspause / Tag
- Pausen nach Wunsch

# // Und wie?

## BLOCK I

F U N D A M E N T

### Grafic-Basics

- Farblehre
- Schriftarten
- Grafiken & Bild

### Possibilities

- Seitentypen
- Responsive Design
- Content-Typen

## BLOCK II

D A S H A N D W E R K

### Programme

- Arbeiten im XD
- Arbeiten mit Photoshop & Illustrator

### Die Struktur

- Navigation & Orientierung
- Textierung

### Der Auftrag

- Musterablauf eines Webprojekts
- Kundenbriefing

## BLOCK II

D E E P D I V E

### Limitations

- Geschwindigkeit
- Accessibility
- Usability

### Herangehensweise

- Design Thinking
- Arbeiten mit Templates

### Die Kunden-Präsentation

**Erstelle eine  
Skizze deiner  
// eigenen Webseite.**

PA#1

# // Einführung.

Farblehre, Schriftarten, Vektoren, Programm-Dateien

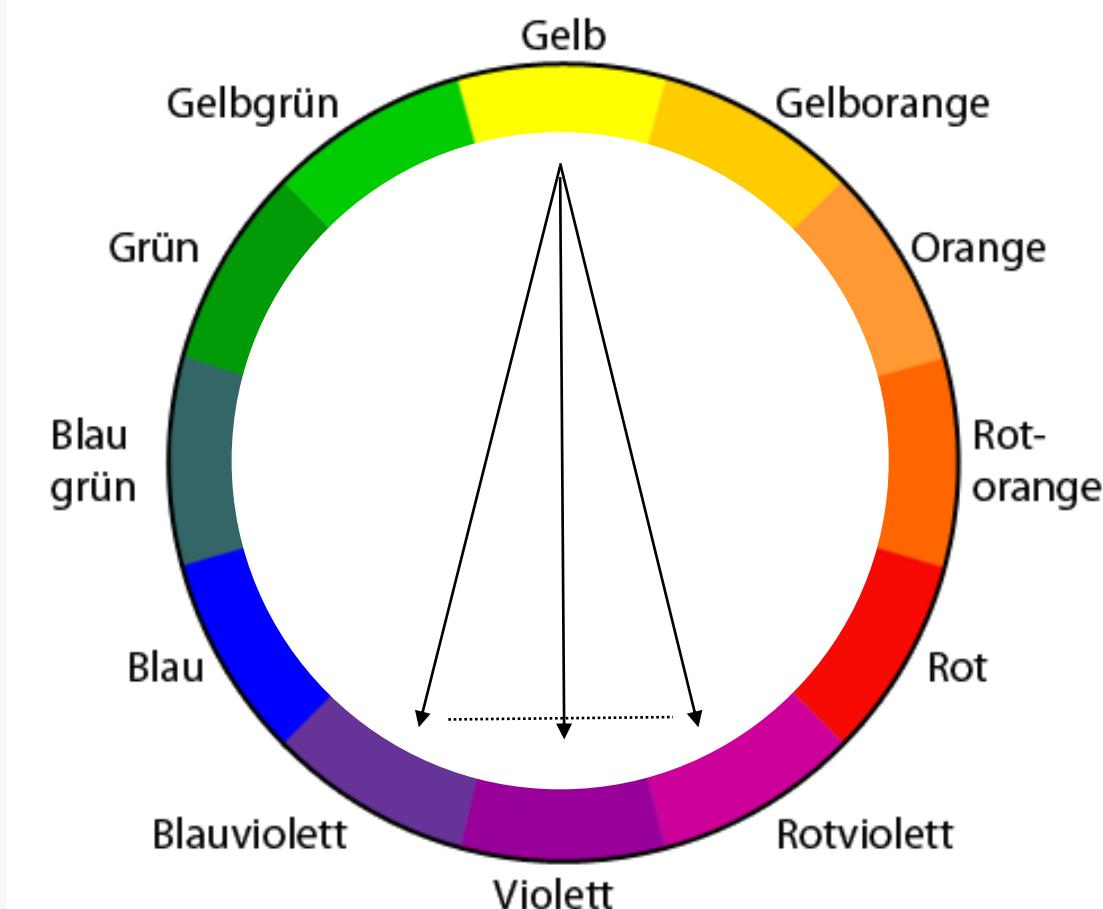
**Wer von euch ist  
Designer<sub>MWX</sub>?**

# Wirkung & Bedeutung

Aktive Farben: Rot, Gelb, Orange  
Passive Farben: Blau, Grün, Violett

Farbe	Bedeutung/ Symbolik	Wirkung
ROT	Vitalität, Aktivität, Dynamik, Wille, Gefahr, Kampf, Blut, Liebe, Leidenschaft, Wärme	<ul style="list-style-type: none"><li>stimulierend, aktivierend und aufregend</li><li>warm</li><li>unruhig, aggressiv</li></ul>
ORANGE	Freude, Lebhaftigkeit, Spaß, Wärme, Ausgelassenheit, Tatkraft, Ausdauer	<ul style="list-style-type: none"><li>aufbauend und leistungssteigernd</li><li>stimmungsaufhellend</li><li>aufheiternd, ausgleichend</li></ul>
GELB	Reife, Wärme, Kraft, Erfolg, Glück	<ul style="list-style-type: none"><li>sonnig</li><li>heiter, licht</li><li>freundlich, optimistisch,</li></ul>
GRÜN	Hoffnung, Entspannung, Ruhe, Natürlichkeit, Heiterkeit	<ul style="list-style-type: none"><li>beruhigend, ausgleichend</li><li>erfrischend und regenerierend</li><li>natürlich</li></ul>
BLAU	Ruhe, Unendlichkeit, Freundlichkeit, Frische	<ul style="list-style-type: none"><li>entspannend</li><li>lösend, harmonisiert</li><li>kühl</li></ul>
VIOLETT	Unbewußtsein, Mystik, geistige Kraft, Inspiration, Magie	<ul style="list-style-type: none"><li>magisch</li><li>ausgeglichen, regenerierend</li></ul>

