



# Revitalize.

**CVD Web- u. Corporatedesign 2019**  
**Gestaltungskonzeption & Dokumentation**

Simon Weck #2180135  
Benjamin Jäger #2180031  
Patryk Watola #2180138  
Clemens Bork

# Aufgabenstellung

Die im Modul „Informatik III und Design III“ gestellte Aufgabe im dritten Semester des Studiengangs „Computervisualistik und Design“ war es, ein Logo sowie eine Website für eine Marke im Bereich „Sport“ zu entwickeln.

Anforderungen an diese Website waren eine Startseite, vier Kategorieseiten, vier Artikelseiten und eine Registrierungsseite.

Im Design-Teil der Aufgabe musste über zehn Wochen je eine spezielle zentrale Aufgabe zur Gestaltung einer Marke und der Website erledigt werden, bis am Ende dieser Zeit ein gutes Fundament stand, um die entsprechende Website nun auch technisch umzusetzen. Über diese Zeit standen zu Anfang Aufgaben zur Ideenfindung auf der Agenda, die in ein konkretes Design für das Firmenlogo übergingen, welches auch zusätzlich noch iteriert worden ist, und gegen Ende bei der konkreten Planung des Nutzererlebnisses endeten. Inklusive Definition der idealen Persona, an die sich das Produkt richtet. Als letztes waren dann die wirklich auch umzusetzenden Designs für die Startseite zu erstellen, die ebenfalls einer weiteren Iteration unterzogen worden sind. So stand am Ende ein weit genug ausgearbeitetes Konzept auf dessen Basis ein fertige Website angefertigt werden konnte.

## Gestaltete Seiten der Website

### Artikelseiten

- Geschichte
- Werte
- Karriere
- Lieferanten
- Fairtrade
- Nachhaltigkeit
- Interview Artikel

### Kategorieseiten

- Über uns
- Transparenz
- Produkte

### Registrierungsseiten

- Check-Out
- Kontakt

### Produktseiten

- Vegan Whey
- Vegan Boost
- Vegan Nutrition
- Vegan Vitamin

### Sonstige Seiten

- Revitalize Berater
- Warenkorb
- Impressum
- Startseite

# Inhalt

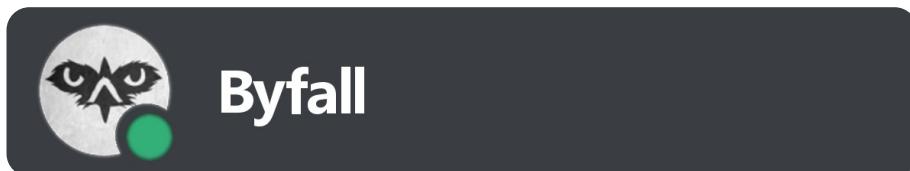
- 4 Recherche Erscheinungsbilder
- 5 Idee, Philosophie & Entwurfskriterien
- 8 Moodboard
- 13 Logo
- 17 Informationsarchitektur
- 19 Persona & Zielformulierung
- 23 Wireframes
- 27 Gestaltungs raster & Designentwürfe
- 40 Anteile der Gruppenmitglieder
- 41 Quellen

# 01 - Recherche Erscheinungsbilder

Als erste Aufgabe sollten Erscheinungsbilder und Corporate Designs anderer Firmen recherchiert und festgehalten werden, während ein Erscheinungsbild genauer analysiert werden sollte. Wir recherchierten die Entscheidungsbilder der Marken „ESL“, „Intel“, „Mountain Dew Game Fuel“, „Netflix“ und analysierten schlussendlich die Firma „Discord“.



01 - Discord-Logo



- Kaum Kanten innerhalb des Designs
- Animationen, Banner, Widgets etc. haben abgerundete Ecken
- Profilanzeigen der Freunden sind rund
- Farbakzente heben wichtiges hervor

02 - Merkmale des Designs



- sieht sich als Produkt für Gamer
- innovativ, weil Verbindung aus Skype und Teamspeak-Konkurrenz
- strahlt durch solche Aussagen Marktführerschaft aus
- präsentiert sich wie die all-in-one-Lösung für sämtliche Wünsche in Richtung Netzkommunikation
- baut durch kleine Icons auf der Seite Nähe zur Zielgruppe (Gamer) auf

03 - Zu übertragene Infos

Quellenverweise:

1), 2), 3)

# 02 - Idee, Philosophie und Entwurfskriterien

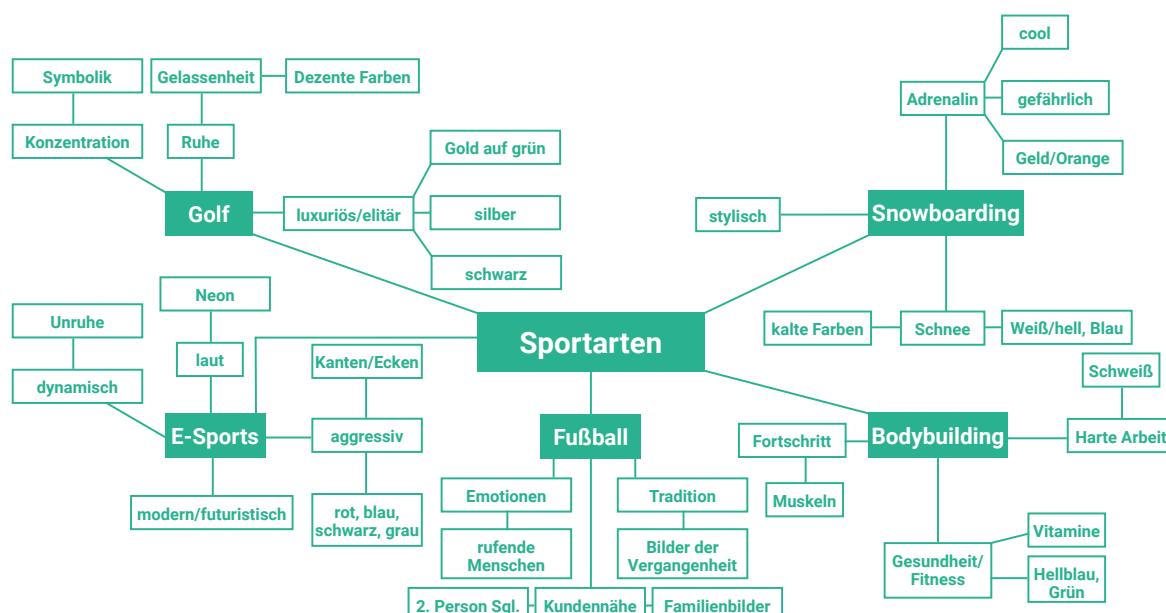
## Idee - Der Prozess hin zum Projektansatz

Nachdem wir in der ersten wöchentlich zu erledigenden Aufgabe verschiedenste Corporate Designs von großen und kleineren Firmen recherchierten, ging es in der darauffolgenden Woche an die Entwicklung einer eigenen Firmenidee zum Thema „Sport“. Zunächst gingen wir in eine sehr lange Brainstorming-Phase und kamen auf unterschiedlichste Sportarten, die wir gestalterisch spannend umzusetzen fanden. Dabei konnten wir kaum ausmachen, was uns am meisten interessiert. Schlussendlich hingen wir bei den Sportarten Fußball, Golf, Snowboarding, e-Sports und Bodybuilding fest.

Spätestens, als uns alle diese Sportarten in einer geordneten Mind-Map vor den Augen lagen, war uns klar, dass vier von fünf Sportarten hauptsächlich mit Adrenalin assoziiert werden. Die Idee dessen gefiel uns sehr gut, jedoch fanden wir auch die ruhige Charakteristik von Golf spannend umzusetzen.

Nach sehr langer Überlegung, war dennoch allen voran Bodybuilding das spannendste Thema. Für diesen Bereich ist die Produktvielfalt unerschöpflich, damit die Chance für Inspirationen riesig und darüberhinaus hat dieser Bereich sehr viele Facetten, die mit neuen Gestaltungsideen verknüpft werden konnten. Die Grundausrichtung stand schon einmal.

Nun folgte eine weitere lange Recherche zum Thema „Bodybuilding“, Fitnessgeräte und sonstigem, was diesem Sport als zugehörig angedacht wird. Relativ schnell landeten wir auf den Seiten bekannter Supplement-Hersteller. Von diesem Thema ging eine nicht zu verleugnende Faszination aus und unsere Projektidee schien nun final Form angenommen zu haben. Unter anderem auch deswegen, weil Supplements für jede beliebige Sportart eingesetzt werden können, die ein gewisses Maß an körperlicher Leistung fordert und somit jede unserer in der Mind-Map gesammelten Ideen wieder hat Relevanz gewinnen können.



## Philosophie - Das Leitbild der Firma

Nachdem die grundsätzliche Idee der Firma ausdiskutiert war, war nun das Leitbild des neuen Unternehmens zu diskutieren. Sehr schnell sind uns dabei die zentralen Punkte eingefallen, die wir dann in einem Text weiter in Form gossen. Wichtig war uns allen voran, dass man sich von bekannten Marktführern wie zum Beispiel „Zec+“ durch Natürlichkeit und Umweltschutz abhebt und dies auch an jeder erdenklichen Stelle kommuniziert. Zusätzlich sollte es zu einem wichtigen Punkt werden, auch nur die Supplements im virtuellen Sortiment zu haben, die auch wirklich relevant und nicht nur ein netter Bonus sind.

So entstand letztenendes folgendes Leitbild:

Jeden Tag strömen mehr Menschen ins Fitnessstudio: die große Vision der Selbstoptimierung lockt. Top Leistung abrufen, bestmöglich trainiert den Raum verlassen. Auf dem Weg zum Traum versuchen viele Menschen künstlich nachzuhelfen. Dabei ist mittlerweile gerade die Wirkung synthetischer Vitamine umstritten und der hohe Koffeingehalt von Boostern zur Leistungssteigerung hat weniger gute Auswirkungen auf das Herz. Gleichzeitig kämpfen heutige Sportler\*innen insbesondere mit dem Erreichen von Phasen, in denen sich das Training nicht so wirksam anfühlt und sich die gewünschten Effekte nicht einstellen. Das demotiviert nicht nur, sondern kann auch nachhaltig den eigenen Willen zum Training komplett begraben.

Deswegen möchten wir, „Revitalize“, sämtlichen Sportler\*innen mit unseren Produkten eine gesunde und natürliche Leistungssteigerung ermöglichen, Supplements zur optimalen non-synthetischen Erweiterungen der eigenen Ernährung sowie generell Fitnessprodukte mit hohem Wert bieten. „Revitalize“ bietet unterschiedlichste Supplements für Proteine, Vitamine oder Omega 3-Fettsäuren an. Dazu gehören 100%-natürliche Booster zum Sortiment, welche vom Ausdauersport über Bodybuilding hin zu E-Sport für viele verschiedene Anwendungsfälle optimiert sind. Schlussendlich sind ebenso Pulverkompletnahrungen, also in Wasser zu verdünnende Pulver, die sämtliche notwendigen Nährstoffe enthalten, erhältlich – alles natürlich in unterschiedlichen Geschmacksrichtungen und mit „Revitalize“-Qualitätssiegel. Ganz besonders wichtig ist uns der Fokus auf natürliche Inhaltsstoffe, die in ihrem Zusammenspiel den Körper und die individuelle Trainingsleistung optimal unterstützen. Statt wie die Konkurrenz auf möglichst viel Koffein und Maltodextrin zu setzen, legen „Revitalize“-Produkte den Fokus auf eine Kombination wichtiger Nährstoffe. Vor dem Dauerlauf die empfohlene Portion „Revitalize“ und der Körper kann während der Hochleistungsphase davon zehren. Unsere Firmenphilosophie basiert auf dem Grundsatz, dass jeder Mensch zu Höchstleistungen fähig ist. Wir sind nicht notwendig. Wir machen nur vieles sehr viel einfacher. Wir können Leben verbessern. Unsere Mission ist es, jedem Menschen das Training und die passende Ernährung zu erleichtern. Jedem Menschen, unabhängig davon ob er ein Virtuose der gesunden Küchen ist oder diese als fremdes Habitat sieht. Ob er täglich vier freie Stunden oder keine Zeit für nichts hat. Ob er ein tägliches Training von drei Stunden durchzieht oder wöchentlich zweimal das Fitnessstudio betritt. Wir sehen es als unsere Verantwortung der Gesellschaft gegenüber, final Möglichkeiten der Leistungssteigerung zu bieten, die natürlich und nachhaltig den Menschen auf eine gesunde Art und Weise unterstützen. Schluss mit Koffeinüberdosierungen und Darmschwierigkeiten durch synthetische Vitamine – her mit dem natürlichen Push und gesunder Nahrungsergänzung.

# Entwurfskriterien - Richtlinien für die Gestaltung

Als finaler Schritt der Aufgabe war zu überlegen, nach welchen Entwurfskriterien die für das Unternehmen anzulegende Website gestaltet werden soll. Dafür nahmen wir unser bereits definiertes Leitbild zur Hand, filterten die wichtigsten Punkte raus und definierten noch einmal eigene, die stimmig in das Firmenkonstrukt passten. Schlussendlich hatten wir folgende vier Entwurfskriterien und leitenden folgende Punkte daraus für das Design unserer Website ab.

## Effektiv

- simples, klares Design
- keine unnötigen Elemente
- mehr Bilder als Beschreibungen
- One-Pager-Website

## Persönlich

- viele Menschen zeigen
- Texte auf den Einzelnen fokussieren
- Kunden direkt ansprechen
- Emotionale Texte

## Natürlich

- grün, blau, grau
- flüssige Animationen
- Fade Ins/Outs
- Symbolik
- Fokus auf Ästhetik

## Hochwertig

- abgerundete Kanten
- Animationen, die Funktionen unterstützen
- stimmige Farbkomposition
- angenehme Kontraste
- Parallaxeffekte

Nun, bezogen auf das Endprodukt waren weiterhin unsere vier Entwurfskriterien mit die entscheidendsten Faktoren, die jede Designentscheidung beeinflusst haben, jedoch haben wir auch einige der für uns aus den Punkten folgenden Designideen teils auch überdacht und neu entwickelt. So war, wie zu sehen, zunächst ein One-Pager angebracht, was wir jedoch relativ früh wieder verworfen. Uns schien die Idee gerade zu Beginn des eigentlichen Designs zu restriktiv. Vielseitig sollte das Angebot an Seiten sein, dementsprechend hätte dieser One-Pager sehr lang werden müssen. Darüber hinaus schien uns diese Form der Struktur für den Fluss an Inhalten, den wir uns überlegt hatten kaum mehr stimmig. Auch das ursprünglich angedachte Farbschema sollte noch einige Änderungen erfahren.

