



Entwicklung eines Webshops

Studienarbeit | Betreuer: Dominik Rietz

an der

DHBW Stuttgart

von

Masoud Abdulhanan (9769728)

Niklas Krüger (8358271)

13.06.2024

Abstract

Inhaltsverzeichnis

1 Einleitung	1
1.1 Hintergrund und Motivation	1
1.2 Zielsetzung der Studienarbeit	2
1.3 Relevanz des Themas im Kontext des E-Commerce	3
2 Analysephase	6
2.1 Definition der Anforderungen	6
2.2 Zielgruppenanalyse	6
2.3 Recherche und Analyse bestehender Webshops und E-Commerce-Strategien	6
3 Technologieauswahl	8
3.1 Bun	8
3.1.1 Funktionen von Bun	8
3.1.2 Bun vs. Node.js	9
3.2 Hono	10
3.2.1 Vorteile von Hono	10
3.2.2 Hono vs. Express.js	11
3.3 TypeScript	12
3.4 Zod	12
3.4.1 Vorteile von Zod	13
3.4.2 Anwendung im Webshop	13
3.5 Kinde Auth	13
3.5.1 Typen von Authentifizierung bei Kinde Auth	14
3.5.2 Passwortlose Authentifizierung	14
3.5.3 Verringerung von Sicherheitsrisiken	14
3.6 SQLite & Drizzle ORM	15
4 Systemarchitektur	16
4.1 Darstellung der einzelnen Komponenten und deren Interaktionen	16
4.2 Datenbankentwurf	17
4.3 SQL-Skripte	18
4.4 API-Design	20

5 Authentifizierung und Benutzerverwaltung	23
5.1 Verbindung und Handhabung der Authentifizierung	23
5.2 Authentifizierung und Autorisierung	25
5.3 Verwaltung der Adminrechte	26
6 Frontend Technologieauswahl	29
6.1 Frontend-Framework	29
6.1.1 React	30
6.1.2 Angular	30
6.1.3 Vue.js	30
6.1.4 Svelte	30
6.1.5 Vergleich der Frameworks anhand fester Kriterien	31
6.1.6 Auswahl	32
6.2 CSS-Framework	32
6.2.1 Tailwind CSS	33
6.3 Building Tool: Vite	34
7 Frontend Designentscheidungen	35
7.1 Routing der Webseite	35
7.2 Wireframing	37
7.2.1 Startseite / Landing Page	37
7.2.2 Waren Browser	38
7.2.3 Produktdetails	39
7.2.4 Warenkorb	39
7.2.5 Checkout	40
7.2.6 Benutzerprofil	40
7.2.7 Admin-Bereich	41
7.3 Corporate Design	43
7.3.1 Markenidentität	43
7.3.2 Basiselemente	43
7.3.3 Anwendungen	46
7.4 Prototypen	47
7.4.1 Startseite und Navigationsleiste	47
7.4.2 Produkt-Browser	48
Quellverzeichnis	49

1 Einleitung

1.1 Hintergrund und Motivation

Die digitale Transformation hat in den letzten Jahrzehnten das Gesicht des Einzelhandels radikal verändert. Die Entwicklung des E-Commerce hat nicht nur neue Geschäftsmodelle ermöglicht, sondern auch die Erwartungen und das Verhalten der Verbraucher grundlegend verändert. Diese Veränderung wird durch die weitreichende Verfügbarkeit des Internets und die zunehmende Nutzung mobiler Geräte weiter beschleunigt. Studien zeigen, dass der E-Commerce-Markt weltweit boomt, was auf die zahlreichen Vorteile zurückzuführen ist, die diese Einkaufsform sowohl für Unternehmen als auch für Verbraucher bietet [1], [2].

E-Commerce, oder elektronischer Handel, bezeichnet den Kauf und Verkauf von Waren und Dienstleistungen über das Internet. Dabei werden verschiedene Zahlungsmethoden wie Kreditkarten, Debitkarten, Online-Banking und Zahlung über digitale Geldbörsen genutzt [2]. Die Verfügbarkeit einer breiten Produktpalette zu wettbewerbsfähigen Preisen und die Möglichkeit, bequem von zu Hause aus zu shoppen, haben den E-Commerce zu einer bevorzugten Einkaufsform gemacht. Die bedeutendsten Treiber dieses Wachstums sind die zunehmende Verbreitung des Internets, die verbesserte Infrastruktur für digitale Zahlungen und der Einsatz von Technologien wie Big Data und Künstliche Intelligenz (KI), die personalisierte Einkaufserlebnisse ermöglichen [3].

Ein besonderer Aspekt des E-Commerce, der in den letzten Jahren erheblich an Bedeutung gewonnen hat, ist das Dropshipping. Dropshipping ist ein Geschäftsmodell, bei dem Einzelhändler keine eigenen Lagerbestände halten, sondern Bestellungen direkt vom Großhändler oder Hersteller an den Endkunden versenden lassen. Dies reduziert die Anfangsinvestitionen und das finanzielle Risiko für neue Unternehmen erheblich und ermöglicht es ihnen, eine breite Produktpalette anzubieten, ohne große Lagerbestände verwalten zu müssen [2].

Die wachsende Popularität von E-Commerce und Dropshipping wird durch beeindruckende Marktstatistiken unterstützt. Der globale E-Commerce-Markt verzeichnete 2020 ein Umsatzvolumen von 4,28 Billionen US-Dollar und wird voraussichtlich bis 2023 auf 6,54 Billionen US-Dollar anwachsen. Dies entspricht einer durchschnittlichen jährlichen Wachstumsrate (CAGR) von etwa 10,7% [1].

Die Abbildung unten zeigt die meistbesuchten Websites in Deutschland im März 2024. Dabei ist deutlich zu erkennen, dass große E-Commerce-Plattformen wie Amazon eine signifikante

Anzahl monatlicher Besuche verzeichnen, was die Relevanz und den Einfluss von E-Commerce im digitalen Raum unterstreicht

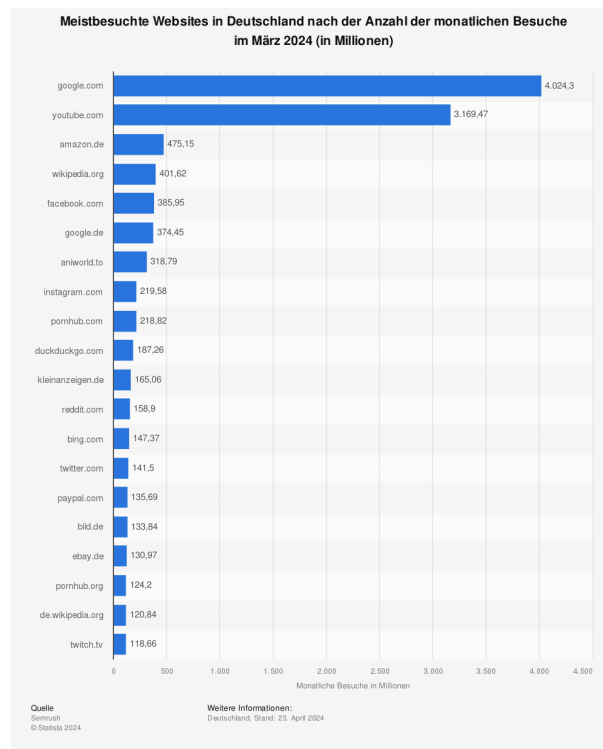


Abbildung 1: Meistbesuchte Webseiten in Deutschland im März 2024, Quelle: Statista

1.2 Zielsetzung der Studienarbeit

Die vorliegende Studienarbeit zielt darauf ab, einen modernen Webshop zu konzipieren und umzusetzen, der den aktuellen Anforderungen des E-Commerce entspricht. Dabei sollen sowohl funktionale Anforderungen wie Benutzerkontenverwaltung, Artikelanzeige und -suche, Warenkorb und Kassenfunktionen als auch nicht-funktionale Anforderungen wie Performance, Skalierbarkeit und Sicherheit berücksichtigt werden [3]. Ein besonderer Fokus liegt auf der Integration eines Adminbereichs, der die effiziente Verwaltung des Webshops ermöglicht.

Die Arbeit umfasst die Analyse bestehender E-Commerce-Plattformen, um Best Practices zu identifizieren und innovative Ansätze zu entwickeln, die den Webshop sowohl benutzerfreundlich als auch technisch robust machen. Methodisch wird die Arbeit durch eine Kombination aus Literaturrecherche, Analyse bestehender Webshops und der praktischen Umsetzung eines eigenen Prototyps durchgeführt [3].

1.3 Relevanz des Themas im Kontext des E-Commerce

Im Kontext des E-Commerce ist die Entwicklung eines effizienten und benutzerfreundlichen Webshops von zentraler Bedeutung. Der Erfolg eines Online-Shops hängt maßgeblich von der Benutzererfahrung ab, die durch ein intuitives Design, schnelle Ladezeiten und eine sichere Zahlungsabwicklung gewährleistet wird. Ein gut gestalteter Webshop kann die Kundenzufriedenheit erhöhen, die Kundenbindung stärken und somit den Umsatz steigern [1], [2].

Darüber hinaus spielt der E-Commerce eine wichtige Rolle in der heutigen Wirtschaft, indem er Unternehmen ermöglicht, ihre Reichweite zu erweitern und neue Märkte zu erschließen. Insbesondere das Dropshipping-Modell bietet eine attraktive Möglichkeit für Start-ups und kleine Unternehmen, ohne große Anfangsinvestitionen in den Markt einzutreten und von den Vorteilen des Online-Handels zu profitieren [2].

Die folgende Abbildung zeigt die prognostizierte Anzahl der Social-Commerce-Nutzer in den USA bis 2023, was die zunehmende Bedeutung und das Wachstumspotenzial des E-Commerce im sozialen Kontext verdeutlicht

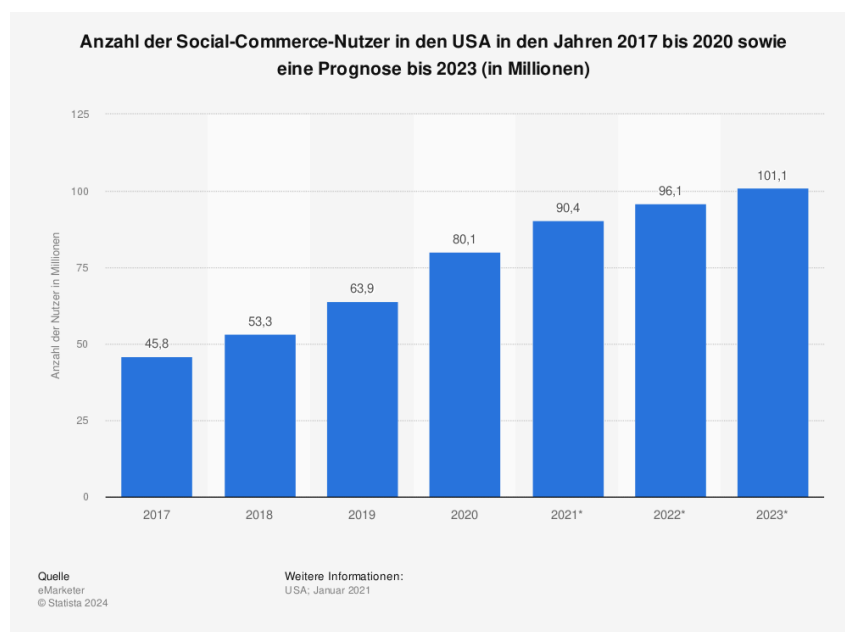


Abbildung 2: Anzahl der Social-Commerce-Nutzer in den USA

Zusätzlich zeigt die Abbildung die Anzahl der Transaktionen über PayPal weltweit, was die wachsende Nutzung digitaler Zahlungssysteme und die damit verbundene Sicherheit und Effizienz im E-Commerce unterstreicht

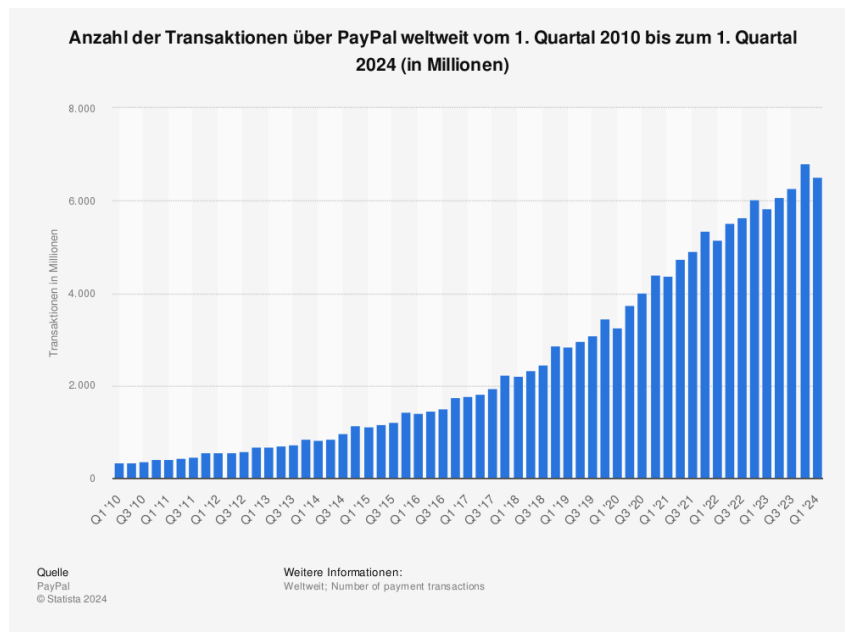
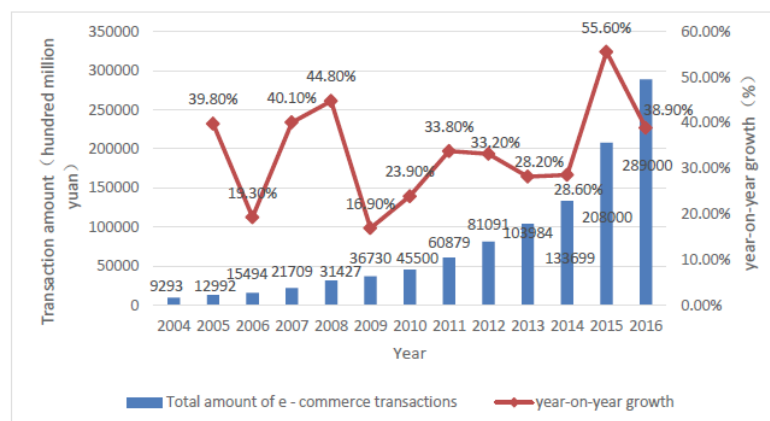


Abbildung 3: Anzahl der Transaktionen über PayPal weltweit

Die Abbildungen unten zeigen das Wachstum des Online-Einzelhandelsmarktes in China sowie das Gesamtvolumen der E-Commerce-Transaktionen von 2004 bis 2016. Diese Diagramme illustrieren die rasante Entwicklung und die wirtschaftliche Bedeutung des E-Commerce in einem der größten Märkte weltweit

Figure 1 China's total E-commerce transactions from 2004 to 2016



Source: China's E-commerce report, 2015 and 2016 data from Ali Research Institute and Avatar large data processing center.