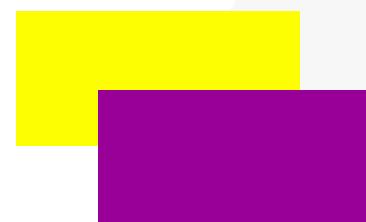
# Farbkreis



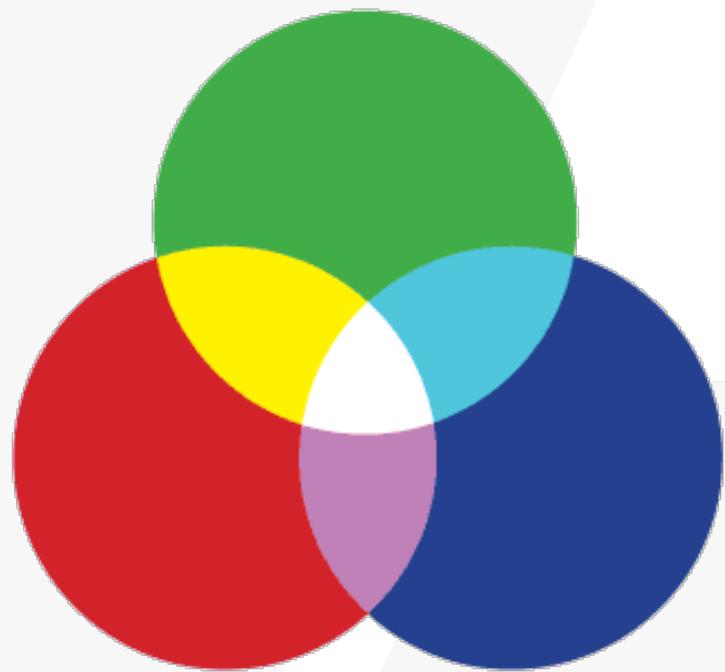
Harmonische Farbpaare



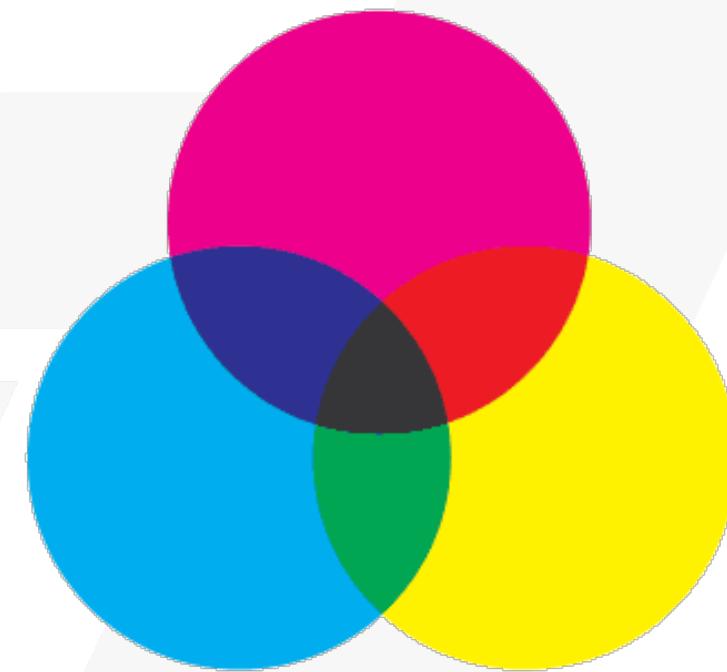
Komplementärfarben



// Farbräume



**Red, Green, Blue**  
[ Additive Colors ]



**Cyan, Magenta, Yellow**  
[ Subtractive Colors ]

# Weitere Farbräume

## HEX

- 6-stellige Kombination aus Zahlen (1-9) und Buchstaben (A-F)
- Wird meist im Web-Bereich angewandt
- #ff0047



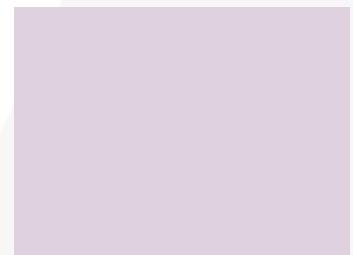
## RGBa

- RGB Wert erweitert um die Deckkraft
- Wird ausschließlich im Web-Bereich angewandt
- rgba(245, 40, 145, 0.8)



## Pantone

- Vor allem im Druckbereich wichtig
- Internationaler Farbcode mit universell anwendbarer „Rezeptur“
- 3406



# // Schriftarten

ARIAL  
arial

TIMES NEW ROMAN  
times new roman

VERDANA  
verdana

COURIER  
courier

OPEN SANS  
open sans

MERRIWEATHER  
Merriweather

# Weitere Schriftarten

- Dingbats



- Zwischenschriftarten  
(Handwriting, Vectoren)

Because I am Happy Regular.ttf  
Because I am Happy 😊

UrbanJungleDEMO.otf  
**URBAN JUNGLE**

# Schriftfamilien

Fira Sans

Fira Sans

Fira Sans

Fira Sans

Fira Sans

**Fira Sans**

**Fira Sans**

**Fira Sans**

**Fira Sans**

**Fira Sans**

Fira Sans

Fira Sans

Fira Sans

Fira Sans

Fira Sans

**Fira Sans**

**Fira Sans**

**Fira Sans**

**Fira Sans**

**Fira Sans**

# // Corporate Design

Zusammenführung von Schrift- & Farbwelt

# // Grafik & Bild

Grafiken, Bildsprache, Programme & Ausgabeformate

R

R

# Grafik- & Designprogramme

- Paint
- Microsoft Picture Manager
- MS Office Powerpoint
- GIMP (Bildbearbeitung, gratis)
  
- CorelDRAW Graphic Suite
- Adobe Creative Suite
  
- Figma
- Canva
- ...

# Ausgabeformate

JPEG: Joint Photographic Experts Group - Bildkomprimierung

PNG: Portable Network Graphics - Bildkomprimierung mit Möglichkeit auf Transparenz

GIF: Graphics Interchange Format - 256 Farben (8 bit) – für simple Webdesigns, da sehr geringe Filegröße

SVG: Scalable Vector Graphics - quelloffenes, standardisiertes Dateiformat für Vektorgrafiken

PDF: Portable Document Format - für mehrseitige Dokumente, gängiges Format, schwer bearbeitbar

INDD: InDesign-Rohdatei-Format

IDML: Konvertierungsformat zwischen verschiedenen InDesign-Versionen

AI: Adobe Illustrator-Rohdatei-Format

PSD: Photoshop-Rohdatei-Format

AI/EPS/SVG/PDF: Vektorbasiertes Dateiformat

# Adobe Creative Suite



## Adobe Illustrator

- Vektorenprogramm/vektorbasiertes Programm
- Ausgabe: EPS/AI – Dateien (oft auch PDF, PNG, JPG)



## Adobe InDesign

- Textverarbeitungsprogramm für mehrseitige Designs (vor allem Druckprodukte)
- Ausgabe: PDF, (oft auch JPG, PNG)



## Adobe Photoshop

- Bildbearbeitungsprogramm
- Ausgabe: JPEG, PNG, GIF, EPS, PSD



## Adobe XD

- ein vektorbasiertes Grafikprogramm zum Entwurf von grafischen Weboberflächen (Webseiten, Apps)
- Ausgabe: PDF, XD



Raster/Pixelgrafik



Vektorgrafik

Besteht aus Pixeln  
Aufgenommenes Bild  
(Handy, Fotokamera ..)