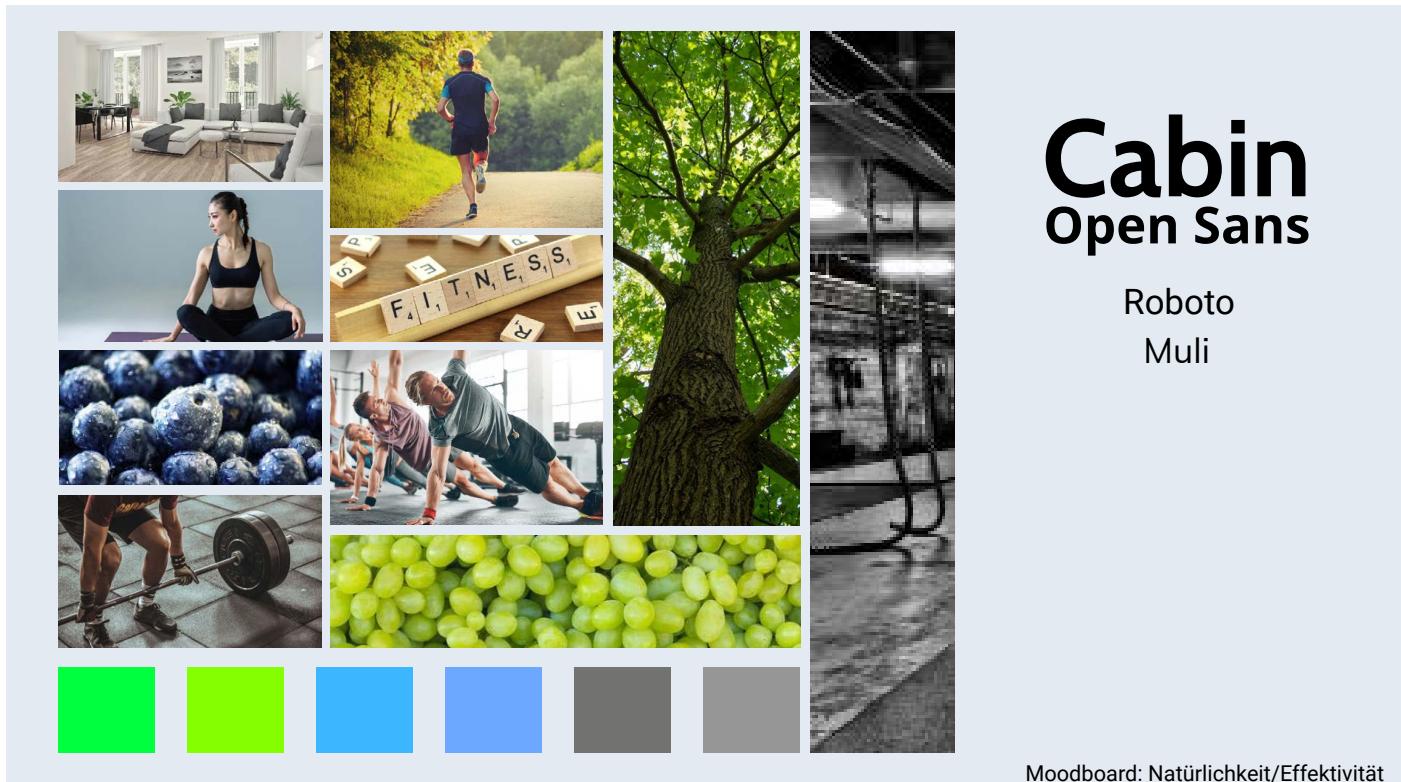
Ansonsten ist jede neu gestaltete Seite für das Projekt immer an entsprechenden Kriterien gemessen worden. Natürlich auch mit Ausnahmen bezogen auf die Designideen, sofern diese entsprechend begründbar waren.

Als wir letztenendes intern ein Fazit zu dem abgelieferten Produkt abgaben, viel uns insbesondere auf, dass gerade Effektivität, Natürlichkeit und Hochwertigkeit den allergrößten Stellenwert bei all unseren Designentscheidungen hatten. Insbesondere, wenn es an das Logo geht.

Hier legten wir den Fokus voll auf Natürlichkeit, Effektivität, Stärke und Adrenalin. Anfangs sollte dies noch einen „Übergang von alt zu neu“ darstellen, da unsere Firma auf zweierlei Ebenen den aktuellen Supplement-Markt um wichtige Neuerungen erweitern wollte, jedoch verworfen wir die Idee schnell und legten unseren Fokus auf erstgenannte Kriterien.

## 03 - Das Moodboard

Als zweite Aufgabe innerhalb der Projektarbeit war ein Moodboard zu erstellen, dass die Grundidee hinter der zu erstellenden Website auf einen Blick offenlegt und ein Stimmungsbild für die anstehende Gestaltung bilden sollte.

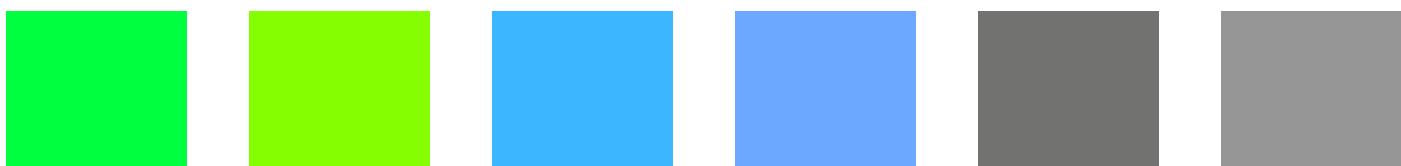


Moodboard: Natürlichkeit/Effektivität

### Die Farben

Als erste große Frage beschäftigten wir uns mit den Farben, die unsere Firma im Logo und auf ihrer Website tragen sollte. Gleich zu Anfang war ein Grünton quasi als gesetzt zu sehen. Grün wird viel mit der Natur assoziiert, weswegen diese Farbe prädestiniert für dieses Projekt schien. Auch standen lange ein Blau und ein Grau zur Diskussion. Das Blau sollte zusätzlich eine Hauptfarbe sein, während das Grau als Kontrastfarbe dienen und einzelne Elemente hervorheben sollte.

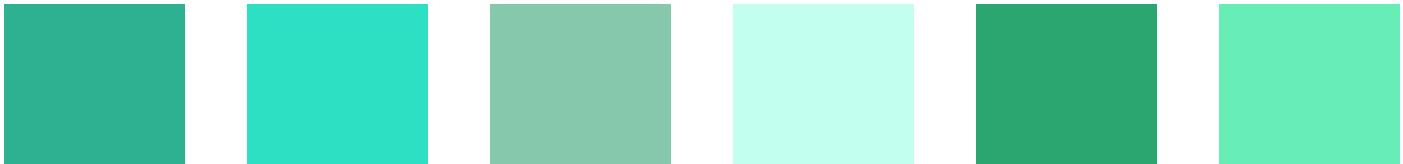
Zu Anfang bestand die Farbgestaltung somit aus den folgenden Farben:



Diese Farbgestaltung schien erst recht stimmig zu sein. So orientierten wir uns an Landschaftsfotografie, nahmen Farben auf und veränderten diese bis sie „clean“ genug waren. Spätestens bei der Logogestaltung allerdings fiel uns auf, dass diese Farben im direkten Zusammenspiel eher „billig“ wirkten als dass sie ein Gesamtkonzept für eine Website hätten tragen können. Darüber hinaus waren gerade die Grüntöne auf Dauer sehr grell und schwierig über längere Zeit anzuschauen. Dementsprechend dachten wir uns neue Farben aus.

Quellenverweise:

4), 5), 6), 7), 8), 9), 10), 11), 12), 13)



Die neuen Farben sind überwiegend Grüntöne, in welche sich die vorher angedachten Blautöne gemischt haben. Diese ergaben sich beim Herumexperimentieren mit Gradienten. Gradienten erschienen uns als sehr modern und gerade, wenn die Farben tonmäßig nah beieinander liegen, passten sie perfekt zu der zuvor definierten Vision des Logos.

Darüberhinaus nahmen wir ein paar wenige zusätzliche Töne, um das finale Webprodukt abwechslungsreicher zu gestalten, aber gleichzeitig im vorher definierten Themenbereich zu bleiben. Gerade für unterschiedliche Grafikelemente erwiesen sich mehrere Töne als überaus hilfreich.

## Die Typografie

Auch Teil des Moodboards sind die Typografien, die besonders gut zu der angestrebten Gestaltung passen sollten. Anfänglich diskutierten wir viele unterschiedliche Schriftarten und Schriftschnitte, die hauptsächlich Verwendung finden sollten. Hauptkriterien waren hier die bereits definierten Entwurfskriterien, wobei wir dies im Sinne einer guten Schriftart auf folgende Eigenschaften konvertierten: Sie sollte kantig sein, darüber hinaus keine Serifen haben, um die Moderninität des Produktes hervorzuheben, und grundsätzlich simpel und wenig detailliert erscheinen.

Immer wieder stießen wir dabei auf die Namen „Cabin“, „Roboto“ und „Nunito“. Im längeren Gespräch verloren wir mehr und mehr das Interesse an Nunito, da diese Schriftart vergleichsweise wenig Kanten aufweist und damit weniger zum sportlichen Hintergrund passte. Cabin und Roboto hingegen sollten uns auch noch weiterhin gefallen. In das finale Moodboard schafften es schlussendlich auch noch „Open Sans“ und „Muli“, da diese durch ihre Kanten, dem simplen Auftreten und vielen Schriftschnitten für unsere Zwecke ideal wirkten.

Schlussendlich entschieden wir uns für das alleinige Einsetzen von Open Sans. Hauptsächlich verwenden wir die Schriftschnitte „Bold“, „SemiBold“, und „Regular“. Bold und SemiBold überwiegend für Überschriften und Regular für den Fließtext.

Die anderen Fonts fielen deswegen weg, weil wir einen durchgängigen Stil gewährleisten wollten und uns der Übergang aller Schriften zur nächsten zu holprig erschien. Dieses Gesamtbild sollte nicht durch weitere Schriftarten künstlich verschlechtert werden.

**Open Sans    Open Sans    Open Sans**

Nährwerte je 100 g	
Brennwert kj (kcal)	1478 kj/353 kcal
Fett	5.1g
davon gesättigte Fettsäuren	4.1g
Kohlenhydrate	48g
davon Zucker	14g
Ballaststoffe	1g
Eiweiß	28g

Jeden Tag strömen mehr Menschen ins Fitnessstudio: die große Vision der Selbstoptimierung lockt. Top Leistung abrufen, bestmöglich trainiert den Raum verlassen. Auf dem Weg zum Traum versuchen viele Menschen künstlich nachzuholen. Dabei ist mittlerweile gerade die Wirkung synthetischer Vitamine umstritten und der hohe Koffeingehalt von Boostern zur Leistungssteigerung hat weniger gute Auswirkungen auf das Herz. Gleichzeitig kämpfen heutige Sportler\*innen insbesondere mit dem Erreichen von Phasen, in denen sich das Training nicht so wirksam anfühlt und sich die gewünschten Effekte nicht einstellen. Das demotiviert nicht nur, sondern kann auch nachhaltig den eigenen Willen zum Training komplett begraben. Deswegen möchten wir, „Revitalize“, sämtlichen Sportler\*innen mit unseren Produkten eine gesunde und natürliche Leistungssteigerung ermöglichen, Supplements zur optimalen non-synthetischen Erweiterungen der eigenen Ernährung sowie generell Fitnessprodukte mit hohem Wert bieten. „Revitalize“ bietet unterschiedlichste Supplements für Proteine, Vitamine oder Omega 3-Fettsäuren an. Dazu gehören 100%-natürliche Booster zum Sortiment, welche vom Ausdauersport über Bodybuilding hin zu E-Sport für viele verschiedene Anwendungsfälle optimiert sind.

# Revitalize

## Revitalize

### Revitalize

Vitamin A	501µg
Vitamin D	5µg
Vitamin E	12mg a-TE
Vitamin K	25µg
Vitamin B6	12.6mg
Vitamin C	80mg
Zink	15mg
Calcium	354mg

Nährwerte je 100 g	
Brennwert kj (kcal)	1478 kj/353 kcal
Fett	5.1g
davon gesättigte Fettsäuren	4.1g
Kohlenhydrate	48g
davon Zucker	14g
Ballaststoffe	1g
Eiweiß	28g

Jeden Tag strömen mehr Menschen ins Fitnessstudio: die große Vision der Selbstoptimierung lockt. Top Leistung abrufen, bestmöglich trainiert den Raum verlassen. Auf dem Weg zum Traum versuchen viele Menschen künstlich nachzuholen. Dabei ist mittlerweile gerade die Wirkung synthetischer Vitamine umstritten und der hohe Koffeingehalt von Boostern zur Leistungssteigerung hat weniger gute Auswirkungen auf das Herz. Gleichzeitig kämpfen heutige Sportler\*innen insbesondere mit dem Erreichen von Phasen, in denen sich das Training nicht so wirksam anfühlt und sich die gewünschten Effekte nicht einstellen. Das demotiviert nicht nur, sondern kann auch nachhaltig den eigenen Willen zum Training komplett begraben. Deswegen möchten wir, „Revitalize“, sämtlichen Sportler\*innen mit unseren Produkten eine gesunde und natürliche Leistungssteigerung ermöglichen, Supplements zur optimalen non-synthetischen Erweiterungen der eigenen Ernährung sowie generell Fitnessprodukte mit hohem Wert bieten. „Revitalize“ bietet unterschiedlichste Supplements für Proteine, Vitamine oder Omega 3-Fettsäuren an. Dazu gehören 100%-natürliche Booster zum Sortiment, welche vom Ausdauersport über Bodybuilding hin zu E-Sport für viele verschiedene Anwendungsfälle optimiert sind.