Abbildung 4: Wachstum des Online-Einzelhandelsmarktes in China

Figure 2China Online retail trade volume from 2008 to 2016



Source: *China's E-commerce report*. 2016 data provided by Ali Research Institute and consolidated by the research group.

Abbildung 5: Gesamtvolumen der E-Commerce-Transaktionen in China

2 Analysephase

2.1 Definition der Anforderungen

Die Definition der Anforderungen an den Webshop umfasst sowohl funktionale als auch nicht-funktionale Aspekte. Zu den funktionalen Anforderungen zählen die Verwaltung von Benutzerkonten, die Bereitstellung einer benutzerfreundlichen Such- und Filterfunktion, die Integration eines Warenkorbsystems sowie die sichere Abwicklung von Zahlungen [3].

Nicht-funktionale Anforderungen betreffen die Performance, Skalierbarkeit und Sicherheit des Webshops. Hierbei ist sicherzustellen, dass der Webshop auch bei hohen Zugriffszahlen stabil und zuverlässig funktioniert. Zudem müssen Datenschutzrichtlinien eingehalten werden, um die Sicherheit der Kundendaten zu gewährleisten.

2.2 Zielgruppenanalyse

Die Zielgruppenanalyse ist ein entscheidender Schritt in der Entwicklung eines Webshops. Sie dient dazu, die Bedürfnisse und Erwartungen der potenziellen Nutzer zu verstehen und den Webshop entsprechend auszurichten. Dabei werden demografische Daten, Einkaufsverhalten und Präferenzen der Zielgruppe untersucht.

Eine erfolgreiche Zielgruppenanalyse ermöglicht es, den Webshop so zu gestalten, dass er die gewünschten Kundensegmente anspricht und eine hohe Benutzerzufriedenheit erzielt. Dies beinhaltet auch die Anpassung des Designs und der Funktionalitäten an die spezifischen Anforderungen der Zielgruppe [3].

2.3 Recherche und Analyse bestehender Webshops und E-Commerce-Strategien

Die Recherche und Analyse bestehender Webshops bietet wertvolle Einblicke in bewährte E-Commerce-Strategien und Designprinzipien. Durch die Untersuchung von erfolgreichen Online-Shops können Best Practices identifiziert und Schwachstellen vermieden werden.

Zu den analysierten Aspekten gehören die Benutzerfreundlichkeit, das Design, die Navigationsstruktur und die Integration von Zahlungs- und Versandoptionen. Darüber hinaus wer-

den auch Marketingstrategien und Kundenbindungsmaßnahmen bestehender Webshops untersucht, um deren Effektivität zu bewerten und gegebenenfalls zu adaptieren [3].

Durch die Kombination aus theoretischem Wissen und praktischen Einblicken wird eine solide Grundlage für die Entwicklung eines leistungsfähigen und benutzerfreundlichen Webshops geschaffen.

3 Technologieauswahl

In diesem Kapitel wird der Entwurf des Systems beschrieben. Ziel des Kapitels ist es, einen detaillierten Überblick über die Systemarchitektur und die Technologieauswahl zu geben sowie die einzelnen Komponenten des Systems darzustellen. Es wird erläutert, warum bestimmte Technologien und Architekturen gewählt wurden und wie die verschiedenen Komponenten des Systems miteinander interagieren.

Zunächst wird die Auswahl der verwendeten Technologien und Frameworks begründet. Anschließend wird die Systemarchitektur detailliert beschrieben, gefolgt vom Datenbankentwurf und dem API-Design. Ein weiterer Abschnitt widmet sich der Implementierung der Authentifizierung und Benutzerverwaltung, gefolgt von der Datenvalidierung. Die Backend-Logik wird ebenfalls im Detail erläutert.

3.1 Bun

Bun ist eine JavaScript-Runtime Umgebung für den Server, die anders als Node.js oder Deno nicht auf der V8-Engine basiert, sondern auf einer eigenen JavaScript-Engine, welche mithilfe von Apples WebKit Engine implementiert wurde. Bun wurde zudem in einer „low-level general“ Programmiersprache namens Zig geschrieben, welche von Rust und C inspiriert ist. Die Entscheidung für Bun fiel aufgrund der hohen Performance und Sicherheit, die durch die Verwendung von Zig und der WebKit-Engine gewährleistet wird. Bun ermöglicht es, serverseitige Anwendungen in JavaScript zu entwickeln und auszuführen. Bun wurde von Jarred Summer entwickelt und ist eine Open-Source-Software, die unter der MIT-Lizenz veröffentlicht wird. Die erste offizielle Version von Bun (Bun 1.0) wurde im September 2023 veröffentlicht.

3.1.1 Funktionen von Bun

Bun bietet eine Reihe von Funktionen, die es zu einer Plattform für die Entwicklung von serverseitigen Anwendungen machen. Dazu gehören:

- Kompatibilität mit Node.js
- Hohe Laufleistung und geringer Speicherverbrauch
- Vereinfachte Modulverwaltung
- TypeScript-Unterstützung
- Web-Standard-APIs

- JSX-Unterstützung
- Watch-Modus für automatisches Neuladen von Änderungen
- Cross-Plattform-Unterstützung

3.1.2 Bun vs. Node.js

Anders als Node.js ist bun nicht auf npm angewiesen und benötigt keine externen Abhängigkeiten zur Ausführung. Stattdessen wird eine integrierte Standardbibliothek verwendet, die Funktionen wie HTTP-Server, Dateisystemzugriff und Netzwerkkommunikation bereitstellt. Dies macht die Entwicklung und Bereitstellung von Anwendungen mit Bun einfacher und sicherer. Bun basiert zudem anders als Node.js nicht auf der von Google entwickelten V8-Engine, sondern auf einer Erweiterung von JavaScriptCore, die von Apple entwickelt und bereitgestellt wird. JSC priorisiert schnellere Startzeiten und geringeren Speicherverbrauch, was zu einer etwas langsameren Ausführungsgeschwindigkeit führt. V8 priorisiert hingegen die Ausführungsgeschwindigkeit mit mehr Runtime-Optimierungen, was zu einem höheren Speicherverbrauch führen kann. Das führt dazu, dass Bun bis zu 4xmal so schnell startet als Node.js

```
~/Desktop
> hyperfine "bun hello.js" "node hello.js" "deno run hello.js" --warmup=100
Benchmark 1: bun hello.js
Time (mean ± σ):    5.2 ms ± 0.4 ms    [User: 3.1 ms, System: 1.4 ms]
Range (min ... max): 4.9 ms ... 6.7 ms    345 runs

Warning: Command took less than 5 ms to complete. Results might be inaccurate.

Benchmark 2: node hello.js
Time (mean ± σ):    25.1 ms ± 0.6 ms    [User: 21.6 ms, System: 2.7 ms]
Range (min ... max): 24.4 ms ... 27.7 ms    105 runs

Benchmark 3: deno run hello.js
Time (mean ± σ):    11.4 ms ± 0.6 ms    [User: 8.9 ms, System: 2.1 ms]
Range (min ... max): 10.8 ms ... 14.1 ms    202 runs

Summary
'bun hello.js' ran
  2.19 ± 0.19 times faster than 'deno run hello.js'
  4.81 ± 0.34 times faster than 'node hello.js'

~/Desktop took 13s
> cat hello.js
```

	File: hello.js
1	<code>console.log("hi");</code>

Abbildung 6: Bun vs. Node.js - Startzeitvergleich, Quelle: Builder.io

Die Benchmark-Ergebnisse, welche in Abbildung 6 gezeigt werden, zeigen eine Verbesserung von mehr als siebzehnmal so schnell wie übliche Paketmanager.

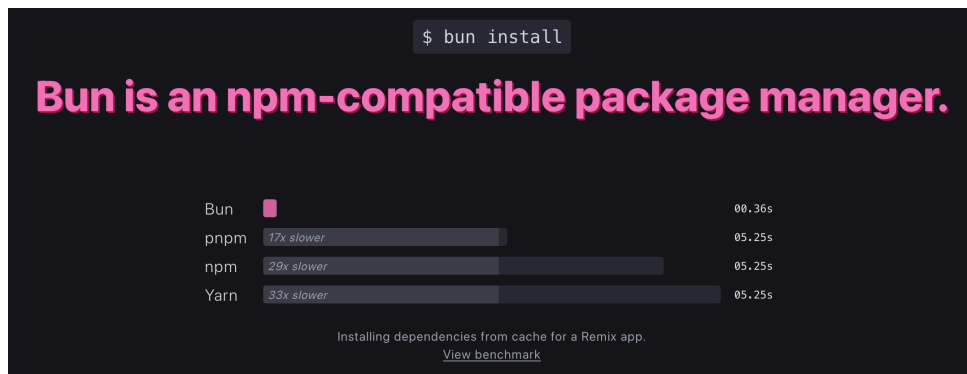


Abbildung 7: Bun vs. andere Paketmanager - Benchmark-Ergebnisse, Quelle: Bun

Während Node.js eine gute Runtime-Umgebung für JavaScript ist, werden TypeScript Dateien in Node.js nicht direkt unterstützt. TypeScript-Dateien müssen zuerst in JavaScript-Dateien kompiliert werden, bevor sie in Node.js ausgeführt werden können. Bun hingegen unterstützt TypeScript-Dateien direkt, was die Entwicklung von serverseitigen Anwendungen in TypeScript vereinfacht. TypeScript-Dateien können direkt mit dem Befehl bun „Dateiname.ts“ ausgeführt werden.

Deshalb wurde Bun als Server-Runtime für die Entwicklung des Webshops gewählt, da es eine hohe Performance, Sicherheit und TypeScript-Unterstützung bietet und die Entwicklung von serverseitigen Anwendungen in JavaScript und TypeScript vereinfacht.

3.2 Hono

Hono ist einfaches und ultraschnelles Web-Framework, welches auf jeder JavaScript-Runtime-Umgebung läuft. Entwickelt wurde Hono von Yusuke Wada und ist eine Open-Source-Software, die unter der MIT-Lizenz veröffentlicht wird. Hono wurde speziell für die Entwicklung von Webanwendungen und APIs entwickelt und bietet eine Reihe von Funktionen, die es zu einer leistungsstarken Plattform für die Entwicklung von Webanwendungen machen.

3.2.1 Vorteile von Hono

Die Entscheidung für Hono als Web-Framework wurde aufgrund mehrerer Schlüsselfaktoren getroffen:

- **Ultraschnell und effizient:** Der Router „RegExpRouter“ ist besonders schnell und arbeitet nicht mit linearen Schleifen, was eine schnelle und effiziente Routenauflösung ermöglicht. Dies macht Hono ideal für Anwendungen, die eine hohe Geschwindigkeit und geringe Latenz erfordern.

- **Leichtgewichtig und modular:** Hono ist äußerst leichtgewichtig und hat keine externen Abhängigkeiten. Mit dem hono/tiny-Preset beträgt die Größe von Hono weniger als 14 kB, was im Vergleich zu anderen Frameworks sehr kompakt ist. Trotz seiner geringen Größe bietet Hono eine Vielzahl von Middleware- und Hilfsfunktionen, die es einfach machen, leistungsstarke Anwendungen zu entwickeln.
- **Multi-Runtime-Unterstützung:** Hono ist äußerst vielseitig und kann auf einer Vielzahl von Plattformen eingesetzt werden, darunter Cloudflare Workers, Fastly Compute, Deno, Bun, AWS Lambda und Node.js. Dadurch ist es möglich, die gleiche Codebasis auf verschiedenen Plattformen zu verwenden, was die Entwicklung und Wartung von Anwendungen vereinfacht.
- **Middleware inklusive:** Hono bietet eine umfangreiche Sammlung von Middleware, benutzerdefinierten Middleware und Hilfsfunktionen, die es Entwicklern ermöglichen, weniger Code zu schreiben und mehr zu erreichen. Von der Basic Authentication bis zur GraphQL Server-Unterstützung bietet Hono alles, was für die Entwicklung leistungsstarker Webanwendungen erforderlich ist. Zudem auch einen kleinen Validator für die Datenvalidierung, um die Datenintegrität zu gewährleisten.

3.2.2 Hono vs. Express.js

Im Vergleich zu Express.js, einem der beliebtesten Web-Frameworks für Node.js, bietet Hono eine Reihe von Vorteilen:

Vorteile von Hono:

- **Mikroservices-Architektur:** Hono ist speziell für Mikroservices-Architekturen ausgelegt, was die Skalierbarkeit und Modularität von Anwendungen erleichtert.
- **Leistung und Skalierbarkeit:** Hono bietet Leistungsbenchmarks und effiziente Anfrageverarbeitung, was besonders für hochskalierbare Anwendungen von Vorteil ist.
- **Eingebaute WebSocket-Unterstützung:** Hono bietet WebSocket-Unterstützung für die Implementierung von Echtzeitfunktionen an.
- **TypeScript-Unterstützung:** Hono unterstützt TypeScript nativ, was für Typsicherheit und verbesserte Entwicklerwerkzeuge sorgt.
- **Aktive Community-Wartung:** Hono wird von einer aktiven Entwicklergemeinschaft gepflegt, was regelmäßige Updates und Verbesserungen gewährleistet.