Berechnung aus  
Linien/Kurven  
Am Computer erstellt/gerendert



**DESWEGEN:**

**Nicht alle Programme für jedes Endprodukt geeignet**

**Entwirf eine  
// Farbwelt für dich.**

PA#2

# // Possibilities.

Seitentypen, Content-Typen, Responsive Design

# Seitentypen

## Corporate Website

- Darstellung des eigenen Unternehmens
- Unternehmensstruktur
- Abbildung von Produkten & Dienstleistungen
- B2B & B2C



Unternehmenspräsentation

## Online-Shops

- Verkauf von Produkten
- Abbildung von Kategorien
- Fokus auf Checkout-Prozess
- Vorwiegend B2C



Verkauf von Produkten

## Landingpages

- Anbietung von Dienstleistungen und Produkten mit Erklärungsbedarf
- Präsentation der USPs
- Vorwiegend B2B (aber auch B2C – siehe Apple)



Generierung von Leads

# Seitentypen

## Onepager/Microsite

- eigenständige Webpage
- Keine weiteren Unterseiten
- Fokus auf ein konkretes Ziel, zB Vorab-Registrierung für einen Produktverkauf
- B2B/B2C



Ein konkretes Ziel (Events, neue Produkte)

## Blogs / Vlogs

- Abbildung von Informationen (Text/Bild/Video etc.)
- Fokus auf Content
- CTA-Elemente wichtig
- Vorwiegend B2C



Information

## Directory-Sites

- Verzeichnis-Seiten
- Darstellung ähnlicher Produkte, Dienstleistungen, Anbietern, Kontakten etc.
- oft User-Generated Content
- zB Herold.at
- Vorwiegend B2C



Listung von vielen Anbietern

# Seitentypen

## Plattformen

- User-Registrierung
- Bezahlte oder kostenlose Content-Interaktion
- Oft User-Generated Content
- B2B/B2C
- willhaben.at

...

- Portfolio-Websites
- Jump-Pages
- Personen-Websites
- ...



User-Registrierung



# // Responsive Design

Content-Breite, Bildschirmgröße & Responsive Design

# **Wieso Responsive Design?**



Mobile

51.33%

Desktop

45.9%

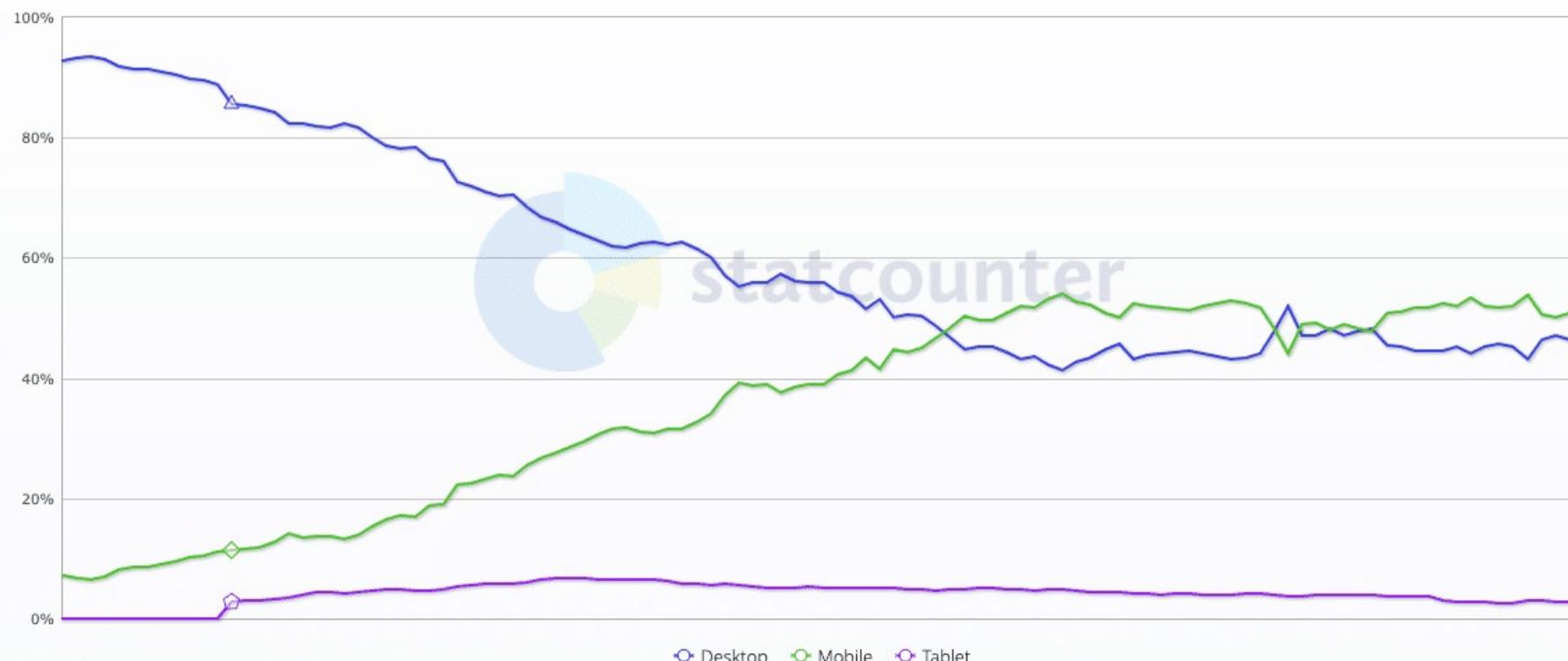
Tablet

2.78%

Desktop vs Mobile vs Tablet Market Share Worldwide - August 2020

## Desktop vs Mobile vs Tablet Market Share Worldwide

Aug 2011 - Aug 2020



## Adaptives Design

Erstellung von unterschiedlichen Templates für einzelne Endgeräte / Größen



## Responsive Design

Universelles Design unabhängig von Endgerät und Bildschirm-Größe



# Gängige Bildschirmgrößen

- Mobil: 360 x 640
- Mobil: 375 x 667
- Mobil: 360 x 720
- iPhone X: 375 x 812
- Tablets: 768 x 1024
- Laptop: 1366 x 768
- Laptop oder Desktop mit hoher Auflösung: 1920 x 1080
- iMac 27 Zoll: 5120 x 2880  
(= Retina; 2560 x 1440)