# Revitalize

## Revitalize

### Revitalize

Vitamin A	501µg
Vitamin D	5µg
Vitamin E	12mg a-TE
Vitamin K	25µg
Vitamin B6	12.6mg
Vitamin C	80mg
Zink	15mg
Calcium	354mg



Noto Sans

Good Headline Pro

Muli

Open Sans

Nährwerte je 100 g	
Brennwert kj (kcal)	1478 kj/353 kcal
Fett	5.1g
davon gesättigte Fettsäuren	4.1g
Kohlenhydrate	48g
davon Zucker	14g
Ballaststoffe	1g
Eiweiß	28g

Jeden Tag strömen mehr Menschen ins Fitnessstudio: die große Vision der Selbstoptimierung lockt. Top Leistung abrufen, bestmöglich trainiert den Raum verlassen. Auf dem Weg zum Traum versuchen viele Menschen künstlich nachzuhelfen. Dabei ist mittlerweile gerade die Wirkung synthetischer Vitamine umstritten und der hohe Koffeingehalt von Boostern zur Leistungssteigerung hat weniger gute Auswirkungen auf das Herz. Gleichzeitig kämpfen heutige Sportler\*innen insbesondere mit dem Erreichen von Phasen, in denen sich das Training nicht so wirksam anfühlt und sich die gewünschten Effekte nicht einstellen. Das demotiviert nicht nur, sondern kann auch nachhaltig den eigenen Willen zum Training komplett begraben. Deswegen möchten wir, „Revitalize“, sämtlichen Sportler\*innen mit unseren Produkten eine gesunde und natürliche Leistungssteigerung ermöglichen, Supplements zur optimalen non-synthetischen Erweiterungen der eigenen Ernährung sowie generell Fitnessprodukte mit hohem Wert bieten. „Revitalize“ bietet unterschiedlichste Supplements für Proteine, Vitamine oder Omega 3-Fettsäuren an. Dazu gehören 100%-natürliche Booster zum Sortiment, welche vom Ausdauersport über Bodybuilding hin zu E-Sport für viele verschiedene Anwendungsfälle optimiert sind.

# Revitalize

## Revitalize

### Revitalize

Vitamin A	501µg
Vitamin D	5µg
Vitamin E	12mg α-TE
Vitamin K	25µg
Vitamin B6	12.6mg
Vitamin C	80mg
Zink	15mg
Calcium	354mg

Nährwerte je 100 g	
Brennwert kj (kcal)	1478 kj/353 kcal
Fett	5.1g
davon gesättigte Fettsäuren	4.1g
Kohlenhydrate	48g
davon Zucker	14g
Ballaststoffe	1g
Eiweiß	28g

Jeden Tag strömen mehr Menschen ins Fitnessstudio: die große Vision der Selbstoptimierung lockt. Top Leistung abrufen, bestmöglich trainiert den Raum verlassen. Auf dem Weg zum Traum versuchen viele Menschen künstlich nachzuhelfen. Dabei ist mittlerweile gerade die Wirkung synthetischer Vitamine umstritten und der hohe Koffeingehalt von Boostern zur Leistungssteigerung hat weniger gute Auswirkungen auf das Herz. Gleichzeitig kämpfen heutige Sportler\*innen insbesondere mit dem Erreichen von Phasen, in denen sich das Training nicht so wirksam anfühlt und sich die gewünschten Effekte nicht einstellen. Das demotiviert nicht nur, sondern kann auch nachhaltig den eigenen Willen zum Training komplett begraben. Deswegen möchten wir, „Revitalize“, sämtlichen Sportler\*innen mit unseren Produkten eine gesunde und natürliche Leistungssteigerung ermöglichen, Supplements zur optimalen non-synthetischen Erweiterungen der eigenen Ernährung sowie generell Fitnessprodukte mit hohem Wert bieten. „Revitalize“ bietet unterschiedlichste Supplements für Proteine, Vitamine oder Omega 3-Fettsäuren an. Dazu gehören 100%-natürliche Booster zum Sortiment, welche vom Ausdauersport über Bodybuilding hin zu E-Sport für viele verschiedene Anwendungsfälle optimiert sind.

# Revitalize

## Revitalize

### Revitalize

Vitamin A	501µg
Vitamin D	5µg
Vitamin E	12mg α-TE
Vitamin K	25µg
Vitamin B6	12.6mg
Vitamin C	80mg
Zink	15mg
Calcium	354mg



## Die Beispieldbilder

Insbesondere im Moodboard haben die verwendeten Bilder einen sehr hohen Stellenwert. Sie geben auf einen Blick die meisten Informationen über die letztendliche Gestaltung der Corporate Identity preis, bieten bei näherem Hinsehen aber schon eine etwas detailliertere Darstellung der angepeilten Zielgruppe und insbesondere der Motivationen und Inspirationen hinter dem Design und den Menschen, die es bewegen soll. Dementsprechend sorgfältig gingen wir bei der Wahl der passenden Bilder vor.

Zunächst beschäftigte uns genauer mit der Gruppe an Menschen, an die wir uns mit dem Produkt wenden wollten. Logischerweise sollten es Sportler\*innen sein, die unsere Produkte konsumieren, jedoch ist der Bereich des Sports unendlich weit gefächert. Somit wählten wir zwei Bilder, die sich auf das Muskeltraining fokussierten, eines, welches alleiniges Ausdauertraining zeigt, ein weiteres mit Fokus auf Gruppentraining verschiedenster Muskelgruppen und ein letztes, welches eine Frau beim Yoga zeigt. Diese Bilder repräsentierten die breit gefächerte Zielgruppe der Produkte, da sie sowohl für Hochleistungssportler als auch für Menschen, die gerne Yoga zur Entspannung machen, gedacht sein sollten. Gleichzeitig dienen die Bilder als Demonstration davon, dass Revitalize-Supplements nicht in das typische Bild des dauertrainierenden Einzelkämpfers passen, dessen Ernährung quasi nur aus Eiweiß-Shakes besteht, sondern zu vielen Charakteren und Stilen, Sport durchzuführen, passt.

Zusätzlich geben die Bilder noch einen guten Eindruck über die farbliche Gestaltung der eigentlichen Website. Gerade die beiden Bilder mit Fokus auf Bodybuilding haben wir zusätzlich in Photoshop farblich angepasst, damit diese besser zu unserer Idealvorstellung der Gestaltung passten.

Darüberhinaus haben wir drei Bilder mit Naturfokus ausgewählt. Eines zeigt Beeren, ein weiteres Trauben und das letzte einen überaus lebendigen Baum. Auch hier war einer der wichtigen Faktoren die Farbe. Diese gliedern sich gut in das von uns definierte Farbkonzept ein. Zusätzlich stehen diese Bilder auch für die Art, in der sich die Firma versteht und sich selbst präsentiert: natürlich, gesund und voller Leben. Dazu sind gerade die Früchte Gegenstände bzw. Lebensmittel, die ein potenzieller Revitalize-Kunde mit an Sicherheit grenzender Wahrscheinlichkeit immer zu Hause hat. Auch sind Früchte eine der Hauptzutaten der Produkte, weswegen diese Bilder viel Bezug zum Produkt und der Zielgruppe herstellen.

Der Baum hingegen ist zwar keine Zutat, aber so lebendig wie es die Zielgruppe der Produkte ist. Des Weiteren steht er wie kein zweites Symbol für eine blühende Natur, die Umwelt und Natürlichkeit.

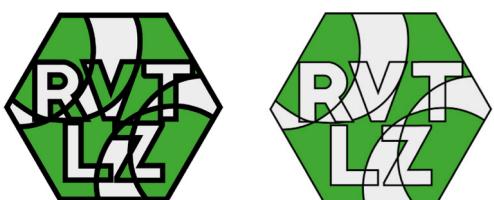
Die letzten beiden Bilder umfassen eine typische Wohnung, in welcher ein idealer Kunde leben würde, und ein aus Scrabble-Steinen zusammengelegtes Wort - Fitness. Letzteres passte thematisch und farblich sehr gut in das von uns erdachte Bild. Die Wohnung haben wir bewusst sehr modern und aufgeräumt ausgewählt, weil wir unserer Zielgruppe ein gewisses Maß an Struktur im Leben zuordnen müssen, da ansonsten der Konsum von Supplements schwer in den Tag zu integrieren ist, da diese am besten zu bestimmten Tageszeiten und Situationen konsumiert werden sollten. Die Modernität lag insbesondere deswegen so nah, weil eine Firma mit Fokus auf den Umweltschutz eine Zielgruppe verlangt, die sich mit dem Bereich auskennt, eine bestimmte Meinung dazu vertritt und diesen Standpunkt auch lebt.

# 04 - Das Logo

## Erste Entwürfe

Basierend auf unseren Entwurfskriterien: effektiv, persönlich, natürlich und hochwertig haben wir erste Entwürfe für unser Logo gestaltet. Besonders wichtig war uns, dass die Natürlichkeit sowie Effektivität im Logo stark präsent ist. Daher wollten wir für die ersten Entwürfe eine runde/organische Grundform nutzen. Der Kreis ist eine sehr harmonische Form, wirkt in sich geschlossen und repräsentiert für uns die Natürlichkeit die wir nach außen zeigen wollen. Um den Sportlichen und effektiven Teil im Logo zu zeigen, wollen wir zu der natürlichen Form noch eine kantige, eckige Form hinzufügen. Eine kantige Form repräsentiert für uns Männlichkeit und Stärke. Da wir als Zielgruppe eher Menschen ansprechen wollen, die Kraftsport betreiben, wollen wir stark und stabil wirken . Die Kantigkeit spiegelt auch die Grobheit des Sportes wieder, da Kraftsport auch sehr anstrengend sein kann. Die folgenden 3 Entwürfe sind am Ende nicht das finale Logo geworden, daher wird nur auf das finale Logo eingegangen.

Entwürfe



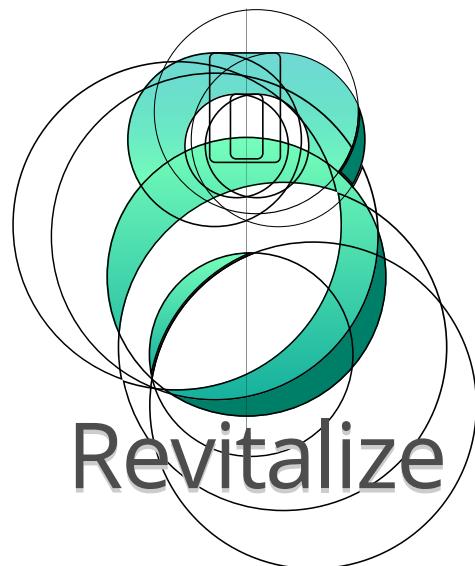
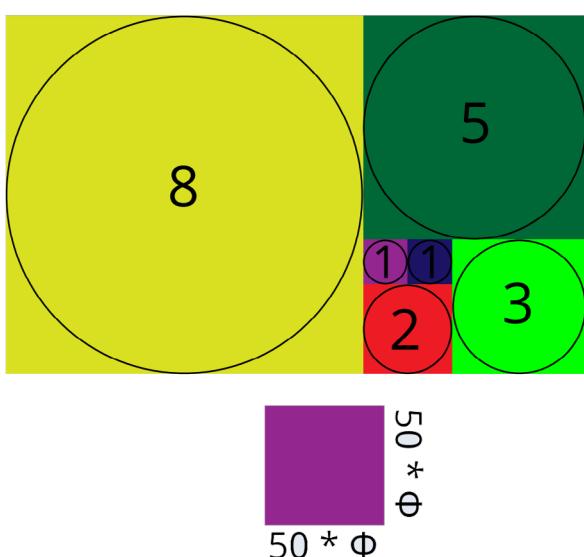
Iteration



## Finales Logo - Entwurf



Die Idee, bei unserem Logo bestand darin 2 Objekte miteinander zu verbinden, um dem Logo eine semantische Bedeutung des Themas zu geben. Da wir das Natürliche mit dem Sportlichen verbinden wollen, haben wir uns aus einer Verbindung zwischen einem Blatt und einem Kettlebell entschieden. Ein Blatt ist ein Objekt, welches sehr oft in der Natur vorkommt und ein Blatt wird oft mit der Natur assoziiert. Ein Kettlebell ist ein Trainingsgerät beim Fitness und die Assoziation mit dem sportlichen Teil ist hier auch gegeben. Zudem war die Idee, mit einem Negativraum zu arbeiten, was sehr modern wirkt. Das Blatt was innerhalb des Kettlebells liegt, ragt etwas heraus und so können wir hier einen Negativraum erschaffen. Dadurch sparen wir uns weitere Farben, um das Blatt vom Kettlebell zu trennen, wodurch das Logo eventuell kindlich wirken könnte. Der Negativraum lässt das Logo harmonischer und offener aber auch interessanter wirken, da die 2 kombinierten Elemente dadurch etwas versteckt sind.



Außerdem wurde das Logo fast vollständig aus Kreisen erstellt. Die Kreise wurden zunächst durch den Goldenen Schnitt vergrößert und dann mittels Fibonacci Raster vergrößert. Dadurch entstehen harmonische Proportionen zwischen den einzelnen Kreisen und diese lassen das gesamte Logo natürlicher wirken.