Deshalb wurde Hono als Web-Framework für die Entwicklung des Webshops gewählt, da es vor allem mit Kombination von Bun ultraschnell, effizient, leichtgewichtig, modular und vielseitig ist.

Framework	Runtime	Durchschnitt	Ping	Query	Body
Hono	bun	184,966.48	234,593.57	185,108.2	135,197.67
Hono	Node	42,699.317	60,797.19	56,645.8	10,654.96
Express	node	16,461.68	17,656.74	16,615.32	15,112.98

Die Ergebnisse sind in req/s gemessen

3.3 TypeScript

TypeScript ist eine von Microsoft entwickelte Programmiersprache, die eine strikte Typisierung für JavaScript bietet. Sie erweitert JavaScript um statische Typisierung, Klassen, Interfaces und Module, was die Entwicklung von großen und komplexen Anwendungen erleichtert. TypeScript wird zu JavaScript kompiliert und kann in jedem Browser und auf jedem Betriebssystem ausgeführt werden. Diese Eigenschaften tragen zur Steigerung der Produktivität von Entwicklern und zur Verbesserung der Codequalität bei. TypeScript erweitert JavaScript um zusätzliche Features wie Interfaces, Enums, Generics und Module. Die Vorteile von TypeScript sind:

1. Statische Typisierung TypeScript bietet eine statische Typisierung, die es Entwicklern ermöglicht, Typfehler bereits zur Entwicklungszeit zu erkennen und zu beheben. Dies führt zu weniger Fehlern und einer höheren Codequalität.
2. Moderne JavaScript-Features TypeScript unterstützt moderne JavaScript-Features wie Klassen, Interfaces, Generics und Module, die die Entwicklung von großen und komplexen Anwendungen erleichtern. Darüber hinaus unterstützt TypeScript asynchrone Programmierung, was die Handhabung asynchroner Operationen vereinfacht.

Aufgrund dieser Vorteile wurde TypeScript als primäre Programmiersprache für die Entwicklung des Webshops gewählt.

3.4 Zod

Zod ist eine TypeScript-First-Schema-Validierungs-Bibliothek, die es Entwicklern ermöglicht, Datenstrukturen zu definieren und zu validieren. Zod bietet eine einfache und deklarative API zum Definieren von Schemas und zur Validierung von Daten. Zod ist speziell für TypeScript entwickelt und bietet eine nahtlose Integration mit der Sprache. Zod unterstützt eine Vielzahl

von Datentypen, Validierungsregeln und Transformationen, die es Entwicklern ermöglichen, komplexe Datenstrukturen zu definieren und zu validieren.

3.4.1 Vorteile von Zod

1. Typsicherheit Zod bietet Typsicherheit auf der Ebene der Datenvalidierung, was es Entwicklern ermöglicht, Datenstrukturen zu definieren und zu validieren, ohne zusätzlichen Code schreiben zu müssen. Dies führt zu weniger Fehlern und einer höheren Codequalität.
2. Einfache API Zod bietet eine einfache und deklarative API zum Definieren von Schemas und zur Validierung von Daten. Die API ist intuitiv und leicht verständlich, was die Entwicklung von Datenvalidierungslogik vereinfacht.
3. Integration mit Frameworks Zod bietet eine nahtlose Integration mit verschiedenen Frameworks und Bibliotheken, was es zu einer vielseitigen Lösung für die Datenvalidierung macht. Besonders in Kombination mit Backend-Frameworks wie Hono ist Zod eine gute Wahl für die Datenvalidierung.
4. Leistungsfähigkeit Zod zeichnet sich durch hohe Leistung und geringen Overhead aus, was die Validierung großer Datenmengen effizient macht, ohne die Anwendungsleistung zu beeinträchtigen.

3.4.2 Anwendung im Webshop

Zod wird im Webshop für die Validierung von Benutzereingaben, API-Anfragen und Datenbankantworten verwendet. Durch die Verwendung von Zod wird sichergestellt, dass die Datenintegrität gewährleistet ist und sichergestellt wird, dass die vom Benutzer übermittelten Daten den erwarteten Formaten und Typen entsprechen, bevor diese in die Datenbank gespeichert werden. Zudem erleichtert Zod die Fehlerbehandlung und die Rückmeldung an den Benutzer im Falle von Validierungsfehlern, anhand von detaillierten Fehlermeldungen.

3.5 Kinde Auth

Kinde Auth ist eine Authentifizierungs- und Benutzerverwaltungslösung, die speziell für SaaS-Anwendungen entwickelt wurde. Es bietet eine Vielzahl von Funktionen, die es Entwicklern ermöglichen, Benutzerkonten zu verwalten, Authentifizierung zu implementieren und Zugriffsrechte zu steuern. Dabei wird drauf geachtet, dass höchste Sicherheitsstandards eingehalten werden, um die Benutzerdaten zu schützen. Die Integration von Kinde Auth im Webshop ermöglicht es, Benutzerkonten zu erstellen, sich anzumelden und Zugriffsrechte zu ver-

walten. Dadurch wird eine robuste und flexible Authentifizierungsinfrastruktur bereitgestellt, die den Anforderungen des Webshops entspricht, da im Webshop mit besonders sensiblen Daten gearbeitet wird.

3.5.1 Typen von Authentifizierung bei Kinde Auth

Kinde's Authentifizierungssystem fokussiert sich hauptsächlich auf die Sicherheit und eine einfache Handhabung für die Benutzer. Es bietet verschiedene Arten von Authentifizierungsmethoden, die je nach Anwendungsfall ausgewählt werden können. Dazu gehören:

- Passwordless
- Single Sign-On (SSO)
- Multi-Faktor-Authentifizierung (MFA)
- Social Login

Für den Webshop wird die Passwordless Authentifizierung implementiert mit der Möglichkeit sich über einen Google-Account anzumelden, um die Benutzerfreundlichkeit zu erhöhen und die Sicherheit zu gewährleisten.

3.5.2 Passwordlose Authentifizierung

Zunächst stellt sich die Frage, warum eine Passwordlose Authentifizierung gewählt wurde und was die Vorteile sind. Da es oft vorkommt, dass man sein eigenes Passwort vergisst oder es zu unsicher ist, verwenden Menschen, genauer gesagt zwei-drittel der Menschen, das gleiche Passwort für mehrere Dienste. Dies führt zu einer erhöhten Sicherheitslücke, da bei einem Datenleck die Zugangsdaten für mehrere Dienste kompromittiert sind. Die Passwordlose Authentifizierung bietet eine sichere und benutzerfreundliche Alternative zur herkömmlichen Passwortauthentifizierung. Dadurch fällt die Notwendigkeit für die Benutzer, sich ein Passwort zu merken, weg und erhöht die Sicherheit, da keine Passwörter im Klartext übertragen werden. Stattdessen wird ein einmaliger Token generiert und an den Benutzer gesendet, der zur Authentifizierung verwendet wird. Dieser Token ist nur für eine begrenzte Zeit gültig und kann nicht wiederverwendet werden, was die Sicherheit erhöht.

3.5.3 Verringerung von Sicherheitsrisiken

Die traditionelle Authentifizierung mittels Benutzername und Passwort birgt erhebliche Risiken für Benutzer und Unternehmen in Bezug auf Hackerangriffe und Cyberkriminalität. Laut dem 2022 Data Breach Investigations Report der amerikanischen Firma Verizon entfallen etwa 84 % aller Datenverletzungen auf Schwachstellen bei Anmeldeinformationen. Unsichere Passwörter, wie „password1234“, machen es Hackern leicht, über Brute-Force-Angriffe Zu-

gang zu erhalten. Noch problematischer wird es, wenn Nutzer dieselben Anmeldedaten auf verschiedenen Websites verwenden – ein einziger Datenverstoß kann dann mehrere Systeme gefährden.

Auch menschliche Fehler spielen eine Rolle: Das Notieren von Passwörtern auf Haftnotizen oder das unsichere Weitergeben von Anmeldedaten kann sowohl interne als auch externe Angriffe begünstigen. Diese Risiken lassen sich durch passwortlose Authentifizierungsmethoden vollständig vermeiden, da sie die beschriebenen Schwachstellen eliminieren.

3.6 SQLite & Drizzle ORM

SQLite ist eine relationale Datenbank, die auf SQL basiert und als Datei gespeichert wird. SQLite ist eine leichte und schnelle Datenbank, die keine Server-Infrastruktur erfordert und einfach in Anwendungen integriert werden kann. SQLite ist eine gute Wahl für Anwendungen, die eine lokale Datenbank benötigen und keine komplexe Server-Infrastruktur benötigen. SQLite unterstützt die meisten SQL-Features und bietet eine gute Performance für kleine bis mittlere Datenmengen. Für den Webshop wird SQLite als Datenbank verwendet, da der Webshop ein Prototyp ist und keine komplexe Server-Infrastruktur benötigt. Für einen Produktivbetrieb könnte die Datenbank auf eine relationale Datenbank wie PostgreSQL oder MySQL migriert werden.

Drizzle ORM ist ein Object-Relational Mapping (ORM) Framework für SQLite, das es Entwicklern ermöglicht, Datenbankoperationen in JavaScript durchzuführen. Drizzle ORM bietet eine einfache und deklarative API zum Definieren von Datenmodellen und zur Ausführung von Datenbankabfragen. Drizzle ORM unterstützt die meisten SQL-Features und bietet eine gute Performance für Datenbankoperationen. Drizzle ORM wird im Webshop für die Datenbankoperationen verwendet, um Migrationsdateien zu erstellen und diese zu verfolgen, falls Änderungen getätigt wurden. Zudem wird Drizzle ORM für die Datenbankabfragen und die Datenmodellierung verwendet, um die Datenbankoperationen zu vereinfachen und zu beschleunigen.

4 Systemarchitektur

Die Systemarchitektur des Webshops setzt sich aus mehreren aufeinander abgestimmten Komponenten zusammen. Diese Komponenten sind so konzipiert, dass sie eine robuste und skalierbare Plattform für die Entwicklung und den Betrieb eines Webshops bieten. Die Hauptkomponenten der Architektur umfassen den Server, das Front-End, die Datenbank und die Authentifizierung.

4.1 Darstellung der einzelnen Komponenten und deren Interaktionen

Das beigefügte Diagramm zeigt die Interaktionen zwischen den einzelnen Komponenten des Systems:

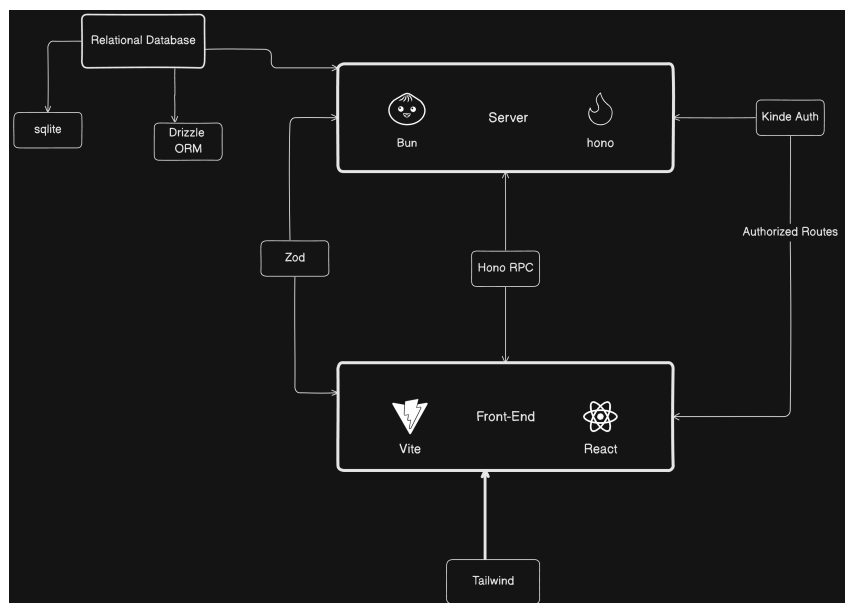


Abbildung 8: Systemarchitektur des Webshops, Quelle: Eigene Darstellung

- **Relationale Datenbank:** Verbunden mit dem Server über Drizzle ORM.
- **Server:** Implementiert mit Bun und Hono, verwaltet die Kommunikation mit der Datenbank, führt die API-Logik aus und kümmert sich um die Authentifizierung über Kinde Auth.
- **Front-End:** Entwickelt mit Vite und React, kommuniziert mit dem Server über Hono RPC und nutzt Zod zur Datenvalidierung. Tailwind CSS wird für das Styling verwendet.

- **Authentifizierung:** Kinde Auth verwaltet die Benutzeranmeldung und Zugriffsrechte und integriert sich nahtlos in die Serverlogik.

Diese Architektur ermöglicht eine klare Trennung der Verantwortlichkeiten, was die Wartung und Skalierbarkeit des Systems erleichtert. Die Technologieauswahl zielt auf optimale Leistung, Sicherheit und Entwicklerfreundlichkeit ab. Bun und Hono wurden aufgrund ihrer hohen Performance und Effizienz als Server-Frameworks gewählt. SQLite und Drizzle ORM bieten eine einfache, performante Datenhaltung. React und Vite sorgen für ein modernes, flexibles Front-End, Zod für zuverlässige Datenvalidierung und Kinde Auth für sichere Authentifizierung.

4.2 Datenbankentwurf

Nachdem die Systemarchitektur beschrieben wurde und die Auswahl der Technologien bekannt sind, wird im folgenden Abschnitt der Datenbankentwurf detailliert erläutert. Der Datenbankentwurf umfasst die Definition der Datenmodelle, die Beziehungen zwischen den Datenmodellen und die Struktur der Datenbanktabellen.



Abbildung 9: Datenbankmodell des Webshops, Quelle: Eigene Darstellung

Die Tabelle „productCategories“ enthält Informationen zu den Produktkategorien, darunter Name und Beschreibung.

Die Tabelle „products“ enthält Informationen zu den Produkten im Webshop, darunter Name, Beschreibung, Preis, Anzahl und Kategorie.

Jeder Benutzer hat einen Warenkorb welcher erstellt wird sobald ein Produkt hinzugefügt wird.

Die Tabelle „carts“ enthält Informationen zu den Warenkörben, darunter Benutzer-ID und eine Cart-ID.