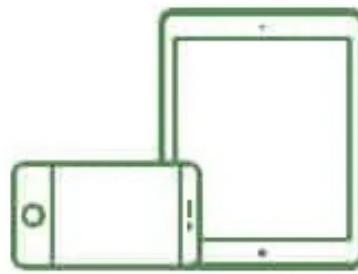
Breakpoints

# Breakpoints.



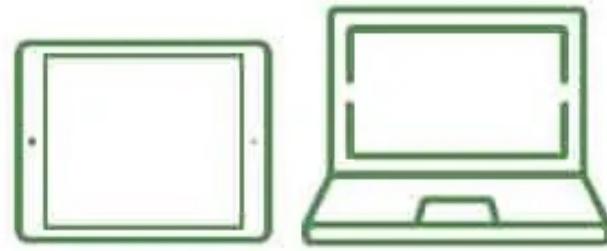
0-480

Smaller  
smartphones



481-768

Tablets & larger  
smartphones



769-1279

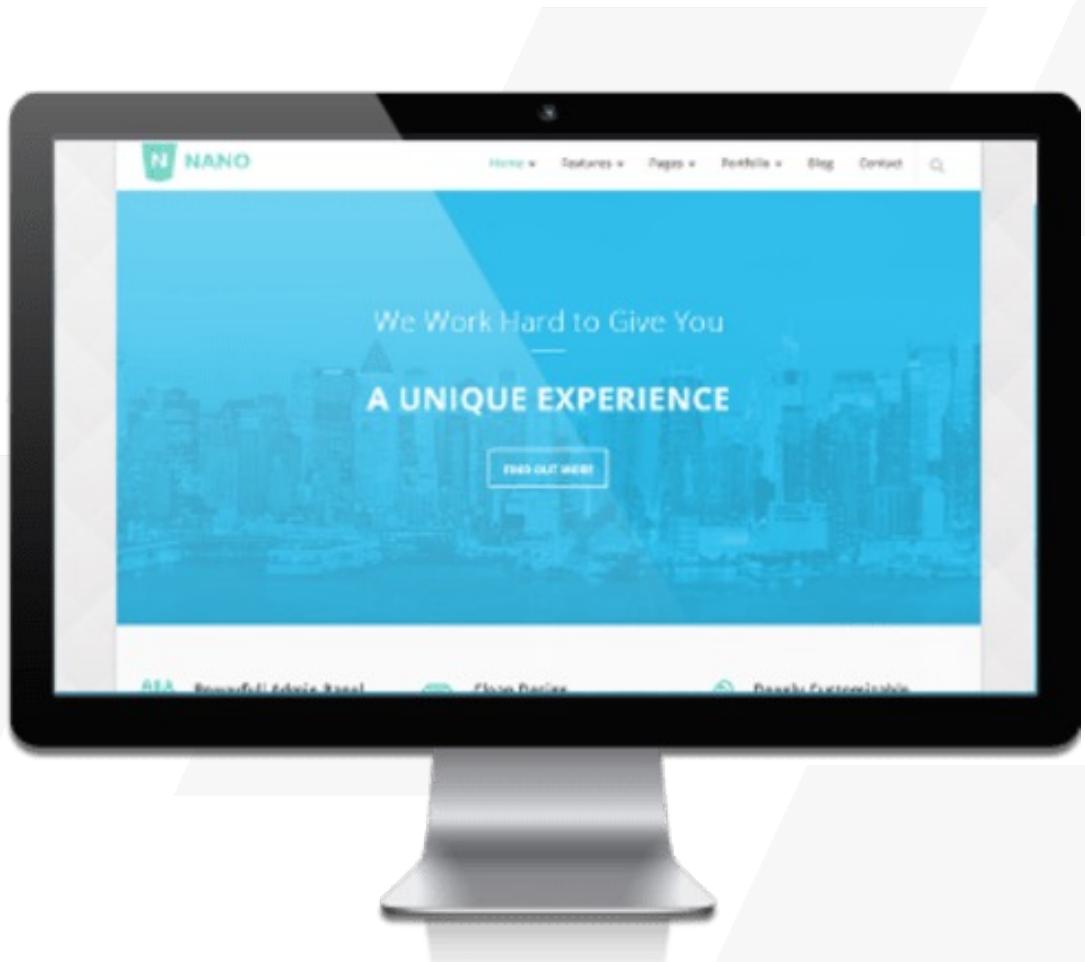
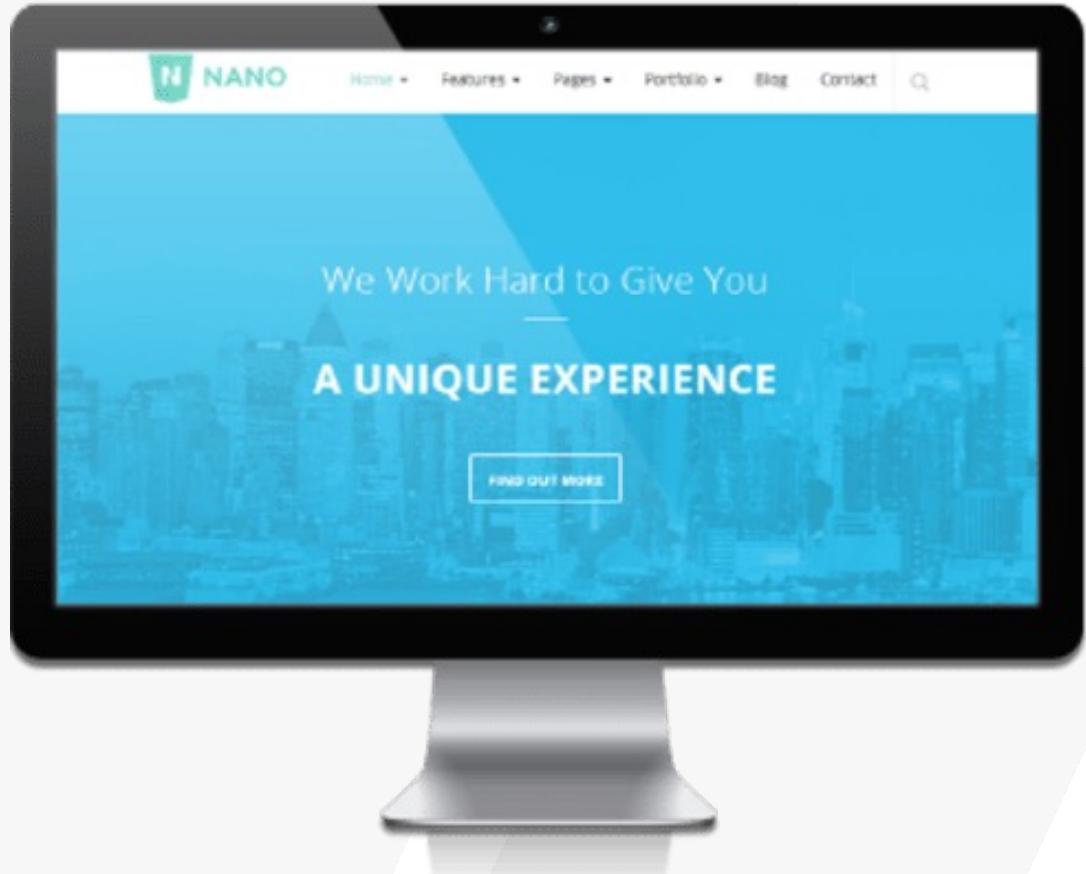
Laptops, larger tablets  
in landscape, and small  
desktops