## Finales Logo - Iteration

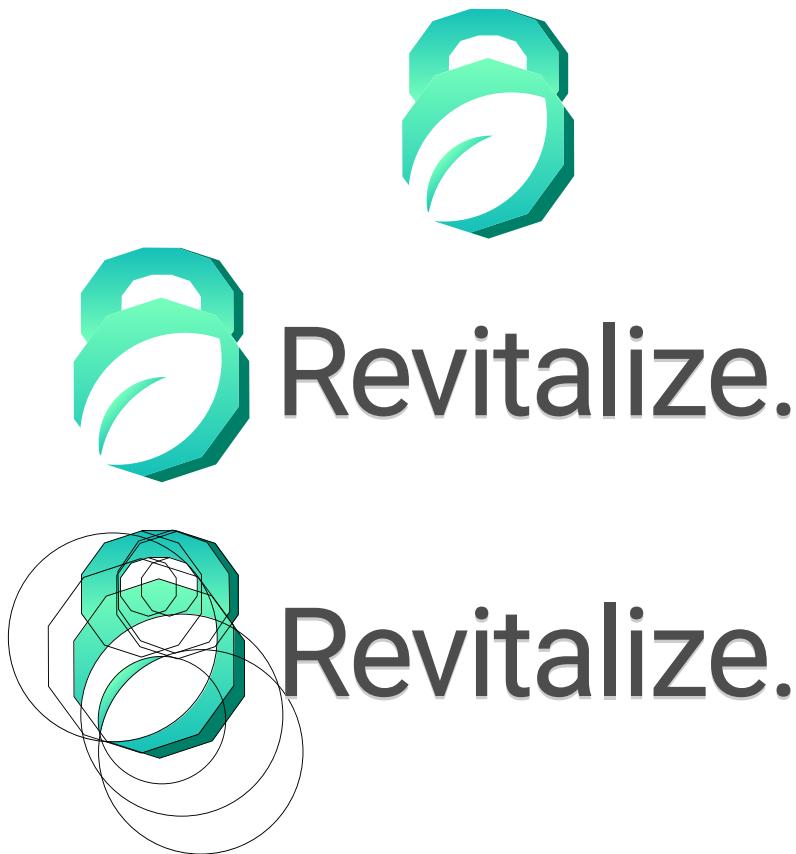


Ein Kritikpunkt des Logos ist, dass es semantisch sportlich und natürlich wirkt, aber semiotisch nicht sportlich wirkt. Das Logo wirkt zu harmonisch/natürlich und hat in unseren Augen die sportliche Komponente nur semantisch durch das Kettlebell abgebildet. Der kantige Teil, den wir zuvor angesprochen haben, wird in diesem Logo nicht abgebildet. Daher haben wir versucht, diesen Teil etwas durch Farbe und Form zu erhöhen. Anstatt einer runden Grundform, haben wir mit verschiedenen Mehrecken gearbeitet, was neben dem Kantigen auch die Hochwertigkeit aus unseren Entwurfskriterien erfüllt. Mehrecke können z. B. mit Diamanten assoziiert werden und wirken daher hochwertiger als einfache Vierecke. Zudem wollten wir die Grundidee des Kettlebell beibehalten, daher haben wir uns am Ende für ein 10 eck als Grundform geeinigt.



Um konsistent zu bleiben, haben wir zum Schluss noch den Henkel eckiger gemacht, damit er zum Gesamtkonzept passt, sowie die Schrift entfernt. Wir benutzen im Endprodukt 2 Logos, einmal nur das Logo und einmal das Logo mit Schrift.

## Finales Logo



Bei dem Aufbau des Logos haben wir uns auch an das Fibonacci-Raster gehalten. Anstatt nur Kreise zu benutztten, haben wir auch die bereits angesprochenen 10 ecke genutzt.

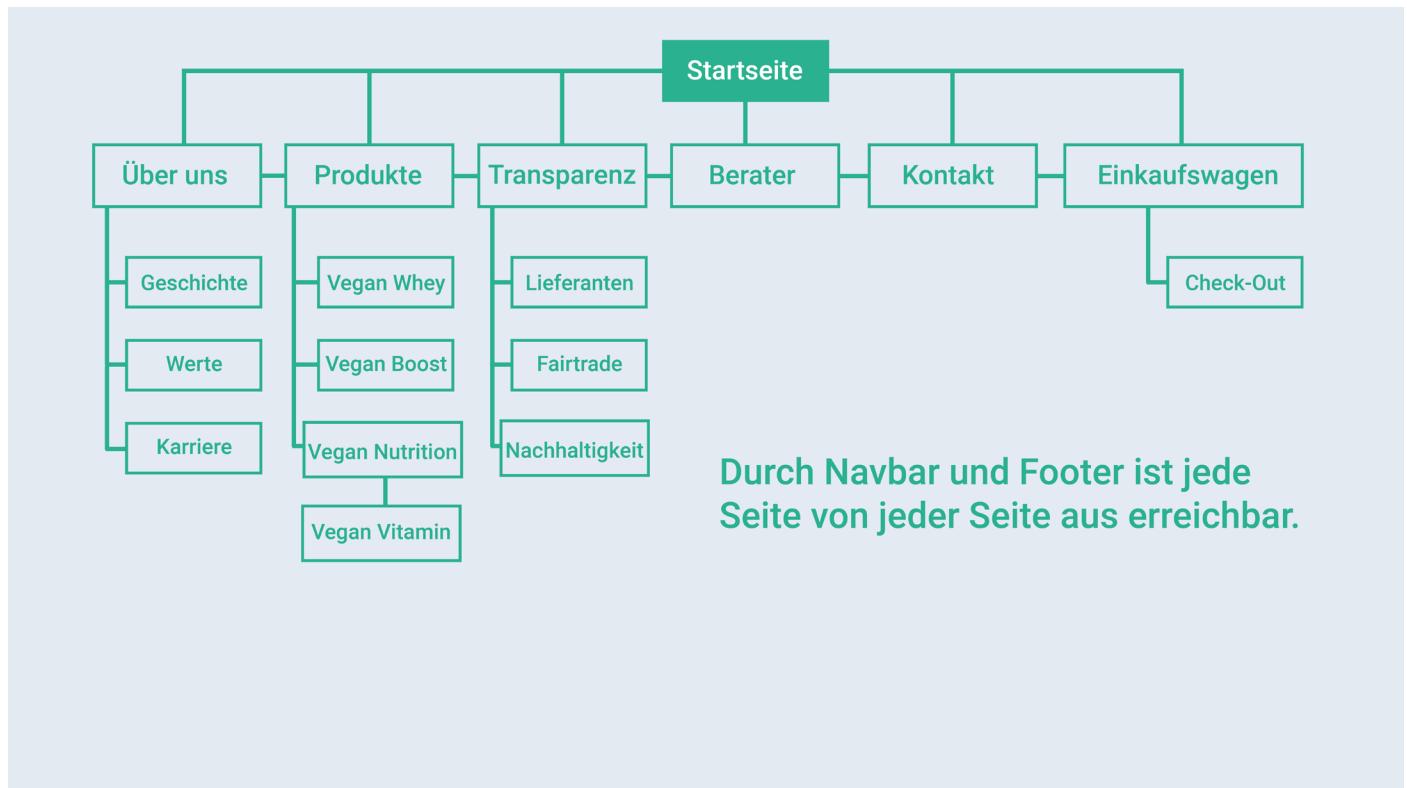
Erwähnenswert ist auch der Farbverlauf innerhalb des Logos, was dem Logo auch einen modernen Touch gibt. Früher wurden Logos für den Printbereich optimiert, wobei ein Farbverlauf sehr teuer und aufwendig sein kann. Da heutzutage aber viele Unternehmen wenig Printprodukte anbieten und das meiste digital angezeigt wird, können Verläufe öfter genutzt werden. Der Verlauf verläuft von einem dunklem/kälteren Grünton in einen helleren/wärmeren Ton, wobei dies von unten nach oben geschieht. Diese Richtung soll Fortschritt beschreiben, also vom unterem Dunkel/Böse nach oben in das Helle/Gute. Dies soll den sportlichen Fortschritt beschreiben, sollte man sich für unsere Produkte entscheiden.

Das Logo steht auch auf keiner der Grundseiten, sondern auf einer Ecke, was dem Logo noch eine gewisse Unruhe verleiht. Diese Unruhe spiegelt sich im Sport auch wieder, da nichts im Sport statisch ist, sondern immer in Bewegung.

Zuletzt verleihen wir dem Logo noch einen dunklen Schatten, damit das Logo nicht so platt wirkt. Dieser dunkle Schatten hebt das Logo auch etwas von anderen Elementen ab, um die Figur-Grund-Beziehung später auf den Websites zu verbessern.

## 05 - Die Informationsarchitektur

In der nächsten Aufgabe stand ein Bereich der User Experience auf dem Programm - die Informationsarchitektur gestalten. Also die Struktur und der Aufbau der Webseite selbst und die Navigationsmöglichkeiten von Seite zu Seite.



Von Anfang an planten wir, dass man von der Seite jede Seite erreichen kann. Dafür waren natürlich die Navigation Bar sowie der Footer ausschlaggebend.

Bei der Navigation Bar entschieden wir uns relativ früh für maximal vier Punkte. So steht gerade die Transparenz unseres Produktes im Vordergrund, weswegen uns eine Navigation mit vielen Unterpunkten und Möglichkeiten eher zwielichtig vorkamen. Wie sollte uns der Kunde glauben, dass wir ein faires und ehrliches Produkt verkaufen, wenn ihn schon alleine der Blick auf die obere Hälfte der Website komplett überwältigt? Dementsprechend mussten wir erst einmal alle Seiten festlegen, die die Website enthalten soll, und zusätzlich die Priorisierung festlegen. Die wichtigsten Seiten kommen in die Navbar, die unwichtigeren bzw. thematisch untergeordneten Seiten in den Footer.

Schlussendlich erreichten wir eine Einigung auf die Punkte „Über uns“, „Produkte“, „Berater“ und „Kontakt“. Auch die Reihenfolge dieser Punkte folgt einer strikten Priorisierung. Da wir dem Kunden gerade unsere Firmenwerte die Intentionen der Firma nahebringen wollten, musste der erste Punkt, auf den der Nutzer klicken kann, eine „Über uns“-Seite sein, die ihm/ihr gleich mehr Kontext zu der Firma an und für sich gibt.

Darauffolgend finden sich die Produkte, da die komplette Aufmachung und Präsentation des Unternehmens am Ende des Tages logischerweise dazu führen soll, dass der Kunde bei Revitalize einkauft. Das Wesentliche darf dabei nicht aus dem Auge verloren werden, weswegen gleich nach „Über uns“ die Produkte folgen.

Zusätzlich muss eine solche Website auch immer gleichzeitig an Bestandskunden beziehungsweise Stammkunden denken, die immer wieder auf die Website kommen. Diese wollen so schnell wie möglich an das gewünschte Produkt kommen und nachbestellen ohne dabei von zu viel Vorlauf belästigt zu werden. So erschien uns diese Platzierung des Punktes als sinnig.

Als nächstes folgt der Punkt „Berater“. Dieser stelle eine Service-Leistung dar. Der Kunde kann sich hier nach Angabe von ein paar wenigen Informationen generelle Tipps und Produktempfehlungen für seinen individuellen Fall holen. Wir platzierten diesen allen voran deswegen in der Navbar, weil es sich eben um eine Service-Handlung handelt. Der Kunde erhält davon einen direkten Mehrwert, dementsprechend schnell und eindeutig sollte ein Nutzer zu Anfang diese Option finden können. Gerade eine Navbar bietet sich dafür sehr gut an. Gleichzeitig ist dies auch ein Verkaufstool für Produkte. Umso interessanter ist es aus Firmensicht, dass diese Option schnell gefunden wird. Zuletzt findet sich in der Navigation Bar die Kontaktseite. Diese ist ebenso wie die restlichen Seiten so prominent platziert, weil Revitalize von seinem Image der Transparenz lebt. Der Nutzer muss die Seite nur öffnen und kann, ganz ohne überhaupt scrollen zu müssen, sofort auf die Möglichkeiten zur Kontaktaufnahme mit dem Unternehmen finden.

Auch in der Navbar findet sich der Warenkorb. Kunden können so von jeder Seite auf diesen zugreifen und ihren aktuellen Einkauf bearbeiten oder abschließen. Dies hat für sie den Vorteil, dass sie jederzeit Produkte dort ablegen und löschen können, hat aber gleichzeitig auch den Vorteil für die Firma, dass Kunden immer den schnellstmöglichen Weg zum finalen Check-Out haben und damit wieder Geld einbringen.

Die Seiten sind so strukturiert, dass es entweder Kategoriseiten sind, die zu Artikelseiten oder Produktseiten führen, oder aber direkt Artikelseiten. In der Navbar finden sich mit „Über uns“ und „Produkte“ zwei Kategoriseiten, die noch jeweils drei beziehungsweise vier Artikelseiten zugänglich machen. Im Falle von „Über uns“ wären das zum Beispiel die Artikelseiten „Geschichte“, „Werte“ und „Karriere“. Zu diesen Artikelseiten käme man allerdings auch direkt über den Footer. Ebenso über den Footer kommt man auf die Seite „Transparenz“, die wiederum mit den Seiten „Lieferanten“, „Fairtrade“ und „Nachhaltigkeit“ drei Artikelseiten beherbergt. Grundsätzlich ist also zu sagen, dass jede Seite auf jede Seite verlinkt, da immer alles über Navbar oder Footer erreichbar ist.



## 06 - Die Persona

Unser prototypischer Benutzer heißt Christian Martens, ist 26 Jahre alt, lebt in Berlin-Kreuzberg und arbeitet als Junior Software Entwickler im Frontend Bereich. Unsere Persona ist noch relativ jung und hat erst vor Kurzem seinen Bachelor Abschluss als Medieninformatiker erhalten. Er verdient mit 44.897€ Netto im Jahr etwas mehr als der Durchschnitt und ist auch nicht verheiratet.



### Name

Alter

Wohnort

Familienstand

Beruf

Ausbildung

Netto-HH-Einkommen

### Christian Martens

26

Berlin-Kreuzberg

Ledig

Junior Softwareentwickler Frontend

Studium Medieninformatik

44.897 €

## Biografie

Christian hat sich nach dem Abitur für ein Auslandsjahr in Kalifornien entschieden und dort seine Faszination für Technologie gewonnen. Dazu begeisterte ihn die dortige künstlerische Kultur, weswegen er sich für ein Studium der Medieninformatik entschied. Zurzeit befindet er sich 2 Jahre nach seinem Bachelor Abschluss und arbeitet als Softwareentwickler, weshalb er sehr stark an den Monitor gebunden ist. Joggen mit aktuellen Alben oder Podcasts auf den Ohren oder aber die Rudemaschine im Fitnessstudio sind aktuell sein einziger, aber geliebter Ausgleich. Christian lebt vegetarisch und gibt sein bestes, sein Leben so klimaneutral wie möglich zu halten. Insgesamt ist er ein sehr digitaler Mensch, der sich zwar auch gut um seinen Datenschutz kümmert, sich jedoch gerne und viel mit seinen Freunden online austauscht. Beruflich möchte er sich später mit seinen Programmierfähigkeiten selbstständig machen. Sein Lieblingsgegenstand sind seine hochqualitativen Kopfhörer, die ihn ständig begleiten.