Um Produkte zu zuordnen wird die Tabelle „cartItems“ verwendet, welche Informationen zu den Produkten im Warenkorb enthält, darunter Produkt-ID, Cart-ID und die Anzahl des jeweiligen Produktes.

Nachdem der Benutzer die Bestellung abschicken möchte, wird dieser aufgefordert seine Lieferadresse anzugeben.

Die Tabelle „shippingAddresses“ enthält Informationen zu den Lieferadressen, darunter Benutzer-ID, Straße, PLZ und Stadt.

Nach erfolgreicher Bestellung wird die Bestellung in der Tabelle „orders“ gespeichert, welche Informationen zu den Bestellungen im Webshop enthält, darunter die Benutzer-ID, die Cart-ID, die Address-ID, den Gesamtpreis, die Produkte welche aus dem Warenkorb bestellt wurden und das Datum der Bestellung.

Dabei wurde die „users“ Tabelle absichtlich außen vor gelassen, da diese von Kinde Auth verwaltet wird. Im Webshop wird ausschließlich die user_id abgerufen und gespeichert um die Beziehung zu den anderen Tabellen herzustellen. Damit wird sichergestellt, dass die jeweilige Bestellung dem richtigen Benutzer zugeordnet wird.

4.3 SQL-Skripte

Ein Beispiel für ein SQL-Skript zur Erstellung der Tabellen im Webshop mithilfe von SQLite und Drizzle ORM:

```
// Import der benötigten Funktionen aus Drizzle ORM
import { sqliteTable, text, integer, numeric, blob, index } from "drizzle-orm/sqlite-core";
import { productCategories } from "../productCategories.ts";

// Erstellung der Tabelle "products" mit den jeweiligen Attributen
export const products = sqliteTable(
  "products",
  {
    productID: integer("productID").primaryKey(),
    productName: text("productName").notNull(),
    description: text("description"),
    price: numeric("price").notNull(),
    availability: integer("availability"),
    categoryID: integer("categoryID")
      .references(() => productCategories.categoryID)
      .notNull(),
    image: blob("image"),
  },
  (products) => {
    return {
      categoryIdIndex: index("categoryIdIndex").on(products.categoryID),
    };
  }
);
```

Listing 1: Beispiel für ein SQL-Skript zur Erstellung der Tabelle „products“, Quelle: Eigene Darstellung

Das SQL-Skript erstellt die Tabelle „products“ mit den jeweiligen Attributen, welche im Datenbankmodell definiert wurden.

Um die Tabellen zu erstellen und diese in die Datenbank zu speichern, wird das SQL-Skript in SQLite ausgeführt. Drizzle ORM übernimmt die Kommunikation mit der Datenbank und ermöglicht es, Datenbankoperationen in JavaScript durchzuführen. Damit eine SQLite-Datenbank erstellt wird, wird eine „index.ts“ Datei erstellt, welche die Datenbankverbindung aufbaut.

```
// index.ts
import { drizzle } from "drizzle-orm/bun-sqlite";
import { Database } from "bun:sqlite";

const sqlite = new Database(process.env.DATABASE_URL!);
export const db = drizzle(sqlite);
```

Listing 2: Erstellung einer SQLite-Datenbankverbindung mit Drizzle ORM, Quelle: Eigene Darstellung

Um die SQL-Skripte zu erstellen, wird ein Drizzle Ordner erstellt, in welchem die SQL-Skripte abgelegt werden. Diese Skripte werden dann von Drizzle ORM ausgeführt, um die Datenbanktabellen zu erstellen und zu verwalten. In der Konsole wird zunächst der Befehl „bun drizzle-kit generate“ ausgeführt, um die Migrationsdateien zu erstellen. Anschließend wird die Datei „migrate.ts“ mithilfe des Befehls „bun migrate.ts“ ausgeführt, um die Migrationsdateien auszuführen und die Datenbanktabellen zu erstellen.

```
// migrations.ts
import { migrate } from "drizzle-orm/bun-sqlite/migrator";
import { db } from "../db/index.ts";

async function runMigrations() {
  await migrate(db, { migrationsFolder: "../drizzle" });
  console.log("Migration completed");
}

runMigrations().catch(console.error);
```

Listing 3: Ausführung der Migrationsdateien mit Drizzle ORM, Quelle: Eigene Darstellung

Alle SQL-Skripte und Migrationsdateien werden im Drizzle Ordner abgelegt und von Drizzle ORM verwaltet. Dadurch wird sichergestellt, dass die Datenbanktabellen korrekt erstellt und verwaltet werden und Änderungen an den Datenmodellen nachvollziehbar sind. Zudem werden alle Änderungen an den Datenbanktabellen in den Migrationsdateien protokolliert, um die Datenintegrität zu gewährleisten.

4.4 API-Design

Das API-Design des Webshops umfasst die Definition der API-Endpunkte, die HTTP-Methoden und die Datenstrukturen, die von der API verwendet werden. Die API-Endpunkte sind so konzipiert, dass sie eine klare und konsistente Schnittstelle für die Kommunikation zwischen dem Front-End und dem Server bieten. Die API-Endpunkte sind nach REST-Prinzipien gestaltet und verwenden JSON als Datenformat.

1. Kinde Auth API-Endpunkte für Benutzer-Authentifizierung und -Autorisierung: Diese Endpunkte werden für die Anmeldung, Registrierung, Account-Verwaltung und Abmeldung der Benutzer verwendet.


```
// auth.ts
import { Hono } from "hono";
import { kindeClient, sessionManager } from "../kinde";
import { getUser } from "../kinde";
export const authRoute = new Hono()
  .get("/login", async (c) => {
    const loginUrl = await kindeClient.login(sessionManager(c));
    return c.redirect(loginUrl.toString());
  })
  .get("/register", async (c) => {
    const registerUrl = await kindeClient.register(sessionManager(c));
    return c.redirect(registerUrl.toString());
  })
  .get("/callback", async (c) => {
    const url = new URL(c.req.url);
    await kindeClient.handleRedirectToApp(sessionManager(c), url);
    return c.redirect("/");
  })
  .get("/logout", async (c) => {
    const logoutUrl = await kindeClient.logout(sessionManager(c));
    return c.redirect(logoutUrl.toString());
  })
  .get("/me", getUser, async (c) => {
    const user = c.var.user;
    return c.json({ user });
  });
```

Listing 4: API-Endpunkte für die Benutzer-Authentifizierung und -Autorisierung, Quelle: Eigene Darstellung

Hier werden die API-Endpunkte für die Benutzer-Authentifizierung und -Autorisierung definiert. Diese Endpunkte ermöglichen es den Benutzern, sich anzumelden, sich zu registrieren, ihren Account zu verwalten und sich abzumelden. Die Endpunkte sind nach REST-Prinzipien gestaltet und verwenden JSON als Datenformat.

2. Bun und Hono Server-Framework API:

Hono baut auf Bun auf und stellt die Routen und Endpunkte für die Webshop-APIs bereit. Diese APIs umfassen GET-, POST-, PUT- und DELETE-Anfragen, die jeweils die entsprechenden Funktionen des Webshops abdecken.

```
// products.ts
import { Hono } from "hono";
import { zValidator } from "@hono/zod-validator";
import { z } from "zod";
import { db } from "../../db";
import { products as productTable } from "../../db/schema/products";

const productSchema = z.object({
  id: z.number().int().positive().min(1),
  productName: z.string().min(2).max(255),
  description: z.string().max(255).optional(),
  price: z.string(),
  categoryID: z.number().int().positive().min(1),
  availability: z.number().int(),
  image: z.string().optional()
});

type Products = z.infer<typeof productSchema>;
const createPostSchema = productSchema.omit({ id: true });

export const productsRoute = new Hono()
  .get("/", async (c) => {
    const products = await db.select().from(productTable);
    return c.json({ products: products });
  })
  ...
```

Listing 5: API-Endpunkte für die Produktverwaltung, Quelle: Eigene Darstellung

In diesem Code-Ausschnitt wird die Produktroute zum Abfragen aller Produkte definiert. Die Route verwendet Zod zur Validierung der Daten und Drizzle ORM zur Kommunikation mit der Datenbank, um Produkte abzufragen.

3. Zod Datenvalidierung API:

Zod wird zur Validierung der eingehenden Daten in den API-Anfragen verwendet. Dies stellt sicher, dass die Datenstruktur korrekt und vollständig ist, bevor sie weiterverarbeitet wird. Wie in der obigen Abbildung gezeigt, wird ein Zod-Schema für die Produktvalidierung definiert und in den API-Endpunkten verwendet.

Diese Endpunkte und APIs stellen sicher, dass alle wesentlichen Funktionen eines Webshops, wie Benutzerverwaltung, Produktverwaltung, Bestellabwicklung und Datenvalidierung, abgedeckt sind. Die Kombination der genannten Technologien sorgt für eine performante, sichere und gut wartbare Anwendung.

5 Authentifizierung und Benutzerverwaltung

5.1 Verbindung und Handhabung der Authentifizierung

Die Handhabung der Authentifizierung und Benutzerverwaltung findet hauptsächlich in den Kinde Auth API-Endpunkten statt. Die Datei „kinde.ts“ konfiguriert mithilfe des Kinde-Clients die Authentifizierung und Autorisierung des Benutzers. Dabei wird der sessionManager aufgerufen und solange die Session gültig ist, wird der Benutzer authentifiziert und muss sich nicht erneut anmelden. Dies geschieht durch den Einsatz von Cookies, die die Session-ID speichern und bei jeder Anfrage an den Server übermitteln.

```

// kinde.ts
// Client for authorization code flow
export const kindeClient = createKindeServerClient(
  GrantType.AUTHORIZATION_CODE,
  {
    authDomain: process.env.KINDE_DOMAIN!,
    clientId: process.env.KINDE_CLIENT_ID!,
    clientSecret: process.env.KINDE_CLIENT_SECRET!,
    redirectURL: process.env.KINDE_REDIRECT_URI!,
    logoutRedirectURL: process.env.KINDE_LOGOUT_REDIRECT_URI!,
  }
);

export interface CustomSessionManager {
  getSessionItem(key: string): Promise<string | null>;
  setSessionItem(key: string, value: string): Promise<void>;
  removeSessionItem(key: string): Promise<void>;
  destroySession(): Promise<void>;
}

let store: Record<string, unknown> = {};

export const sessionManager = (c: Context): SessionManager => ({
  async getSessionItem(key: string) {
    const result = getCookie(c, key);
    return result;
  },
  async setSessionItem(key: string, value: unknown) {
    const cookieOptions = {
      httpOnly: true,
      secure: true,
      sameSite: "Lax",
    } as const;
    if (typeof value === "string") {
      setCookie(c, key, value, cookieOptions);
    } else {
      setCookie(c, key, JSON.stringify(value), cookieOptions);
    }
  },
  async removeSessionItem(key: string) {
    deleteCookie(c, key);
  },
  async destroySession() {
    ["id_token", "access_token", "user", "refresh_token"].forEach((key) => {
      deleteCookie(c, key);
    });
  },
});

```

Listing 6: Konfiguration der Kinde Auth-Client und Session-Manager, Quelle: Eigene Darstellung

Um die Benutzer zu authentifizieren, existiert eine `getUser-Middleware`, die die Benutzerdaten aus der Kinde Auth API abrufen und in den API-Endpunkten verwendet wird. Die `getUser-Middleware` wird in den API-Endpunkten aufgerufen, um die Benutzerdaten abzurufen und zu überprüfen, ob der Benutzer authentifiziert ist. Falls dies nicht der Fall ist, wird eine „Unauthorized“-Fehlermeldung zurückgegeben.

```
// auth.ts
type Env = {
  Variables: {
    user: UserType;
  };
};

export const getUser = createMiddleware<Env>(async (c, next) => {
  try {
    const manager = sessionManager(c);
    const isAuthenticated = await kindeClient.isAuthenticated(manager); // Boolean: true
    or false

    if (!isAuthenticated) {
      return c.json({ error: "Unauthorized" }, 401);
    }
    const user = await kindeClient.getUserProfile(manager);
    c.set("user", user);
    await next();
  } catch (e) {
    console.error(e);
    return c.json({ error: "Unauthorized" }, 401);
  }
});
```

Listing 7: `getUser-Middleware` zur Benutzerauthentifizierung, Quelle: Eigene Darstellung

5.2 Authentifizierung und Autorisierung

Die Authentifizierung und Autorisierung erfolgt über die „auth.ts“ Datei, dabei werden Routen definiert, welche die Benutzer zur Anmeldung, Registrierung, Account-Verwaltung und Abmeldung führen. Dabei wird überprüft ob der Benutzer bereits angemeldet ist und falls nicht, wird er aufgefordert sich anzumelden.

```
// auth.ts
import { Hono } from "hono";
import { kindeClient, sessionManager } from "../kinde";
import { getUser } from "../kinde";

export const authRoute = new Hono()
  .get("/login", async (c) => {
    const loginUrl = await kindeClient.login(sessionManager(c));
    return c.redirect(loginUrl.toString());
  })
  .get("/register", async (c) => {
    const registerUrl = await kindeClient.register(sessionManager(c));
    return c.redirect(registerUrl.toString());
  })
  .get("/callback", async (c) => {
    const url = new URL(c.req.url);
    await kindeClient.handleRedirectToApp(sessionManager(c), url);
    return c.redirect("/");
  })
  .get("/logout", async (c) => {
    const logoutUrl = await kindeClient.logout(sessionManager(c));
    return c.redirect(logoutUrl.toString());
  })
  .get("/me", getUser, async (c) => {
    const user = c.var.user;
    return c.json({ user });
  });
```

Listing 8: API-Endpunkte für die Benutzer-Authentifizierung und -Autorisierung, Quelle: Eigene Darstellung

5.3 Verwaltung der Adminrechte

Die Verwaltung der Adminrechte erfolgt über die Benutzerrollen, die in der Kinde Auth API definiert sind. Dabei wird überprüft, ob der Benutzer die erforderlichen Berechtigungen hat, um auf bestimmte Ressourcen zuzugreifen. Die Benutzerrollen werden in der Kinde Auth API definiert und können für verschiedene Benutzergruppen, wie Administratoren, Moderatoren und Benutzer, konfiguriert werden. Dabei wurde für bestimmte Benutzer eine Admin-Rolle erstellt, um auf bestimmte Ressourcen zuzugreifen.

```

// admin.ts
// Middleware zur Berechtigungsprüfung
const checkIsAdmin = async (c: Context, next: Next) => {
  try {
    const manager = sessionManager(c);
    const isAuthenticated = await kindeClient.isAuthenticated(manager);
    if (!isAuthenticated) {
      return c.json({ error: "Unauthorized" }, 401);
    }
    const permissions = await kindeClient.getPermissions(manager);
    console.log("User Permissions:", permissions);
    const hasPermission = permissions.permissions.some(
      (perm: string) => perm === "isadmin"
    );
    console.log("Has permission:", hasPermission);
    if (!hasPermission) {
      return c.json({ error: "Forbidden" }, 403);
    }
    await next();
  } catch (error) {
    console.error("Error checking permission:", error);
    return c.json({ error: "Internal Server Error" }, 500);
  }
};
export { checkIsAdmin };

```

Listing 9: Middleware zur Berechtigungsprüfung für Adminrechte, Quelle: Eigener Code

Hier wird überprüft, ob der jeweilige Benutzer die erforderlichen Berechtigungen hat (ob „is-admin“ wahr ist oder nicht), um auf bestimmte Ressourcen zuzugreifen. Falls der Benutzer nicht über die erforderlichen Berechtigungen verfügt, wird eine „Forbidden“-Fehlermeldung zurückgegeben.