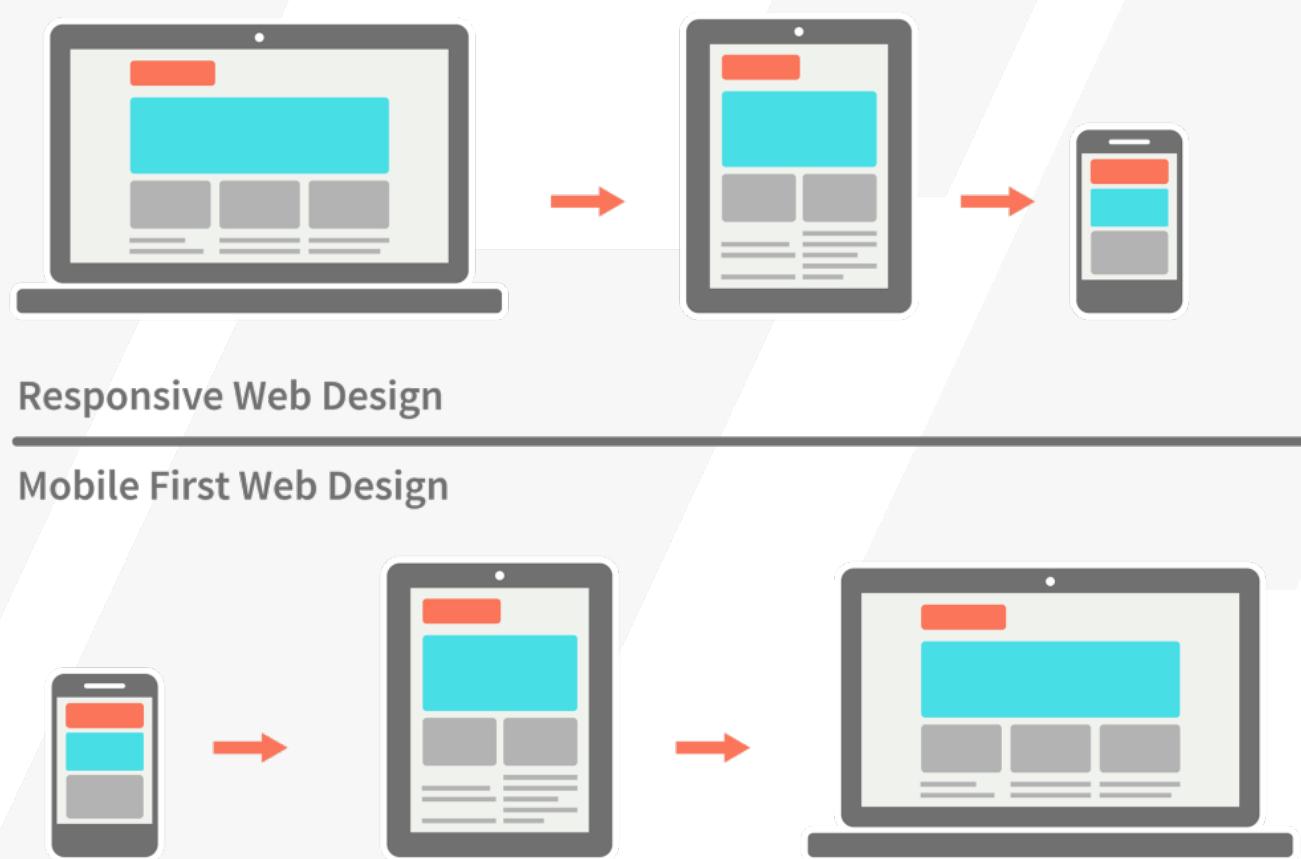
1280+

Larger desktops  
and monitors

# **Fullwidth oder Boxed?**



# Mobile First. Neue Ansätze (1)



Responsive Web Design

Mobile First Web Design

# Content First. Neue Ansätze (2)



# Content-Typen, Design & Animation (1)

- <https://www.apple.com/at/iphone-14/>
- <https://www.logitech.com/de-ch>
- <https://nextmba.online>
- <https://www.taledo.com>
- <https://equota.de>
- <https://zukunft.unileoben.ac.at/materialwissenschaft/>
- <https://conversory.net/>
- <https://www.awwwards.com/websites/menu-vertical/>

**Wo ist deine  
„Schöne-Website“-Liste?**

# **Content-Typen, Design & Animation (2)**

## **Content**

- Text
- Bild
- Video
- Animation
- PDF
- Grafiken
- etc.

## **Elemente**

- Navigationselemente (Text, Bild-Text)
- Slider (Bild/Video-Text)
- Inhalts-Elemente
- Karussell (Bild-Text)
- CTA-Bereiche (Text-Button)
- Buttons
- etc.



**Nimm deine definierte  
Farbwelt, dein soeben  
erworbenes Wissen und  
// überarbeite deine Skizze.**

PA#3

# // Programme.

Arbeiten mit XD, Illustrator & Co

**Setze deine Skizze in ein  
// digitales Screendesign.**

PA#4

# // Die Struktur.

Navigation, Orientierung & Textierung.