Die eigenschaften unserer Persona sind relativ klar, die Persona ist eher aktiv als passiv, da sie sportlich sein sollte. Unsere Persona ist außerdem nicht ganz so lebhaft wie man es erwarten würde, da sie eher über Entscheidungen nachdenkt und nicht so spontan entscheiden würde. Die wichtigsten Eigenschaften sind hier Freundlichkeit, Offenheit und Ehrlichkeit. Ehrlichkeit und Offenheit sind auch sehr wichtig für unsere Persona, weshalb wir auch unser Unternehmen sehr auf Transparenz und Ehrlichkeit ausgerichtet haben.

### Interessen und Hobbys:

- Programmierung
- Politik und Weltgeschehen
- Musik
- Filme
- Joggen
- regelmäßiges Workout im Fitnessstudio

### Motivation:

- „Jeder kann einen Teil für das große Ganze leisten“
- Umweltbewusstsein und Spaß gehen nicht zwingend auseinander
- Ohne sportlichen Ausgleich leidet die kognitive und kreative Leistungsfähigkeit
- Bewegung nach stundenlanger Monitorarbeit ist wie Urlaub

Interessen und Motivation unserer Persona sind sehr sport orientiert und verstärken nochmal das die Person sport aus Leidenschaft betreibt. Ein Hobby ist auch die Programmierung, daher erkennt man seine Ausgeglichenheit zwischen Arbeit und Hobby.

### Frustrationen:

- veraltete und undynamische Benutzeroberflächen
- nicht intuitive Funktionen
- lange Wartezeiten

Unsere Persona ist im allgemeinen sehr modern und hat viel Erfahrung mit Computern und Handys, da es quasi zur seiner Berufung gehört. Zu einer Frustration gehören daher veraltete und undynamische Benutzeroberflächen, die ihm viel Zeit und Nerven kosten.



**true fruits**  
100% Frucht – no tricks



ARMEDANGELS

Bevorzugte Marken unserer Persona sind z.B true fruits, die sehr Ehrlich gegenüber ihren Kääufern auftreten. Außerdem ist der Umweltschutz bei allen dieser Marken ein zentraler Punkt.

Der wichtigste Gegenstand unserer Persona sind seine Kopfhörer, welche ihn immer begleiten und daher sehr wichtig für ihn sind. Die Kopföhrer trägt er beim Sport, bei der Arbeit oder auch beim entspannen auf der Couch.



### Name

Alter  
Wohnort  
Familienstand  
Beruf  
Ausbildung  
Netto-HH-Einkommen

### Christian Martens

26  
Berlin-Kreuzberg  
Ledig  
Junior Softwareentwickler Frontend  
Studium Medieninformatik  
44.897 €

### Charakter



### Interessen und Hobbys:

- Programmierung
- Politik und Weltgeschehen
- Musik
- Filme
- Joggen
- regelmäßiges Workout im Fitnessstudio

### Motivation:

- „Jeder kann einen Teil für das große Ganze leisten“
- Umweltbewusstsein und Spaß gehen nicht zwingend auseinander
- Ohne sportlichen Ausgleich leidet die kognitive und kreative Leistungsfähigkeit
- Bewegung nach stundenlanger Monitorarbeit ist wie Urlaub

**true fruits**  
100% Frucht – no tricks



### Biografie

Christian hat sich nach dem Abitur für ein Auslandsjahr in Kalifornien entschieden und dort seine Faszination für Technologie gewonnen. Dazu begeisterte ihn die dortige künstlerische Kultur, weswegen er sich für ein Studium der Medieninformatik entschied. Zurzeit befindet er sich 2 Jahre nach seinem Bachelor Abschluss und arbeitet als Softwareentwickler, weshalb er sehr stark an den Monitor gebunden ist. Joggen mit aktuellen Alben oder Podcasts auf den Ohren oder aber die Rudermaschine im Fitnessstudio sind aktuell sein einziger, aber geliebter Ausgleich. Christian lebt vegetarisch und gibt sein bestes, sein Leben so klimaneutral wie möglich zu halten. Insgesamt ist er ein sehr digitaler Mensch, der sich zwar auch gut um seinen Datenschutz kümmert, sich jedoch gerne und viel mit seinen Freunden online austauscht. Beruflich möchte er sich später mit seinen Programmierfähigkeiten selbstständig machen. Sein Lieblingsgegenstand sind seine hochqualitativen Kopfhörer, die ihn ständig begleiten.

### Frustrationen:

- veraltete und undynamische Benutzeroberflächen
- nicht intuitive Funktionen
- lange Wartezeiten



# Zielformulierung

## Wie überzeugen wir Menschen, dass unsere Produkte wirklich gesund sowie umweltbewusst sind?

Im Zentrum unserer Zielformulierung steht wie bei den Entwurfskriterien Ehrlichkeit sowie Natürlichkeit. Heutzutage wirbt jedes Unternehmen damit, dass sie Ehrlich und umweltbewusst handeln. Unternehmen sind dabei meistens nicht Umweltbewusst sondern vermitteln es mittels Marketing lediglich nach außen. Wie können wir also unseren potentiellen Kunden zeigen das wir es wirklich ernst meinen mit dem Umweltschutz? Konkurrenz Produkte enthalten oft auch Stoffe die dem Körper auf Dauer nicht gut tue oder sogar schädlich sein können. Wir wollen daher den Kunden durch gesunde Inhaltsstoffe von unseren Produkten überzeugen, aber wie sollen uns Kunden dies glauben, wenn jedes zweite Unternehmen damit wirbt? Zentrale Eigenschaften unserer Website sind daher Ehrlichkeit sowie Transparenz, damit unsere Kunden auch wirklich erkennen, dass wir es ernst meinen.



# 07 - Die Wireframes

## Startseite

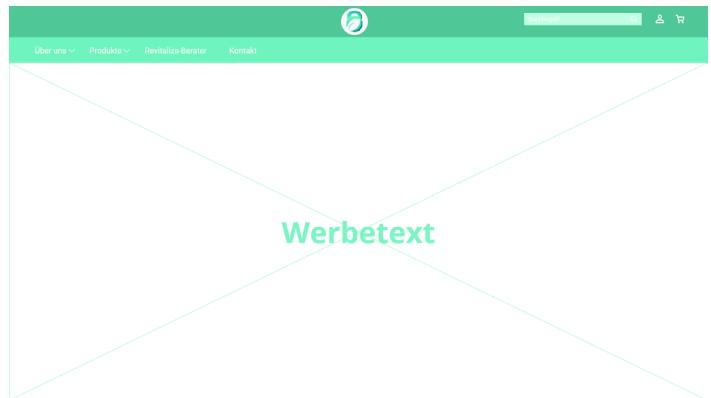
Die Startseite wirkt auf erstem Blick etwas länger, soll den Nutzer aber sofort auf alle wichtigen Bereiche des Internetauftritts hinweisen.

So befindet sich oben die Navigationsleiste, welche nach unten hin mitscrollt. So kann der Nutzer jederzeit wieder zur Startseite oder zu den anderen wichtigen Seiten des Internetauftritts.

Zuerst soll der Blick auf das Unternehmen gerichtet werden und wofür es steht beziehungsweise welche Werte es vertritt. Danach sollen erst Aktionen/ Angebote und Produkte gezeigt werden.

Während die Startseite in erster Linie informativ sein soll, so soll sie in Zukunft von Mouse-Over-Effekten und kleineren Animationen leben. Animierte Wellen über den Bildern oder wechselnde Farben sollen dem Nutzer zusätzliche Interaktion bieten.

Der Footer schließt die Seite ab und verweist dann auf weitere interessante oder wichtige Seiten. Unter anderem deckt er auch den weiteren Internetauftritt des Unternehmens über Links zu sozialen Plattformen ab.



Was ist Revitalize?

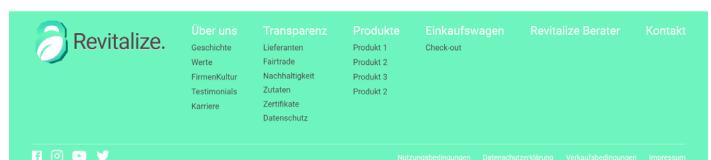


*Placeholder text: Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet clita kasd gubergren, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet clita kasd gubergren, no sea takimata sanctus est.*

Aktionen



Aktuelle Produkte



# Artikelseite

Während die Startseite einen Überblick über das Unternehmen geben sollte und auf weitere wichtige Internetseiten hinweist, so ist die Aufgabe der Artikelseite lediglich Informationen darzustellen.

Um nicht von dem Inhalt des Artikels abzulenken beschränkt sich die Interaktion auf das mindeste und nötigste.

Einige Artikelseiten bieten zudem die Möglichkeit über Links im Inhalt des Artikels auf andere Seiten zu kommen. Eine weitere Möglichkeit sind Eingabefelder zum Beispiel für Fragen.

Über uns ▾ Produkte ▾ Revitalize Berater Kontakt

Artikel

## Überschrift

## Überschrift

## Überschrift

## Überschrift

 Revitalize.

Über uns      Transparenz      Produkte      Einkaufswagen      Revitalize Berater      Kontakt

Geschichte      Lieferanten      Produkt 1  
Werte      Fairtrade      Produkt 2  
Firmenkultur      Nachhaltigkeit      Produkt 3  
Testimonials      Zutaten      Produkt 2  
Karriere      Zertifikate  
Datenschutz

---

[Facebook](#) [Instagram](#) [Twitter](#)

Nutzungsbedingungen      Datenschutzerklärung      Verkaufsbedingungen      Impressum

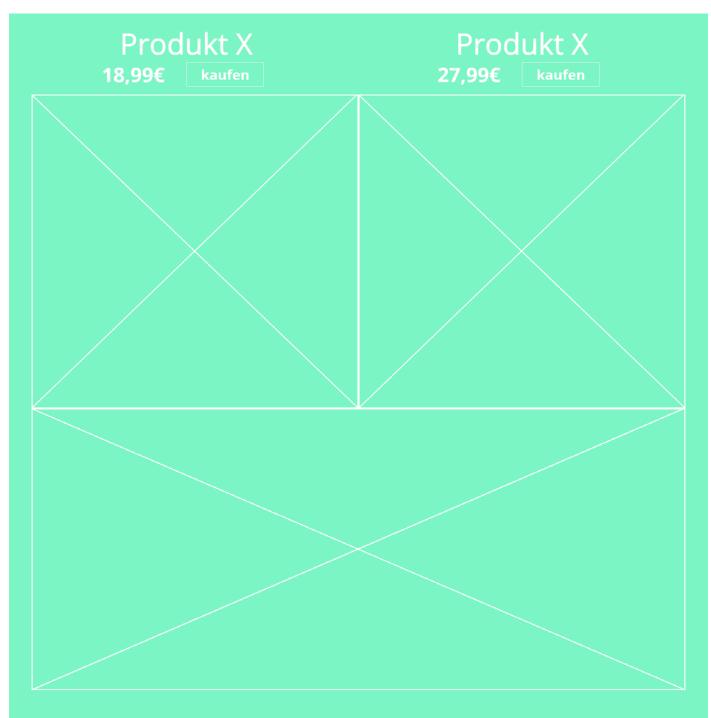
# Kategorie Seite

Von den Kategorie Seiten aus soll der Nutzer weitere Seiten besuchen können. In diesem Beispiel sind es speziell die Produkte.

Dementsprechend versucht das Design, im Gegensatz zu zum Beispiel der Startseite, gezielt auf die Produkte zu verweisen.

Die einzelnen Elemente sollen ihrer Wichtigkeit nach von oben nach unten angeordnet sein. Somit liegt die Priorität klar bei Aktionen, Neuheiten oder beliebten Produkten, welche dementsprechend dann auch mehr Platz auf der Seite einnehmen als weniger beliebte Produkte.

Zum Schluss befindet sich noch ein Abschnitt, welcher über die Vorteile unserer Produkte aufklärt und über Punkte wie Qualität oder Nachhaltigkeit berichtet, welche über das ganze Design hinweg eine wichtige Rolle spielen.



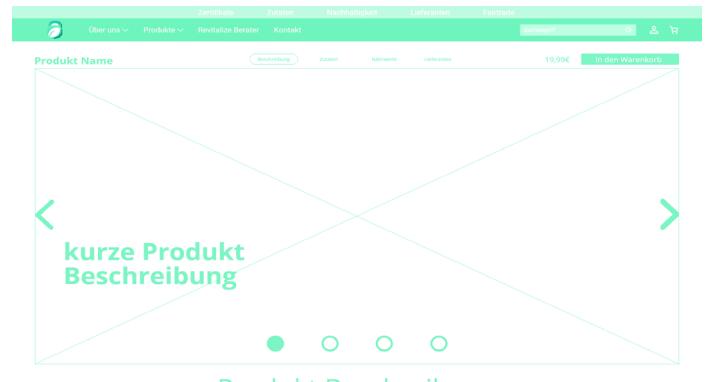
# Produktseite

Die einzelnen Produktseiten sollen in erster Linie über Texte, Tabellen und Grafiken auf den Inhalt der Produkte aufmerksam machen.

Dabei soll es nicht so wirken als stände der Kauf im Mittelpunkt sondern das Produkt und seine Qualität. Dazu gehören neben Punkten wie Nährwerten und Zutaten auch zum Beispiel Lieferanten.

Der Nutzer wird die Möglichkeit haben über eine interaktive Tabelle sich für eine bestimmte Mengenangabe die Nährwerte bestimmen zu lassen.

Auch hier soll sich die Interaktion auf ein Minimum beschränken, da die Produktseiten hauptsächlich über das Produkt informieren sollen.