Im folgenden Code-Ausschnitt wird die Middleware `checkIsAdmin` verwendet, um die Berechtigungen des Benutzers zu überprüfen und sicherzustellen, dass der Benutzer über die erforderlichen Berechtigungen verfügt, um auf die Ressourcen zuzugreifen. Falls der Benutzer beziehungsweise der Admin, erfolgreich Autorisiert wurde, wird der Zugriff auf die Ressourcen gewährt und der Admin kann wie im Code-Ausschnitt gezeigt, auf die Benutzerdaten zugreifen.

```

// admin.ts
adminRoute
.use(checkIsAdmin)
.get("/users", async (c) => {
  try {
    const accessToken = process.env.access_token;

    console.log("Access Token:", accessToken);
    const headers = {
      Accept: "application/json",
      Authorization: "Bearer ${accessToken}",
    };
    console.log("Headers:", headers);

    const response = await fetch("https://webshop.kinde.com/api/v1/users", {
      method: "GET",
      headers: headers,
    });
    console.log("Response:", response);
  }
}
)

```

Listing 10: Ausschnitt des API-Endpunktes für die Verwaltung der Benutzer,

Quelle: Eigener Code

Neben dem Zugriff auf die Benutzerdaten, welche die CRUD-Operationen beinhalten, kann der Admin auch auf die Bestellungen, Produkte und Produktkategorien zugreifen. Dabei wird überprüft, ob der Benutzer die erforderlichen Berechtigungen hat, um auf die Ressourcen zuzugreifen. Falls der Benutzer nicht über die erforderlichen Berechtigungen verfügt, wird eine „Forbidden“-Fehlermeldung zurückgegeben.

6 Frontend Technologieauswahl

In diesem Abschnitt wird der Entwurf des Frontend-Systems beschrieben. Hier soll ein detaillierter Überblick über die Frontend-Technologieauswahl gegeben werden. Anschließend soll die Frontend-Architektur für die Entwicklung des Webshops aufgezeigt werden. Dazu gehören Übergangsdiagramme der Webseite, Wireframes der unterschiedlichen Seiten, und unterschiedliche Prototypen des visuellen Designs und Designschemas.

6.1 Frontend-Framework

Die Anzahl an verfügbaren Web Frameworks sowohl für die Entwicklung von Frontend als auch Backend Applikationen wächst stetig an. Die folgende Abbildung zeigt einen Ausschnitt aus einer StackOverflow-Studie, welche die am meisten genutzten Frontend-Frameworks vergleicht.

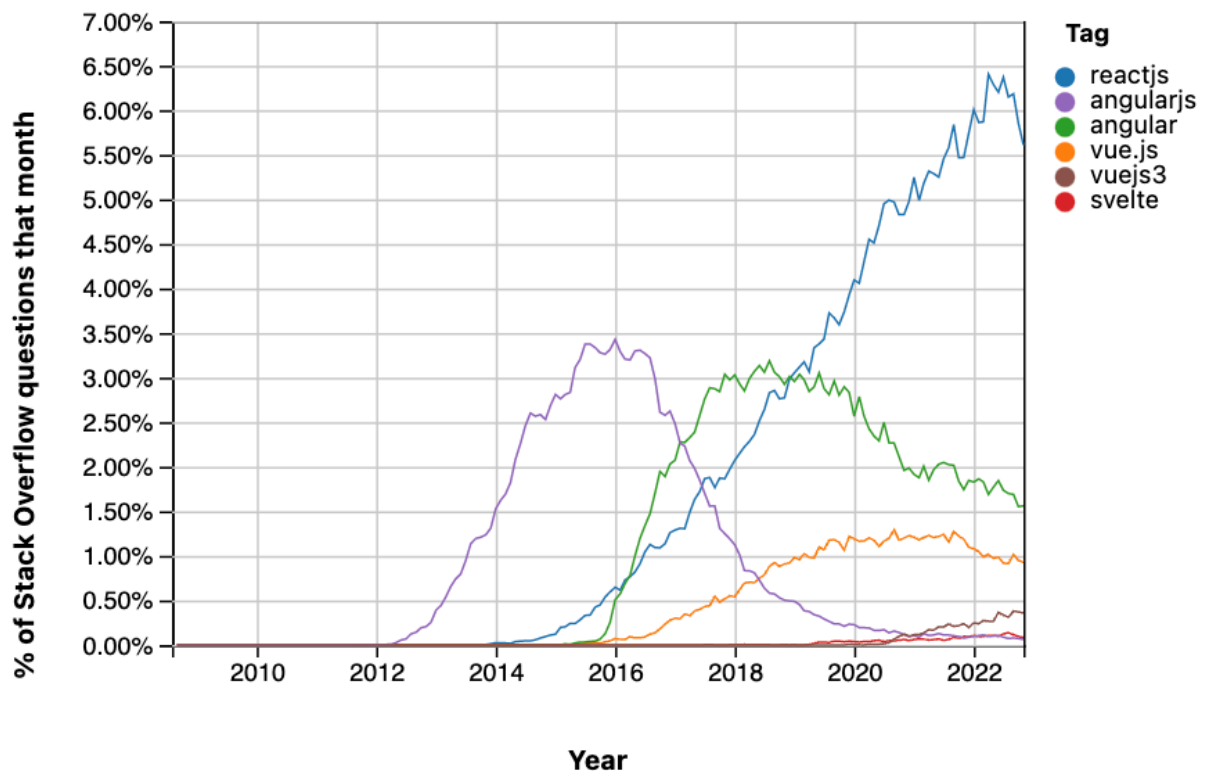


Abbildung 10: Frontend-Frameworks mit den meisten Fragen auf Stack Overflow. Quelle: GitHub | Tanguy Krotoff

Im folgenden Abschnitt werden die populärsten Frameworks kurz beleuchtet und einige Vor- und Nachteile bezüglich der Anwendung in einem Webshop-Projekt evaluiert.

6.1.1 React

React, entwickelt von Facebook in 2013, ist das beliebteste Frontend-Framework. Es ist weit verbreitet und auch in vielen Stellenausschreibungen für Frontend-Entwickler vertreten. Ausschlaggebend ist für viele Entwickler dabei die große React-Community, die durch die große Popularität des Frameworks Tutorials und Bibliotheken für zahlreiche Anwendungsfälle ermöglicht. React ist im Kern ein sehr minimales Framework. Das bedeutet, dass sehr viele Aufgaben wie Routing von Open-Source Third-Party Bibliotheken übernommen werden. React ermöglicht es, dynamische und komplexe Nutzer-Interfaces zu erstellen, und ist dabei durch sein Virtual DOM schneller darin Webanwendungen zu erstellen.

6.1.2 Angular

Angular, entwickelt und verwendet von Google, ist ebenfalls ein sehr populäres Frontend-Framework. Es verwendet das reguläre DOM-Modell, TypeScript als Programmiersprache und Testing über das Jasmine Testing Framework. Zusätzlich bietet Angular auch offizielle Bibliotheken für Routing, Animationen und Server Side Rendering. Allerdings hat Angular auch eine hohe Lernkurve, da es relativ fest vorschreibt wie ein Projekt zu organisieren und strukturieren ist. Dadurch sinkt die Flexibilität eines Angular Projektes. Durch seine feine Strukturierung ist Angular sehr gut geeignet für größere Projekte mit größeren Teams, während für kleinere Projekte mit 1-2 Entwicklern die komplexe Struktur eher ungeeignet ist. Nach React ist Angular das am zweitmeiste heruntergeladene Framework auf npm.

6.1.3 Vue.js

Vue.js ist ein von Evan You unabhängig entwickelt und gewartetes Framework. Es hat Ähnlichkeiten zu Angular, ist aber zugänglicher für einzelne Entwickler und kleinere Projekte. Vue besitzt offizielle Packages für Routing und State Management und stützt sich in weiteren Funktionen auf ein großes Ökosystem an Third-Party Kontributionen. Seine Popularität ist auf dem gleichen Niveau wie Angular, mit einer ähnlichen Anzahl an npm-Downloads pro Monat. Vue sticht auch durch sein Nutzerfreundliches CLI hervor, welches den Entwickler über eine Browser-GUI durch die Erstellung eines Projektes leitet.

6.1.4 Svelte

Svelte, entwickelt von Rich Harris, ist ein aufstrebendes Frontend-Framework, das sich durch eine individuelle Herangehensweise an die Webentwicklung von anderen Frameworks absetzt. Im Gegensatz zu React, Angular und Vue, die zur Laufzeit im Browser arbeiten, kompiliert Svelte den Code zur Built-Zeit in imperativen Code, der die DOM direkt aktualisiert.

Dies führt zu schnelleren Ladezeiten und besserer Performance. Durch den integrierten Hot-Module-Replacement-Entwicklungs-Server können trotzdem Live-Änderungen im Browser aktualisiert werden. Svelte bietet keine offiziellen Bibliotheken für Funktionen wie Routing oder State Management, diese werden von Community-Lösungen übernommen. Svelte hat aber eine deutlich kleinere Community und somit auch weniger Third-Party Bibliotheken als React, Angular und Vue. Svelte hat auch eine relativ flexible Projektstruktur und eine flachere Lernkurve im Vergleich zu den größeren und umfangreicheren Frameworks. Svelte kam auch in einer StackOverflow-Umfrage zu den Vorlieben bei der Entwicklung mit unterschiedlichen Frameworks auf den ersten Platz, wobei über 70% aller Entwickler zugegeben haben gerne mit Svelte zu arbeiten.

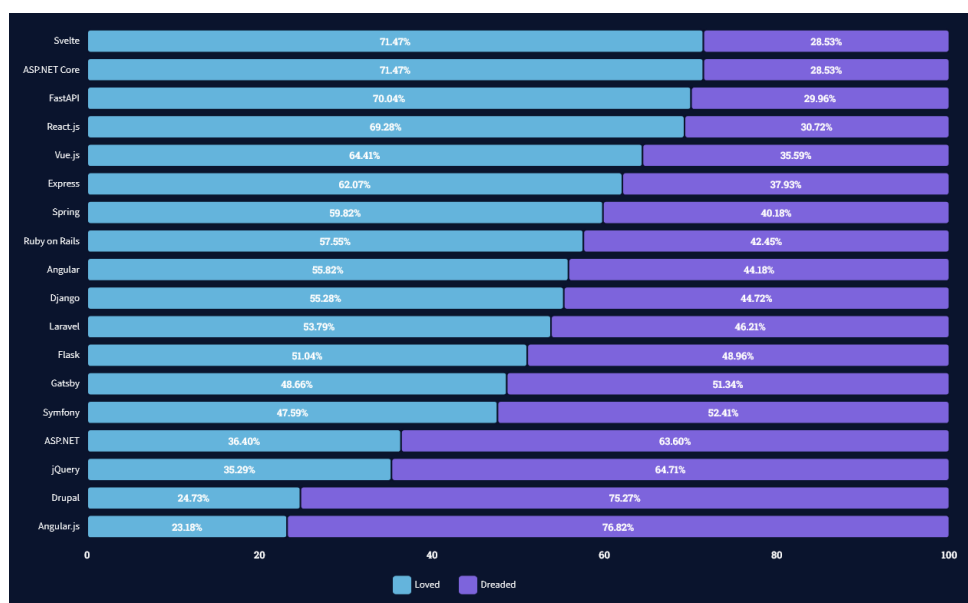


Abbildung 11: Ergebnisse einer Stack Overflow-Umfrage zum Thema, mit welchem Framework am liebsten gearbeitet wird. Quelle: Stack Overflow Annual Developer Survey 2021

6.1.5 Vergleich der Frameworks anhand fester Kriterien

Um ein Framework auszuwählen wurden folgende Faktoren in die Entscheidung einbezogen:

- Entwicklungsaufwand und Lernkurve
- Developer Experience
- Community-Support
- Eignung für kleinere bis mittlere Projektgrößen

Framework	Support	Lernkurve	Eignung
React	Große Anzahl an Community-Lösun-	Relativ steile Lernkurve für Neulin-	Für jede Projektgröße geeignet

Framework	Support	Lernkurve	Eignung
	gen und Support verfügbar	ge, guter Einstieg für Entwickler mit Web-Dev-Erfahrung	
Angular	Eingebaute Lösungen für viele gängige Anforderungen	Sehr steile Lernkurve mit strikter Projektstruktur.	Eher für größere Projekte und Teams geeignet
Vue.js	Offizielle Packages für gängige Anforderungen und angemessenes Ökosystem an Third-Party Bibliotheken und Support	Relativ flache Lernkurve	Für einzelne Entwickler gut geeignet
Svelte	Geringe Anzahl and Ressourcen	Relativ flache Lernkurve	Für einzelne Entwickler gut geeignet

Quelle: [4]

6.1.6 Auswahl

Für die Entwicklung des Webshops wird das **React-Framework** gewählt, da es sich für jede Projektgröße eignet und somit auch für ein kleines Team von 1-2 Entwicklern geeignet ist. React sticht vor allem durch die große und aktive Community heraus, was bedeutet dass problemlos Tutorials, Forenbeiträge, Bibliotheken und Tools zu jedem Problem gefunden werden können, was den Entwicklungsaufwand und die Developer Experience maßgeblich verbessert.