# // Navigantion

Menü-Struktur und Beispiele

# Entdecke Graz

Suche starten zB. Fahrplan, Müll, Freizeit

## Die Stadt meines Lebens

Die Holding Graz ist ein modernes und effizientes Dienstleistungsunternehmen und erbringt mit ihren Mitarbeiter:innen Tag für Tag außergewöhnliche Leistungen für die Menschen und Unternehmen in Graz und der näheren Umgebung. Wir halten Graz am Laufen und sorgen dafür, dass unsere Stadt noch lebens- und liebenswerter wird!



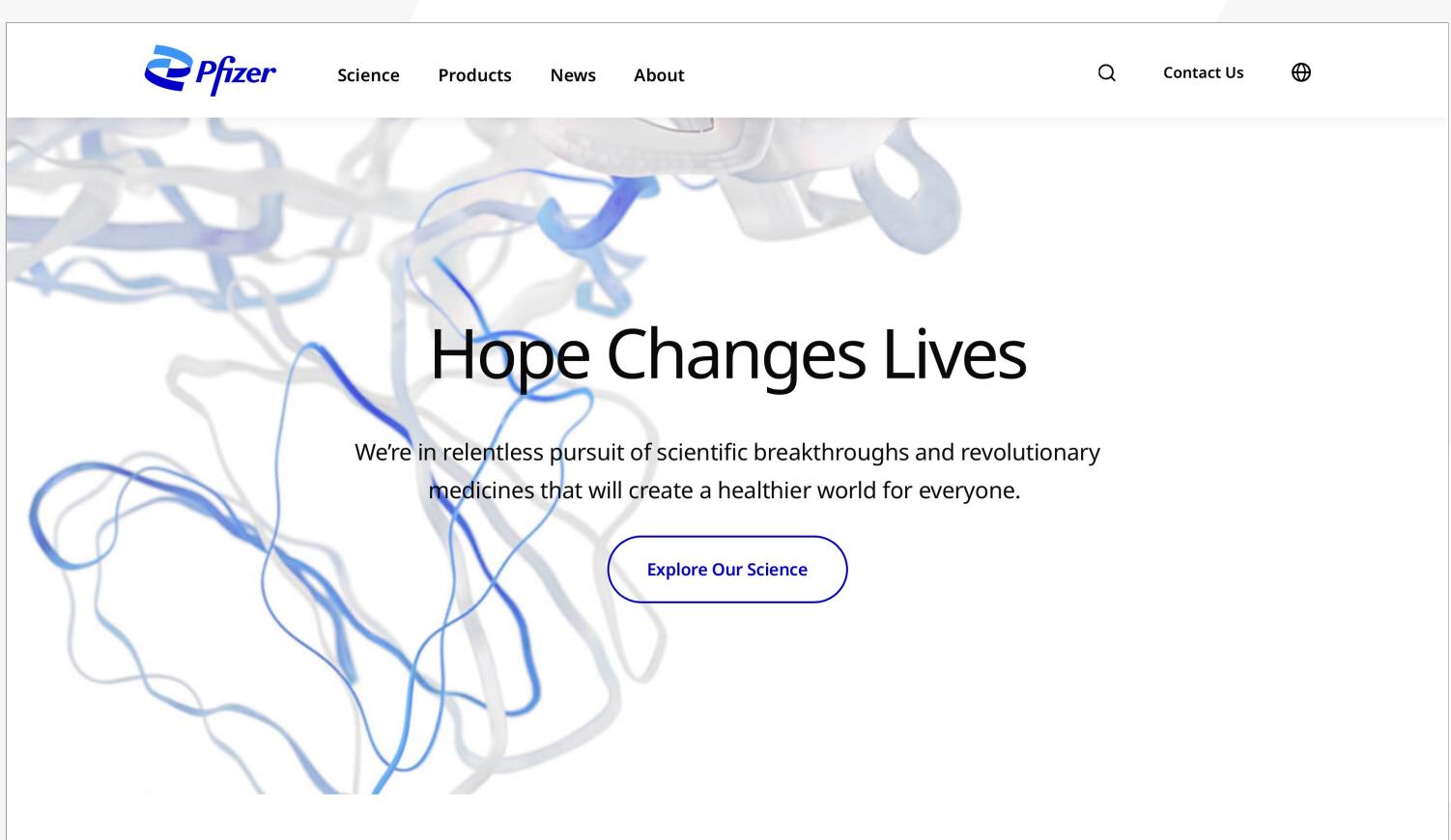
Link: <https://www.holding-graz.at>

#3

The screenshot shows the official website of Dell Technologies. At the top, the Dell logo is visible next to a search bar containing the placeholder "Dell durchsuchen". To the right of the search bar are links for "Kontakt", "Warenkorb", "Anmelden", and "AT/DE". Below the header, a navigation menu includes "APEX", "Produkte", "Lösungen", "Services", "Support", "Angebote", and "Über uns". A secondary navigation row features icons for "Laptops", "Desktop-PCs", "Workstations", "Monitore", "Server & Storage", and "PC-Zubehör". The main content area highlights the "XPS 13 PLUS" laptop, described as having "Grenzenlose Kreativität". It features a 33.02 cm (13") screen displaying a vibrant floral and butterfly wallpaper. Two buttons are present: "Jetzt kaufen" and "Mehr erfahren". To the right of the laptop image, the text "Entdecken Sie Dell Technologies" is displayed above a dark banner containing a circuit board image, a person wearing glasses looking at a screen, and the "DELL Technologies / Forum" logo with a "Kontakt" button.

Link: <https://www.dell.com/de-at>

#1



**Pfizer**

Science Products News About

Search Contact Us

# Hope Changes Lives

We're in relentless pursuit of scientific breakthroughs and revolutionary medicines that will create a healthier world for everyone.

[Explore Our Science](#)

Link: [https://www\(pfizer.com](https://www(pfizer.com)

#2

# Webseitennavigation. (1)

- <https://kinsta.com>
- <https://www.nytimes.com>
- <https://www.wirtschaftsbund.at>
- <https://www.amazon.de/video>
- <https://www.kirchleitn.com>

# Webseitennavigation. (2)

- Dropdown vs. Full-Screen vs. Pull-down vs Burger-Slide-in vs ...
- Ebenen definieren (Excel-Datei)
- Burger-Menü-Ansatz mitbedenken
- Responsive Strukturen in den ersten Ansatz integrieren
- Die Relevanz eines Footers mitbedenken

# Die Startseite. (1)

DAU

Dümmster anzunehmender User

# Die Startseite. (2)

- 1. Frage „Warum?“
  - Bin ich hier richtig? Warum sollte ich bleiben? Was ist mein Nutzen? Sind wir uns sympathisch?
- 2. Frage „Was?“
  - Welche Dienstleistungen, Produkte und Services bekomme ich hier? Was sind mögliche Referenzen dazu?
- 3. Frage „Wie?“
  - Wie kann ich Kontakt aufnehmen? Wie kann ich mir die Zusammenarbeit vorstellen? (Testimonials, Zertifikate)
- 4. Frage „Was als Nächstes?“
  - Wie geht es nach der Anfrage, dem Kauf oder der Bestellung weiter?