## Produkt Beschreibung

*Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet clita kasd gubergren, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet clita kasd gubergren, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet.*



### Zutat 1

*Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet clita kasd gubergren, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet clita kasd gubergren, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet.*



### Zutat 2

*Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet clita kasd gubergren, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet clita kasd gubergren, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet.*



### Zutat 3

*Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet clita kasd gubergren, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet clita kasd gubergren, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet.*

## Nährwertangaben

Durchschnittliche Nährwerte pro 100g

Brennwert	975kJ/229kcal
Fett davon gesättigte Fettsäuren	12,5g 5,4g
Kohlenhydrate davon Zucker	0,6g 0,6g
Eiweiß	28,5g
Salz	5,0g

## Lieferanten



### Lorem ipsum

*Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet clita kasd gubergren, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet clita kasd gubergren, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet clita kasd gubergren, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet clita kasd gubergren, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet.*

# 08 - Die Designentwürfe

The screenshot shows the Revitalize website's design. At the top, there's a navigation bar with links for "Über uns", "Produkte", "Berater", "Kontakt", and a search bar. A large green header image features a stylized green human figure in a dynamic pose. To the right of the figure, the text "Unleash your Pure Nature" is displayed, followed by the Revitalize logo and the word "Revitalize.". Below this, a green banner contains the question "Was ist Revitalize?". To the left of the banner is a small image of a person running with the text "Wir sind Fortschritt". To the right is another image of a person running with the text "Supplements - keine Chemikalien". A quote below the second image reads: "Revitalize bietet dir gesunde Supplements, die nicht aus dem Reagenzglas kommen. Natürliche Hilfe für natürliche Körper." On the far left, a section titled "Umweltschutz bedingt die Sache" includes a quote: "Als Quelle aller unserer Produkte dient die Natur - natürlich liegt uns der Schutz dieser dann sehr nah. Jedes Produkt ist so klimaneutral wie möglich produziert worden und so wird es auch immer bleiben." In the center, a large image of a forest with the text "Wir sind nachhaltig" overlaid. Below these sections, a "Aktuelle Produkte" section features a large image of a swimmer with the text "VEGAN Boost" and a "Jetzt kaufen" button. Below this are four smaller boxes labeled "Proteine", "Booster", "Komplett-nahrung", and "Vitamine". The next section, "Aktionen und Specials", shows a video thumbnail of a person playing a video game with the text "One on One mit device". A descriptive text below the video reads: "Voller Fokus, pure Konzentration, Adrenalin bis in die Fingerspitzen - das ist E-Sport. Im Interview erzählt uns Nicolo "der1ce" Reedtz von seinem Wag an die Spitze, das Gefühl auf der Bühne und wie man in deartiger Konsistenz fokussiert bleibt." A "...mehr lesen" button is at the bottom. At the very bottom, there's a footer with links for "Über uns", "Produkte", "Einkaufswagen", "Revitalize Berater", "Kontakt", and social media icons for Facebook, Instagram, and Twitter.

Das Design der Startseite lebt in erster Linie von kleinen Animationen und Effekten. Als Standbild wirkt diese sehr statisch und minimal, mit Wellen- und Parallaxeffekten wiederum bekommt die Startseite eine sanfte Bewegung.

Als Besucher wird man zuerst von einem Hero-Bild begrüßt, welches über die Welle unterhalb mit dem Rest der Startseite verbunden wird. Danach wird der Fokus auf das Unternehmen und seine Vorteile gelenkt. Diese sind fest mit der Unternehmensphilosophie verbunden und sollen deshalb auch weit oben auf der Seite angezeigt werden.

Der grüne Filter über den Bildern ist ein Element, welches häufig wiederzufinden ist. Dieser befindet sich auf jedem Bild um somit eine Kontinuität zu garantieren und hat eine ähnliche Aufgabe wie die Welleneffekte unter den Bildern.

Die Bilder selbst sind recht groß und nehmen dementsprechend auch viel Platz ein. Dadurch wird die Seite aufgelockert und etwas die Natürlichkeit unterstrichen.

Die Grüntöne auf allen Internetseiten unterscheiden sich von den Grüntönen aus dem Moodboard da festgestellt wurde, dass die Schrift dadurch unleserlich wird. Der neue Grünton ist signifikant dunkler und bietet daher einen deutlicheren Kontrast zu dem hellen Hintergrund.

# Raster



Quellenverweise:  
20) 21) 22) 23) 24) 25) 26) 27)

# Weitere Entwürfe

The screenshot shows the Revitalize homepage. At the top, there's a navigation bar with links like "Über uns", "Produkte", "Revitalise Berater", and "Kontakt". Below the navigation is a large banner featuring a woman jogging in a park. To the right of the banner is a call-to-action button: "Weil Nachhaltigkeit uns besonders wichtig ist" with a link "▶ Lesen sie mehr". Below the banner are three product categories: "Unsere Produktreihen", "Zur unseren Supplements", "Zur unseren Shakes", and "Zur unseren Komplettnahmungen". Further down is another section with a woman jogging and a text block: "Du weißt noch nicht was am besten zu dir passt? Dann teste doch unseren Revitalize Berater, welcher für dich das am besten passende Produkt findet. ▶ Zum Berater".

## Was ist Revitalize?

Wir achten darauf dich optimal bei deinen Aktivitäten zu unterstützen und mit allen nötigen Nährstoffen und Vitaminen zu versorgen - ganz ohne schädliche Chemie. Nun egal ob du in deiner Freizeit joggst, regelmäßig in den Fitnessclub gehst, versuchst abzunehmen oder für einen Wettkampf trainierst. Mit uns erreichst du immer die 100%. ▶ Mehr über uns



## Die neusten News

Immer die neusten News sofort als Email erhalten. Jetzt für den Newsletter anmelden.



[Facebook](#) [Twitter](#) [YouTube](#) Geschäftsbedingungen Kontakt Impressum Datenschutz

Zertifikate Zulizen Nachhaltigkeit Lieferanten Fairtrade 100% Eco & Fair Kontakt



## Warum Revitalize?

### Transparent

Wir beziehen alle unsere Zutaten direkt von Fair Trade Warenausliefern genau wo sie herkommen und versuchen die lokalen Gemeinden so gut es geht zu unterstützen und zu fördern. Alle Produkte werden von regelmäßigen unabhängigen Drittparteien getestet, um die höchste mögliche Qualität sicherzustellen.

### Umweltschutz

Für uns ist Bio kein Trend, sondern eine Einstellung. Die Verantwortung gegenüber....

### Qualität

Um den Verbrauchern jeden Tag eine erstklassige Produktqualität garantieren zu können, haben wir ....

[learn more](#)



## Aktionen



Produkt1 Produkt2 Produkt3 Produkt4 Produkt5 Produkt6

## Neue Produkte



all green Energydrink

[learn more](#)

Revitalize. Über uns Geschichte Werte Firmenkultur Testimonials Karriere Transparenz Lieferanten Fairtrade Nachhaltigkeit Zulizen Zertifikate Datenschutz Produkte Produkt 1 Produkt 2 Produkt 3 Produkt 4 Einkaufswagen Check-out Revitalise Berater Kontakt Nutzungsbedingungen datenschutzerklärung verkaufsbedingungen Impressum



Nutzungsbedingungen Datenschutzerklärung Verkaufsbedingungen Impressum

# Designentwürfe - Artikelseite



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est

Bei den Artikelseiten liegt unser Hauptaugenmerk auf der Lesbarkeit und Verständlichkeit des Inhalts, weswegen Effekte hier eher sparsam sind. Die einzigen zwei Elemente, welche auf vielen Seiten wiederzufinden sind, sind die Wellen und der grüne Farbfilter. Auf die animierten Wellen unter den Bildern wurde dabei verzichtet um nicht von den Texten abzulenken.

Ein Feature der Artikelseiten ist der Fortschrittsbalken (welcher im Entwurf links nicht zu sehen ist), welcher dem Nutzer eine Rückmeldung zum aktuellen Lesefortschritt gibt. Dieser soll dabei möglichst subtil sein und befindet sich demnach direkt unter beziehungsweise teils in der Navbar und füllt sich langsam von links nach recht während man den Artikel liest.

Bei der Überschrift wird bewusst mit dem Weißraum gespielt um Spannung zu erzeugen. Durch das Eindringen der Überschrift in den Weißraum verliert sie etwas an Leserlichkeit, aber nicht genug um nicht verstanden werden zu können. Zudem verbindet sie den Header der Seite mit dem Rest und lässt ihn weniger abgeschnitten wirken. Die Position der Überschriffr ist nicht bei allen Artikeln identisch um ein wenig Varianz auf den Seiten zu haben.

Die Texte sind alle recht kurz gehalten und werden immer mit einem passenden Bild verbunden. Der Lesefluss wird dadurch nicht zwangsweise gestört, da jeder kurze Abschnitt ein spezifisches Thema behandelt. Somit muss man nicht zwischen Absätzen springen um einen roten Faden zu behalten.

# Designentwürfe - Artikelseite (Raster)

The screenshot displays a website's article page design. At the top, there is a navigation bar with links for "Über uns", "Produkte", "Berater", "Kontakt", "Suchbegriff", and user icons. Below the navigation is a large, semi-transparent header image showing a person in a gaming or professional setting. The main content area features a quote "Quote Quote Quote" overlaid on a background image of a person wearing headphones. To the right of the quote is a block of placeholder text (Lorem ipsum). Further down, there is another block of placeholder text and a small video thumbnail showing a person in a gaming setup. The footer contains a navigation menu with links to "Revitalize.", "Über uns", "Transparenz", "Produkte", "Einkaufswagen", "Berater", and "Kontakt", along with social media icons and legal links like "Haftungsbedingungen", "Datenschutzerklärung", and "Impressum".

# Designentwürfe - Kategorieseite

The screenshot shows the product category page for Revitalize. At the top, there's a navigation bar with links for "Über uns", "Produkte", "Berater", "Kontakt", "Suchbegriff", and a search icon. Below the navigation is a large, bold title "PRODUKTE" with a green filter effect. In the background, there are two black tubs of protein powder with a wolf logo, set against a forest backdrop. A green banner runs across the middle of the page. Below the banner, there's a section titled "Warum Revitalize?" with three icons: "Gesundheit" (heart with a plus), "Umweltschutz" (leaf), and "Natürlichkeit" (tree). To the right of these icons is a small image of a person working out. Below this section is a "Kategorien" section with four categories: "Proteine", "Booster", "Komplett-nahrung", and "Vitamine". On the right side, there's a large image of a black tub of "VEGAN Boost" protein powder with the "BLACKWOLF WORKOUT" logo. Below the image is a "Zum Produkt" button. The footer contains links for "Revitalize.", "Über uns", "Transparenz", "Produkte", "Einkaufswagen", "Revitalize Berater", and "Kontakt", along with social media icons for Facebook, Instagram, YouTube, and Twitter.

Die Kategorieseiten folgen ebenfalls dem Designmuster der anderen Seiten und enthalten bekannte Elemente wie die leicht versetzte Überschrift, die Wellen oder den grünen Farbfilter.

Hier wird vor allem auf große Bilder und Eye-Catcher gesetzt, dementsprechend aber auch auf weniger Text. Im Gegensatz zu den Artikelseiten sind hier auch wieder mehr Effekte und Animationen vorhanden.

Über diese soll der Nutzer dann gezielt auf neue Produkte und Artikel hingewiesen werden, welche ihn interessieren könnten.

Recht weit oben befindet sich wieder ein Bereich mit Argumenten für Revitalize. Damit diese aber nicht störend wirken lassen sie sich ausklappen und nehmen somit weniger Platz ein. Dadurch wird der Nutzer nicht zu stark mit Text überfordert und kann sich dann eigenständig entscheiden, ob er die längeren Texte lesen möchte.

# Designentwürfe - Kategorieseite (Raster)

Über uns  
Produkte  
Berater  
Kontakt  
Suchbegriff

# PRODUKTE

## Warum Revitalize?

- Gesundheit
- Umweltschutz
- Natürlichkeit

Proteine

Booster

Komplett-nahrung

Vitamine

## Kategorien

### VEGAN Boost

Zum Produkt

Revitalize.

Über uns  
Geschichte  
Werke  
Firmenkultur  
Testimonials  
Karriere

Transparenz  
Lieferanten  
Fairness  
Nachhaltigkeit  
Zulizen  
Zertifikate  
Datenschutz

Produkte  
Produkt 1  
Produkt 2  
Produkt 3  
Produkt 2

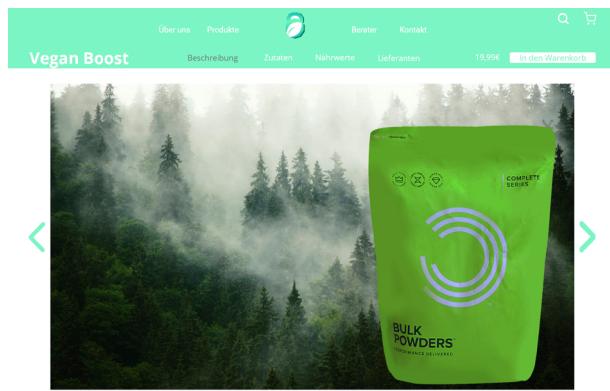
Einkaufswagen  
Check-out

Revitalize Berater

Kontakt

[Facebook](#) [Instagram](#) [YouTube](#) [Twitter](#)

# Designentwürfe - Produktseite



## Nährwertangaben

Durchschnittliche Nährwerte pro 100g

Brennwert	975kj/229kcal
Fett davon gesättigte Fettsäuren	12,5g 5,4g
Kohlenhydrate davon Zucker	0,6g 0,6g
Eiweiß	28,5g
Salz	5,0g

## Lieferanten

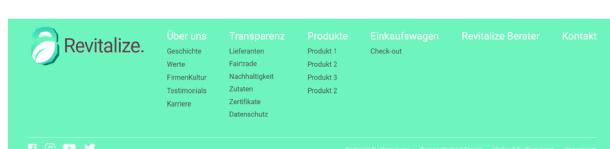


Die Produktseite ist eine der auffälligeren Seiten, da diese den Nutzer zum Kauf animieren soll. Auch hier befinden sich zuerst, nach einem großen Bild des Produkts, wichtige Informationen über Qualität und Zutaten der einzelnen Produkte.

Die Informationen sind nicht alle sofort einsehbar, sondern werden einem nach und nach (beim scrollen) angezeigt. Somit wird der Nutzer durch das Produkt geführt und es entsteht ein Gefühl, als würde man ihm das Produkt aktiv vorstellen.

Über eine zusätzliche Zeile in der Navigation besteht permanent die Möglichkeit zu den einzelnen Unterthemen der Seite zu springen. Dadurch hat der Nutzer die Möglichkeit sich besser auf der Seite zu rechtfertigen. Zudem wird auf der linken Seite der Navigationsleiste der aktuelle Produktnamen angezeigt und auf der rechten Seite die Option den Artikel in den Warenkorb zu legen. Somit muss der Nutzer nicht die gesamte Seite nach den relevanten Elementen absuchen.

Hier werden zum ersten mal freigestellte Bilder für die Zutaten verwendet. Diese sollen dadurch natürlicher wirken, was durch die starken Farben nochmal zusätzlich verstärkt werden soll. Es sind zudem die einzigen Bilder ohne den grünen Farbfilter, da dieser den Eindruck der Zutaten verfälschen würde.