6.2 CSS-Framework

Für das Projekt wird ein CSS-Framework und kein blankes CSS verwendet, da es für ein React-Projekt zahlreiche Vorteile bietet. Ein CSS-Framework wie z.B. **Bootstrap** [5] oder **Tailwind CSS** [6] stellt eine Sammlung vorgefertigter Stile und Komponenten bereit, die die Entwicklungszeit erheblich verkürzen. Außerdem ermöglicht CSS Framework das Einhalten eines einheitlichen Stils, was zu einem konsistenten „Look and Feel“ der Webseite über ver-

schiedene Seiten hinweg führt. So wird Nutzern das Navigieren erleichtert. Zusätzlich haben CSS-Frameworks oft eingebaute Methoden um Responsive Design zu ermöglichen, also die korrekte Darstellung der Komponenten auf unterschiedlichen Bildschirmgrößen, ohne das zusätzlicher Entwicklungsaufwand entsteht. [7]

6.2.1 Tailwind CSS

Tailwind CSS hebt sich von anderen CSS-Frameworks insofern ab, dass es keine vordefinierten Komponenten bereitstellt, welche eine gewisse Richtung vorgeben würden. Stattdessen bietet Tailwind CSS eine Sammlung von niedrigstufigen Utility-Klassen, die dem Entwickler die Möglichkeit geben selbst eigene Designs zu entwerfen ohne sich dabei groß mit dem hinterliegenden CSS auseinandersetzen zu müssen.

In der State of CSS Studie 2023 sticht Tailwind CSS als der Vorreiter in der Developer Experience heraus, mit einer deutlichen Mehrheit in Entwicklern die mit Tailwind CSS arbeiten und es weiterhin nutzen würden

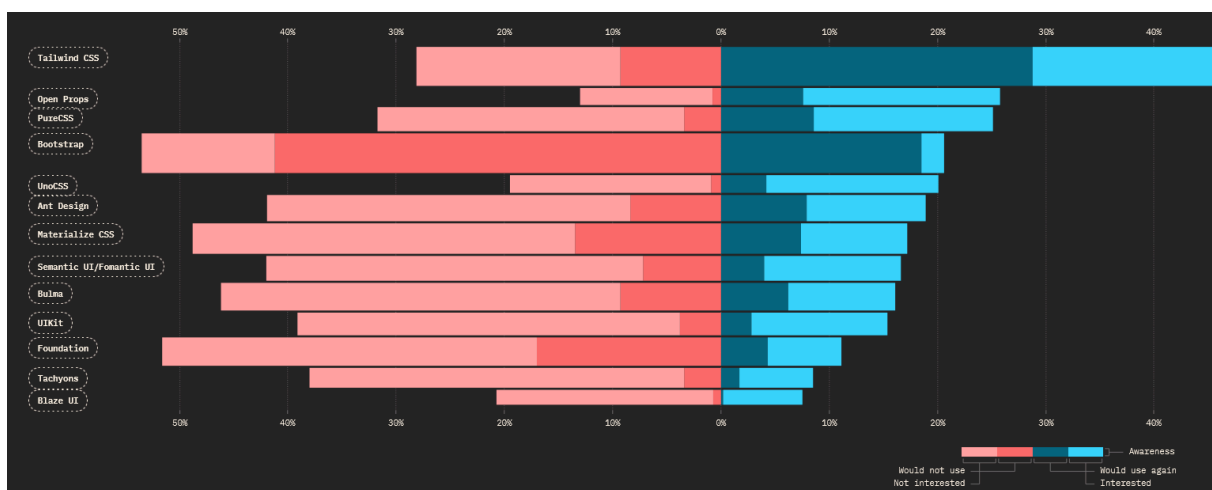


Abbildung 12: Ergebnisse einer Studie zum Thema, mit welchem CSS-Framework am liebsten gearbeitet wird. Quelle: State of CSS 2023

Tailwind CSS wird verwendet, indem für jeden HTML-Komponenten ein Attribut „className“ verwendet wird. Im className-Attribut werden dann die Stilierungs-Optionen von Tailwind in beliebiger Reihenfolge gelistet. Diese können angepasst werden um das Desing des Komponenten im Browser zu verändern.

```
<footer className="bg-white w-full py-4 shadow-md mt-4">
```

Listing 11: Stilisierung eines Footer-Komponenten durch Tailwind CSS, Quelle: Eigene Darstellung

6.3 Building Tool: Vite

In der modernen Webentwicklung spielen Build-Tools eine entscheidende Rolle bei der Optimierung und Automatisierung des Entwicklungsprozesses. Diese Werkzeuge helfen Entwicklern dabei, den Code zu bündeln, zu komprimieren und zu transformieren.

Vite ist ein Frontend Building Tool, „das ein schnelleres und schlankeres Entwicklungserlebnis für moderne Webprojekte bieten soll“ [8]. Vite besteht aus zwei Komponenten:

- Einem Entwicklerserver, der unterschiedliche Features über native ES-Module bietet, wie z.B. schnelles Hot Module Replacement
- Ein Build-Befehl, der den JavaScript Modulbundler rollup.js verwendet, um hochoptimierte statische Assets für die Produktion zu produzieren

Vite wurde ursprünglich für Vue.js entwickelt, unterstützt aber inzwischen eine Vielzahl von Frontend-Frameworks, einschließlich React. Dazu muss lediglich das Projekt mit dem Vite-Command erstellt werden:

```
bun create vite webshop-app --template react
```

Listing 12: Erstellen eines Webshop-Projektes mit Vite und React über Bun, Quelle: Eigene Darstellung

7 Frontend Designentscheidungen

Für das Frontend mussten unterschiedliche Designentscheidungen getroffen werden.

- Der Aufbau der Webseite und die Routing-Optionen
- Aufbau der unterschiedlichen Seiten
- Corporate Design des Webshops

Für den Aufbau der Webseite und den Routing-Optionen wird ein Routing-Diagramm erstellt. Für den Aufbau der unterschiedlichen Seiten des Webshops verwenden wir mehrere Wireframes, die die wichtigen Unterseiten darstellen. Für das Corporate Design wird eine Farbpalette und ein Logo gewählt, mit welcher dann eine Seite beispielhaft als Prototyp entworfen wird.

7.1 Routing der Webseite

Die Webseite benötigt für die Erfüllung der geforderten Funktionalitäten folgende Seiten:

- Startseite
- Anmelde- / Registrierungsbereich
- Waren-Browser mit Suchfunktion
- Einzelne Seite für jedes Produkt mit Details
- Warenkorb
- Checkout und Bestellung
- Benutzerprofil mit vergangenen Bestellungen
- Administratorbereich mit Kontrolle über Benutzerkonten und Produktstand

Eine Sitemap dafür könnte wie folgt aussehen:

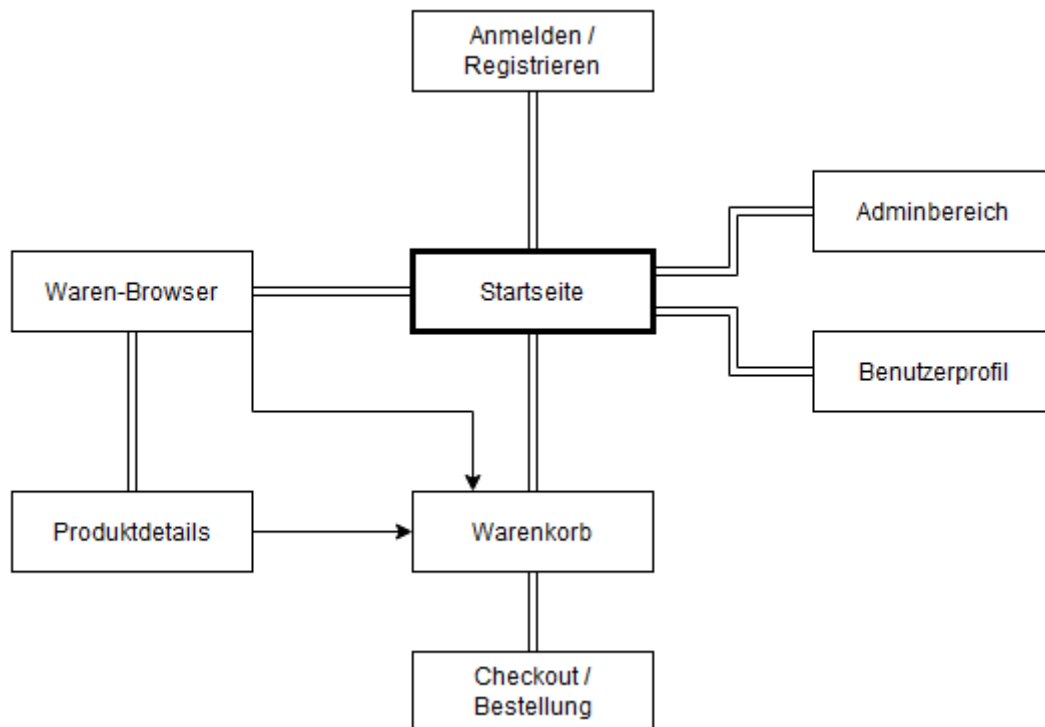


Abbildung 13: Navigationsdiagramm des Webshops, Quelle: Eigene Darstellung

Einzelne Striche bedeuten hier einseitige Navigation, doppelte Striche stellen Navigation in beide Richtungen dar. Die Startseite fungiert als zentraler Einstiegspunkt und als Wurzel aller Routen. Über eine Navigationsbar sollen direkt von der Startseite aus der Login/Register-Bereich (welcher über das Backend nach Kinde weitergeleitet wird, deshalb also nicht Teil des Frontend-Designs ist), das Benutzerprofil (inkl. Admin-Bereich für Administratoren), der Warenkorb und der Warenbrowser (inkl. Suchfunktion) über eine zentrale Navigationsleiste erreichbar sein. Unterpunkte wie einzelne Produktseiten und der Checkout-Bereich sind dann aus den ihnen zugehörigen Oberbereichen aufrufbar. Das Routing-Diagramm sieht wie folgt aus:

7.2 Wireframing

Als nächster Schritt wurden Wireframes für die unterschiedlichen Seiten der Webseite entworfen. Diese enthalten nur die grobe Struktur der Seite und können sich im Entwicklungsprozess verändern. Es soll lediglich ein Grundriss sein, welche Elemente verfügbar sein sollen.

Das Grundprinzip jeder Seite soll wie folgt aufgebaut sein:

- Eine Navigationsleiste mit wichtigen Icons und einer Suchleiste am oberen Ende der Seite
- Seiteninhalt in der Mitte der Seite
- Ein Fußzeile mit Kontaktdaten und wichtigen Links zu z.B. Social-Media Pages des Webshops

7.2.1 Startseite / Landing Page

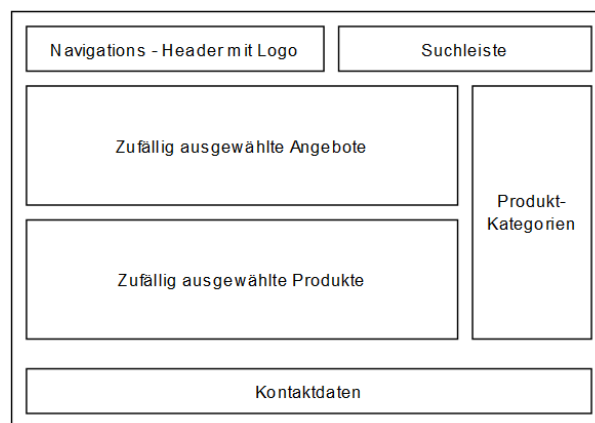


Abbildung 14: Wireframe der Startseite des Webshops, Quelle: Eigene Darstellung

Die Startseite folgt dem Standard-Design des Webshops. Der Seiteninhalt besteht aus zwei Reihen an Produkten: Eine Reihe mit zufällig ausgewählten Angeboten, und eine Reihe mit zufällig ausgewählten Standardprodukten. Diese sollen den Nutzer bereits beim Betreten der Seite Möglichkeiten geben die Produktauswahl einzuschätzen und dazu verleiten auf eines der Produkte zu klicken. An der rechten Seite soll sich zusätzlich eine Leiste mit Produktkategorien befinden. Damit soll der Produktbrowser geöffnet werden, welcher dann nur Produkte einer bestimmten Kategorie anzeigt.

Diese Anordnung an Komponenten sorgt für zwei Effekte:

- Der Nutzer hat sofort einen Überblick über die verfügbaren Produkte und Produktkategorien
- Der Nutzer wird direkt gereizt, sich einige ausgewählte Produkte näher anzuschauen und diese gegebenenfalls in den Warenkorb zu legen

Somit wird die Kundenbindung und der Umsatz des Webshops möglicherweise bereits durch das Design der Startseite gesteigert.

7.2.2 Waren Browser

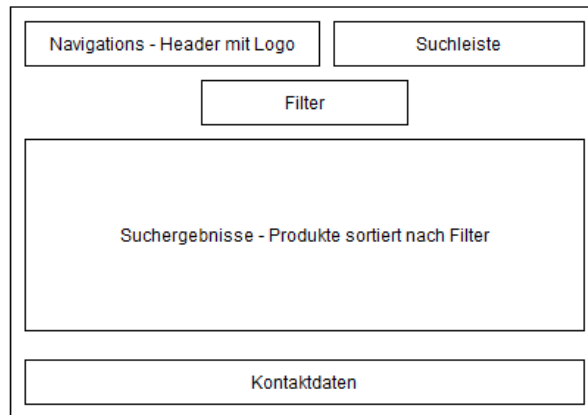


Abbildung 15: Wireframe des Produkt-Browsers des Webshops, Quelle: Eigene Darstellung

Der Produktbrowser folgt ebenfalls dem Standard-Design. Die Suchleiste der Navigationsleiste wird auch im Warenbrowser verwendet um nach Artikeln zu suchen. Die Suchergebnisse sollen in der Mitte der Seite angezeigt und aufgelistet werden. Jedes Produkt soll dabei eine klickbare Fläche darstellen, auf dem Name, Beschreibung und Preis des Produktes zu sehen sind. So wird der Nutzer direkt mit den wichtigsten Informationen zu jedem Produkt versorgt bevor es überhaupt angeklickt wird. Für den zusätzlichen Nutzerkomfort soll sich über den Produkten eine Filterleiste befinden. Hier kann der Nutzer die Produkte z.B. alphabetisch, nach Preis, oder nach verfügbarer Anzahl sortieren.