Screendesign v1

# // AIDA. (AIDA Prinzip)

## ATTENTION

Die Aufmerksamkeit des Umworbenen wird geweckt.

## INTEREST

Der potenzielle Partner interessiert sich für das Produkt. Das Interesse des Partners ist geweckt.

## DESIRE

Der Wunsch nach dem Produkt wird geweckt. Der Besitzwunsch wird ausgelöst.

## ACTION

Der Partner kauft das Produkt oder nimmt Kontakt zum Dienstleister auf.

# // AIDA. (AIDA Prinzip)

## ATTENTION

Die Aufmerksamkeit des Umworbenen wird geweckt.

## INTEREST

Der potenzielle Partner interessiert sich für das Produkt. Das Interesse des Partners ist geweckt.

## DESIRE

Der Wunsch nach dem Produkt wird geweckt. Der Besitzwunsch wird ausgelöst.

## ACTION

Der Partner kauft das Produkt oder nimmt Kontakt zum Dienstleister auf.

### ANWENDUNGSFELDER WEB DESIGN

Online/Offline Werbung  
SEO  
Design  
UI/UX

Zielgruppen-spezifische Sprache  
Einfache Strukturierung  
Content-Aufbau  
Interaktion mit Content

Referenzprojekte  
Auszeichnungen  
Kundenstimmen  
Erfolg

CTA-Bereiche  
Schnittstellen zu CRM, ERP etc.

**Überarbeite dein  
Screendesign und erstelle  
eine mobile Version deines  
// Screendesigns.**

PA#5

# // Textierung

Optimaler Einsatz von Texten auf Webseiten.

# Textierung (1)

1.

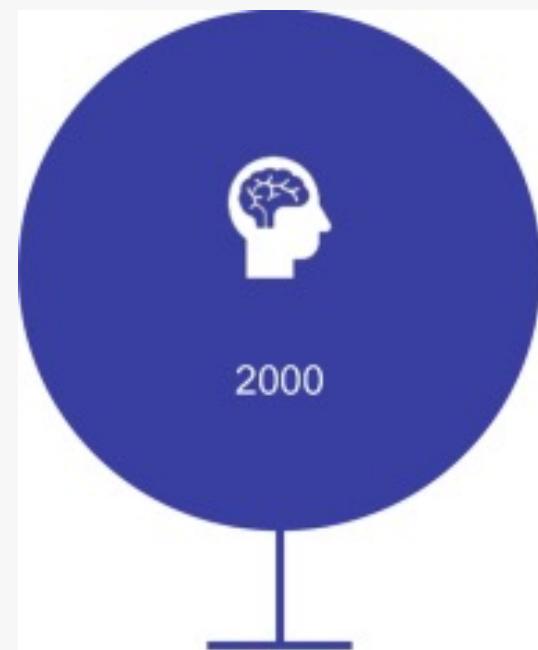
Der Mensch,  
der Ihre Webseite liest.

2.

Die Suchmaschine, die diese  
Menschen zu Ihnen bringt.

# 1.

DER MENSCH



**13 Sekunden**

Durchschnittliche  
Aufmerksamkeitsspanne eines  
Menschen im Jahr **2000**



**9 Sekunden**

Aufmerksamkeitsspanne  
eines Goldfisches



**8 Sekunden**

Durchschnittliche  
Aufmerksamkeitsspanne  
eines Menschen im Jahr **2015**



**3–5 Sekunden**

Aufmerksamkeitsspanne  
eines Internetnutzers

# Textierung (3)

1.  
DER MENSCH

Texte für die Startseite

- kurze Bausteine (Anreißer bzw. Teaser)
- wenige Zeilen und Absätze
- Verlinkung auf Unterseiten
- Kontakt-Möglichkeit

Textlänge für deine Produkte, Dienstleistungen und Sub-Seiten

- ausführlichere Beschreibung
- Arbeiten mit Icons & Aufzählungselementen
- Platzierung von USPs
- Kontakt-Möglichkeit

# Textierung (4)

Alles, was für den Menschen wichtig ist. Zusätzlich:

2.

DIE SUCHMASCHINE

## Relevanz

- Passt Ihr Inhalt zu dem, was der suchende Interessent finden möchte?
- Hält der Text das, was Sie in der Überschrift versprechen?
- Zeigen Zwischenüberschriften, um was es in einzelnen Textabschnitten inhaltlich geht?

## Lesbarkeit

- Sind lange Textabschnitte in Überschrift, Zwischenüberschriften, Absätzen und Aufzählungen gegliedert?
- Textstrukturierung und einfache Sätze (siehe -> Accessibility)

**Textiere  
// deine Startseite.**

PA#6

# // Der Auftrag.

oder auch: das Kundenbriefing.

# // Das Briefing

Orientierung für Auftraggeber und Auftragnehmer.

# // Musterablauf.

1. Angebotsbestätigung
2. Gemeinsames Kickoff-Meeting:
  - Ziele & Zielgruppen
  - Besprechung detaillierter Zeitplan
  - Aufbau einer gemeinsamen Funktionsliste
  - Aufbau Menüführung
3. Aufbau eines gemeinsamen Projektplans mit allen Maßnahmen inkl. Zeitplanung
4. Entwicklung eines Screendesigns
5. Umsetzung erster Prototyp auf Entwicklungsumgebung
6. Content-Integration
7. Finale Tests & Go-Live

# // Musterablauf.

1. Angebotsbestätigung
2. Gemeinsames Kickoff-Meeting:
  - Ziele & Zielgruppen
  - Besprechung detaillierter Zeitplan
  - Aufbau einer gemeinsamen Funktionsliste
  - Aufbau Menüführung
3. Aufbau eines gemeinsamen Projektplans mit allen Maßnahmen inkl. Zeitplanung
4. Entwicklung eines Screendesigns
5. Umsetzung erster Prototyp auf Entwicklungsumgebung
6. Content-Integration
7. Finale Tests & Go-Live

# Das Briefing. Legende.



Fleißaufgabe

Kein Must-Have,  
wäre aber NICE.