Quellenverweise:  
53) 54) 55) 56) 57) 58)

# Designentwürfe - Produktseite (Raster)

Vegan Boost
Über uns
Produkte
 Berater
Kontakt


19.99€
In den Warenkorb



**Produkt Beschreibung**

Der Vegan Boost wurde entwickelt, um Müdigkeit zu bekämpfen und das tägliche Leistungsniveau zu unterstützen. Es kombiniert Vitamine mit Kräutern, die in der traditionellen chinesischen Medizin verwendet werden, und ist ideal für allgemeine Müdigkeit, unangiebige Arbeitszeiten und hektischen Lebensstil.



**Ingwer**

Ingwer ist reich an Vitamin C und enthält darüber hinaus Magnesium, Eisen, Kalzium, Kali, Natrium und Chlorid.

Das Ingwer wird professionell und kann sonst zu einer passiven Darmschleimbildung führen. Ingwer wirkt zudem antiseptisch, bewirkt also die Entfernung von Bakterien und Viren. Durch seine Inhaltsstoffe fördert Ingwer außerdem die Durchblutung und den Kreislauf an.



**Guaraná**

Der bedeutendste Unterschied in Guaraná ist das Kochen zwischen Schiedel CD Prozent lagt die Menge an Koffein im Guaraná-Kaffee durch über den Anteil von Koffein, der es nur auf 1,2 bis 1,8 Prozent schwächt.

Sowohl das Koffein in Guaraná für den Immunsystem-Körper als auch besser verzögert die Ermüdung.



**Rote Beete**

Das Rote Beete-Pulpa besteht aus den Wurzeln der Rote Beete. Die Rote Beete-Pulpa verzehrt man am besten mit einem Glas Wasser, um die Verdauung zu unterstützen und verstärkt das Körper und verzögert das Alterungsprozesse.

Zudem ist die Rote Beete reich an Fasern und Mineralstoffen und unterstützt die Verdauung und die Knochen.

**Nährwertangaben**

Durchschnittliche Nährwerte pro 100g	
Brennwert	975kJ/229kcal
Fett	12,5g
davon gesättigte Fettsäuren	5,4g
Kohlenhydrate	0,6g
davon Zucker	0,6g
Eiweiß	28,5g
Salz	5,0g

**Lieferanten**



landline

EINFACH GANZ NATÜRLICH  
Naturprodukte und Lebensmittel vertrieben wir seit 1990 Produkte aus biologischem Anbau für den Handel. Wir sind der Bio-Großhändler, der Wert auf eine faire und vertraulose Zusammenarbeit mit engagierten und vor allem zertifizierten Produzenten legt.

Wir kennen die einzelnen Anbaubetriebe, Produktionsstätten und die Menschen dahinter persönlich und können so eine stabile Basis schaffen. Wir sind sehr verlässliche Kontakte gewachsen, die es uns ermöglichen, Ihnen erstklassige Bio-Produkte anbieten zu können.

Die LANDLINE Lebensmittel-Vertrieb GmbH mit Sitz in Hürth bei Köln ist ein Lebensmittel-Großhandel für Biologisch erzeugte Produkte und Spezialist im Bio Obst- & Gemüse-Bereich. Wir sind seit über 25 Jahren erfolgreich aktiv und dabei tätig, seit 1991 Dienstleistungen Vertragshändler.



**Revitalize.**

Über uns  
Geschichte  
Werte  
Firmenkultur  
Testimonials  
Karriere



Transparenz

Lieferanten  
Fairtrade  
Nachhaltigkeit  
Zertifikat  
Datenprivacy  
Datenschutz

Produkte

Product 1  
Product 2  
Product 3  
Product 2

Einkaufswagen

Check-out

Revitalize Berater

Kontakt

Nutzungsbedingungen

Datenschutzerklärung

Verkaufsbedingungen

Impressum

Quellenverweise:  
 53) 54) 55) 56) 57) 58)

 Revitalize. | 35

# Designentwürfe - Berater



**Von den eigenen Zielen überfordert?**

Lass dir von uns helfen!

Wie alt bist Du?

**Von den eigenen Zielen überfordert?**

Lass dir von uns helfen!

Wie groß bist Du?

**Von den eigenen Zielen überfordert?**

Lass dir von uns helfen!

Wie viel wiegst du?

**Von den eigenen Zielen überfordert?**

Lass dir von uns helfen!

Wie ernährst du dich?

Omnivor

Vegetarisch

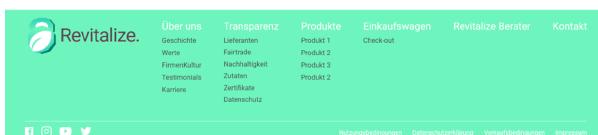
Vegan

**Von den eigenen Zielen überfordert?**

Lass dir von uns helfen!

Was ist dein persönliches Ziel?

- Fettreduktion
- Fettreduktion  
Muskelaufbau
- Leistungssteigerung
- Ausdauersteigerung

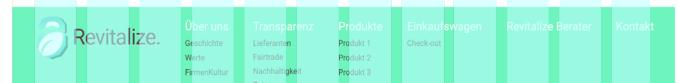
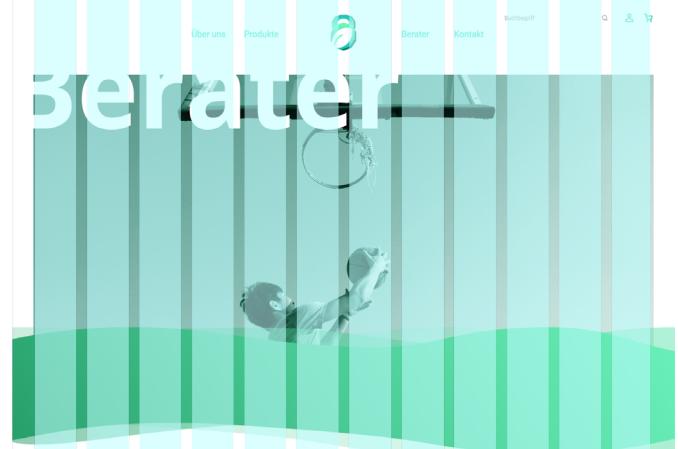


Der Berater ist eine Möglichkeit direkt auf Produkte des Unternehmens inklusive Tipps verwiesen zu werden. Hierdurch kann der Nutzer sich Produkte vorschlagen lassen, falls er noch unentschieden sein sollte.

Dabei ist es nicht, wie auf der linken Seite dargestellt, eine einzelne lange Seite. Der mittlere Teil, also die Frage und das Antwortfeld, ändern sich nach jeder Antwort durch Verwendung von JavaScript. So wird der Nutzer durch mehrere Fragen geleitet und bekommt am Ende eine Einschätzung sowie zusätzliche Informationen und Tipps vorgeschlagen.

Ähnlich wie bei den Artikelseiten sind hier recht wenig Effekte verwendet worden. Dies liegt daran, dass diese von dem eigentlichen Prozess ablenken könnten.

# Designentwürfe - Berater



# Designentwürfe - Navigation Bar und Footer

Über uns Produkte



Berater Kontakt



Über uns Produkte Berater Kontakt



Über uns Produkte Berater Kontakt



Über uns Produkte



Berater Kontakt



Revitalize.

Über uns

Geschichte  
Werte  
Firmenkultur  
Testimonials  
Karriere

Transparenz

Lieferanten  
Fairtrade  
Nachhaltigkeit  
Zutaten  
Zertifikate  
Datenschutz

Produkte

Produkt 1  
Produkt 2  
Produkt 3  
Produkt 2

Einkaufswagen

Check-out

Revitalize Berater

Kontakt



Nutzungsbedingungen Datenschutzerklärung Verkaufsbedingungen Impressum

Die Navigationsleiste soll zuerst einen transparenten Hintergrund haben und sobald der Nutzer dann beginnt zu scrollen wird dieser dann grün. Sie selbst ist relativ groß und gut sichtbar. So soll dem Nutzer die Möglichkeit gegeben werden möglichst schnell von jeder Seite zu den wichtigsten Seiten und zurück zu der Startseite zu navigieren.

Der Footer umfasst dann nochmal weitere wichtige Links sowie Produkte etc. Die Idee hier ist, dass der Nutzer bis nach unten scrollt und dann die Möglichkeit hat über den Footer auf weitere, für ihn interessante, Seiten zu stoßen. Deswegen beinhaltet der Footer mehr als die üblichen Links wie Impressum, Datenschutzerklärung, etc.



Revitalize.

| 38

# Anteile der Gruppenmitglieder

Simon Weck: 30%

Benjamin Jäger: 30%

Patryk Watola: 30%

Clemens Bork: 10%

Die drei Erstgenannten haben an allen Hausaufgaben und der Endgestaltung der Seiten gleichermaßen gearbeitet, während sich das Engagement von Clemens Bork auf die ersten drei Aufgaben (namentlich Gestaltungsbilder anderer Firmen, Idee und Moodboard) beschränkte.

## Design der Seiten

Artikelseiten - **Patryk Watola**

- Geschichte
- Werte
- Karriere
- Lieferanten
- Fairtrade
- Nachhaltigkeit
- Interview Artikel

Kategoriseiten - **Benjamin Jäger**

- Über uns
- Transparenz
- Produkte

Produktseiten - **Simon Weck**

- Vegan Whey
- Vegan Boost
- Vegan Nutrition
- Vegan Vitamin

Registrierungsseiten - **Patryk Watola**

- Check-Out
- Kontakt

Sonstige Seiten

- Revitalize Berater -**Benjamin Jäger**
- Warenkorb - **Benjamin Jäger**
- Impressum - **Patryk Watola**
- Startseite -**Benjamin Jäger**



# Quellen - Dokumentation

1. [Discord-Logo]. Heruntergeladen am 29. September 2019 von <https://discordapp.com/branding>.
2. [Screenshot aus der Discord-Desktop-Applikation]. Erstellt am 09. Oktober 2019 aus der Discord-Desktop-Applikation unter <https://discordapp.com/>.
3. [Screenshot der Discord-Website]. Erstellt am 03. Oktober 2019 von <https://discordapp.com/>.
4. [Unbetiteltes Bild eines Wohnzimmers]. Zugegriffen am 20. Oktober 2019 von <https://www.looq-media.de/referenzen/parkwohnungen-carlshoehe-wohnzimmer/>
5. Sun, L. [Unbetiteltes Bild einer Frau, die Yoga macht]. Zugegriffen am 20. Oktober 2019 von <https://www.pexels.com/de-de/foto/fitness-frau-matte-person-2294352/>
6. Nutzernname: Comfreak (2018). [Unbetiteltes Bild von Blaubeeren]. Abgerufen am 20. Oktober 2019 von <https://pixabay.com/de/photos/heidelbeere-blaubeere-schwarzbeere-3460419/>.
7. Freitas, V. [Unbetiteltes Bild eines Mannes, der Gewichte hebt]. Abgerufen am 20. Oktober 2019 von <https://www.pexels.com/de-de/foto/anstrengung-athlet-ausbildung-bodybuilder-949126/>.
8. [Unbetiteltes Bild eines joggenden Mannes]. Abgerufen am 20. Oktober 2019 von <https://www.azumio.com/blog/fitness/when-to-run-morning-evening>
9. (2018). [Unbetiteltes Bild des Wortes „Fitness“ aus Scrabble-Steinen]. Abgerufen am 20. Oktober 2019 von <https://microbit.eeducation.at/wiki/Datei:Fitness.jpg>
10. [Unbetiteltes Bild einer sporttreibenden Gruppe]. Abgerufen am 20. Oktober 2019 von <https://coulommiers.eu/tribbing/functional-training-ausbildung.php>.
11. [Unbetiteltes Bild von Weintrauben]. Abgerufen am 20. Oktober 2019 von <https://frankort.nl/de/produkte/weintrauben>.
12. Miserez, L. (2019). [Ein unbenanntes Bild eines Baumes]. Abgerufen am 20. Oktober 2019 von <https://www.stlimg.com/news/did-you-know-missouri-botanical-garden-plant-sweet-gum-tree-space-discovery/>.
13. (Jahr unbekannt). Sparring Ring [Online-Bild]. Abgerufen am 20. Oktober 2019 von <https://wall.alphacoders.com/big.php?i=692039&lang=Swedish>
14. Nutzername: thelester (2016). [Unbetiteltes Bild eines Mannes in einem grünen Shirt]. Abgerufen am 18. November 2019 von <https://pixabay.com/de/photos/mann-m%C3%A4nnlich-portr%C3%A4t-bart-1122364/>
15. Denn's Biomarkt. (Jahr unbekannt). [Abbildung des Firmenlogos]. Abgerufen am 18. November 2019 von <https://www.denns-biomarkt.de/>
16. True Fruits (2013). [Bild des Firmenlogos mit Untertext]. Abgerufen am 18. November 2019 von <https://de-de.facebook.com/true.fruits.no.tricks/photos/a.10150571539230914/10151672071420914/?type=3&theater>
17. Tesla (2003). [Firmenlogo]. Abgerufen am 18. November 2019 von [https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Tesla\\_Motors.svg](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Tesla_Motors.svg)
18. Armedangels (Jahr unbekannt). [Firmenlogo]. Abgerufen am 18. November 2019 von <https://www.schmuckwerk-diessen.de/kollektionen/armedangels/>
19. Jaybird (Jahr unbekannt). [Produktfoto der Jaybird RUN]. Abgerufen am 18. November 2019 von <https://www.amazon.in/Jaybird-Wireless-Headphones-Sweat-Proof-Resistant/dp/B07582VVJRW>