7.2.3 Produktdetails

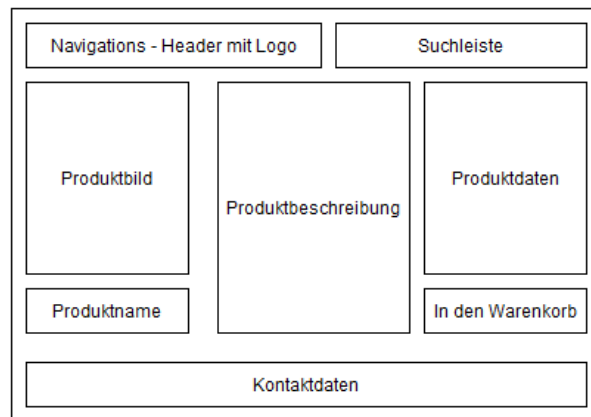


Abbildung 16: Wireframe einer Produktseite des Webshops, Quelle: Eigene Darstellung

Die Produktdetails werden angezeigt, nachdem der Nutzer auf eines der Produkte im Warenkorb geklickt hat. Produkte im Webshop haben jeweils folgende Daten:

- Einen Produktnamen
- Ein Produktbild (optional)
- Eine produktbeschreibung (optional)
- Einen Bestand (wie viele Produkte sind verfügbar)

Das Produktbild wird, falls verfügbar, auf dieser Seite gerendert. Über den Button „In den Warenkorb“ soll der Artikel direkt in den Warenkorb des Benutzers gelegt werden. Zusätzlich soll hier ein kleines Pop-Up Fenster erscheinen, welches die Aktion bestätigt.

7.2.4 Warenkorb

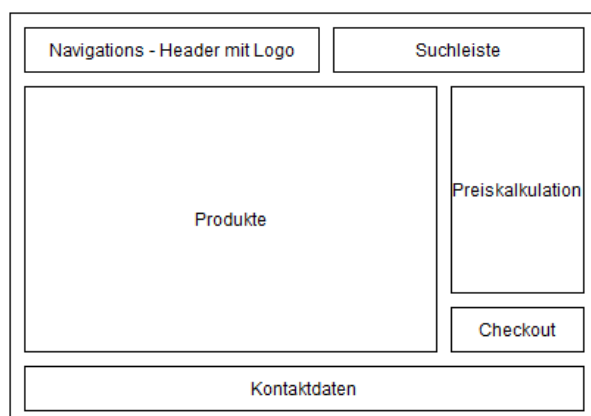


Abbildung 17: Wireframe des Warenkorbs des Webshops, Quelle: Eigene Darstellung

Der Warenkorb soll dem Nutzer einerseits zeigen, welche Produkte sich gerade im Warenkorb befinden, und gleichzeitig die Möglichkeit geben diese daraus wieder zu entfernen. Zusätzlich soll sich im Warenkorb eine Preiskalkulation befinden. Diese summiert die Preise der ausgewählten Produkte und zeigt dem Nutzer an, welcher Endpreis zu bezahlen ist.

7.2.5 Checkout

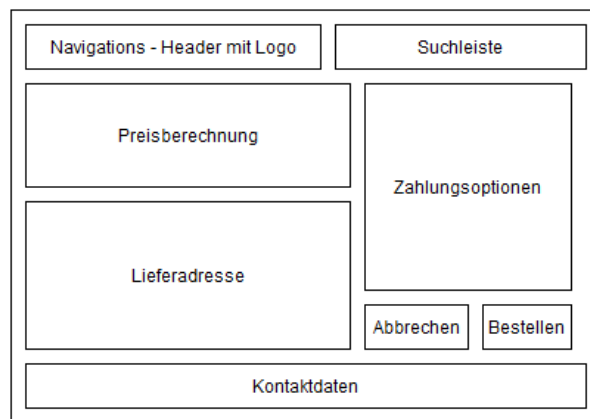


Abbildung 18: Wireframe des Checkout-Bildschirms des Webshops, Quelle: Eigene Darstellung

Der Checkout-Prozess ist der letzte Schritt vor dem Abschluss des Kaufs und umfasst mehrere wichtige Komponenten, die dem Nutzer eine reibungslose und transparente Abwicklung ermöglichen:

- **Preisberechnung:** Zeigt eine detaillierte Aufschlüsselung der Gesamtkosten inklusive Steuern und Versandkosten
- **Lieferadresse:** Ermöglicht dem Nutzer, die Lieferadresse einzugeben oder zu ändern
- **Zahlungsoptionen:** Bietet dem Nutzer verschiedene Zahlungsmethoden zur Auswahl
- **Buttons für Bestellen und Abbrechen:** Ermöglichen dem Nutzer, den Kauf abzuschließen oder den Vorgang abubrechen

Zusätzlich sind auch hier die Standards vorhanden wie Kontaktdaten und eine Navigationsleiste.

7.2.6 Benutzerprofil

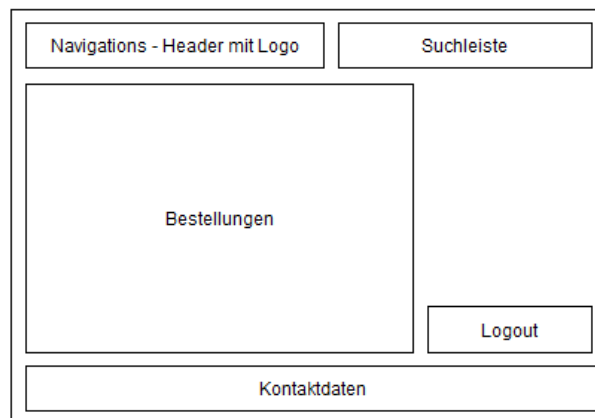


Abbildung 19: Wireframe des Benutzerprofils des Webshops, Quelle: Eigene Darstellung

Das Benutzerprofil listet die vergangenen Bestellungen des Benutzers auf, und soll dem Nutzer gleichzeitig die Möglichkeit geben, sich aus dem Account auszuloggen. Die Bestellungen werden als Liste dargestellt, mit einem Klick auf ein Element der Liste soll dann ein kleines Fenster geöffnet werden, welches die Details der Bestellung für den Nutzer darstellt. Dazu gehören:

- Die Produkte in der Bestellung und deren Preis
- Der Gesamtpreis der Bestellung
- Die Lieferadresse der Bestellung
- Das Datum der Bestellung

So kann der Nutzer bequem alle Details zu den vergangenen Bestellungen nachschauen.

7.2.7 Admin-Bereich

Der Admin-Bereich ist für den Webshop-Kunden unsichtbar, muss aber trotzdem eine effiziente Nutzung gewährleisten. Der Nutzer ist hierbei nicht der Webshop-Kunde sondern der Administrator des Webshops, welcher z.B. ein Beauftragter des Webshop-Unternehmens sein kann, der ein geringes technisches Verständnis hat. So muss auch der Admin-Bereich benutzerfreundlich sein. Der Administratorbereich soll über einen Klick auf die „Admin“-Schaltfläche der Navigationsleiste erreichbar sein. Diese Schaltfläche soll nur für verifizierte Administratoren nutzbar sein, und auch die beiden folgenden Seiten sollen nur diesen zugänglich sein.

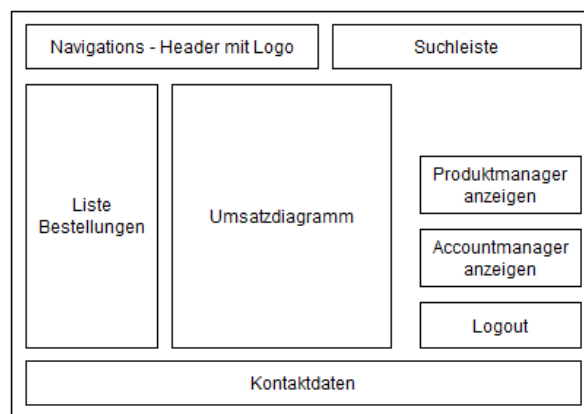


Abbildung 20: Wireframe des Adminbereiches für eine Übersicht des Webshops, Quelle: Eigene Darstellung

Das Dashboard des Adminbereichs zeigt eine Liste der vergangenen Bestellungen an, sowie ein Umsatzdiagramm, das den Umsatz des Webshops über die letzten Tage visualisieren soll. Der Admin kann dann über zwei dedizierte Buttons entweder den Produktmanager oder den Accountmanager öffnen. Ebenfalls kann sich der Admin hier aus dem Administrator-Account ausloggen.

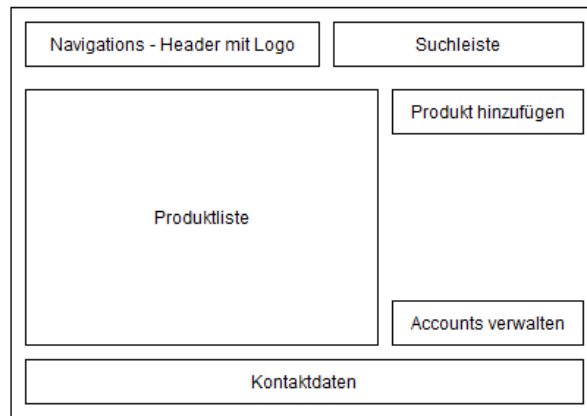


Abbildung 21: Wireframe des Adminbereiches für Produktmanagement des Webshops, Quelle: Eigene Darstellung

Der erste Unterteil des Adminbereiches ist für das Management von Produkten des Webshops zuständig. Der Admin kann durch eine Produktliste nach bestimmten Produkten suchen und diese aus dem Sortiment des Webshops löschen bzw. deren Lagerstand anpassen. Zusätzlich kann der Administrator durch den Button „Produkt hinzufügen“ ein neues Produkt mit Name, Preis, Beschreibung, Bild und Lagerbestand dem Webshop hinzufügen. Ein Button für das Zurückkehren zum Admin-Dashboard ist ebenfalls verfügbar.

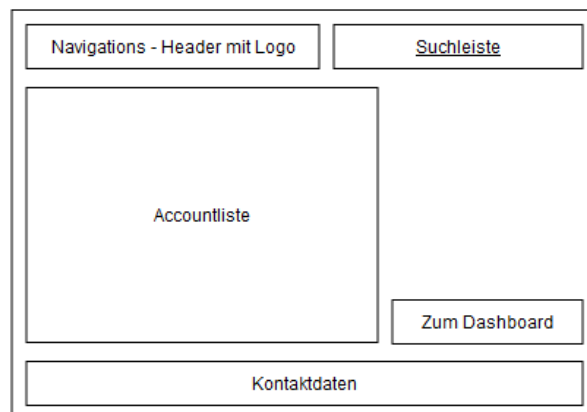


Abbildung 22: Wireframe des Adminbereiches für Accountmanagement des Webshops, Quelle: Eigene Darstellung

Der zweite Unterteil des Adminbereiches ist für das Management von Accounts von Kunden des Webshops zuständig. Dem Admin wird eine Liste von allen Accounts präsentiert. Diese Accounts können dann über diese Liste gelöscht werden. Eine Rückkehr zum Dashboard ist auch hier über einen Button möglich.

7.3 Corporate Design

Ein Corporate Design stellt ein einheitliches Design eines Unternehmens dar, welches intern und extern verwendet wird. Jedes Corporate Design besteht aus drei Komponenten:

- **Markenidentität:** Eigenschaften, die über das Corporate Design in Bezug auf das Unternehmen vermittelt werden sollen
- **Basiselemente:** Logo und Farben
- **Anwendungen:** Orte, an denen das Corporate Design vermittelt wird, z.B. die Homepage oder Social Media

[9]

Diese drei Komponente sollen nun im Bezug auf den Webshop ermittelt werden.

7.3.1 Markenidentität

Wichtig für die Markenidentität ist, wofür die Marke stehen soll. Dabei soll die eigene Marke oft in drei Worten beschrieben werden. [10]

Für den Webshop soll eine Marke mit folgenden Stichworten entwickelt werden:

- **Modern:** Der Webshop soll so wirken, als ob er mit modernster Technologie modernste Produkte anbietet
- **Jung:** Der Webshop soll eine Zielgruppe von jungen Erwachsenen ansprechen
- **Unternehmerisch:** Der Webshop soll so wirken, als ob er von einem Team frischer und mutiger Unternehmer geleitet wird

Mit solchen Schlagworten können nun die Basiselemente des Webshops entwickelt werden.

7.3.2 Basiselemente

Die Basiselemente umfassen ein Logo und das Farbschema, das vom Team des Webshops verwendet werden soll. Da der Webshop bisher noch keinen Titel hat, soll hier auch ein potentieller Titel für das Unternehmen gewählt werden.

Für einen Titel sollte eine Kombination aus zwei kurzen Worten gewählt werden, die den Schlagworten der Markenidentität entsprechen. Für das Brainstorming wurde hier die Hilfe einer generativen KI in Bezug genommen, welche mit folgendem Prompt unterschiedliche Namen generiert hat:

Generiere Namen für ein Unternehmen, das einen Webshop betreibt. Die Namen sollen zu folgender Markenidentität passen: Modern, Jung, Unternehmerisch

Listing 14: Verwendeter Prompt, um mit Hilfe von generativer KI einen Namen für den Webshop zu finden

Dieser Prompt wurde mehreren KIs gestellt, darunter GPT-3.5, GPT-4o und GPT-4. Mögliche Titel die in Frage kamen sind die folgenden:

- NeoBazaar
- TrendFusion
- TrendVault
- UrbanPulse
- InnoTrade
- BrightLane

Es wurde sich für den Namen **TrendVault** entschieden, da dieser einen interessanten und modernen Klang hat, und noch von keinem Unternehmen genutzt wird. Neben dem Namen wird oft auch eine Tagline verwendet, ein kurzer Satz, der sozusagen der „Slogan“ des Unternehmens ist. Wiederum wurde generative KI herangezogen, um interessante Slogans zu kreieren.