MUST-HAVE

Benötigst du zu 100%,  
damit du überhaupt  
starten kannst.



Die Arbeit, die  
keiner machen  
will

Wirst du in vielen Fällen  
nicht bekommen, muss  
aber gemacht werden.



0%-Chance

Keine Chance, dass du  
das für dein Projekt  
bekommen wirst.



# Das Briefing. Musterinhalt. (1)

## Allgemeine Fragen im Website Briefing

### Ziele, Aufgabenverteilung & Rahmenbedingungen



**Welches Ziel soll ihr Website verfolgen?** (z.B. Sales generieren, möglichst viele Pages per Visit, Landingpage für Werbekampagne, etc.)



**Welche Aufgaben soll die Agentur übernehmen?** (z.B. Konzeption, Programmierung, Inhalte erstellen, etc.)

- Welche zusätzlichen Partner sind involviert? (z.B. Grafiker, Unternehmensberater, Werbeagentur, SEO-Agentur etc.)



**Welches Budget steht für die neue Website zur Verfügung?**



Bis wann benötigen Sie das Angebot?



**Bis wann soll die Website fertig sein?**



Welche Betreuung benötigen nach der Fertigstellung der Website seitens der Agentur?

- Wie viele Feedbackschleifen wünschen Sie sich?



Welche zusätzlichen Erwartungen haben Sie an die neue Website? (z.B. Ladezeit von unter einer Sekunde, mobile Optimierung)

- Warum wollen Sie eine neue Website?





# Das Briefing. Musterinhalt. (2)

## Inhaltliche, strukturelle & technische Fragen im Website Briefing

### Websitenstruktur

- 💩 - Wie sieht die gewünschte Webseitenstruktur aus?

### Inhalte

- 100 - Gibt es bestehende Inhalte die auf der neuen Website integriert werden müssen?

- 💩 - Welche Inhalte müssen durch die Agentur erstellt werden?

- 💩 - Welche Inhalte liefern Sie oder andere Projektpartner an?

- 💩 - Wer pflegt die Inhalte/Daten ein?

- Soll die Website einen Blog haben? 🚫

- 100 - Gibt es Bildmaterial, das auf der Website eingesetzt werden soll?



# Das Briefing. Musterinhalt. (3)

## Design

- Gibt es ein Corporate Design, das bei der Gestaltung berücksichtigt werden soll?
- Gibt es bestehende Website-Designs, die Ihnen besonders gut gefallen?

## Funktionen

- Welche Funktionen soll die neue Website haben? (Formulare, Sharing-Funktionen, Konfiguratoren, Externe Schnittstellen etc.)
- Soll die Website in mehreren Sprachen sein?
- Wünschen Sie sich bestimmte Funktionen bei der Verwaltung der Website?

## Technik

- Gibt es ein bestimmtes Content Management System das Sie bevorzugen? (z.B. Typo 3, WordPress, etc.)
- Welche besonderen Anforderungen soll die Webseite bzgl. Datenschutz haben?
- Welche Trackings sind in die Webseite zu integrieren? (z.B. Google Tag Manager, Google Analytics, Matomo Analytics, etc.)

## Suchmaschinen

- Soll die Webseite so optimiert werden, so dass ein möglich gutes Ranking bei bestimmten Suchanfragen erzielt wird (SEO)? Wenn ja, bei welchen Begriffen?

# Als guter Webdesigner<sub>MWX</sub> ist ma

- Strategie & Logiker
- Grafikdesigner
- Technischer Entwickler
- IT- & Server-Experte
- Aufwands-Abschätzer
- Kundenberater
- Planungsmeister
- Content-Befüller
- Photoshop-Bild-Optimierer
- Texter
- ...



Fertigstellung  
der Website

# // Limitations.

Geschwindigkeit vs. Design.

# // Speed & Usability

Geschwindigkeit im Screendesign berücksichtigen,  
Usability & Accessibility erhöhen.

# Geschwindigkeit

- <https://pagespeed.web.dev>
- <https://gtmetrix.com>

# Barrierefreiheit & Usability (1)

## Web Content Accessibility Guidelines (WCAG)

- Richtlinien zur barrierefreien Gestaltung von Webseiten
- Empfehlungen zur zusätzlichen Barrierefreiheit

4

PRINZIPIEN



13

RICHTLINIEN



78

ERFOLGS-  
KRITERIEN



unzählige  
Techniken

# Barrierefreiheit & Usability (2)

Die vier Prinzipien der Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) 2.1

## **1. Wahrnehmbar**

Informationen und Bestandteile der Benutzerschnittstelle müssen den Benutzern so präsentiert werden, dass diese sie wahrnehmen können.

## **2. Bedienbar**

Bestandteile der Benutzerschnittstelle und Navigation müssen bedienbar sein.

## **3. Verständlich**

Informationen und Bedienung der Benutzerschnittstelle müssen verständlich sein.

## **4. Robust**

Inhalte müssen robust genug sein, damit sie von einer großen Auswahl an Benutzeragenten einschließlich assistierender Techniken interpretiert werden können.

[Richtlinien](#) | [Kriterien](#)

# Barrierefreiheit & Usability (3)

- Checker
  - <https://wave.webaim.org>
  - <https://jigsaw.w3.org/css-validator/>
- Zertifizierungen:
  - <https://waca.at>
  - <https://www.accessibilityassociation.org/s/certification>

**Kontrolliere dein  
Screendesign auf BF&UX.  
Schreibe dir 10 konkrete  
// Verbesserungen auf.**

PA#7

# Arbeiten mit Templates.

- <https://elements.envato.com/de/graphic-templates/screendesign>
- <https://elementor.com/library/>

# Arbeiten mit Best-Practices.

- <https://www.salt-projects.be>

**Was würdest du nun anders machen, wenn du das Screendesign nochmals angehen würdest? Schreibe dir 10 konkrete Ideen auf.**

PA#8

# // Die perfekte Präsentation.

Screendesigns dem Kunden präsentieren.

**Suche dir ein passendes  
Mockup und platziere  
// dein Screendesign.**

PA#9

<https://www.mockupworld.co>

<https://elements.envato.com/de/graphic-templates/screendesign>



## // idlab media GmbH

Ihr Ansprechpartner:  
Josef Oberngruber, MA  
+43 664 / 65 97 970 | [jo@idlabs.at](mailto:jo@idlabs.at)

Brockmanngasse 6 | 8010 Graz  
[people@idlabs.at](mailto:people@idlabs.at)  
+43 316 / 22 80 67  
[www.idlab.at](http://www.idlab.at)