20. Lawrence, M. (2013). Running icon by Micah Lawrence, from The Noun Project [Online-Bild]. Zugegriffen am 9. Dezember 2019 von [https://de.wikipedia.org/wiki/Datei:Running\\_icon\\_-\\_Noun\\_Project\\_22889.svg](https://de.wikipedia.org/wiki/Datei:Running_icon_-_Noun_Project_22889.svg)
21. Kumtanom, T. [Unbetiteltes Bild einer joggenden Frau]. Zugegriffen am 9. Dezember 2019 von <https://www.pexels.com/de-de/foto/baume-blatter-dammerung-frau-347134/>
22. Ackermann, P. [Unbetiteltes Bild einer Landschaft mit Bäumen und Bergen]. Zugegriffen am 9. Dezember 2019 von <https://www.pexels.com/de-de/foto/ausserorts-baume-berge-draussen-1666021/>
23. Bhargav, G. A. [Unbetiteltes Bild eines Schwimmers aus der Vogelperspektive]. Zugegriffen am 9. Dezember 2019 von <https://www.pexels.com/de-de/foto/action-aktion-baden-blau-863988/>
24. [Ein Bild des Counter Strike-Profis „dev1ce“ vor einem Monitor]. Zugegriffen am 9. Dezember 2019 von <https://www.hltv.org/gallery/view/70384>
25. Wikimages, Quarterback [Online-Bild]. Zugegriffen am 22. Januar 2020 von <https://pixabay.com/de/photos/quarterback-american-football-sport-67701/>
26. Nutzernname: wiggijo (2013, 2016 veröffentlicht). [Ein Bild von Fahrradfahrern]. Abgerufen am 22. Januar 2020 von <https://pixabay.com/de/photos/rennrad-radrennen-rennr%C3%A4der-sport-1812217/>
27. StockSnap, Surfer [Online-Bild]. Zugegriffen am 22. Januar 2020 von <https://pixabay.com/de/photos/surfen-surfer-welle-ozean-meer-926822/>
28. <https://www.pexels.com/de-de/foto/anmutig-anstrengung-athlet-auffuh-rung-414029/>
29. <https://www.pexels.com/de-de/foto/abenteuer-baume-bemoosten-felsen-ber-ge-1761282/>
30. <https://www.pexels.com/de-de/foto/action-aktion-american-football-athlet-159515/>
31. <https://www.pexels.com/de-de/foto/abenteuer-action-aktion-athleten-248547/>
- 32 <https://www.pexels.com/de-de/foto/abenteuer-action-aktion-bewegung-390051/>
33. <https://www.pexels.com/de-de/foto/baume-blatter-dammerung-frau-347134/>
34. <https://www.pexels.com/de-de/foto/anmutig-anstrengung-athlet-auffuh-rung-414029/>
35. Tornberg, T. [Unbetiteltes Bild eines Snowboarders]. Zugegriffen am 12. Januar 2020 von <https://www.pexels.com/de-de/foto/abenteuer-action-aktion-aktion-ener-gie-1635086/>.
36. Yerrick, D. (2006). Red heart symbol. [Online-Bild]. Zugegriffen am 12. Januar 2020 von [https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Heart\\_symbol\\_c00.png](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Heart_symbol_c00.png)
37. Unbekannter Ersteller (2018). [Ein Blatt-Icon der kostenfreien Schrift „Font Awesome“]. Zugegriffen am 12. Januar 2020 von [https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Font\\_Awesome\\_5\\_solid\\_leaf.svg](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Font_Awesome_5_solid_leaf.svg)
38. [Ein Bild des Counter Strike-Profis „dev1ce“ vor einem Monitor]. Zugegriffen am 9. Dezember 2019 von <https://www.hltv.org/gallery/view/70384>
39. Wikimages, Quarterback [Online-Bild]. Zugegriffen am 22. Januar 2020 von <https://pixabay.com/de/photos/quarterback-american-football-sport-67701/>
41. Kumtanom, T. [Unbetiteltes Bild einer joggenden Frau]. Zugegriffen am 9. Dezember 2019 von <https://www.pexels.com/de-de/foto/baume-blatter-dammerung-frau-347134/>
42. YouTube-Nutzernname: GINX Esports TV (2018). [Thumbnail eines Interviews mit „dev1ce“ auf YouTube]. Zugegriffen am 13. Januar 2020 von <https://www.youtube.com/watch?v=s5AU2Y891JI>

47. Black Wolf Workout. [Unbetiteltes Bild einer Supplement-Dose der Marke „Black Wolf“]. Zugegriffen am 12. Januar 2020 von <https://blackwolfworkout.de/produkt/trail/>
48. Yerrick, D. (2006). Red heart symbol. [Online-Bild]. Zugegriffen am 12. Januar 2020 von [https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Heart\\_symbol\\_c00.png](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Heart_symbol_c00.png)
49. Unbekannter Ersteller (2018). [Ein Blatt-Icon der kostenfreien Schrift „Font Awesome“]. Zugegriffen am 12. Januar 2020 von [https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Font\\_Awesome\\_5\\_solid\\_leaf.svg](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Font_Awesome_5_solid_leaf.svg)
50. [Ein Baum-Icon]. Zugegriffen am 12. Januar 2020 von <https://thenounproject.com/search/?q=trees&i=883674>
51. Tornberg, T. [Unbetiteltes Bild eines Snowboarders]. Zugegriffen am 12. Januar 2020 von <https://www.pexels.com/de-de/foto/abenteuer-action-aktion-energie-1635086/>.
52. Nutzernname: Skeeze (2003, veröffentlicht 2015). [Unbetiteltes Bild eines Läufers]. Zugegriffen am 12. Januar 2020 von <https://pixabay.com/de/photos/I%C3%A4ufer-marathon-wettbewerb-rennen-802912/>.
53. <https://www.pexels.com/de-de/foto/baume-blatter-dammerung-frau-347134/>
54. <https://www.pexels.com/de-de/foto/architektur-athlet-brucke-dehnen-221210/>
55. <https://www.pexels.com/de-de/foto/abenteuer-action-aktion-athleten-248547/>
56. <https://www.pexels.com/de-de/foto/brunette-draussen-erholung-erwachsener-1089164/>
57. <https://www.pexels.com/de-de/foto/person-frau-sport-stark-28080/>
58. <https://www.pexels.com/de-de/foto/abenteuer-action-aktion-bewegung-390051/>
59. Nutzername: Pixabay. [Unbetiteltes Bild eines Basketballspielers]. Zugegriffen am 13. Januar 2020 von <https://www.pexels.com/de-de/foto/action-aktion-balance-ball-163452/>

# Auf der Website zusätzlich benutzte Bilder

- Algedroid, Zusammenarbeit [Online-Bild]. Zugegriffen am 22. Januar 2020 von <https://pixabay.com/de/photos/team-arbeit-gesch%C3%A4ft-zusammenarbeit-4503157/>
- annca, Sprössling [Online-Bild]. Zugegriffen am 22. Januar 2020 von <https://pixabay.com/de/photos/erde-spr%C3%B6ssling-blatt-3289810/>
- eliasfalla, Kakaobauer [Online-Bild]. Zugegriffen am 22. Januar 2020 von <https://pixabay.com/de/photos/kakao-mann-kolumbien-bauer-hand-452911/>
- eliasfalla, Reisbauer [Online-Bild]. Zugegriffen am 22. Januar 2020 von <https://pixabay.com/de/photos/bauer-reisfelder-reis-ernten-452904/>
- Frau in Feld [Online-Bild]. Zugegriffen am 22. Januar 2020 von <http://www.mountainresearchinitiative.org/news-page-all/129-mri-news/2175-new-mri-issue-brief-leaving-no-one-in-mountains-behind>
- Free-Photos, Lieferwagen [Online-Bild]. Zugegriffen am 22. Januar 2020 von <https://pixabay.com/de/photos/lkw-transport-logistik-1030846/>
- Free-Photos, Geschäftstreffen [Online-Bild]. Zugegriffen am 22. Januar 2020 von <https://pixabay.com/de/photos/arbeitsplatz-team-gesch%C3%A4ftstreffen-1245776/>
- Free-Photos, Wanderweg [Online-Bild]. Zugegriffen am 22. Januar 2020 von <https://pixabay.com/de/photos/m%C3%A4nnner-trail-running-wanderweg-1245982/>
- Pexels, Hürdenlauf [Online-Bild]. Zugegriffen am 22. Januar 2020 von <https://pixabay.com/de/photos/aktion-athleten-wettbewerb-h%C3%BCrdenlauf-1834465/>
- Pexels, Sprinter [Online-Bild]. Zugegriffen am 22. Januar 2020 von <https://pixabay.com/de/photos/athlet-l%C3%A4uft-sprint-schnell-1840437/>
- Pexels, Hände mit Pflanze 1 [Online-Bild]. Zugegriffen am 22. Januar 2020 von <https://pixabay.com/de/photos/h%C3%A4nde-makro-pflanze-boden-wachsen-1838658/>
- realworkhard, Getreidefeld [Online-Bild]. Zugegriffen am 22. Januar 2020 von <https://pixabay.com/de/photos/feld-getreide-sommer-sonne-192179/>
- StartupStockPhotos, Brainstorming [Online-Bild]. Zugegriffen am 22. Januar 2020 von <https://pixabay.com/de/photos/start-treffen-brainstorming-594091/>
- Thaliesin, Wassertropfen [Online-Bild]. Zugegriffen am 22. Januar 2020 von <https://pixabay.com/de/photos/regen-wasser-element-wassertropfen-1563957/>
- uroburos, Rote Paprika [Online-Bild]. Zugegriffen am 22. Januar 2020 von <https://pixabay.com/de/photos/paprika-obst-das-innere-des-paprika-671959/>
- sasint, Springende Frau [Online-Bild]. Zugegriffen am 22. Januar 2020 von <https://pixabay.com/de/photos/zu-erreichen-frau-m%C3%A4dchen-springen-1822503/>

- Nutzer ID: 5132824 (2016, veröffentlicht: 2017). [Unbetiteltes Bild einer Frau an Fitnessgeräten mit einem Trainer]. Zugegriffen am 18. Januar 2020 von <https://pixabay.com/de/photos/sport-fitness-training-sportlich-2262083/>
- Webb, S. [Unbetiteltes Bild eines Frau mit zwei Trainingsseilen]. Zugegriffen am 18. Januar 2020 von <https://www.pexels.com/de-de/foto/person-frau-sport-stark-28080/>
- Nutzernname: Kanenori (2017). [Unbetiteltes Bild eines Surfers auf einer Welle]. Zugriffen am 18. Januar 2020 von <https://pixabay.com/de/photos/surfen-sonnenuntergang-meer-2212948/>
- Nutzernname: KeithJJ (2005, veröffentlicht: 2016). [Unbetiteltes Bild eines American Football-Spielers]. Zugegriffen am 18. Januar 2020 von <https://pixabay.com/de/photos/fußball-american-football-läufer-1518160/>
- Nutzernname: Valiphotos (2011, veröffentlicht 2015). [Unbetiteltes Bild eines Waldes im Herbst]. Zugegriffen am 16. Januar 2020 von <https://pixabay.com/de/photos/herbst-rot-saison-wald-natur-1072821/>
- Yildiz, E. [Unbetiteltes Bild eines Waldes inklusive eines Ausschnitts des Himmels]. Zugegriffen am 16. Januar 2020 von <https://www.pexels.com/de-de/foto/baum-dämmerung-draussen-fliegen-917494/>
- Nutzernname: Jaymantri. [Unbetiteltes Bild eines Waldes, der in Nebel gehüllt ist]. Zugegriffen am 16. Januar 2020 von <https://www.pexels.com/de-de/foto/naturwald-baume-nebel-4827/>
- Nutzernname: Pixabay. [Unbetiteltes Bild eines Waldes mit Bäumen mit auffällig ausgeprägter Rinde]. Zugegriffen am 16. Januar 2020 von <https://www.pexels.com/de-de/foto/baumebaumstamm-blätter-dämmerung-302804/>
- Nutzername: Pixabay. [Unbetiteltes Bild von Bäumen vor Bergen]. Zugegriffen am 16. Januar 2020 von <https://www.pexels.com/de-de/foto/abenteuer-baume-berg-dämmerung-414171/>
- Nutzername: Pixabay. [Unbetiteltes Bild einer Gruppe von Radfahrern]. Zugegriffen am 14. Januar 2020 von <https://www.pexels.com/de-de/foto/abenteuer-action-aktion-athleten-248547/>.
- Nutzername: Daniel. [Unbetiteltes Bild eines Motocross-Fahrers]. Zugegriffen am 14. Januar 2020 von <https://www.pexels.com/de-de/foto/action-aktion-automobilsport-boden-217872/>
- Über uns - Entwurf
- Nutzername: Skitterphoto. [Unbetiteltes Bild eines Waldes im Sonnenlicht]. Zugegriffen am 12. Januar 2020 von <https://www.pexels.com/de-de/foto/baumebaumstamm-beratung-gras-240040/>
- Nutzername: Büro Millenial. [Unbetiteltes Bild einer Gruppe von Kollegen]. Zugegriffen am 13. Januar 2020 von <https://www.pexels.com/de-de/foto/draussen erwachsener-frauen-freundschaft-1438072/>
- Nutzername: Pixabay. [Unbetiteltes Bild eines Weizenfeldes]. Zugegriffen am 13. Januar 2020 von <https://www.pexels.com/de-de/foto/acker-ackerland-ausserortsbauernhof-265216/>
- Nutzername: Moose Photos. [Unbetiteltes Bild von Arbeitskollegen am Schreibtisch]. Zugegriffen am 13. Januar 2020 von <https://www.pexels.com/de-de/foto/arbeit-arbeitsbereich-arbeitsraum-computer-1036641/>

- Nutzernname: Startup Stock Photos. [Unbetiteltes Bild eines Konferenzraums]. Zugriffen am 13. Januar 2020 von <https://www.pexels.com/de-de/foto/arbeiten-arbeitsplatz-buro-menschen-7065/>
- Nutzername: Startup Stock Photos. [Unbetiteltes Bild eines Großraumbüros]. Zugriffen am 13. Januar 2020 von <https://www.pexels.com/de-de/foto/arbeitsplatz-buro-business-coworking-7070/>
- Nutzername: Kaboompics .com. [Unbetiteltes Bild einer Gruppenarbeit]. Zugriffen am 13. Januar 2020 von <https://www.pexels.com/de-de/foto/arbeit-arbeiten-design-designer-6224/>
- Nutzername: Lex Photography. [Unbetiteltes Bild einer Hand an einer Maus]. Zugriffen am 13. Januar 2020 von <https://www.pexels.com/de-de/foto/apfel-apple-hand-laptop-1109543/>.



# Revitalize.

**CVD Web- u. Corporatedesign 2019**  
**Gestaltungskonzeption & Dokumentation**

Simon Weck #2180135  
Benjamin Jäger #2180031  
Patryk Watola #2180138  
Clemens Bork