Generiere Slogans für ein Unternehmen, das einen Webshop betreibt. Die Namen sollen zu folgender Markenidentität passen: Modern, Jung, Unternehmerisch

Listing 15: Verwendeter Prompt, um mit Hilfe von generativer KI einen Slogan für den Webshop zu finden

Mögliche Slogans die in Frage kommen wurden ausgewählt:

- All the Hot Stuff
- The Future of Shopping
- Redefine Shopping
- Where Modern Living Begins
- Young and Bold

Es wurde sich auf den Slogan **All The Hot Stuff** geeinigt. Dieser trägt junge und explosive Energie mit, und führt in Kombination zu dem Namen TrendVault dazu, dass das Unternehmen ein junges und modernes, und trotzdem unternehmerisches Image aufbauen kann.

Zusätzlich zu einem Namen und einer Tagline muss auch ein einprägsames Logo erstellt werden. Für das Design des Logos wurde der kostenlose Logo-Designer von FreeLogo Design verwendet [11]. Für das Logodesign wurden unterschiedliche Presets auf der Webseite in Kom-

bination mit dem Namen TrendVault und dem Slogan generiert und getestet. Folgende vier Presets wurden als finale Optionen herausgewählt:



Abbildung 23: Die vier finalen Logo-Designs mit unterschiedlichen Farbpaletten

Gleichzeitig wurde mit der Auswahl eines Logos auch die Farbpalette des Webshops ausgewählt. Die finale Entscheidung fiel hier auf das Logo unten rechts. Der Lieferwagen in Kombination mit dem kompletten Haus, in angenehm blauen Farben ergibt zusammen mit dem orangenen Kontrast ein ideales junges, modernes und unternehmerisches Bild eines Webshops, welcher trendige Produkte an junge Erwachsene verkauft. Das Farbschema soll also aus folgenden Farben bestehen:

- **Blaue** Komponente
- **Weiß** oder helle Hintergründe
- **Orange** Akzente und Highlights

7.3.3 Anwendungen

Damit das Corporate Design seine Wirkung auch erzielen kann, muss es angewendet werden. Dazu gehört die Auswahl der Elemente, die mit dem Corporate Design stilisiert werden. In dieser Studienarbeit wird nur ein Webshop entwickelt, weshalb keine weiteren externen Materialien wie Social Media Kanäle oder Werbematerial in das Corporate Design einbezogen werden müssen. Für den Webshop gelten folgende Designprinzipien, auf Grund des Corporate Designs:

- Die HNavigationsleiste und die Fußleiste sollen in einem gräulichen Blauton gehalten werden
- Der Hintergrund des Webshops soll in einer leicht weiß-grauen Farbe gehalten werden
- Buttons sollen je nach Funktionalität in Blau (Bestätigung / Weiter) oder Orange (Abbruch / Zurück) gehalten werden

Diese Designmerkmale und Prinzipien werden im nächsten Schritt verwendet um nichtfunktionale Prototypen der Webseite zu erstellen.

7.4 Prototypen

Es werden Prototypen für mehrere Seiten erstellt, um das Design und die Struktur des Webshops zu testen. Dafür wird statisches HTML verwendet, welches später dynamisch mit Elementen aus dem Backend des Webshops gefüllt wird.

7.4.1 Startseite und Navigationsleiste

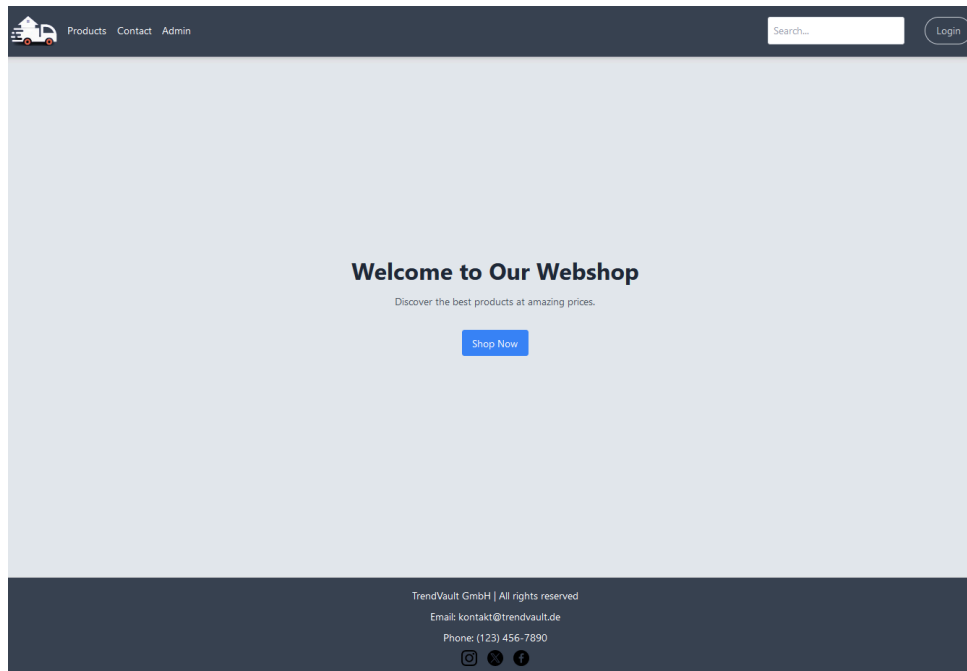


Abbildung 24: Der Prototyp der Startseite

Die Startseite, momentan noch ohne Funktionalität, zeigt wie die Navigationsleiste und die Fußleiste zum Corporate Design passen. Es werden gedämpfte blau-grau Töne für die Farbgestaltung der beiden Leisten verwendet. Der Link zur Startseite wird durch ein Bild des Logos ohne Hintergrund und Schrift realisiert, während der Einkaufswagen durch ein SVG-Icon eines Einkaufswagens dargestellt wird. Andere Links wie z.B. der Produktbrowser oder eine Kontaktseite mit wichtigen Informationen, sowie der Adminbereich können über Textmenüs aufgerufen werden. Die Fußzeile enthält Kontaktinformationen, den Namen des Unternehmens, sowie Links zu fiktiven Social-Media Seiten des Unternehmens. Als Beispiele wurden hier die Plattformen Instagram, X (ehemals Twitter), und Facebook genommen, deren Logos in Schwarz-Weiß Versionen als Links fungieren um den unteren Bildschirmrand nicht mit Text zu überladen.

Sobald sich der Nutzer einloggt soll sich das Aussehen der Navigationsleiste leicht ändern. Dazu wurde ein weiterer Prototyp der Navigationsleiste entwickelt.

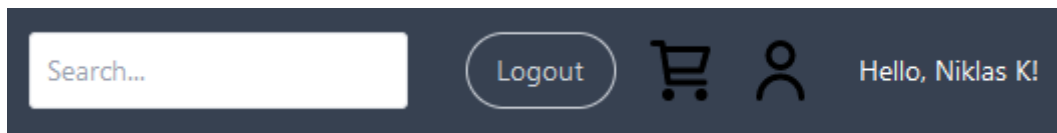


Abbildung 25: Rechter Teil der Navigationsleiste nach dem Einloggen

Ein eingeloggter Nutzer wird neben der Suchleiste nun einen Einkaufswagen und ein Nutzer-Icon sehen. Diese führen jeweils in den Einkaufswagen des Nutzers bzw. zu seinem Nutzerprofil. Der Login-Button wird hier durch einen Logout-Button ausgetauscht.

7.4.2 Produkt-Browser

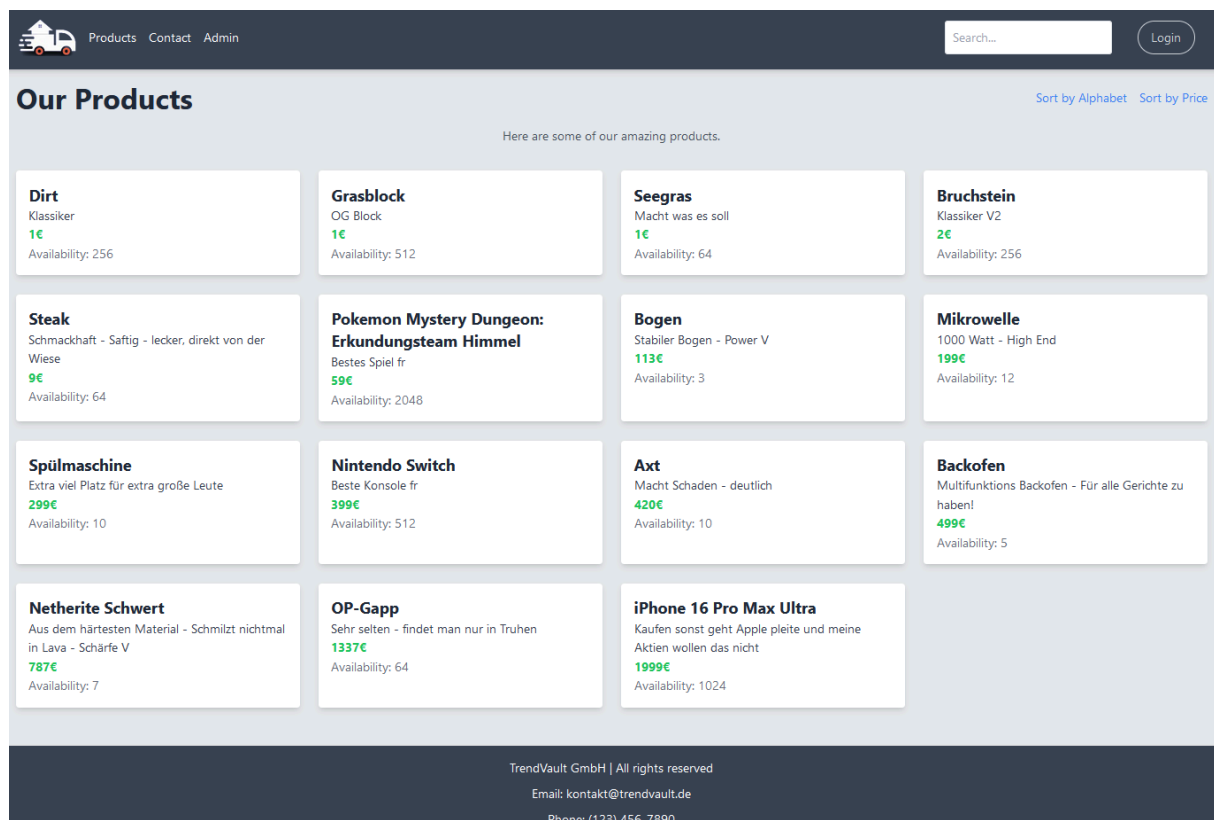


Abbildung 26: Prototyp des Produkte-Browsers

Der Produkte Browser (hier gefüllt mit Testprodukten) zeigt alle Produkte in Viererreihen. Der Name des Produkts ist fett gedruckt, mit einer Beschreibung darunter. Der Preis sticht durch eine grüne Färbung hervor. Die Verfügbarkeit wird in geringerer Deckkraft darunter geschrieben. Eine Option zum sortieren nach dem Alphabet und nach Preis befindet sich in der oberen rechten Ecke. Durch einen Klick auf ein Produkt wird man auf die gegebene Produktseite weitergeleitet.

Quellverzeichnis

- [1] Yue Hongfei, Wu Jiani, und L. Yao, „Analysis on the Development and Bottlenecks of China's Cross - Border E – Commerce“. 2017. Zugriffen: 26. Mai 2024. [Online]. Verfügbar unter: https://www.unido.org/sites/default/files/2017-10/WP_17_2017.pdf
- [2] Gurpreet Singh, Harjot Kaur, und Amitpal Singh, „Dropshipping in E-Commerce - A Perspective“. 2018. Zugriffen: 26. Mai 2024. [Online]. Verfügbar unter: <https://dl.acm.org/doi/10.1145/3271972.3271993>
- [3] Lena-Maria Mikat und Prof Dr. Monika Engelen, „Online-Marketing Basics für B2B Praktische Handlungsempfehlungen und Best Practices“. 2018. Zugriffen: 26. Mai 2024. [Online]. Verfügbar unter: https://epb.bibl.th-koeln.de/frontdoor/deliver/index/docId/1152/file/PraxisPaper_Online+Marketing+f%C3%BCr+B2B.pdf
- [4] Sebastian Springer, „Svelte vs. Angular vs. React vs. Vue - wer gewinnt?“. Zugriffen: 11. Juni 2024. [Online]. Verfügbar unter: <https://entwickler.de/javascript/svelte-angular-react-vue>
- [5] „Bootstrap“. Zugriffen: 11. Juni 2024. [Online]. Verfügbar unter: <https://getbootstrap.com/>
- [6] „Tailwind CSS“. Zugriffen: 11. Juni 2024. [Online]. Verfügbar unter: <https://tailwindcss.com/>
- [7] John Ayebola, „CSS Frameworks vs Custom CSS – What's the Difference?“. Zugriffen: 11. Juni 2024. [Online]. Verfügbar unter: <https://www.freecodecamp.org/news/css-frameworks-vs-custom-css/>
- [8] Evan You und Vite Contributors, „Vite Guide“. Zugriffen: 11. Juni 2024. [Online]. Verfügbar unter: <https://vitejs.dev/guide/>
- [9] Websitebutler, „Corporate Design - Was ist das und worauf kommt es an?“. Zugriffen: 12. Juni 2024. [Online]. Verfügbar unter: <https://www.websitebutler.de/de/web-design/corporate-design-darauf-kommt-es-an>
- [10] Deanne de Bara, „E-Commerce-Branding - Der komplette Guide zum Branding deines Onlineshops“. Zugriffen: 12. Juni 2024. [Online]. Verfügbar unter: <https://99designs.de/blog/logo-und-branding/ecommerce-branding/>
- [11] FLD, „Erstelle dein kostenloses Logo in wenigen Minuten“. Zugriffen: 22. Mai 2024. [Online]. Verfügbar unter: <https://de.freelogodesign.org/>